



Allegato 2

CRITERI GEOFOOD

CRITERI GEOGRAFICI PER I PRODOTTI E PRODUTTORI GEOFOOD:

1. Solo produttori o aziende operanti all'interno del territorio di un UNESCO Global Geopark possono utilizzare il logo GEOfood.
2. Il Geoparco deve inviare al Magma Geopark la richiesta d'uso del marchio GEOfood brand deve fare richiesta al Geoparco.
3. Ogni Geoparco è responsabile per l'uso del logo e il rispetto dei criteri.
4. Riguardo alla localizzazione delle aziende o delle aree produttive (campi coltivati e fattorie), ogni Geoparco può stabilire una "buffer zone" che deve essere contigua ai confini del Geoparco.
5. La scelta della "buffer zone" deve essere descritta nell'etichetta del prodotto o nel materiale informativo, insieme alla descrizione geologica. La scelta deve essere motivata dal fatto che i prodotti o la fabbrica sono situati appena fuori dai confini del Geoparco e/ o in coerenza con i fenomeni geologici.
6. I produttori devono essere localizzati nell'area del Geoparco o nella zona "buffer". I produttori non possono essere localizzati fuori dal Geoparco o fuori dalla zona "buffer".
7. Le materie prime che costituiscono i prodotti GEOfood devono provenire dalla zona del Geoparco o dalla "buffer zone".
8. Le materie prime possono essere processate fuori dal Geoparco e/o fuori dalla "buffer zone".

INFO ETICHETTA:

I prodotti GEOfood devono esprimere una forte connessione con il patrimonio geologico locale.

Brevi e specifiche informazioni riguardanti questa connessione devono essere riportate per iscritto sui prodotti e nei menu dei ristoranti. (es. patate o verdure coltivate sulle fertili arenarie prodotte durante l'ultima Glaciazione; olive prodotte nelle terre Giurassiche tradizionali del Geoparco; sale prodotto nel mare della Tetide; pane ottenuto da grano coltivato su morene glaciali; vino da suoli originati da attività vulcanica; etc. La zona "buffer", se esiste, deve essere descritta nell' etichetta o nel materiale promozionale connesso. L' origine della materia prima in connessione con il patrimonio geologico deve essere chiaramente espressa nell' etichetta.

PRINCIPALI CATEGORIE DI PRODOTTI GEOfood:

Sono state individuate due categorie per la creazione dei prodotti GEOfood a seconda del processo di produttivo.

Materie prime: verdure, noci, carne, pesce, funghi, olio, miele, latte, bacche, ecc.

Prodotti artigianali: cibo o bevande originate dalla combinazione o dalla trasformazione di materie prime ottenute nel Geoparco o nella zona "buffer". Prodotti come: formaggio, vino, birra, biscotti o pane, ecc.

Prodotti ittici possono essere congelati ma solo se provengono dal territorio del Geoparco o dalla buffer zone.

Sale e zucchero possono provenire da aree esterne al Geoparco e non vengono considerati rilevanti per la composizione di menu locali.

CRITERI GEOfood PER I RISTORANTI:

- 1) Il brand GEOfood deve essere chiaramente visibile nei ristoranti e nei menu ad esso connesso.
- 2) Il GEOfood menu deve essere ispirato al patrimonio geologico evidenziando l'importanza che questo ha nel Geoparco e permettendo agli ospiti di usufruire del patrimonio geologico attraverso il gusto delle pietanze e cercando di creare un'atmosfera speciale nella zona dove si mangia.
- 3) Le imprese devono elaborare GEOfood menu con almeno il 50% di materie prime locali (cioè provenienti dal territorio del Geoparco o nella "buffer zone").
- 4) I ristoranti GEOfood dovrebbero servire almeno un menu GEOfood con cadenza stagionale o annuale.
- 5) I ristoranti scelti e il Geoparco si impegnano a promuoversi reciprocamente attraverso l'uso dei loghi, brochure informative e il web (pagine web ufficiale, social media, uffici stampa, ecc.).

6) Il ristorante si impegna annualmente, salvo diversi accordi, di fornire al Geoparco una relazione sulle proprie attività.

USO DEL LOGO (vedi Brand Manual):

- 1) Il logo GEOfood non può essere modificato in nessun modo.
- 2) E' raccomandato l'uso combinato con il logo del Geoparco.
- 3) Altri brand locali possono essere combinati se connessi alla filosofia GEOfood.
- 4)La combinazione con il marchio UNESCO non è permessa su prodotti commerciali.

THE GEOFOOD MANIFESTO

Il settore dell'industria alimentare rappresenta un settore chiave per i profondi cambiamenti richiesti dalla società per raggiungere gli Obiettivi di Sviluppo delle Nazioni Unite entro il 2030. L'agricoltura infatti gioca un ruolo fondamentale nell'affrontare le sfide del mondo legate ai cambiamenti climatici, la perdita di biodiversità, la scarsità di cibo e l'accrescere della popolazione. Le aziende agricole su scala familiare rappresentano 500 milioni di aziende mondiali e generano circa 80% del cibo prodotto a livello mondiale.

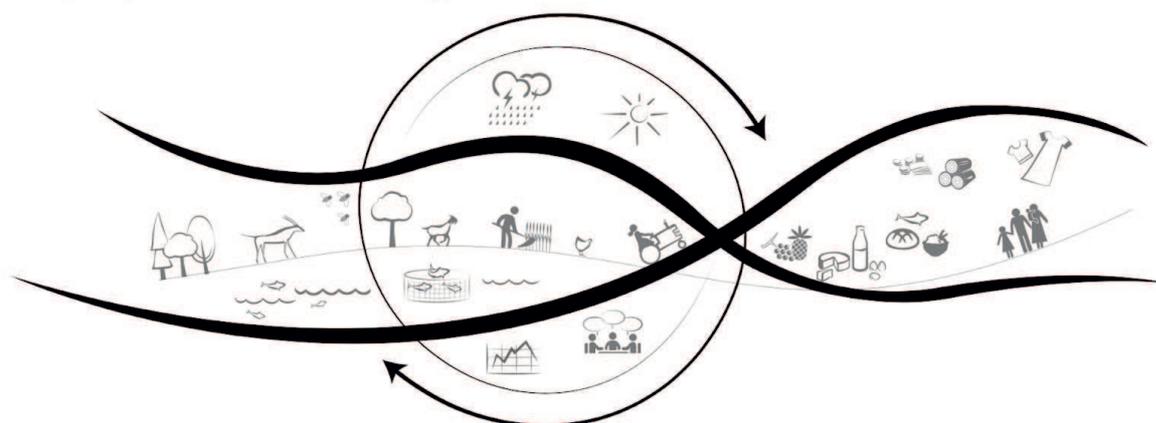
Crisi climatica- Scenario attuale

Tra i settori responsabili della degradazione ambientale nei paesi sviluppati e non ci sono le aziende nella filiera dell'alimentare, quelle di cotone e altre produzioni non collegate al cibo ma riconducibili all'agricoltura e alla gestione delle foreste. Metà delle foreste tropicali sono state distrutte e continuiamo a perdere circa 18 milioni di ettari all'anno, un'area corrispondente alle dimensioni di Inghilterra e Galles. La perdita di biodiversità avanza ad una velocità 1000 volte superiore rispetto al normale processo, dal 1970 abbiamo perso 60% della popolazione delle specie maggiori. La richiesta di consumo di carne per persona e prodotti caseari aumenta la richiesta di terreno per le attività umane, allo stesso tempo però la crescita di popolazione (da 7.6 miliardi a 11 presunti entro la fine del secolo) non permette di pianificare uno spazio sufficiente per espandere l'agricoltura senza indebolire gli obiettivi ambientali e climatici. Coltivazioni correlate ad agricoltura intensiva, inclusa la dipendenza da sostanze chimiche sono le ragioni chiave che hanno causato la perdita di circa 80% della perdita di insetti in Germania dal 1980. L'agricoltura, l'elaborazione del cibo, e il conseguente cambiamento di utilizzo di suolo sono responsabili per circa un terzo delle emissioni globali di CO₂. Le popolazioni pescano in maniera non sostenibile grossi volumi di pesce selvatico, un terzo delle zone di pesca considerate troppo sfruttate. In circa 50 anni, l'uomo ha eliminato circa il 90% della popolazione di pesci predatori come tonni, pesci spada e squali. Inoltre, le tecniche di pesca distruttive causano distruzioni massicce alla costa e all'ecosistema marino. Metà della popolazione mondiale ci si aspetta dovrà affrontare pressione dovuta all'innalzamento delle acque e fare i conti con scarsità di acqua. In conclusione, l'industria alimentare rilascia almeno $\frac{3}{4}$ del nitrogeno che provoca la proliferazione delle alghe e provoca la morte di ecosistemi in acqua marina o fluviale. E' stato calcolato che il rilascio

di azoto e fosforo sono già oltre il doppio dei limiti ritenuti sostenibili. L'accretere della concentrazione dei nutrienti negli oceani, combinato con altri inquinanti nell'acqua e temperature che si innalzano, creano una forte pressione sull'ecosistema marino. L'Unione Europea ha stabilito una strategia a lungo termine per raggiungere zero emissioni nette entro il 2050 (Green Deal). La sufficiente produzione di cibo, l'alimentazione e le fibre rimarranno cruciali per l'economia europea, ma allo stesso tempo l'agricoltura e il settore forestale contribuiranno anch'essi al raggiungimento della neutralità climatica. La domanda di biomassa si aspetta in aumento per produrre calore, bio-carburanti, biogas, materiale da costruzione, e prodotti bio-sostenibili come i bio-chimici. Un incremento del rifornimento di biomassa ci si aspetta proverrà da diverse risorse per garantire la sostenibilità della produzione e la stabilizzazione o rafforzamento dell'assorbimento di carbonio nelle foreste esistenti. La riduzione di emissioni nette di CO₂ dall'agricoltura verranno garantite attraverso l'innovazione, es. aziende agricole di precisione per ottimizzare le loro applicazioni di fertilizzanti o altri componenti chimici, il miglioramento della produttività del bestiame e il trattamento di fertilizzante attraverso digestori anaerobici. La strategia Europea si basa anche sull'aumento di sequestro di carbonio nei terreni agricoli attraverso pratiche agricole migliori incluse tecniche agroforestali, zero aratura, e utilizzo di copertura vegetale. Infine, la riforestazione e la restaurazione di sistemi degradati possono contribuire a diversi obiettivi: sequestro di CO₂, biodiversità, conservazione dei suoli e delle risorse idriche, produzione di biomassa.

The 5 principles of Sustainable Food and Agriculture

1. Migliorare l'efficienza nell'uso delle risorse
2. Azione diretta efficace per assicurare e proteggere le risorse naturali
3. Agricoltura come mezzo di miglioramento dello stile di vita, equità sociale e benessere.
4. Rafforzare la resilienza delle persone, della comunità e dell'ecosistema
5. Stabilire un meccanismo effettivo di governance



Come si raggiungono questi 5 punti?

La strada verso la prosperità è marcata chiaramente dall'agenda 2030 dello Sviluppo Sostenibile. Richiede azioni innovative che facciano proprio il principio di sostenibilità e contrastino le cause di fondo della povertà e della fame per “non lasciare nessuno indietro”. Le diete sostenibili devono far parte di una strategia omnicomprensiva per migliorare la sicurezza nel settore alimentare e la nutrizione, migliorare il sostentamento dei produttori di cibo, supportare lo sviluppo economico, ridurre l'impatto climatico e ristabilire gli ecosistemi. Queste 20 azioni interconnesse, si sovrappongono alla visione dello sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 dove il cibo e l'agricoltura, gli stili di vita delle persone e il management delle risorse naturali sono considerate come un unicum: un futuro dove il focus non è sul risultato finale ma anche nelle misure per raggiungerlo, in uno scenario dove attori pubblici e privati partecipano alla legittimazione, coinvolgendo nel modellamento e lavorando insieme per lo sviluppo di soluzioni.

Queste azioni integrano le tre dimensioni dello sviluppo sostenibile e richiedono partecipazione e partnership tra diversi attori. Una volta identificate le sinergie, capiti i compromessi e sottolineati gli incentivi, queste 20 azioni contrastano i veri ostacoli che le nazioni affrontano nel costruire un mondo: “zero fame” e un futuro roseo per tutti:

1. Connettere i piccoli proprietari al mercato
2. Incoraggiare la diversificazione di produzione ed entrate
3. Rafforzare la conoscenza dei produttori e sviluppare le loro capacità.
4. Incrementare la salubrità dei suoli e ristabilire ecosistemi.
5. Proteggere le acque e gestire la scarsità.
6. Conservazione della biodiversità tradizionale e protezione delle funzioni dell'ecosistema.

7. Ridurre gli sprechi, incoraggiare il riuso e il riciclaggio e promuovere l'uso sostenibile.
8. Promuovere sicuri diritti di possesso.
9. Utilizzare strumenti di protezione sociale per supportare la produttività e i guadagni.
10. Migliorare la nutrizione e promuovere diete bilanciate.
11. Prevenire e proteggere contro gli shocks: rafforzare la resilienza.
12. Prepararsi per essere pronti a rispondere agli shocks.
13. Svolgere azioni per mitigare e adattarsi ai cambiamenti climatici.
14. Rafforzare la resilienza dell'ecosistema.
15. Rafforzare il dialogo politico ed il coordinamento.
16. Rafforzare l'innovazione dei sistemi.
17. Adattare e migliorare investimenti e finanze.
18. Rafforzare l'ambiente abilitante e rafforzare la struttura istituzionale.

Il Ruolo degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile nell' ambito alimentare e dell'agricoltura

UNESCO Global Geoparks sono definiti come: area singole, ben definite dove i siti e i paesaggi di importanza geologico che sono gestiti con approccio olistico relativamente alla protezione, educazione e sviluppo sostenibile. Il loro approccio dal basso all'alto nel combinare conservazione con sviluppo sostenibile coinvolgendo le comunità locali sta diventando molto popolare.

I Geoparchi sviluppano e gestiscono varie attività in diversi campi collegati a cultura, turismo, educazione e sviluppo sostenibile anche connesse a cibi locali. Nonostante i Geoparchi siano territori specifici caratterizzati da aree di grandezza differente, economia locale, contesto sociale, cultura e paesaggio, la connessione con il "cibo" è ricorrente in molte attività dei Geoparch nel Mondo. Infatti, la sostenibilità attraverso il cibo locale, la valorizzazione di attività agricole e produttori locali, la connessione tra risorse naturali e turismo sono tematiche comuni attraverso i Geoparchi Mondiali dell'UNESCO. Questi sono parte dell'Agenda 2030 e sono profondamente connessi agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile rafforzando la protezione del pianeta e delle sue risorse naturali per raggiungere un miglior futuro per tutti. L' essenza dei Geoparchi è, in accordo con l'obiettivo di sviluppo sostenibile n.12, per "sviluppare e implementare strumenti per monitorare l'impatto dello sviluppo sostenibile per turismo sostenibile che crea lavori e promuove la cultura locale e i prodotti. Gli UNESCO Global Geoparks agiscono come incubatori per corrette pratiche di gestione e soluzioni innovative per rafforzare le comunità locali e stimolare investimenti per sviluppare le pratiche di agricoltura sostenibile, sistemi di valore dell'agroalimentare, supporto alle piccole e medie imprese, e come laboratori per accrescere le opportunità per comunità locali e per garantire condizioni di lavoro migliori. Questi lavori cooperano in ambito internazionale, nazionale e regionale e promozione locale, promuovendo partnership e cooperazioni.

GEOfood può contribuire specificatamente alle seguenti sfide: (SDG-Sustainable Development Goal).

Riduzione della povertà rurale, un passaggio difficile per assicurare sicurezza alimentare (SDG12).

Cibo sano, sufficiente e garantito a tutti (SDG2).

Buona salute parte da una corretta nutrizione (SDG3).

Cibo nutriente è importante per l'apprendimento (SDG4).

Uguaglianza di genere potrebbe rafforzare la produttività di un quinto (SDG5).

L'agricoltura sostenibile ha potenzialità di ridurre la scarsità di acqua (SDG6).

I sistemi agricoli devono ridurre la loro dipendenza da combustibili fossili (SDG7).

La coltivazione di cibo in economie a basso guadagno può ridurre la povertà della metà (SDG8).

L'innovazione apre nuovi mercati ai piccoli proprietari (SDG9).

Una riforma dell'accesso alla terra coltivabile può fornire accesso equo alla terra rurale (SDG10).

Investimenti in ambito rurale possono limitare l'urbanizzazione non gestibile (SDG11).

Il raggiungimento di sicurezza in ambito alimentare va di pari passo con la riduzione di rifiuti (SDG12).

L'agricoltura è la chiave per rispondere al cambiamento climatico (SDG 13).

Dieta a base di pesce fornisce a 3 miliardi di persone il 20% delle proteine giornaliere (SDG14).

Le foreste contengono l'80% della biodiversità del Mondo (SDG 15)

Risolvere la fame nel mondo può contribuire a pace e stabilità (SDG16)

Attraverso la collaborazione, le piccole comunità possono farsi "ascoltare" più facilmente (SDG17)

LA VISIONE DI GEOfood

Alle spalle della certificazione GEOfood è presente una filosofia specifica: il supporto alle comunità locali, l'approccio olistico che caratterizza i Geoparchi Mondiali dell'UNESCO che è anche il motore del brand GEOfood.

GEOfood ha le sue radici nell'ambito dei Geoparchi Mondiali dell'UNESCO e può essere utilizzato solamente in territori designati come UNESCO Global Geoparks.

GEOfood ha come obiettivo quello di essere in uso in almeno il 30% dei Geoparchi Mondiali UNESCO alla fine del 2023 e 10% dei Geoparchi Mondiali alla fine del 2025.

LA MISSIONE DI GEOfood

La missione di GEOfood è di supportare lo sviluppo sostenibile delle comunità locali, accrescendo le azioni attraverso il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

GEOfood opera attraverso i valori e l'approccio bottom-up dei Geoparchi Mondiali dell'UNESCO.

GEOfood goals

GEOfood ama rafforzare la connessione tra gli attori locali e l'identità del Geoparco.

In particolare, l'obiettivo principale è quello di accrescere la consapevolezza del pubblico riguardo la connessione tra materie prime e lo specifico patrimonio locale: il concetto GEOfood sviluppa spiegazioni specifiche per i membri al fine di sottolineare l'esclusività del loro patrimonio geologico in connessione con il cibo locale e la cultura locale.

GEOfood è un sistema innovativo per connettere larghe fasce della popolazione al territorio, il cibo è un linguaggio internazionale facile da comprendere per tutti, infatti, attraverso il cibo ci proponiamo di connettere le persone con il territorio, il suolo, la natura e rafforzare l'educazione alimentare attraverso pratiche di kmzero food e uso responsabile delle risorse.

Il brand GEOfood ha come obiettivo la creazione di un network di partner attraverso gli UNESCO Global Geoparks con una missione comune di influenzare politiche locali, nazionali o regionali verso l'adozione di sistemi produttivi innovativi e strategie di pianificazione territoriale che possano rafforzare le connessioni tra ambiente rurale e urbano.

Crediamo che gli UNESCO Global Geoparks abbiano un ruolo cruciale per la connessione tra spazi rurali e urbani, lavorando insieme tra abitanti e comunità: GEOfood supporterà i territori a rinforzare la connessione, fornendo uno strumento per rafforzare economia locale.

GEOfood-AZIONI

1. Insieme promuoviamo lo sviluppo sostenibile; il brand GEOfood può essere utilizzato soltanto da società che possono garantire certi standard di qualità, in particolare che siano attive in:

- Promozione della biodiversità e della qualità dei suoli attraverso adozione di forme di agricoltura responsabile e pratiche agricole sostenibili.
- Creazione di cibo salutare in un ambiente sano, soprattutto implementando pratiche di gestione integrata di pesticidi e coltivazioni non invasive dal punto di vista chimico e farmaceutico
- Uso responsabile delle risorse idriche
- Sistemi efficaci di riciclaggio
- Coltivazione di prodotti stagionali
- Rispetto dei diritti dei lavoratori lungo tutta la catena dei processi produttivi.

2. Insieme lavoriamo per supportare i produttori del Geoparco, contadini, aziende per preservare le tradizioni locali ed accrescere la loro economia di scala locale.

- GEOfood certifica aziende medio piccole, secondo la definizione Europe di Small and Medium Enterprises.
- Il Geoparco supporta le imprese locali: offrendo loro opportunità per la promozione, utilizzando i loro servizi (catering o la loro location) agli eventi e conferenze.

3. Insieme supportiamo uso di cibo locale:

- I prodotti GEOfood provengono da materie prime locali
- Supportiamo l'utilizzo di cibo a kmzero nell'uso comune, sia nel settore privato che pubblico.
- Promuoviamo il cibo a kmzero sia nei ristoranti che negli hotel, in ogni singola abitazione e nei servizi pubblici come mense, scuole o uffici.

4. Insieme cooperiamo per l'elaborazione di proposte di progetto comuni per supportare il Network dei Geoparchi Europei e Mondiali, sviluppando progetti educativi focalizzati sulla riduzione dello spreco di cibo, economia circolare, kmzero, sviluppo sostenibile e turismo.