

CHARTA

sulla strategia della qualità per l'agricoltura
e la filiera alimentare svizzera

Preambolo

Il contenuto della presente Carta gode di ampio consenso ed è stato elaborato nell'ambito di una procedura consultativa in workshop sulla qualità cui hanno partecipato rappresentanti dell'intera catena di valore, dai produttori di materie prime agricole ai consumatori, passando per gli addetti alla trasformazione e per gli operatori di commercio. L'Ufficio federale dell'agricoltura e un gruppo di lavoro hanno accompagnato questo processo e ne hanno curato la redazione finale.

Scopo

La presente Carta si fonda sulla convinzione che una strategia della qualità comune possa rafforzare la competitività di tutti gli attori della catena di valore aiutando a trasformare le nuove sfide in opportunità.

Essa ha l'obiettivo di creare una base ampiamente condivisa che consenta all'agricoltura e alla filiera alimentare di consolidare e sviluppare la loro leadership qualitativa e anche di intensificare le offensive sui mercati. Una partnership vissuta crea plus valore per tutti.

Le nostre linee direttrici

- L'agricoltura e la filiera alimentare fanno parte dei leader internazionali nel settore della produzione di materie prime agricole e derrate alimentari sicure ottenute nel rispetto dell'ambiente e degli animali.
- L'agricoltura e la filiera alimentare offrono ai consumatori prodotti competitivi e di alta qualità per un'alimentazione sana e gustosa e contribuiscono alla sicurezza alimentare della Svizzera. Va attuato in comune un marketing incisivo che punti sull'origine dei prodotti.
- L'agricoltura e la filiera alimentare cercano di accaparrarsi quote di mercato per le materie prime e i generi alimentari svizzeri sul mercato interno e di aumentarle per quanto possibile, nonostante la crescente pressione delle importazioni.
- L'agricoltura e la filiera alimentare creano nuovi sbocchi all'estero operando in comune e con efficacia su segmenti di mercato a elevato valore aggiunto.
- L'agricoltura e la filiera alimentare agiscono con uno spirito imprenditoriale e con lealtà. Si fondano su valori comuni e mettono in atto la strategia della qualità in maniera responsabile.
- L'agricoltura e la filiera alimentare cooperano attivamente e sostengono lo spirito imprenditoriale. L'agricoltura e la filiera alimentare contribuiscono in particolare al raggiungimento degli obiettivi ai sensi dell'articolo 104 della Costituzione federale fornendo prestazioni d'interesse generale.

I nostri valori

L'agricoltura e la filiera alimentare si fondano, nella strategia della qualità, sui seguenti valori materiali e immateriali:

- Naturalezza¹
- Gusto
- Sicurezza e salute
- Autenticità
- Origine svizzera/trasformazione in Svizzera
- Sostenibilità

¹ Il concetto comprende anche il benessere degli animali.

Leadership qualitativa forte

1. La base della nostra leadership qualitativa è costituita dalla legislazione svizzera sulla protezione della salute, dell'ambiente e degli animali nonché sulla sicurezza delle derrate alimentari. I nostri prodotti adempiono tali condizioni così come quelle attinenti alla prova che le esigenze ecologiche sono rispettate in agricoltura. Difendiamo queste basi legali pertinenti e continuiamo a svilupparle nell'interesse della collettività.
2. Alta qualità dei prodotti, innovazione e specialità tradizionali sono fattori di successo sul mercato, che presuppongono un'assicurazione della qualità credibile. Preserviamo questi fattori di successo e continuiamo a svilupparli. La ricerca e lo sviluppo, la formazione e la consulenza ci sostengono in questi sforzi.
3. L'agricoltura rinuncia, al fine di cogliere opportunità di mercato, a utilizzare organismi geneticamente modificati (vegetali di moltiplicazione, parti vegetali, sementi e animali).
4. Promuoviamo la trasparenza del mercato attraverso la qualità dei prodotti e l'informazione obiettiva dei consumatori.
5. Esigenze qualitative specifiche e facoltative permettono la differenziazione. Quest'ultima tiene conto delle diverse esigenze dei consumatori e della varietà della domanda.

Partnership qualitativa vissuta

1. Viviamo una partnership di mercato basata sulla stima reciproca, sul fairplay, sul rispetto e sulla fiducia. Grazie a una cooperazione all'interno del Paese incentrata sulla competitività creiamo qualità e valore aggiunto per tutti.
2. Agiamo secondo i principi imprenditoriali e cerchiamo forme di cooperazione a lungo termine basate su una partnership orientata al mercato e in grado di promuovere vantaggi supplementari specifici.
3. Creiamo i presupposti per il buon funzionamento dei mercati in particolare attraverso la trasparenza sull'evoluzione dei mercati.
4. Riesaminiamo costantemente la nostra partnership nella prospettiva di sviluppi futuri; se necessario l'adattiamo e l'approfondiamo.

Offensiva di mercato comune

1. La collaborazione all'interno delle catene di valore è una competenza chiave della nostra offensiva di mercato comune. La cooperazione e il coordinamento nel settore della promozione dello smercio e delle esportazioni creano ulteriore potenziale.
2. I valori comuni materiali e immateriali sono il messaggio fondamentale della nostra comunicazione di base. Ci rifacciamo a una identità visiva comune, forte e credibile. Oltre al messaggio fondamentale resta un margine per un'ulteriore differenziazione.

3. Instauriamo partnership strategiche. Ce ne serviamo nella comunicazione e continuiamo a svilupparle. L'obiettivo è l'utilizzo di un marchio comune lungo l'intera catena di valore fino al punto vendita.
4. Creiamo un comitato strategico al fine di sviluppare ulteriormente i valori della Carta. Il comitato assicura il legame tra i vari membri della catena di valore e sviluppa la strategia della comunicazione di base nonché la sua attuazione.
5. La nostra collaborazione nel quadro dell'offensiva di mercato comune ci rafforza soprattutto in vista degli scenari di apertura dei mercati. Accettiamo che singoli attori della filiera alimentare impostino la concretizzazione degli elementi dell'offensiva di mercato in funzione delle tappe future di apertura dei mercati.

La Carta funge da guida. La sua sottoscrizione è aperta a tutte le imprese e organizzazioni.

Dichiarazione finale dei partner e degli attori di mercato (I)

Le imprese, le organizzazioni di categoria e di produttori sottoscritte si impegnano a

- farsi portavoce, nel proprio settore di competenza, dei valori enunciati nella presente carta;
- adoperarsi nei settori chiave precedentemente elencati, «leadership qualitativa», «partnership qualitativa» e «offensiva di mercato comune», con progetti e interventi concreti;
- comunicare l'impegno in maniera adeguata al pubblico e ai clienti.

Il comitato strategico prende visione dei progetti e degli interventi notificatigli, pubblicandoli in un rapporto annuale, e determina lo stato di attuazione della Carta. Esprime raccomandazioni per lo sviluppo di nuovi progetti e iniziative.

Dichiarazione finale di altre organizzazioni e istituzioni sostenitrici (II)

Le organizzazioni sottoscritte si impegnano a

- integrare adeguatamente nel proprio orientamento strategico e nelle proprie decisioni le linee direttrici enunciate nella Carta;
- adoperarsi per l'attuazione e la divulgazione dei valori enunciati nella Carta con progetti e interventi concreti.

Responsabile per la redazione finale della Carta

Il gruppo d'accompagnamento

Sibyl Anwander, Coop; Daniel Bärtschi, Bio Suisse; Jacques Bourgeois, Unione svizzera dei contadini; Christof Dietler, Agrarallianz; Jacques Gygax, Fromarte; Jürg Maurer, Federazione delle cooperative Migros; Urs Schneider, Agro-Marketing Suisse; Sara Stalder, Fondazione svizzera per la protezione dei consumatori.

Berna, aprile 2012