

SWOT FERRARA

Con questa SWOT abbiamo cercato di rappresentare e contestualizzare i risultati finali delle azioni realizzate per l'attivazione dei GAS di Ferrara, attraverso il progetto.

STRENGTHS - Punti di forza

- Costituzione formale di n°1 Gruppo di Acquisto Solidale a Ferrara (GAS Città Nova) con 62 famiglie aderenti
- Messa a disposizione della sede del Centro IDEA per il conferimento dei prodotti un pomeriggio la settimana
- Favorito una alleanza tra produttori locali e consumatori, rendendo protagoniste le aziende agricole
- Favorito una integrazione di reddito per i produttori locali perché fornitori di nuovi GAS
- Realizzazione di una campagna di comunicazione che ha compreso:
 - conferenza stampa
 - due incontri con la cittadinanza
 - partecipazione al Ballon Festival 2007 con banchetto informativo
 - partecipazione alla Settimana della mobilità sostenibile 2007 con banchetto informativo
 - partecipazione al Festival "Ferrara Etica" 8 - 9 - 10 - 11 maggio 2008
 - informazioni sul sito e sulla News Letter del Centro IDEA

WEAKNESSES - Debolezze proprie del contesto di analisi

- Difficoltà burocratiche nel dare l'incarico ad una associazione per la gestione del GAS
- Numero di aziende produttrici locali limitato, con conseguente ventaglio di offerta del fresco poco variato

OPPORTUNITIES – Opportunità

- Occasione per il CEA di conoscere direttamente e consolidare i rapporti con la realtà produttiva del territorio
- Occasione per i consumatori di stringere un contatto diretto con le aziende produttrici locali
- Incrementare, attraverso gli acquisti dei GAS, la quantità di consumi di alimenti freschi o trasformati **da agricoltura biologica** e anche prodotti no food fabbricati attraverso metodologie etiche e solidali
- Contribuire, con gli acquisti verdi, alla **riduzione dell'impronta ecologica** riducendo gli imballaggi e l'inquinamento del carburante
- Favorire un coinvolgimento più diretto dei **CEA** nella sperimentazione e adozione di nuovi strumenti di gestione coerenti con i fini della sostenibilità, come l'attivazione di GAS, assumendo un ruolo da protagonisti nella proposta di azioni ambientali concrete
- Riflessione su un consumo più critico che contiene principi della sostenibilità, dell'etica, e della solidarietà
- Consapevolezza del potere del consumatore che permette di elaborare una strategia di condizionamento della politica di approvvigionamento, produzione e distribuzione delle imprese. *La vera urna elettorale oggi è in realtà il carrello della spesa*

THREATS - Minacce che derivano dal contesto esterno cui sono esposte le specifiche realtà settoriali o territoriali analizzate

- Modello economico delle società multinazionali
- Costi non propriamente contenuti dei prodotti biologici
- Concorrenza economica della grande distribuzione, che in un momento di recessione economica come l'attuale rende il biologico una scelta "d'élite"