

# IT

## Tour Italia e Francia, 9-18/6/2022

### Tematiche ricorrenti

#### Qualità

In generale in Italia sono stati spesso lamentati problemi di scarsa qualità o la mancanza di prodotti, specialmente quest'anno (navel con poco succo, tacle, clementine), in particolare nella seconda parte della campagna, da febbraio in poi, con tarocco e limoni. In Francia non si è lamentata una scarsa qualità delle produzioni in generale, salvo per alcuni prodotti o per alcune spedizioni in particolare. Ritorna spesso la questione dei frutti "delicati" come le clementine e la richiesta di formati più leggeri per ridurre lo schiacciamento dei frutti. Tuttavia purtroppo molte informazioni relative alla scarsa qualità dei prodotti non ci vengono segnalate per "solidarietà verso il produttore" o filtrate dai referenti. E' stato fatto notare che per noi questo non solo è poco utile, ma rischia di essere dannoso perchè ci impedisce di attenzionare fasi critiche di lavorazione o problematiche di vario genere lungo la filiera. Inoltre in questo modo può rimanere una sensazione sgradevole ed irrisolta tra i consumatori individuali. In Italia è diffusa la percezione che il Consorzio spedisca prodotti di buona qualità in Francia e di qualità inferiore in Italia (Varese, Genova, Brescia) o che i soci del Consorzio conferiscano prodotto di seconda scelta mentre la prima scelta vada su canali diversi. Inutile dire che questo non è un atteggiamento de LeGallineFelici e che occorra quindi lavorare meglio su trasparenza e comunicazione per fugare questi sospetti

→ **Si suggerisce:**

- ***un riepilogo finale della campagna in cui si raccontino anche le problematiche specifiche relative alla qualità dei prodotti e le loro cause e si ricordi che lavoriamo con frutta deperibile, quindi se qualche disagio capita nonostante gli sforzi sollecitare comprensione;***
- ***un modulo per le lamentele pubblicato sul sito ed accessibile a tutti, compresi i singoli gasisti (e invito ai referenti ad inoltrarlo ai membri del gruppo);***
- ***rivedere e stabilire i metodi di misure di garanzia della qualità, in magazzino ma anche nel campo; la qualità del prodotto dovrebbe essere un criterio importante anche nella selezione di nuovi socii/fornitori;***
- ***definire degli standard: cos'è qualità per noi? (gusto, aspetto, dimensioni, durata)***
- ***valutare ancora (perdonami Cristiana :) ) cestelli di peso inferiore per i frutti delicati. (i Fichi d'india sono in cestelli da 6 kg da sempre SOLO per questa ragione)***

#### Turismo

- grande interesse, in molti sono appena stati o saranno presto in Sicilia e avrebbero avuto piacere ad incontrarci e di visitare le aziende. Qualcuno si è lamentato per i prezzi "poco da GAS" di alcune strutture. L'offerta turistica tuttavia è ancora nebulosa...

→ **Si suggerisce di:**

- ***organizzare durante l'anno 1 o 2 settimane di accoglienza speciale per i gas, magari con una scontistica ad hoc ed in periodi di bassa, per permettere loro,***

***mentre sono in vacanza, di partecipare ad eventuali attività consortili e anche di interagire tra loro, incontrarsi tra gas francesi, italiani e tedeschi***

- ***co-organizzare con i gasisti proposte di gite scolastiche***
- ***Immaginare dei modelli turismo-esperenziale per avvicinare i consumatori al lavoro in campagna***

### **Co-co-produzioni**

A Brescia ci hanno chiesto come fanno gli altri gruppi a restituire ai singoli gasisti gli sconti in fattura corrispondenti agli anticipi versati. Sugeriscono modalità di partecipazione individuali per non sovraccaricare i referenti, già oberati (es con vendita di azioni vere e proprie, come ha fatto Iris)

Da Cauto (Cooperativa di Brescia) sollecitano a considerare l'appoggio di Fondazione con il Sud, per dare maggiore impatto a questi nostri progetti

→ ***Si suggerisce di elaborare una modalità di partecipazione al progetto agevole per gli individui e che non sovraccarichi i referenti***

### **Oltre i gas**

Dappertutto abbiamo rilevato stanchezza dei referenti. Perdita della S dei GAS. Alcune ipotesi emerse su possibili evoluzioni dei GAS

- negozi (meglio se con trasformazione annessa) (Viareggio, Genova), ma siamo lontani dalle idee di negozi cooperativi.
- possibilità ambasciatori in stile Bologna (Firenze, Milano)
- intergas con logistica organizzata (e retribuita) (Torino)

→ ***Si suggerisce di organizzare momenti di incontro ad hoc vis a vis con i GAS per trovare insieme soluzioni***

### **Comunicazione**

La maggior parte dei Gruppi visitati ha una conoscenza davvero limitata sia dei prodotti che delle informazioni presenti sul sito: spesso ci sono state rivolte domande sui frutti, sulle caratteristiche in generale o più sullo specifico, già presenti sul sito. I prodotti trasformati sono sconosciuti dalla maggior parte degli aderenti. La comunicazione non risulta efficace (si ferma al referente o è troppo lunga)

→ ***Si suggerisce di:***

- ***non parlare solo di idee e concetti astratti, ma rimanere più vicini alla base (il consorzio e le sue attività). Es. Messaggi brevi e concreti sulla vita del consorzio da inserire nei cestelli in partenza.***
- ***svecchiare i nostri strumenti di comunicazione per raggiungere anche i giovani***
- ***indagare nuovi strumenti per raggiungere più intimamente i consumatori e far arrivare loro le informazioni che già cercano***

Inoltre- è stata percepita scarsa informazione sulle diverse varietà dei singoli prodotti (per mancata spiegazione/divulgazione, oppure semplice disinformazione/disinteresse dei gasisti): può capitare che il gasista consideri problemi di qualità quelle che invece sono differenze qualitative ed organolettiche sostanziali tra diverse varietà (es tardiva o precoce) dello stesso prodotto. (es. incontro genova: diverse varietà di agrumi, un mondo totalmente nuovo per il gasista, che però accusava la scarsa qualità negli ultimi 2 anni).

→ ***Si propone una comunicazione esplicativa più dettagliata ed efficace, far presente ai gasisti di attenzionare anche questi aspetti, al fine di evitare conclusioni negative affrettate ed errate***

---

**FR**

# Voyage des Galline en Italie et en France du 9/06 au 18/6/2022

## Thèmes récurrents évoqués

### **La qualité des produits**

En Italie, nous avons de manière générale reçu beaucoup de plaintes concernant la mauvaise qualité ou le manque de produits, surtout cette année (oranges navel peu juteuses, tacles, clémentines), surtout à partir de février 2022, avec les oranges tarocco et les citrons.

En France, nous n'avons pas reçu de plainte concernant la mauvaise qualité de la production générale, sauf pour certains produits ou certains envois en particulier. La question des fruits "délicats" comme les clémentines et la demande des consommateurs de recevoir des caisses moins chargées pour réduire la possibilité d'écrasement des fruits est un sujet qui est revenu souvent sur le tapis.

Malheureusement, de nombreux problèmes concernant la mauvaise qualité des produits ne nous sont pas communiqués par les consommateurs " par solidarité avec les producteurs" ou sont filtrés par les référents des groupes. Nous avons souligné le fait qu'être au fait de ces situations est indispensable pour ne pas être tenu au courant de ces problèmes nous empêche de résoudre les problèmes et nous améliorer. Par ailleurs, cela peut laisser chez les consommateurs un sentiment désagréable et non résolu. En Italie, beaucoup de consommateurs pensent que le Consortium envoie des produits de bonne qualité en France et de qualité inférieure en Italie (Varese, Gênes, Brescia) ou que les membres du Consortium livrent des produits de seconde zone en Italie tandis que les produits de première zone sont acheminés vers d'autres canaux. Il va sans dire que ce n'est pas une attitude qui nous appartient et qu'il faut donc travailler davantage sur la transparence et la communication pour dissiper ces soupçons.

### → **Propositions d'actions :**

- faire un compte-rendu à la fin de chaque saison pour évoquer les problèmes rencontrés et les causes tout en rappelant aux consommateurs que nous travaillons avec des produits périssables, donc si des désagréments surviennent malgré nos efforts, il faut rester compréhensif ;
- publier un formulaire de réclamation sur notre site internet accessible à toutes et à tous, y compris aux membres individuels des GAS (en invitant les référents des groupes à le transmettre aux membres du groupe) ;

- revoir et établir de nouvelles méthodes pour le contrôle de la qualité des produits dans l'entrepôt et sur le terrain ; la qualité des produits doit aussi être un critère important lors de la sélection de nouveaux membres/fournisseurs ;
- définir des normes qualitatives : qu'est-ce que la qualité pour nous (goût, apparence, taille, longévité) ? Réfléchir à proposer des caisses moins lourdes pour les fruits délicats (les figues de barbarie ont toujours été conditionnées en caisse de 6 kg SEULEMENT pour cette raison).

### **L'accueil touristique**

Grand intérêt de la part des consommateurs, beaucoup se sont récemment rendus en Sicile ou s'y rendront dans les prochains mois et souhaiteraient nous rencontrer et visiter nos fermes. Certains se sont plaints des prix de certaines structures peu adaptés aux porte-feuille des GAS. Malgré tout, ce qui revient souvent est que l'offre touristique proposée par le Consortium n'est pas très limpide.

#### → **Propositions d'actions :**

- organiser une ou deux semaines par an un accueil spécifique pour les membres des GAS, avec des prix spéciaux et en période creuse afin de leur permettre, pendant leurs vacances, de participer à toutes les activités du Consortium et de se rencontrer entre "gasistes" français, italiens et allemands ;
- co-organiser des voyages scolaires avec les "gasistes" ;
- Imaginer des modèles de tourisme-expérientiel pour rapprocher les consommateurs du travail agricole.

### **Les Co-productions agricoles**

A Brèche, on nous a demandé comment faisaient les autres groupes pour rendre aux membres des GAS les remises sur le transport. Pour éviter de surcharger de travail des référents, certains gasistes proposent des modes de participation aux projets plus individuels (vendre des actions aux consommateurs par exemple, cf Iris Bio).

La Coopérative Cauto de Brèche nous invite à considérer un soutien de la part de la Fondazione con il Sud (Fondation avec le Sud), pour donner plus d'impact à nos projets.

→ **Propositions d'actions :** en général, on nous a suggéré d'impliquer les consommateurs dans les projets en proposant des soutien davantage individuels pour ne pas surcharger de travail les référents.

### **Autres problématiques**

Partout où nous sommes allés, nous avons trouvé les référents des groupes fatigués. Certains ressentent la perte du "S" (pour solidarité) de GAS. Nous avons évoqué ensemble divers scénarios sur les futures possibles évolutions des GAS :

- créer des magasins même si nous sommes loin des idées de magasins coopératifs ;
- avoir d'autres ambassadeurs des Galline Felici dans d'autres villes italiennes (pour l'instant nous en avons seulement à Bologne) ;
- faire coopérer davantage les GAS entre eux (logistique organisée et rémunérée) ;

→ **Propositions d'actions** : organiser des réunions spécifiques avec les GAS pour trouver des solutions ensemble.

### **La communication**

La plupart des groupes que nous avons rencontrés ont une connaissance très limitée autant de nos produits que de notre site internet. La plupart de nos membres ne connaissent pas nos produits transformés. La communication aux consommateurs individuels n'est pas efficace (elle s'arrête souvent au référent ou est trop longue).

→ **propositions d'actions** :

- ne pas seulement parler d'idées et de concepts abstraits mais rester plus proche de l'activité de base du Consortium (vie quotidienne agricole et projets). Nous pourrions par exemple glisser de temps en temps des petits flyers dans les caquettes pour donner des nouvelles de la vie du Consortium ;
- moderniser nos outils de communication pour atteindre davantage les jeunes.

Manque d'informations sur les différentes variétés de produits (dû à un manque d'explications et de vulgarisation de notre part et désinformation / désintérêt de la part des consommateurs) : il peut arriver que les consommateurs considèrent qu'il s'agit de problèmes de qualité alors qu'il s'agit plutôt de différences qualitatives et organoleptiques importantes entre différentes variétés (entre les variétés tardives ou précoces par exemple) d'un même produit.

→ **Propositions d'actions** : communiquer de manière plus détaillée sur les différentes variétés de produits tout en demandant aux gasistes de s'intéresser davantage à ces aspects afin d'éviter les conclusions hâtives et erronées.