

MountainHER: un progetto PRIMA per rafforzare l'economia delle montagne ed il ruolo delle associazioni femminili nei Paesi del Mediterraneo, attraverso prodotti alimentari a base di cereali da filiera agro-ecologica



Mia Marchini¹, Ilaria Mazzoli¹, Filippo Bassi², Mondher Ben Salem³, Natalija Mamula⁴, Rola El Amil⁵, Noureddine Bahri⁶, Faiza Djellakh⁷, Amae Bouslamti⁸, Hajer Ben Ghanem³, Rachid Mrabet⁶

¹Open Fields s.r.l., Strada Madonna dell' Aiuto n. 7/a, 43126 Parma (PR), Italia, m.marchini@openfields.it; ²ICARDA, Marocco; ³INRA-T, Tunisia; ⁴PINS, Croazia; ⁵LARI, Libano; ⁶INRA, Marocco; ⁷ITGC, Algeria; ⁸Oxfam, Marocco.



Sommario

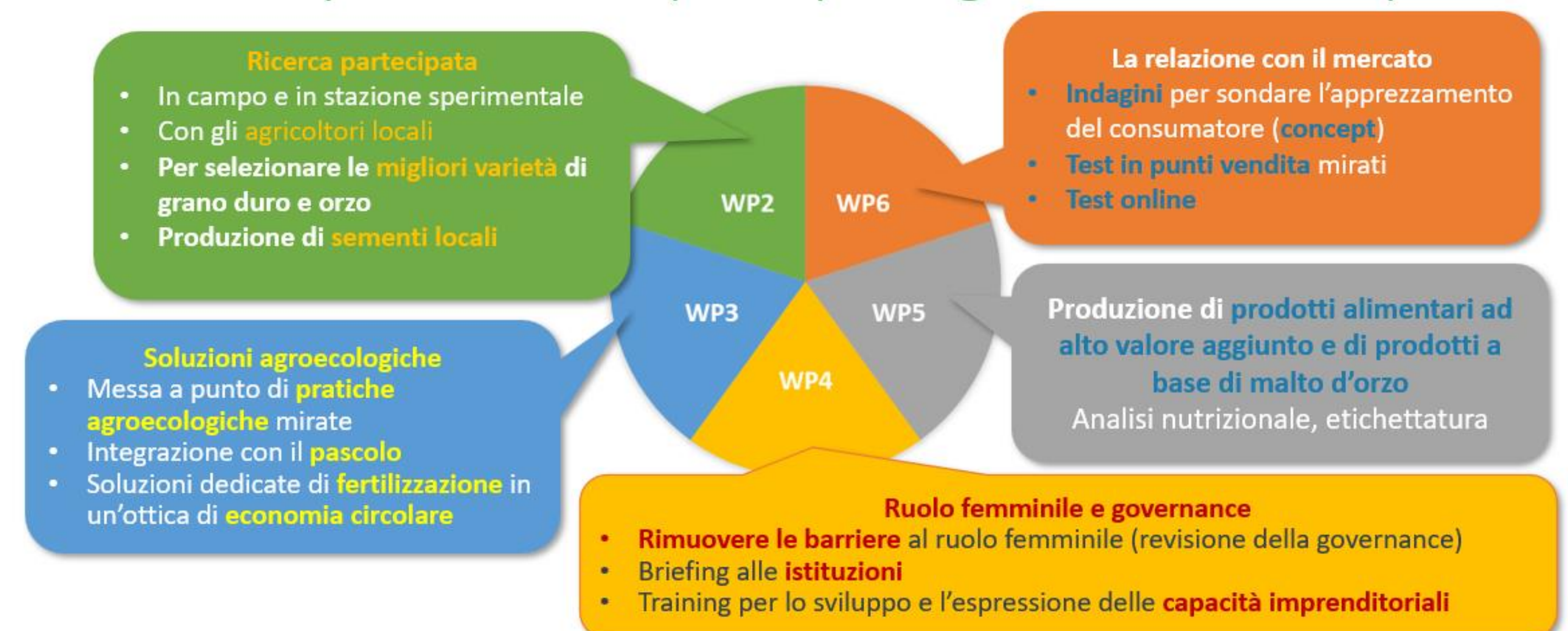
MountainHER si propone di rafforzare le **associazioni di donne** come fonte propulsiva della trasformazione agro-ecologica, con l'obiettivo di generare reddito **per le comunità agricole di montagna**. Nei due anni di esecuzione del progetto, 6 cooperative montane (in Algeria, Croazia, Italia, Libano, Marocco, Tunisia) sono state coinvolte nelle prove e selezioni delle varietà di grano duro e orzo più adatte a ciascun areale, ponendo le basi per una ripresa della coltivazione anche in zone dove questa era stata in parte abbandonata. Sono state sperimentate **tecniche agro-ecologiche** quali la semina su sodo, la bulatura, l'impiego di biostimolanti e «tè di compost», nonché, ante semina, di biochar. Contemporaneamente, parallelamente alla conduzioni di indagini di mercato, sono stati messi a punto i primi **prodotti imperniati sulle filiere prototipali** (sfarinati, pane, cous-cous, birra in Italia...), per le quali si stanno organizzando test di concetto tramite eventi dedicati.

Obiettivi



Il programma

Dal campo alla tavola (Workpackage dal n° 2 al n° 6)



PRIMA Foundation Grant Agreement 2112 Call 2021 Section 1 Farming IA

Metodi

Il progetto è condotto tramite un **approccio partecipativo** che coinvolge sia le fasi agricole che quelle di realizzazione e commercializzazione dei prodotti, nonché di rafforzamento reputazionale della cooperativa e superamento, ove presenti, di eventuali barriere al ruolo femminile.

La prima **indagine di mercato**, realizzata con la metodologia CAWI, ha coinvolto 200 consumatori per ciascuno dei sei Paesi coinvolti, segmentati per area, genere ed età. Ad essi sono stati mostrati esempi semplificati di etichette per prodotti come la pasta, il couscous, il pane, la birra, chiedendo di indicare le emozioni suscitate da ciascuna di esse.



Risultati

Recupero della coltivazione di cereali in montagna

Prodotti della Cooperativa di Rigoso (birra con acqua sorgiva, orzo perlato, sfarinati, focacce)

Business models e business planning

Indagine consumatori

D1. Please look at this image for a few seconds, carefully reading what you find written: what emotion do you feel?

Then choose three sensations from those listed here, those closest to your sensations.

THREE selections are compulsory

D2. Do you have any comments/suggestions to make about the image you just saw? (free open comments will be translated, commented, classified)

Couscous, punteggio immagini

Image	Score
Basic product Image 9	100
Soil, women Image 10	120
Fertilisers Image 11	117
Agroecology Image 12	121

Si ringraziano: **PRIMA foundation** e tutto il **partenariato**



<https://mel.cgiar.org/projects/mountainher>

