



MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE
ALIMENTARI E FORESTALI



ATLANTE DELLE RELAZIONI DI MERCATO DELL' IMPRESA AGRICOLA



**Il database degli indicatori territoriali della Rete Rurale Nazionale
come strumento per lo sviluppo, il monitoraggio e la valutazione
delle politiche di sviluppo rurale**

**PIANO STRATEGICO DELLO SVILUPPO RURALE
"L'AGRICOLTURA A BENEFICIO DI TUTTI"**



L'ATLANTE DELLE RELAZIONI DI MERCATO DELL'IMPRESA AGRICOLA

marzo 2012



**Documento prodotto nell'ambito della Rete Rurale Nazionale - Gruppi di Lavoro: Competitività e Giovani
MiPAAF COSVIR II e COSVIR V**

Responsabile del documento: Camillo Zaccarini Bonelli

Coordinamento del Progetto: Elisabetta Savarese

Redazione del documento: Flaminia Ventura

Elaborazioni: Laura Malvasi

Allegato: Bruno Massoli e Loredana De Gaetano

Gruppo di Lavoro: Flaminia Ventura, Elisabetta Savarese, Andrea Festuccia, Laura Malvasi, Elena Angela Peta



Sommario

L'ATLANTE DELLE RELAZIONI DI MERCATO DELL'IMPRESA AGRICOLA	9
Premessa: perché un atlante delle relazioni tra impresa agricola e mercato.....	9
Il <i>database</i> degli indicatori	11
1. L'accesso ai mercati in forma associata: aziende che aderiscono a organismi associativi	
economici/aziende totali.....	12
Confronto tra le Regioni e Province Autonome (PA): aziende che aderiscono a organismi associativi	
economici sul totale	14
Piemonte	17
Valle d'Aosta.....	18
Lombardia.....	19
Veneto	20
Friuli Venezia-Giulia.....	21
Provincia Autonoma (PA) di Trento.....	22
Provincia Autonoma (PA) di Bolzano.....	23
Liguria	24
Emilia-Romagna.....	25
Toscana.....	26
Umbria.....	27
Marche:	28
Lazio.....	29
Abruzzo.....	30
Molise.....	31
Sardegna.....	32
Campania.....	33
Puglia	34
Basilicata.....	35
Calabria.....	36
Sicilia	37
2. Aziende che Commercializzano a organismi associativi/aziende che commercializzano, anno 2007	38
Confronto tra le Regioni e Province Autonome (PA): aziende che Commercializzano a organismi	
associativi/aziende che commercializzano, anno 2007.....	42
Piemonte	45
Valle d'Aosta.....	46
Lombardia.....	47
Veneto	48
Friuli Venezia-Giulia.....	49
Provincia Autonoma (PA) di Trento.....	50
Provincia Autonoma (PA) di Bolzano.....	51
Liguria	52
Emilia-Romagna.....	53
Toscana.....	54
Umbria.....	55
Marche.....	56
Lazio.....	57
Abruzzo.....	58
Molise.....	59
Sardegna.....	60
Campania.....	61
Puglia	62



Basilicata.....	63
Calabria.....	64
Sicilia:.....	65
3. L'integrazione contrattuale tra agricoltura e industria: aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali/aziende che commercializzano.....	66
Confronto tra le Regioni e Province Autonome (PA): aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali/aziende che commercializzano, anno 2007.....	70
Piemonte.....	73
Valle d'Aosta.....	74
Lombardia.....	75
Veneto.....	76
Friuli Venezia-Giulia.....	77
Provincia Autonoma (PA) di Trento.....	78
Provincia Autonoma (PA) di Bolzano.....	79
Liguria.....	80
Emilia-Romagna.....	81
Toscana.....	82
Umbria.....	83
Marche.....	84
Lazio.....	85
Abruzzo.....	86
Molise.....	87
Sardegna.....	88
Campania.....	89
Puglia.....	90
Basilicata.....	91
Calabria.....	92
Sicilia.....	93
4. L'integrazione verticale aziendale produzione-trasformazione: aziende che commercializzano prodotti trasformati/aziende che commercializzano.....	94
Confronto tra le Regioni e le Province Autonome (PA) aziende che commercializzano prodotti trasformati/aziende che commercializzano, anno 2007.....	97
Piemonte.....	100
Valle d'Aosta.....	101
Lombardia.....	102
Veneto.....	103
Friuli Venezia Giulia.....	104
Provincia Autonoma (PA) di Trento.....	105
Provincia Autonoma (PA) di Bolzano.....	106
Liguria.....	107
Emilia-Romagna.....	108
Toscana.....	109
Umbria:.....	110
Marche.....	111
Lazio.....	112
Abruzzo.....	113
Molise:.....	114
Sardegna.....	115
Campania.....	116
Puglia.....	117
Basilicata.....	118
Calabria.....	119



Sicilia	120
5. Integrazione contrattuale di filiera agricoltura-distribuzione: Aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali/aziende che commercializzano	121
Confronto tra le Regioni e Province Autonome (PA) aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali/aziende che commercializzano, anno 2007	124
Piemonte	127
Valle d’Aosta	128
Lombardia	129
Veneto	130
Friuli Venezia-Giulia	131
Provincia Autonoma di Trento	132
Provincia Autonoma di Bolzano	133
Liguria	134
Emilia-Romagna	135
Toscana	136
Umbria	137
Marche	138
Lazio	139
Abruzzo	140
Molise	141
Sardegna	142
Campania	143
Puglia	144
Basilicata	145
Calabria	146
Sicilia	147
6. La Filiera Corta produttore–consumatore: aziende con vendita diretta al consumatore/aziende che commercializzano, anno 2007	148
Confronto tra le Regioni e Province Autonome (PA) aziende con vendita diretta al consumatore / aziende che commercializzano, anno 2007	151
Piemonte	154
Valle d’Aosta	155
Lombardia	156
Veneto	157
Friuli Venezia-Giulia	158
Provincia Autonoma (PA) di Trento	159
Provincia Autonoma (PA) di Bolzano	160
Liguria	161
Emilia-Romagna	162
Toscana	163
Umbria	164
Marche	165
Lazio	166
Abruzzo	167
Molise	168
Sardegna	169
Campania	170
Puglia	171
Basilicata	172
Calabria	173
Sicilia	174
7. La vendita “online”: aziende che fanno uso di commercio elettronico/aziende che commercializzano..	175



Confronto tra le Regioni e Province Autonome (PA) aziende che fanno uso di commercio elettronico/aziende che commercializzano, anno 2007	177
Piemonte	181
Valle d' Aosta	182
Lombardia:.....	183
Veneto	184
Friuli Venezia-Giulia:.....	185
Provincia Autonoma (Pa) di Trento	186
Provincia Autonoma (PA) di Bolzano.....	187
Liguria	188
Emilia-Romagna.....	189
Toscana	190
Umbria	191
Marche.....	192
Lazio	193
Abruzzo	194
Molise	195
Sardegna	196
Campania.....	197
Puglia	198
Basilicata.....	199
Calabria.....	200
Sicilia	201
Conclusioni	202
Allegato: il DB indicatori territoriali della RRN	205
Il <i>database</i>	205
La fonte dei dati e la metodologia di aggiornamento delle variabili.....	205
L'indicatore di sintesi.....	207
La costruzione dell'indice sintetico	208
L'elenco dei pesi	208



L'ATLANTE DELLE RELAZIONI DI MERCATO DELL'IMPRESA AGRICOLA

Premessa: perché un atlante delle relazioni tra impresa agricola e mercato.

L'obiettivo "Competitività" del sistema delle produzioni agro-alimentari ha costituito e costituisce ancora oggi il cuore della strategia dell'intervento pubblico per il settore a livello sia comunitario che nazionale. Le politiche nazionali per la competitività del settore agricolo ed agro-industriale hanno puntato sulla valorizzazione della qualità delle nostre produzioni, una qualità legata a caratteristiche intrinseche del prodotto derivanti dalla vocazione stessa del territorio e dalla competenza e della capacità degli agricoltori e delle imprese di trasformazione di esaltare tali caratteristiche attraverso processi legati alla tradizione ed all'"arte della località" cioè a quel "saper fare artigianale" che non è codificato, ma deriva da una cultura diffusa sul territorio. Il sistema di *agri-marketing* italiano, il *Made in Italy* agro-alimentare è stato ed è ancora oggi il più grande sistema di qualità al mondo, e non solo per il numero di prodotti di qualità riconosciuti e certificati, ma per l'estensione degli areali di produzione, per le sue dimensioni economiche e per la diffusione dei suoi prodotti sui mercati interni e su quello globale. Questo primato, viene sostenuto da azioni di consolidamento del *Made in Italy* nei mercati tradizionali e di promozione in quelli dei Paesi ad economia emergente, anche attraverso la realizzazione di numerosi Atlanti sui prodotti italiani di qualità che ne descrivono caratteristiche, storia ed anche modalità di degustazione ed uso.

Tuttavia la qualità da sola non sembra più essere sufficiente a garantire quel differenziale di prezzo che consente ai produttori di far fronte a costi sempre crescenti dei fattori della produzione e dei mezzi tecnici. Un differenziale di prezzo che sconta la concorrenza sempre più aggressiva di nuovi Paesi esportatori dove le regole del sistema sociale ed economico consentono una remunerazione dei fattori Lavoro e Terra spesso di molto inferiore a quanto avviene nell'Unione Europea. A questo si aggiunge una crescente segmentazione del mercato rispetto alla percezione di qualità soprattutto alla sua componente in servizi, ivi inclusi quelli *post* vendita. Si tratta di una segmentazione che va di pari passo con l'aumentare delle dimensioni fisiche e geografiche del mercato in un contesto di economia globale e che quindi richiede sempre nuove diversificate caratterizzazioni del prodotto all'interno di un *mix* segmento/mercato variabile non più solo nel tempo, ma anche nello spazio, e di conseguenza una crescente specializzazione dei servizi. Tutto ciò conduce ad una ridefinizione del concetto stesso di competitività dove la componente "servizio" gioca un ruolo paritetico a quello della qualità del prodotto e/o del processo e dove assume un ruolo strategico la possibilità di realizzare economie di scala in questo segmento, ovvero nelle fasi a monte ed a valle della produzione.

Le sole caratteristiche intrinseche del prodotto non bastano più. La sfida della sostenibilità delle attività economiche sposta l'attenzione dal prodotto ai processi attraverso i quali questi vengono ottenuti ed alla loro "qualità" rispetto all'ambiente naturale ed a quello sociale. Esiste una maggiore attenzione ai comportamenti degli operatori economici ed una corresponsabilizzazione di questi all'interno delle filiere, delle catene di approvvigionamento attraverso le quali il prodotto agricolo transita nel suo percorso "*Farm to Fork* - dal campo alla forchetta". Vi è una nuova consapevolezza della interdipendenza dei processi all'interno di una stessa filiera e sempre più all'interno di uno stesso territorio e del sistema economico nel suo complesso.

Questo Atlante cerca di superare il concetto stesso di filiera individuando le diverse relazioni che legano l'impresa agricola al sistema di *agri-marketing*, intendendo con questo "quel complesso di attori economici ed istituzionali che partecipano alla produzione ed all'immissione sul mercato del prodotto agricolo ed alimentare", relazioni che determinano sia l'organizzazione sia il comportamento delle imprese agricole. Se per competitività intendiamo la capacità di rispondere "meglio" e "prima" degli altri attori economici che operano su un mercato ormai sempre più allargato alle necessità della società civile (che si manifestano attraverso le richieste dei cittadini consumatori), l'esistenza di relazioni forti che portano a comportamenti coerenti e sinergici degli attori del sistema nel provvedere a tali risposte diviene la variabile chiave della competitività. Sono queste relazioni, questi legami che abbiamo inteso approfondire in questo Atlante, seppure limitatamente al dato quantitativo statistico, al fine di dare un primo quadro della presenza e rilevanza nel sistema di *agri-marketing* italiano di quella varietà di relazioni impresa-mercato che sempre



più caratterizza il settore agro-alimentare. L'aumento delle dimensioni fisiche del mercato, la variabilità dei comportamenti di consumo e la conseguente sua segmentazione, l'incremento dei canali distributivi favorito dal veloce sviluppo delle moderne tecnologie di informazione e comunicazione telematica, vedono anche l'impresa agricola al centro di una fitta rete di relazioni multicanale e multilivello, attraverso la quale avvengono transazioni con diversi soggetti del sistema e con attori di filiere anche se molto diversificate in termini di dimensioni. Sempre più di frequente, infatti, l'impresa agricola stabilisce relazioni multiple sul mercato dei prodotti e servizi, (ma anche in quello dei fattori di produzione) dove la controparte dello scambio è, di volta in volta, l'utilizzatore finale del prodotto, l'intermediario di una catena lunga e complessa di trasferimento al consumatore. Una condizione, che se da una parte permette all'impresa agricola di adottare strategie cosiddette di "portafoglio", dove la diversificazione delle produzioni e dei canali consentono una riduzione dei rischi d'impresa e di mercato, dall'altra parte rende necessario un nuovo sistema di servizi a partire dall'assistenza tecnica all'accesso al mercato del credito.

L'Atlante riporta quindi un quadro quantitativo, delle diverse modalità con le quali le imprese agricole si relazionano attualmente con il mercato:

- l'integrazione verticale di tipo associativo nella quale l'impresa agricola demanda la commercializzazione del prodotto ad una impresa di cui è socia;
- l'integrazione di tipo contrattuale con i segmenti a valle della filiera e cioè con l'industria di trasformazione e con la distribuzione;
- l'integrazione verticale propriamente detta nella quale l'impresa internalizza la funzione di mercato della trasformazione e commercializza il prodotto trasformato attraverso le forme relazionali precedenti o direttamente sul mercato spot;
- la vendita diretta al consumatore che oggi viene comunemente definita "filiera corta" attraverso la quale l'impresa agricola commercializza direttamente le proprie produzioni sia in un punto vendita aziendale, sia nei mercati al consumo e "dei contadini" e sia in sede mobile;
- la vendita *online* che costituisce una forma tecnologicamente avanzata di "filiera corta" dove il cliente può essere sia il consumatore finale (*business-consumer*) sia un'altra impresa utilizzatrice della filiera (*business to business*) come ad esempio quelle la ristorazione dove sempre più diffuso l'acquisto di prodotti locali direttamente dall'agricoltore.

L'analisi, sebbene con diversi limiti, può costituire la base di partenza di quelle politiche di integrazione strategica tra le varie componenti del sistema attraverso la quale si crea una nuova consapevolezza che l'interesse della singola impresa diviene l'interesse collettivo del sistema e si riducono comportamenti speculativi che riducono la trasparenza delle relazioni tra impresa e mercato a danno principalmente dei due segmenti più deboli agricoltori e consumatori.

Queste politiche sono oggi al centro dell'azione pubblica sia dell'Unione Europea sia dell'Italia. La proposta per il nuovo regolamento per lo sviluppo rurale¹ individua come Priorità 3 "la promozione dell'organizzazione della catena alimentare" finalizzata proprio al miglioramento delle relazioni tra agricoltura e mercato. Priorità che viene perseguita proprio attraverso il sostegno delle forme di *governance* di queste relazioni che sono oggetto del presente Atlante: il rafforzamento delle organizzazioni dei produttori e, di conseguenza, dell'integrazione di tipo associativo; l'economia contrattuale, attraverso la promozione dell'adesione degli agricoltori a sistemi di qualità volontari che riducano i costi di transazione negli scambi tra agricoltura e industria e agricoltura e distribuzione; ed infine la filiera corta e lo sviluppo di mercati locali. Il recente Decreto legislativo "Liberalizzazioni"² introduce nuove regole relative all'economia contrattuale finalizzate ad aumentare la trasparenza e l'efficienza nei rapporti di filiera, eliminare i comportamenti scorretti e speculativi, tutelare maggiormente gli operatori, migliorare la gestione finanziaria dei rapporti.

¹ COM (2011) 627 finale de 12 ottobre 2011

² DL 24 gennaio 2012, n. 1, recante disposizioni urgenti per la concorrenza, lo sviluppo delle infrastrutture e la competitività.



Il database degli indicatori

La fonte dei dati utilizzata è quella del database “Indicatori Agricoli Territoriali” sviluppato dalla Rete Rurale Nazionale (RRN) e presentato in occasione del *workshop “Monitoraggio e valutazione in itinere, servizi e supporti metodologici della Rete Rurale Nazionale a partire dall’analisi delle VAS, dal documento sui baseline indicators e dal DB indicatori territoriali”* tenutosi a Roma il 24 giugno 2010³.

I dati disponibili sono stati elaborati per le annualità 2000, 2005 e 2007 e per le quattro aree del Piano Strategico Nazionale (PSN) di seguito riportate:

- A - Poli Urbani;
- B - Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata;
- C - Aree rurali intermedie;
- D - Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo.

Il presente Atlante è funzionale a rispondere alle seguenti domande valutative:

- Dove sono e quante aziende sono nelle organizzazioni economiche dei produttori?
- Quante aziende commercializzano attraverso forme associative, dove sono localizzate e quale è stata la loro dinamica?
- Dove sono le aziende che hanno scelto l’integrazione contrattuale con imprese di trasformazione?
- Dove e quante sono le aziende che hanno scelto l’integrazione verticale in azienda e trasformano direttamente i propri prodotti?
- Dove sono le aziende che hanno scelto l’integrazione contrattuale con imprese della distribuzione?
- Dove e quante sono le aziende che hanno scelto la filiera corta come modalità di commercializzazione?
- Quante sono le aziende che hanno introdotto l’e-commerce?

Gli indicatori utilizzati per mappare le modalità di integrazione verticale ed il grado di sviluppo del sistema di agri-marketing italiano sono stati:

1. Aziende che aderiscono a organismi associativi economici/Aziende totali;
2. Aziende che commercializzano a organismi associativi/Aziende che commercializzano;
3. Aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali/Aziende che commercializzano;
4. Aziende che commercializzano prodotti trasformati/Aziende che commercializzano;
5. Aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali/Aziende che commercializzano;
6. Aziende con vendita diretta al consumatore/Aziende che commercializzano;
7. Aziende che fanno uso di commercio elettronico/Aziende totali.

L’obiettivo è di fornire uno strumento di facile consultazione su un argomento cruciale per il futuro della competitività aziendale prendendo in esame un numero ristretto di indicatori a nostro avviso significativi per territorializzare il fenomeno, che di seguito si riportano:

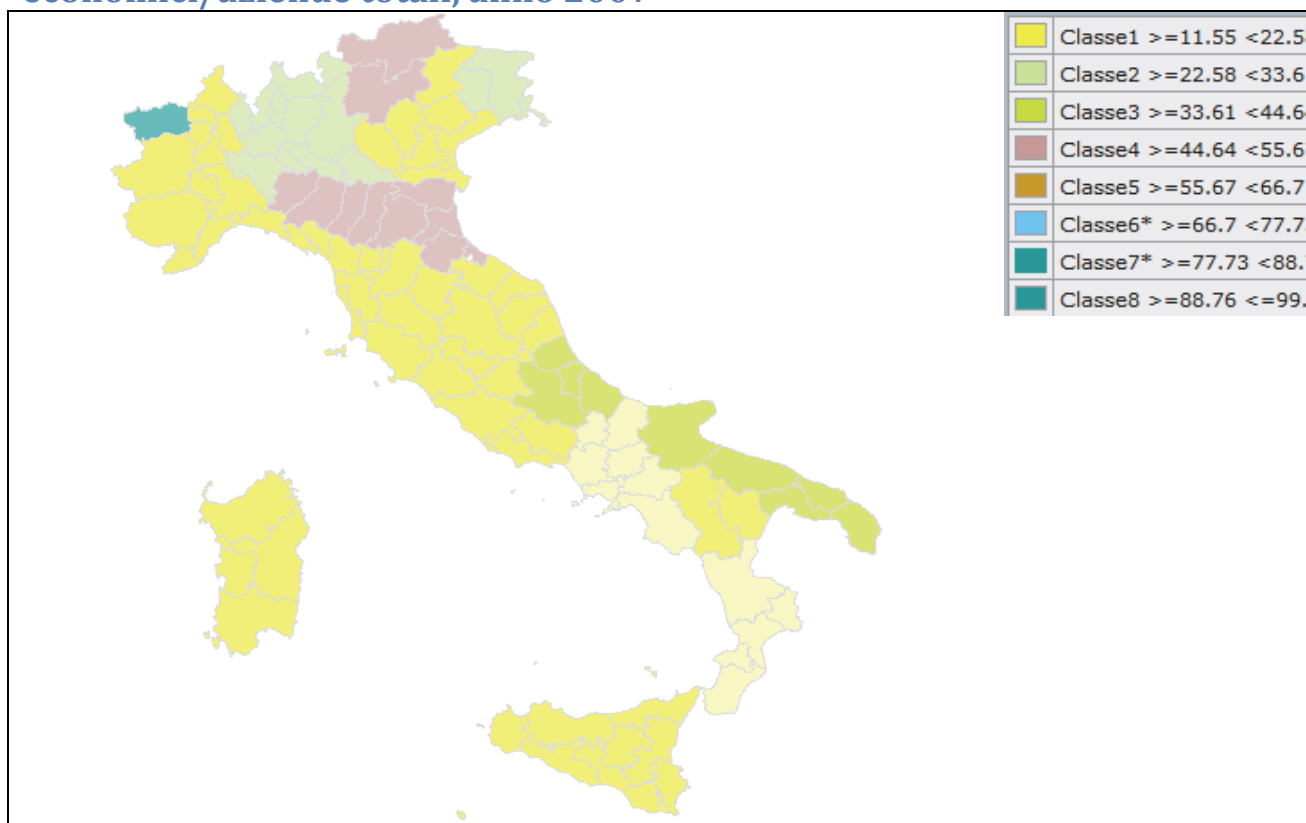
- Italia – mappa – aree PSN e andamento 2000-2007- macro aree;
- Confronto Regioni e aree PSN;
- Regioni – mappa e confronto 2000-2007.

³ Per maggiori dettagli si veda l’Allegato 1.

1. L'accesso ai mercati in forma associata: aziende che aderiscono a organismi associativi economici/aziende totali

Le relazioni tra impresa e mercato riguardano sia la sua funzione di approvvigionamento sia quella di commercializzazione del prodotto. In entrambi i casi il superamento della piccola dimensione che caratterizza la struttura produttiva agricola italiana, attraverso forme di concentrazione di tipo associativo, svolge l'importante ruolo nelle transazioni di mercato sia in termini quantitativi e sia qualitativi. Nel primo caso, infatti, possono raggiungere sia "masse critiche" di *input* domandati e/o di prodotti offerti, si possono generare economie di scala soprattutto nei servizi necessari al buono svolgimento delle transazioni (come condizionamento del prodotto, logistica, trasporti, ricorso al mercato dei capitali ecc), ed al tempo stesso avere un aumento del potere negoziale dell'agricoltore nei confronti degli altri segmenti della filiera. In termini qualitativi, invece, l'appartenenza a strutture associative dell'impresa agricola ne favorisce le scelte strategiche ed operative inerenti le transazioni di mercato, fornendole un'informazione migliore ed a basso costo relative sia al mercato dei mezzi di produzione sia a quello dei prodotti e dei servizi offerti e sia sulle relative innovazioni. La concentrazione dell'offerta, attraverso forme associazionistiche nelle quali vi è una partecipazione imprenditoriale dell'agricoltore come le cooperative e le Organizzazioni di Produttori (OP), trasferisce a questo segmento della filiera la funzione di standardizzazione delle produzioni richieste dal cliente (in particolare l'industria utilizzatrice) consentendo il mantenimento, a livello di produzione, di scelte colturali e tecniche più appropriate all'ambiente locale.

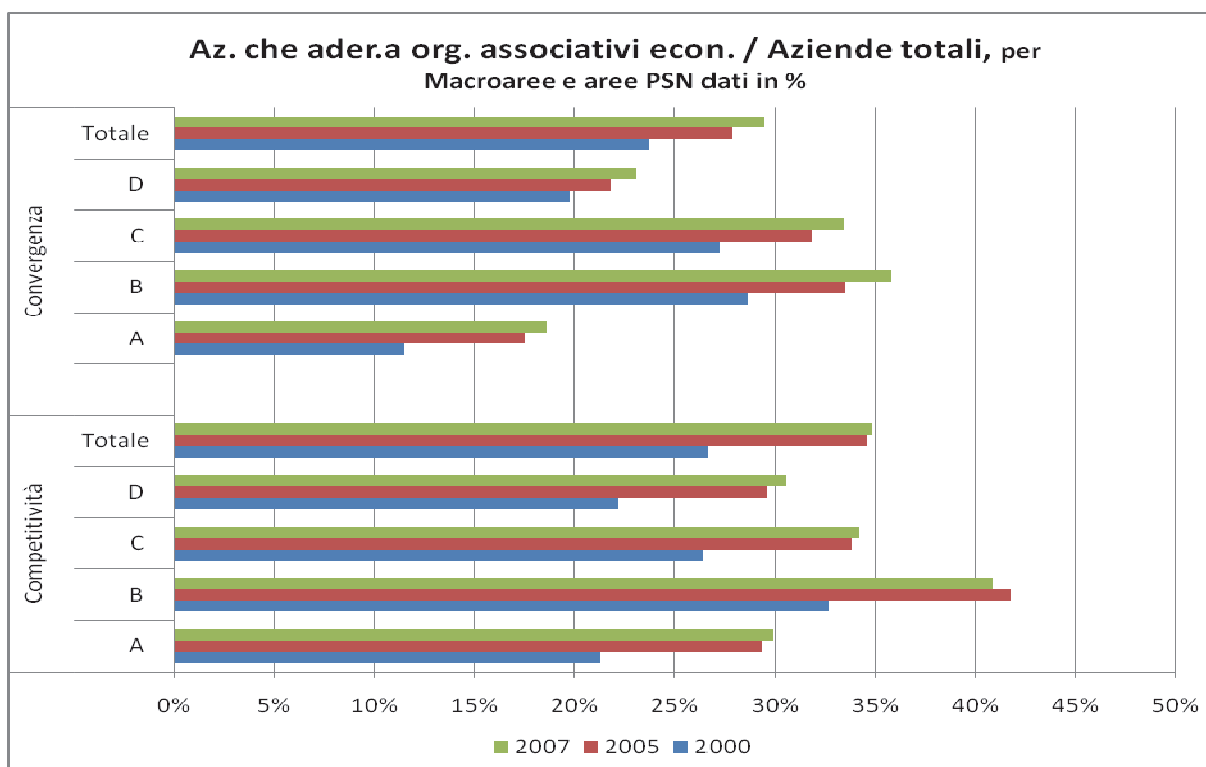
Figura Italia: aziende che aderiscono a organismi associativi economici/aziende totali, anno 2007



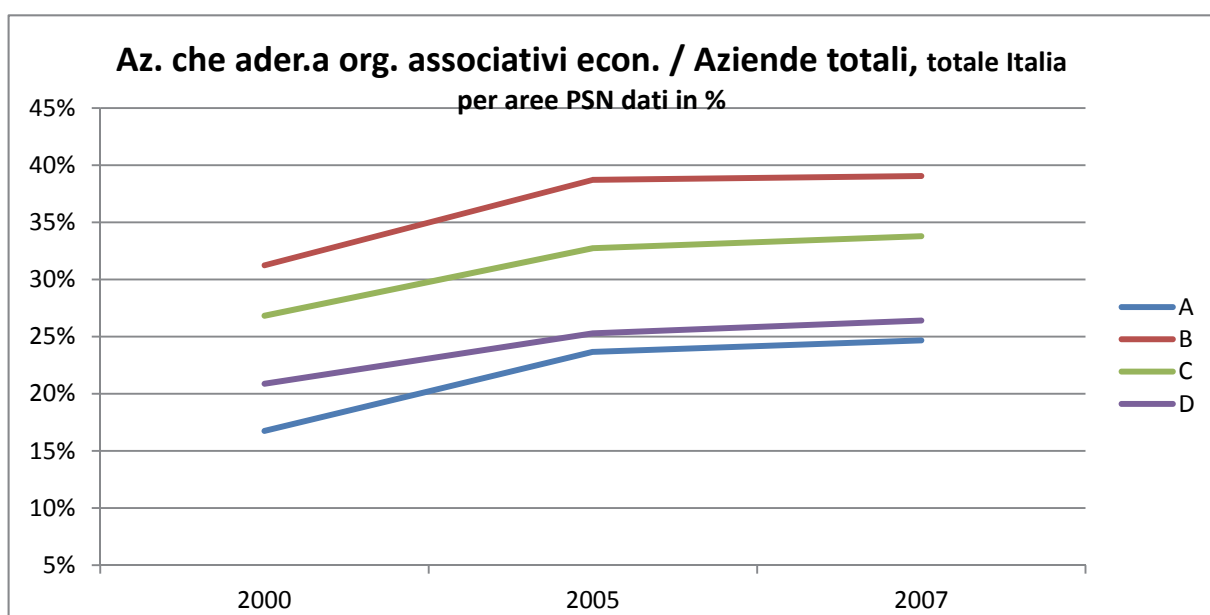
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Nonostante i vantaggi che possono derivare all'impresa agricola dall'adesione ad organismi associativi economici, il numero di imprese agricole che hanno effettuato questa scelta in Italia nel 2007 rimane piuttosto ridotto, pari al 32,5% del totale. Tuttavia cresce la consapevolezza di tali vantaggi come testimonia l'incremento dell'indicatore rispetto alle due rilevazioni precedenti 2000 e 2005 sia nelle macroaree Obiettivo Convergenza e Competitività sia nelle zone individuate dal Piano Strategico Nazionale come riportato nei due grafici sottostanti.

La percentuale maggiore di aziende che aderiscono ad organismi associativi si riscontra nelle aree B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) dell'area Obiettivo Competitività (41%), seguita dalla stessa zona in area Obiettivo Convergenza (36%). Sempre in area Obiettivo Competitività si ha un incremento maggiore tra il 2000 ed il 2007 (pari in media all'8,4%) e il cui valore massimo (9%) si riscontra nella zona A cioè Poli Urbani. Un notevole incremento (8,2%) contraddistingue anche le zone interne D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) dell'area Obiettivo Competitività, dove la componente servizi per il mercato ha una grande rilevanza sulle performance dell'impresa, in termini sia di riduzione dei costi di produzione e di transazione sia di possibilità di raggiungere mercati geograficamente distanti, come i grandi centri urbani che possono meglio remunerare la qualità delle produzioni.



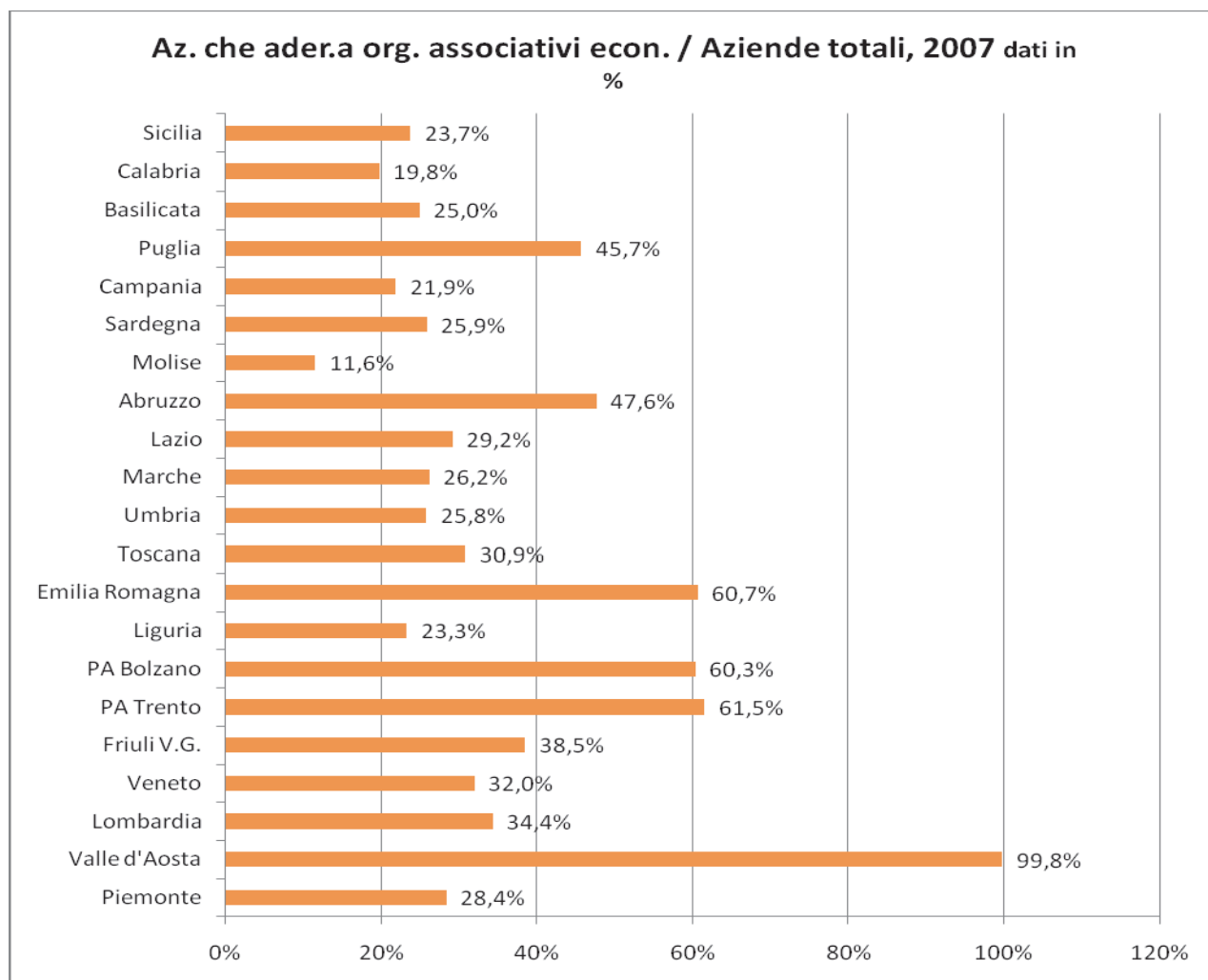
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Confronto tra le Regioni e Province Autonome (PA): aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale

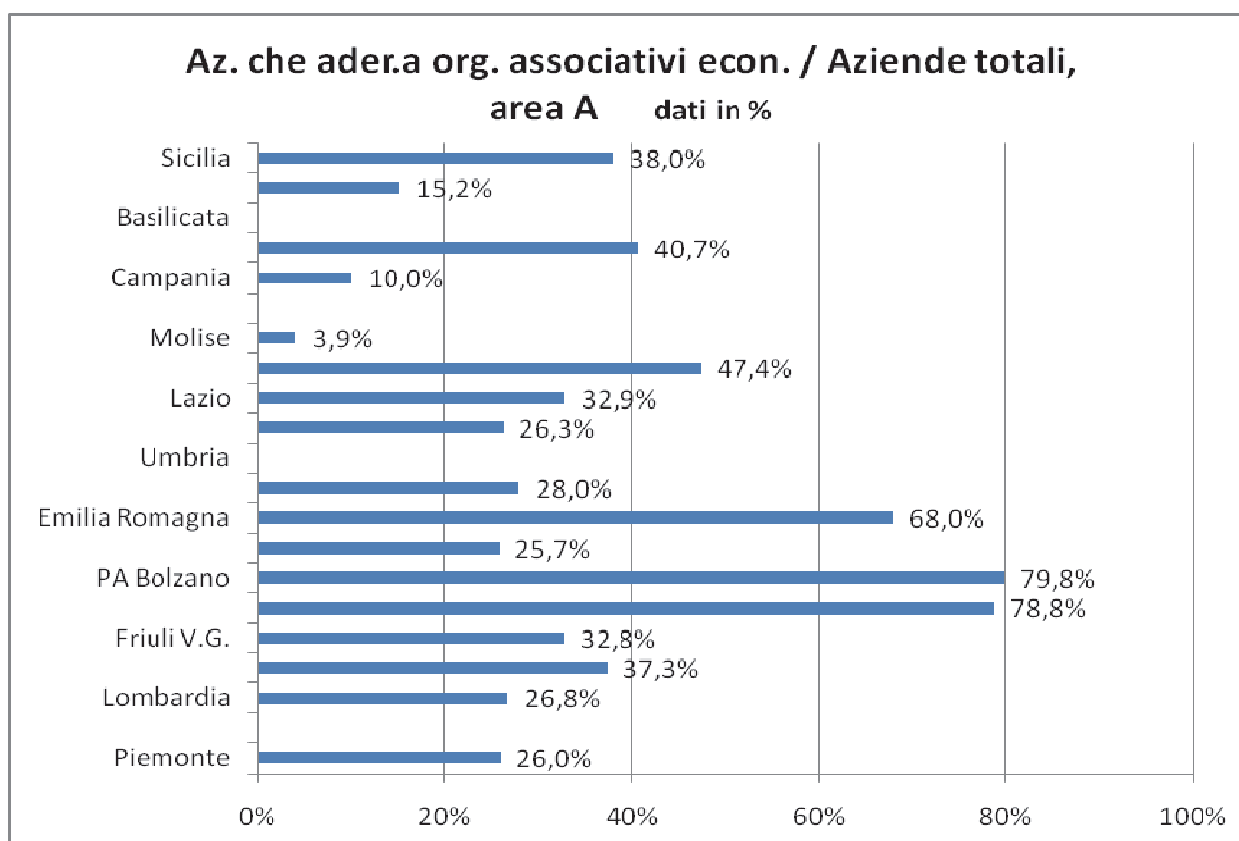
La diversità nella propensione delle imprese agricole all'associazionismo appare ancora più evidente nel confronto tra le diverse Regioni e Province Autonome: si passa da un valore dell'indicatore pari al 99,8% della Val d'Aosta all'11% del Molise.



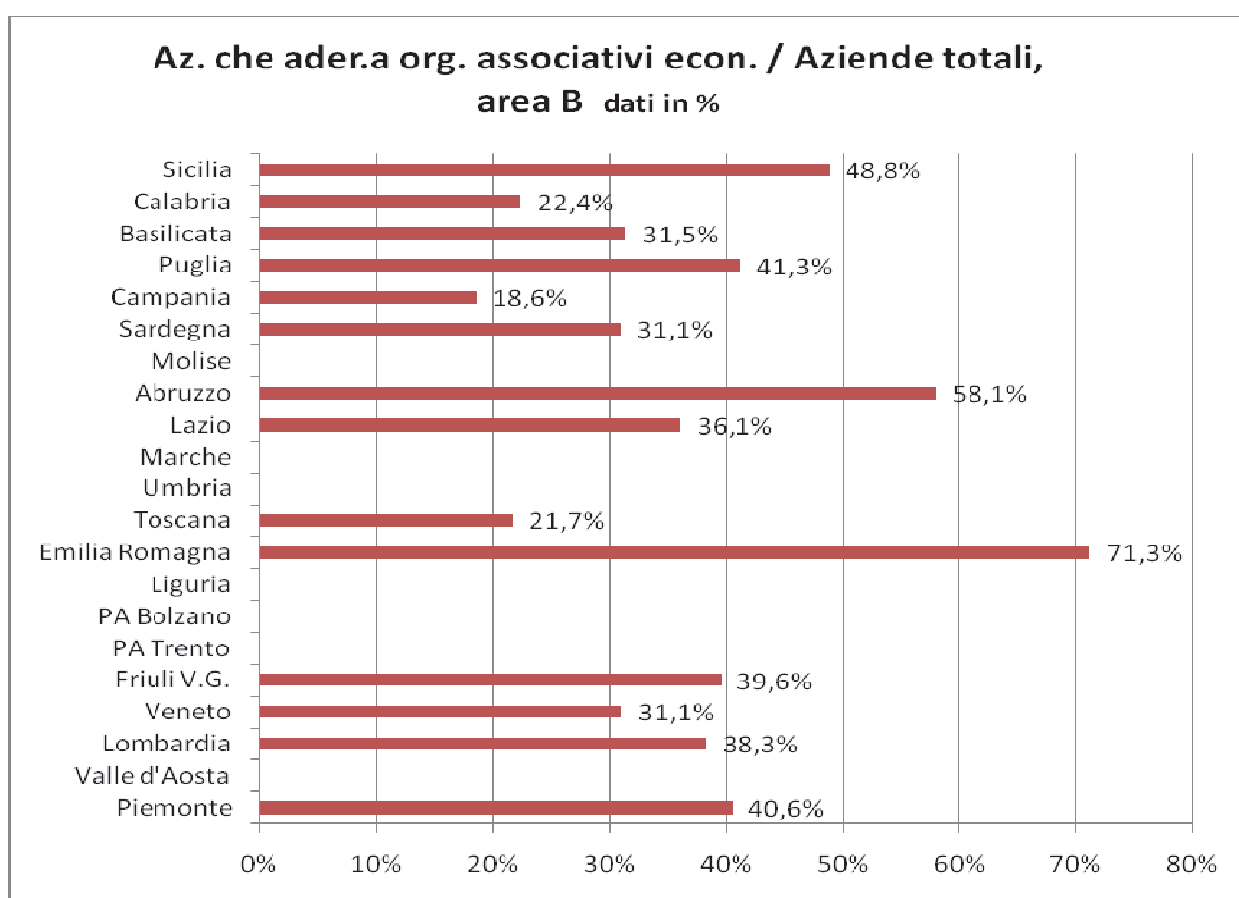
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Il valore è più elevato ($\geq 60\%$) in tutte quelle Regioni e Province Autonome dove la cooperazione ha tradizioni storiche molto radicate e legate alla presenza di qualità riconosciuta e certificata, sia freschi sia trasformati, come l'Emilia Romagna e le Province Autonome di Trento e Bolzano. Nel meridione d'Italia il valore dell'indicatore risulta più elevato in quelle regioni come Abruzzo e Puglia (45 e 47% rispettivamente) caratterizzate da produzioni come quella vitivinicola ed ortofrutticola, dove l'associazionismo ha gestito e gestisce i grandi volumi di prodotto che derivano dalla vocazionalità di queste aree per tali produzioni.

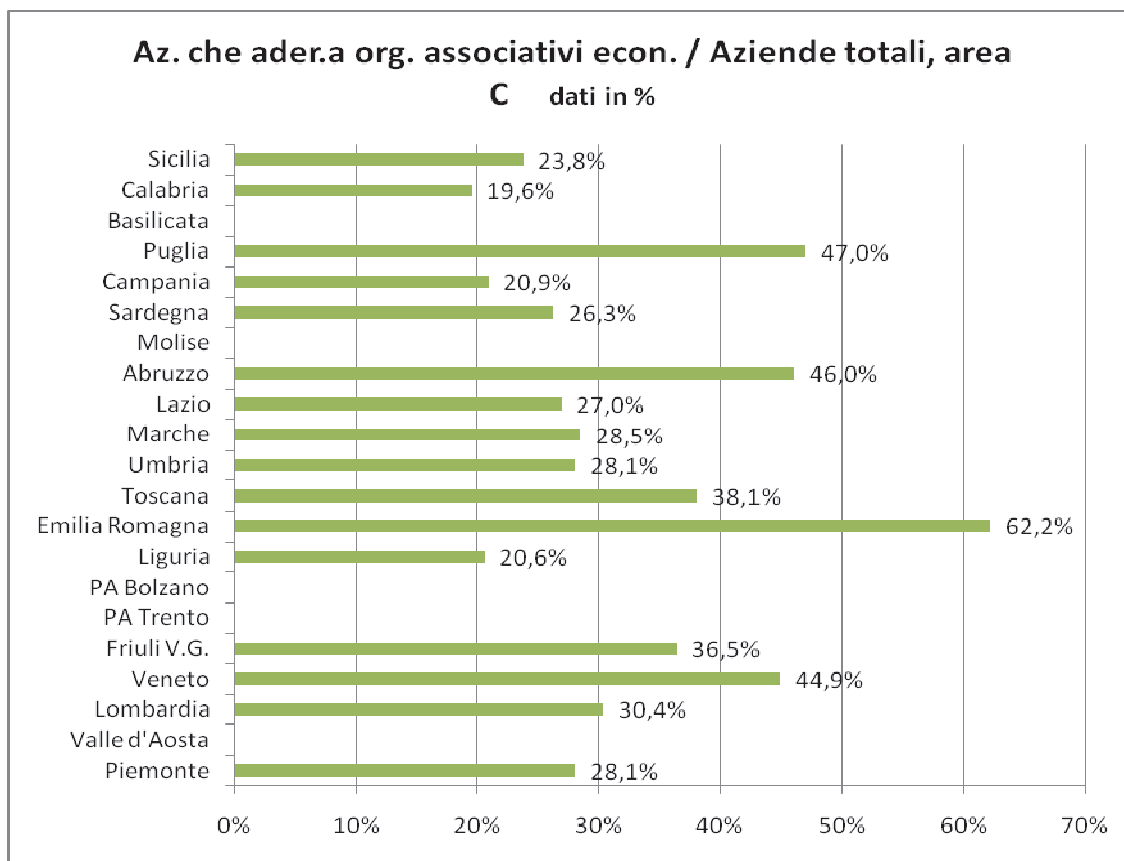
Non c'è una significativa diversità di comportamento all'interno di una stessa Regione rispetto alle zone della territorializzazione del PSN, anche se, come è logico aspettarsi, i valori maggiori dell'indicatore si riscontrano nelle aree B con agricoltura intensiva e specializzata. Nelle due pagine seguenti sono riportate, sempre per il 2007, il valore dell'indicatore per Regione/Province Autonome e per aree rurali del PSN.



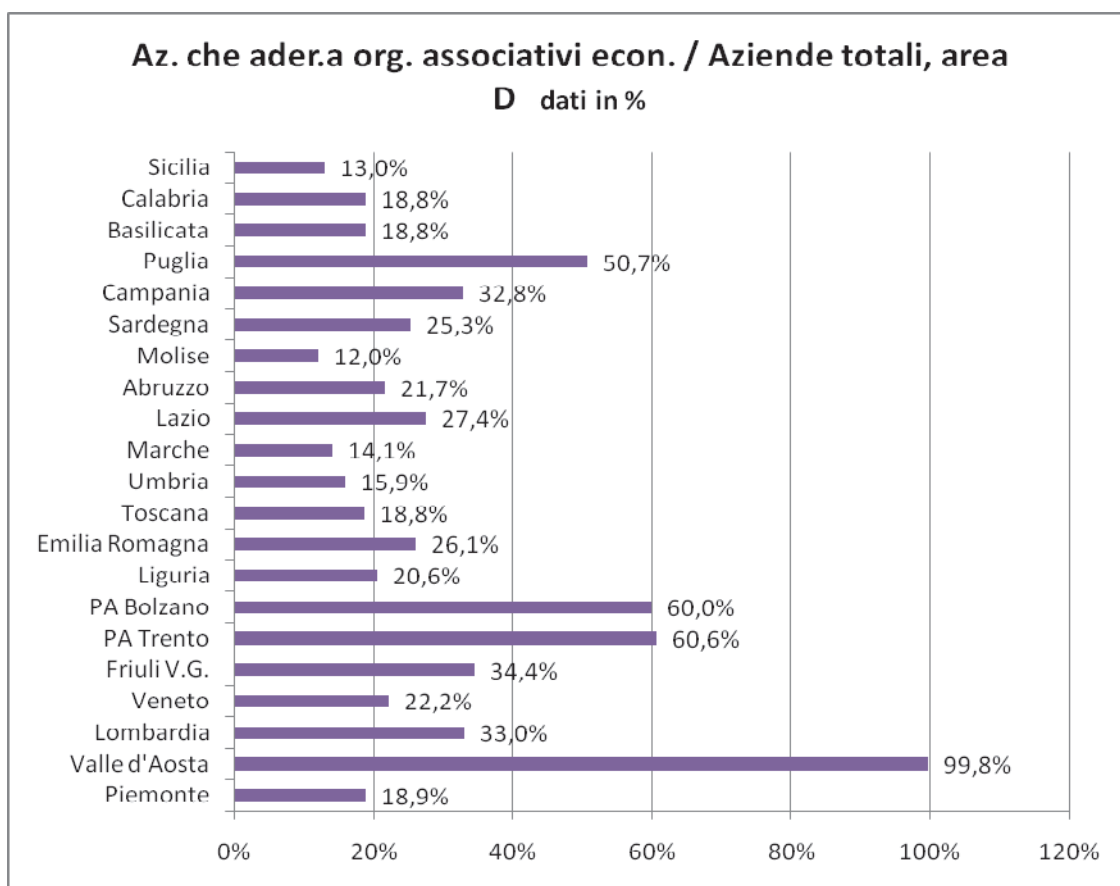
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

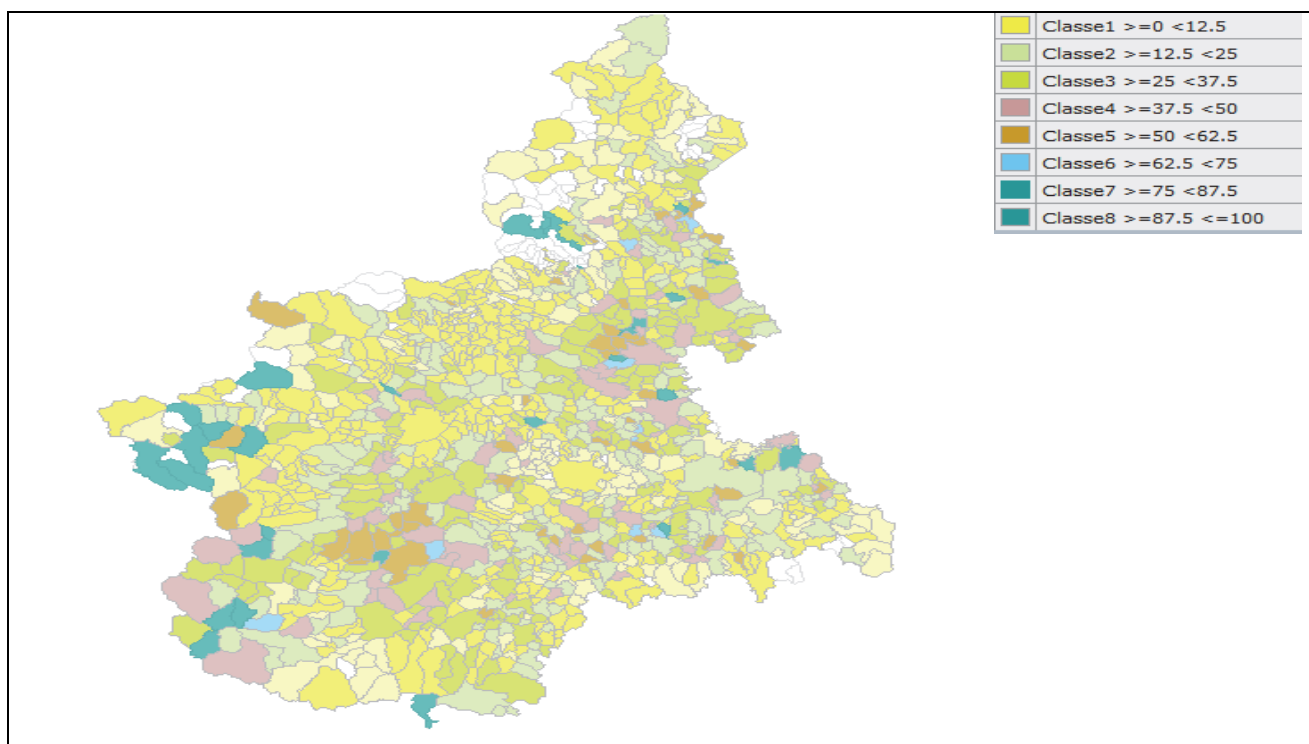


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



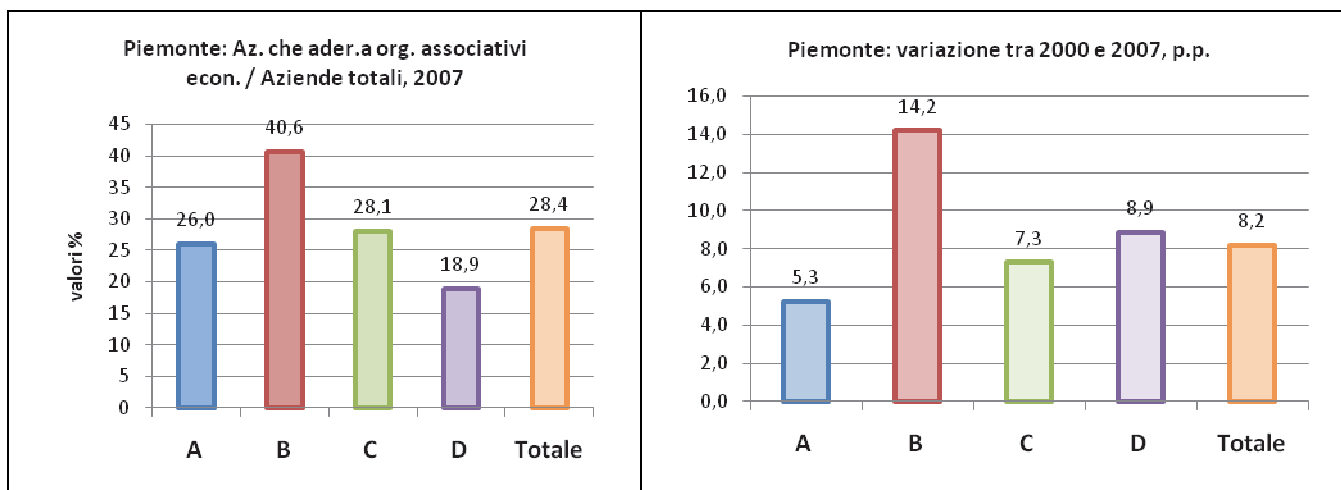
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Piemonte



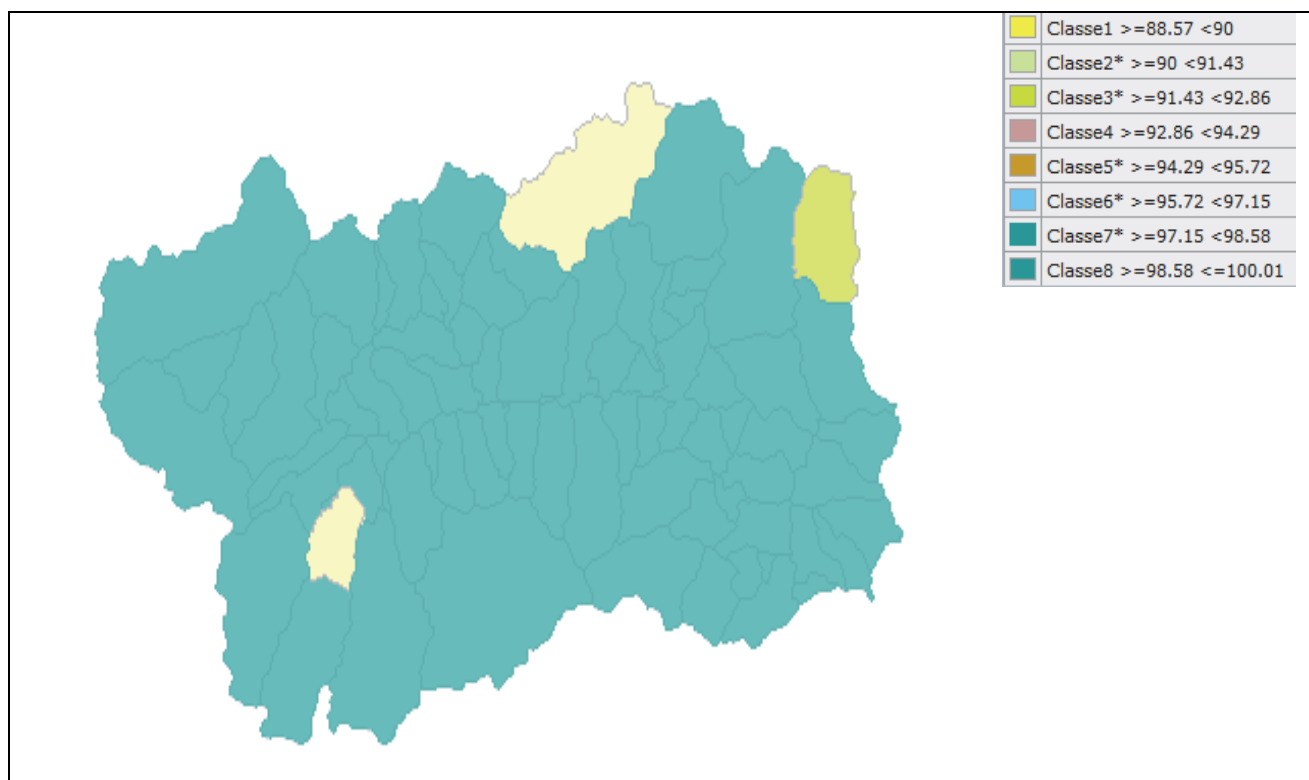
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Piemonte, nel 2007, l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici, sul totale delle aziende, è stata pari al 28,4%, inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 32,2% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (34,8%). La presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici, tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 8,2%; questo fenomeno è dovuto ad un maggiore aumento nel periodo considerato di queste aziende (4,7%) rispetto alle aziende totali che hanno subito una riduzione (-25,4%). In termini assoluti il maggior numero di aziende che aderiscono a organismi associativi economici è nella zona C (Aree rurali intermedie) con quasi 12.000 unità. Mentre in termini % sul totale la maggiore presenza è nelle aree B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) (40,6%). Un esame del *trend* (2000-2007) dell'indicatore evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione si registra nelle zone ad agricoltura intensiva in cui l'incidenza delle aziende che aderiscono a organizzazioni associative economiche sul totale è passata dal 26,4% al 40,6%.



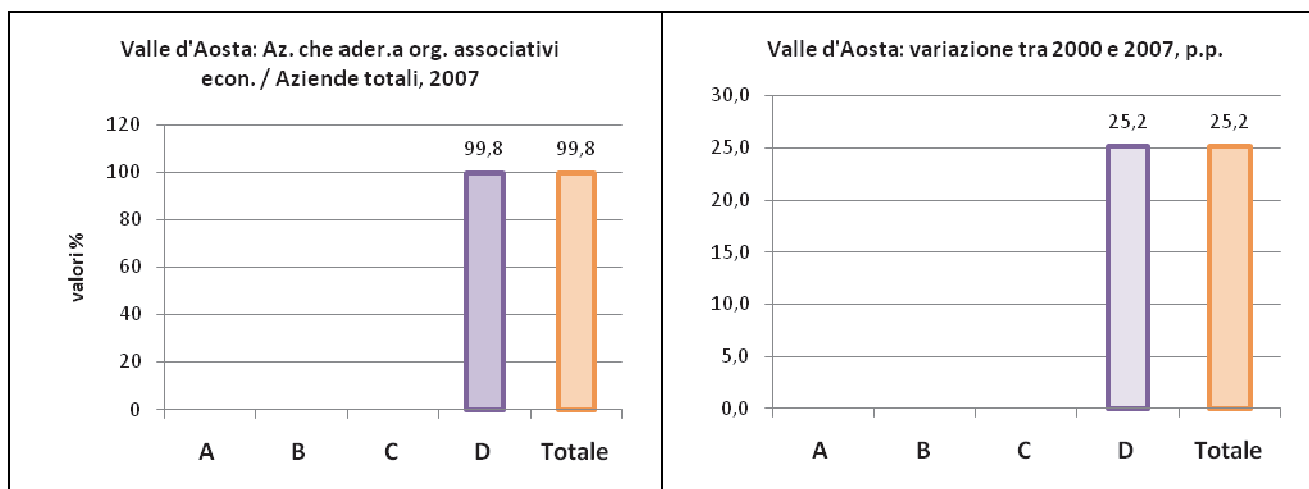
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Valle d'Aosta



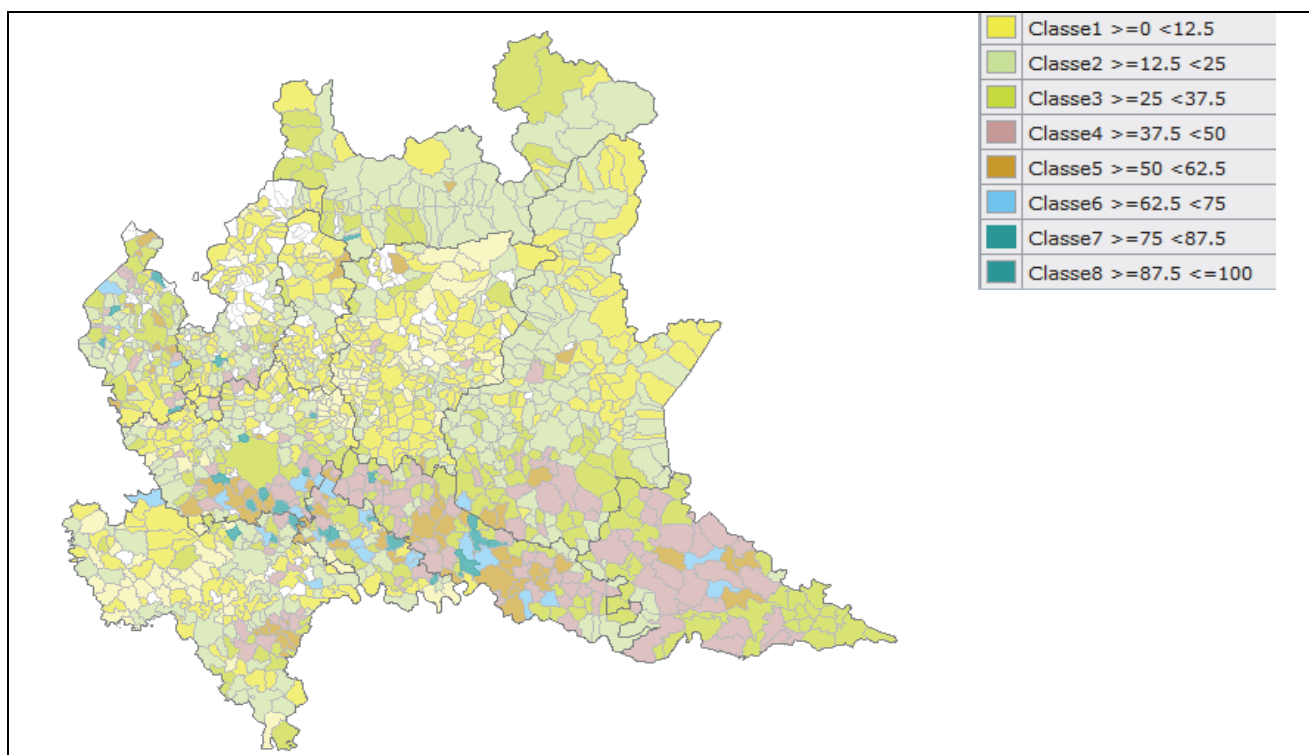
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

La Valle d'Aosta, nel 2007, è stata la Regione con il valore dell'indicatore maggiore: l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale delle aziende è stata pari al 99,8%, superiore nello stesso anno alla media nazionale (pari al 32,2%) e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (34,8%). La presenza di aziende che aderiscono ad organismi associativi economici tra il 2000 e il 2007 è aumentata del 25,2%, questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione delle aziende che aderiscono (-13,2%) rispetto alle aziende totali(-35,1%).



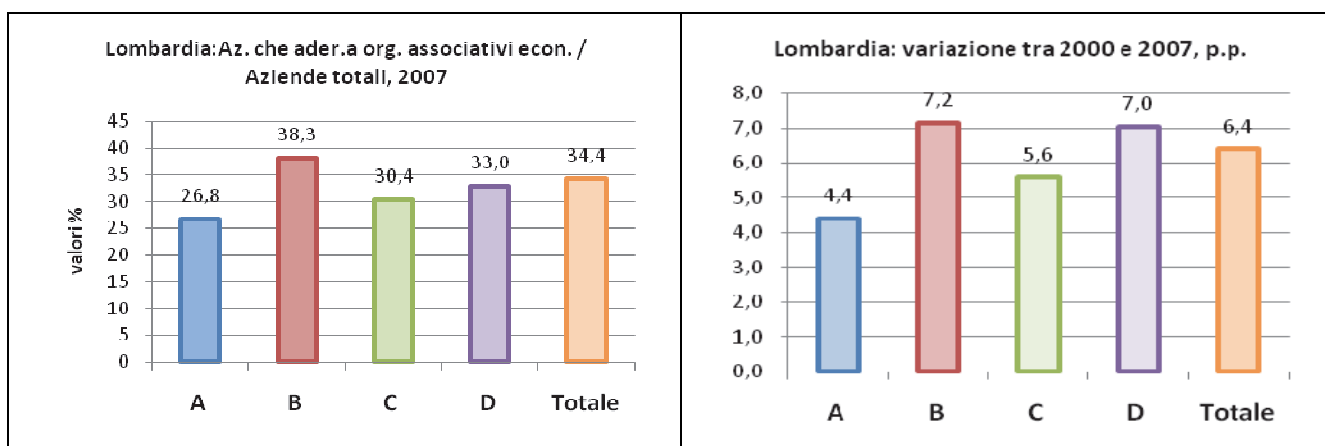
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Lombardia



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

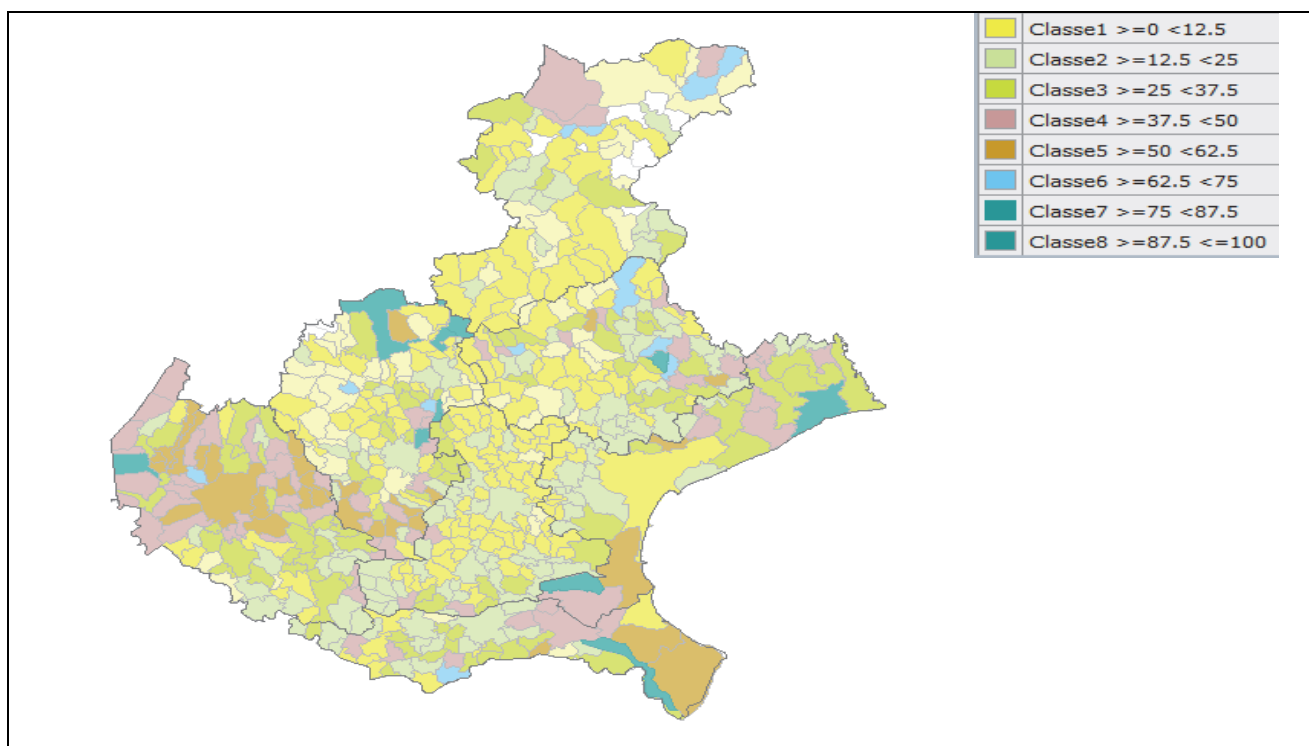
In Lombardia, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 34,4%, superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata essere pari a 32,2% ed inferiore anche se di poco a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (34,8%). La presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici, tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 6,4 %; questo fenomeno è dovuto ad un aumento nel periodo considerato di queste aziende (1,5%) rispetto alle aziende totali che hanno subito una riduzione (-17,4 %).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

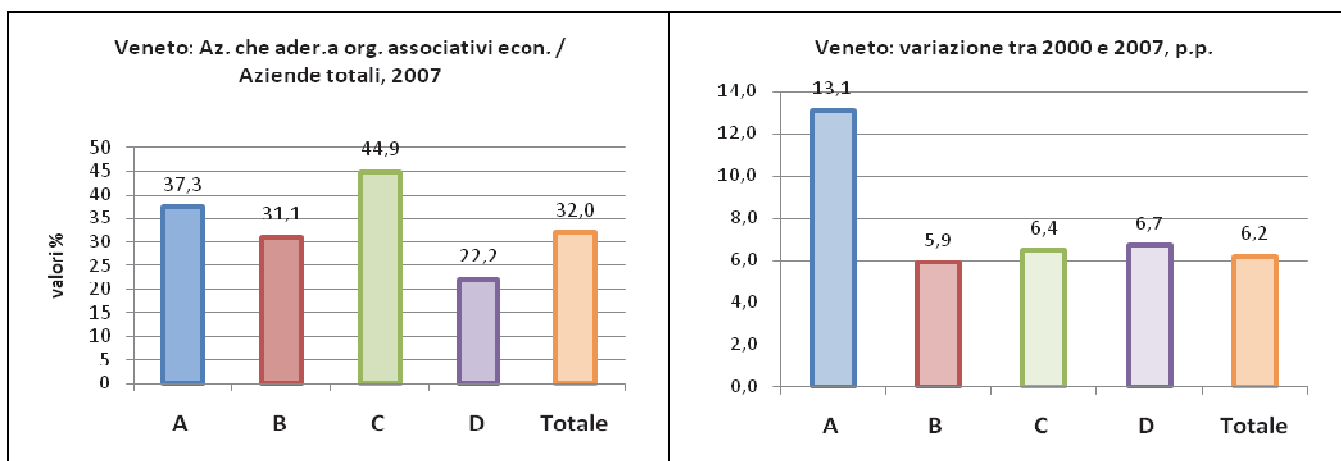
Sia in termini assoluti (con oltre 12.000 unità) che in termini % (38,3% sul totale) il maggior numero di aziende che aderiscono a organismi associativi economici è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) come evidenziato nella cartina sovrastante. Un esame sulla presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle aree rurali con agricoltura intensiva specializzata in cui l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale è passata dal 31,1 % al 38,3 %.

Veneto



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

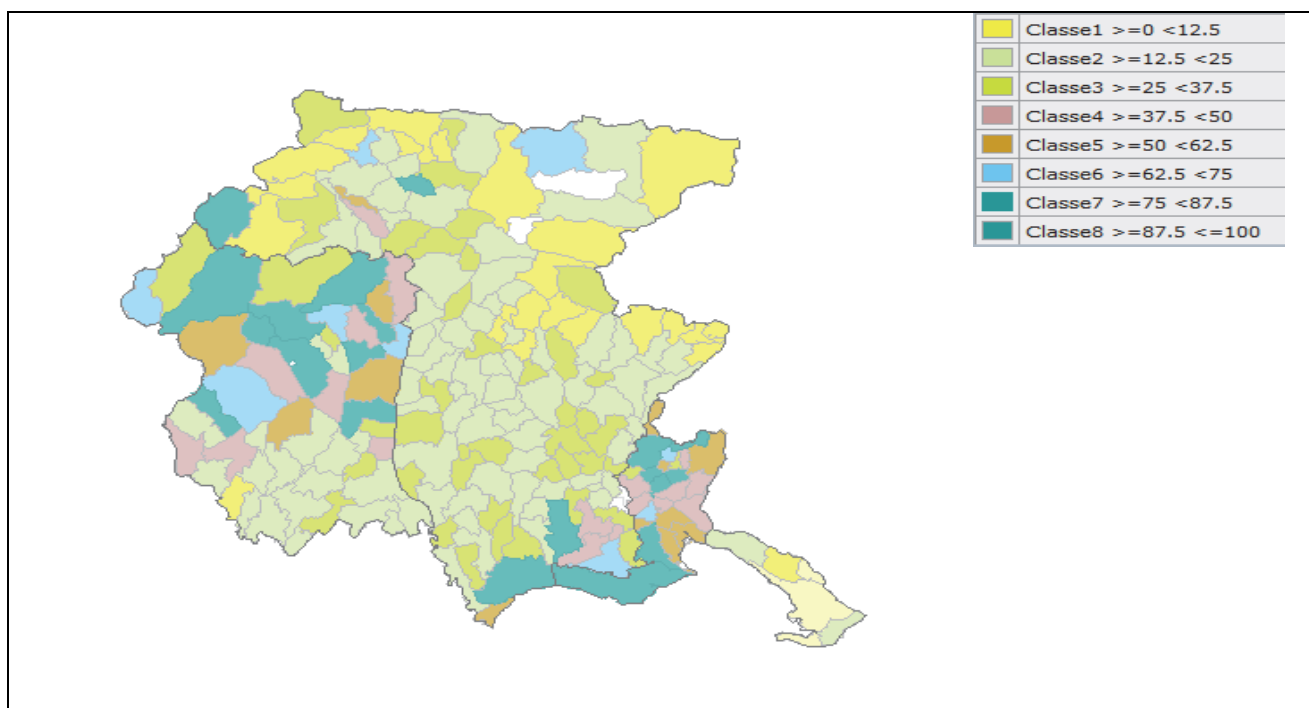
Nel Veneto, nel 2007, l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale delle aziende, è stata pari al 32%, inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 32,2% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (34,8%). La presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici, tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 6,2% fenomeno ascrivibile ad un aumento nel periodo considerato delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici (4%) rispetto alle aziende totali che hanno subito una riduzione (-16%).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

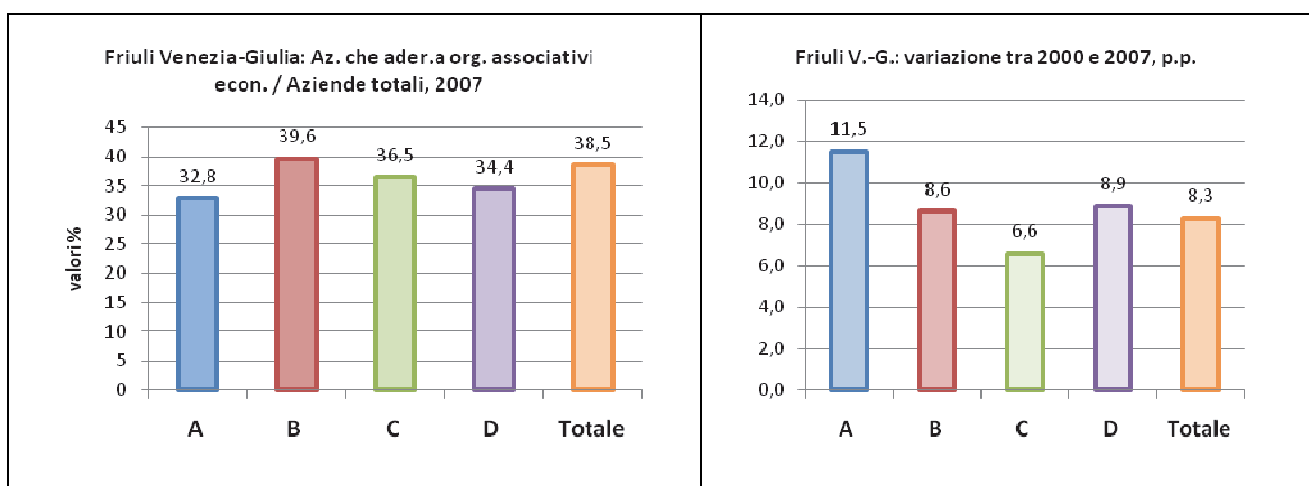
In termini assoluti il maggior numero di aziende che aderiscono a organismi associativi economici è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con oltre 38.000 unità. Mentre in termini % sul totale la maggiore presenza è nelle zone C (Aree rurali intermedie) 44,9%. Un esame sulla presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nella zona A (Poli Urbani), in cui l'incidenza delle aziende che aderiscono a organizzazioni associative economiche sul totale è passata dal 24,2% al 37,3%.

Friuli Venezia-Giulia



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

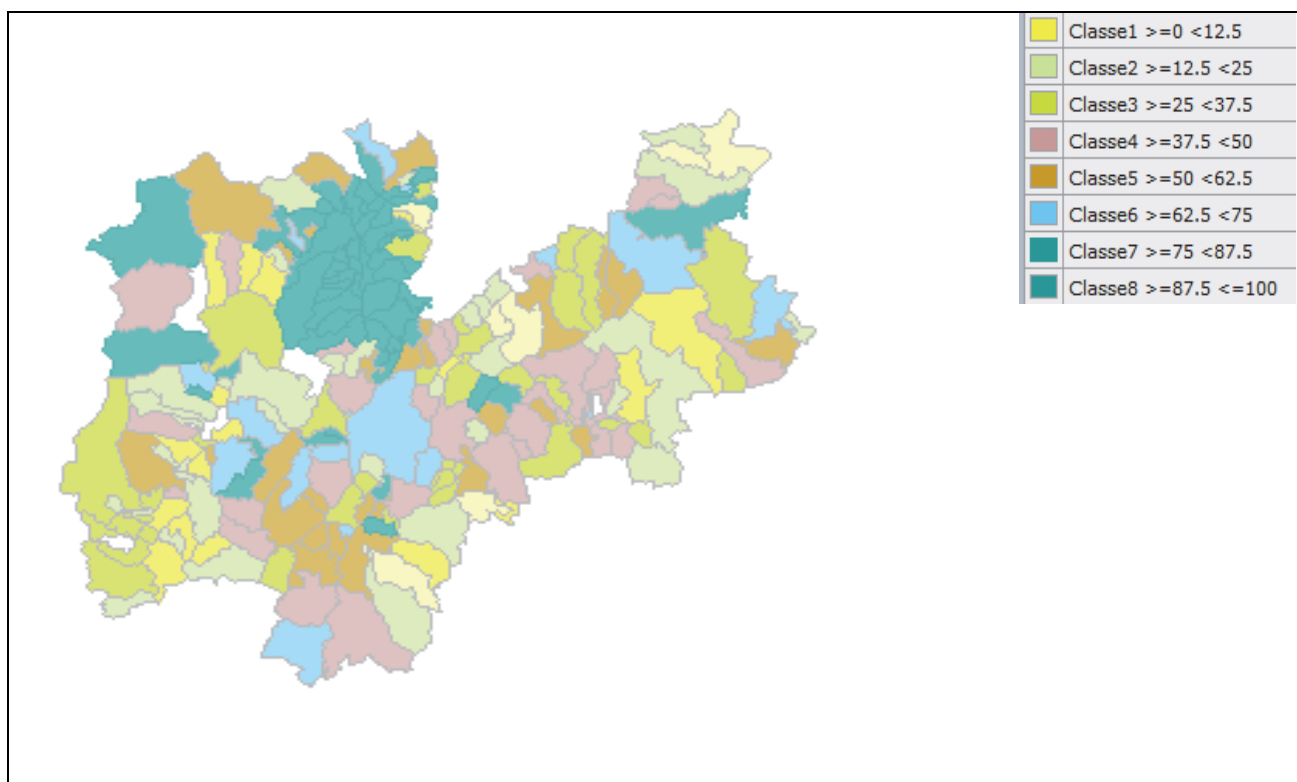
Nel Friuli Venezia Giulia, nel 2007, l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici, sul loro totale, è stata pari al 38,5% superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 32,2% che delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 34,8%. La presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici, tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 8.3%; questo fenomeno è dovuto ad un aumento nel periodo considerato delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici (2,4%) rispetto alle aziende totali che hanno subito una riduzione (-19,6%). Sia in termini assoluti (con oltre 8.000 unità) che in termini % (36,9% sul totale) il maggior numero di aziende che aderiscono a organismi associativi economici è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

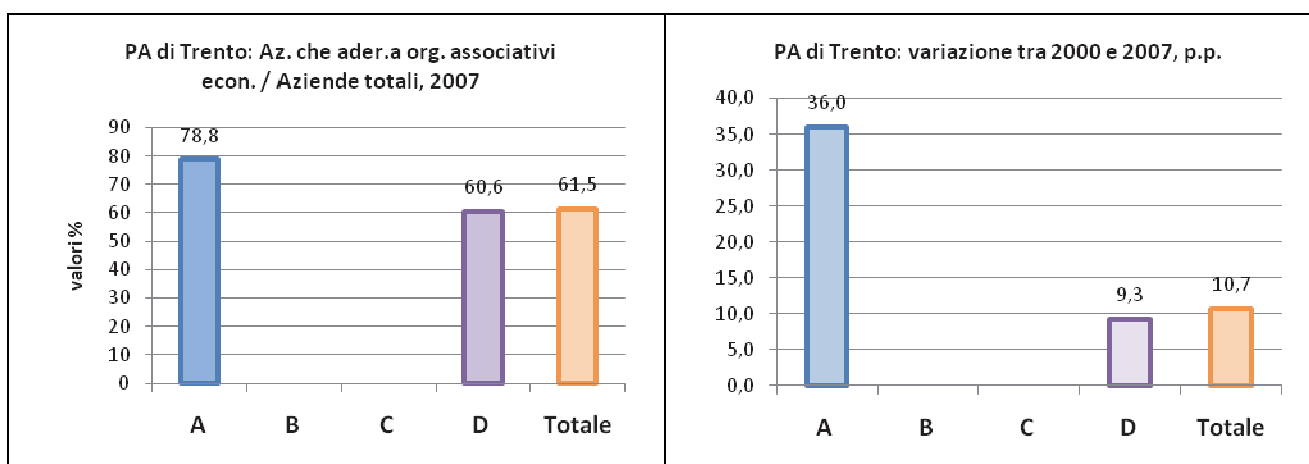
Un esame sulla presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone A (Poli Urbani), in cui l'incidenza delle aziende che aderiscono a organizzazioni associative economiche sul totale è passata da 21,3% al 32,8%.

Provincia Autonoma (PA) di Trento



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

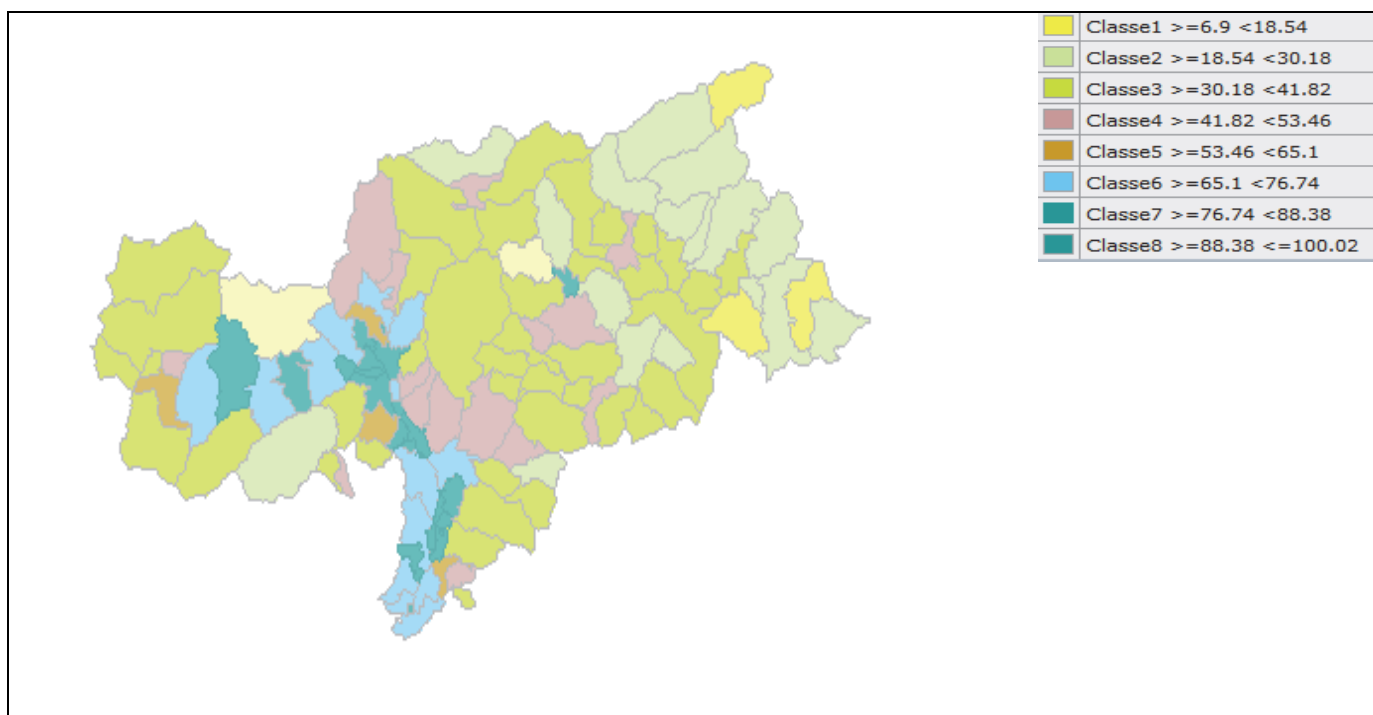
Nella PA di Trento, nel 2007, l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul loro totale è stata pari al 61,5% ,superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari (32,2%) e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (34,8%). La presenza di aziende che aderiscono a organizzazioni associative economiche tra il 2000 e il 2007 è aumentata del 10,7%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione nel periodo considerato delle aziende che aderiscono a organizzazioni associative economiche (-4,%) rispetto alle aziende totali che hanno subito una riduzione (circa -21%). Sia in termini assoluti (con oltre 1.000 unità) che in termini % (78,8 sul totale) il maggior numero di aziende che aderiscono a organismi associativi economici è nella zona A (Poli Urbani).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

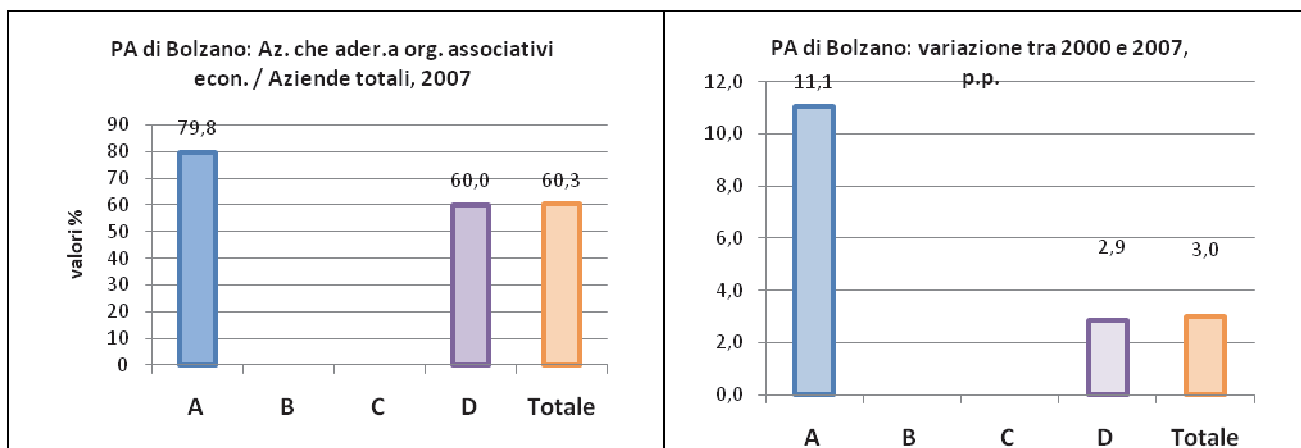
Il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone A (Poli Urbani), in cui l'incidenza delle aziende che aderiscono a organizzazioni associative economiche sul totale è passata dal 42,8% al 78,8%.

Provincia Autonoma (PA) di Bolzano



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

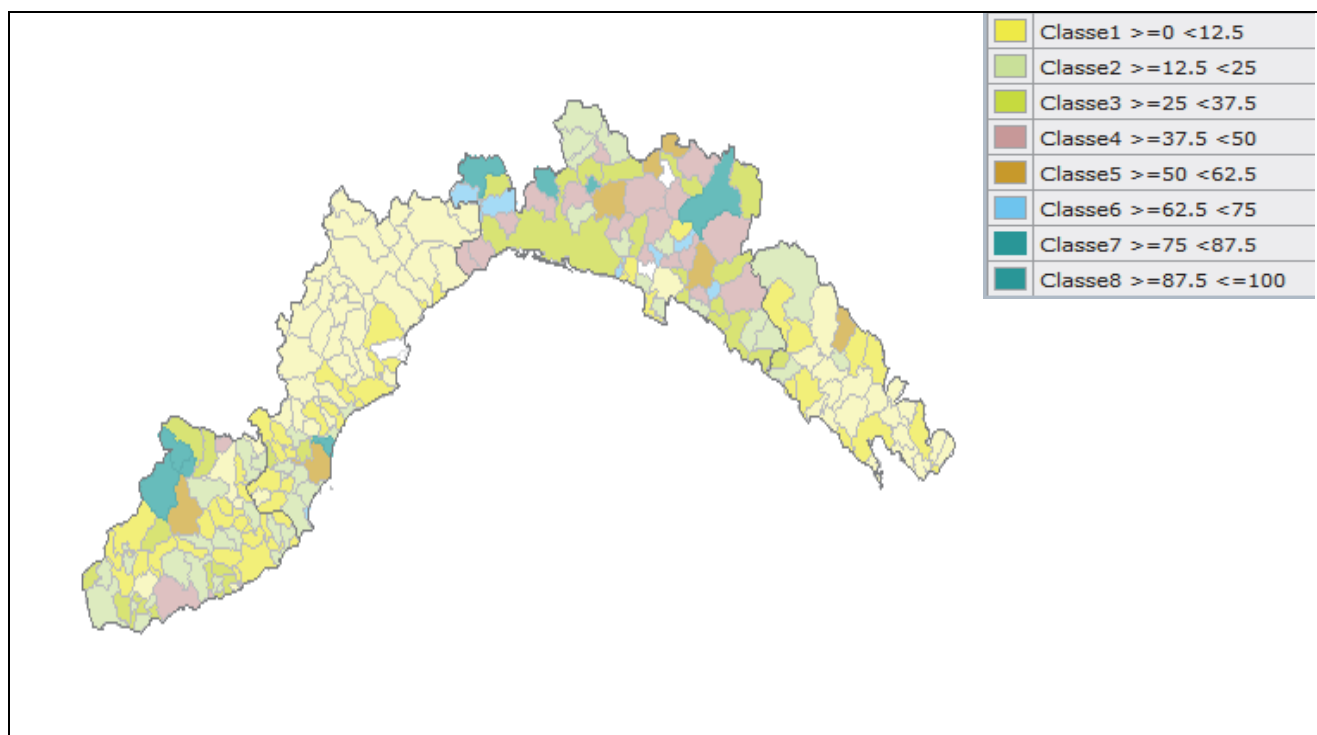
Nella PA di Bolzano nel 2007, l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale è stata pari al 60,3%, superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari (32,2%) che alle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (34,8%). La presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici, nel periodo 2000-2007, è aumentata del 3%; questo fenomeno è dovuto ad un aumento delle aziende che aderiscono (1,9%) rispetto ad una riduzione delle aziende totali (-3,1%). In termini assoluti il maggior numero di aziende che aderiscono a organismi associativi economici è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). Mentre in termini % sul totale la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

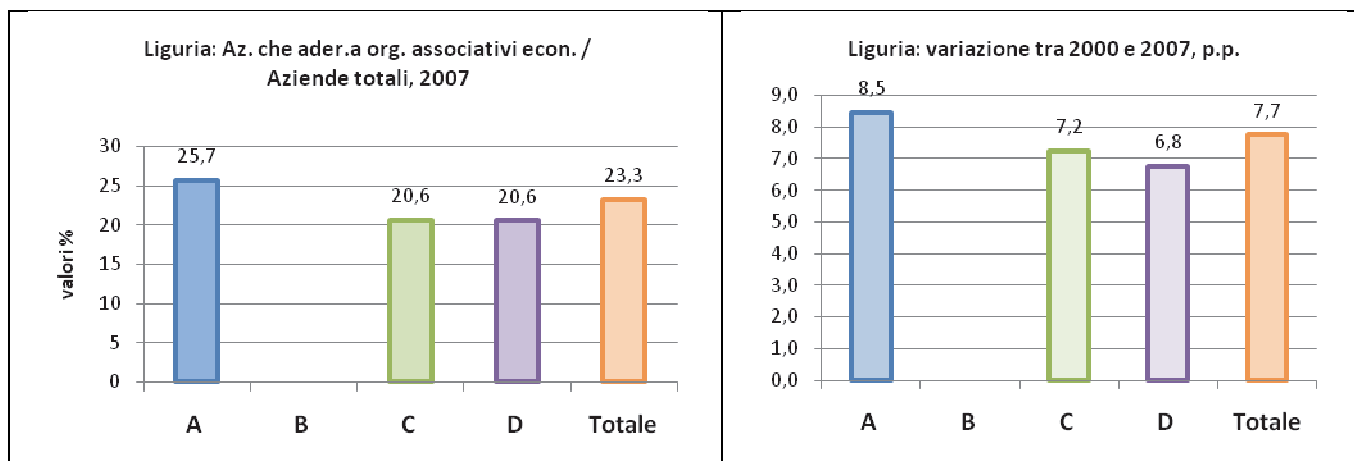
Un esame sulla presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone A (Poli Urbani), in cui l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale è passata dal 68,7% al 79,8%.

Liguria



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

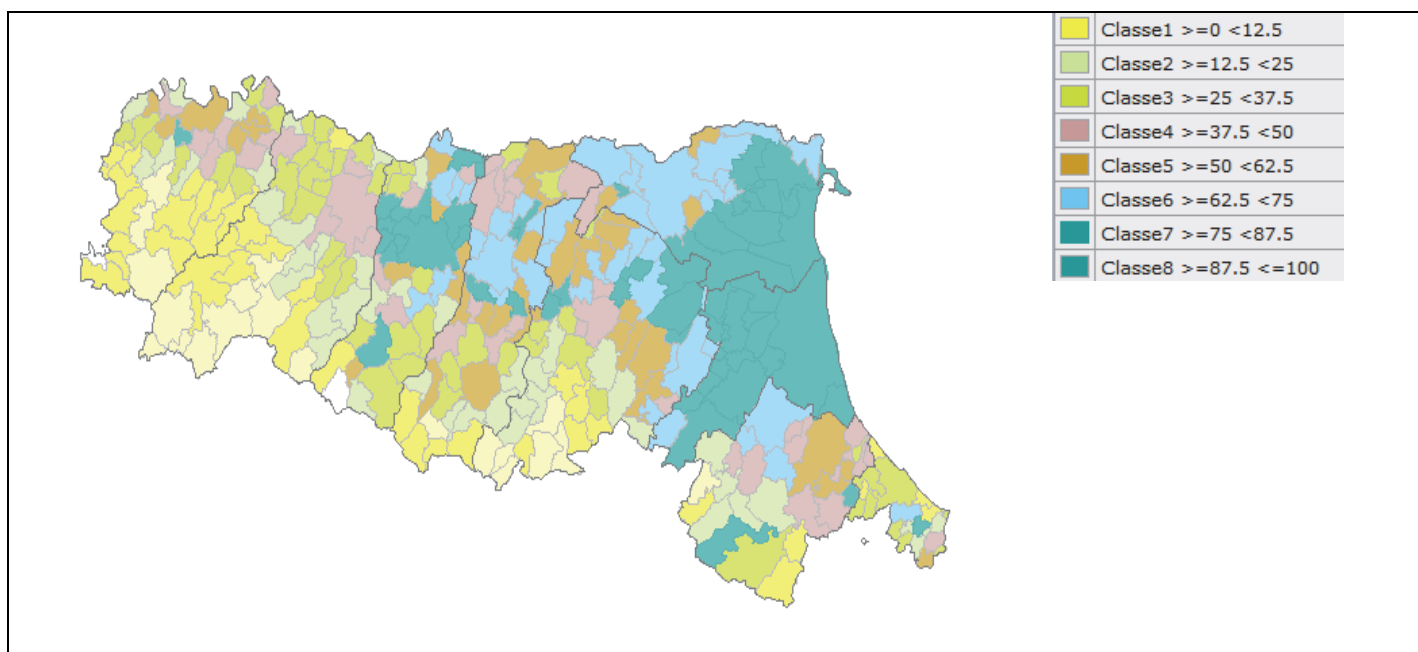
In Liguria, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 23,3%, inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 32,2%, e sia di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (34,8%). La presenza di aziende che aderiscono a organizzazioni associative economiche, tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 7,7%. Questo fenomeno è dovuto ad un aumento delle aziende che aderiscono (6,7%) rispetto ad una riduzione delle aziende totali (-28,8%).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

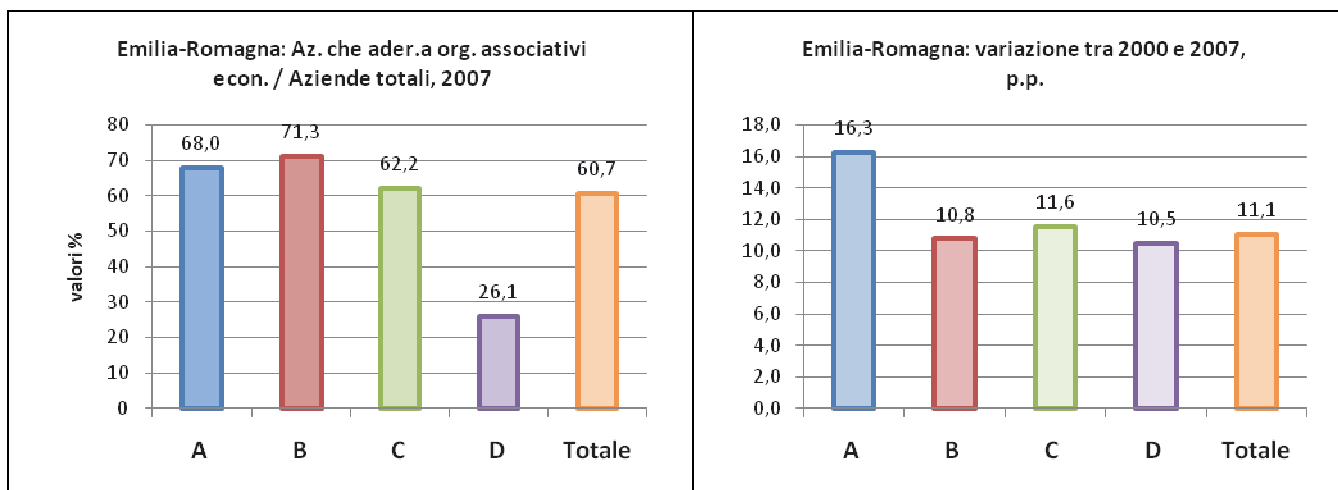
Sia in termini assoluti, con oltre (4.000 unità) che in termini % (25,7%), il maggior aumento di aziende che aderiscono a organismi associativi economici e nelle zone A (Poli Urbani). Un esame sulla presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nei Poli Urbani, in cui l'incidenza delle aziende che aderiscono a organizzazioni associative economiche sul totale è passata dal 17,2% al 25,7%.

Emilia-Romagna



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

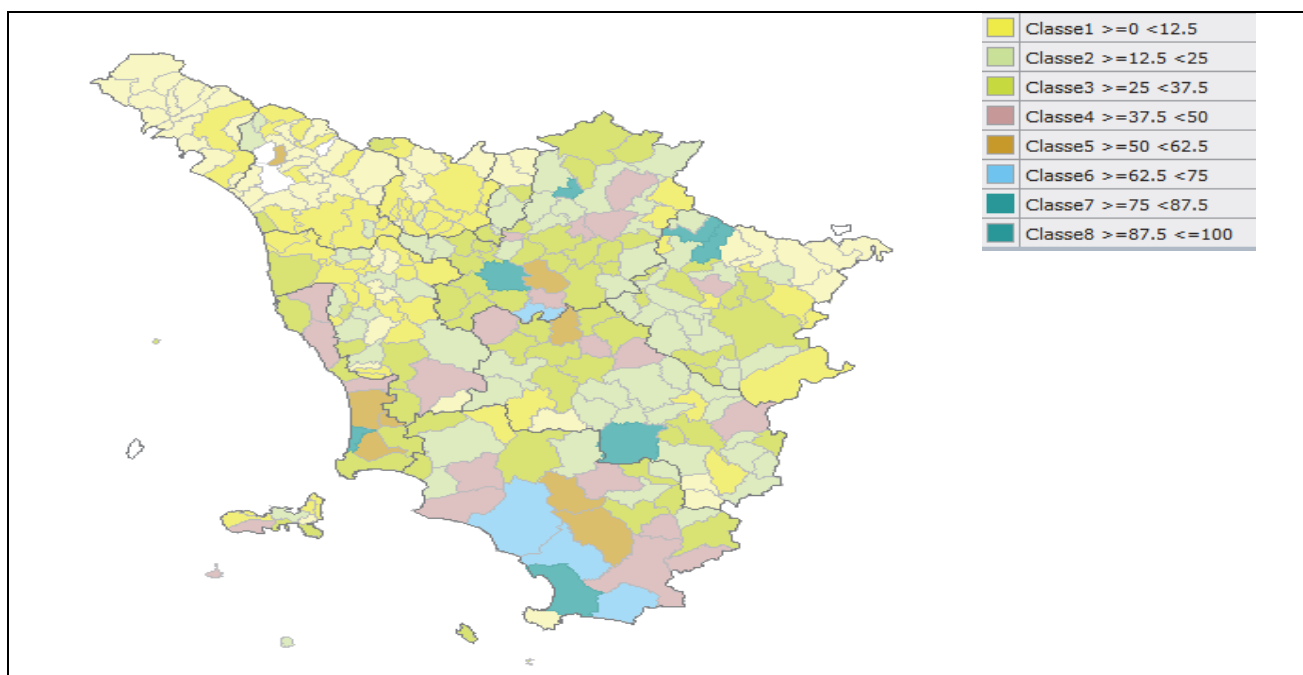
L'Emilia Romagna è la regione dove la cooperazione agricola ha radici e tradizioni consolidate. In questa Regione, nel 2007, l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici, sul totale, è stata pari al 60,7%, di molto superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari (32,2%) che a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (34,8%). La presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici, tra il 2000 e il 2007, è aumentata dell'11,1%; questo fenomeno è dovuto principalmente alla riduzione delle aziende totali (-18,1%) e solo marginalmente all'aumento delle aziende che aderiscono a organismi associati (0,2%).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

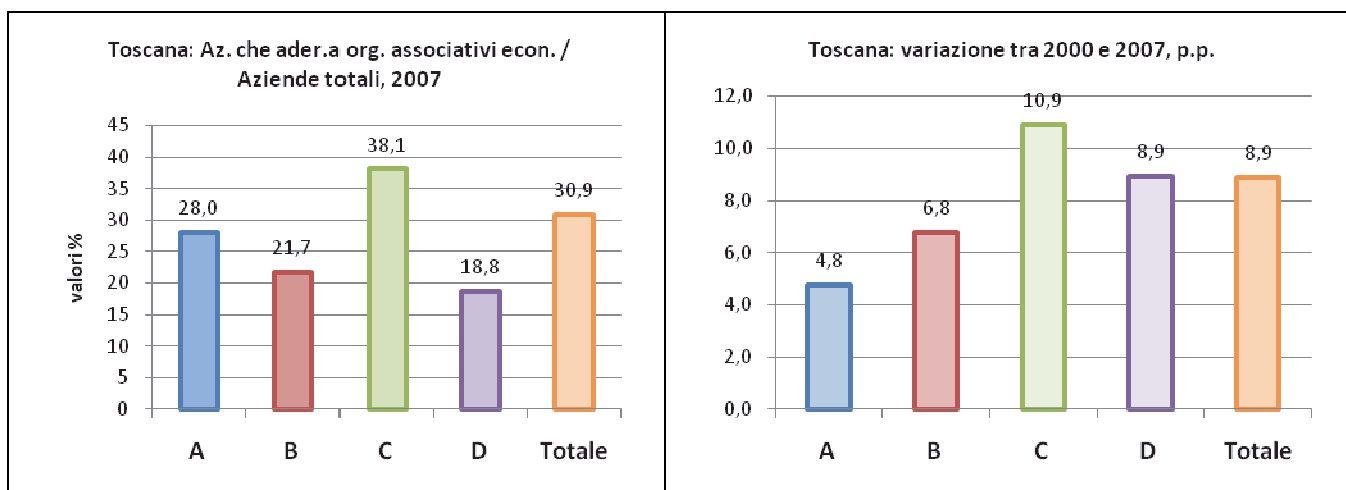
In termini assoluti il maggior numero di aziende che aderiscono a organismi associativi economici è nella zona C (Aree rurali intermedie) con quasi 25.000 unità. Mentre in termini % sul totale la maggiore presenza si registra nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) col 71,3%. Un esame dell'indicatore nelle diverse aree rurali evidenzia che il suo maggior incremento, nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nelle zone A (Poli Urbani), in cui l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale è passata dal 51,7% al 68%.

Toscana



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

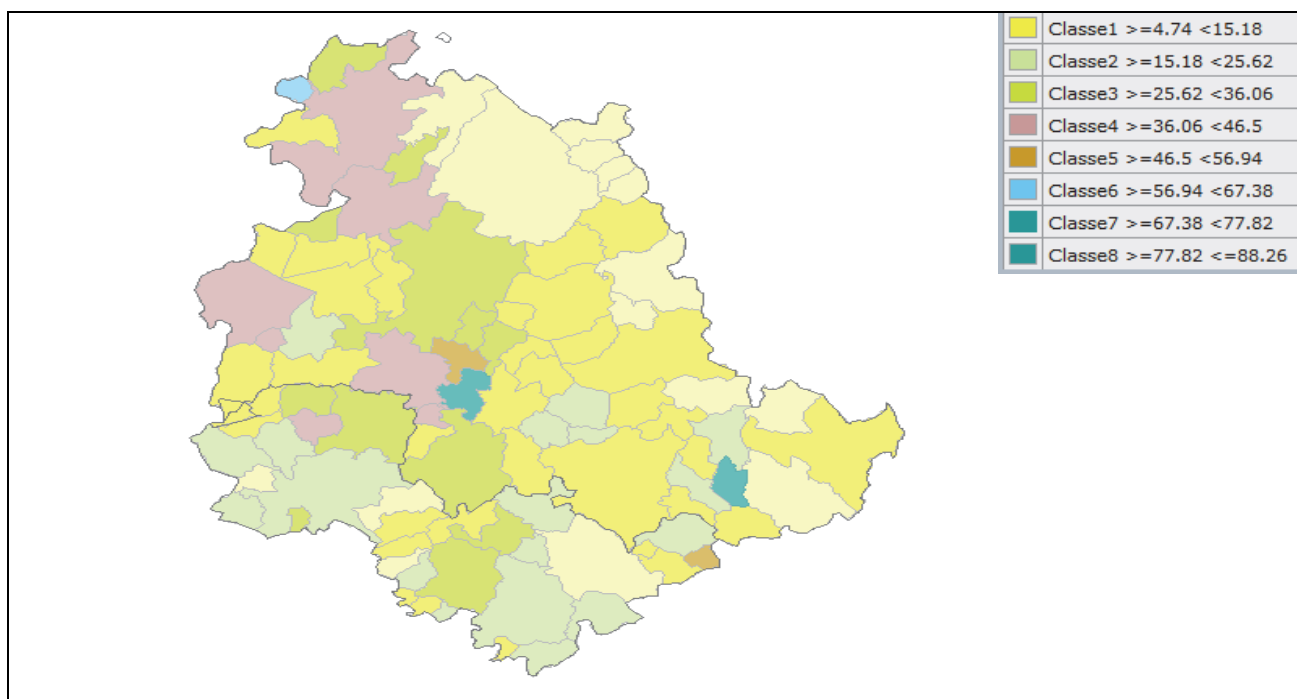
In Toscana, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 30,9%, superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 32,2%, e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività (34,8%). La presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici, tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 8,9%; questo fenomeno è dovuto in gran parte ad un aumento delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici (10,6%) rispetto alla riduzione delle aziende totali (-21,2%).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

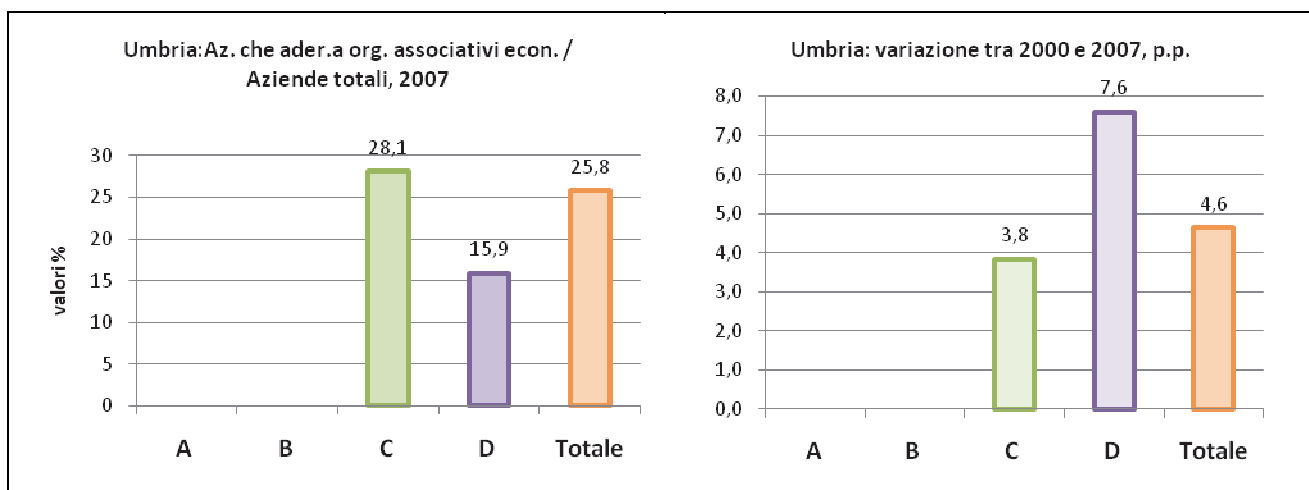
Sia in termini assoluti (oltre 21.500 unità) che in termini % (38,1% sul totale) il maggior numero di aziende che aderiscono a organismi associativi risulta essere nella zona C (Aree rurali intermedie). Un esame dell'indicatore nelle diverse aree evidenzia che il suo maggior incremento, tra il 2000 e il 2007, si registra nella zona C (Aree rurali intermedie) in cui l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale è passata dal 27,2% al 38,1%.

Umbria



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

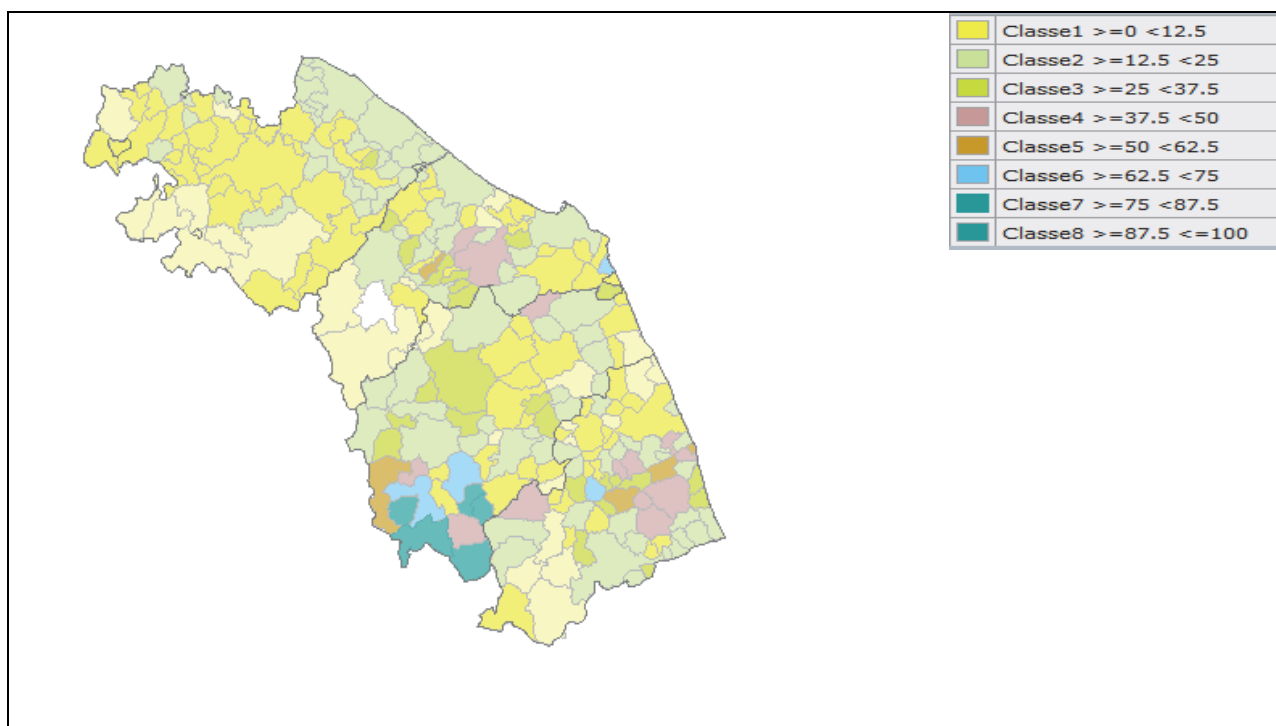
Il valore dell'indicatore nel 2007 nella regione Umbria è stato pari al 25,8%, inferiore sia alla media nazionale (32,2 %) e sia di quella delle Regioni Obiettivo Competitività (34,8%). La presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici, tra il 2000 e il 2007, è aumentata solo del 4,6%; fenomeno è dovuto ad un aumento del numero di aziende con propensione all'associazionismo (9,1%) rispetto ad una riduzione delle aziende totali (-10,5%).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

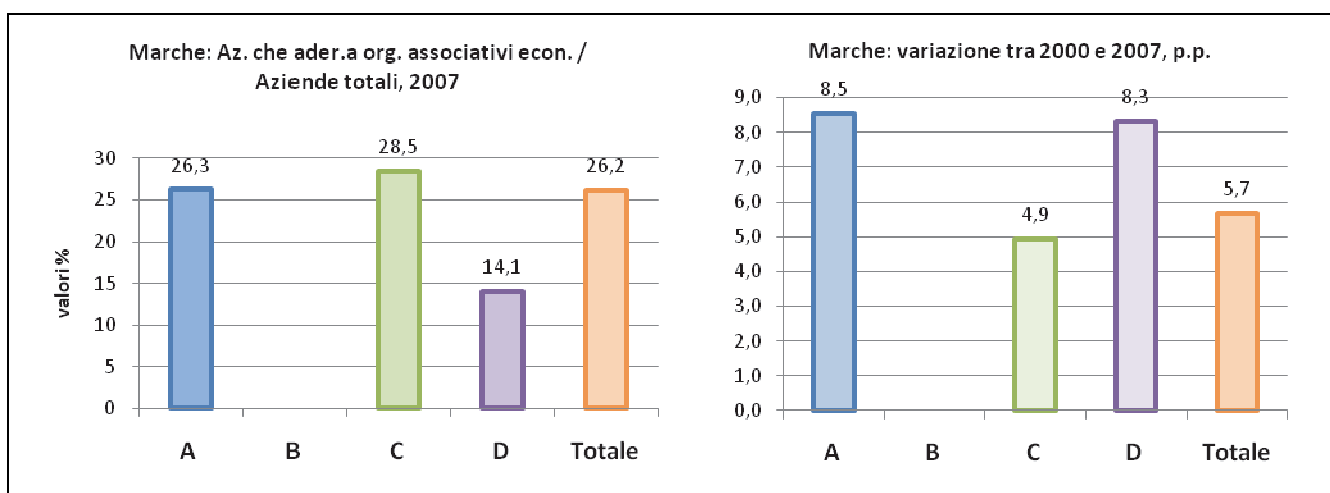
Sia in termini assoluti (oltre 11.500 unità) che in termini % (28,1 sul totale) il maggior numero di aziende che aderiscono risulta essere nella zona C (Aree rurali intermedie) ed in particolare nelle aree tabacchicole dell'Alta Valle del Tevere dove l'associazionismo ha motivazioni storiche e legate alla OCM Tabacco. Un esame sulla distribuzione dell'indicatore nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggior incremento nel periodo 2000-2007, si ha nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende che aderiscono ad associazioni economiche sul totale è passata dal 8,3% al 15,9%.

Marche:



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

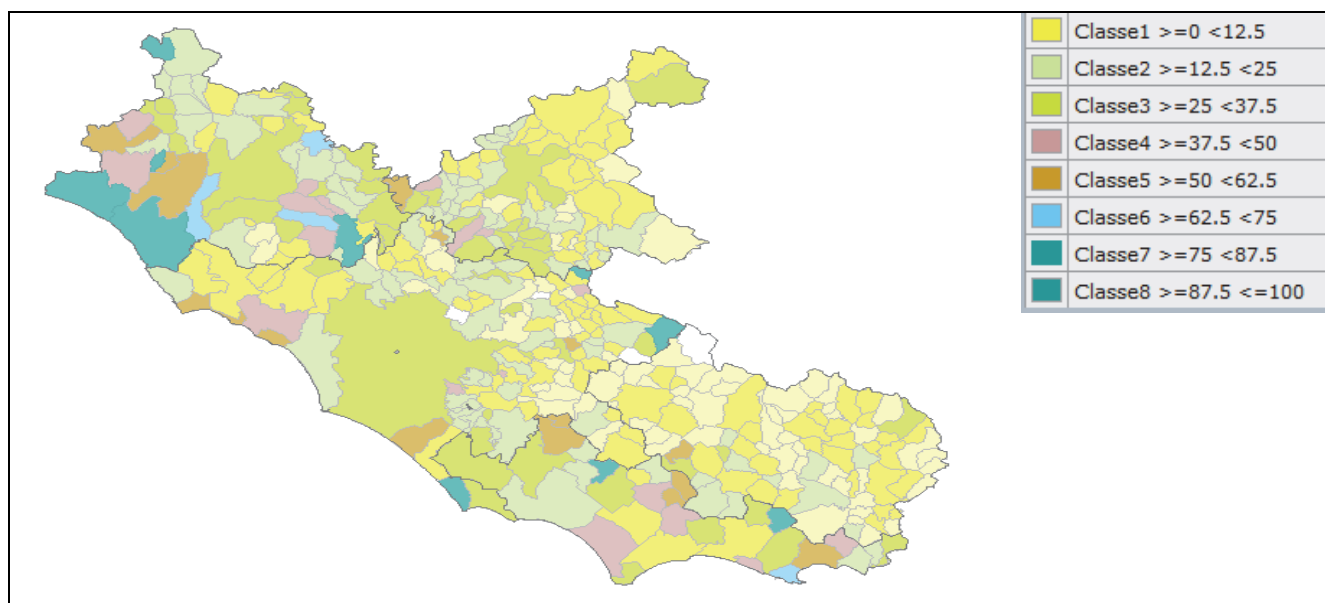
Nelle Marche, nel 2007, l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici, sul loro totale, è stata pari al 36,2%, valore inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 32,2% e sia di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 34,8%. La presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici tra il 2000 e il 2007 è aumentata del 5,6%; questo fenomeno è dovuto ad un aumento delle aziende che aderiscono (6,7%) rispetto ad una riduzione delle aziende totali (-16,5%).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

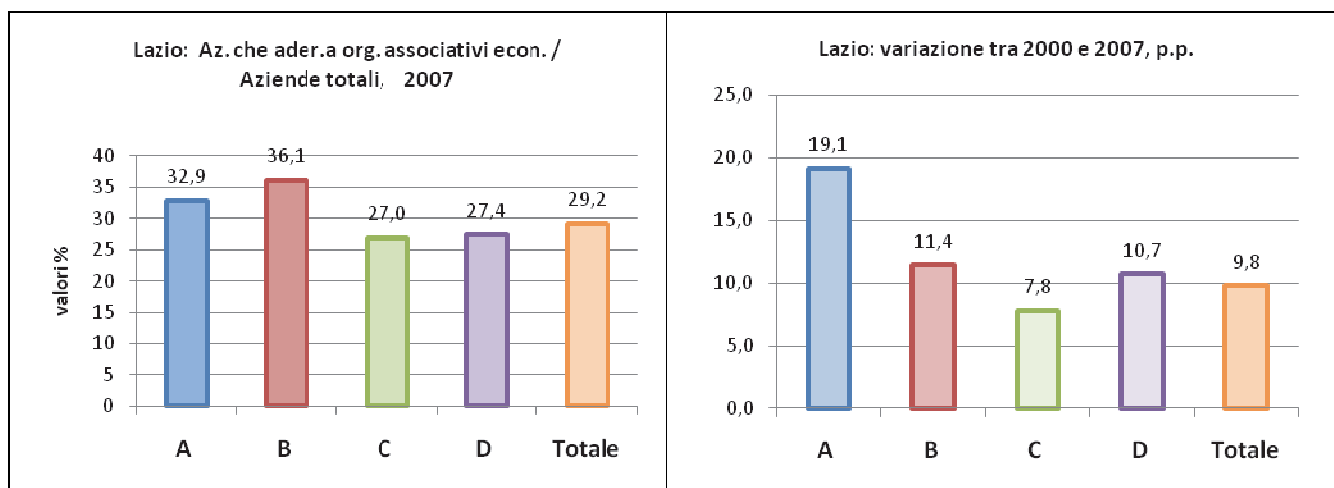
Sia in termini assoluti (oltre 12.000 unità) che in termini % (28,5 sul totale) il maggior numero di aziende che aderiscono è nella zona C (Aree rurali intermedie). Un esame sulla presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione(2000-2007) si registra nella zona A (Poli Urbani), in cui l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale è passata dal 17,8% al 26,3%.

Lazio



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

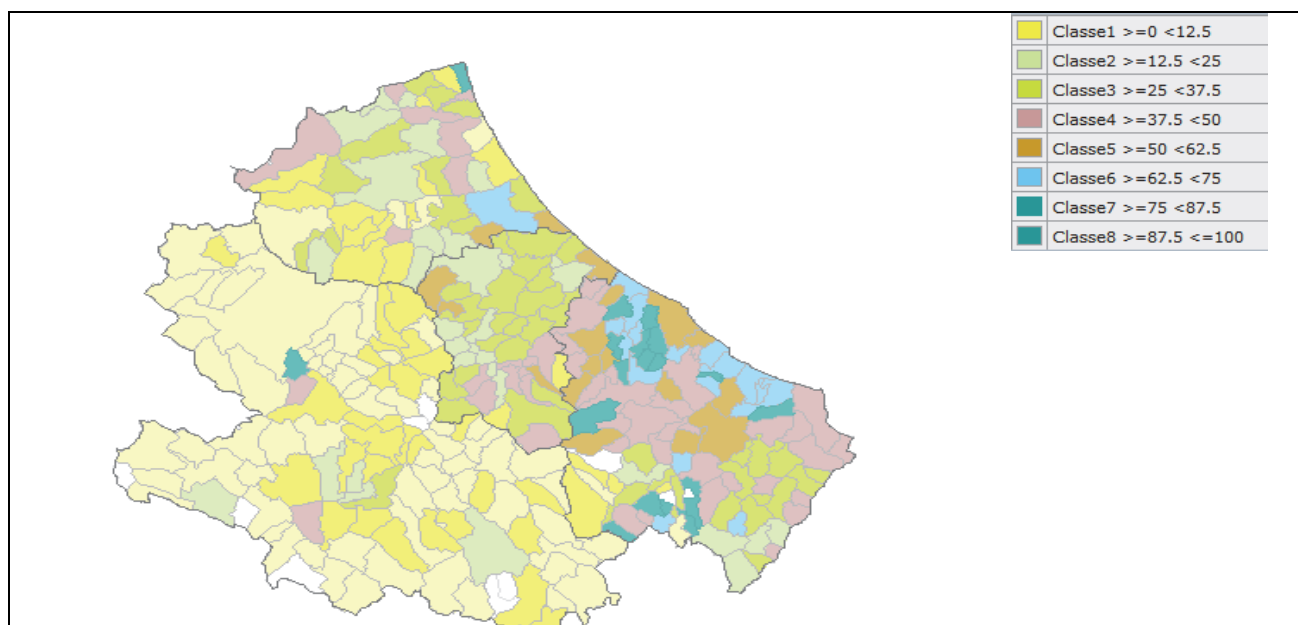
Nel Lazio nel 2007, l'indicatore è stato pari al 29,2%, inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 32,2% e sia di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 34,8%. La presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici tra il 2000 e il 2007 è aumentata del 9,8%; l'aumento delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici è dovuto sia all'incremento di queste (11,7 %) sia alla riduzione delle aziende totali (-31,8%).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

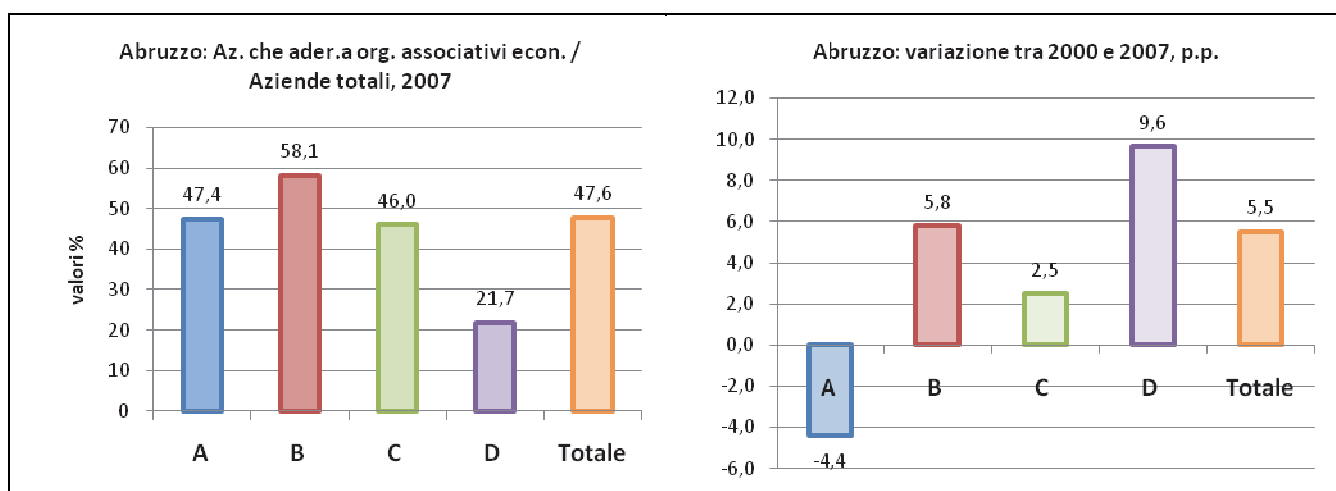
In termini assoluti il maggior numero di aziende che aderiscono a organismi associativi economici è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 24.700 unità . Mentre in termini % sul totale la maggiore presenza risulta essere nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata). Un esame dei valori assunti dall'indicatore nelle diverse aree rurali, evidenzia che il suo maggior incremento nel periodo 2000-2007 si registra nella zona A (Poli Urbani), in cui l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale è passata dal 13,8% al 32,9%.

Abruzzo



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

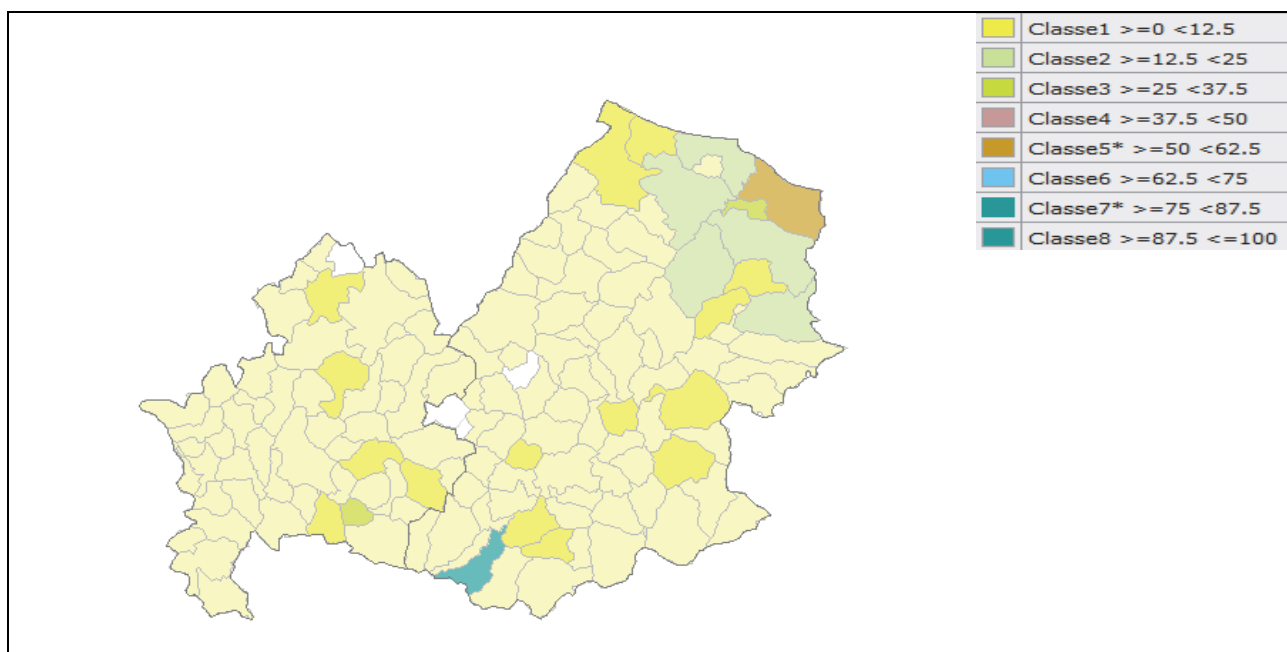
L'Abruzzo è stata, nel 2007, la regione del meridione con la maggiore incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale (47,6%), superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 32,2% e sia di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 34,8%. Il valore dell'indice, tra 2000 e il 2007, è aumentato del 5,5%; ciò è dovuto ad un aumento delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici (4,5%) rispetto ad una riduzione delle aziende totali (-7,6%).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

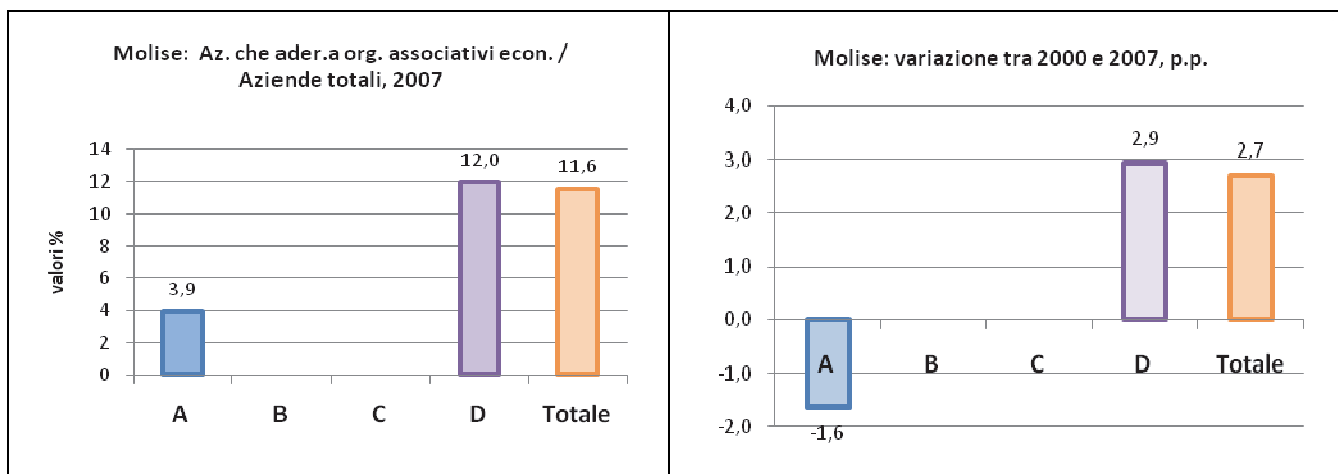
Sia in termini assoluti (con oltre 23.400 unità) che in termini % (58,1 % sul totale) il maggior numero di aziende che aderiscono a organismi associativi economici risulta essere nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata). Un esame sulla presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici, nelle diverse aree rurali, evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nella zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo), in cui l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale, è passata dal 12,1% al 21,7%, al contrario nelle zone A (Poli Urbani) dove vi è stata una diminuzione di 4,4 punti percentuali.

Molise



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

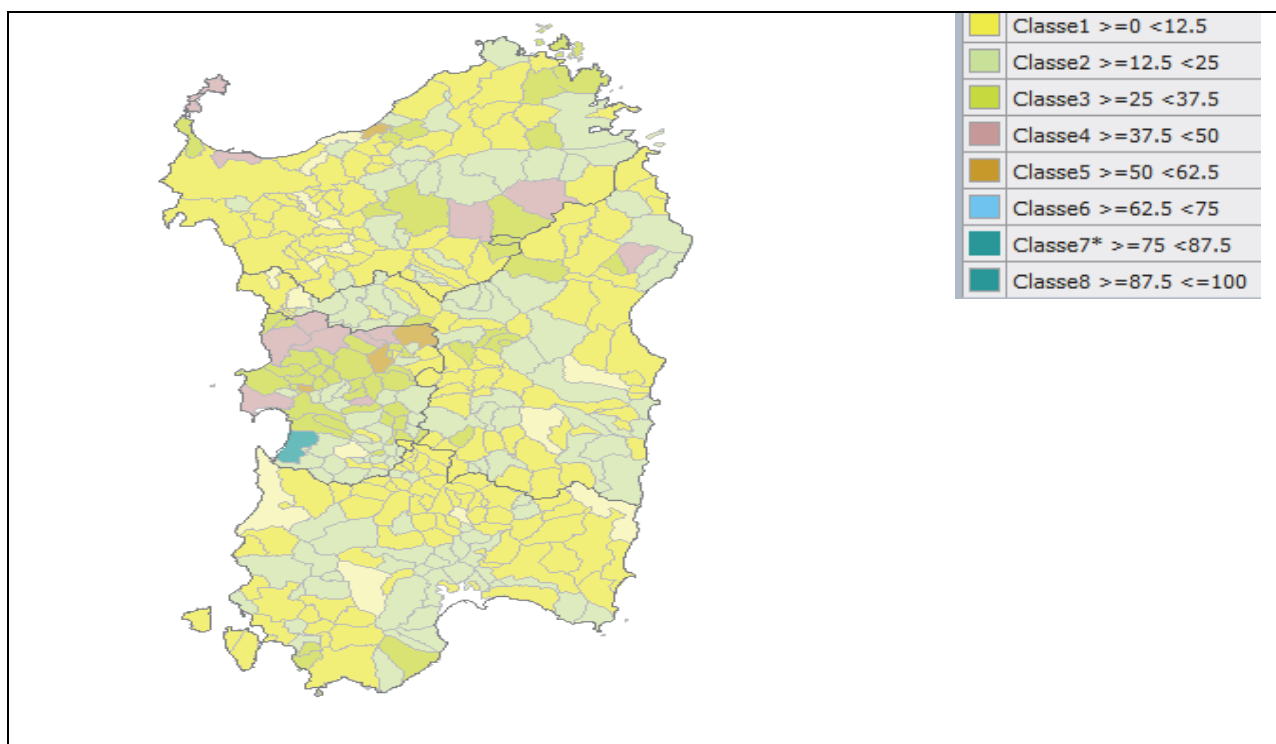
Nel Molise, nel 2007, l'indice è stato pari all'11,6%, inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 32,2% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività 34,8%. La presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici tra il 2000 e il 2007 è aumentata di appena 2,7 punti percentuali, fenomeno dovuto ad un aumento delle aziende che aderiscono ad associazioni (6,1%) rispetto ad una sostanziale riduzione delle aziende totali (-20,0%).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

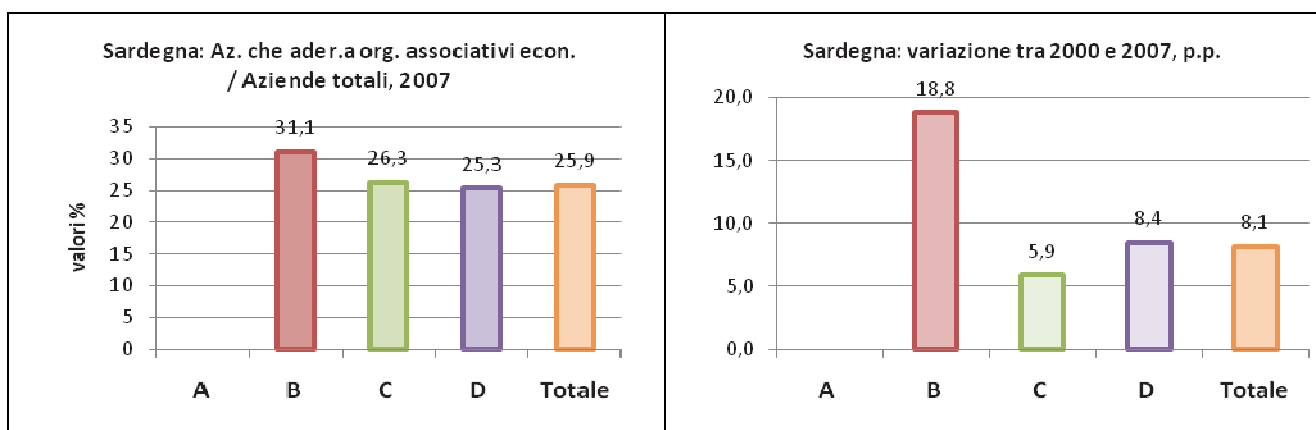
Sia in termini assoluti (con oltre 3.000 unità) che in termini % (12%) il maggior numero di aziende che aderiscono a organismi associativi economici è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). L'associazionismo è presente soprattutto nelle zone del basso Molise dove sono maggiormente presenti coltivazioni ortofrutticole e vitivinicole. L'adesione ad organismi associativi in questi settori è stato incentivato sia dall'incremento del costo della tecnologia per la trasformazione/condizionamento del prodotto (ha reso sempre più rilevanti economie di scala) sia dalla PAC che incentiva direttamente l'Organizzazione dei Produttori. E' sempre nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) che si registra un aumento del valore dell'indicatore che passa dal 9,1% al 12%, a fronte dell'1,6% nelle zone A (Poli Urbani).

Sardegna



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

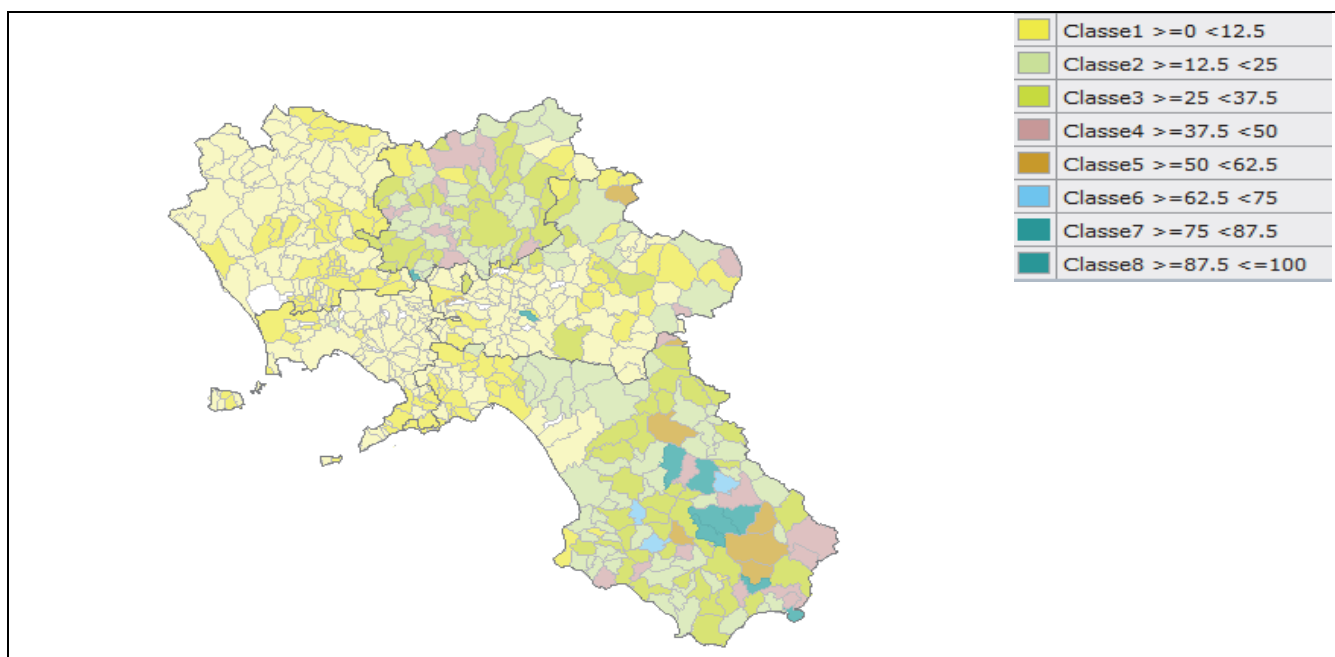
In Sardegna, nel 2007, l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale è stata pari al 25,9%, inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 32,2% e sia di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (34,8%). La presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici, tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 8,1%; un fenomeno è dovuto all'incremento delle aziende che aderiscono a organismi associativi (6,2%) a fronte della riduzione del 27% delle imprese totali.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In termini assoluti il maggior numero di aziende che aderiscono a organismi associativi economici è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 13.700 unità. Mentre in termini % la maggiore presenza di aziende si registra, come nella maggior parte delle Regioni nella zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) 31,1%. Un esame della distribuzione dell'indicatore nelle diverse aree rurali evidenzia che il suo maggior incremento nel periodo preso in considerazione(2000-2007), si registra nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale è passata dal 12,3% al 31,3%.

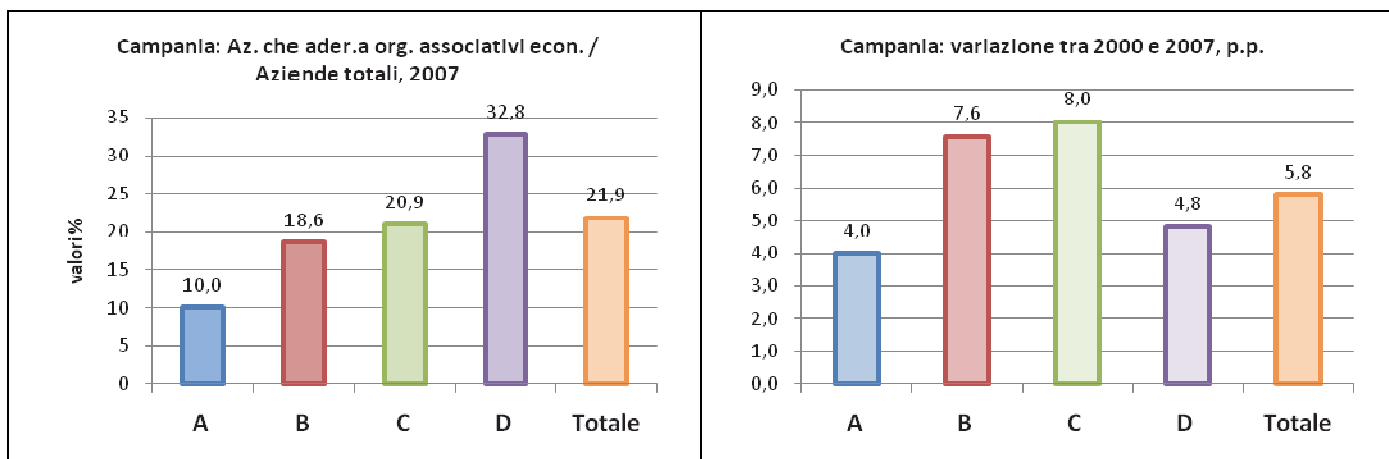
Campania



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

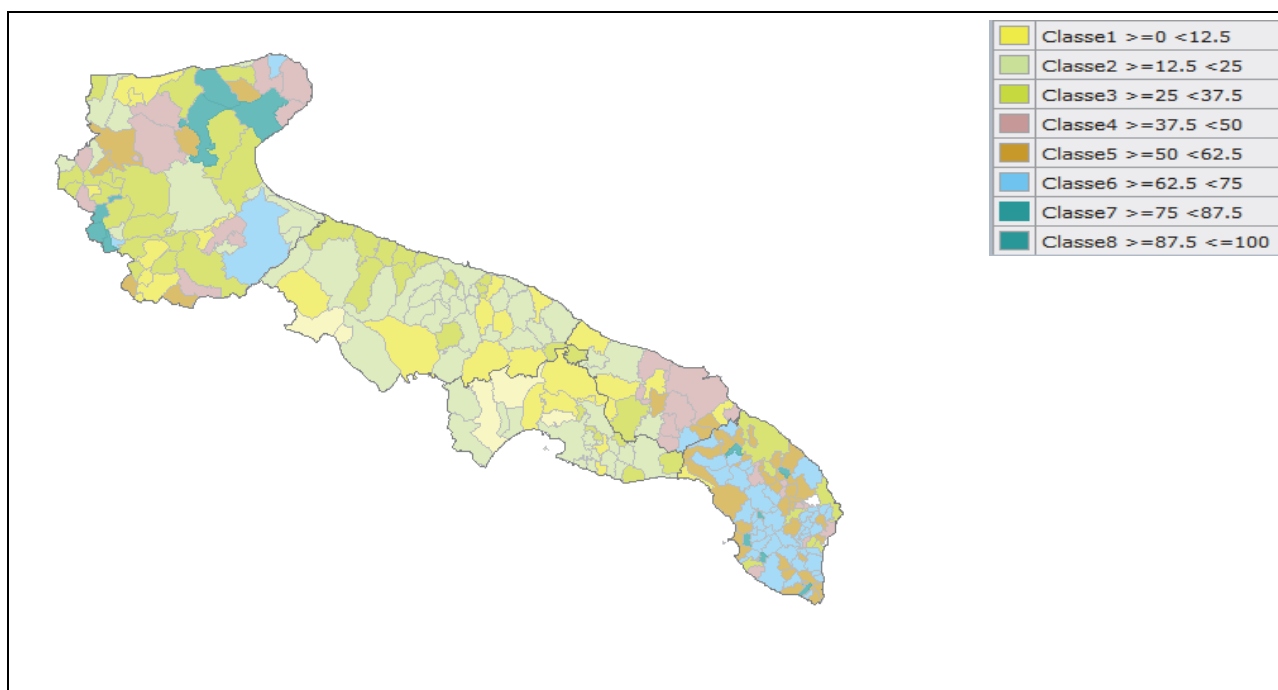
In Campania, nel 2007, l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici, sul totale delle aziende, è stata pari al 21,9%, inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 32,2 % e sia di quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso 29,4%. La presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici, tra il 2000 e il 2007 è aumentata del 5,8%: questo fenomeno è dovuto ad un aumento delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici (1,8%) rispetto ad una sostanziale riduzione delle aziende totali (-25,2%).

In termini assoluti il maggior numero di aziende che aderiscono a organismi associativi economici è nelle zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 10.000 unità. Mentre in termini % sul totale la maggiore presenza di aziende è nelle zone D (32,8%, Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). Questa situazione, che risulta peculiare rispetto alle altre Regioni, in particolare quelle del Centro Nord dove il valore dell'indicatore assume valori più alti nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) può essere spiegata dalla localizzazione e sviluppo della viticoltura e della zootecnia, dove l'associazionismo è più diffuso, rispettivamente nelle aree C (Aree rurali intermedie) e D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). Nelle aree rurali intermedie c'è stato inoltre il maggior incremento dell'indicatore che è passato dal 12,9% al 20,9% nel periodo 2000-2007.



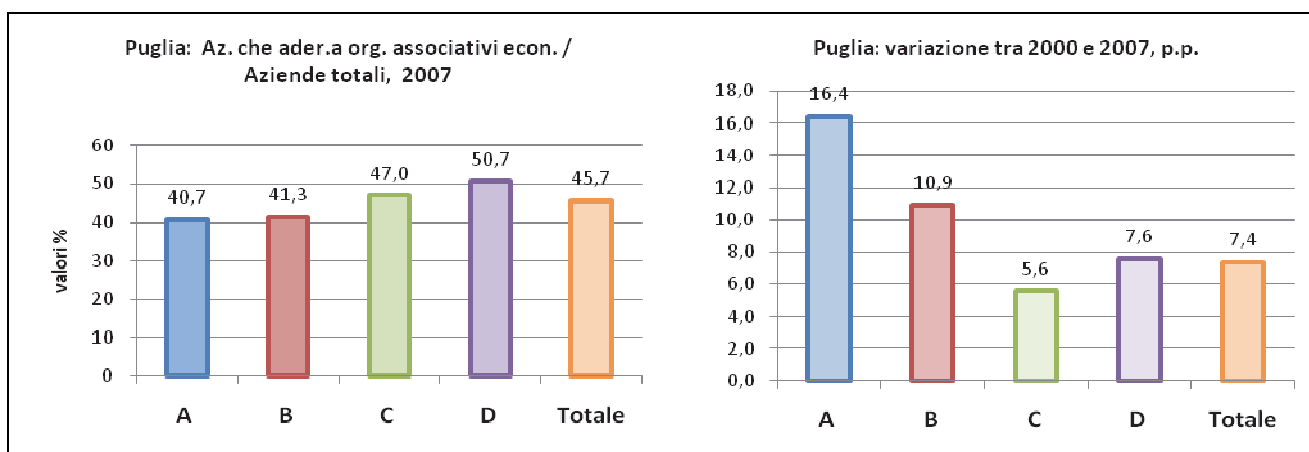
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Puglia



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

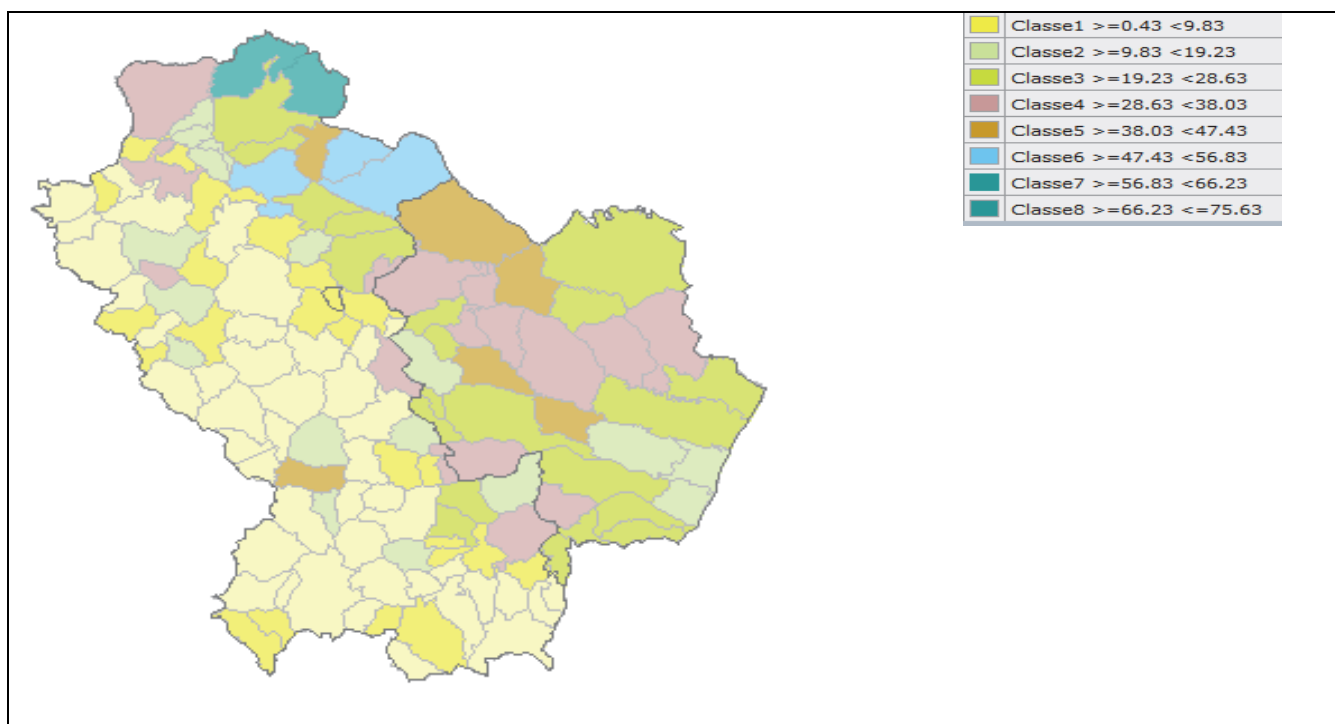
In Puglia, nel 2007, l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale delle aziende, è stata pari al 45,7%, superiore alla media nazionale, che nello stesso anno è risultata pari al 32,2%, e a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso 29,4%. La presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici, tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 7,4%. Questo fenomeno è dovuto ad un aumento delle aziende che aderiscono (2,5%) rispetto ad una riduzione delle aziende totali (-12,8%). In termini assoluti il maggior numero di aziende che aderiscono a organismi associativi economici è nelle zone C (Aree rurali intermedie) con oltre 98.000 unità. Mentre in termini % sul totale la maggiore presenza di aziende è nelle zone D (50,7%, Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). Situazione analoga a quella della Campania, che trova giustificazione in argomentazioni analoghe, ovvero all'incremento della viticoltura ed alla nuova tendenza associazionistica dei settori zootecnici guidata dalla necessità di economie di scala nelle fasi di approvvigionamento e di macellazione.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

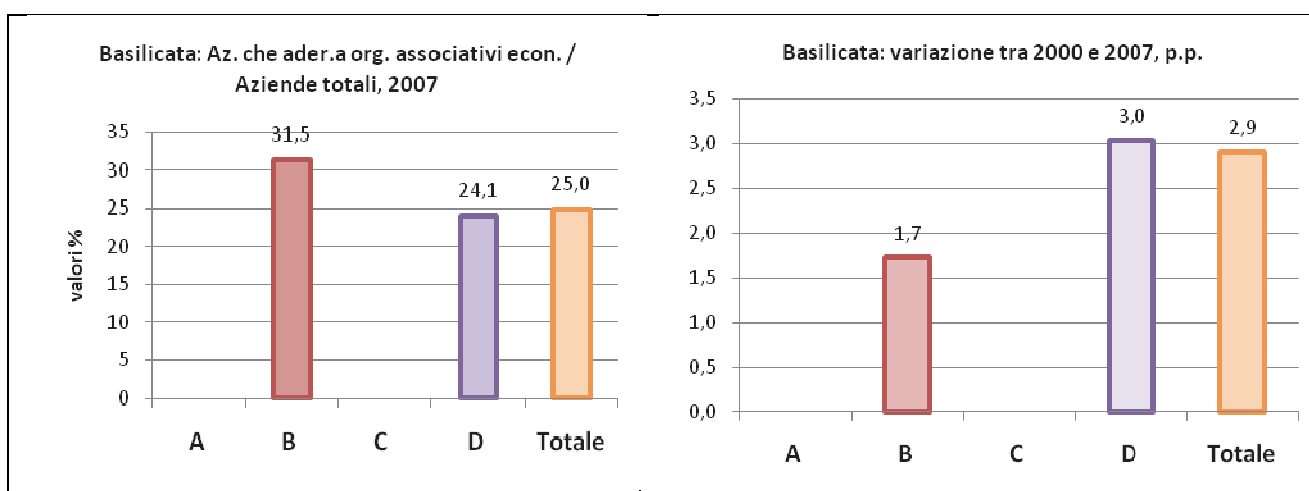
Un esame sulla presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nella zona A (Poli Urbani), in cui l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale è passata dal 24,3% al 40,7%.

Basilicata



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

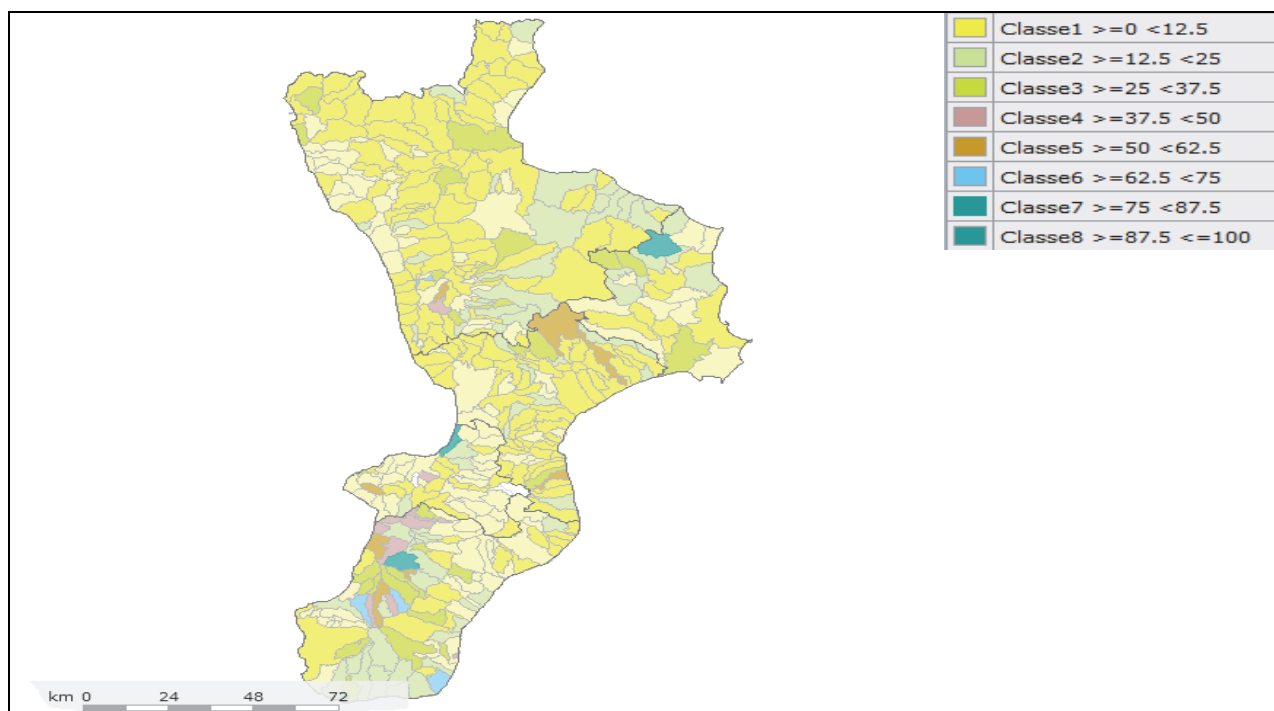
In Basilicata, nel 2007, l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale delle aziende è stata pari al 25%, inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 32,2% e sia di quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso 29,4%. La presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici tra il 2000 e il 2007 è aumentata solo del 2,9%; questo fenomeno è dovuto ad un piccolo aumento delle aziende che aderiscono a organismi associati economici (1,8%) rispetto ad una riduzione delle aziende totali (-11,1%).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

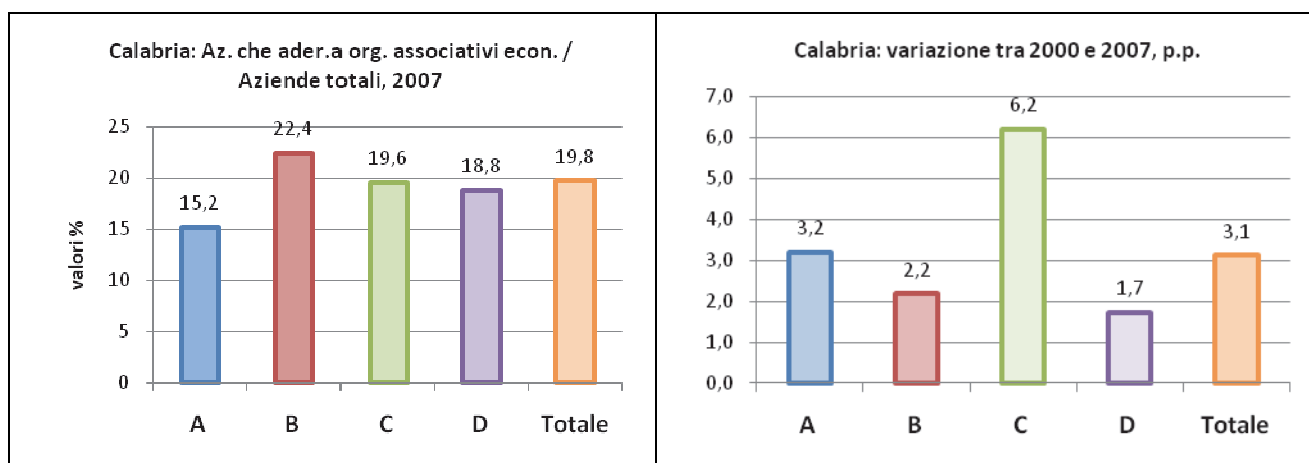
In termini assoluti il maggior numero di aziende che aderiscono a organismi associativi economici è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 15.500 unità. Mentre in termini % sul totale la maggiore presenza di aziende è nella zona B (31,5%, Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata). Un esame sulla presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo), in cui l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale è passata dal 21,1% al 24,1%.

Calabria



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

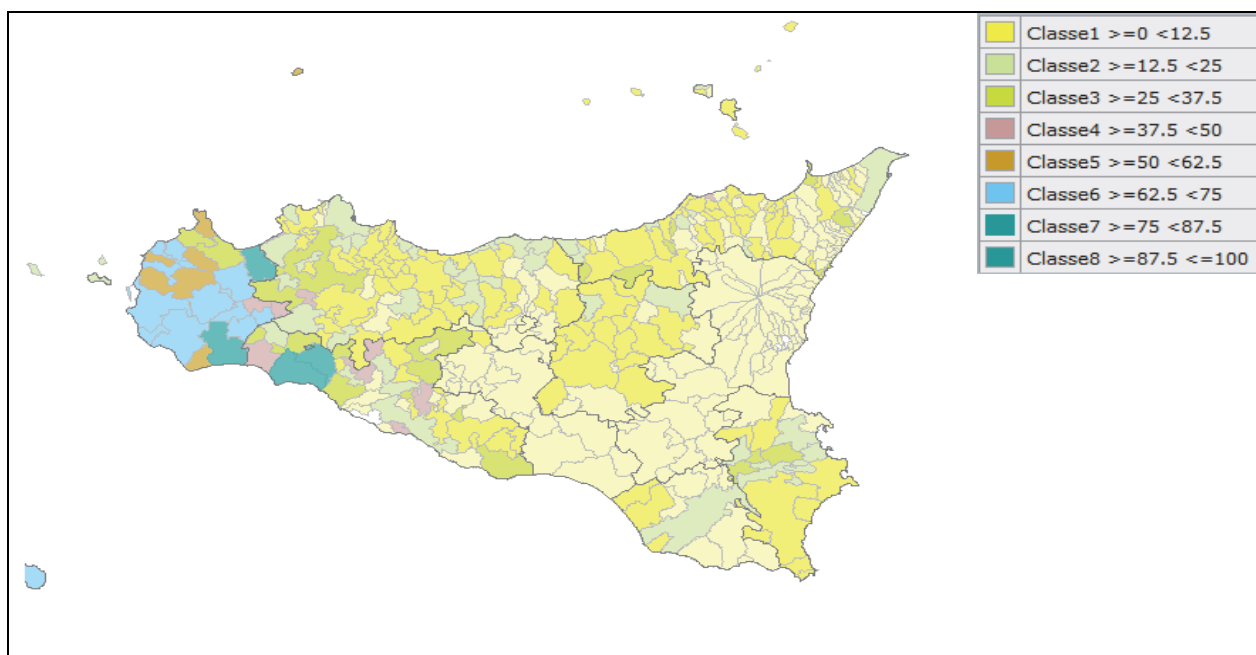
In Calabria, nel 2007, il valore dell'indicatore era pari 19,8% inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 32,2% e sia di quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso 29,4%. La presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici tra il 2000 e il 2007 è aumentata solo del 3,1%, ciò è dovuto ad un piccolissimo aumento delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici (0,2%) rispetto ad una riduzione delle aziende totali (-15,6%). In termini assoluti il maggior numero di aziende che aderiscono a organismi associativi economici è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 13.000 unità. Mentre in termini % sul totale la maggiore presenza di aziende è nella zona B (22,4%, Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

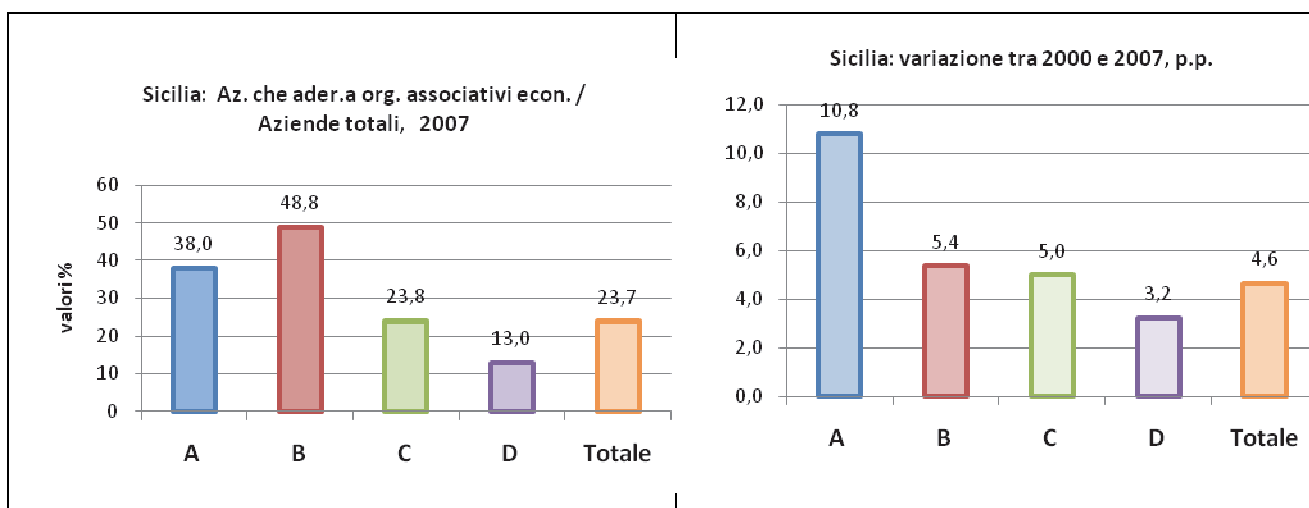
La distribuzione dell'indicatore nelle diverse aree rurali evidenzia come il maggior incremento tra il 2000 e il 2007 si registra nella zona C (Aree rurali intermedie) ed è stato pari a 3,2 punti percentuali (da 13,4% al 19,6%).

Sicilia



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Sicilia, nel 2007, l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale delle aziende è stata pari al 23,7%, valore inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 32,2% e sia di quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso 29,4%. La presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici tra il 2000 e il 2007 è aumentata del 4,6%; questo fenomeno è dovuto ad un piccolo aumento delle aziende che aderiscono (5,1%) rispetto ad una riduzione delle aziende totali (-15,4%). Sia in termini assoluti (con oltre 16.600 unità) che in termini % (48,8%) il maggior numero di aziende che aderiscono a organismi associativi economici è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Un esame sulla presenza di aziende che aderiscono a organismi associativi economici nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nella zona A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende che aderiscono a organismi associativi economici sul totale è passata dal 27,2% al 38%.



2. Aziende che Commercializzano a organismi associativi/aziende che commercializzano, anno 2007

L'indicatore è costruito come rapporto tra le *“aziende con vincoli contrattuali ad organismi associativi”* e *“aziende che commercializzano la loro produzione”*. E' questo, quindi, il reale indicatore della integrazione verticale delle imprese agricole italiane: individua il numero di imprese che immettono sul mercato la propria produzione in forma associata attraverso una Organizzazione di Produttori o una Cooperativa rispetto al totale di quelle che commercializzano il proprio prodotto. La differenza con l'indicatore precedente sta nel vincolo di commercializzazione che lega l'impresa agricola alla forma associativa per questa funzione imprenditoriale. L'indicatore precedente *“aziende che aderiscono ad associazioni economiche/aziende totali”* riguardava invece tutti i rapporti dell'azienda con associazioni come ad esempio l'approvvigionamento e la prestazione di servizi da parte della struttura associativa (ad esempio la vinificazione o la molitura delle olive).

Lo sviluppo di forme associative di commercializzazione in Italia ha avuto ed ha due *“anime”*: quella della cooperazione con radici storiche principalmente nelle Regioni e Province Autonome settentrionali del Paese; e quella delle Organizzazioni Produttori che ha radici nelle Organizzazioni Comuni di Mercato (OCM) della PAC che affidano a queste Organizzazioni compiti regolamentari a fronte dei quali vengono previsti supporti diretti. Le Cooperative hanno una presenza diffusa in tutti i settori produttivi, in particolare quelli dove l'evoluzione del sistema distributivo e dei consumi ha portato ad un aumento ed ad una standardizzazione di prodotti condizionati e/o trasformati come il vino, le carni, i prodotti lattiero caseari e le conserve vegetali. Non meraviglia quindi che la loro presenza sia concentrata nelle aree dell'Italia settentrionale dove sono localizzati sia produzioni di questi alimenti e sia consumi.

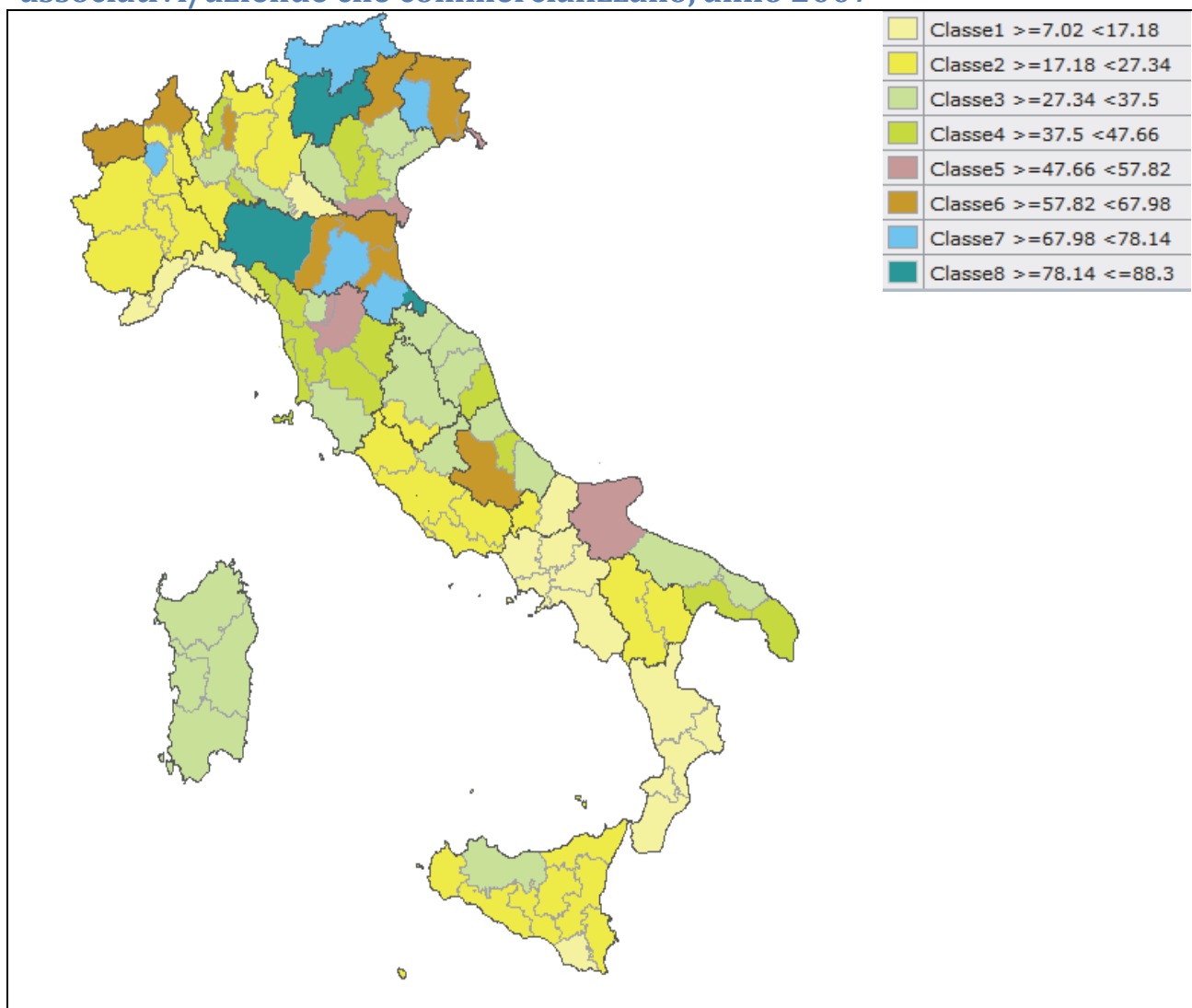
Le Organizzazioni Produttori (OP) hanno origine nel settore ortofrutticolo dove sono regolamentate a livello comunitario. La normativa che regola a livello comunitario e nazionale le OP prevede sia l'esclusività della presenza nella compagine sociale di imprese agricole, sia l'obbligo del conferimento della maggior parte della produzione all'Organizzazione dei Produttori. Anche le OP, quindi come le Cooperative, (alle quali appartengono nella maggior parte per forma giuridica) sono una forma associata di impresa nella quale il rischio è assunto dai soci imprenditori agricoli che ha per scopo proprio la commercializzazione delle produzioni degli associati. La finalità di queste imprese collettive è quella della creazione di un valore aggiunto attraverso economie di scala e di una differenziazione qualitativa del prodotto e di un migliore e più veloce adattamento delle produzioni dei soci a norme di qualità cogenti e volontarie richieste dal mercato e dell'appropriazione da parte delle imprese agricole di parte del valore aggiunto che si forma nella filiera che va *“From Farm to Fork - dal campo alla tavola”*. Costituiscono la più rilevante forma di aggregazione nelle Regioni meridionali dove è concentrata in Italia la produzione ortofrutticola.

L'integrazione verticale di tipo associazionistico è quindi uno strumento di crescente rilevanza per la sostenibilità dell'agricoltura. Attraverso questa modalità organizzativa della filiera è possibile superare, all'interno delle sempre più importanti funzioni imprenditoriali di trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli di base, le diseconomie derivanti dalle piccole dimensioni del tessuto produttivo agricolo e mantenere all'interno di questo ordinamenti colturali non specializzati. Entrambe queste condizioni fanno oggi parte degli obiettivi sociali ed ambientali delle politiche in favore dello sviluppo rurale unitamente a quello della competitività delle imprese del settore primario.

Un modello organizzativo che si è sviluppato in Italia negli anni dell'immediato dopoguerra, ma che non ha avuto uno sviluppo adeguato alle caratteristiche strutturali e produttive della nostra agricoltura. Il valore medio dell'indicatore in Italia nel 2007 è risultato pari al 33,7%; ciò è dovuto al fatto che in molte Province italiane, soprattutto nelle Regioni meridionali, l'indicatore, nel 2007 aveva un valore al di sotto del 15%, solo in 9 Province ha assunto un valore superiore al 57%.

Nella figura seguente viene riportata la cartina dell'Italia suddivisa per Province con l'indicazione del valore dell'indicatore per classe di appartenenza.

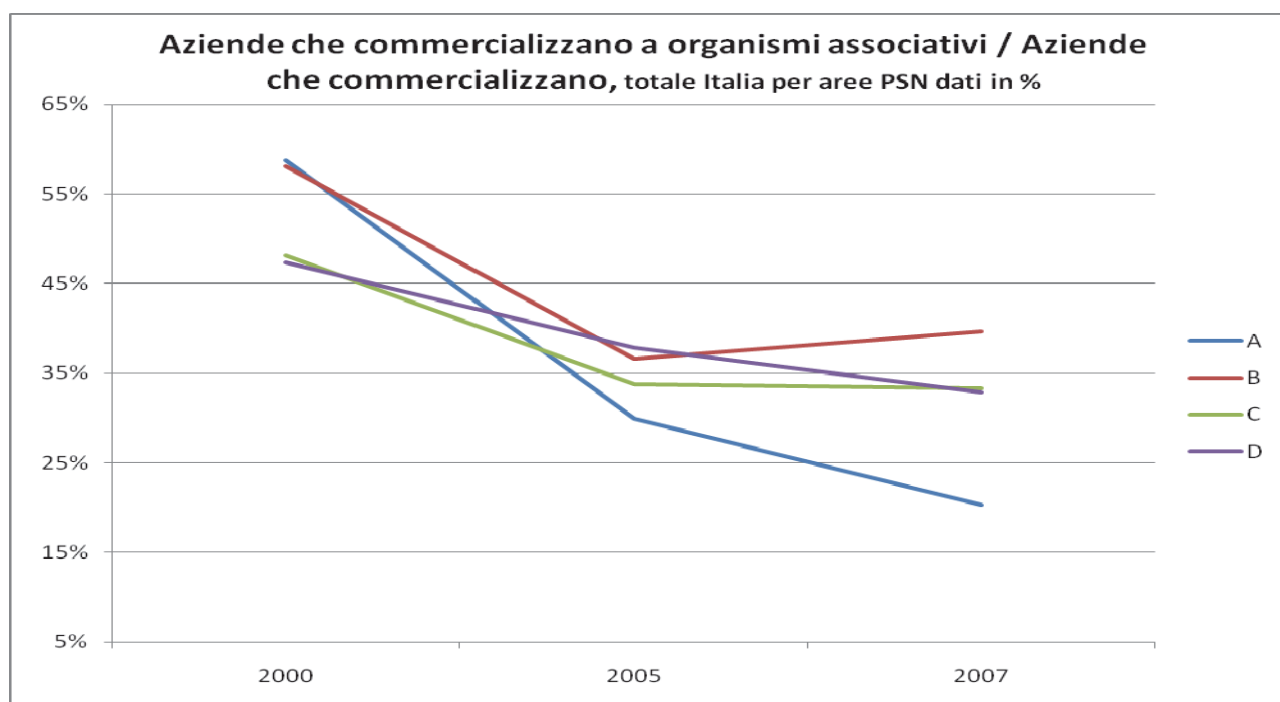
Figura Italia: Aziende che commercializzano a organismi associativi/aziende che commercializzano, anno 2007



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Questo modello organizzativo ha visto una notevole crisi nei primi anni del nuovo millennio: il ricorso a forme associative per la commercializzazione dei prodotti ha avuto una notevole contrazione nel periodo 2000-2007 con un valore dell'indicatore che, a livello nazionale, ha perso quasi 18 punti passando da 51,6% al 33,7%; questo è dovuto ad un maggior decremento % delle aziende legate da vincoli contrattuali a forme associative (67,4%) rispetto alla riduzione percentuale del numero di imprese che commercializzano (50%).

Nel periodo considerato 2000-2007 il decremento del valore dell'indicatore è molto differenziato per aree territoriali PSN come mostrato nel grafico seguente. La riduzione maggiore si riscontra nelle Aree A - Poli Urbani (38,5%) di molto superiore a tutte le altre zone ed alla media nazionale. Una possibile interpretazione del dato proviene da due fenomeni che hanno interessato queste aree nel periodo considerato: l'incremento di aziende agricole di tipo "residenziale" con produzioni prevalentemente per auto-consumo (la percentuale delle aziende che commercializzano su quelle totali è diminuita del 38% nel periodo considerato) e l'incremento delle imprese che effettuano vendita diretta (+6%, Cfr. Sezione 6 dedicato alla vendita diretta in questo Atlante) per l'espansione della domanda di prodotti agricoli nei mercati locali peri-urbani.

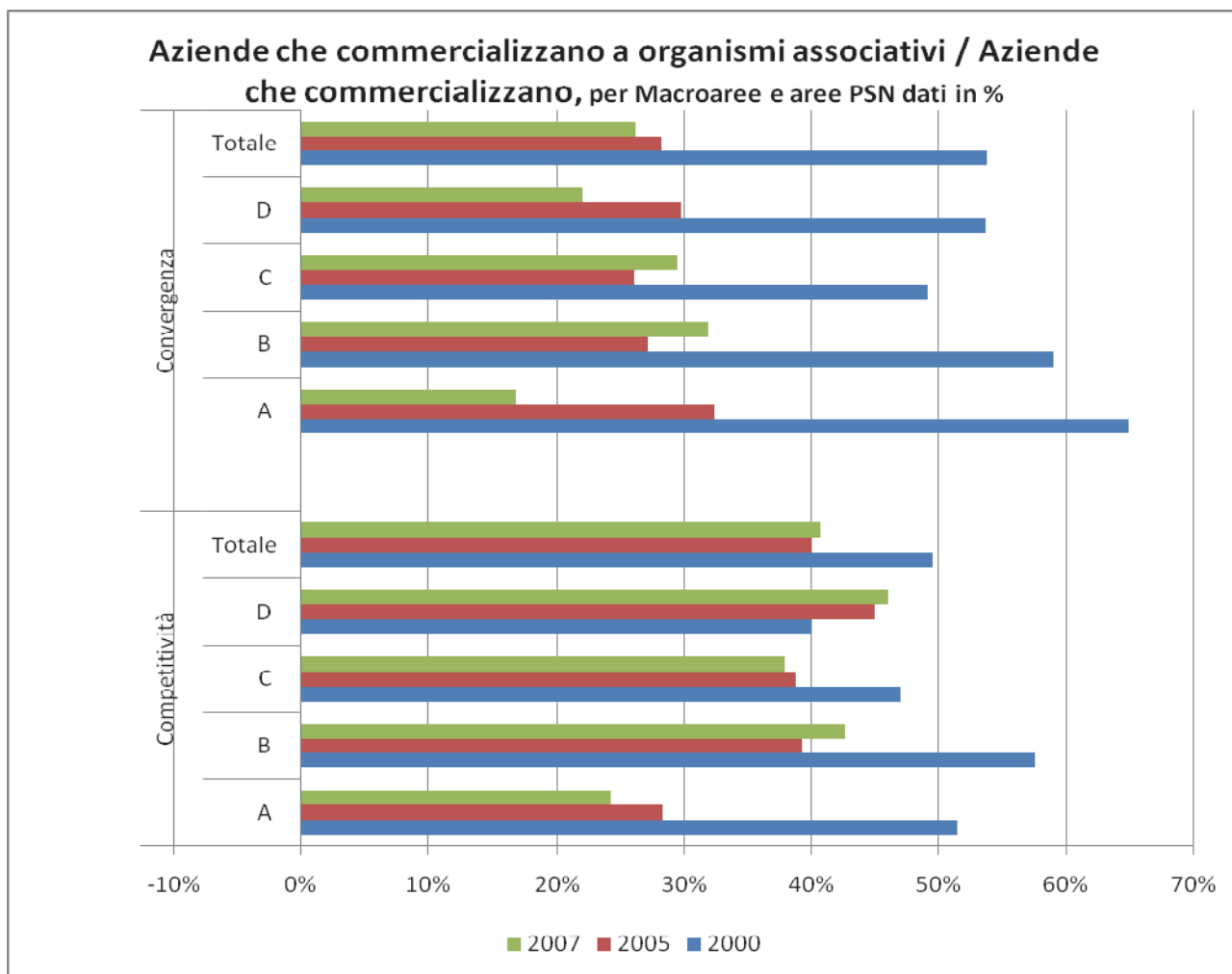


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

La riduzione dell'indicatore ha comunque interessato tutte le aree PSN con una forte riduzione nel periodo 2000-2005; nei due anni successivi si avverte un cambiamento di tendenza nelle aree B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) e C (Aree rurali intermedie) mentre continua il declino del modello di commercializzazione in forma associata nell'area D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo), oltre, che come detto in quelle A (Poli Urbani).

L'andamento dell'indicatore in assoluto e per aree non è omogeneo se si considera la ripartizione tra Regioni Obiettivo Competitività e Convergenza, vi è una maggiore riduzione nelle Regioni Obiettivo Convergenza (27,6%) rispetto a quelle Obiettivo Competitività (8,8%). Nelle prime il tasso di integrazione verticale di tipo associativo era più alto nel 2000 con un valore dell'indicatore pari a 53,8% contro il 49,5% delle Regioni Obiettivo Competitività.

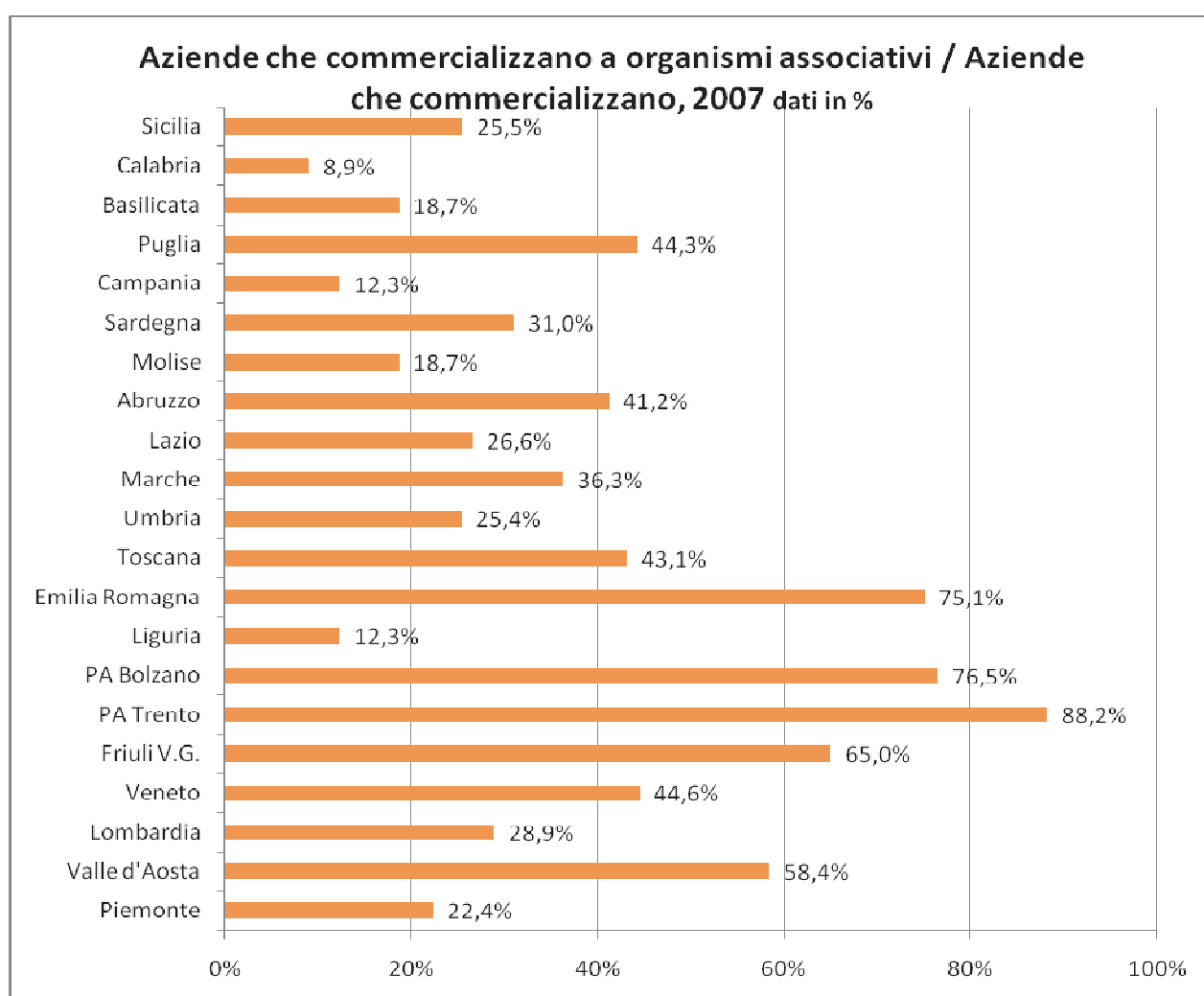
Sempre nel 2000 il valore maggiore dell'indicatore era quello dell'area A (Poli Urbani) delle Regioni Obiettivo Convergenza, area dove si è avuto il maggior decremento nel periodo 2000-2007 (-48,1%), viceversa nelle aree D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) delle Regioni Competitività si è avuto un incremento dell'indicatore del 6% dovuto principalmente all'incremento della commercializzazione di prodotti trasformati. Nel grafico sottostante vengono riportati i valori dell'indicatore per anno e per aree PSN ripartite per Regioni Obiettivo Convergenza e Competitività.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Confronto tra le Regioni e Province Autonome (PA): aziende che Commercializzano a organismi associativi/aziende che commercializzano, anno 2007

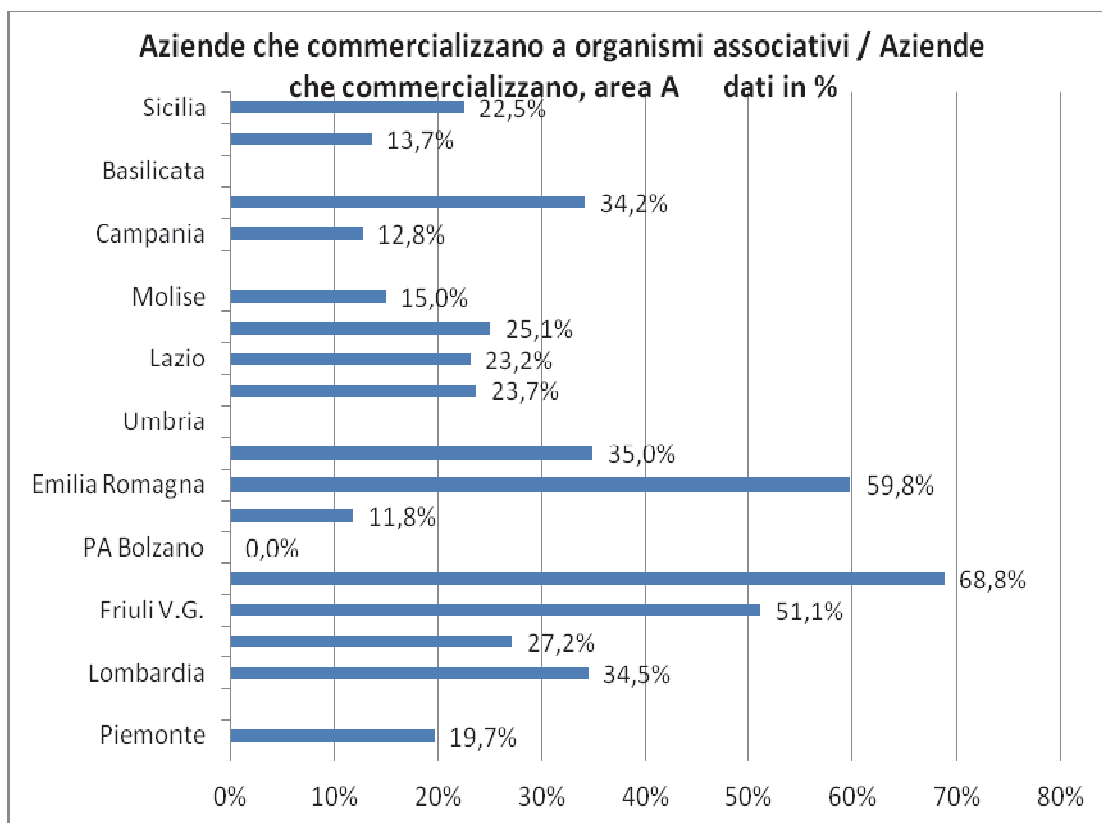
Il grado di integrazione verticale di filiera di tipo associativo, valutabile attraverso l'indicatore "aziende legate da vincoli di commercializzazione a organismi associativi/aziende che commercializzano" appare ancora molto diversificato tra le Regioni e Province Autonome italiane. Questa forma organizzativa della filiera interessa oltre i 3/4 delle imprese agricole che commercializzano il proprio prodotto nelle Province Autonome di Trento (88,2%) e Bolzano (76,1%) e nella regione Emilia Romagna (75,1%). Questo elevato indice di concentrazione è dovuto all'incremento del valore dell'indicatore nel periodo considerato in tutte le aree PSN dell'Emilia Romagna e delle due Province Autonome. Oltre a queste aree l'incremento dell'indice tra il 2000 ed il 2007 si è verificato solo nel Friuli Venezia Giulia nelle aree A (Poli Urbani) e nelle aree D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) ed è risultato pari rispettivamente al 2,3% ed al 47,9%.



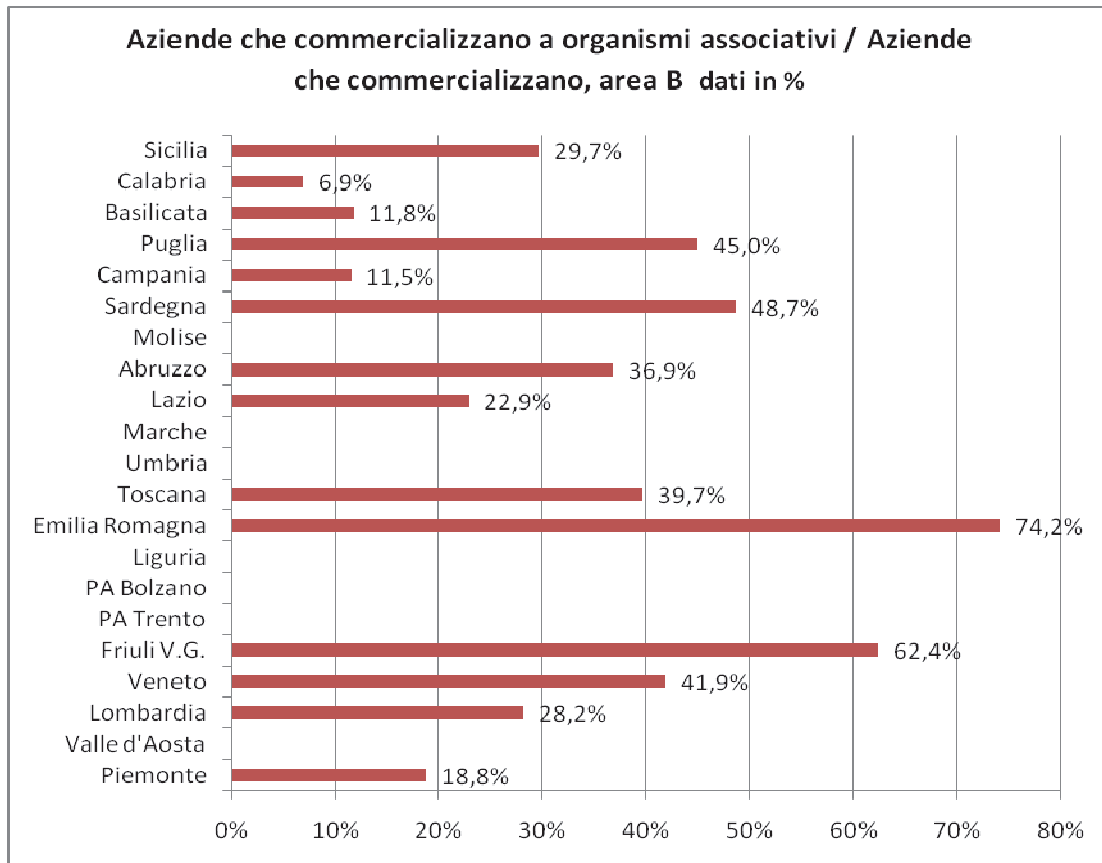
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Solo in 2 Regioni del nord e 2 del centro Italia nel 2007 le aziende agricole legate da vincoli di commercializzazione associativo erano meno di 1/3 di quelle che commercializzano e precisamente in Lombardia (28,9%), in Liguria (12,3%), in Umbria (25,4%) e nel Lazio (26,6), mentre nell'Italia meridionale solo la Puglia (44,1%) ha un valore dell'indicatore superiore alla soglia di 1/3.

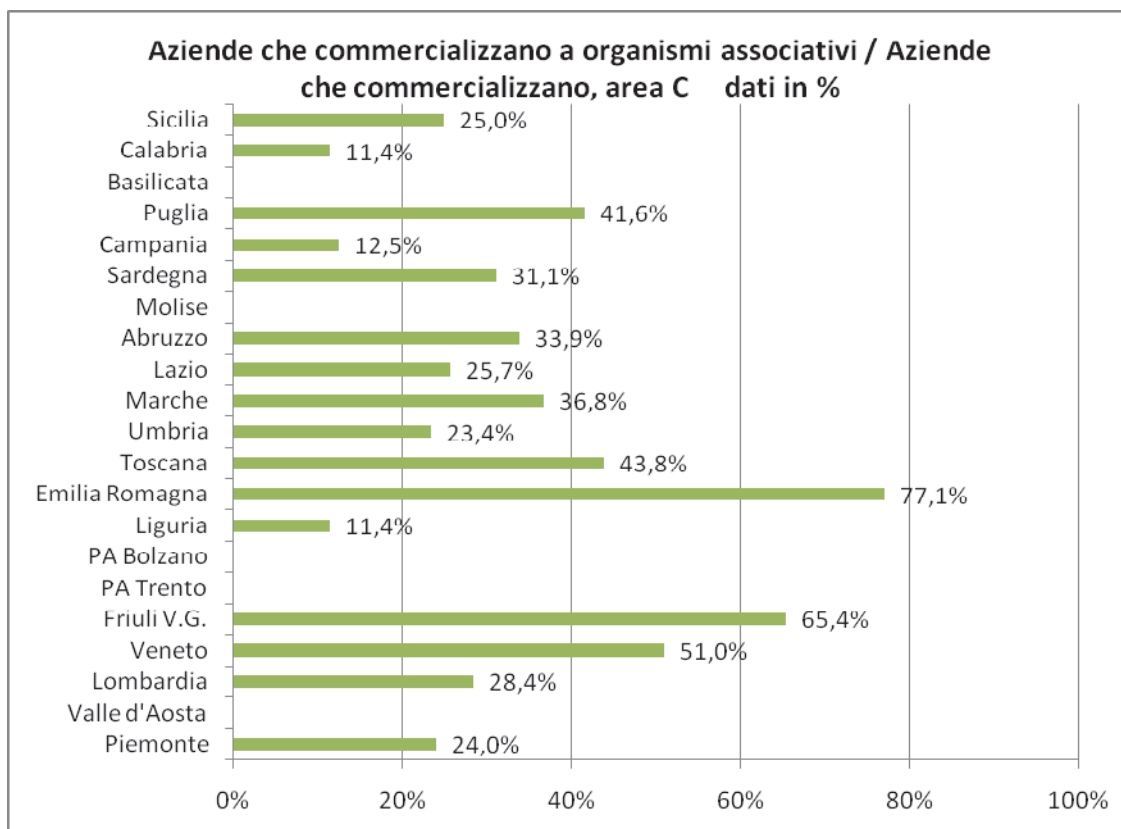
Nei grafici seguenti è riportato il valore dell'indicatore per le diverse aree territoriali individuate dal PSN per ciascuna Regione.



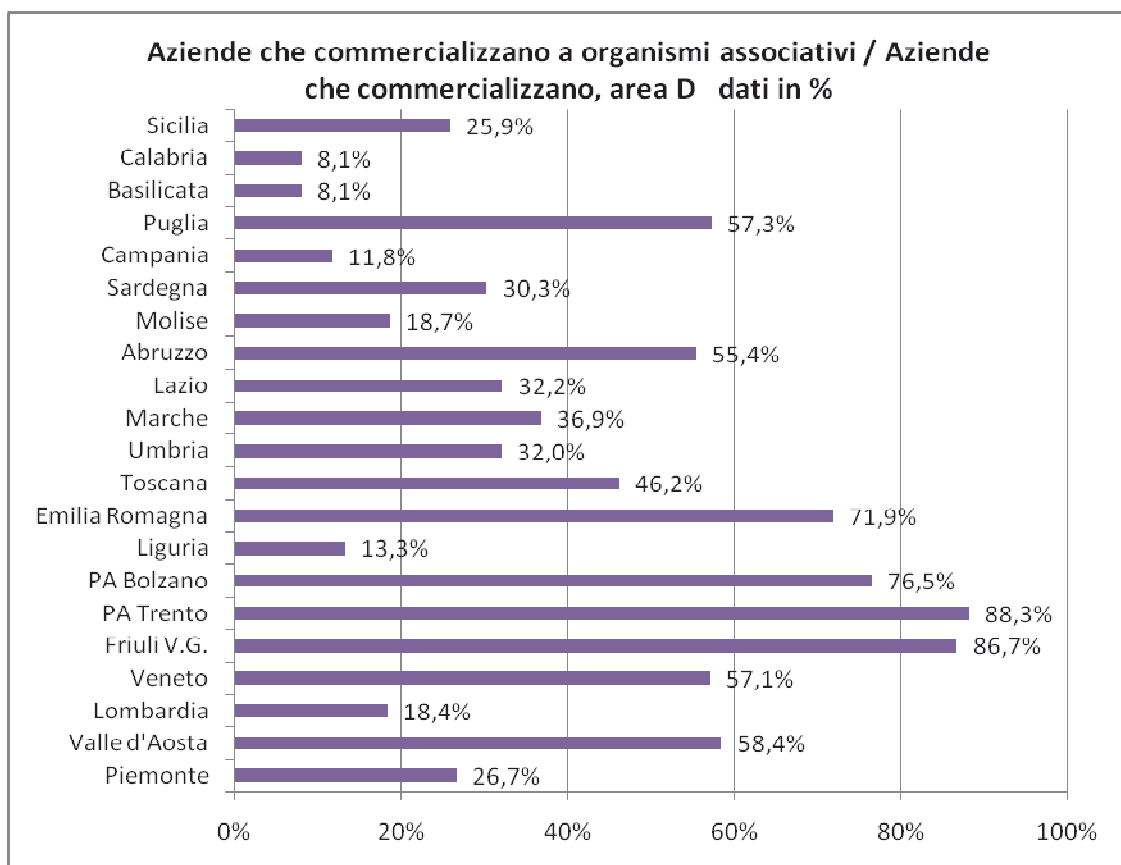
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

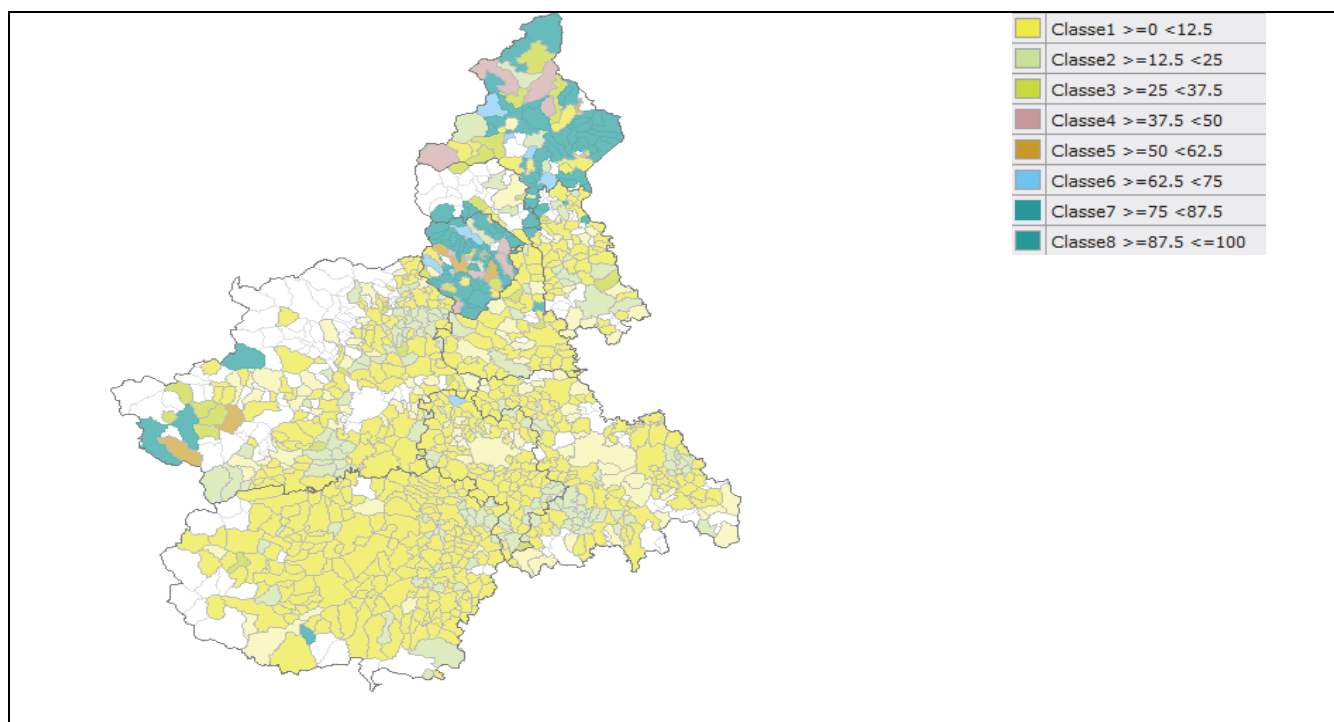


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



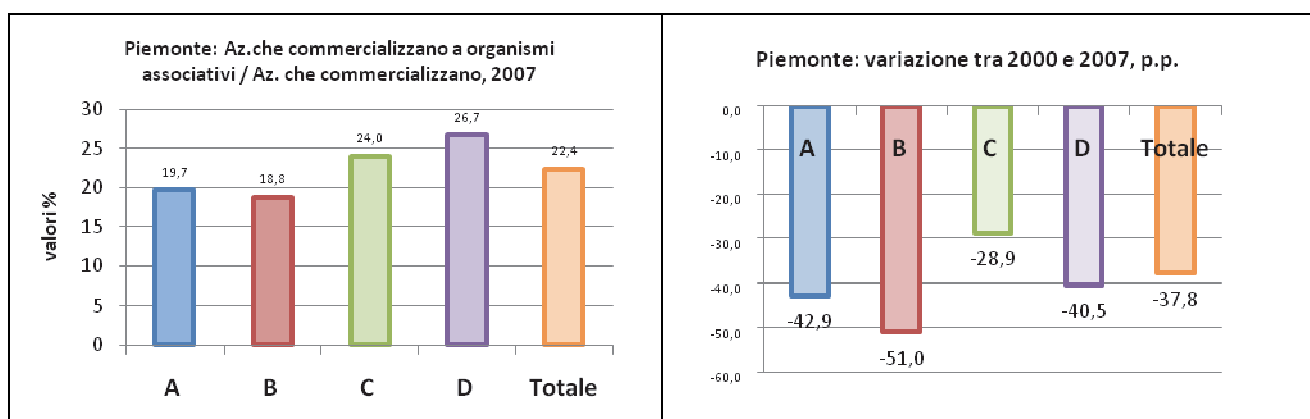
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Piemonte



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

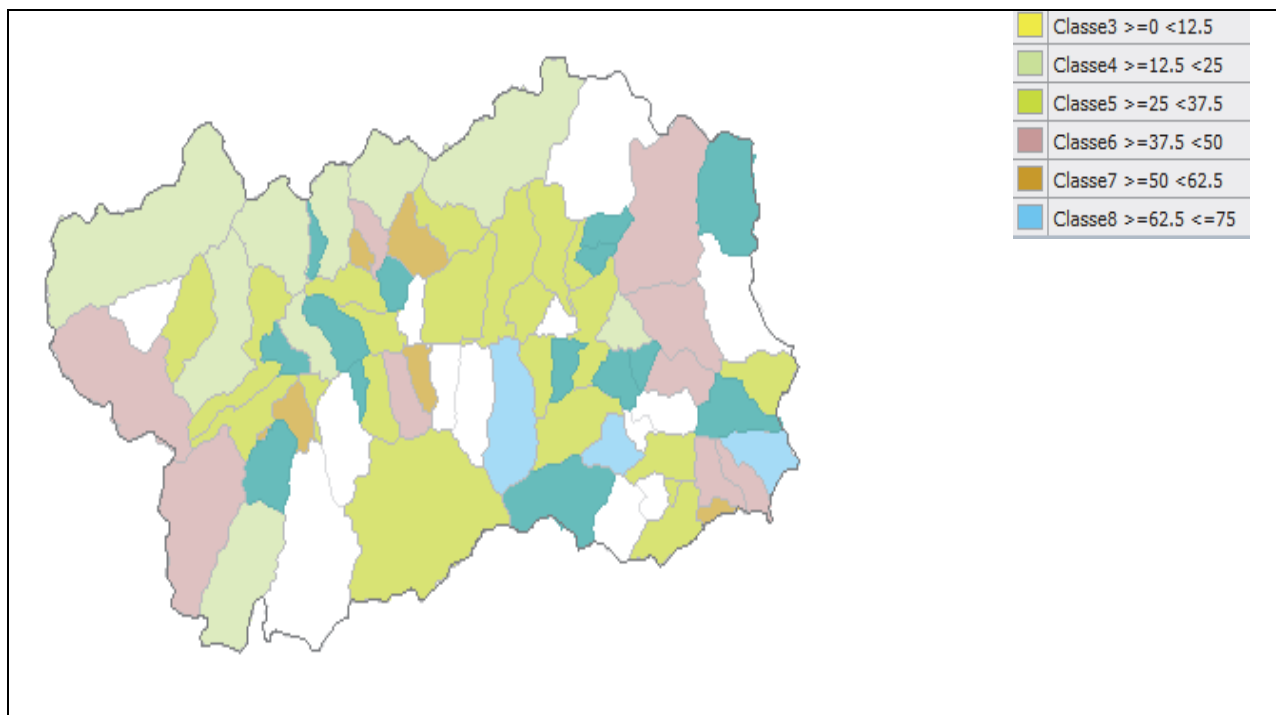
In Piemonte, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi, sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 24,4%, inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7% e sia di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (40,7%). La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 37,8%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-81,1%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (49,2%).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

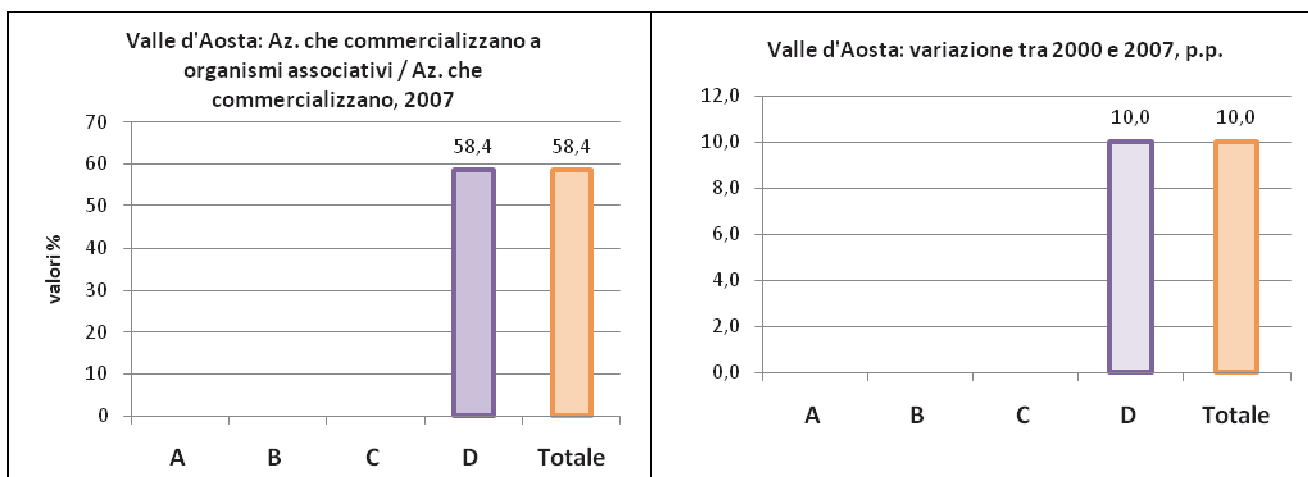
In termini assoluti il maggior numero di aziende che commercializzano a organismi associativi è nelle aree C (Aree rurali intermedie) con oltre 4.500 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano servendosi di ulteriori canali commerciali la maggiore presenza è nelle zone D (aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con il 26,7%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione, si registra nelle aree B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 69,8% al 18,8%.

Valle d'Aosta



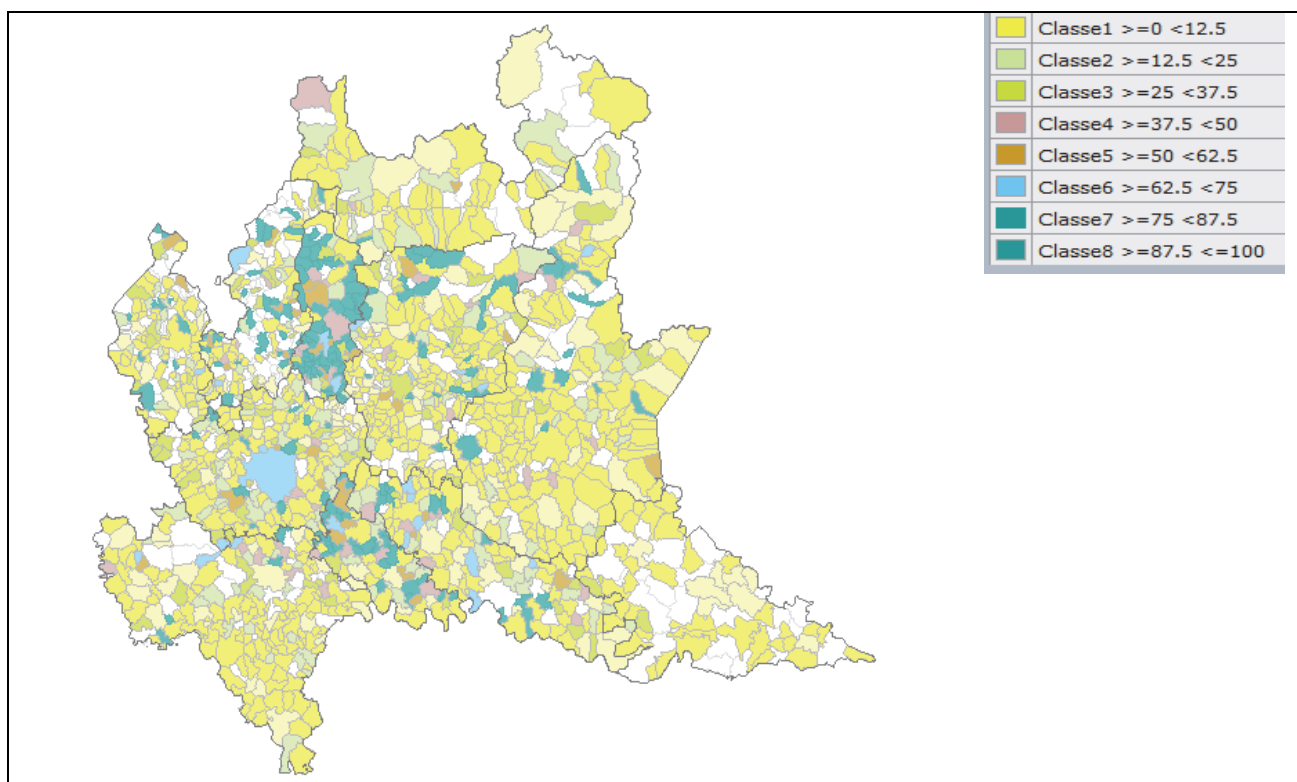
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Valle d'Aosta nel 2007 l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 58,4%, superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a (33,7%) che a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (40,7%). La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 è aumentata del 10% ; questo fenomeno è dovuto ad una minor riduzione, nel periodo 2000-2007, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (pari a -53,5%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (61,5%).



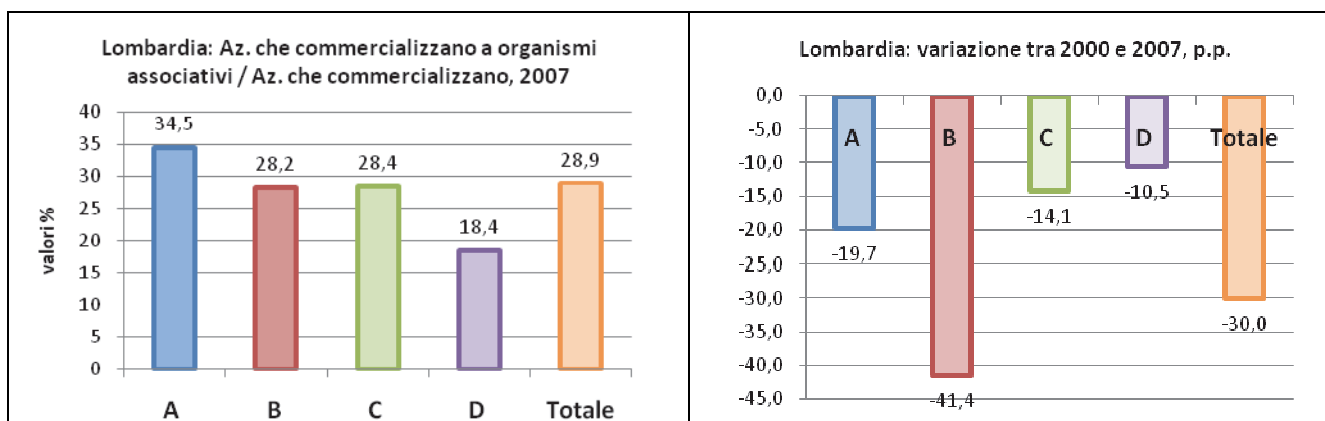
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Lombardia



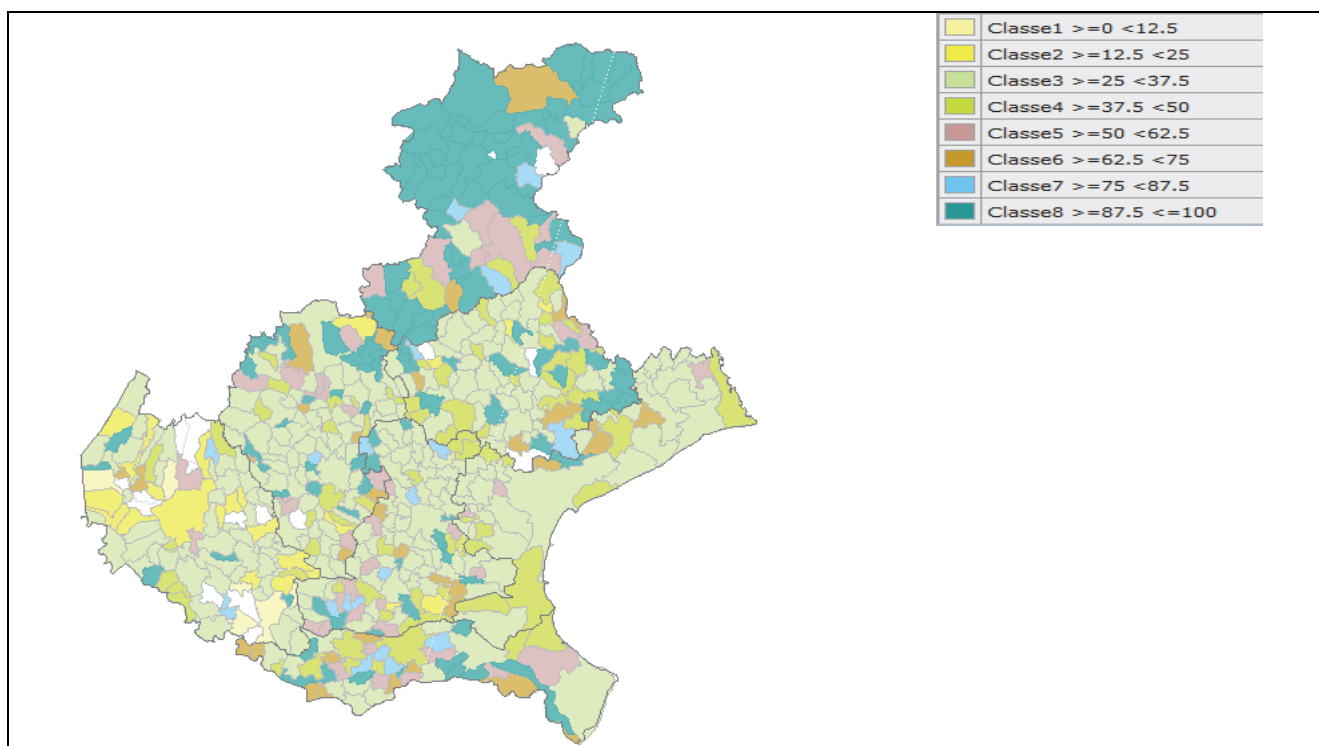
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Lombardia, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 28,9%, inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7% e sia di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (40,7%). L'indicatore, tra il 2000 e il 2007, si è ridotto del 30%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-82,9%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (65,2%). In termini assoluti il maggior numero di aziende che commercializzano a organismi associativi è nella **zona B (zone rurali intermedie)** con 3.200 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano servendosi di ulteriori canali commerciali la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani) con il 34,5%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione, si registra nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 69,6% al 28,2%.



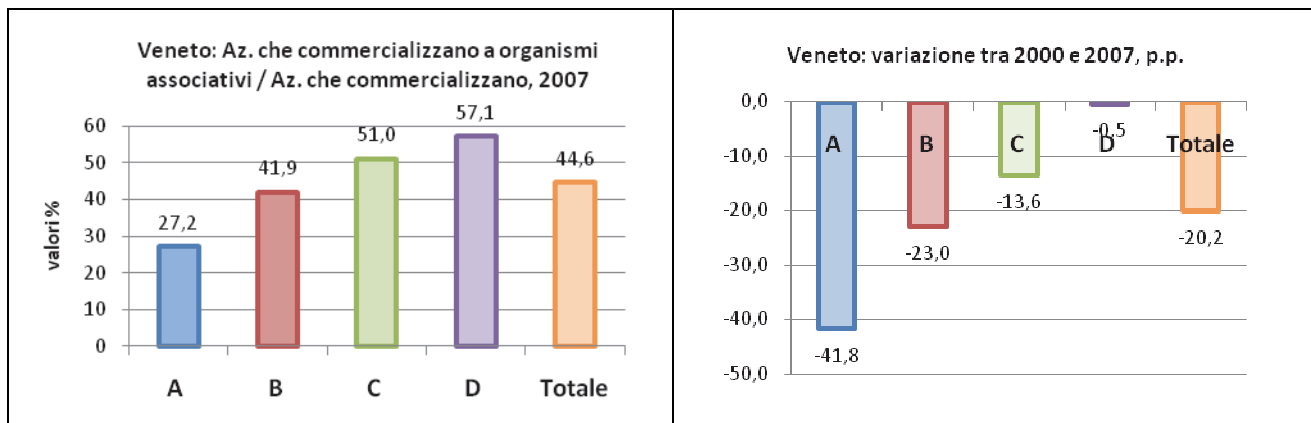
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Veneto



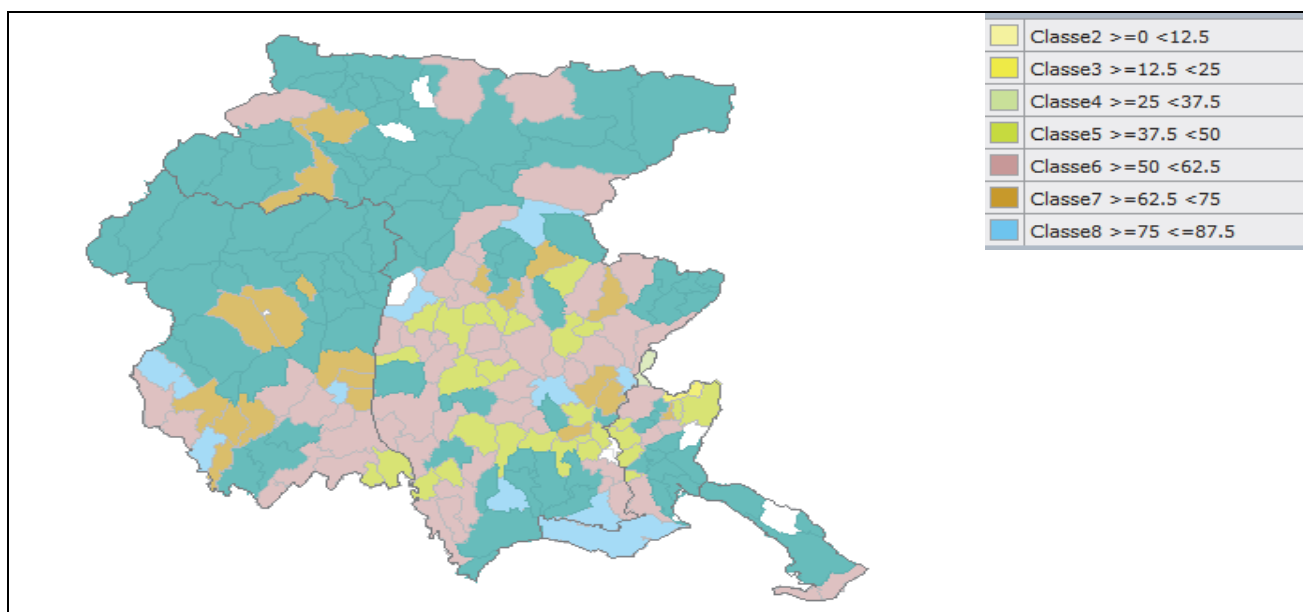
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Veneto nel 2007 l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 46,6%, superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 40,7%. L'indicatore, tra il 2000 e il 2007, si è ridotto del 20,2%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-62%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (44,9%). In termini assoluti il maggior numero di aziende che commercializzano a organismi associativi è nell'area B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con oltre 24.700 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con il 57,1%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione, si registra nell'area B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 69% al 41,8%.



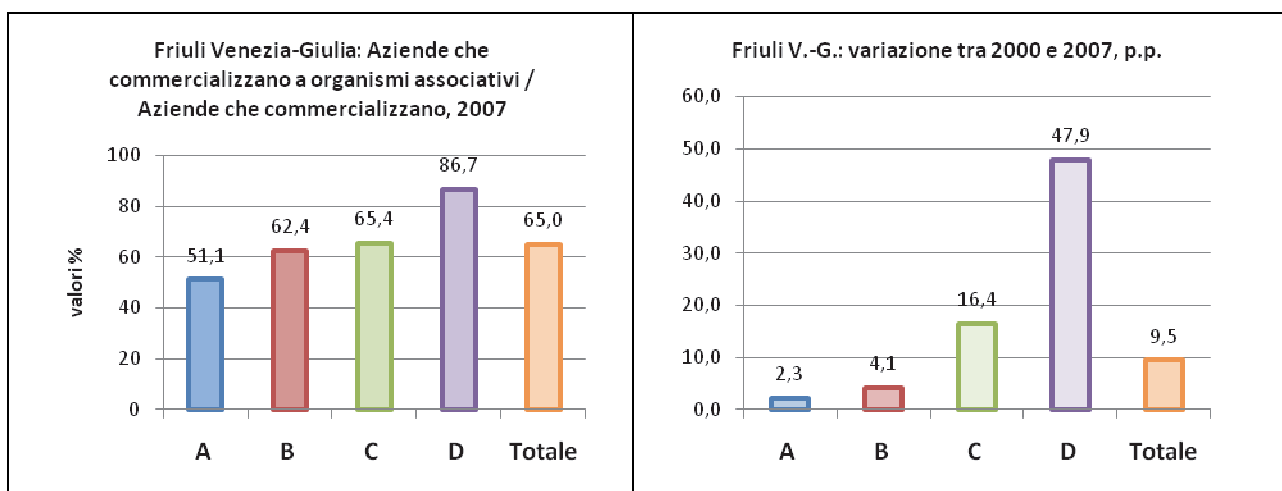
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Friuli Venezia-Giulia



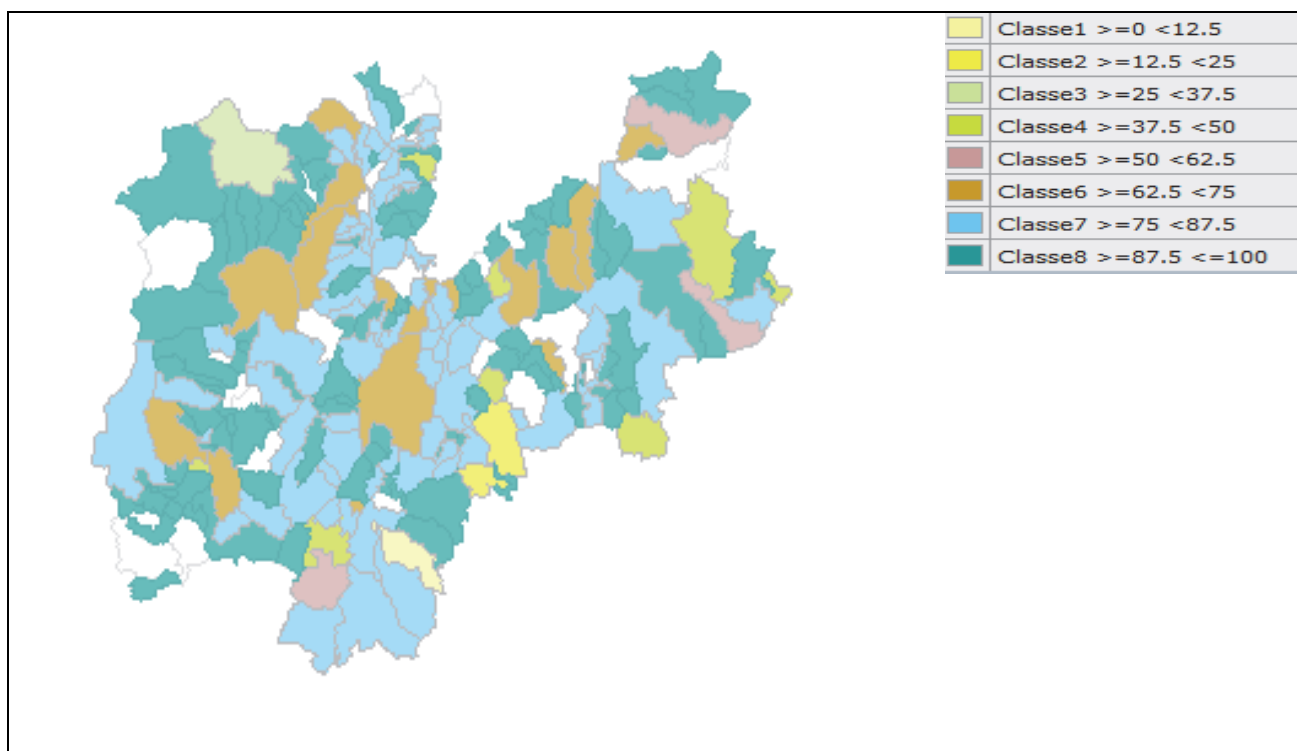
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Friuli Venezia Giulia, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 65%, superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7%, e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 40,7%. La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 9,5%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-53,3) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-60,1%). In termini assoluti, maggior numero di aziende che commercializzano a organismi economiche è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con oltre 24.700 unità. Mentre, in termini % sul totale delle aziende che commercializzano servendosi di ulteriori canali commerciali la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con 86,7%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 38,8% al 86,7%.



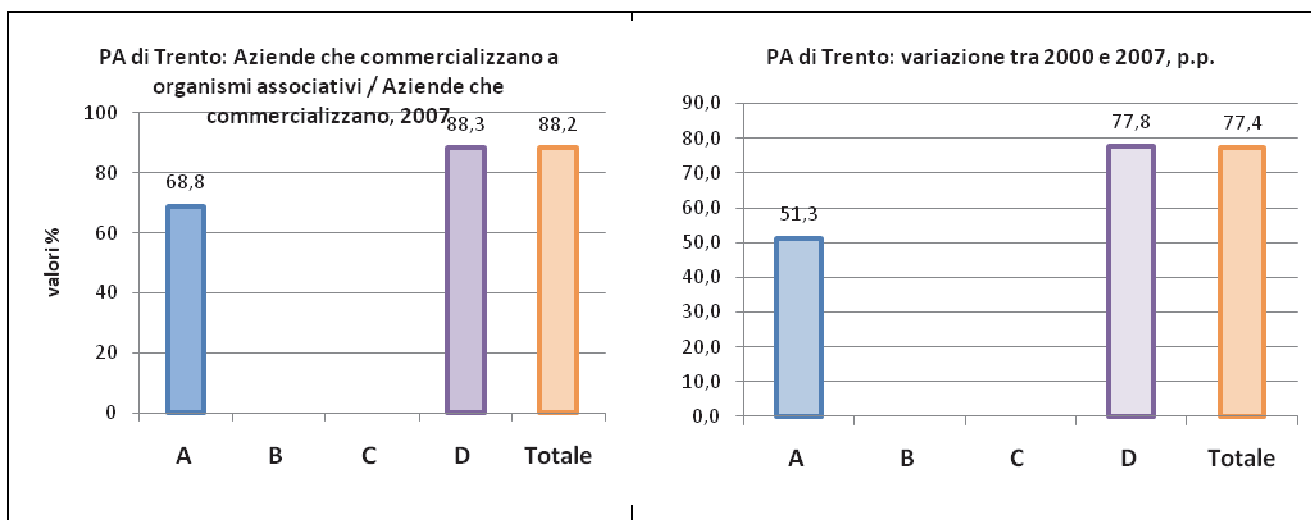
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Provincia Autonoma (PA) di Trento



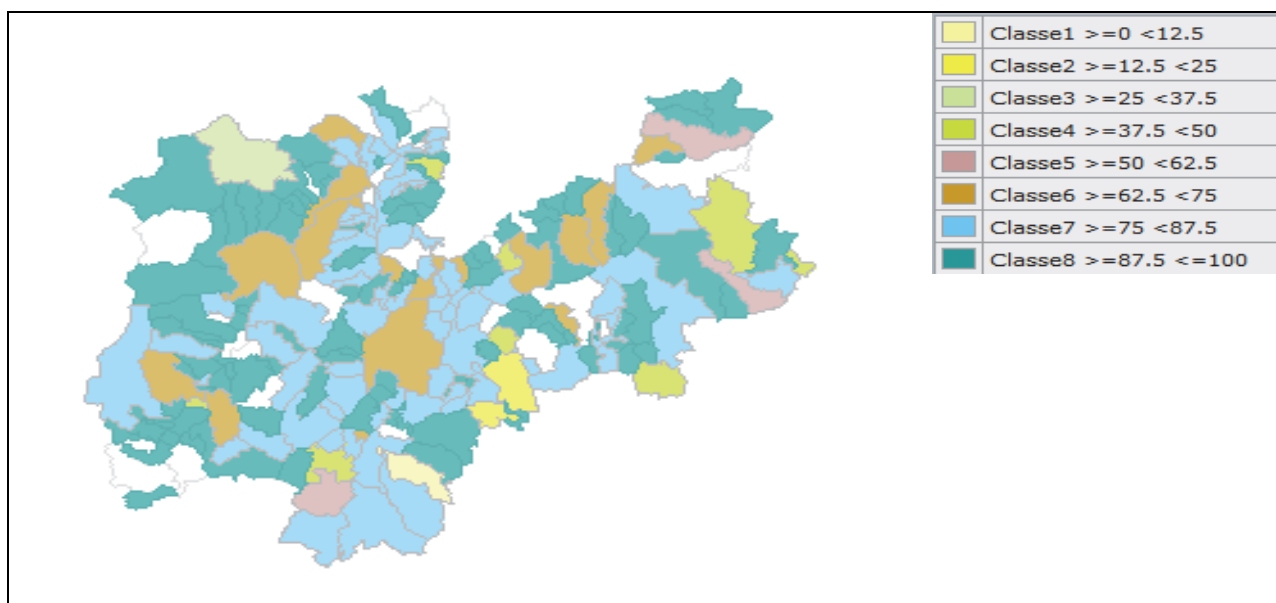
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Nella Provincia Autonoma di Trento, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano servendosi di ulteriori canali commerciali è stata pari al 88,2%, superiore sia alla media nazionale (33,7%) e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (40,7%). La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 77,4%; questo fenomeno è dovuto ad un sostanziale aumento, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (circa il 360%, passando da 1.764 nel 2000 a 8.106 nel 2007) rispetto ad una riduzione delle aziende totali che commercializzano (-48,8%).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

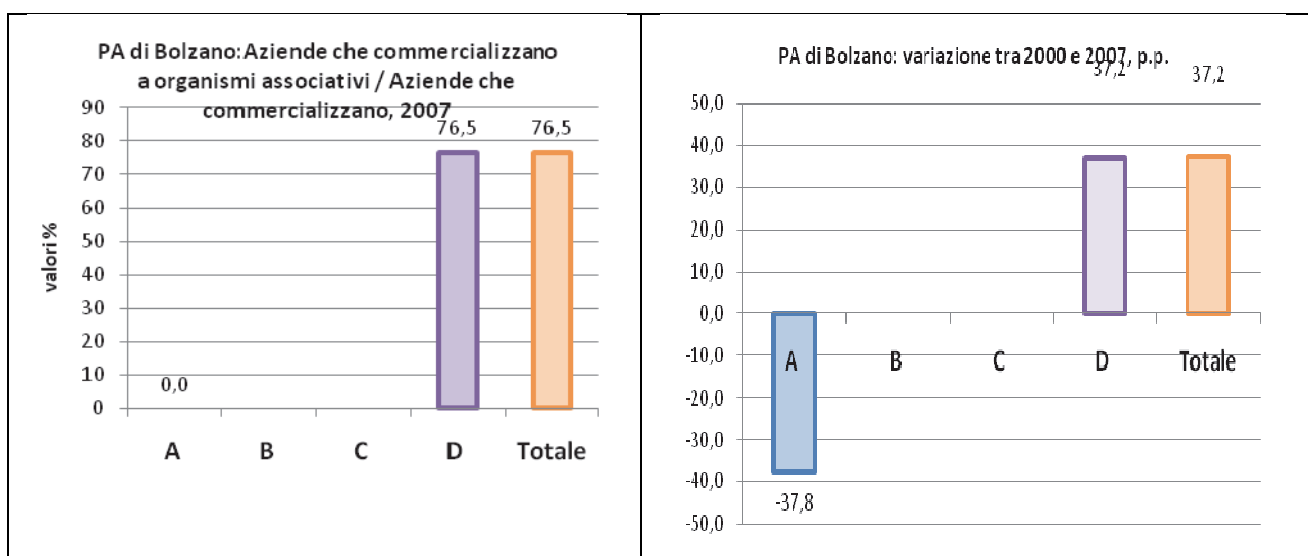
Provincia Autonoma (PA) di Bolzano



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

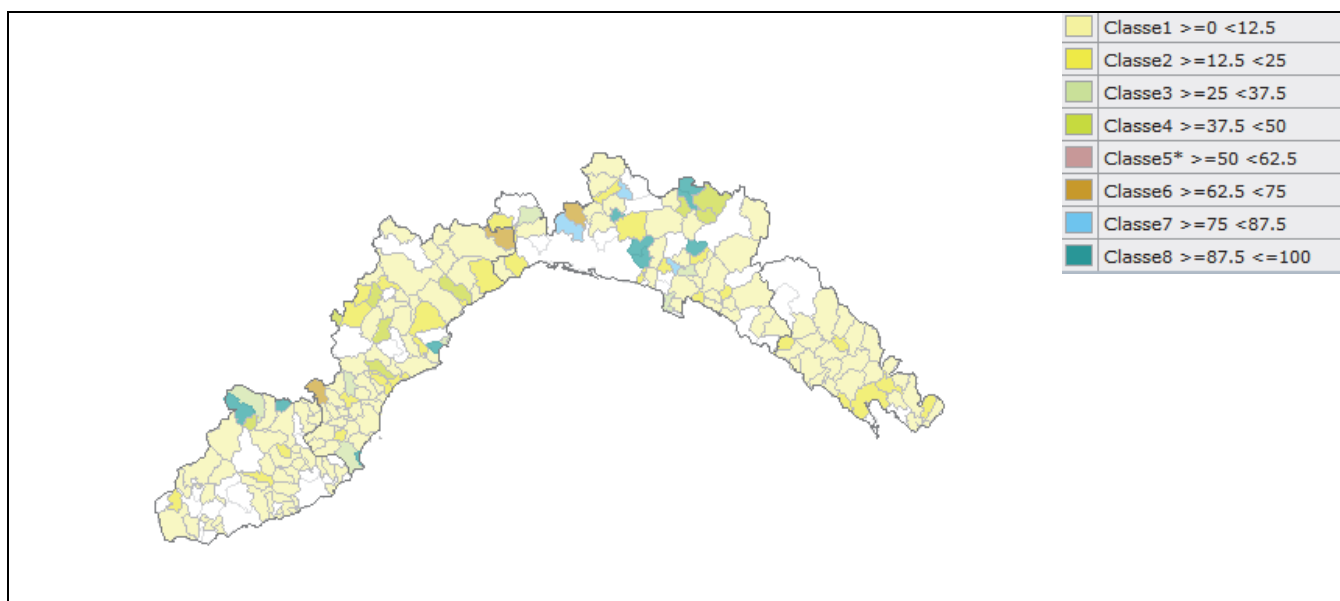
Nella Provincia Autonoma di Bolzano, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 76,5%, superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7%, e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 40,7%. La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 è aumentata del 37,2%; questo fenomeno è dovuto ad una minor riduzione nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-9,7) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-53,6%).

Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi, nelle diverse aree rurali, evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 39,3% al 76,5%. Al contrario nelle zone A (Poli Urbani) si evidenzia una riduzione di 37,8 punti percentuali.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Liguria

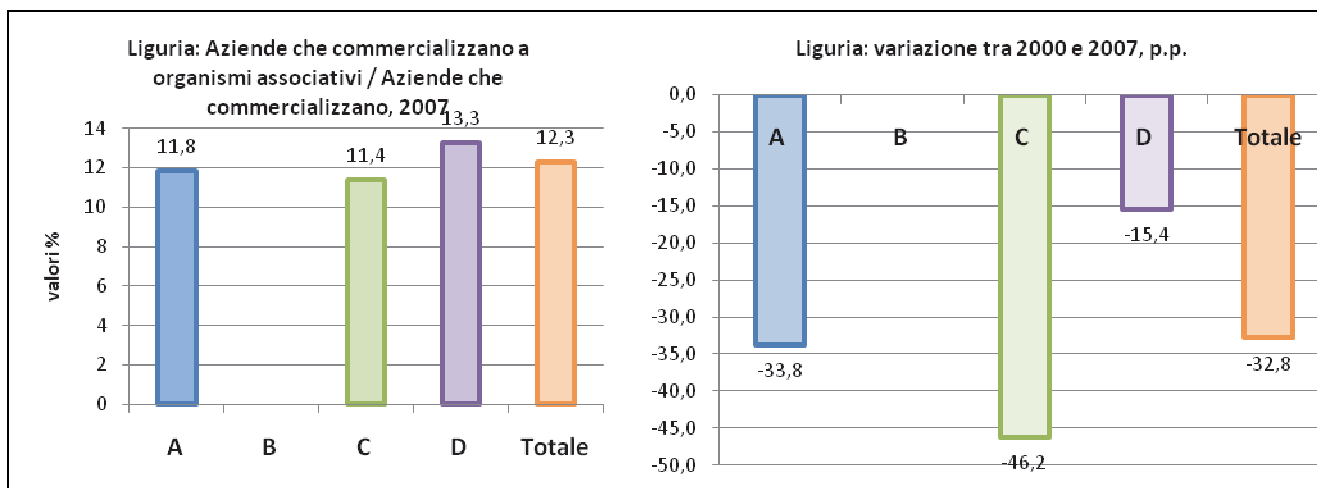


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Liguria, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano servendosi di ulteriori canali commerciali è stata pari al 12,3%, valore inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7%, e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 40,7%. La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 è diminuita del 32,8%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, sempre nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-88,%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (circa -58%).

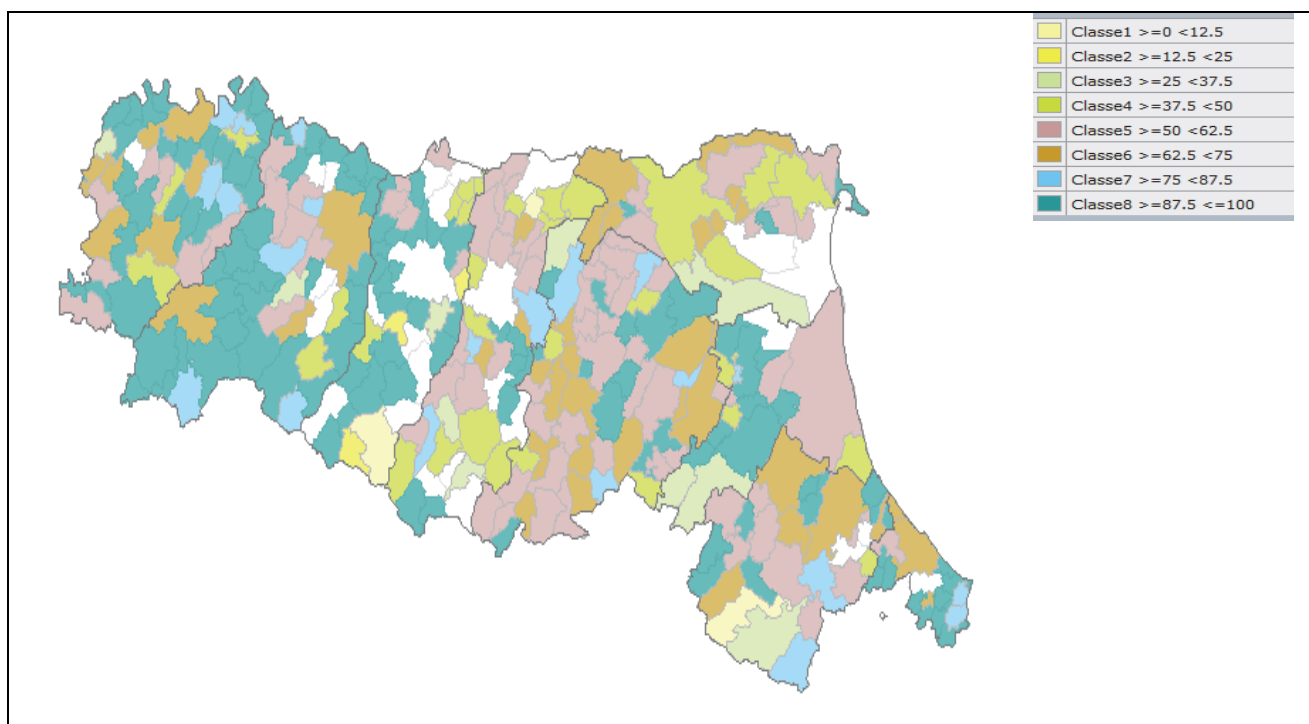
Sia in termini assoluti (con oltre 300 unità) che in termini % (13,3% sul totale delle aziende che commercializzano) il maggiore numero di aziende che commercializzano a organismi associativi è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo).

Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggior riduzione nel periodo considerato (2000-2007) si registra nelle zone C (Aree rurali intermedie), in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 57,6% al 11,4%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

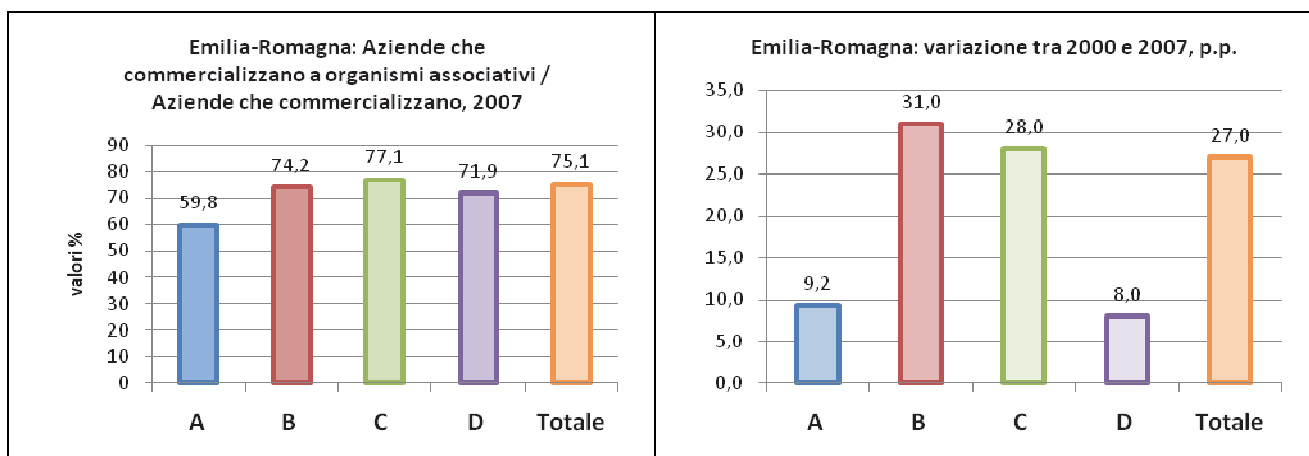
Emilia-Romagna



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

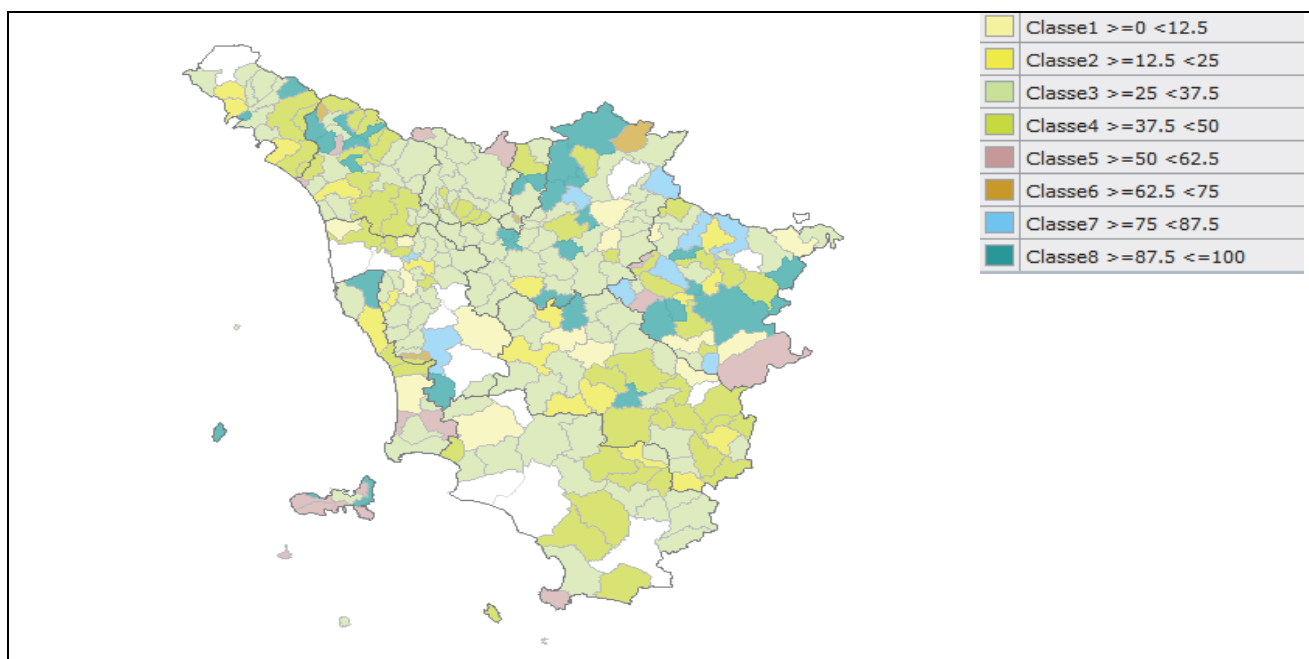
In Emilia Romagna, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 75,1%, valore superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7%, e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (40,7%). La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 27%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-36,2%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-59,2%).

Sia in termini assoluti (con oltre 13.000 unità) che in termini % (77,1% sul totale delle aziende che commercializzano), il maggior numero di aziende che commercializzano a organismi associativi è nella zona C (Aree rurali intermedie). Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi, nelle diverse aree rurali, evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 43,2% al 74,2%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

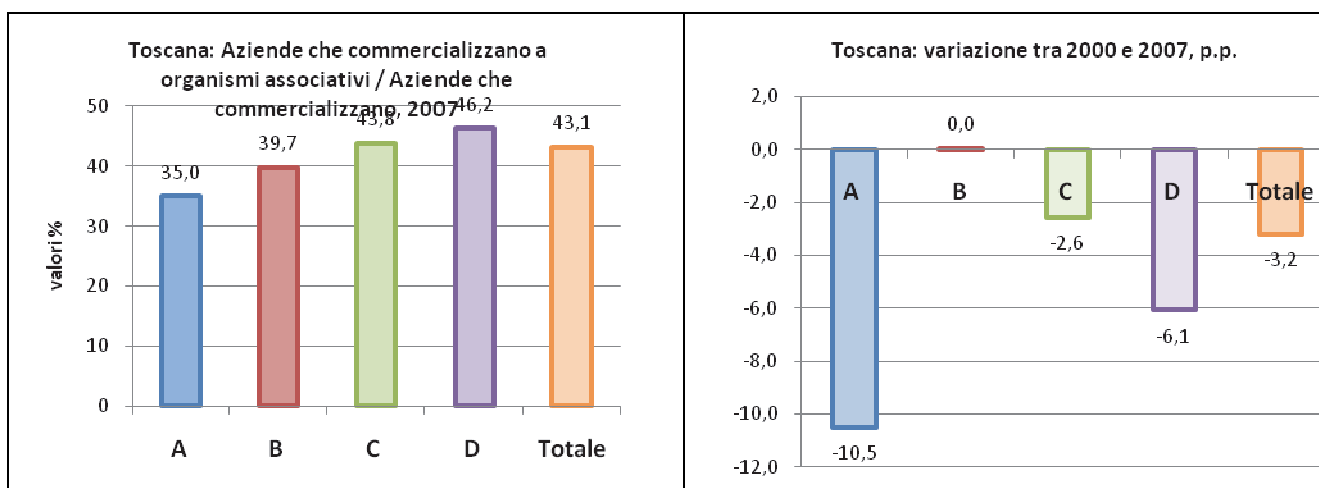
Toscana



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

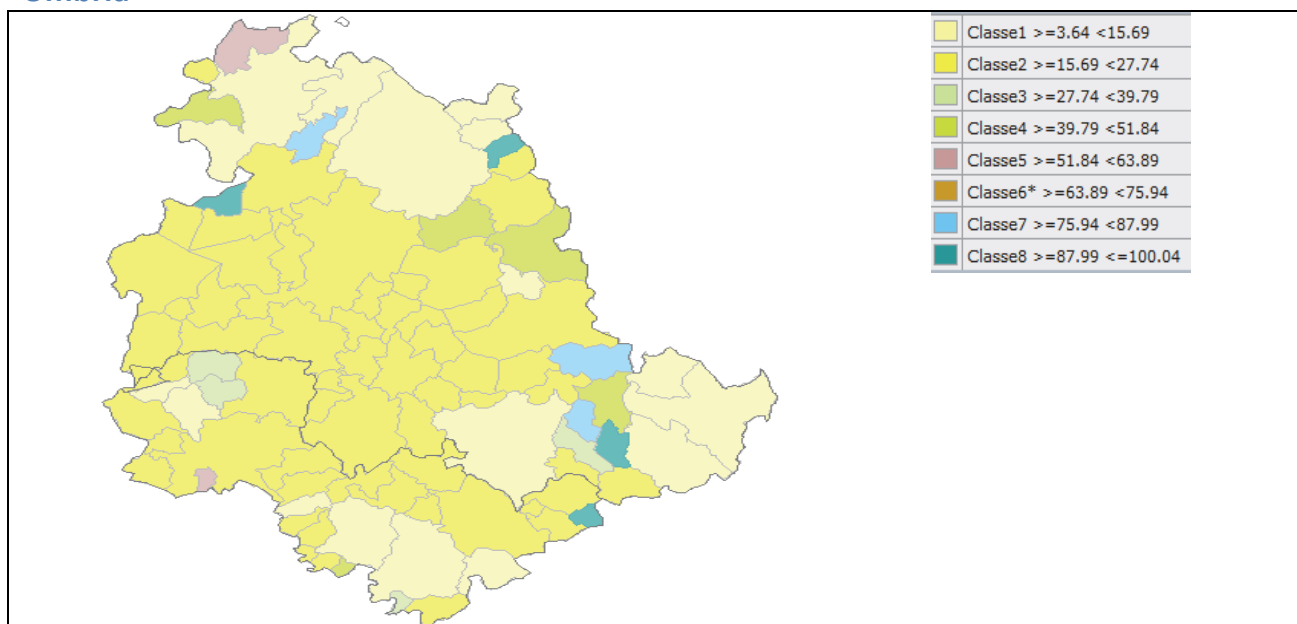
In Toscana, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 43,1%, superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7%, e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 40,7%. La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, è diminuita del 3,2%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-33,3%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-28,4%).

In termini assoluti il maggior numero di aziende che commercializzano a organismi associativi è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 7.500 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano servendosi di ulteriori canali commerciali, la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 46,1%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano usando altri canali commerciali è passata dal 45,5% al 35,5%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

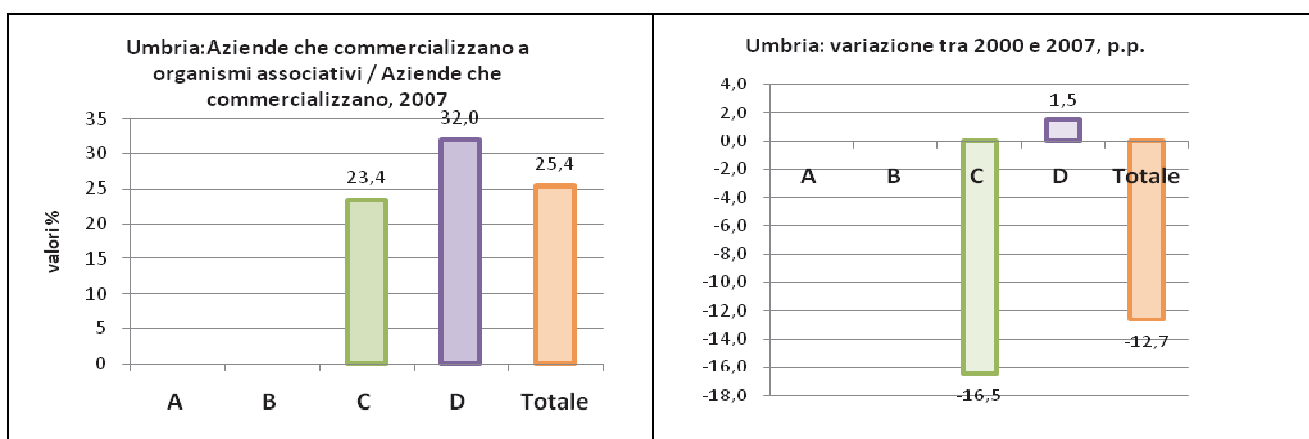
Umbria



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Umbria, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 25,4% valore inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7% e sia di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 40,7%. La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 è diminuita del 9,5%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione nel periodo considerato delle aziende che commercializzano a organismi associativi (circa -63%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-45,1%).

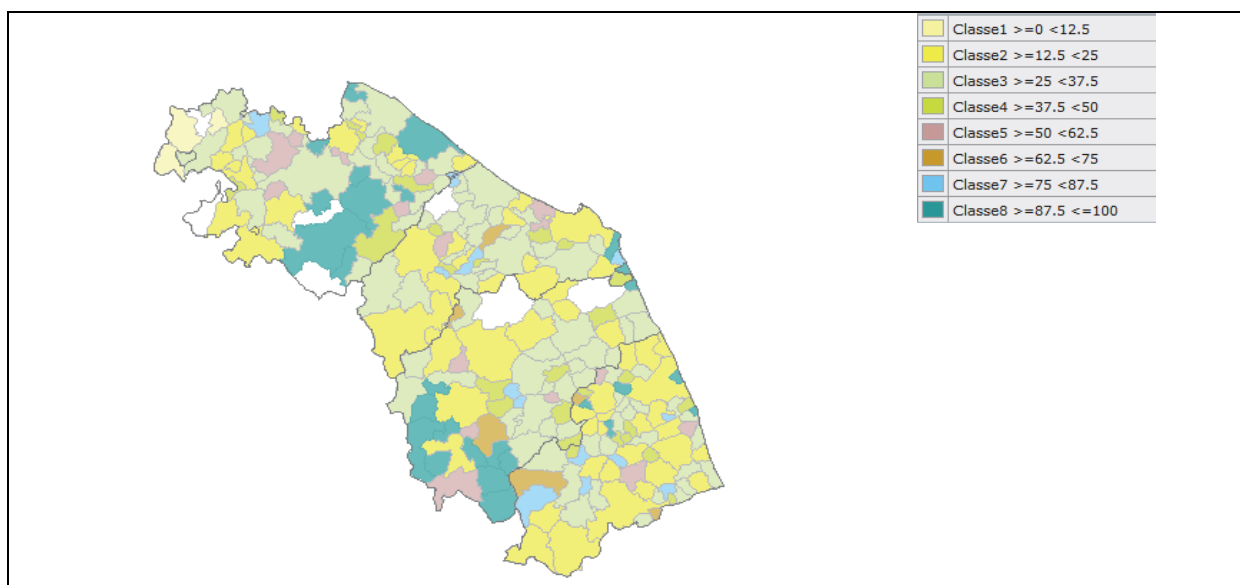
In termini assoluti il maggior numero di aziende che commercializzano a organismi associativi è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 3.000 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano servendosi di ulteriori canali commerciali la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 32%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra le zone C (Aree rurali intermedie) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 39,9% al 23,4% al contrario nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si può evidenziare un aumento, anche se di poco, del 1,5%.

Marche

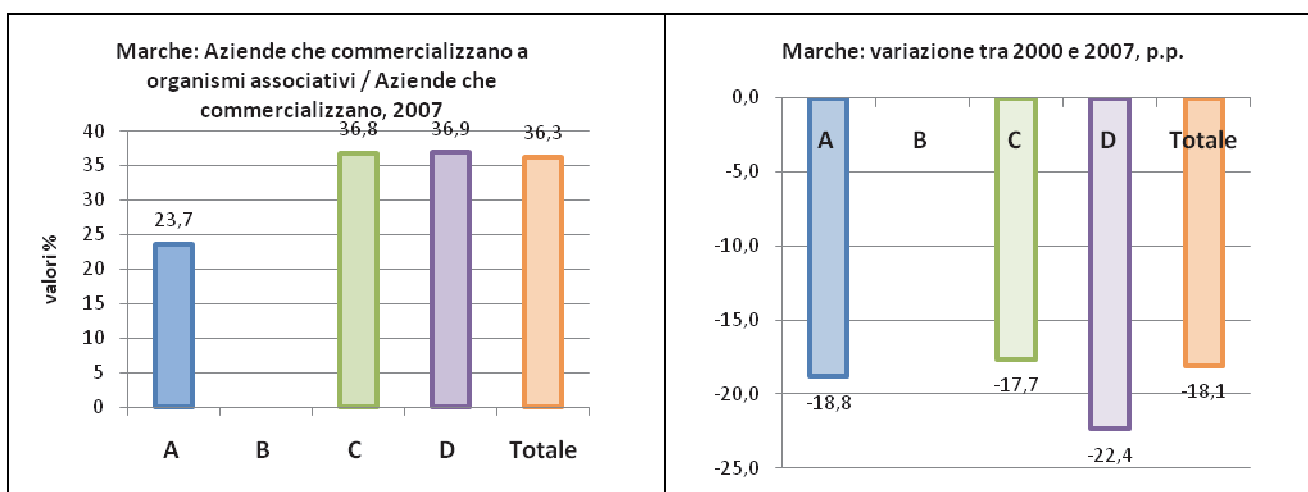


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Nelle Marche, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 36,3%, superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7%, ma risulta essere inferiore a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 40,7%. La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, è diminuita del 18,1%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-64,4%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-46,7%).

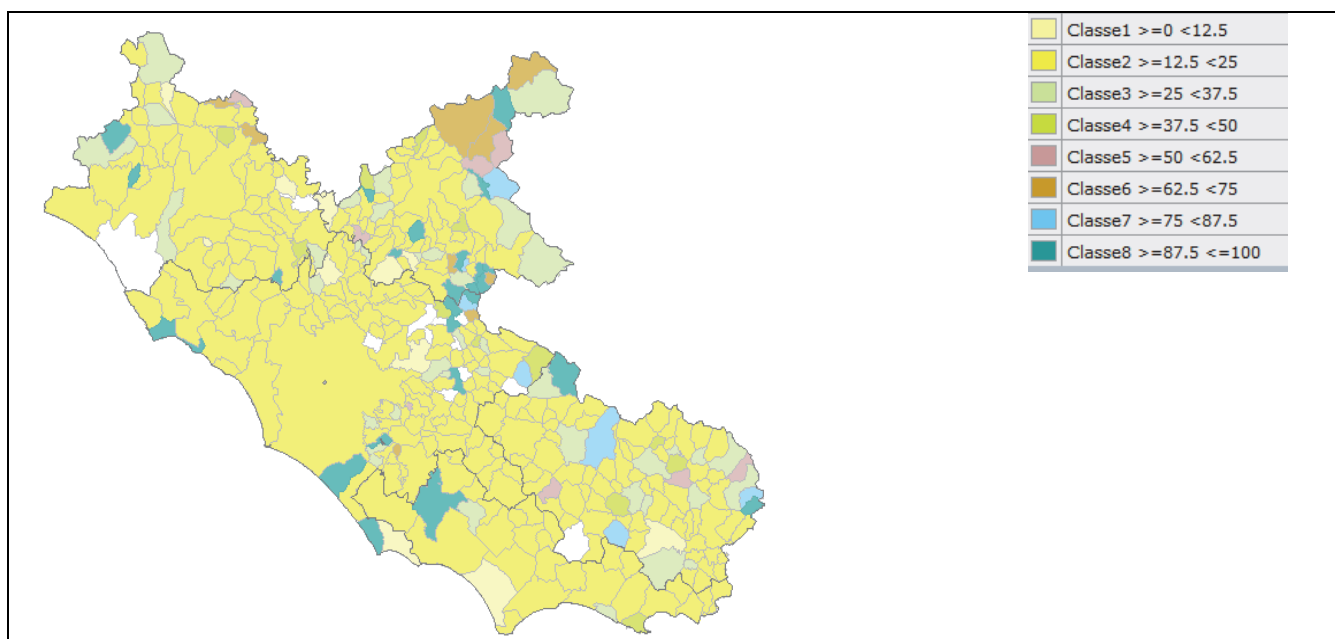
In termini assoluti maggior numero di aziende che commercializzano a organismi associativi è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 7.500 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano servendosi di ulteriori canali commerciali la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 36,9%.

Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 59,3% al 36,3%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Lazio

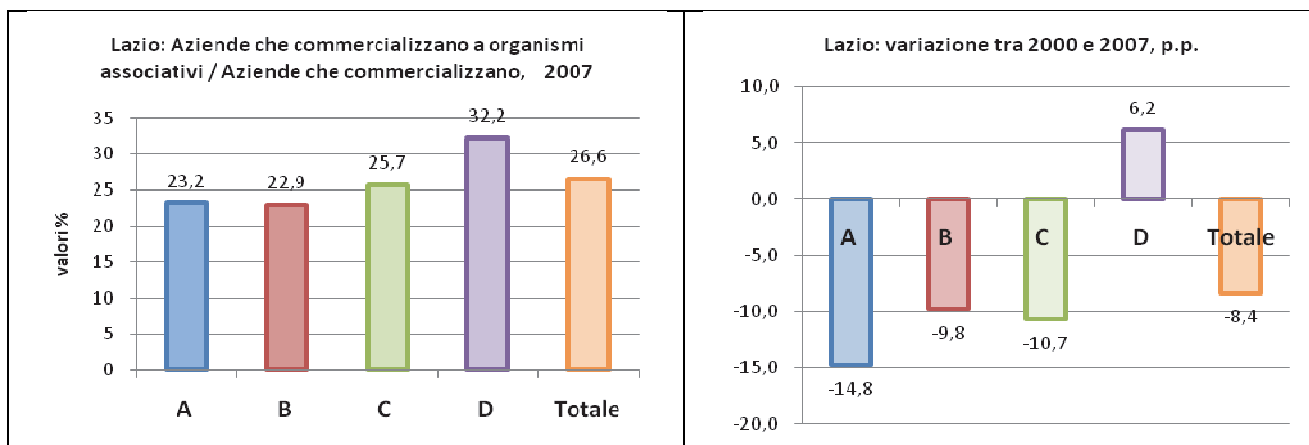


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Nel Lazio, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi, sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 26,3%, valore inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7%, e sia a quello delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 40,7%. La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, è diminuita del 8,4%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-66,2%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-55,6%).

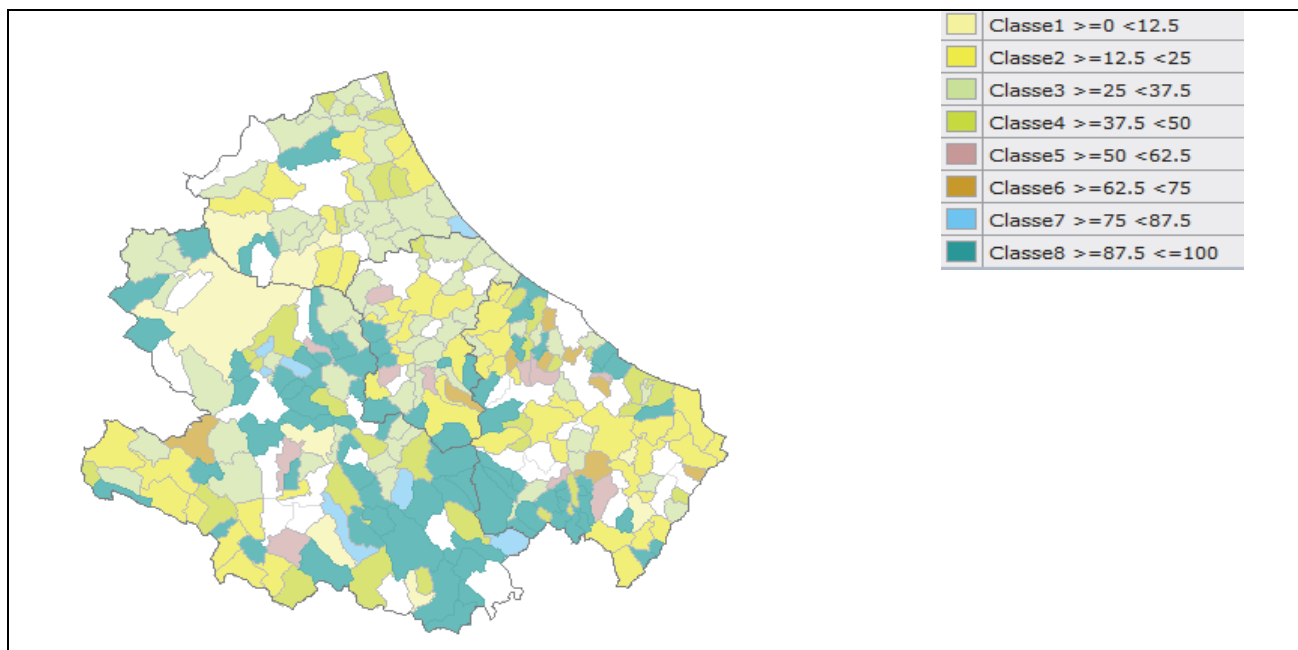
In termini assoluti, il maggiore numero di aziende che commercializzano a organismi associativi è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 7.000 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano servendosi di ulteriori canali commerciali, la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 32,2%.

Un esame, sulla presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 38% al 23,2%, mentre nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si può evidenziare un aumento di 6,2 punti percentuali.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Abruzzo

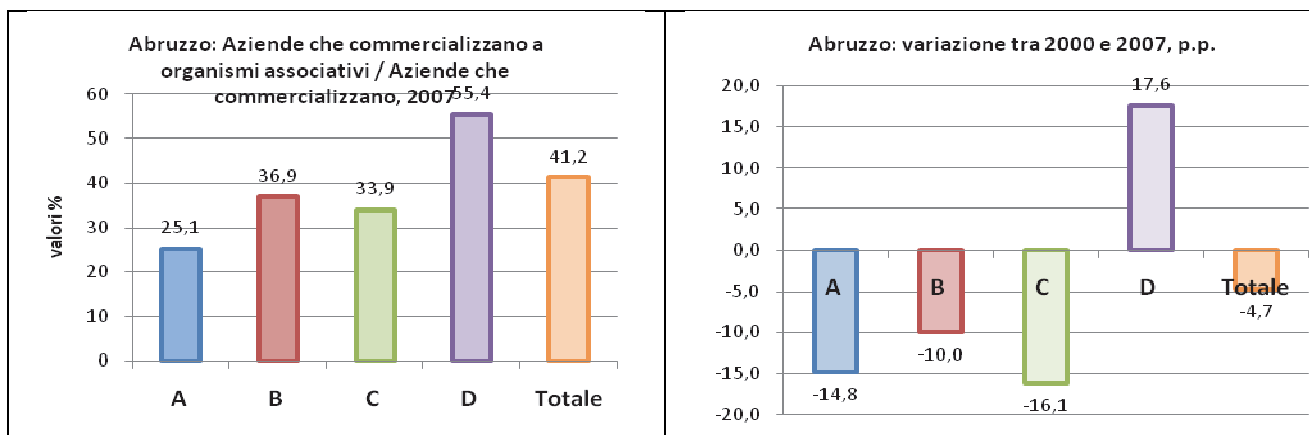


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Abruzzo, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi, sul totale delle aziende che commercializzano servendosi di ulteriori canali commerciali, è stata pari al 41,2% quindi un valore superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7% ed a quello delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 40,7%. La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, è diminuita del 4,7%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-53,6%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-48,3%).

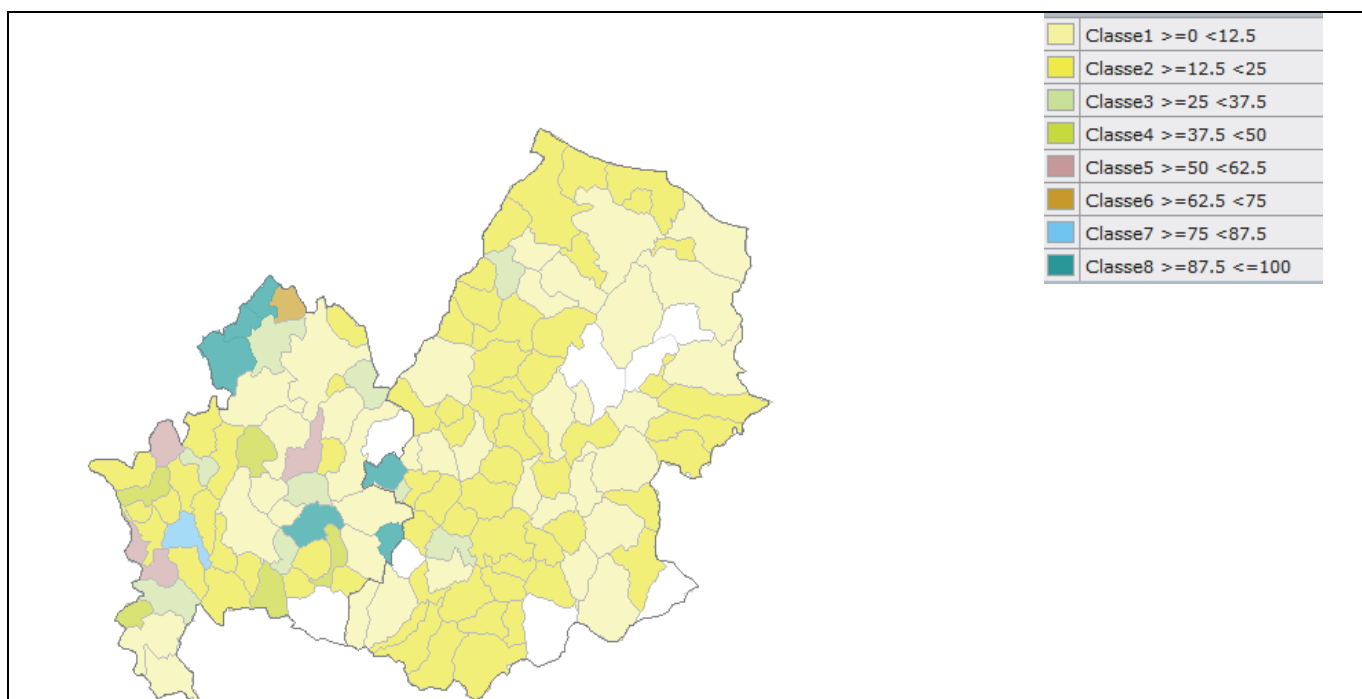
Sia in termini assoluti (con oltre 7.100 unità) che in termini % (32,2% sul totale delle aziende che commercializzano servendosi di ulteriori canali commerciali) il maggior numero di aziende che commercializzano a organismi associativi è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo).

Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nelle zone C (Aree rurali intermedie) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 50% al 33,9%; al contrario nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si può evidenziare un aumento del 17,6%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

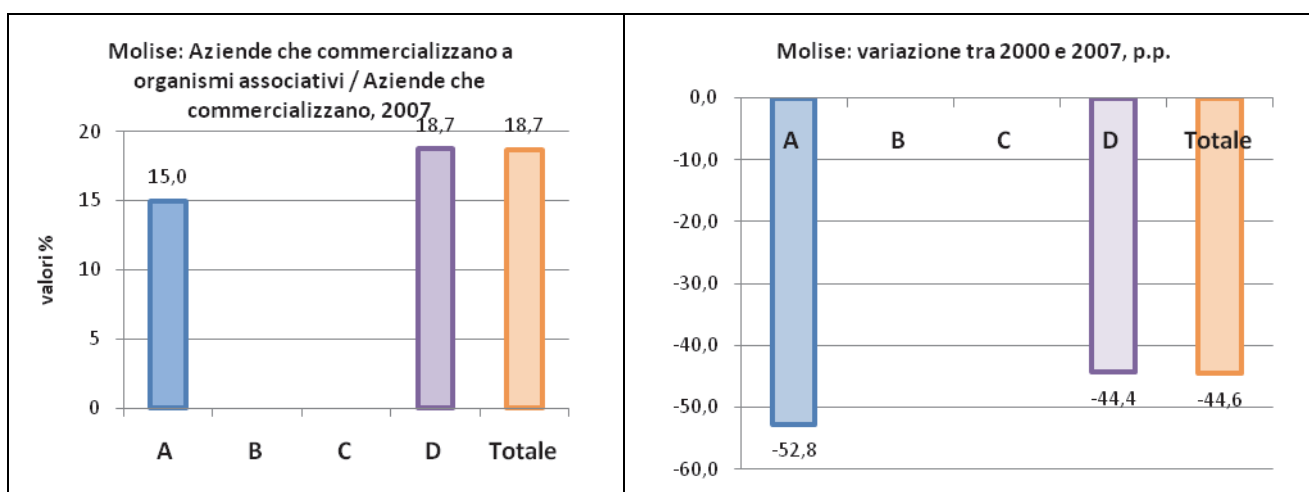
Molise



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

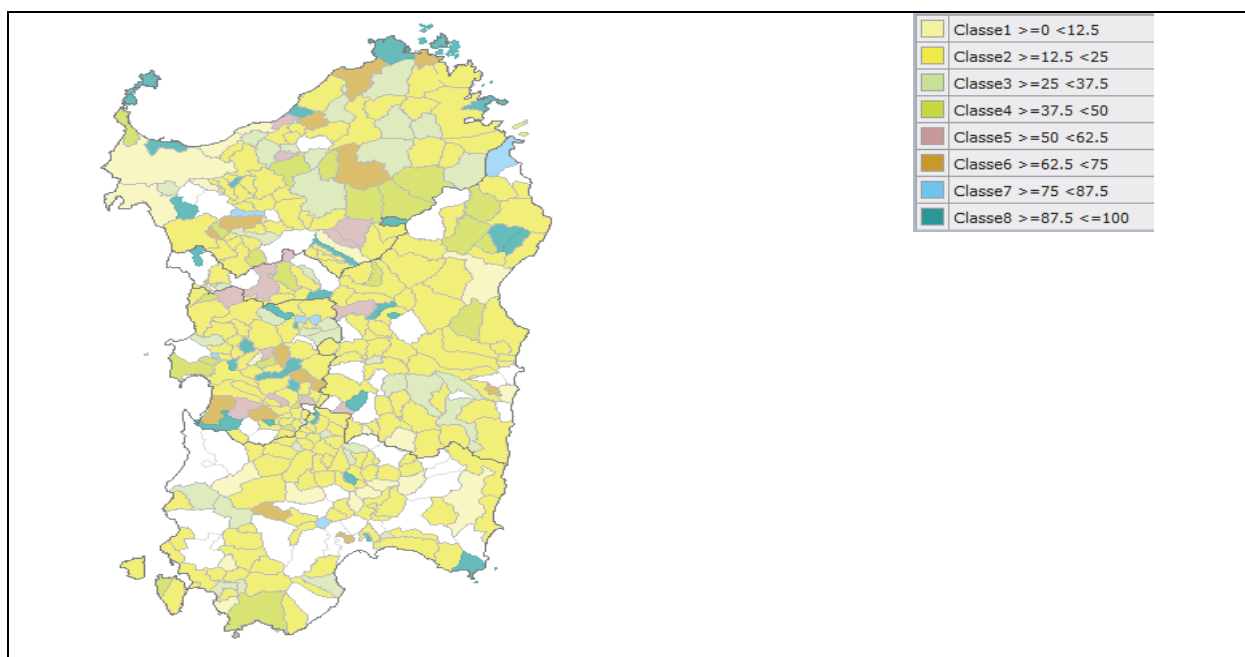
In Molise, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi, sul totale delle aziende che commercializzano servendosi di ulteriori canali commerciali, è stata pari al 18,7%, inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7%, e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 40,7%. La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi, sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007, è diminuita del 44,6%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-87,2%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (circa -57%).

Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano a organismi associati nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 67,8% al 15%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

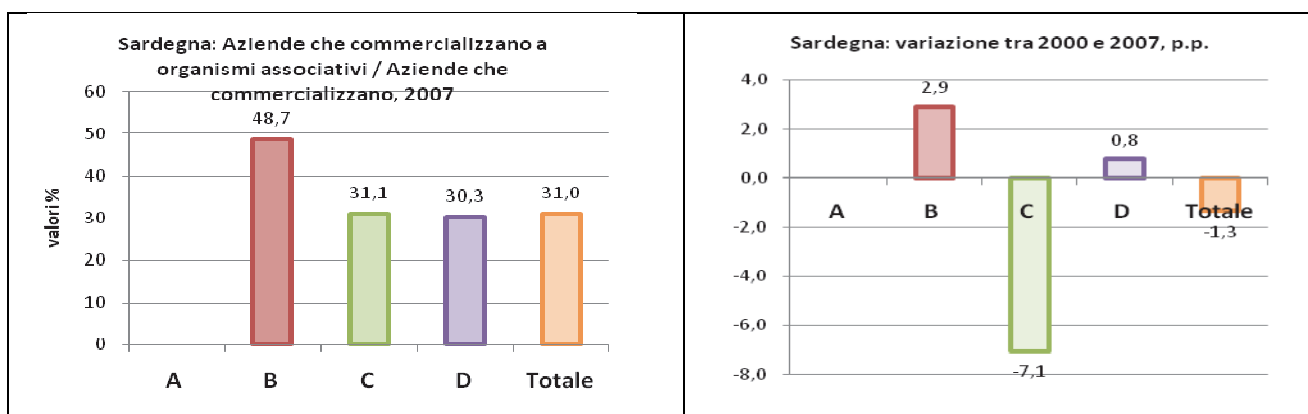
Sardegna



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

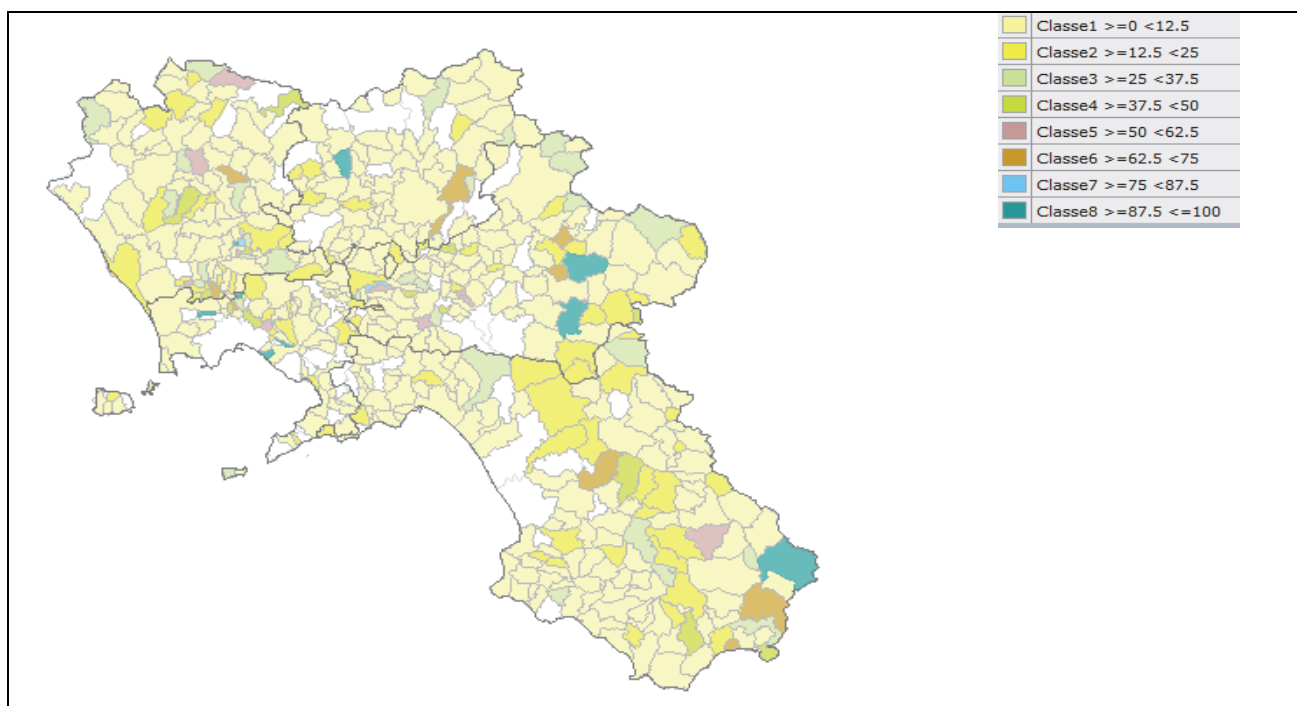
In Sardegna, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 31%, quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7% e a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 40,7%. La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi, sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 è diminuita di poco (1,3%); questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-55,3%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-53,4%).

In termini assoluti il maggior numero di aziende che commercializzano a organismi associativi è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 2.000 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) col 48,7%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone C (Aree rurali intermedie) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano, è passata dal 38,2% al 31,1%; al contrario nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) si può evidenziare un aumento di 2,9 punti percentuali superiore a quello delle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo, 0,8 punti %).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

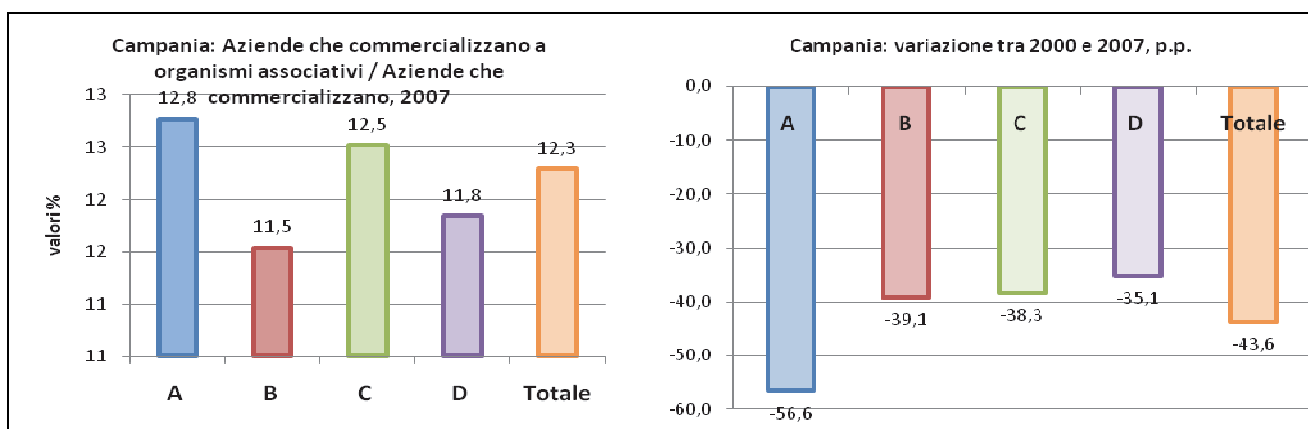
Campania



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Campania, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 12,3%, inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7% e a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso 26,2%. La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi economici sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, è diminuita del 43,6%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-90,6%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-57,2%).

In termini assoluti, maggior numero di aziende che commercializzano a organismi associativi, è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 3.000 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nella zona A (Poli Urbani) col 12,8%. Un esame sulla presenza di aziende, che commercializzano a organismi associativi, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nella zona A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano usando altri canali commerciali è passata dal 69,4% al 12,8%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

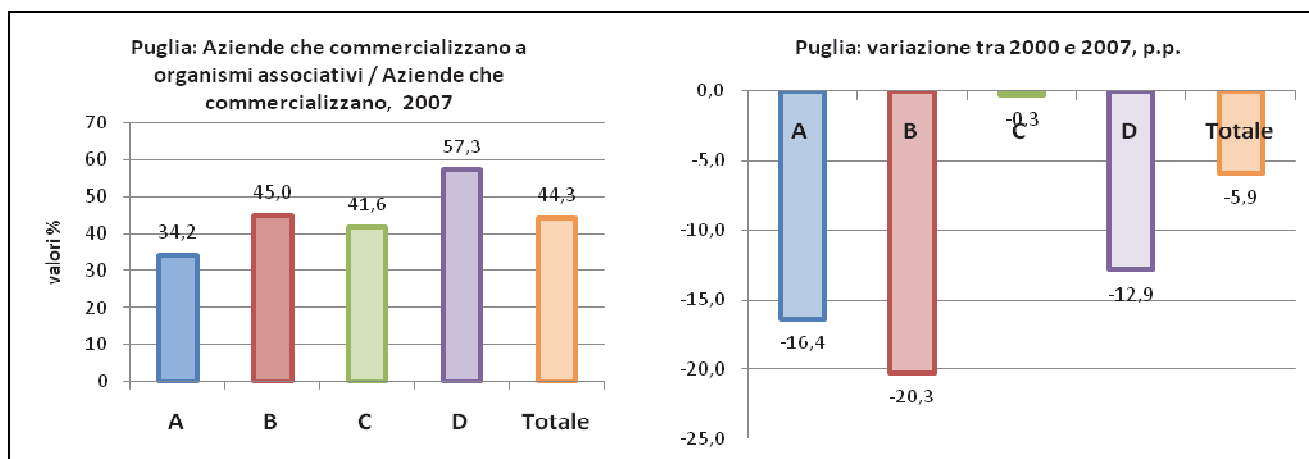
Puglia



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

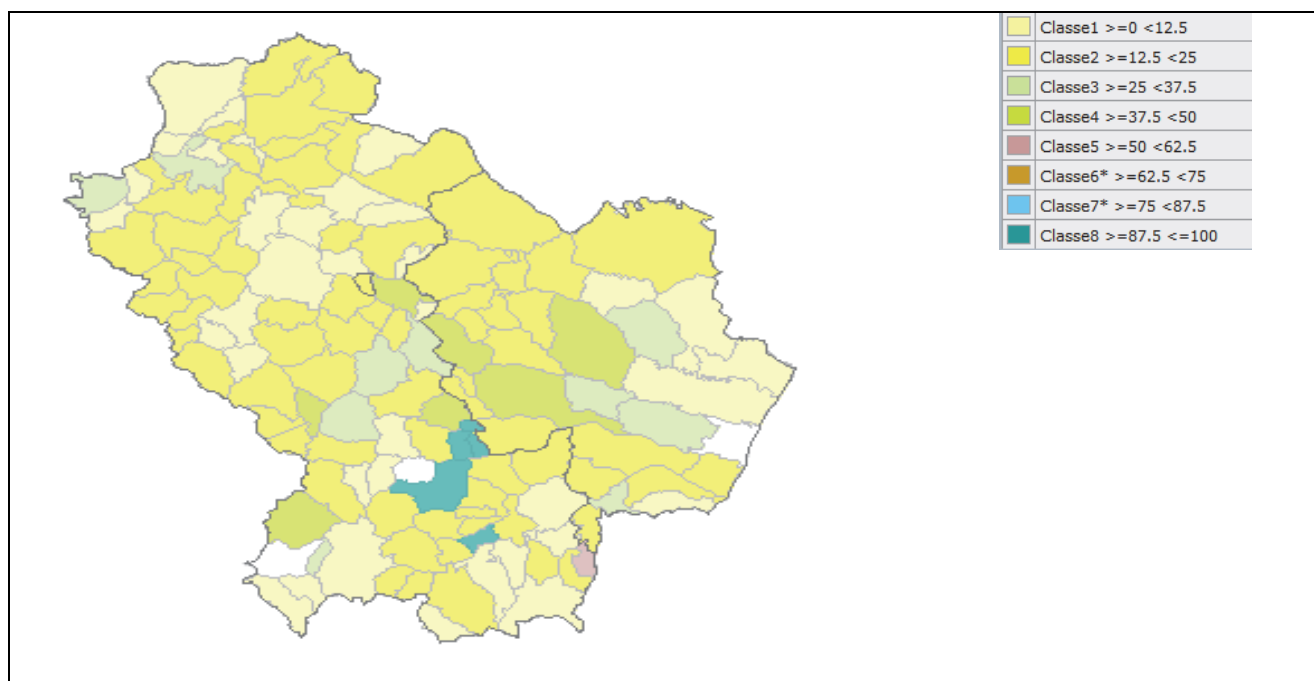
In Puglia, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano servendosi di ulteriori canali commerciali è stata pari al 44,3%, valore inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso (26,2%). La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi economici, sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007, è diminuita del 5,9% questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-55,2%) rispetto alle aziende totali che commercializzano (-49,3%).

In termini assoluti maggior numero di aziende che commercializzano a organismi associativi è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 31.400 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 57,3%. Un esame sulla presenza di aziende, che commercializzano a organismi associati, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 65,3 al 45%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

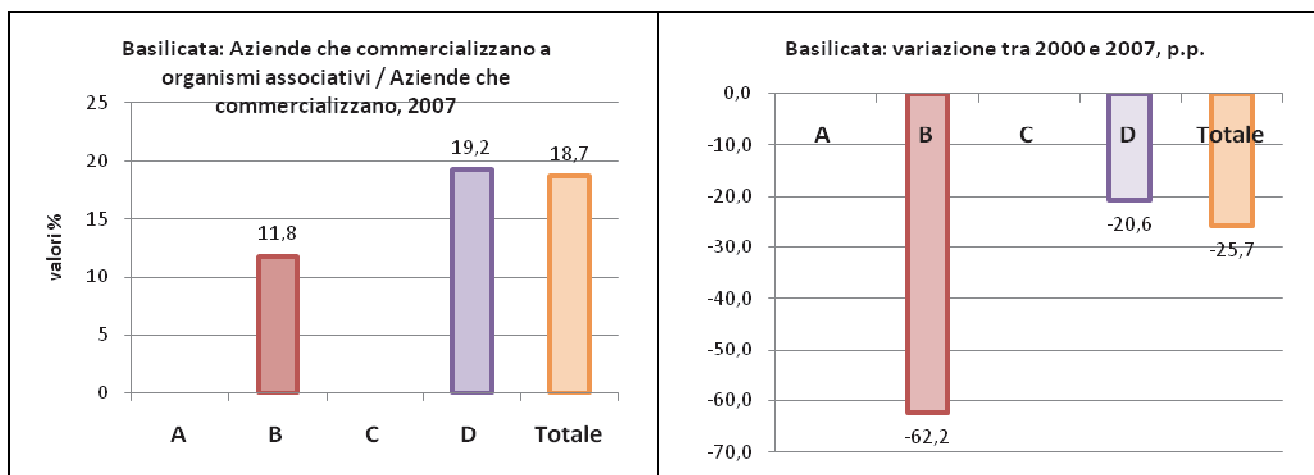
Basilicata



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

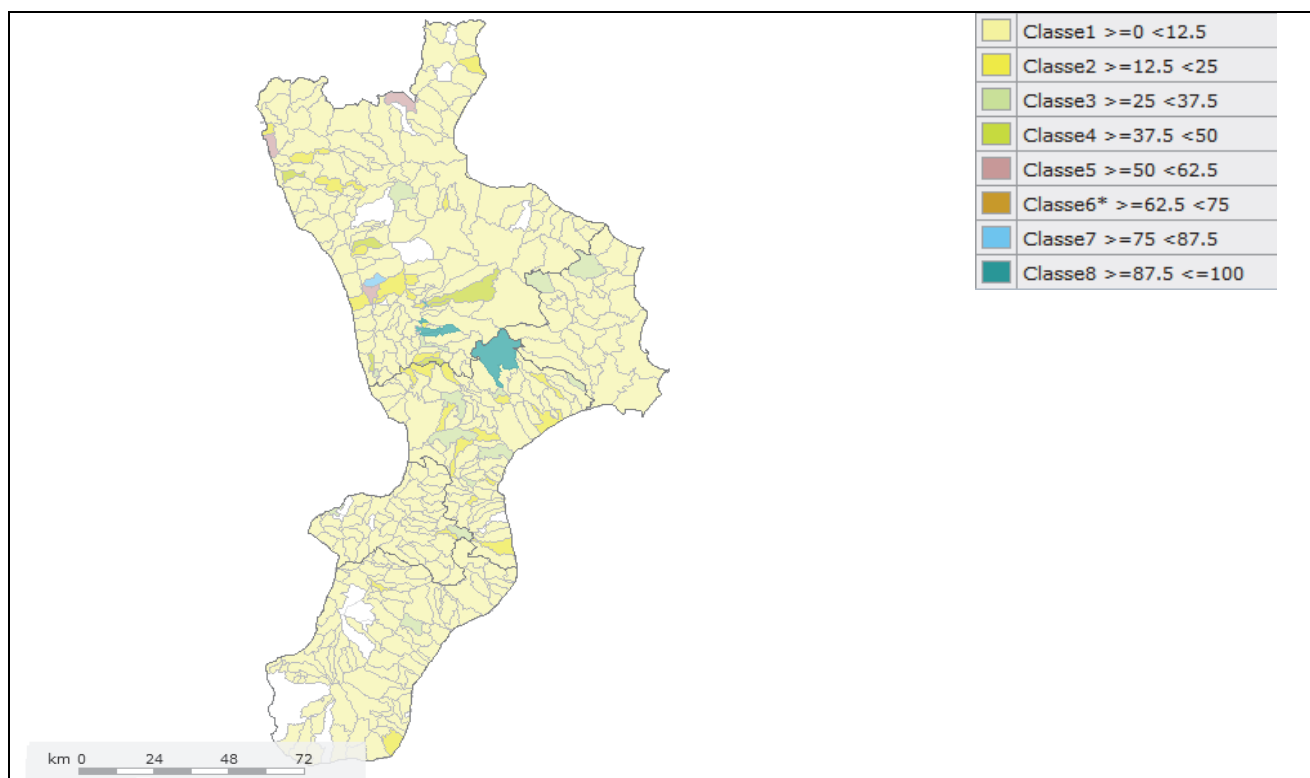
In Basilicata nel 2007 l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 18,7%, valore inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7%, e sia a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso 26,2%. La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi economici sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, è diminuita del 25,7%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-67,6%) rispetto alle aziende totali che commercializzano (-32,9%).

Sia in termini assoluti (con oltre 4.900 unità) che in termini % (19,2 % sul totale delle aziende che commercializzano) il maggior numero di aziende che commercializzano a organismi associativi è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007) la fanno registrare le zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano usando altri canali commerciali è passata dal 74% al 11,8%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

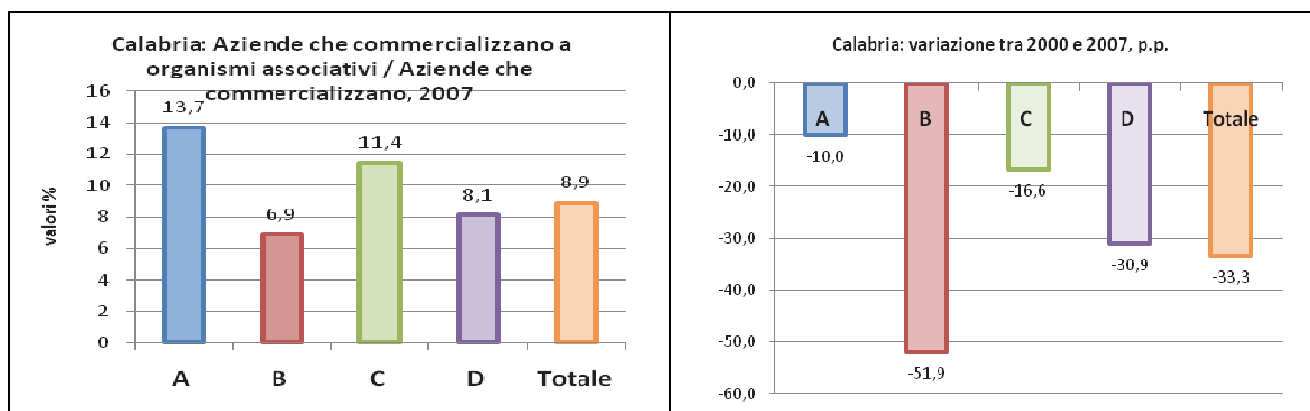
Calabria



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

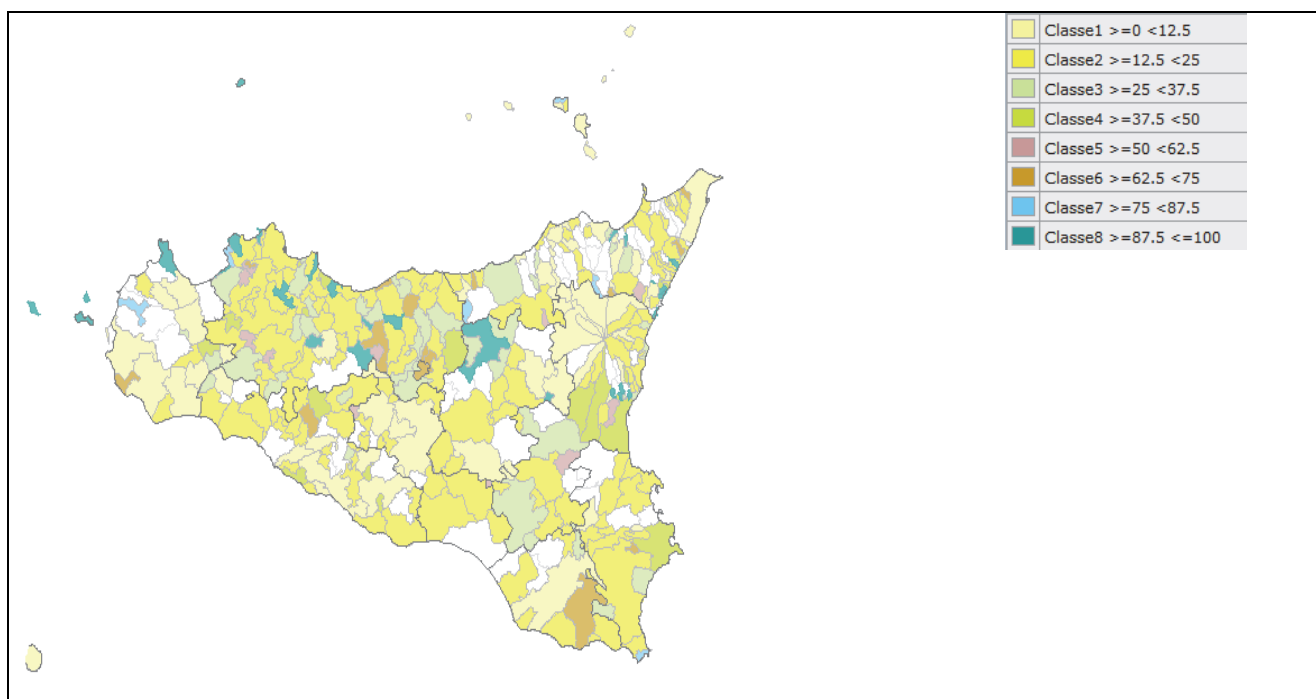
In Calabria nel 2007 l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 8,9% quindi è inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7%, e sia a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso (26,2%). La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi economici, sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007, è diminuita del 33,3%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-86,2%) rispetto alle aziende totali che commercializzano (-34,8%).

In termini assoluti, il maggior numero di aziende che commercializzano a organismi associativi è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 2.300 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nella zona A (Poli Urbani) col 13,7%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 58,8% al 6,9%.



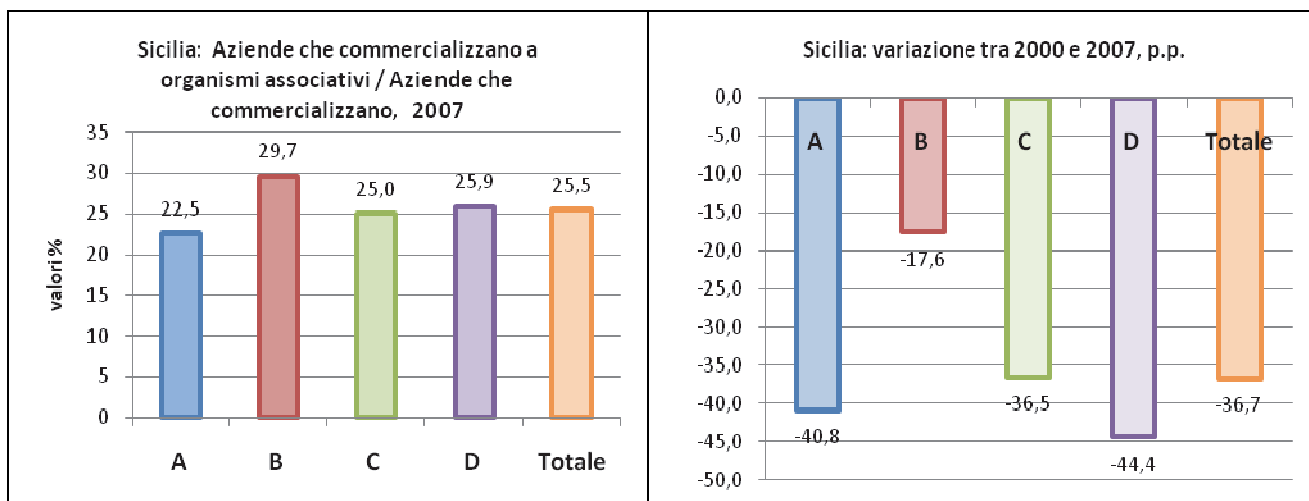
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Sicilia:



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Sicilia, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 25,5%, valore inferiore rispetto alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 33,7% ed a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso (26,2%). La presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007, è diminuita del 36,7%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano a organismi associativi (-79,5%) sul totale delle aziende che commercializzano (-49,8%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende che commercializzano a organismi associativi è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 16.200 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) col 29,7%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano a organismi associativi nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano a organismi associativi sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 70,3% al 25,9%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



3. L'integrazione contrattuale tra agricoltura e industria: aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali/aziende che commercializzano.

Uno dei principali obiettivi della politica agraria comunitaria è migliorare il funzionamento delle filiere alimentari per sostenere l'industria agro-alimentare della Unione Europea. La finalità è quella di rendere più competitive le produzioni alimentari europee in un mercato caratterizzato da una concorrenza di dimensioni globali ed assicurare una equa redistribuzione del valore aggiunto nella filiera con particolare riferimento al segmento della produzione agricola e del consumo.

Le principali difficoltà che si incontrano nelle relazioni tra i diversi soggetti nelle filiere agro-alimentari sono rappresentate dalle asimmetrie informative e dalla diversa distribuzione del potere negoziale. Le prime consentono ai soggetti che hanno maggiori informazioni di avere comportamenti speculativi/opportunistici rispetto agli altri attori della filiera, la seconda consente una iniqua appropriazione del valore aggiunto solo in alcuni segmenti della catena. Questa situazione aumenta nei segmenti più deboli il rischio di mercato legato alla collocazione stessa del prodotto, oltre che al prezzo, incentivando la standardizzazione delle produzioni e riducendo la convenienza di investimenti di lungo termine come quelli in ricerca e sviluppo. In uno scenario di consumi sempre più variabile e dinamico, l'innovazione rappresenta una condizione necessaria anche se non sufficiente a creare presupposti per la competitività e la permanenza stessa delle imprese nel mercato.

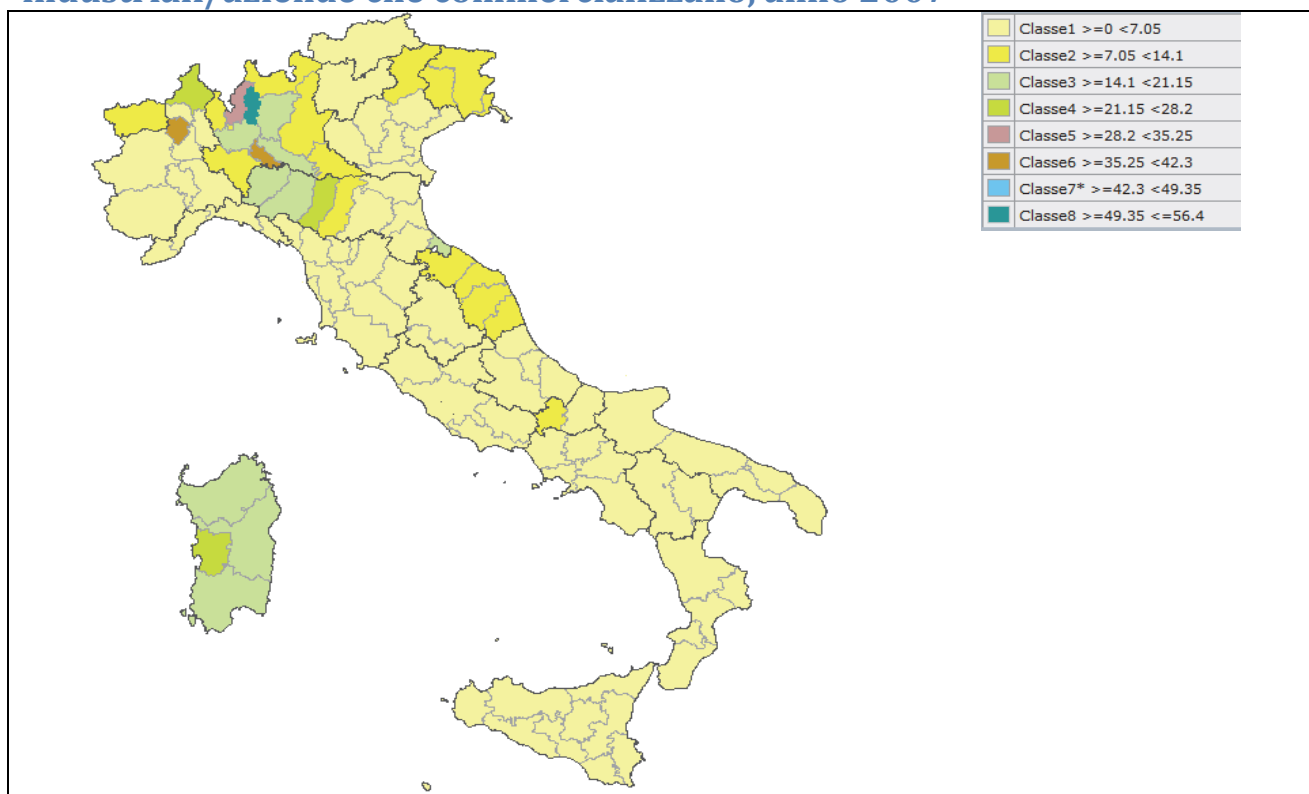
L'integrazione di tipo contrattuale consente di ridurre i costi legati all'uso di mercato, di ridurre l'incertezza e di favorire gli investimenti di medio e lungo termine necessari alla competitività e allo sviluppo non solo delle imprese ma anche dell'intero settore. E' per questo che oggi sia le politiche europee sia quelle nazionali stanno incentivando in diverso modo e con strumenti diversi lo sviluppo di contratti tra il settore primario e quelli a valle della trasformazione e commercializzazione e tra questi ultimi due.

La promozione dell'integrazione contrattuale è infatti uno dei 6 Obiettivi Prioritari della nuova politica per il sostegno allo sviluppo rurale e precisamente l'Obiettivo 3 *"incentivare l'organizzazione delle filiere e la gestione del rischio in agricoltura con un focus sulla migliore integrazione del settore primario nella filiera agro-alimentare attraverso la promozione di schemi di qualità, associazioni di produttori e le organizzazioni interprofessionali"*. Queste ultime sono proprio il luogo all'interno del quale viene effettuata una contrattazione collettiva che si traduce poi nei singoli contratti tra imprese dei diversi segmenti della filiera (vedea ad esempio Dlgs 102/2005 sulla Regolamentazione dei mercati agro-alimentari). Il miglioramento delle relazioni contrattuali nella filiera agro-alimentare è anche il compito affidato dalla Commissione Industria ad un "Gruppo di Alto Livello per la competitività dell'industria agro-alimentare Europea". Uno dei compiti e risultati del gruppo è stato quello di individuare *"Buone Prassi per le relazioni verticali di filiera nell'agro-alimentare"* che riguardano proprio le relazioni contrattuali.

Gli indicatori relativi all'integrazione contrattuale del settore primario nella filiera agro-alimentare presenti in questo Atlante sono 2: il primo si riferisce alla presenza di contratti tra settore primario e industria di trasformazione e il secondo tra impresa agricola e impresa di commercializzazione/distribuzione del prodotto.

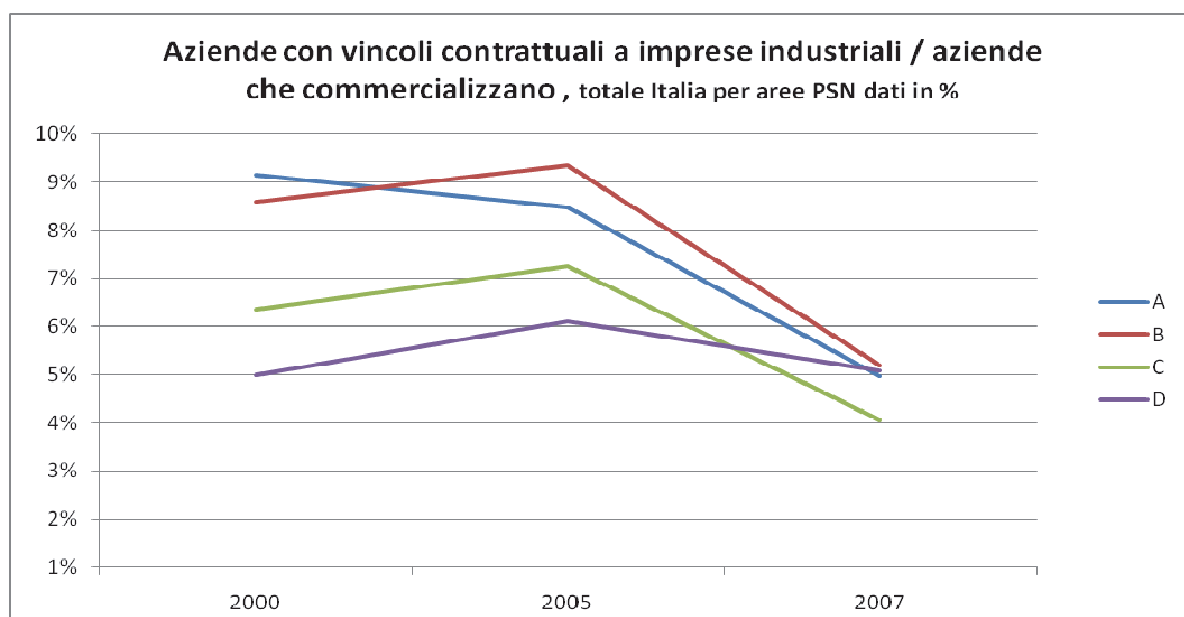
Il primo indicatore di cui riportiamo i valori per l'Italia con il dettaglio regionale ed all'interno di queste delle singole aree individuate dal PSN è stato costruito come rapporto tra *"aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali e aziende che commercializzano"*. Nella cartina seguente viene riportato il valore dell'indicatore suddiviso in classi con il dettaglio delle Province per l'anno 2007. L'economia contrattuale tra agricoltura ed industria, nel nostro Paese, è un fenomeno estremamente limitato e fortemente localizzato: solo circa 37.000 aziende agricole su 800.000 che hanno commercializzato la propria produzione, nel 2007, avevano un contratto con l'industria di trasformazione con un valore medio dell'indicatore di 4,7%. Solo in 27 Province il valore dell'indice supera il 14% tutte localizzate al Nord (Lombardia, Piemonte Veneto, Emilia Romagna) fatto eccezione per la provincia di Macerata, quelle delle Marche e le province della Sardegna.

Figura Italia: Aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali/aziende che commercializzano, anno 2007



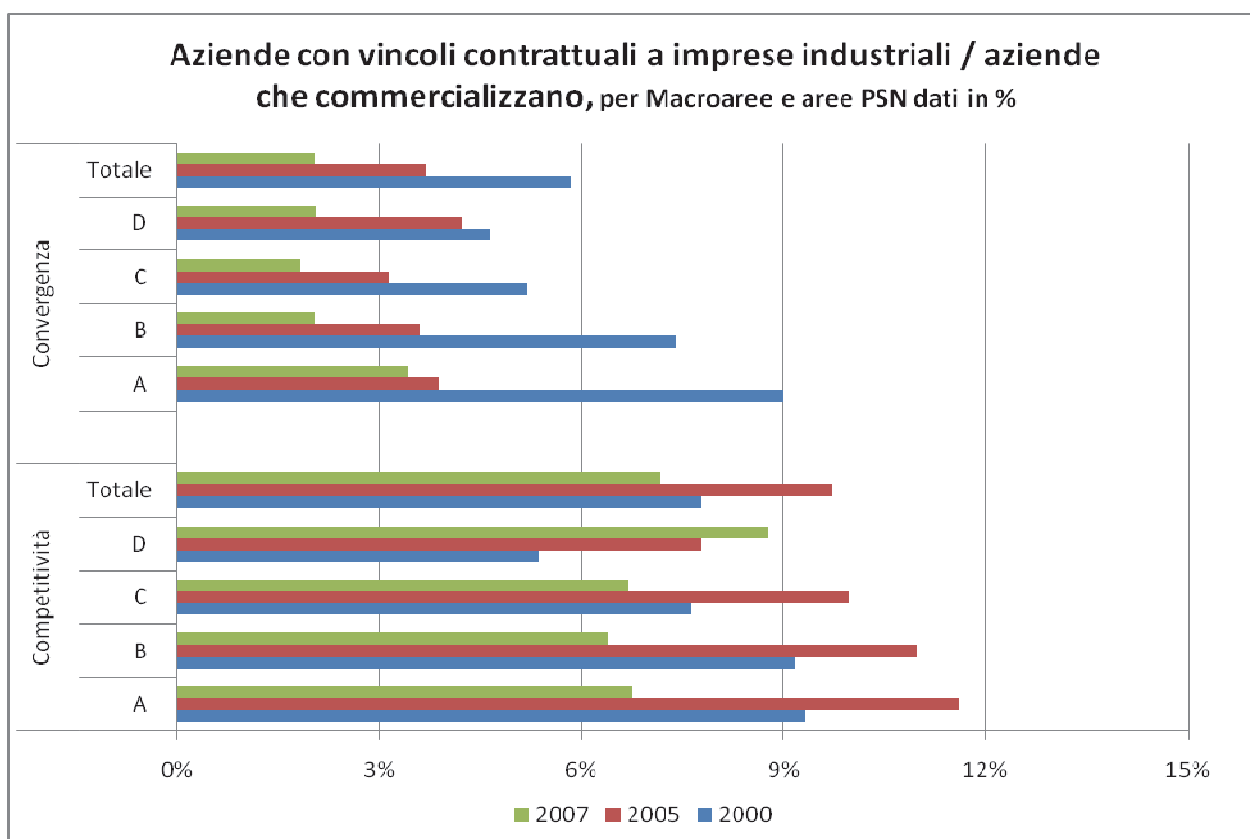
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

L'integrazione contrattuale ha rilevanza (intesa come un valore percentuale dell'indice superiore al 28,2% e cioè dalla classe 5) in solo 4 Province di cui 3 sono localizzate nella regione Lombardia (Lecco 56,4%, Lodi 37,2% e Como 30,5%), e una in Piemonte (Biella, 35,5%). Il dato va comunque letto con le altre forme di integrazione di filiera già esaminate: la presenza di una integrazione attraverso forme associazionistiche forti giustifica un indicatore basso relativo all'integrazione contrattuale, in quanto questi contratti vengono stipulati tra Organizzazioni dei Produttori e industria, come avviene per molti settori anche su base regolamentare come, ad esempio, per il pomodoro da industria o la barbabietola che sono entrambe colture molto diffuse nelle zone settentrionali del Paese e sono caratterizzate da elevati valori dell'indicatore dell'integrazione verticale di filiera di tipo associazionistico.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Va, tuttavia, sottolineato che questo fenomeno è del tutto marginale nelle aree del Mezzogiorno dove la percentuale di aziende che hanno contratti con l'industria rimane sempre al di sotto del 7%, fatta eccezione della Provincia di Isernia in Molise (8,4%) dove l'indicatore di integrazione di tipo associativo è anch'esso piuttosto basso, pari in media al 25%, nonostante in queste aree è concentrata la produzione di orto-frutta destinata alla trasformazione industriale (quali l'uva da vino e le olive da olio). L'evoluzione dell'indicatore nel periodo considerato 2000-2007 mostra un iniziale piccolissimo incremento 0,9% (in media) in tutte le aree PSN fatta eccezione per l'area A (Poli Urbani). Dal 2005 al 2007 c'è stata una riduzione del valore dell'indicatore in media del 3% in generale ma che nelle aree B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) raggiunge il 4,14%. Nel 2007 l'indicatore di integrazione contrattuale agricoltura-industria ha raggiunto il suo massimo nell'area B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con il 5,2% seguita dall'area A (Poli Urbani) e dall'area D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) e per ultime l'area C (Aree rurali intermedie).

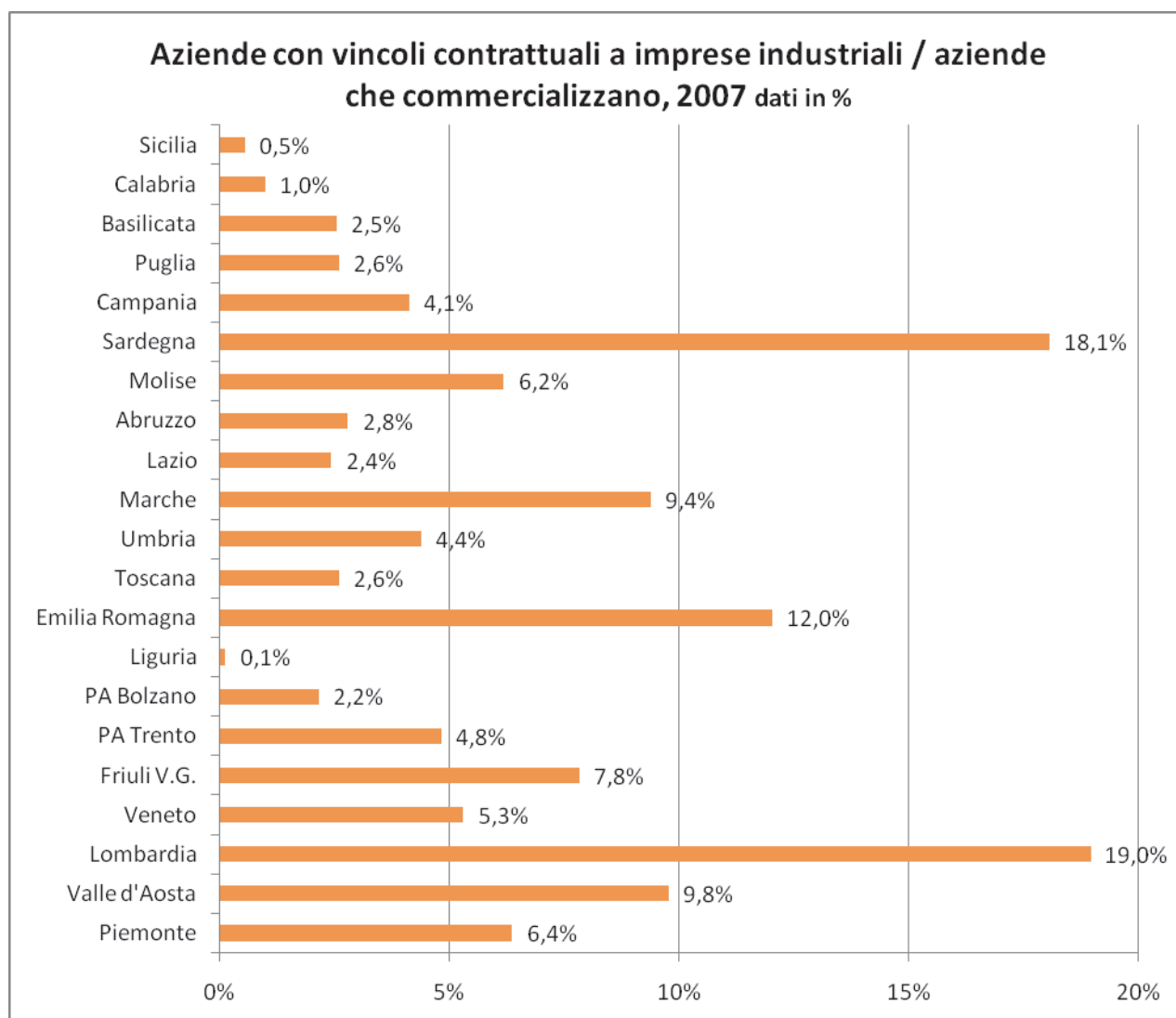


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

L'esame dell'andamento dell'indicatore secondo la classificazione territoriale del PSN e per aree Obiettivo Competitività e Convergenza mostra alcune disomogeneità. Nelle Regioni Obiettivo Convergenza la riduzione dell'importanza dell'integrazione contrattuale agricoltura – industria appare piuttosto omogenea tra le zone PSN con una riduzione progressiva nel periodo considerato 2000-2007 che diminuisce passando dall'area A (Poli Urbani) a quella C (Aree rurali intermedie) e risulta più contenuta nell'area D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) dove l'indicatore aveva già un valore inferiore alla media dell'area presa in esame. In area Obiettivo Competitività, il valore aumenta in tutte le zone PSN tra il 2000 ed il 2005 per ridiminuire al di sotto del valore del 2000 nel 2007, fatta eccezione dell'area D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) dove la percentuale di imprese che hanno contratti con l'industria aumenta passando dal 5,4% all'8,8%, valore più alto rispetto all'area Obiettivo Competitività in cui le altre aree PSN si attestano a poco più del 6%.

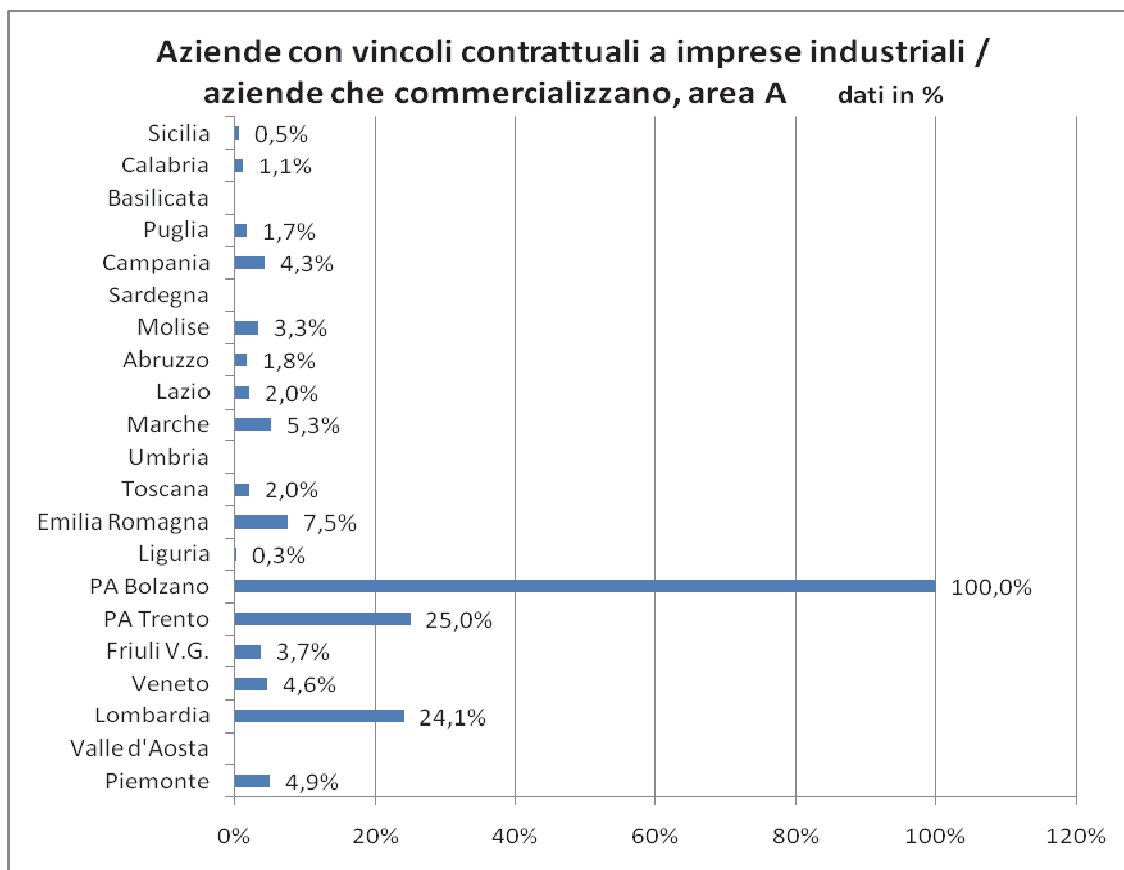
Confronto tra le Regioni e Province Autonome (PA): aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali/aziende che commercializzano, anno 2007

L'esame dell'indicatore per Regione nel 2007 evidenzia la disomogeneità che esiste in termini di integrazione contrattuale agricoltura-industria, come evidenziato nel grafico seguente.

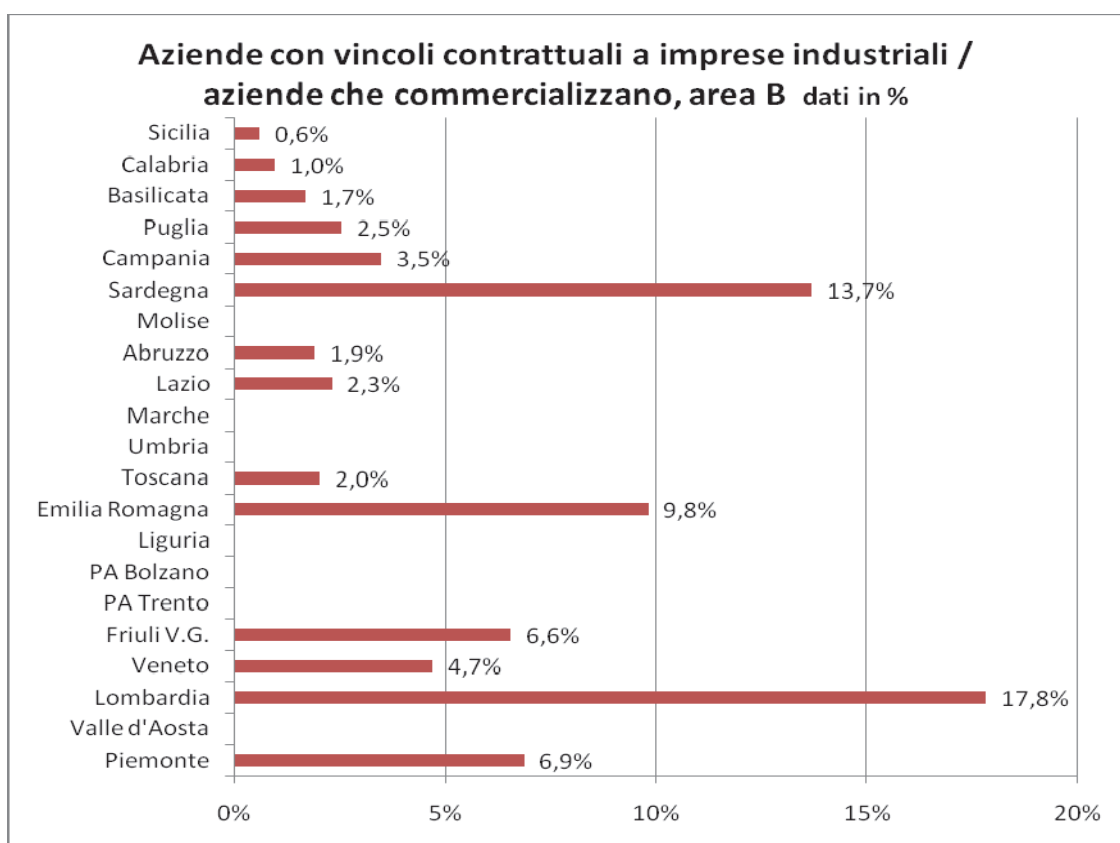


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

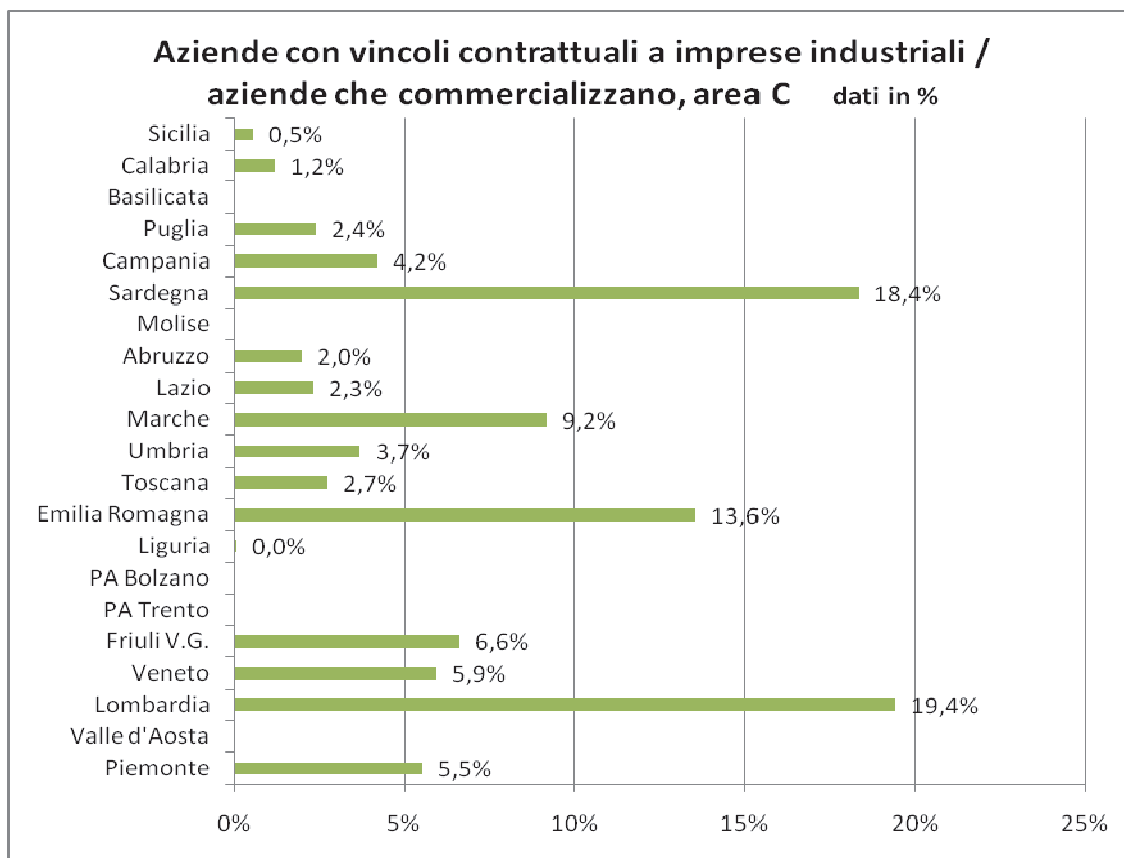
Solo in due regioni, Lombardia e Sardegna, il valore dell'indicatore si attesta intorno al 20%. Ciò è spiegato dalla presenza in entrambe le Regioni di una importante industria di trasformazione (nella prima del latte vaccino e nella seconda di quello ovino) destinato a produzioni di qualità certificata dove l'approvvigionamento della materia prima di origine locale deve essere assicurata con continuità e con *standard* stabili nel tempo. Molto ridotta, se non addirittura quasi assente, è l'integrazione contrattuale agricoltura-industria nelle Regioni meridionali fatta eccezione del Molise dove l'indicatore assume il valore di 6,6% a causa della rilevanza sul comparto avicolo dove sono molto diffusi i contratti di soccida. Queste tipologie di contratti, unitamente ai contratti tra aziende orto-frutticole ed industria conserviera spiega il valore dell'indice nella regione Emilia Romagna (12%) dove, come visto nel capitolo precedente, le forme di integrazione sono molto diffuse anche se sono prevalentemente su base associativa con la presenza di uno storico movimento cooperativo. È questo il valore più elevato, dopo quello della regione Lombardia nelle regioni settentrionali, dove si hanno valori medi oltre il 5%, fatta eccezione della Liguria dove l'indicatore assume il valore più basso in assoluto, pari a solo lo 0,1%. Tra le Regioni del centro l'indicatore è più elevato nelle Marche (9,4%).



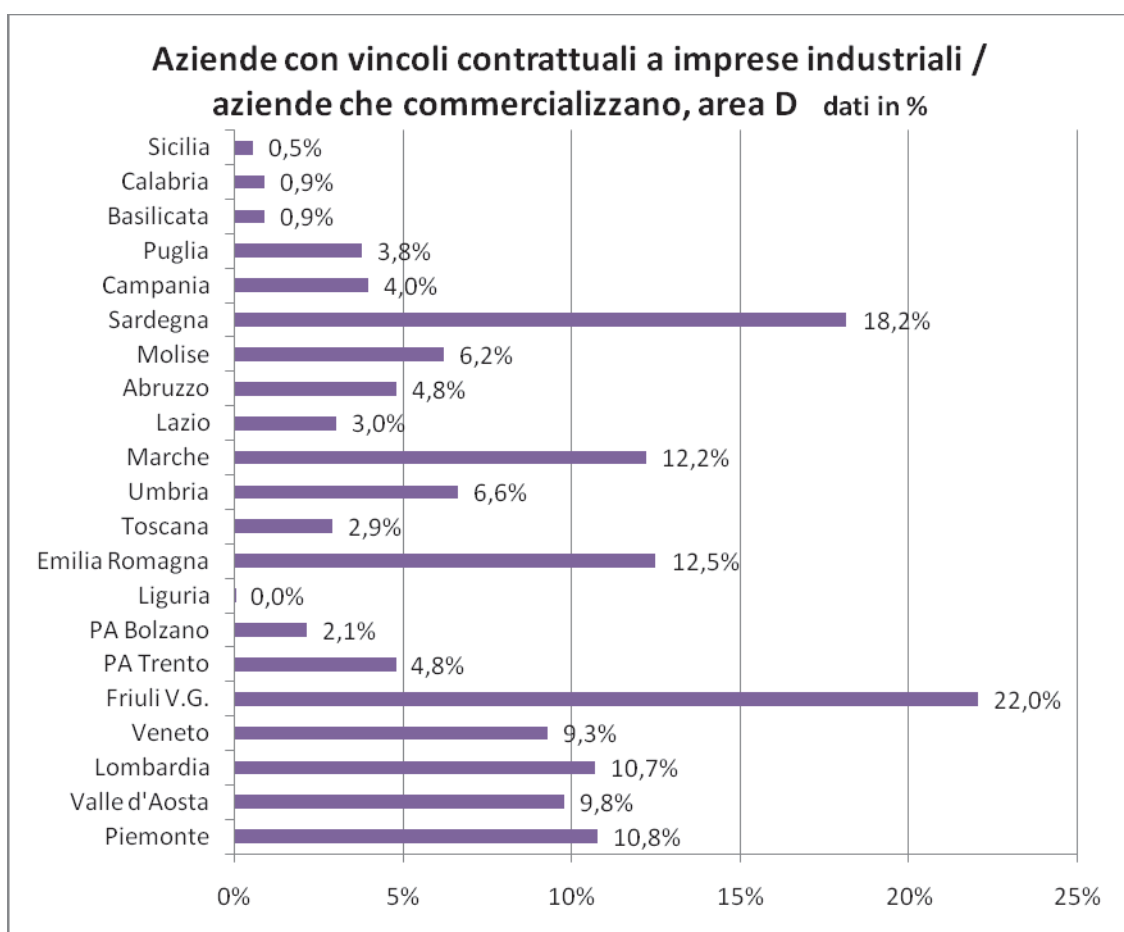
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

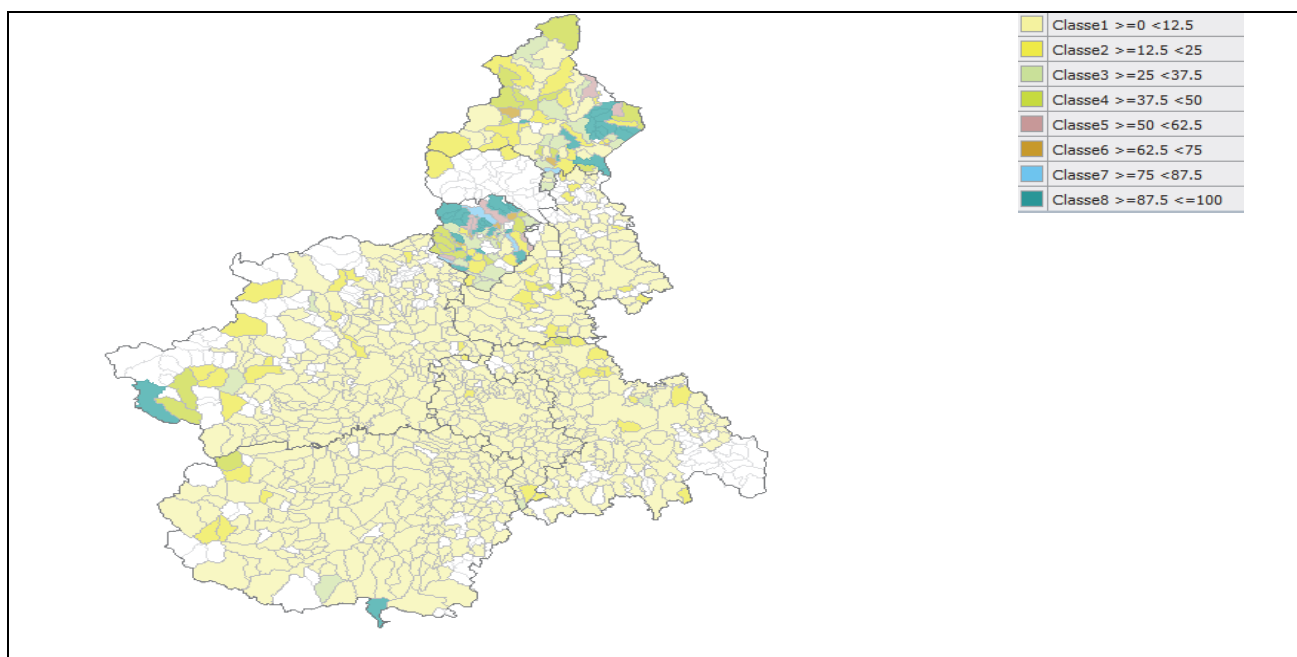


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

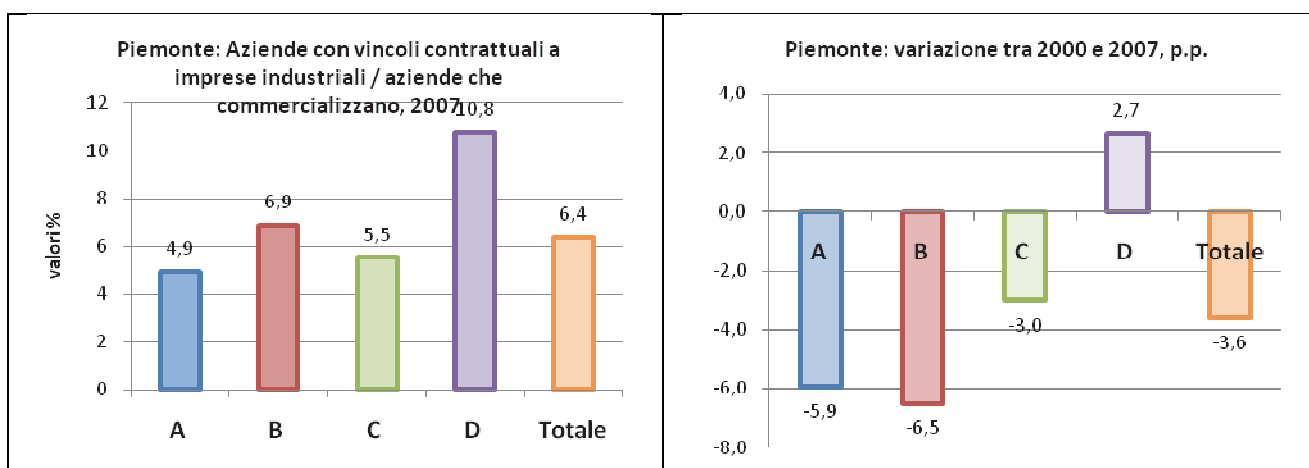
Piemonte



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

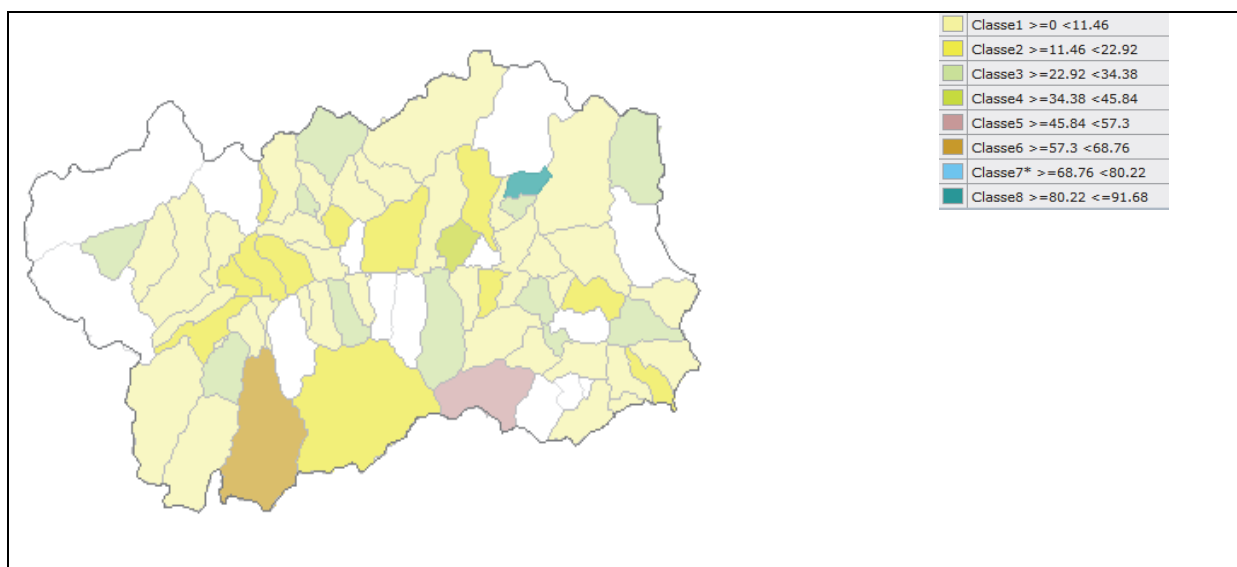
In Piemonte, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 6,4%, superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 4,7%, ed inferiore a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerate nel complesso pari al 7,2%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 3,6%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (-67,5%) rispetto alle aziende totali che commercializzano (-49,2%).

In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 1.000 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza si registra nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo, 10,8%). Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale è passata dal 13,4% al 6,9%; al contrario, nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si evidenzia un aumento di 2,7 punti percentuali.



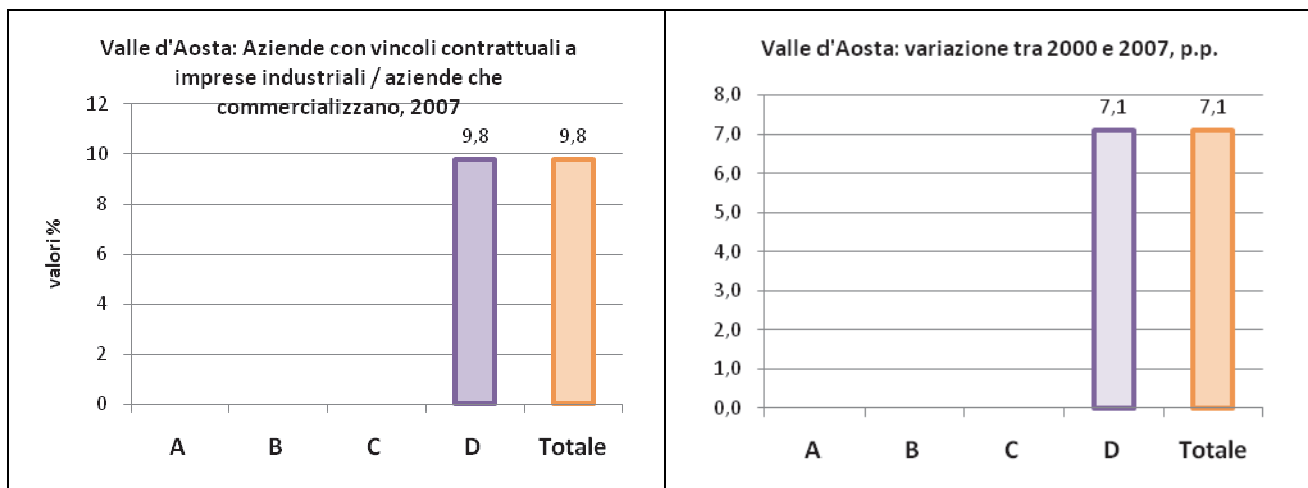
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Valle d'Aosta



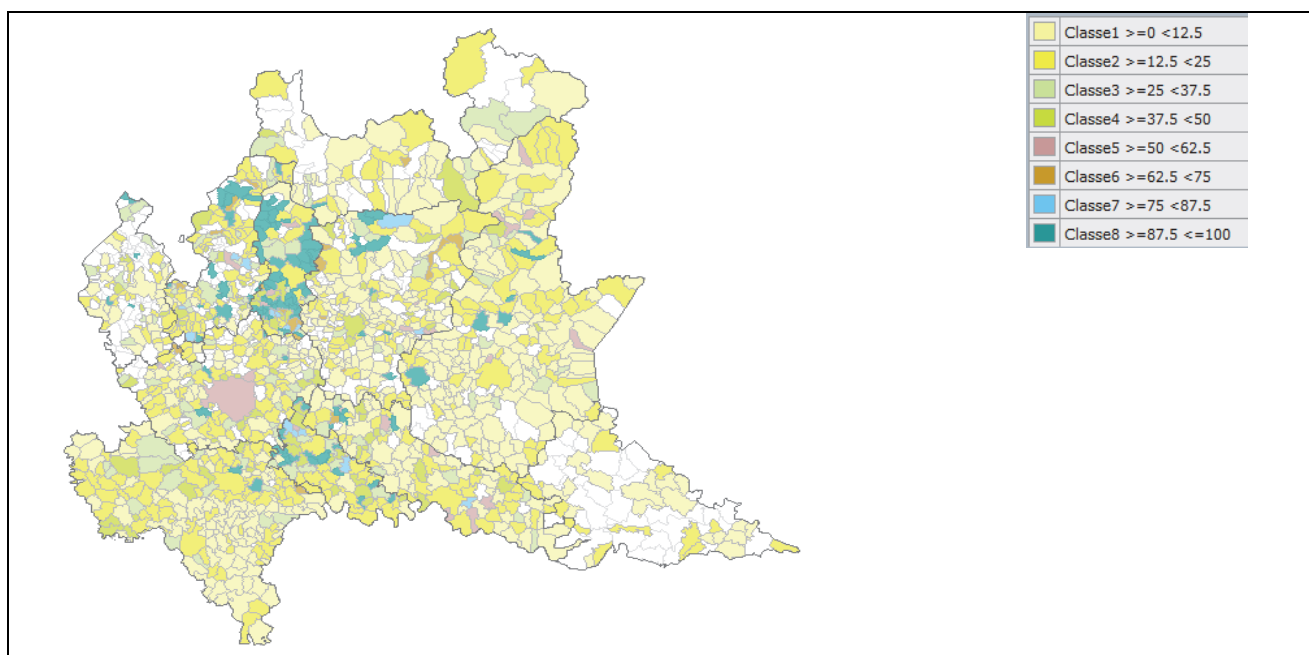
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Valle d'Aosta, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 9,8%, superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 4,7%, e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerate nel complesso (7,2%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 7,1%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (-67,5%) rispetto alle aziende totali che commercializzano (-49,2%).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

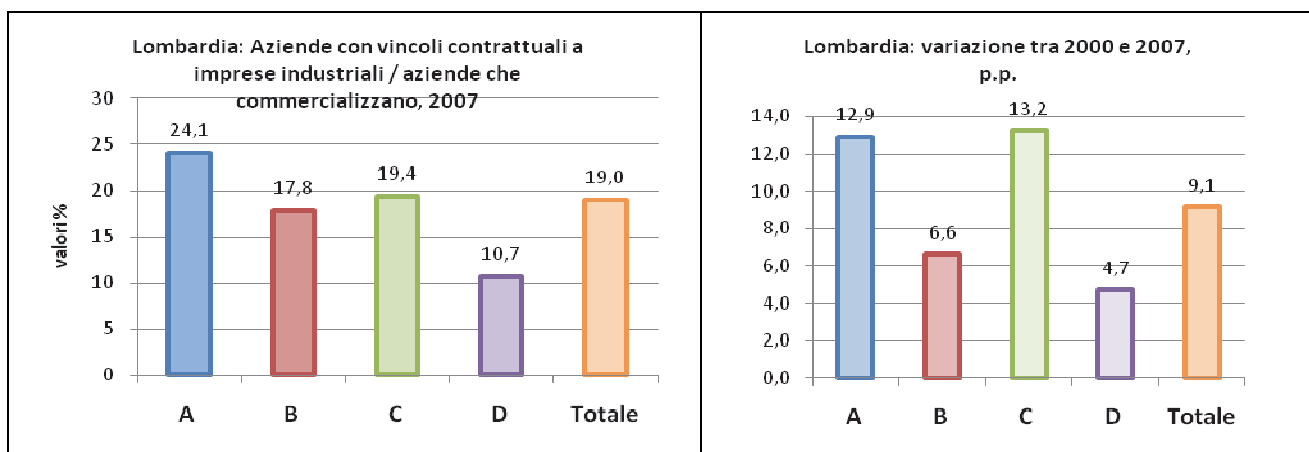
Lombardia



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

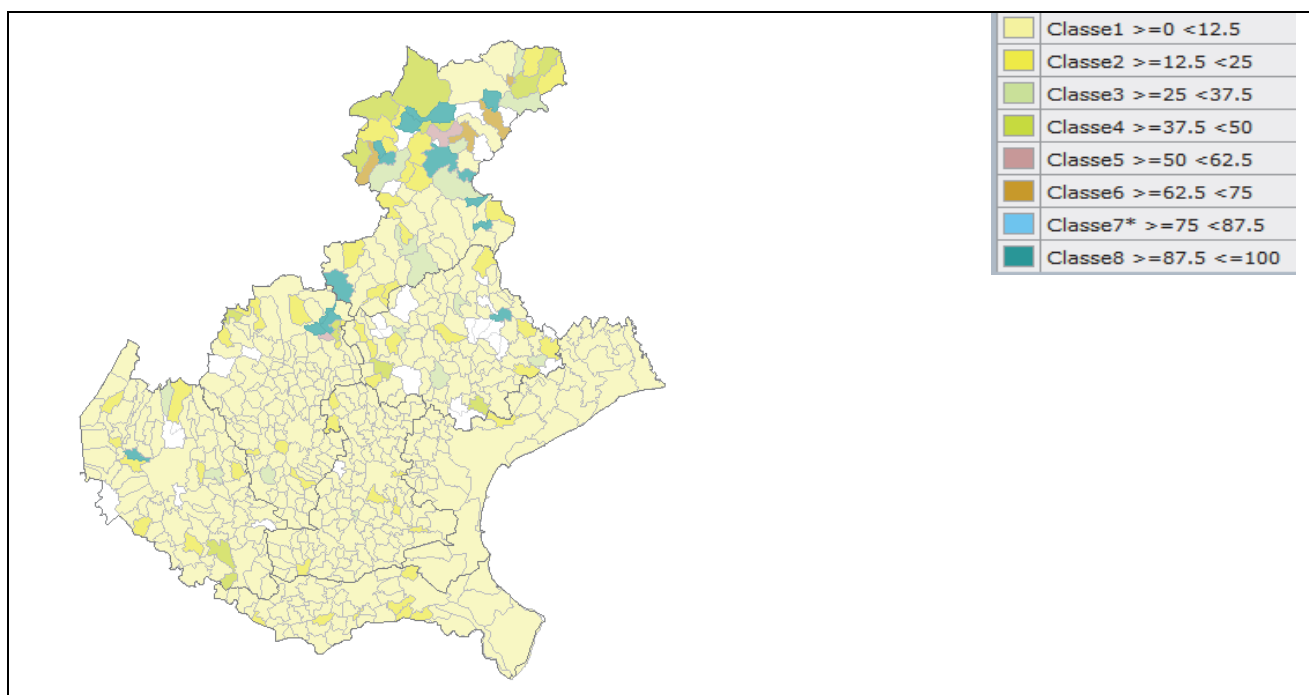
In Lombardia, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 19%, valore superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 4,7% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerate nel complesso (7,2%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 9,1%. Questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (-32,7%) rispetto alle aziende totali che commercializzano (-65,2%).

In termini, assoluti il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con oltre 2.000 unità. Mentre in %, sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza si registra nelle zone A (Poli Urbani) col 24,1%. Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggiore aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone C (Aree rurali intermedie) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, sul totale, è passata dal 6,2% al 19,4%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

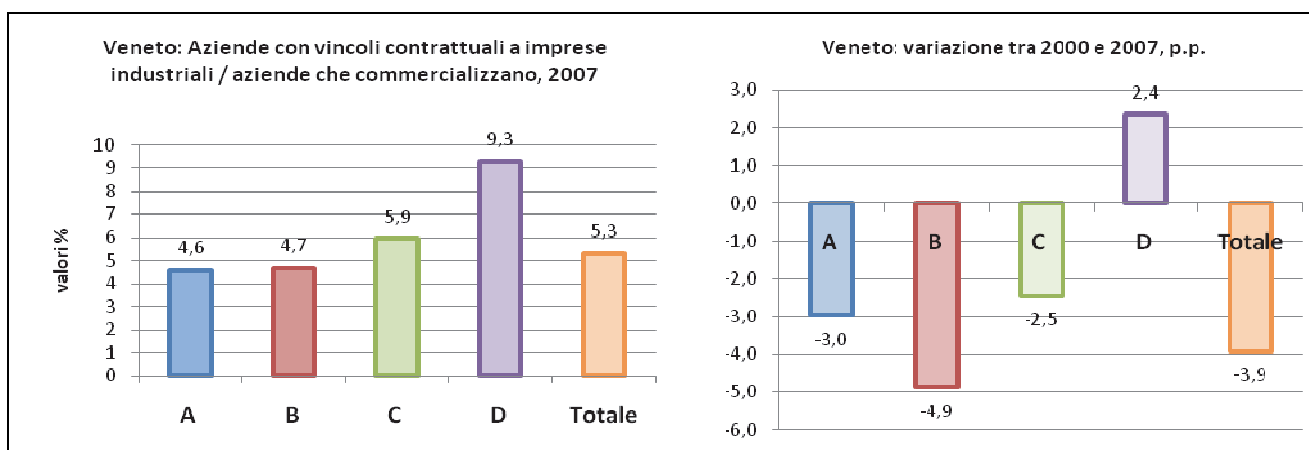
Veneto



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

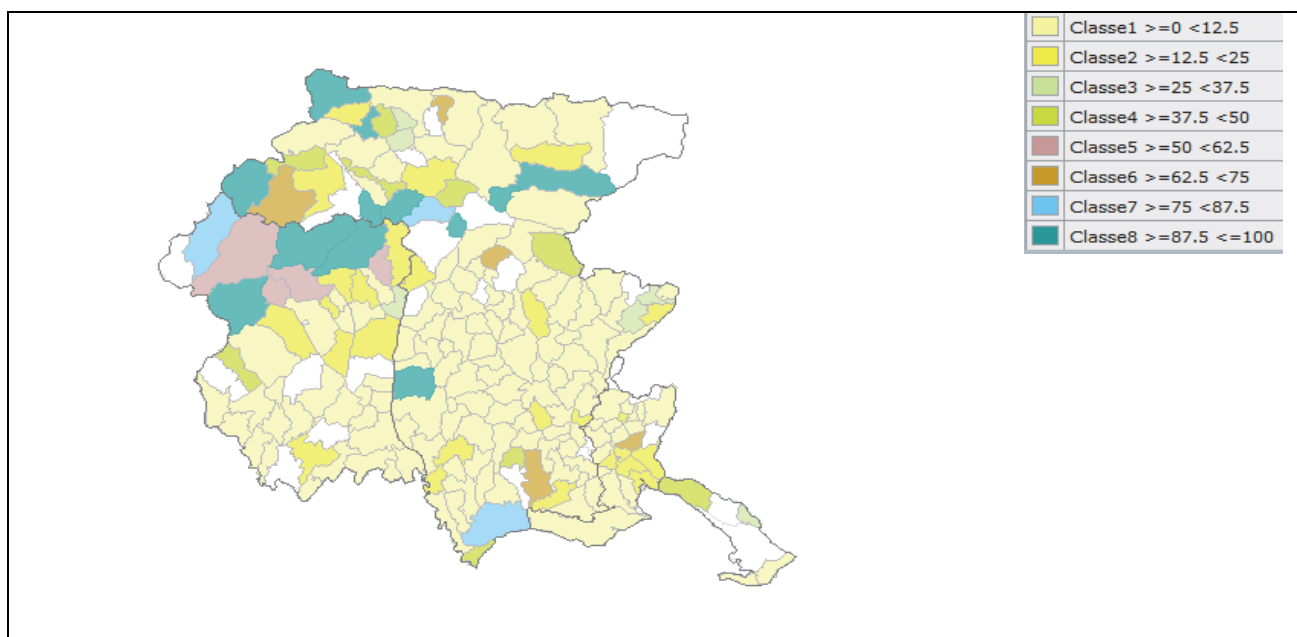
In Veneto, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 5,3%, superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 4,7% ed inferiore a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerate nel complesso (7,2%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 3,9%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (pari a -68,3%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-44,9%).

In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con oltre 2.700 unità. Mentre in %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 9,3%. Un esame della presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata), in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, sul totale, è passata dal 9,6% al 4,7%; al contrario nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si evidenzia un aumento di 2,4 punti percentuali.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

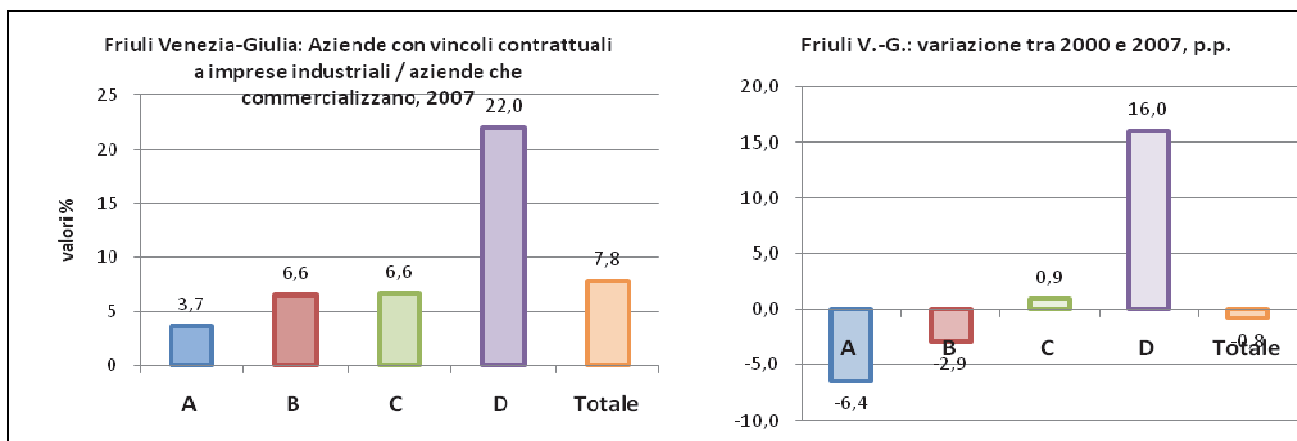
Friuli Venezia-Giulia



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

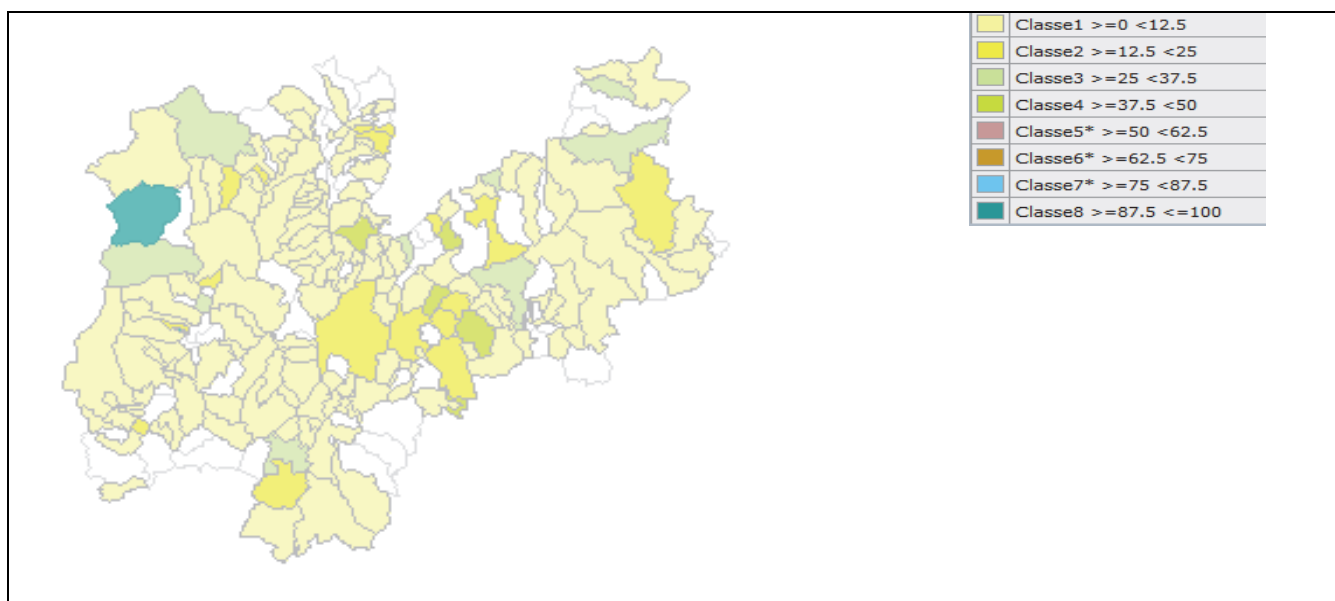
In Friuli Venezia Giulia, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 7,8%, superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari al 4,7%, e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerate nel complesso (7,2%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta dello 0,8%. Questo fenomeno è dovuto, anche se di poco, ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (-63,7%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-60,1%).

In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 5.000 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) 22%. Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, sul totale, è passata dal 10,1% al 3,7%; al contrario un aumento si evidenzia sia nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con 16 punti percentuali che nelle zone C (Aree rurali Intermedie, 0,9 punti percentuali).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

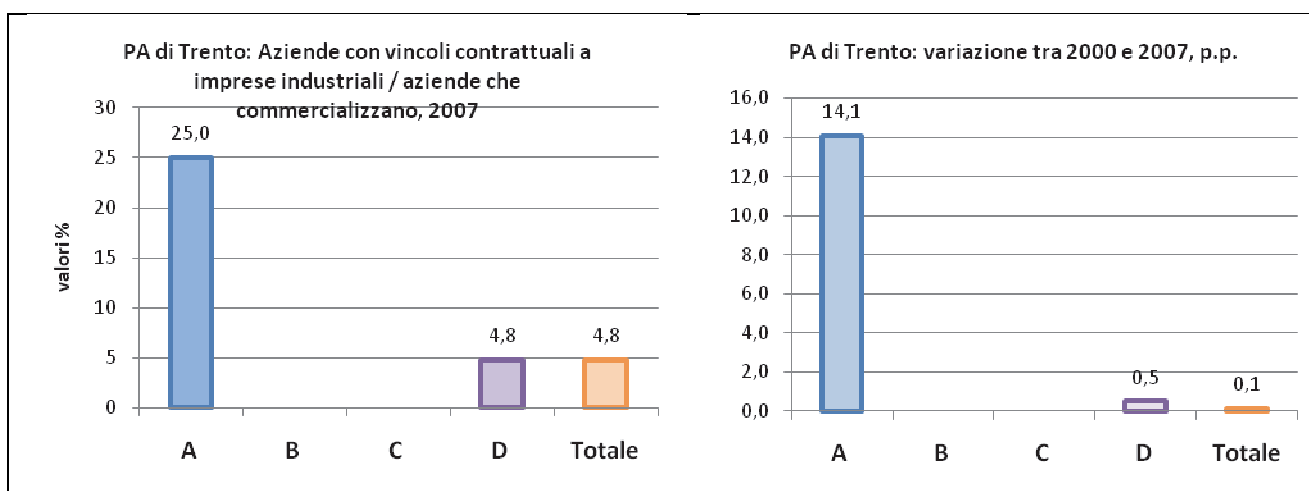
Provincia Autonoma (PA) di Trento



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

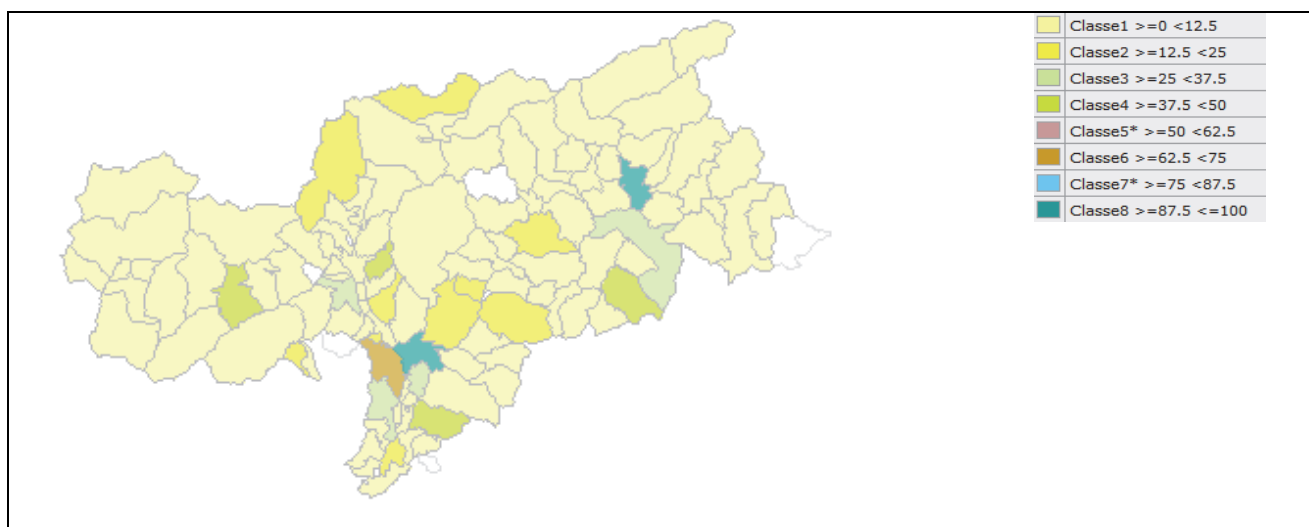
Nella Provincia Autonoma (PA) di Trento, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari a 4,8 %, superiore, anche se di pochissimo, alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 4,7%, ed inferiore a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerate nel complesso (7,2%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale tra il 2000 e il 2007, è aumentata dello 0,1%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (-47,3%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-48,8%).

In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 4.000 unità. Mentre in %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani) 10,8%. Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale è passata dal 10,9% al 25%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

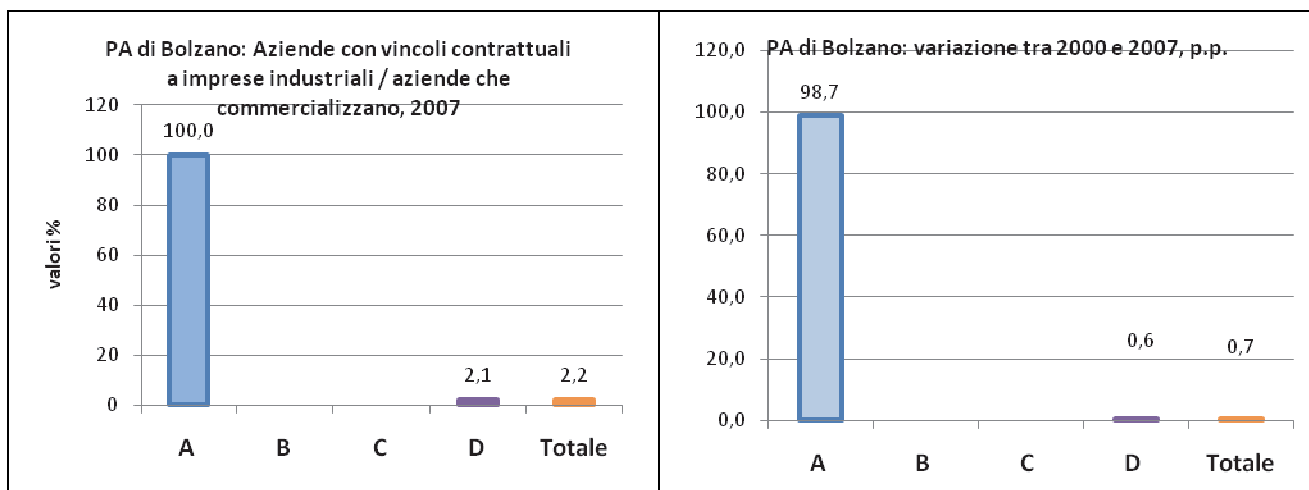
Provincia Autonoma (PA) di Bolzano



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

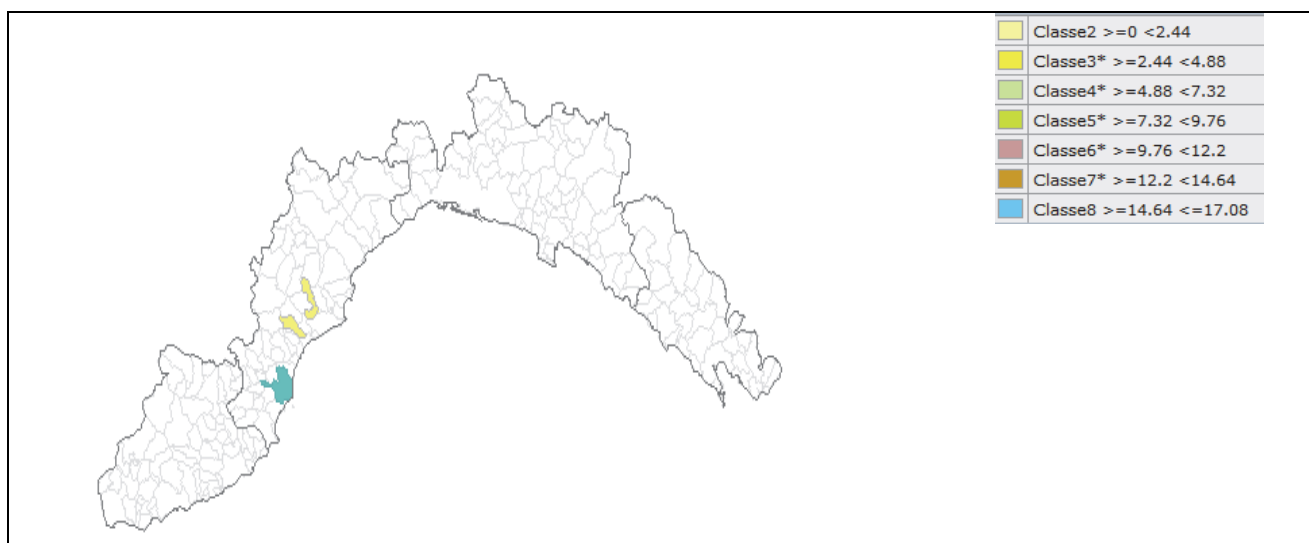
Nella Provincia Autonoma (PA) di Bolzano, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 2,2 %, valore inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari al 4,7%, e a quello delle Regioni Obiettivo Competitività considerate nel complesso (7,2%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale tra il 2000 e il 2007 è aumentata dello 0,7%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (circa -33%) rispetto alle aziende che commercializzano (-53,6%).

In termini assoluti il maggior numero di aziende che commercializzano è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 2.000 unità. Mentre in %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani) col 100%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

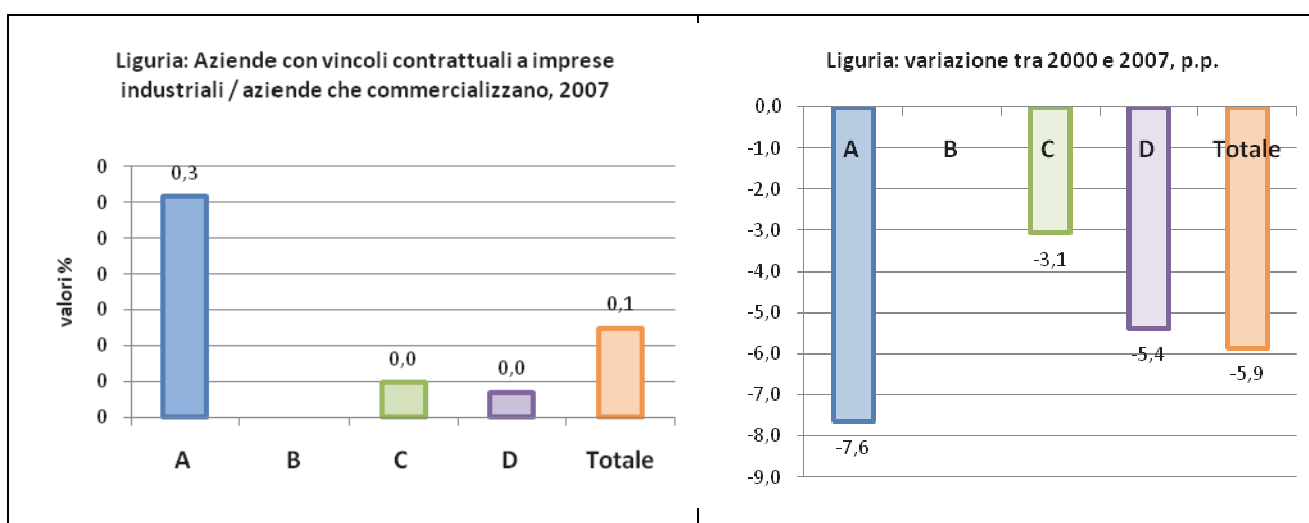
Liguria



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

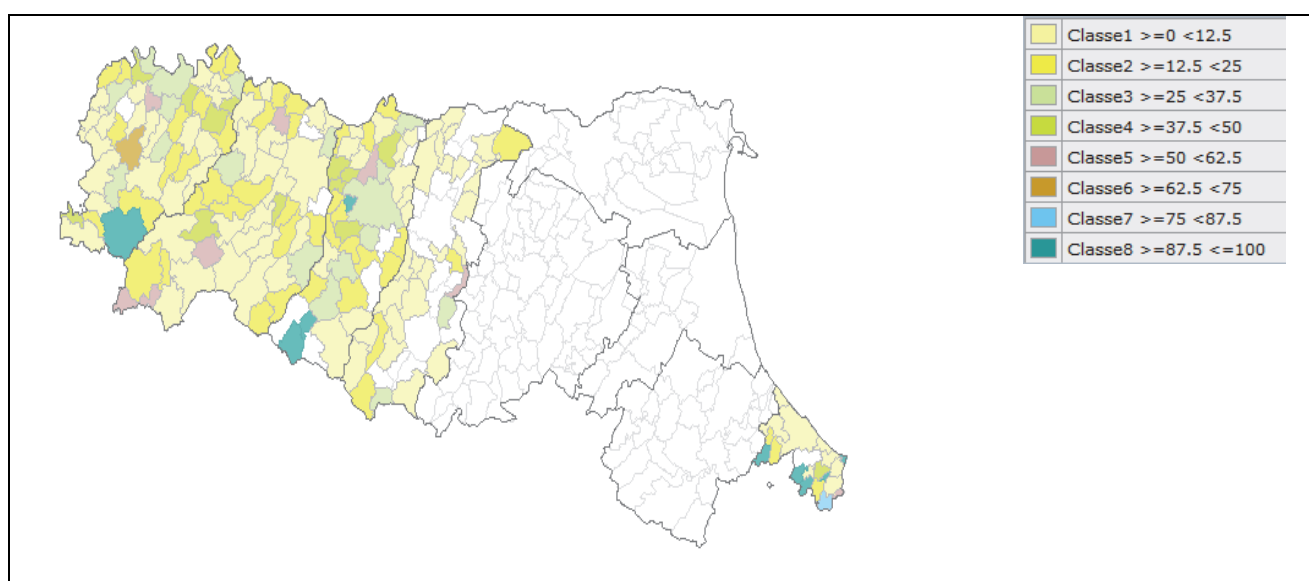
In Liguria, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari allo 0,1%, inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 4,7% e a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerate nel complesso (7,2%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 5,9%. Questo fenomeno è dovuto ad una sostanziale riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (-99,1%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-58,1%).

Sia in termini assoluti (con 7 unità) che in termini % (0,3% sul totale delle aziende che commercializzano) il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona A (Poli Urbani). Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, sul totale, è passata dal 7,9% allo 0,3%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Emilia-Romagna

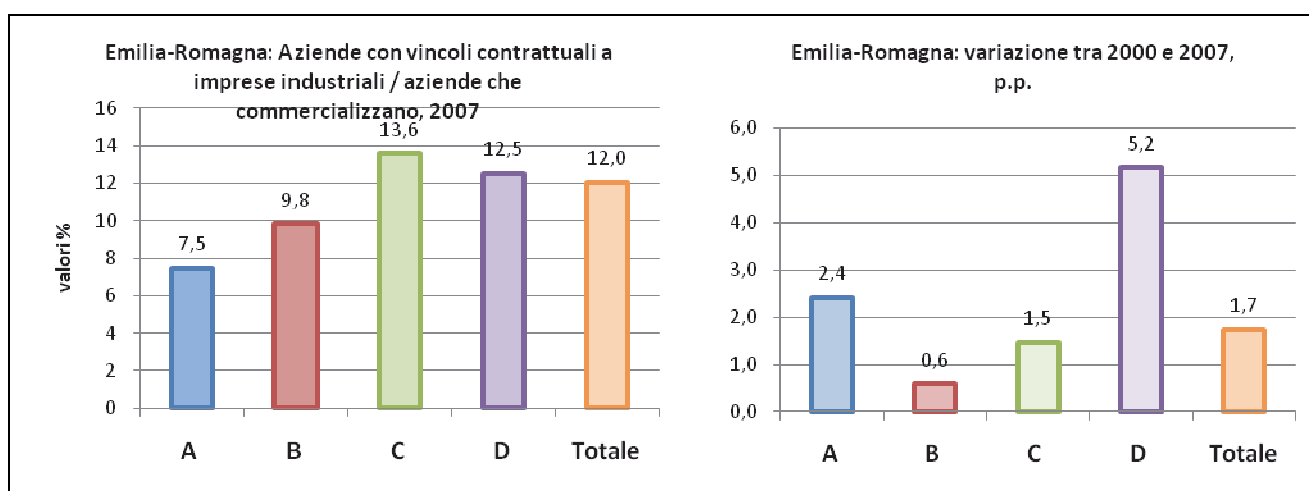


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Emilia Romagna, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 12,5%, valore superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari al 4,7%, e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerate nel complesso (7,2%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale tra il 2000 e il 2007 è aumentata del 1,7%. Questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (-52,3%) rispetto alle aziende che commercializzano (-59,2%).

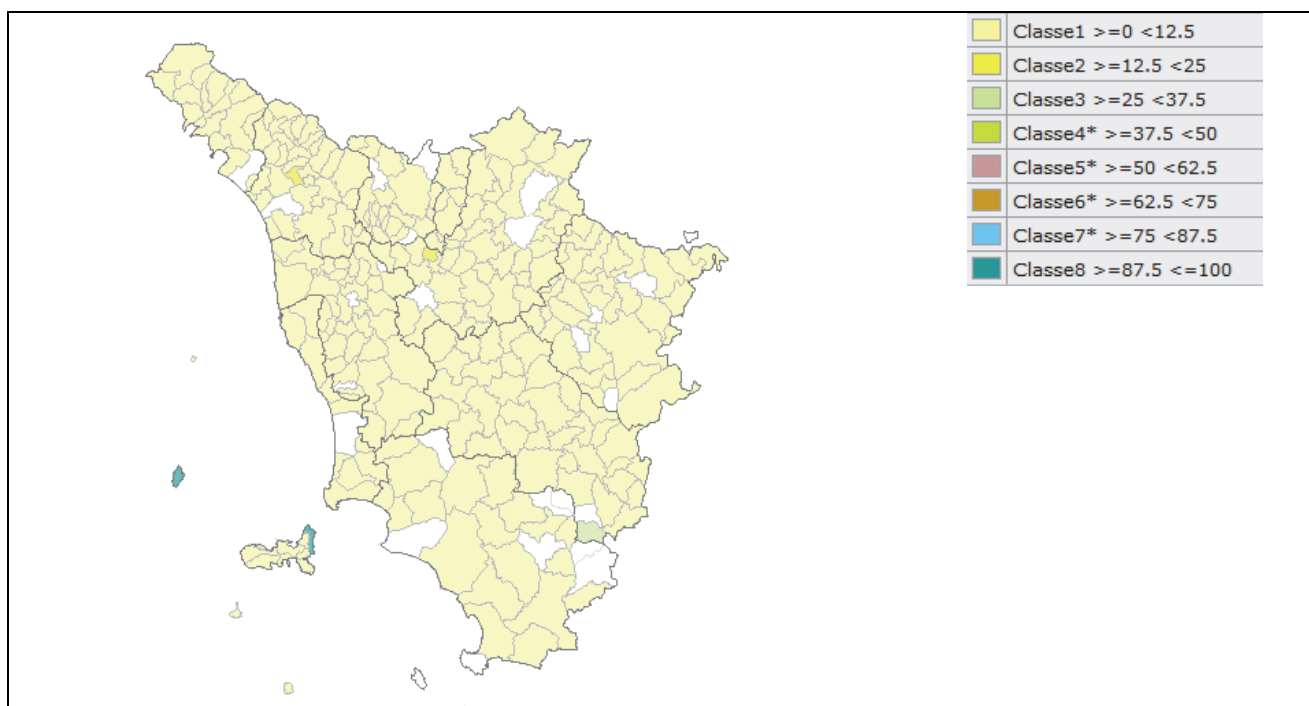
Sia in termini assoluti (con 2.306 unità) che in termini % (13,6% sul totale delle aziende che commercializzano) il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nelle zone C (Aree rurali intermedie).

Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggior aumento, nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale è passata dal 7,3% al 12,5%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

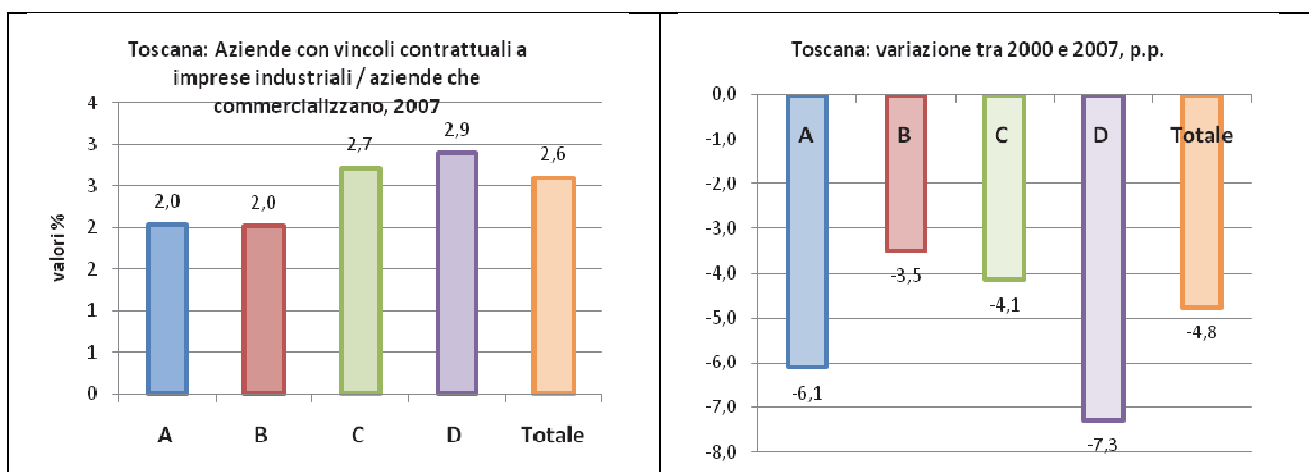
Toscana



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

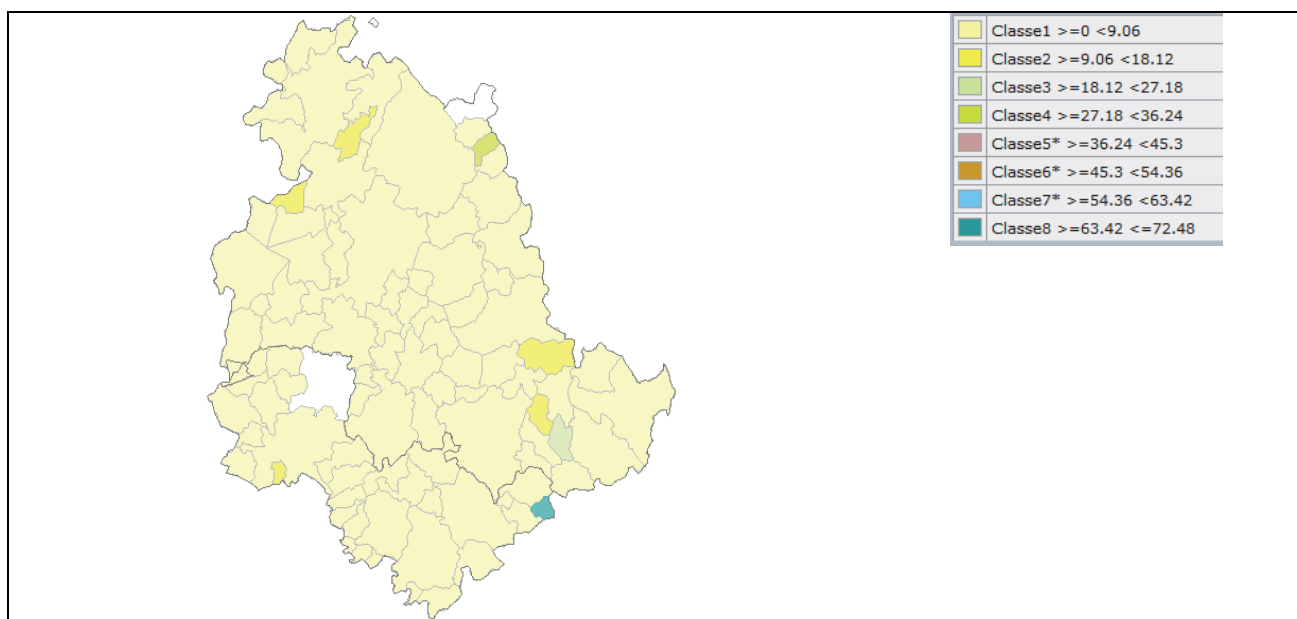
In Toscana, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 2,6%, quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 4,7% e a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerate nel complesso (7,2%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 4,8%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (-74,7%) rispetto alle aziende che commercializzano (circa -28%).

In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona C (Aree rurali intermedie) con 472 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo, 2,9%). Un esame sulla la presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione si registra nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale è passata dal 10,2% al 2,9%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Umbria

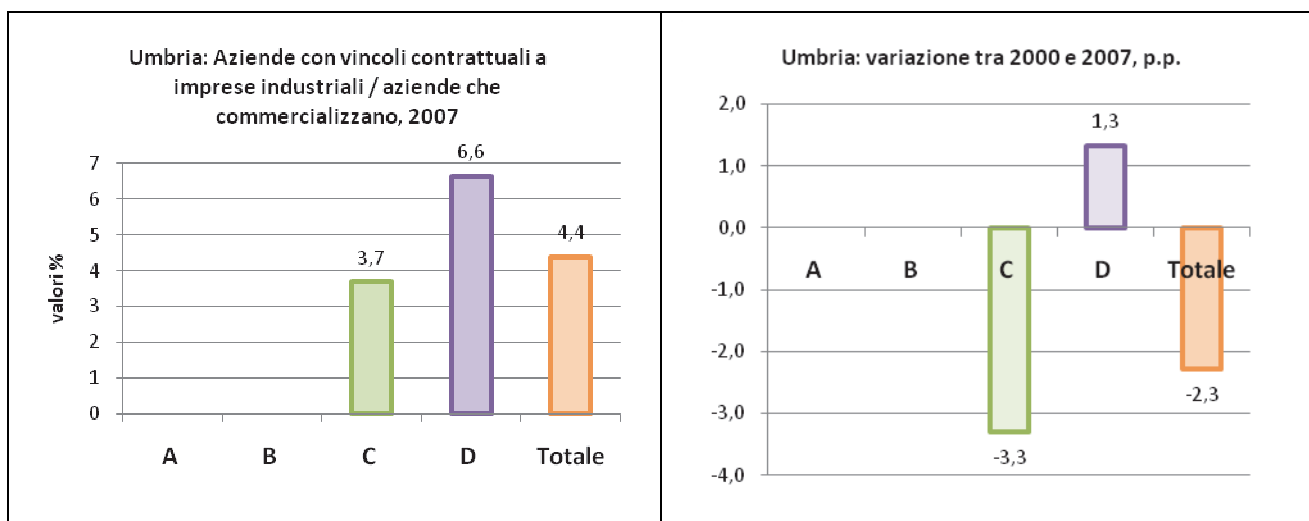


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Umbria, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 4,4%, inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 4,7%, e a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerate nel complesso (7,2%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 2,3%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (-63,9%) rispetto alle aziende che commercializzano (-45,1%).

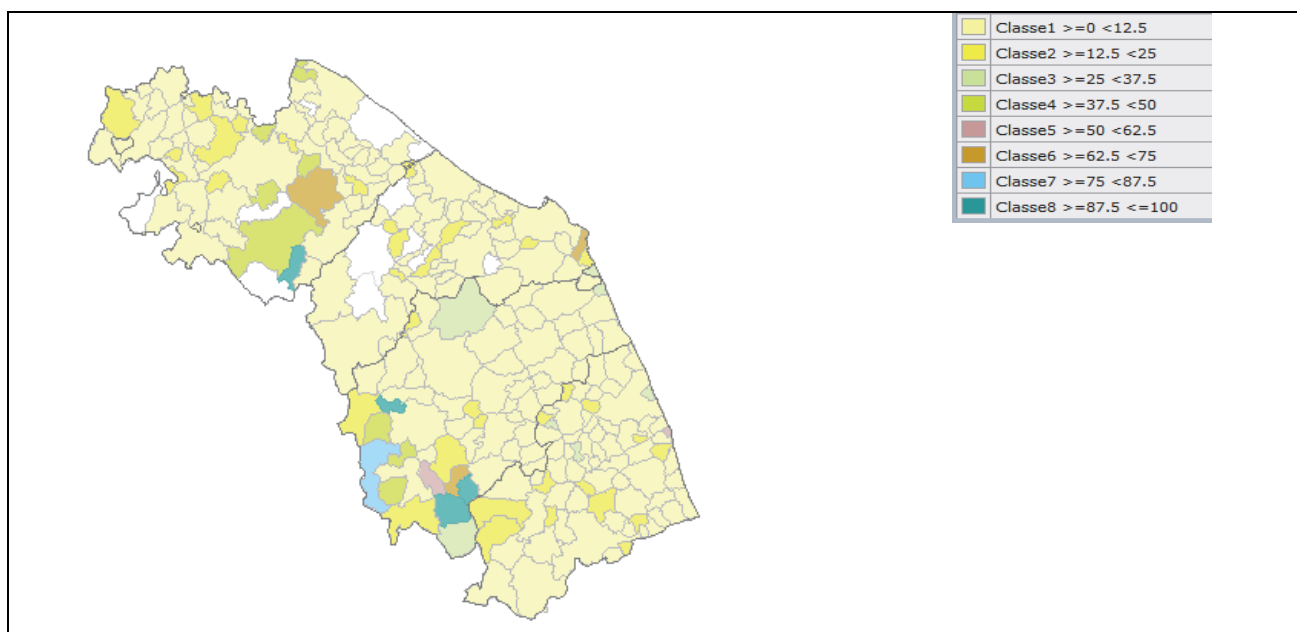
Sia in termini assoluti (488 unità) che in termini % (3,7% sul totale delle aziende che commercializzano) il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona C (Aree rurali intermedie).

Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione si registra nelle zone C (Aree rurali intermedie) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale è passata dal 7% al 3,7%; al contrario nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si evidenzia un aumento di 1,3 punti percentuali.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

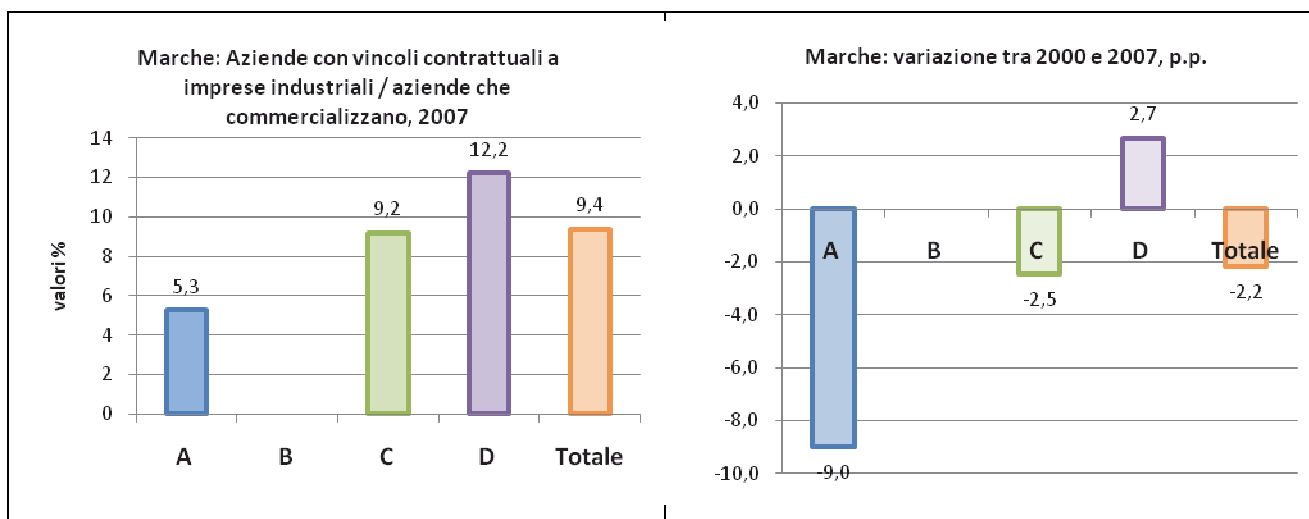
Marche



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

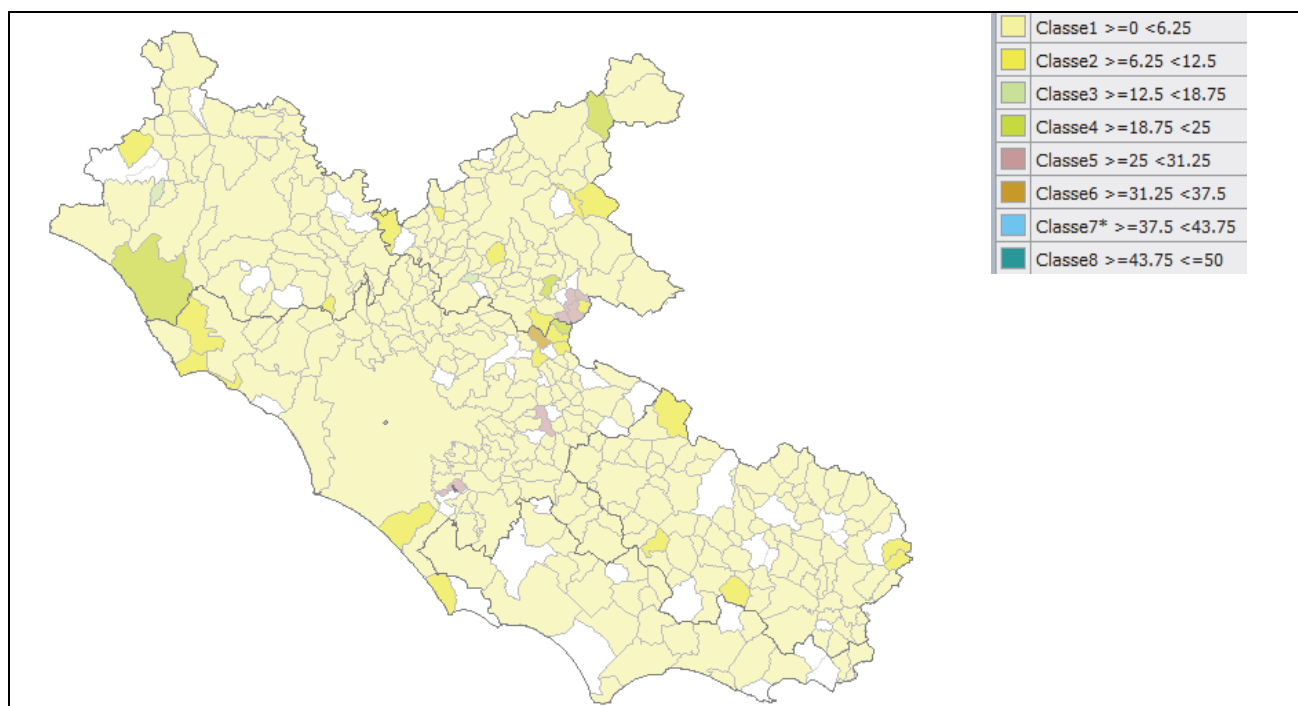
Nelle Marche, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 9,4%, superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 4,7%, e da quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerate nel complesso (7,2%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 2,2%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (-56,6%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-46,7%).

In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 1.800 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) 12,2%. Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione si registra nella zona A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale è passata dal 14,3% al 5,3%; al contrario nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si evidenzia un aumento di 2,7 punti percentuali.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

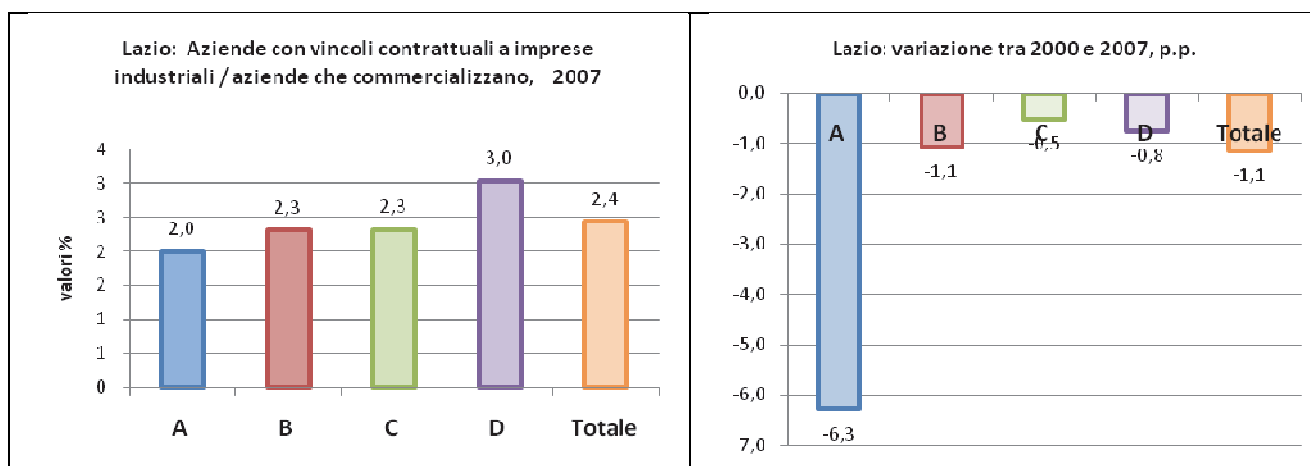
Lazio



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

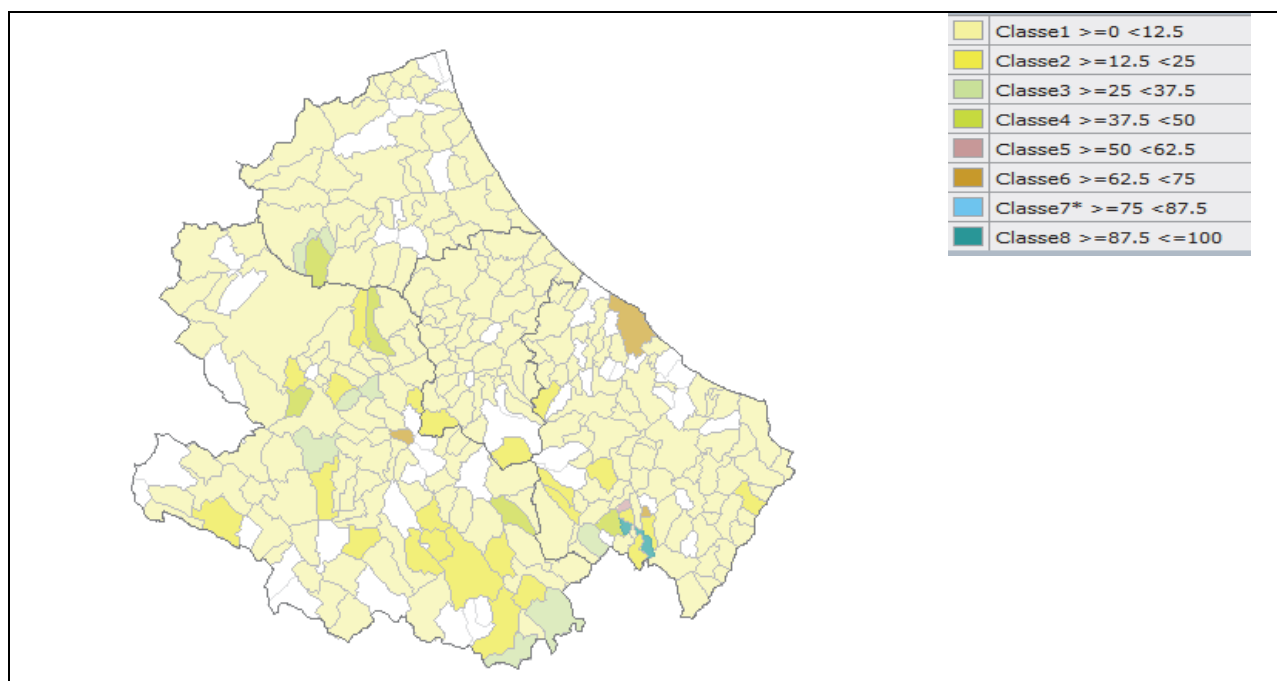
Nel Lazio, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 2,4%, valore inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari al 4,7%, e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerate nel complesso (7,2%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 1,1%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (-69,8%) rispetto alle aziende che commercializzano (circa -56%).

In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 6.000 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo, 3%). Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale è passata dal 8,3% al 2%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

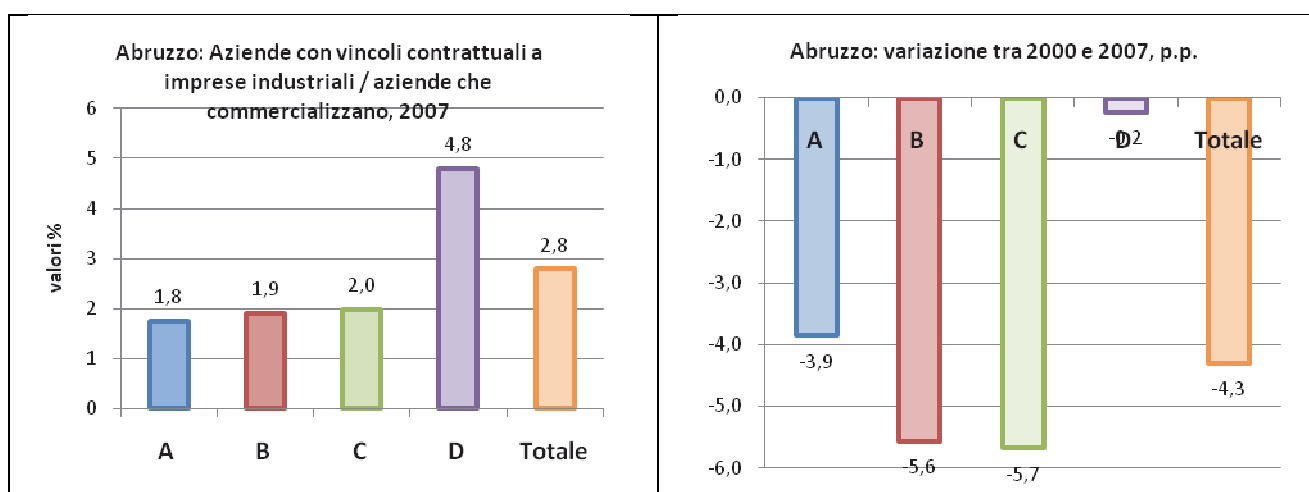
Abruzzo



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

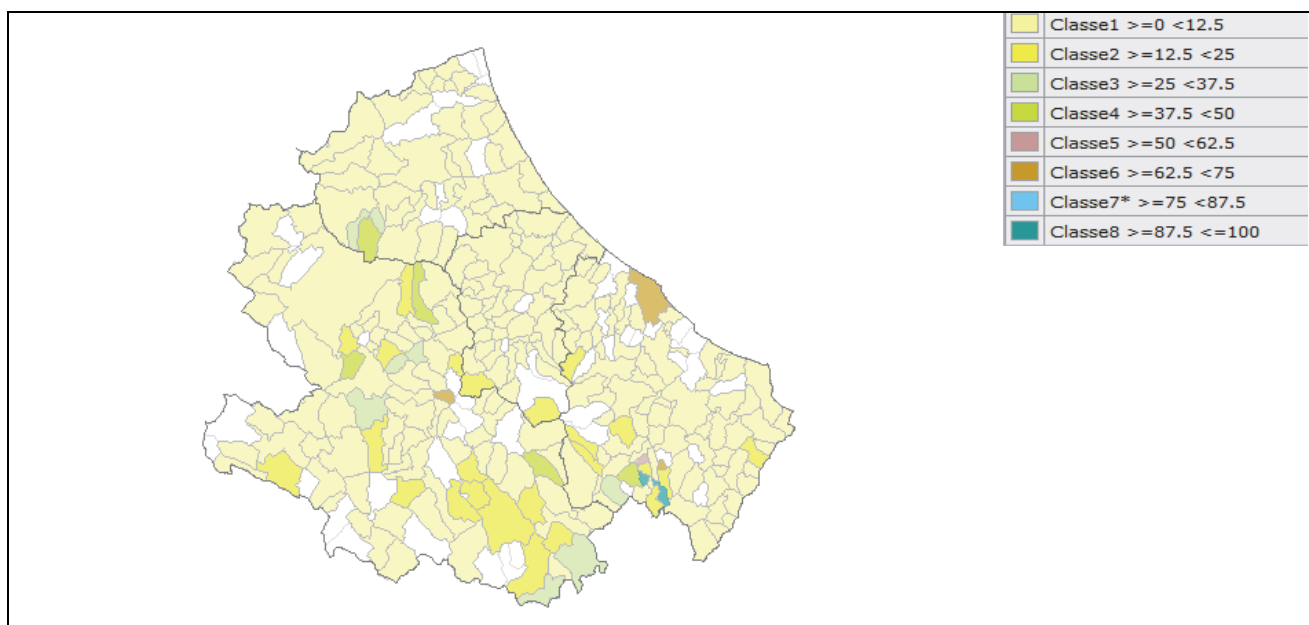
In Abruzzo nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 2,8%, quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 4,7%, e a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerate nel complesso (7,2%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale, tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 4,3%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (-79,7%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-48,3%).

Sia in termini assoluti (con oltre 300 unità) che in termini % (4,8% sul totale delle aziende che commercializzano) il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). Un esame della presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione si registra nelle zone C (Aree rurali intermedie) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale è passata dal 7,7% al 2%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

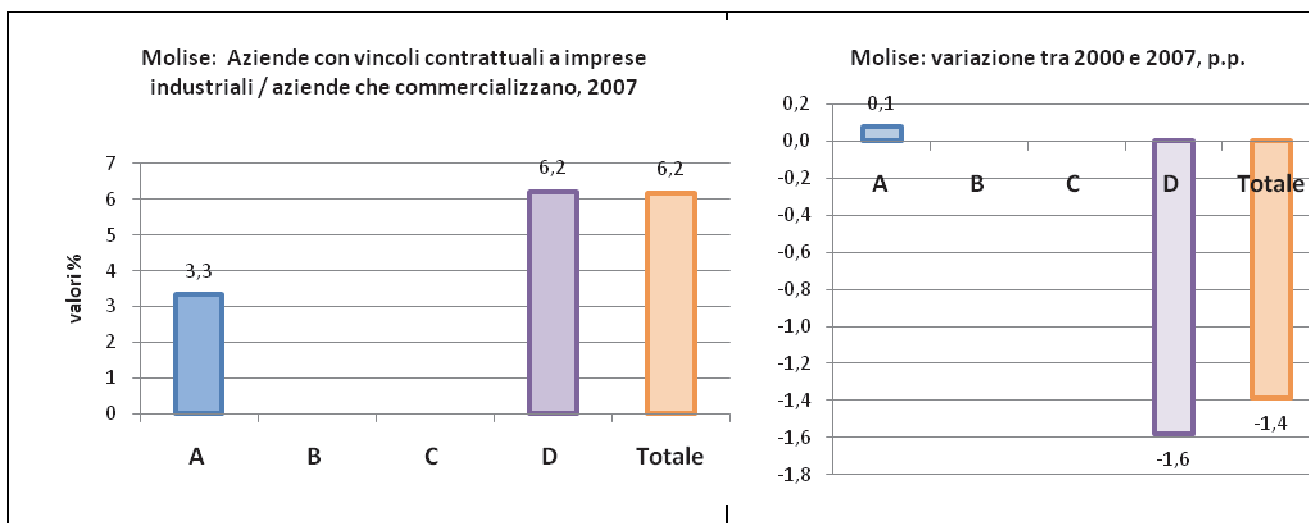
Molise



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

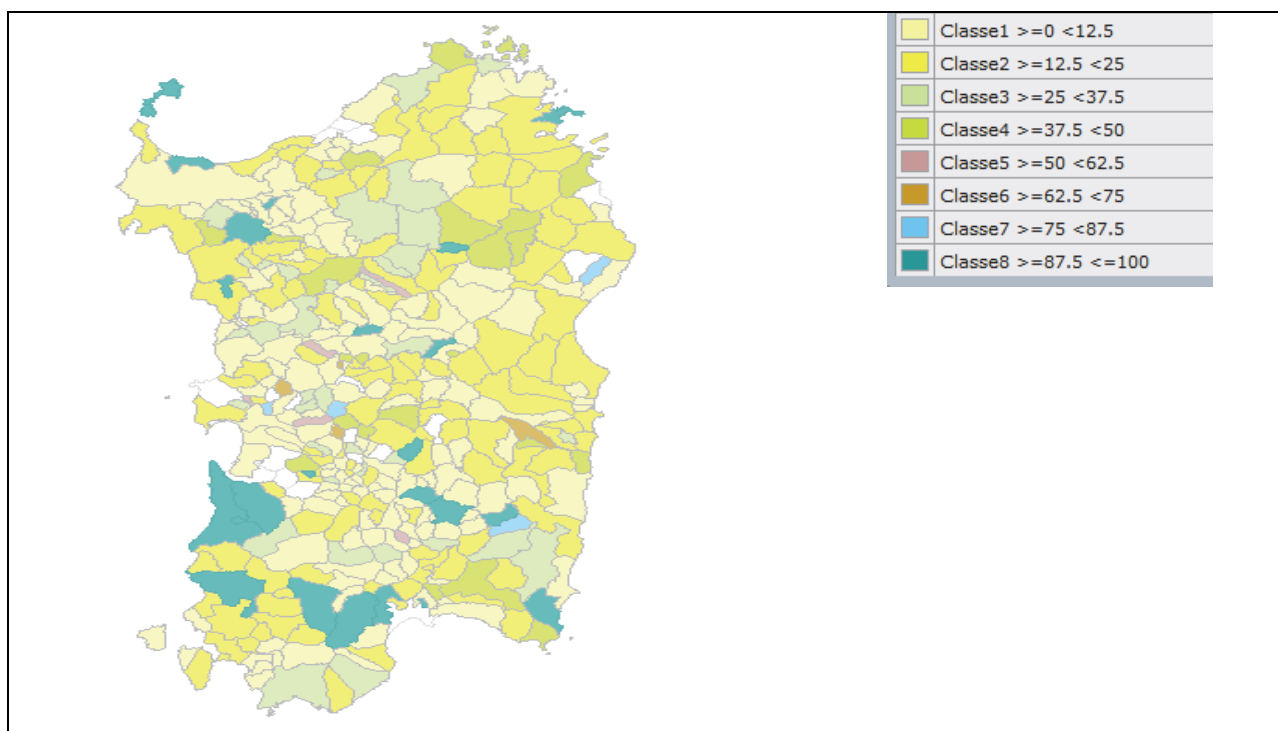
In Molise, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 6,2%, quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 4,7%, e inferiore a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerate nel complesso (7,2%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 1,4%, fenomeno dovuto prevalentemente ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (-64,6%) rispetto alle aziende che commercializzano (-57,6%).

Sia in termini assoluti (597 unità) che in termini % (6,2% sul totale delle aziende che commercializzano) il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione si registra nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 7,8% al 6,2%; al contrario nelle zone A (Poli Urbani) si evidenzia un aumento di 0,1 punti percentuali.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

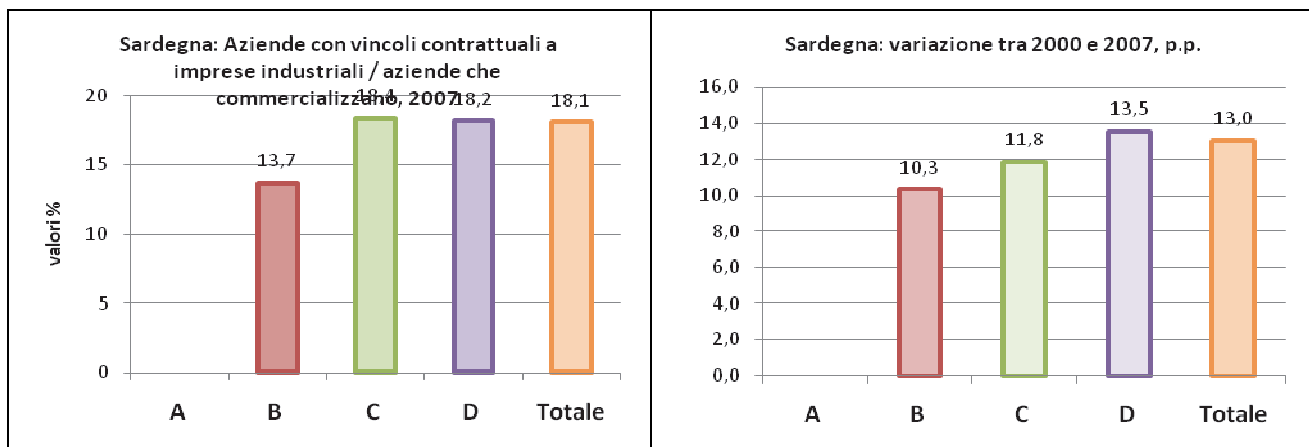
Sardegna



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

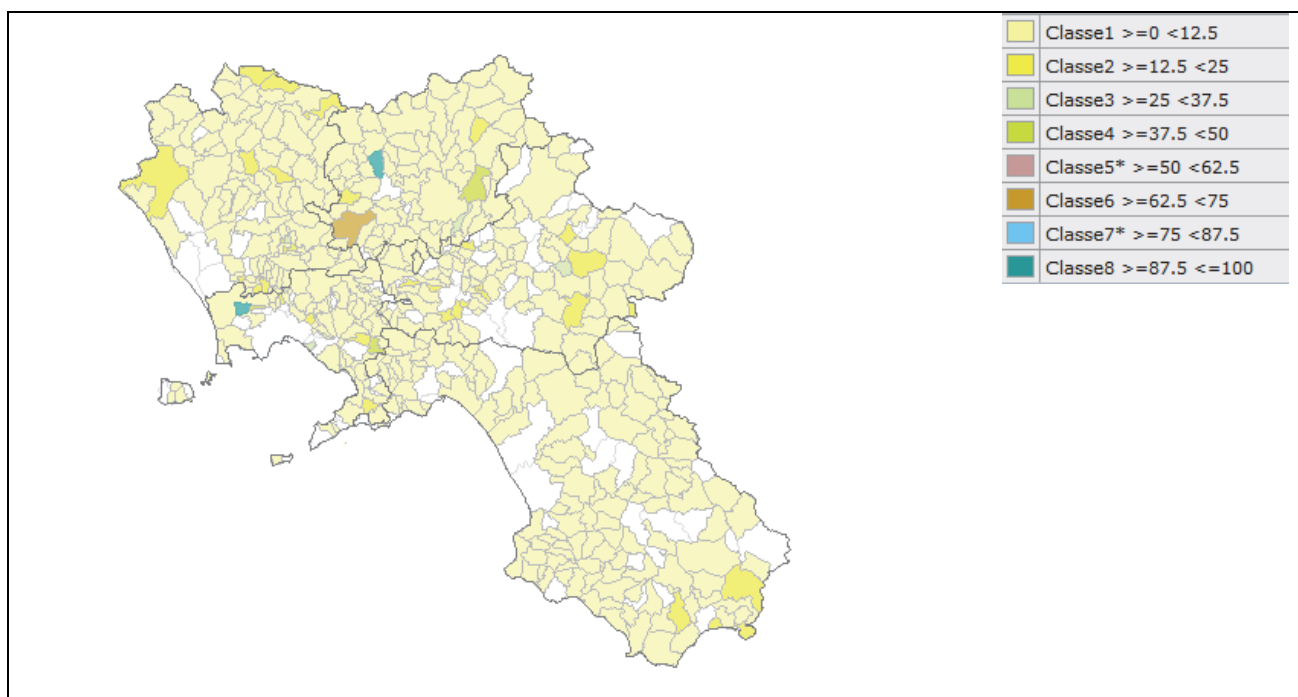
In Sardegna, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 18,1%, valore superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 4,7% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerate nel complesso (7,2%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 13%. Questo fenomeno è dovuto ad un sostanziale aumento, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (67,2%) rispetto ad una diminuzione delle aziende che commercializzano (-45,1%).

Sia in termini assoluti (oltre 1.200 unità) che in termini % (18,4% sul totale delle aziende che commercializzano) il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona C (Aree rurali intermedie). Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 4,7% al 18,2%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

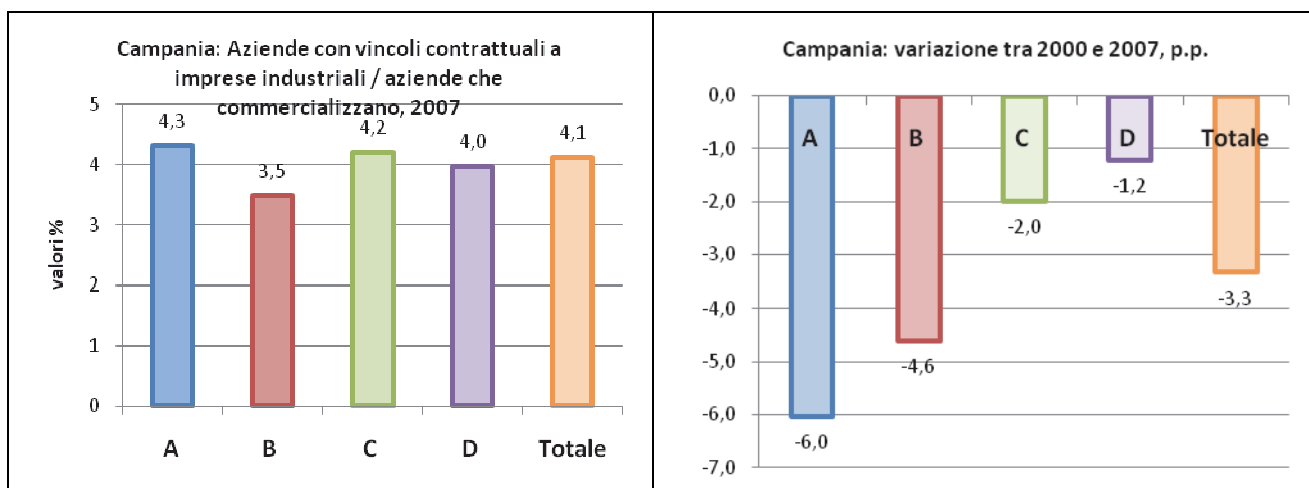
Campania



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

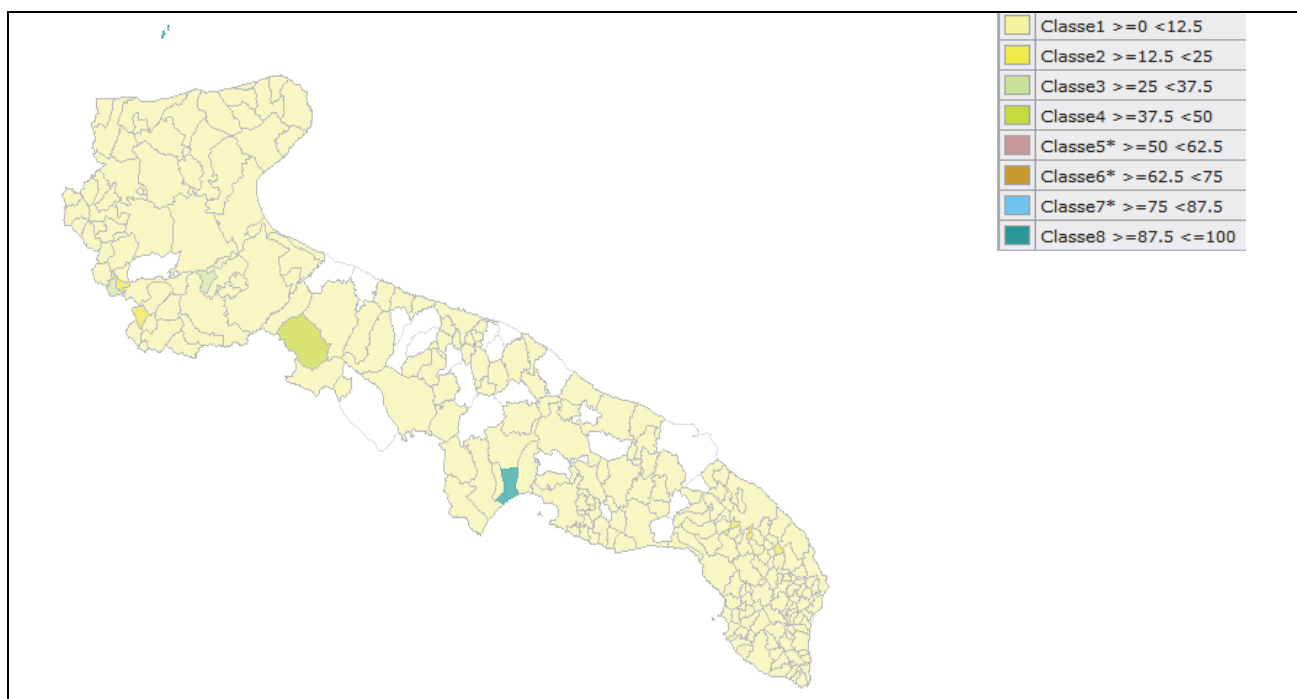
In Campania, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 4,1%, valore inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 4,7%, e superiore a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerate nel complesso (2,1%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 3,3%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (circa -76%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-57,2%).

In termini assoluti il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani). Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 10,3% al 4,3%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

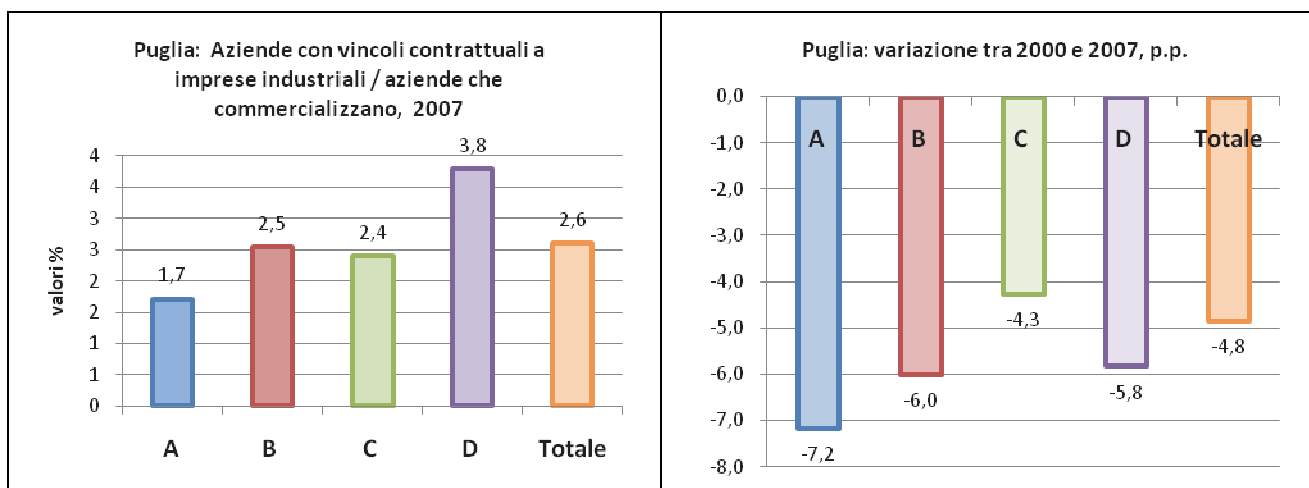
Puglia



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

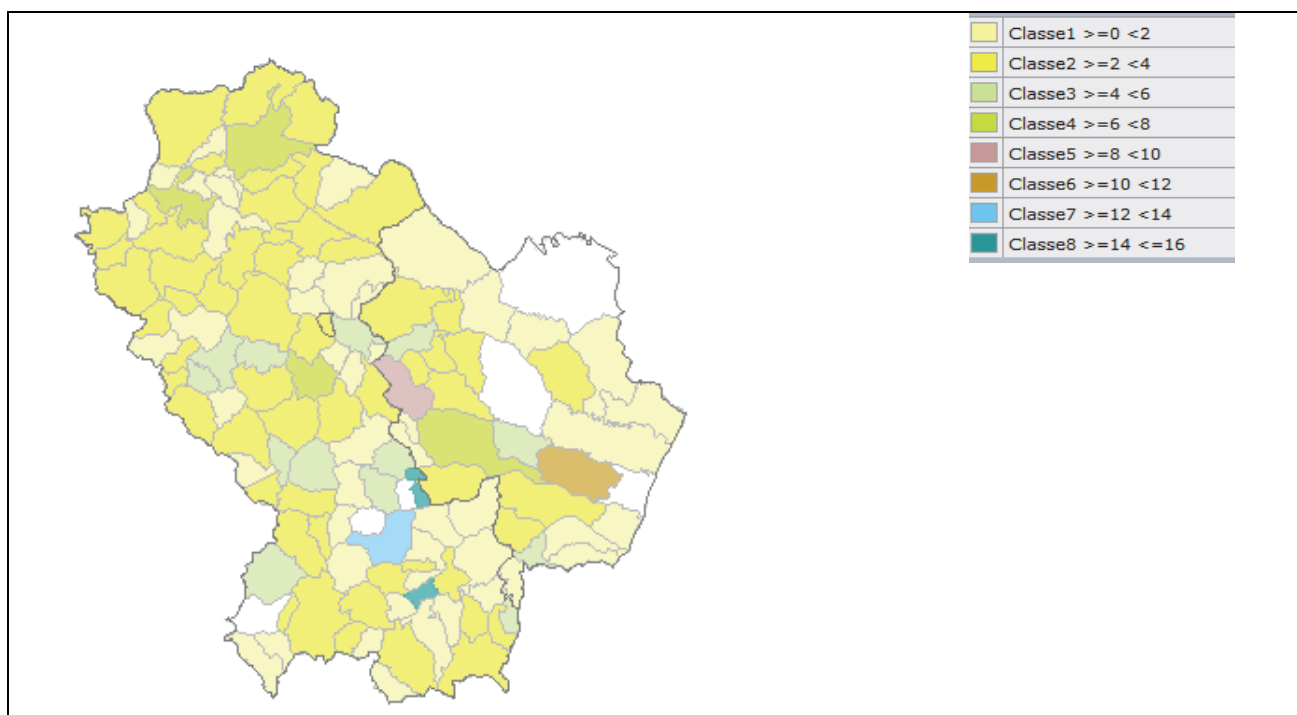
In Puglia, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 2,6%, valore inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 4,7%, e superiore a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerate nel complesso (2,1%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 4,8%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (82,3%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (49,3%).

In termini assoluti il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona C (Aree rurali intermedie) con 1.807 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo, 3,8%). Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione si registra nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 8,9 al 1,7%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

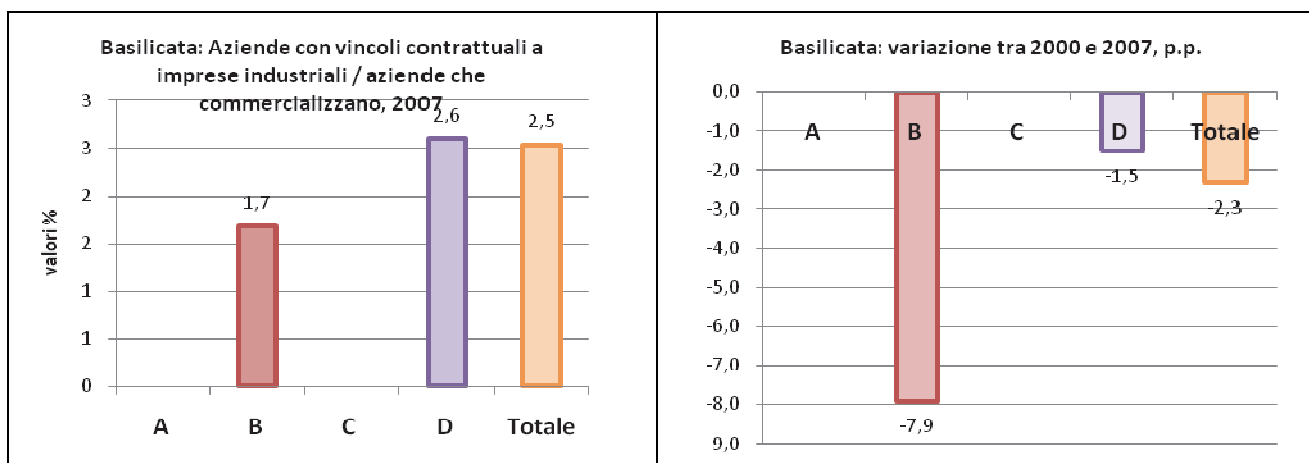
Basilicata



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

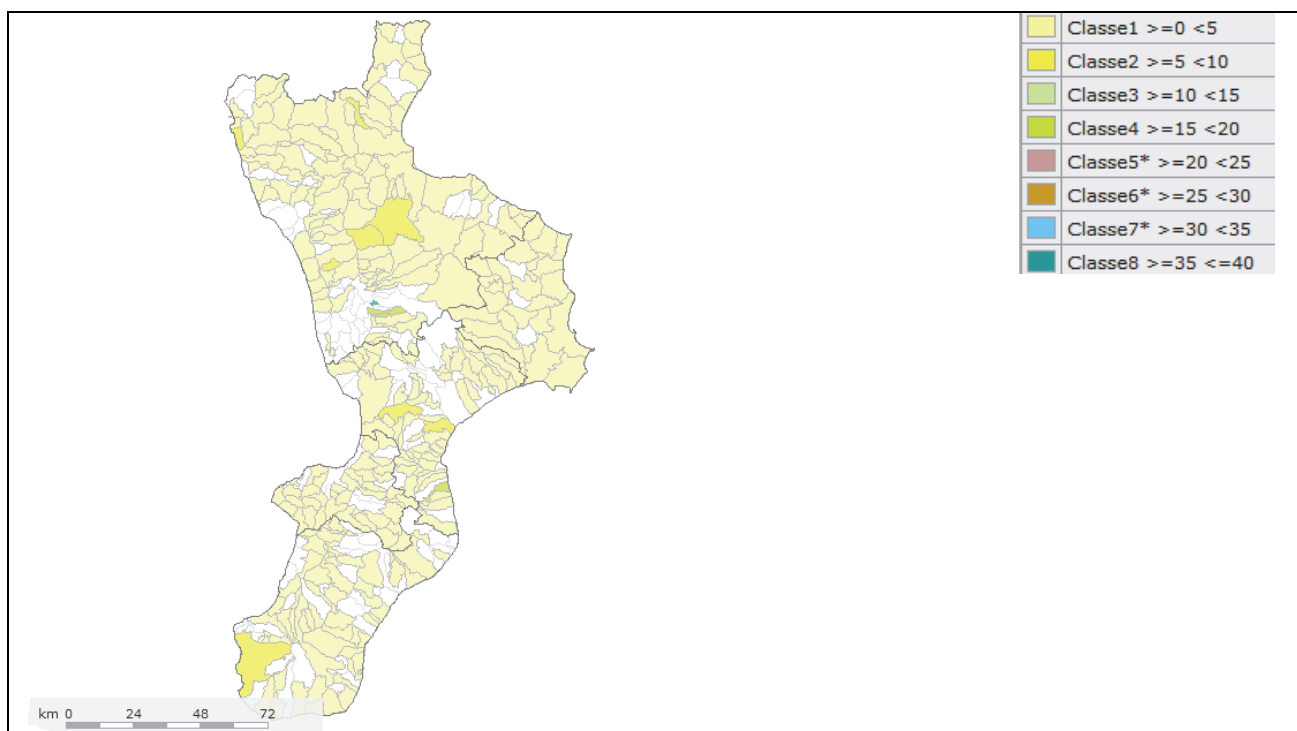
In Basilicata, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 2,5%, quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 4,7%, e superiore a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso 2,1%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 2,5%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo 2000-2007, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (pari a -67,4%) rispetto alle aziende che commercializzano (-37,6%).

Sia in termini assoluti (con 676 unità) che in termini % (2,6% sul totale delle aziende che commercializzano) il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 9,6% al 1,7%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

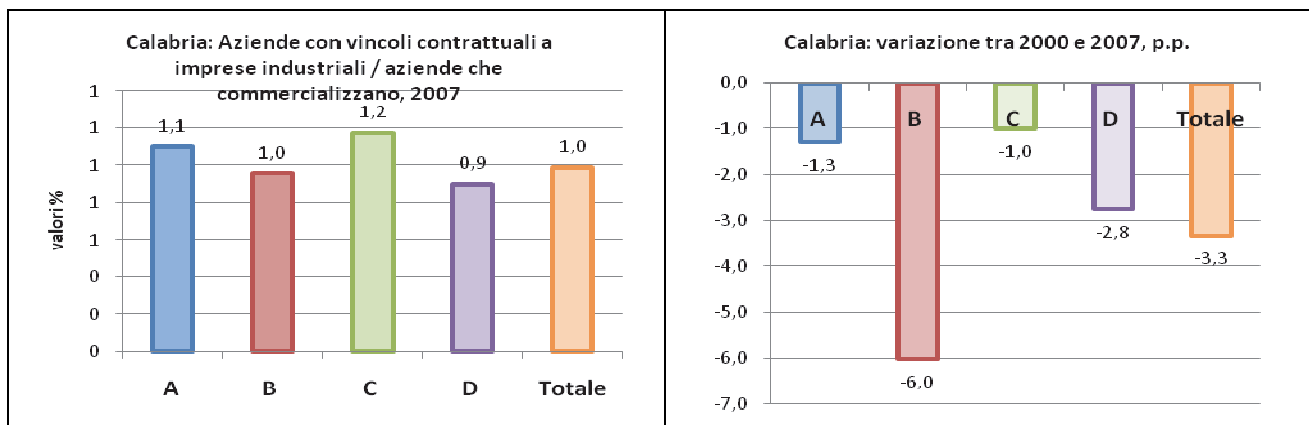
Calabria



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

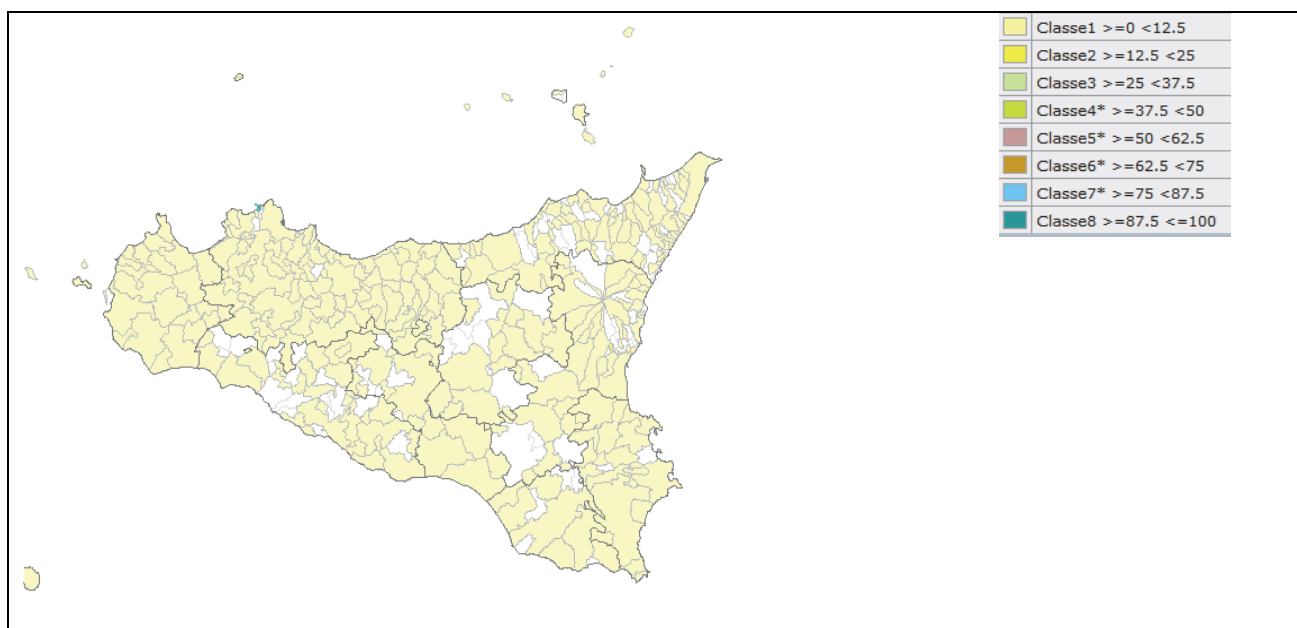
In Calabria, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 1%, valore nettamente inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 4,7%, e a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso (2,1%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 3,3%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (85,1%) rispetto alle aziende che commercializzano (34,8%).

In termini assoluti il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone C (Aree rurali intermedie) 1,2%. Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione si registra nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 7% al 1%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

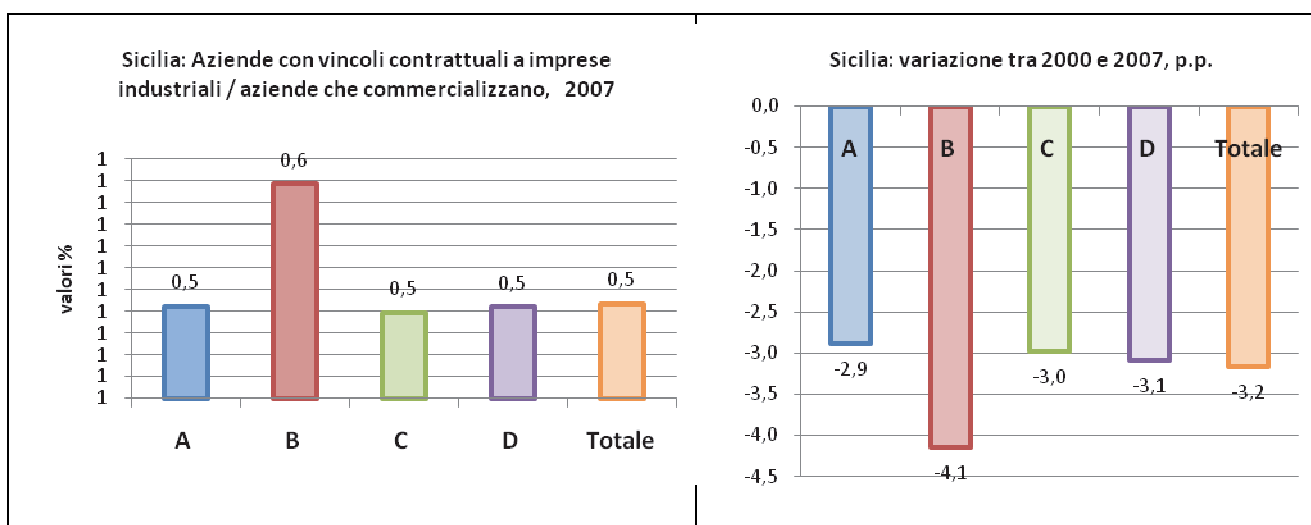
Sicilia



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Sicilia nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari allo 0,5%, quindi nettamente inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 4,7% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerate nel complesso (2,1%). La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali, sul totale tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 3,2%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali (92,6%) rispetto alle aziende che commercializzano (49,8%).

In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona C (Aree rurali intermedie) con 351 unità. Mentre in % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) 0,6%. Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione, si registra nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali sul totale della aziende che commercializzano è passata dal 4,7% allo 0,6%.

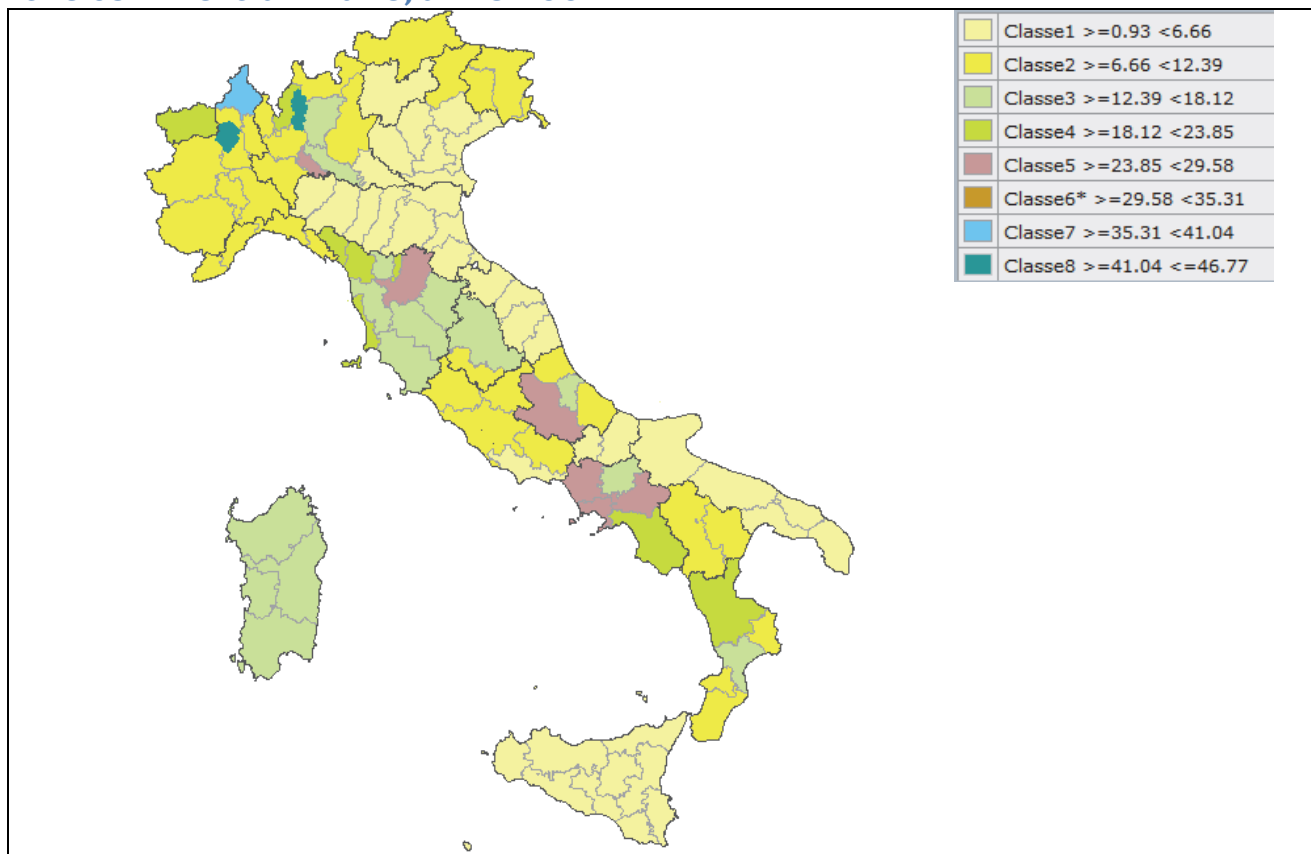


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

4. L'integrazione verticale aziendale produzione-trasformazione: aziende che commercializzano prodotti trasformati/aziende che commercializzano

L'integrazione verticale delle imprese in una filiera deve essere intesa come l'esternalizzazione all'interno di una impresa nelle fasi della filiera che sono a valle del suo processo produttivo principale, nel caso dell'impresa agricola si tratta delle fasi di trasformazione e/o di commercializzazione. Il rapporto tra aziende che commercializzano prodotti trasformati e aziende che commercializzano fornisce l'indicazione della integrazione verticale che è possibile definire di "primo grado" (in quanto la fase di trasformazione è nella maggior parte dei casi la prima a valle della produzione) dell'impresa agricola nella fase di trasformazione. La trasformazione aziendale dei prodotti era una pratica molto diffusa sia per le produzioni destinate al mercato sia per quelle per auto-consumo nei settori tradizionali come quelli del vino, dell'olio, delle carni suine e del latte. La normativa italiana riconosce l'attività di trasformazione dei prodotti agricoli in azienda come un'attività connessa con quella di coltivazione del fondo e di allevamento quando vi è prevalenza di materia agricola aziendale ed equipara queste attività a quelle agricole dal punto di vista fiscale e previdenziale (art. 2.135 del Codice Civile che definisce l'imprenditore agricolo). Il valore dell'indicatore di integrazione verticale di primo grado, per Provincia è riportato nella figura seguente.

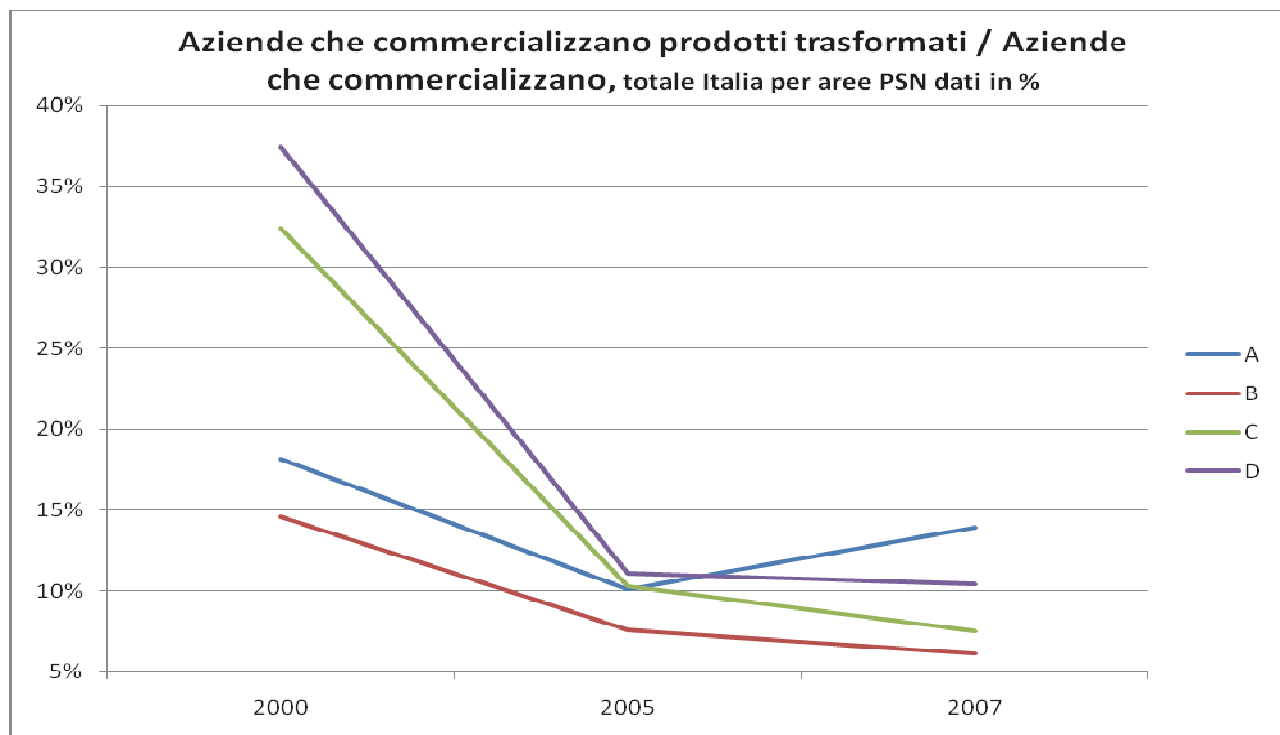
Figura Italia: Aziende che commercializzano prodotti trasformati/aziende che commercializzano, anno 2007



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

La modernizzazione dell'agricoltura ed in particolare l'incremento del peso della tecnologie e delle normative igienico-sanitarie nella determinazione delle caratteristiche qualitative del prodotto ha portato ad esternalizzare questa funzione di mercato da parte delle imprese agricole, caratterizzate da piccole dimensioni, da un limitato apporto di capitali e da una organizzazione del lavoro basata sulla sola manodopera familiare. Una esternalizzazione che può aver mantenuto il carattere di integrazione verticale attraverso il conferimento a forme associative o di integrazione contrattuale con l'industria o che ha portato alla scelta del mercato *spot* spesso attraverso intermediari commerciali.

La trasformazione aziendale riguarda una percentuale di aziende piuttosto ridotta: solo tre Province superano il 35% e sono rispettivamente Verbania (39,6%), Biella 46% e Lecco (46,8%) e solo in 20 superano il 18%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

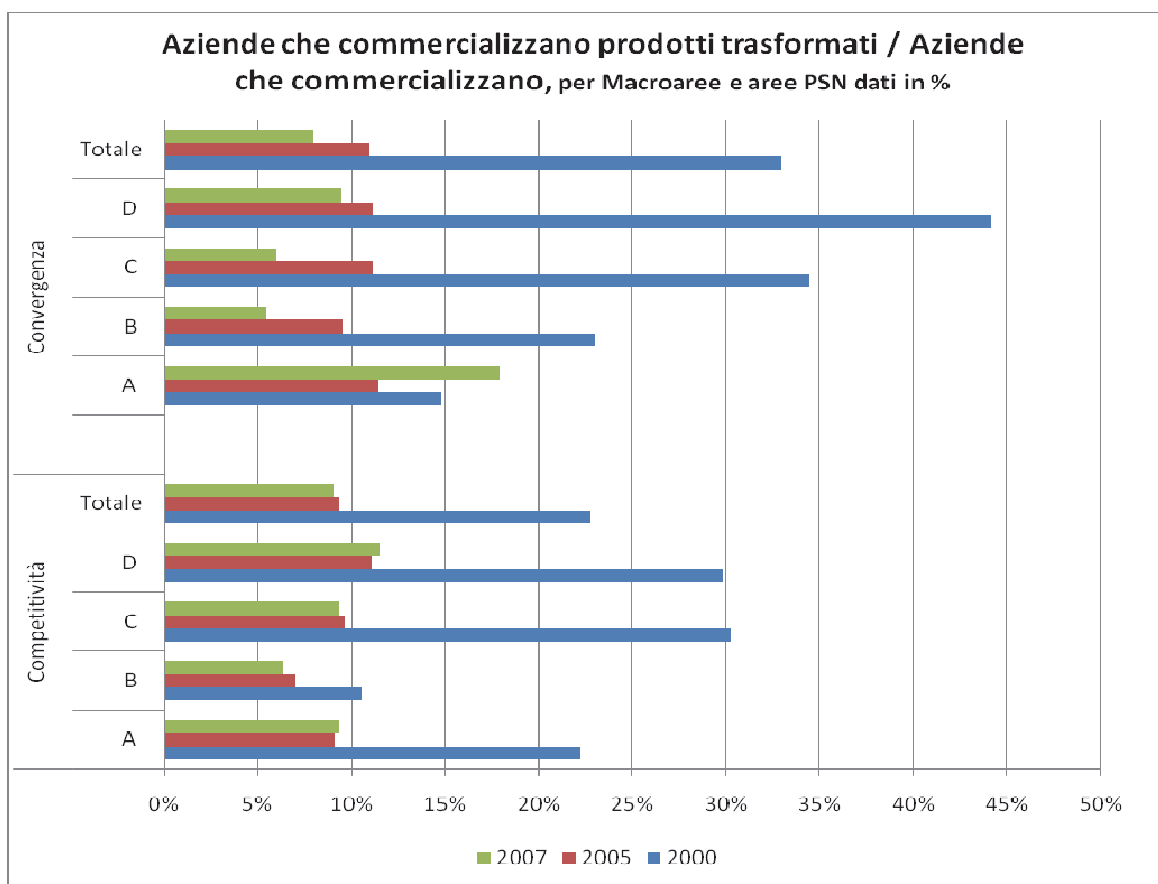
L'esame dell'indicatore a livello di aree PSN mette in evidenza una attuale omogeneità delle aree in termine di valore dovuta al suo repentino decremento a partire dal 2000. La riduzione del valore dell'indice nel periodo 2000-2007 è stata, infatti, molto elevata e concentrata nel primo quinquennio; l'indicatore è passato da un valore medio di 27,6%, nel 2000, a quello di 8,6%, nel 2007. Una riduzione più sensibile nelle aree D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) e C (Aree rurali intermedie) dove il valore dell'indicatore nel 2000 era prossimo al 40 percentuali.

Solo nelle aree A (Poli Urbani) vi è una tendenza alla ripresa della trasformazione aziendale, dovuta principalmente alla presenza in queste aree di nuovi mercati locali dovuti all'incremento della popolazione residenti nelle zone peri-urbane. Una tendenza che riguarda quasi esclusivamente le Regioni Obiettivo Convergenza dove l'incremento del valore dell'indice nelle aree A (Poli Urbani), tra il 2005 ed il 2007, è stato pari al 6,4% mentre nelle Regioni Obiettivo Competitività l'incremento nello stesso periodo è stato pari a solo lo 0,3%. Nelle Regioni Obiettivo Convergenza c'è invece un incremento dell'indice nelle aree D (Aree rurali con problemi di complessivi di sviluppo) ma anche questo estremamente contenuto pari allo 0,4 percentuali.

Complessivamente tra il 2000 ed il 2007 la riduzione maggiore della percentuale di aziende che trasformano i propri prodotti per commercializzarli si è avuta nelle aree D (Aree rurali con problemi di complessivi di sviluppo) delle Regioni Obiettivo Convergenza dove è passata dal 44,1% del 2000 (valore più elevato in quell'anno) al 9,5% del 2007, valore che riallinea questa area alla **media (nazionale?o Area Convergenza?)**.

Le motivazioni di tale riduzione vanno ricercate principalmente negli incentivi all'integrazione verticale di tipo associativo a seguito anche della normativa igienico-sanitaria, le aree D (Aree rurali con problemi di complessivi di sviluppo) sono prevalentemente aree di montagna interna dove le principali trasformazioni aziendali riguardavano i derivati del latte. Nel complesso la riduzione così rilevante della trasformazione aziendale è da attribuire alla ristrutturazione del settore vitivinicolo, dove la trasformazione

aziendale è passata da una pratica comune delle piccole aziende ad una pratica dedicata quasi esclusivamente alle produzioni di elevata qualità in zone di pregio ed in aziende medio grandi.

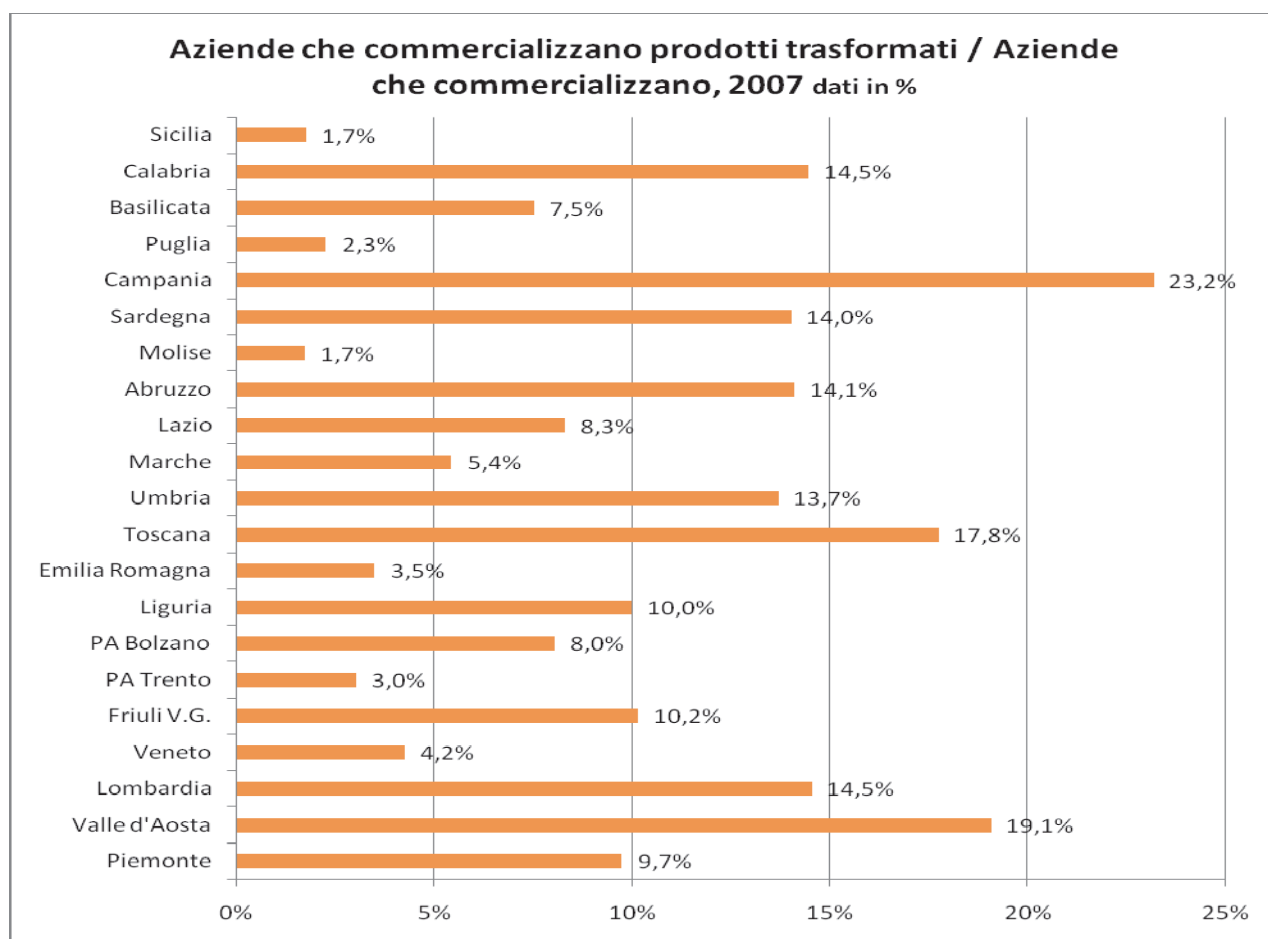


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

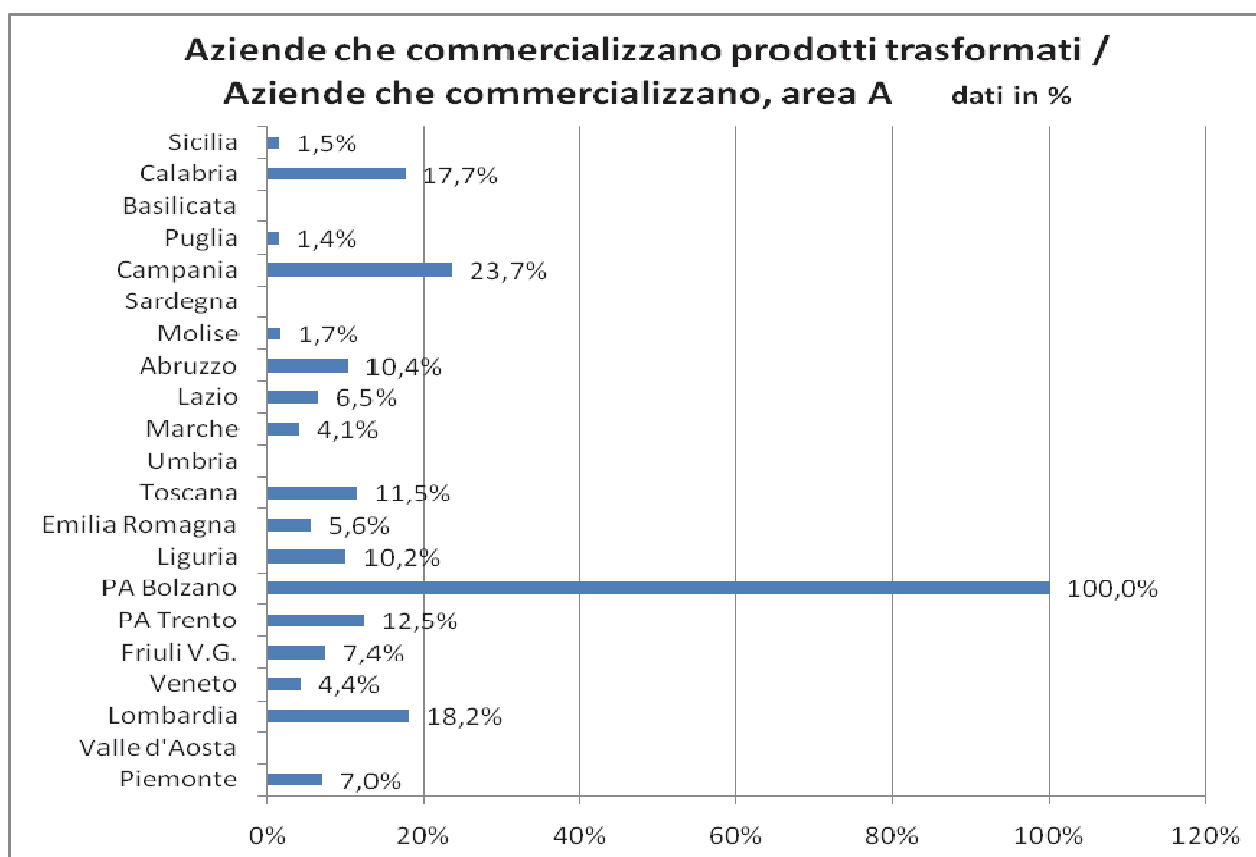
Confronto tra le Regioni e le Province Autonome (PA) aziende che commercializzano prodotti trasformati/aziende che commercializzano, anno 2007

L'analisi dell'indicatore per Regioni nel 2007 mette in evidenza come in molte realtà territoriali l'integrazione verticale "primaria" attraverso la trasformazione aziendale delle proprie produzioni sia una forma organizzativa residuale valore dell'indicatore è al di sotto del 10% in 12 Regioni e del 5% in

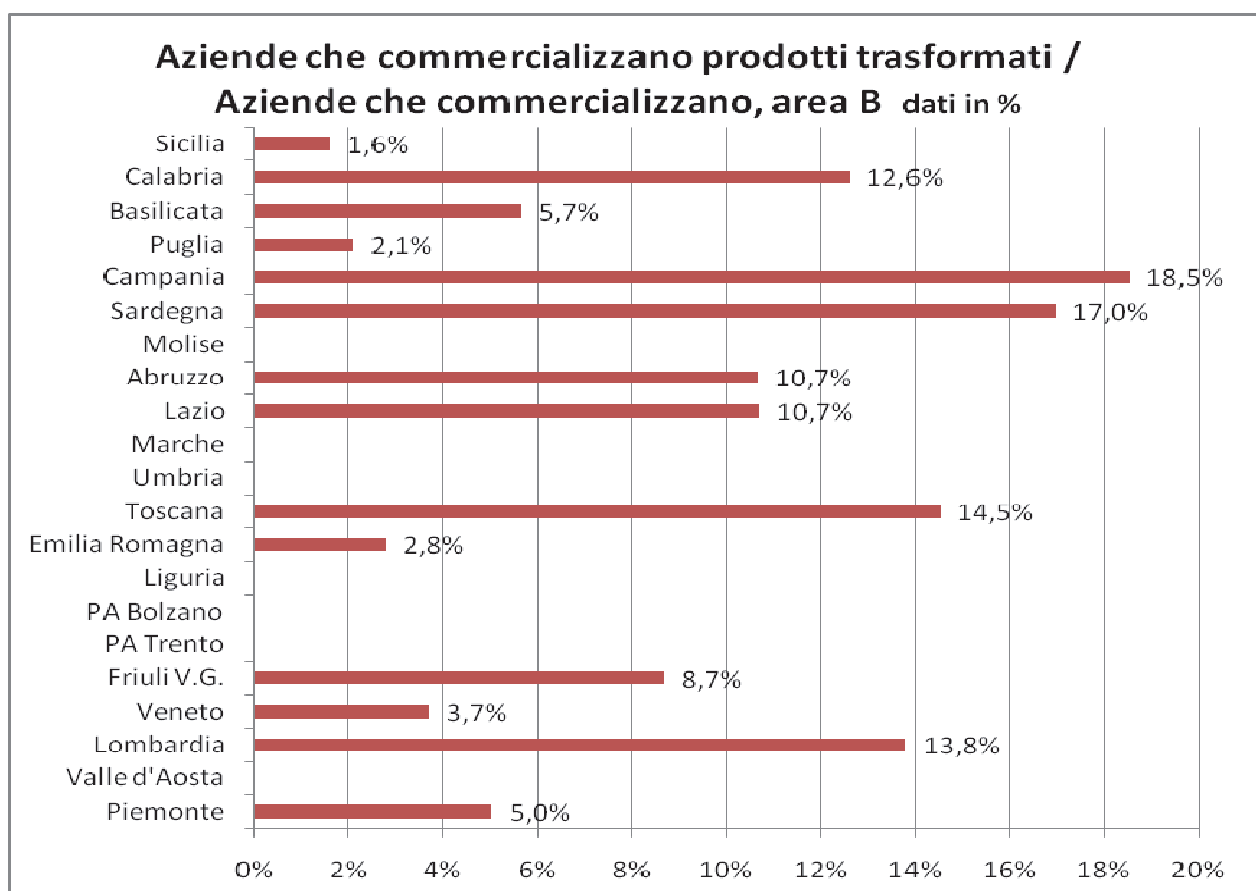
La distribuzione dell'indicatore per Regione e per aree PSN viene riportato nei grafici delle pagine seguenti:



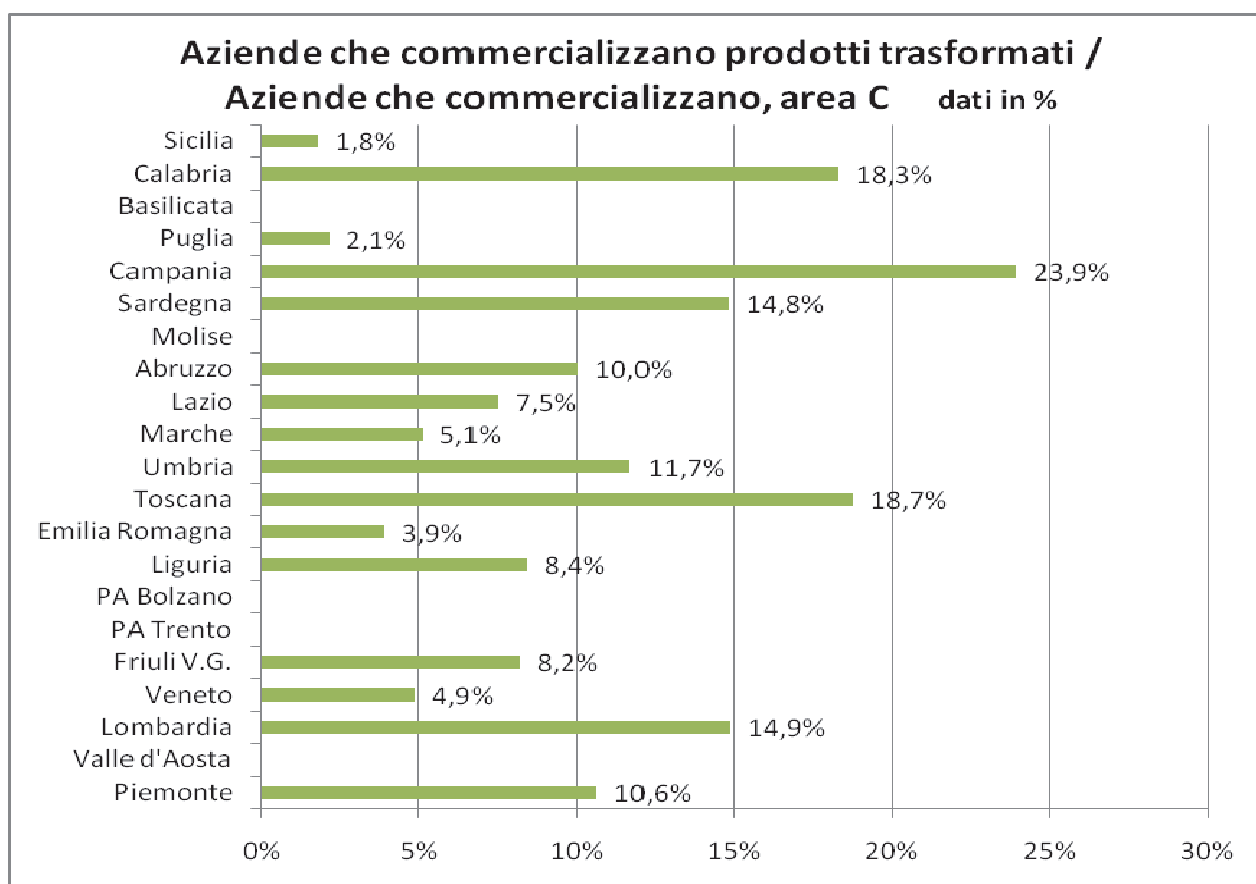
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



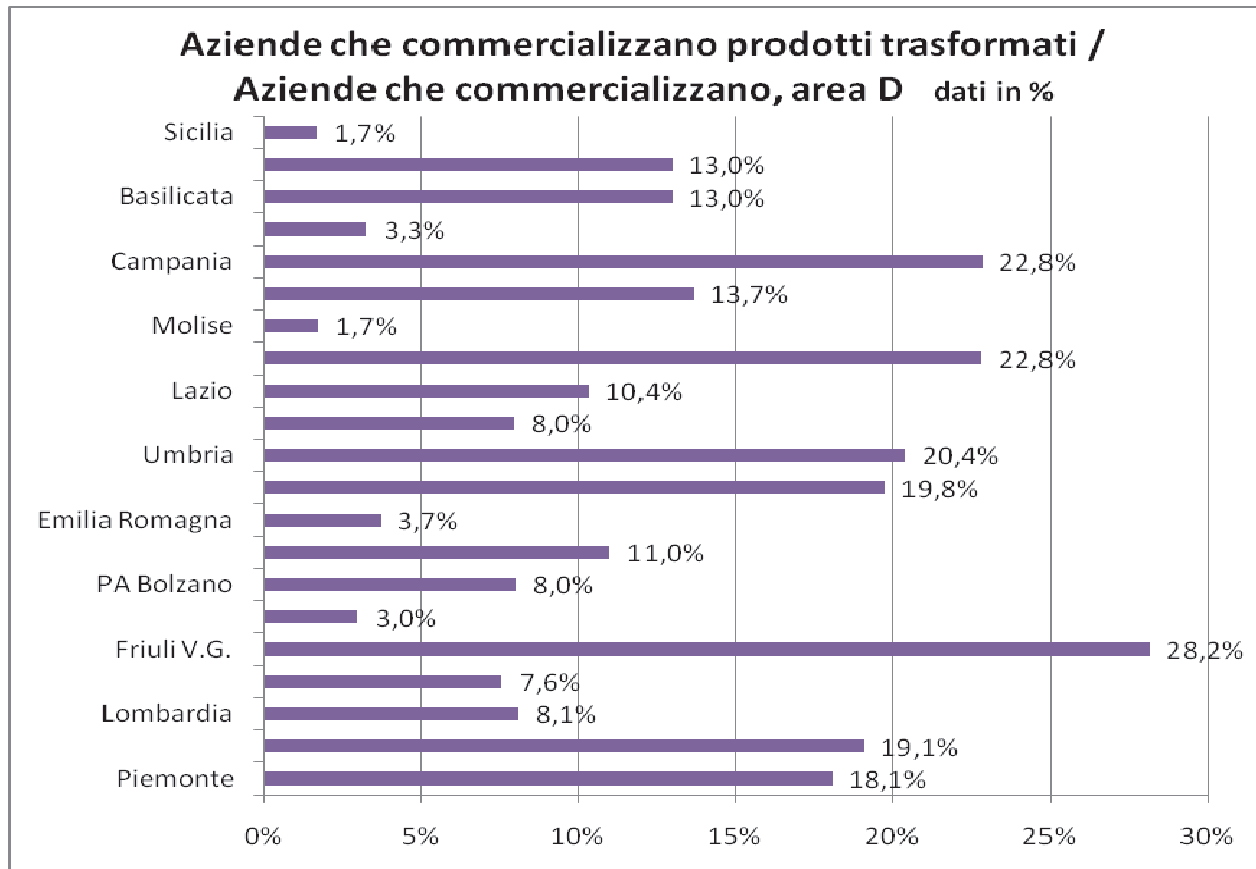
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

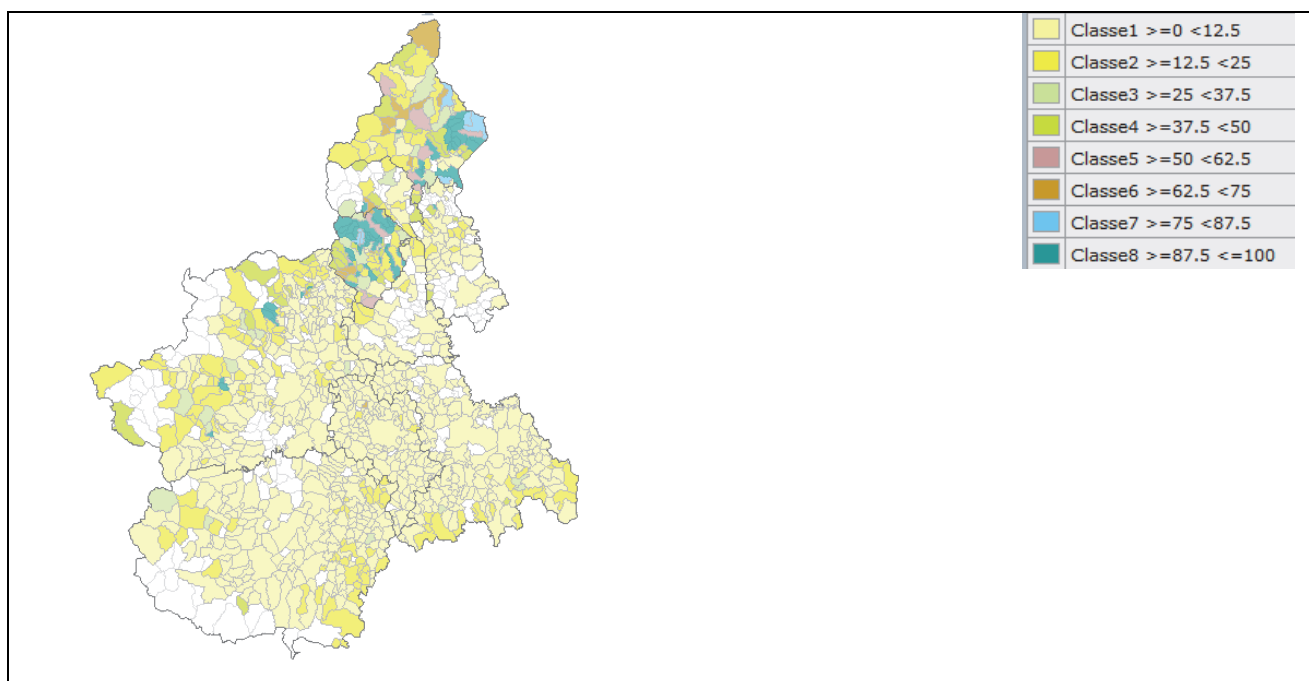


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

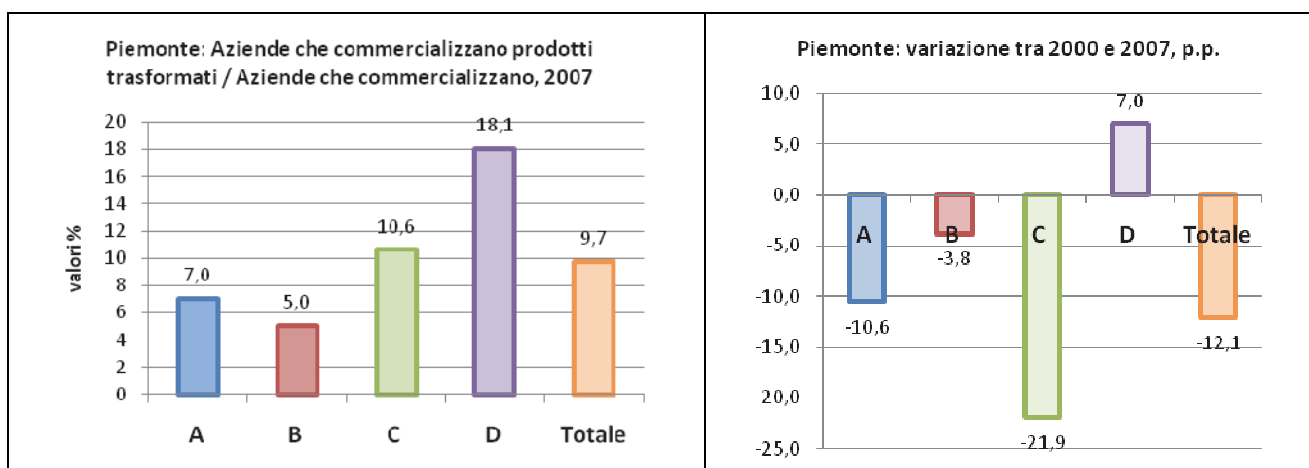
Piemonte



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

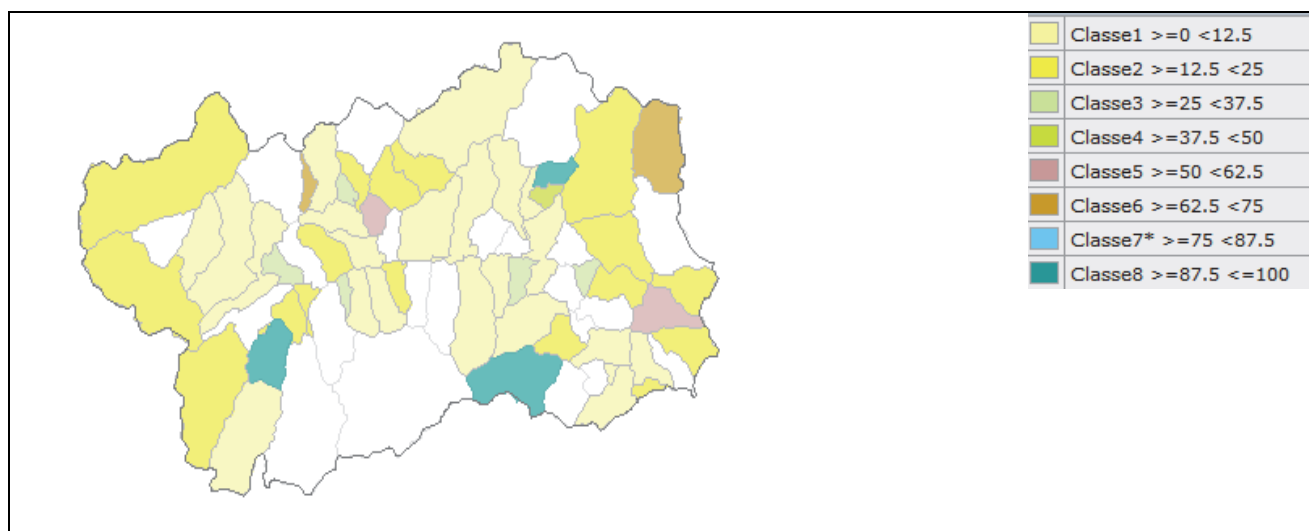
In Piemonte, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 9,7%, superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari al 8,6%, e a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 9,1%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 12,1%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (84,5%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (50,1%).

In termini assoluti il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 2.000 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) 18,1%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione, si registra nelle zone C (Aree rurali intermedie) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 32,5% al 10,6%, mentre nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si è verificato un aumento di 7 punti percentuali.



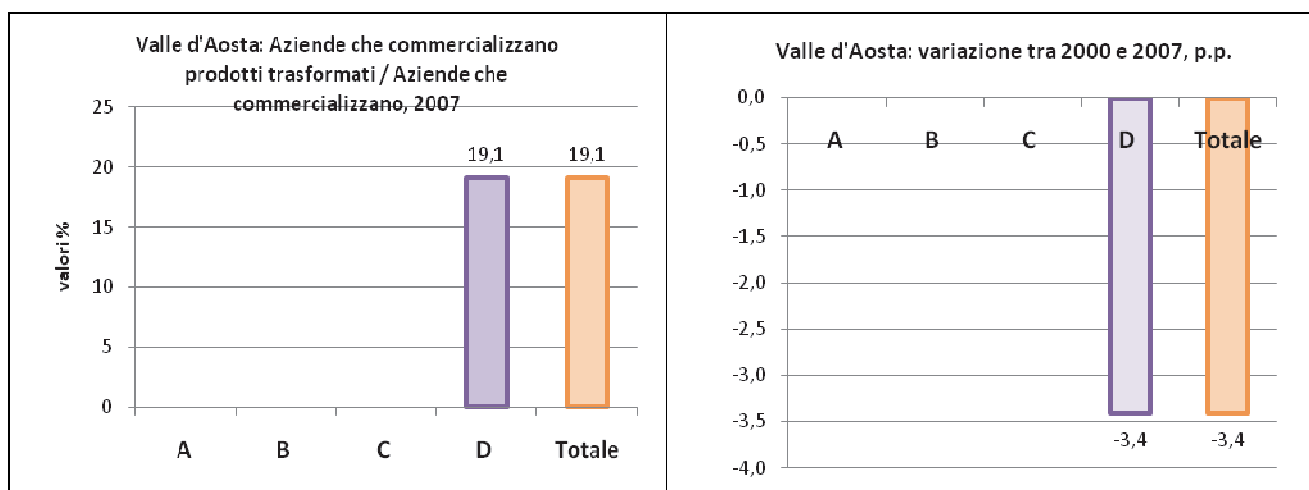
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Valle d'Aosta



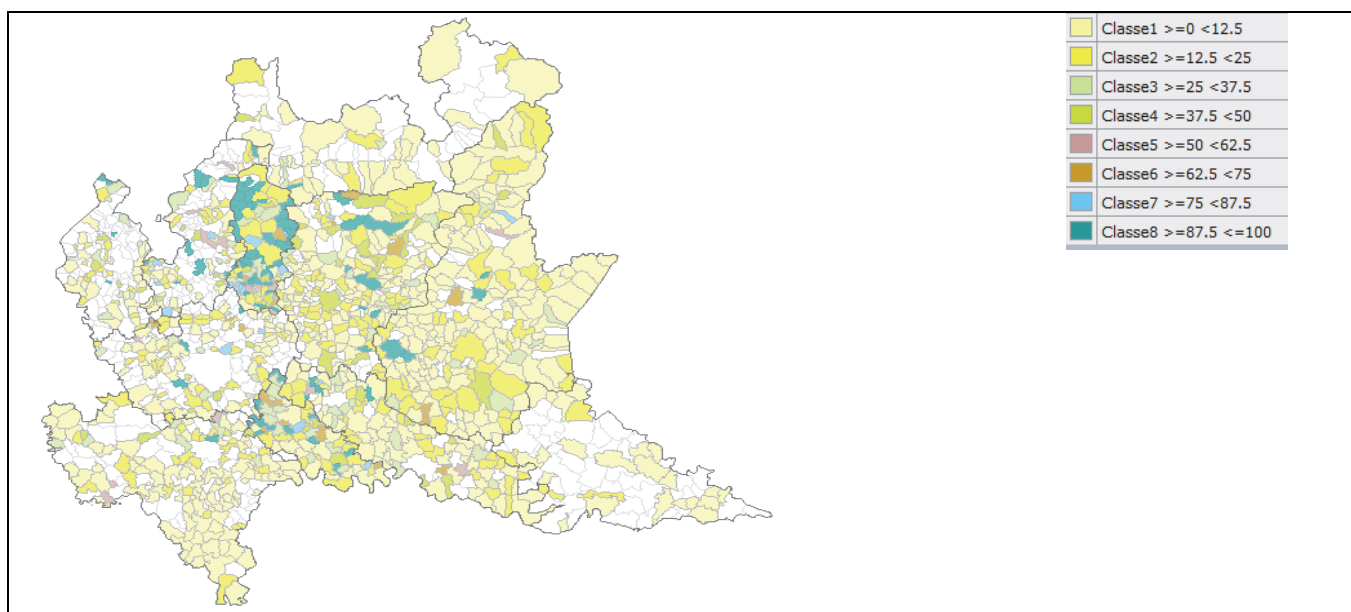
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Valle d'Aosta, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 19,1%, valore superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari al 8,6%, ed a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 9,1%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 3,4% a causa di una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (67,3%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (61,5%).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

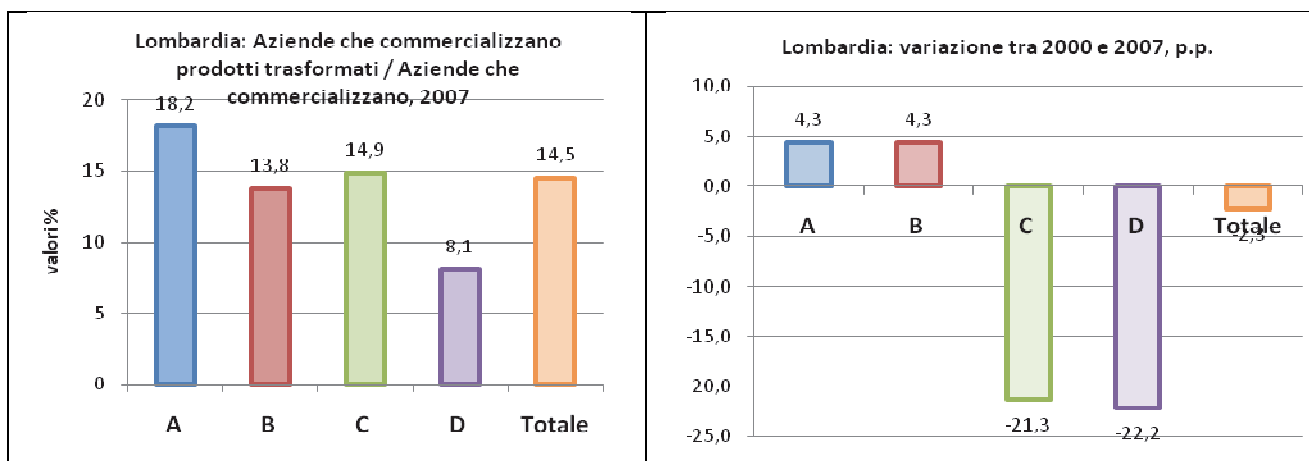
Lombardia



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

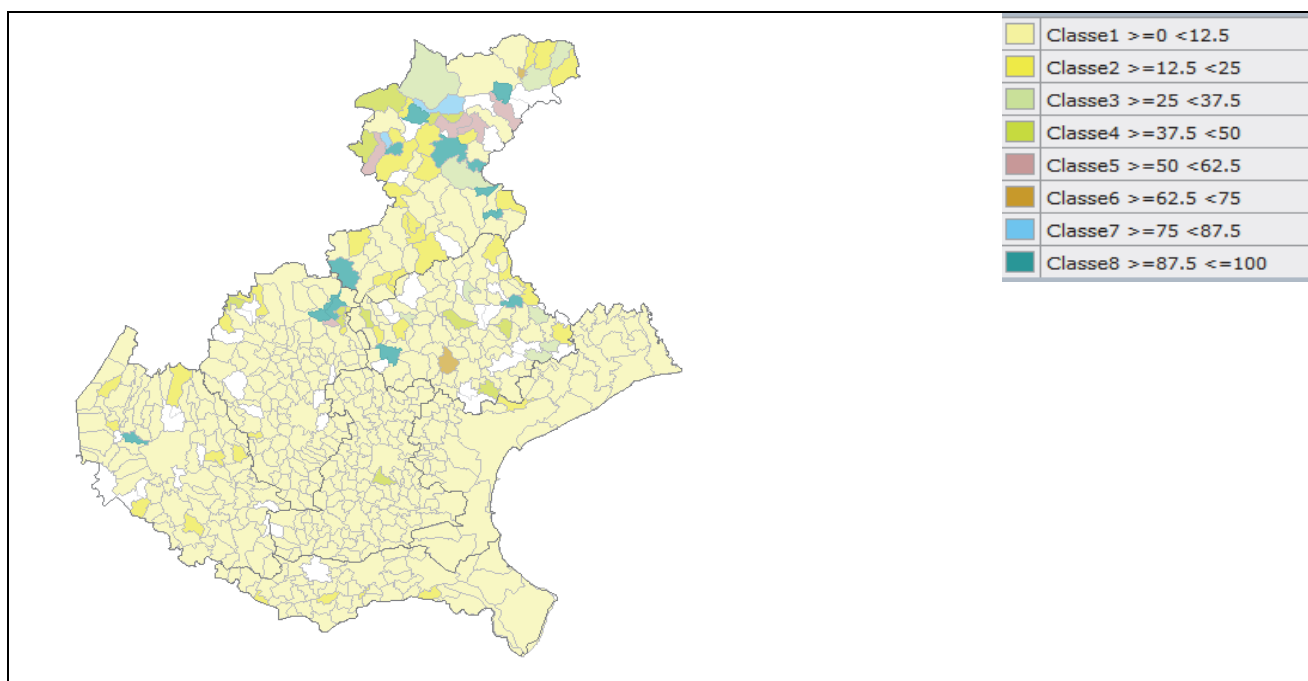
In Lombardia, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 14,5%: valore superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6%, sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 9,1%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 2,3%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (69,9%) al totale delle aziende che commercializzano (65,2%).

In termini assoluti il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con oltre 1.500 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani) 18,2%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) anche se tale riduzione è maggiore di solo 0,9 punti percentuali rispetto alle zone C (Aree rurali intermedie) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 20,3% all'8,1%, al contrario nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) e B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) si è verificato un aumento di 4,3 punti %.



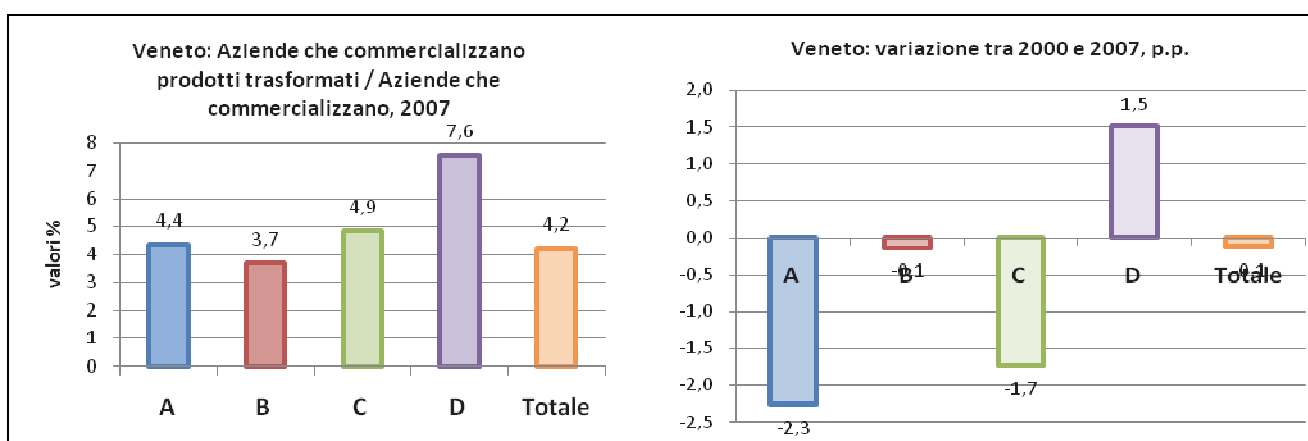
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Veneto



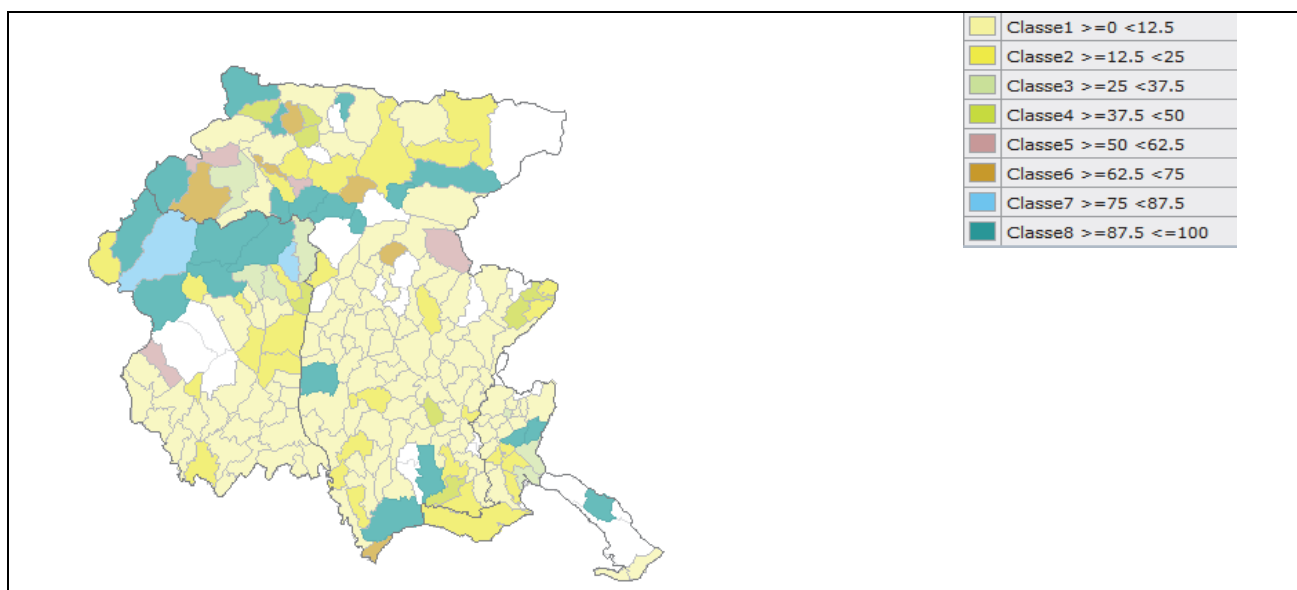
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Veneto, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 4,2%, quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 9,1%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta dello 0,1%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (46,5%) al totale delle aziende che commercializzano (44,9%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con oltre 2.000 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) 7,6%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione, si registra nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 6,7% al 4,4%, al contrario nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si è verificato un aumento di 1,5 punti percentuali.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

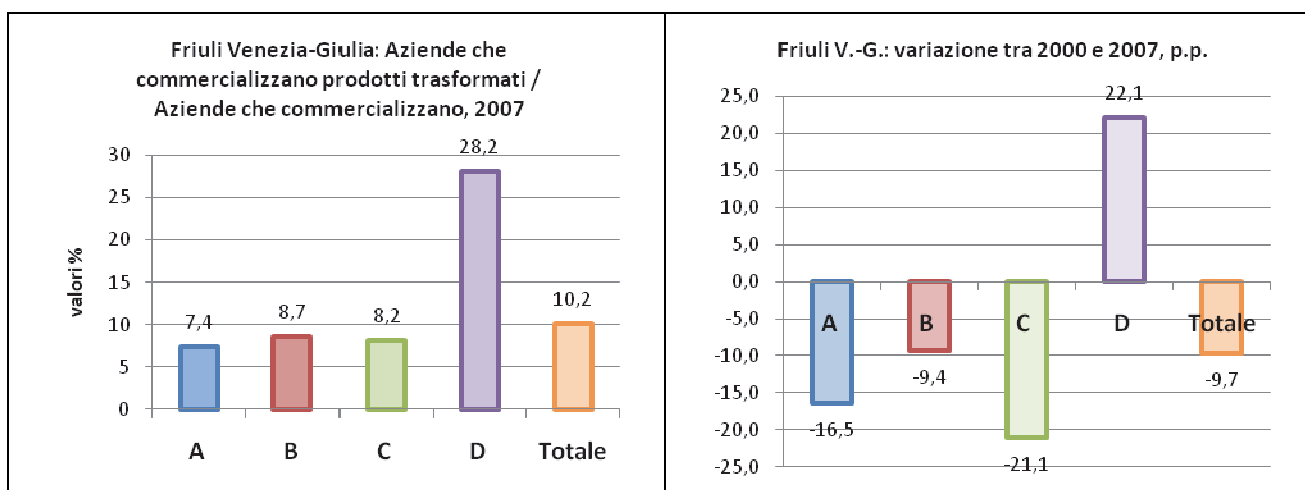
Friuli Venezia Giulia



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

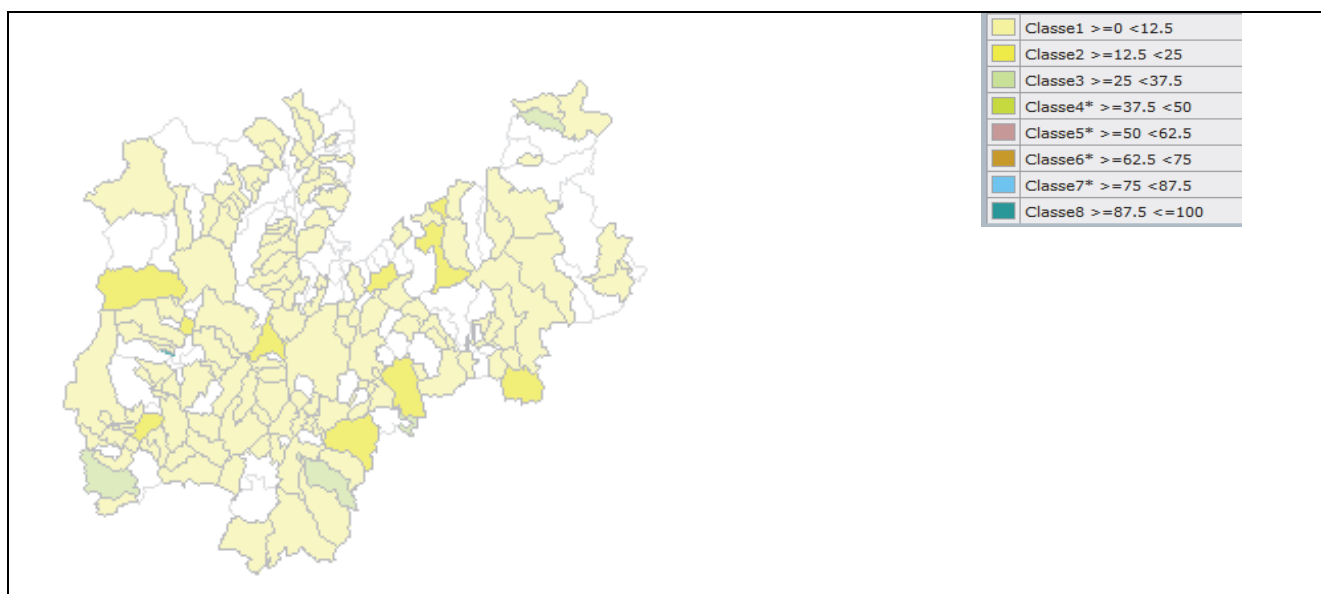
In Friuli Venezia Giulia, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 10,2%, valore superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 9,1%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 9,7%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (79,6%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (60,1%).

In termini assoluti, il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nella zona **B (Aree rurali intermedie)** con 669 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) 28,2%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione, si registra nella zona C (Aree rurali intermedie) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, è passata dal 29,3% al 8,2%; al contrario nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si è verificato un aumento di 22,1 punti percentuali.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

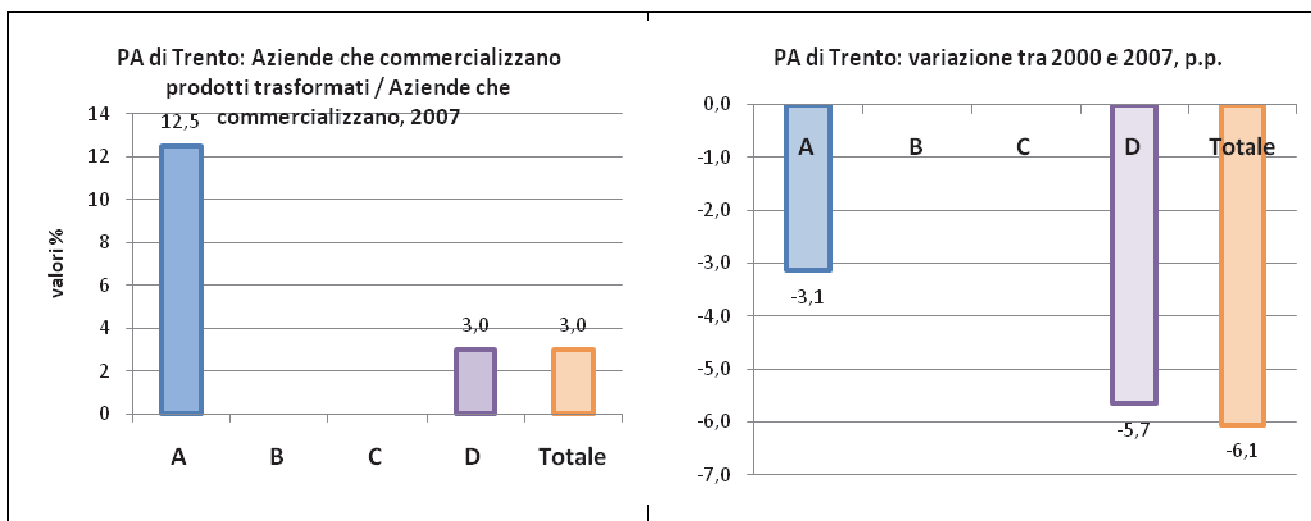
Provincia Autonoma (PA) di Trento



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

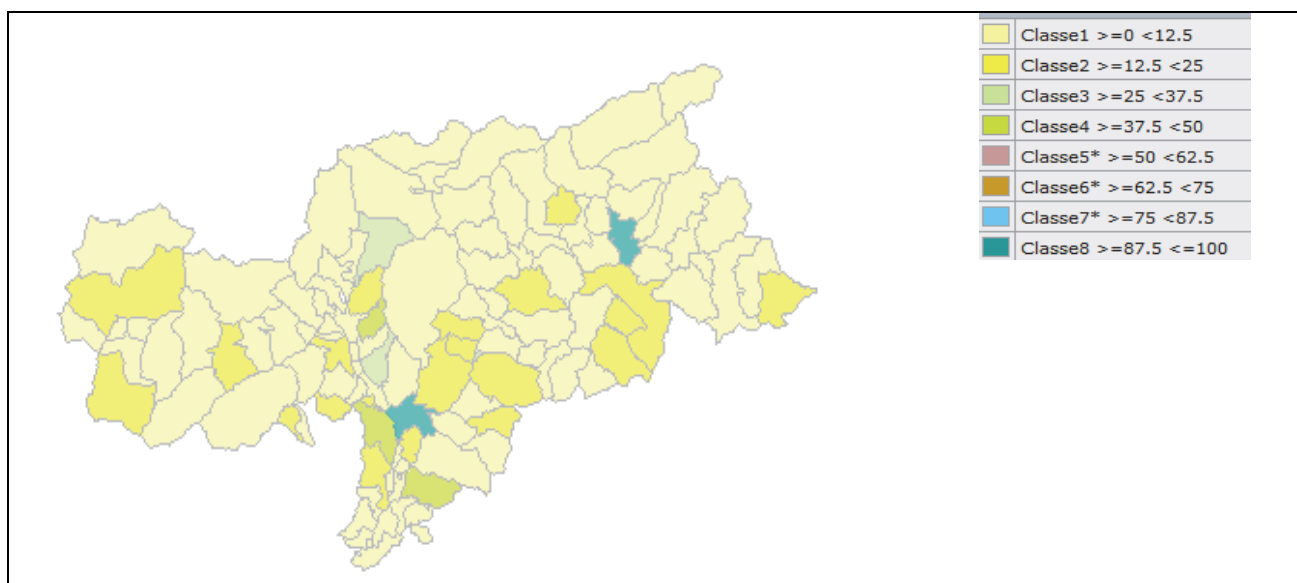
Nella Provincia Autonoma di Trento, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 3%, valore inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 9,1%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 6,1%; fenomeno generato da una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (82,9%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (48,8%).

In termini assoluti, il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con 276 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani) 12,5%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione si registra nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 8,7% al 3%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

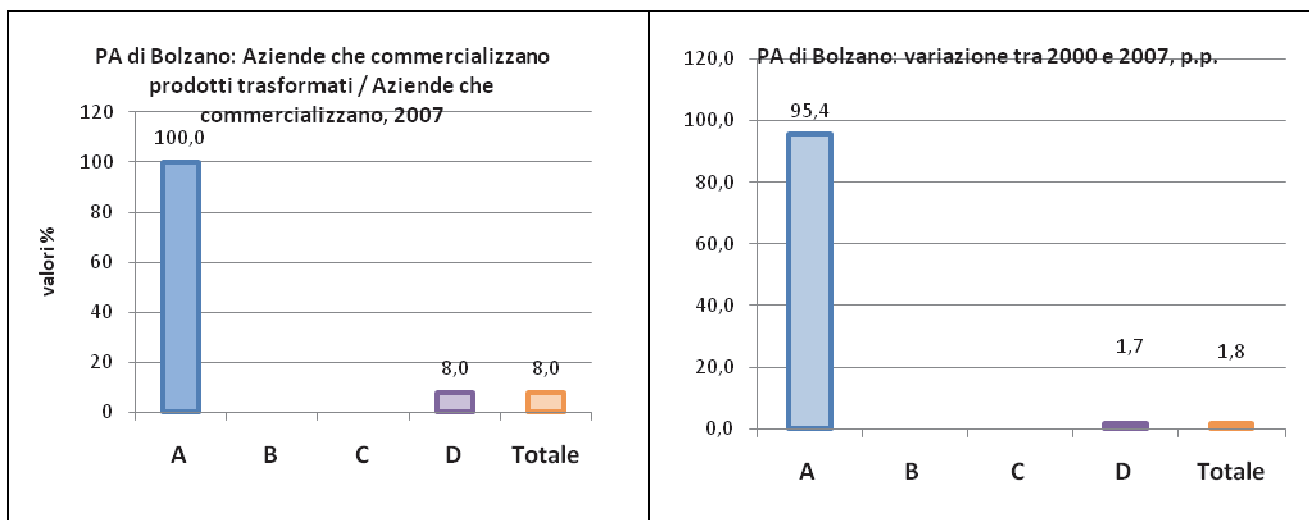
Provincia Autonoma (PA) di Bolzano



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

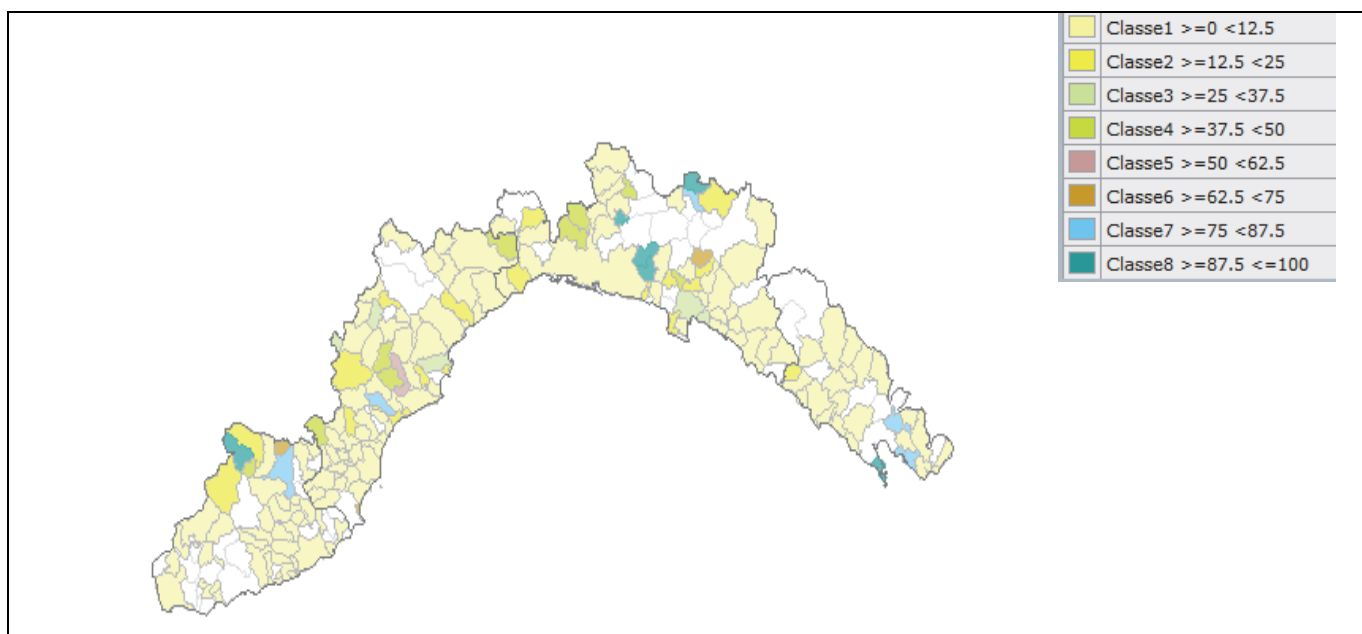
Nella Provincia Autonoma di Bolzano, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 8%, quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6%, ed a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 9,1%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale tra il 2000 e il 2007 è aumentata del 1,8%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (40,2%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (53,6%).

In termini assoluti, il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 803 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani) pari al 100%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati, nelle diverse aree rurali, evidenzia che il maggior aumento, nel periodo preso in considerazione, si registra nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, è passata dal 4,6% al 100%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

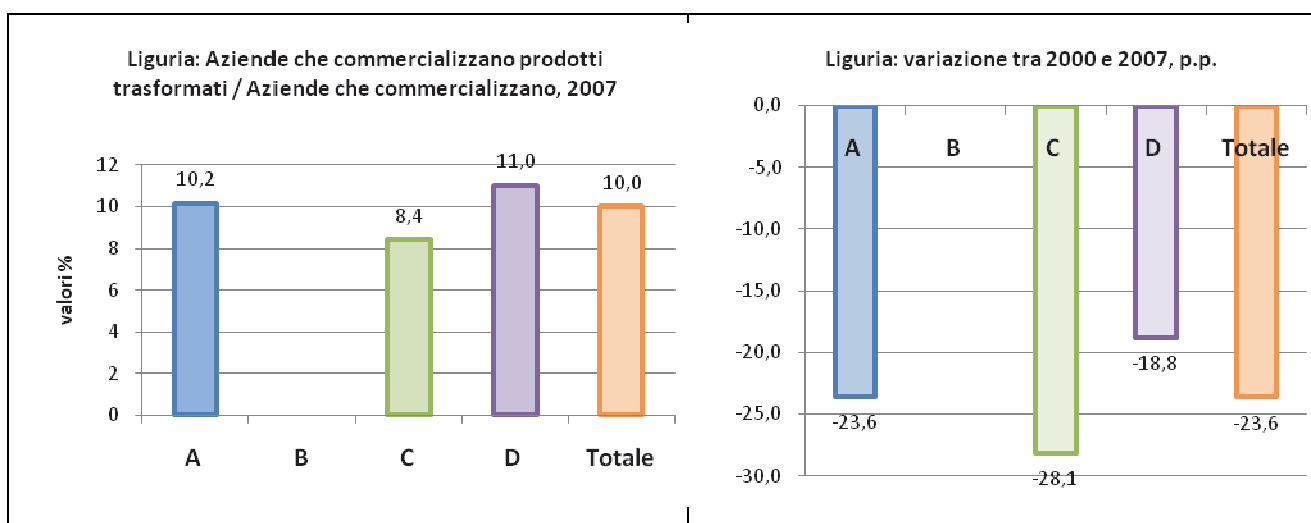
Liguria



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

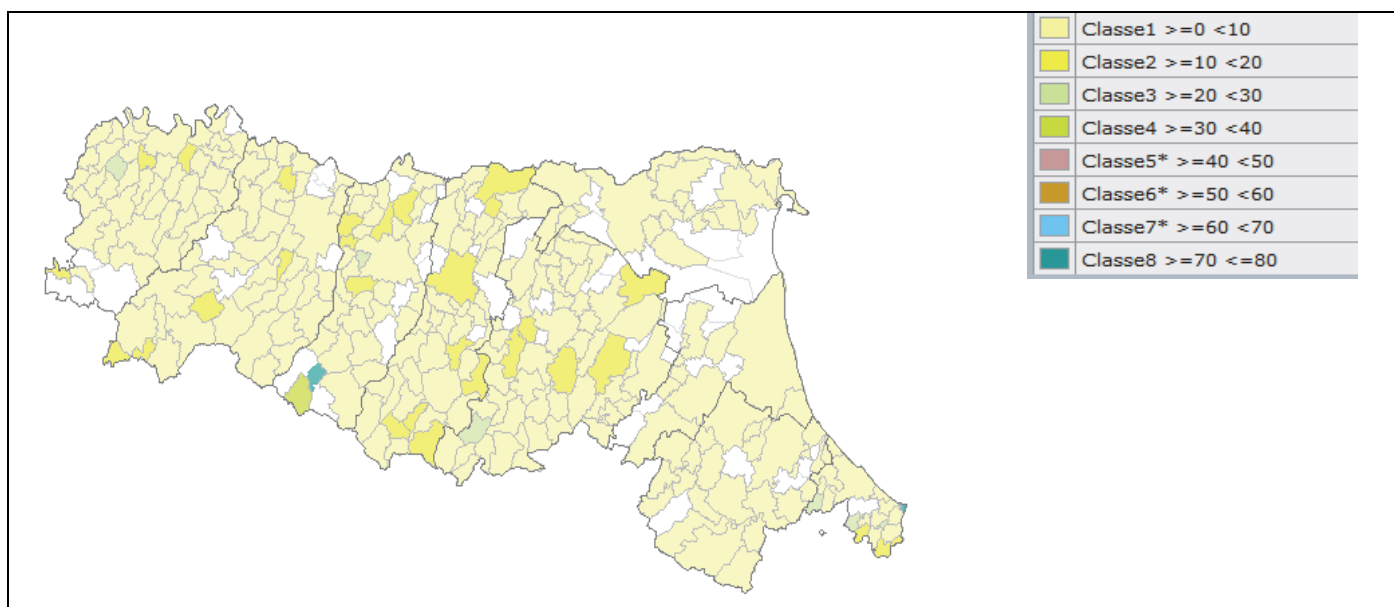
In Liguria, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari al 10%, valore superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 9,1%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 23,6%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (87,5%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (58,1%).

Sia in termini assoluti (con oltre 300 unità) che in termini % (11% sul totale delle aziende che commercializzano) il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione, sempre nel periodo preso in considerazione, si registra nelle zone C (Aree rurali intermedie) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 36,5% al 8,4%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

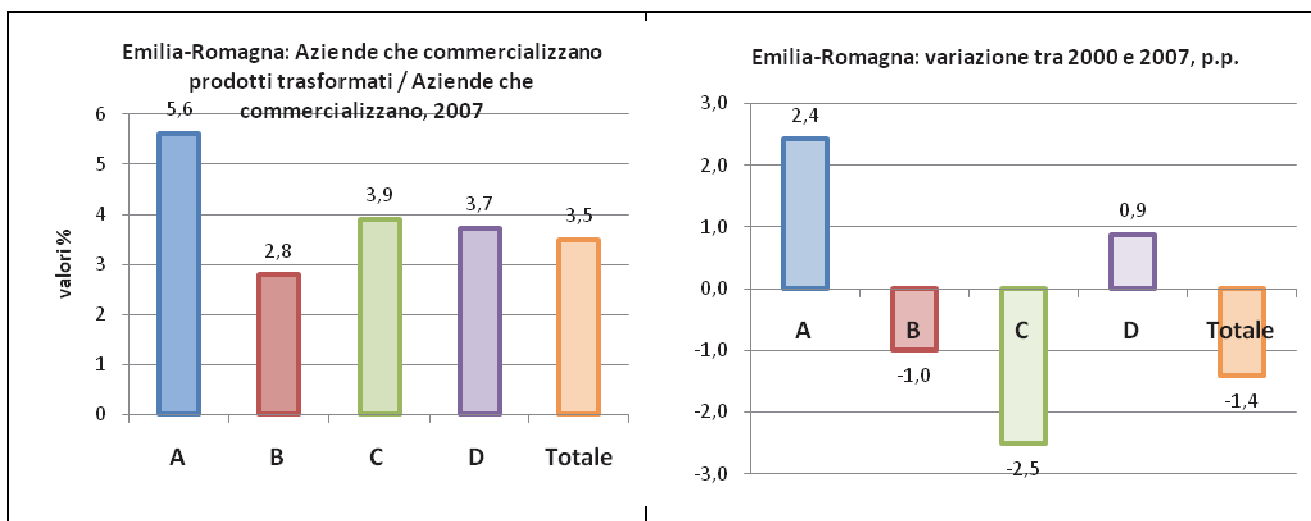
Emilia-Romagna



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

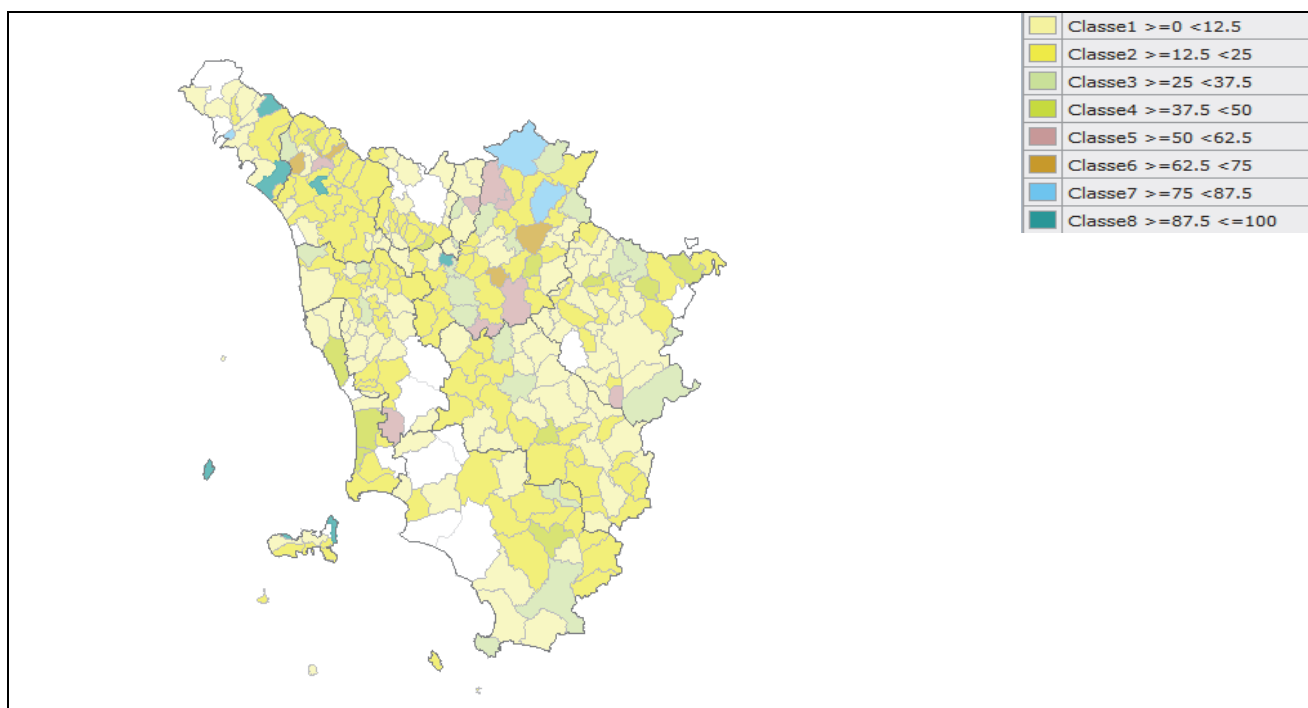
In Emilia Romagna, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 3,5%: inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6% e a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 9,1%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 1,4%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (70,9%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (59,2%).

In termini assoluti il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nella zona C (Aree rurali Intermedie) con oltre 600 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani) 5,6%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione, si registra nella zona C (Aree rurali Intermedie) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 6,4% al 3,9%, al contrario nelle zone A (Poli Urbani) si può evidenziare un aumento di 2,4 punti percentuali.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

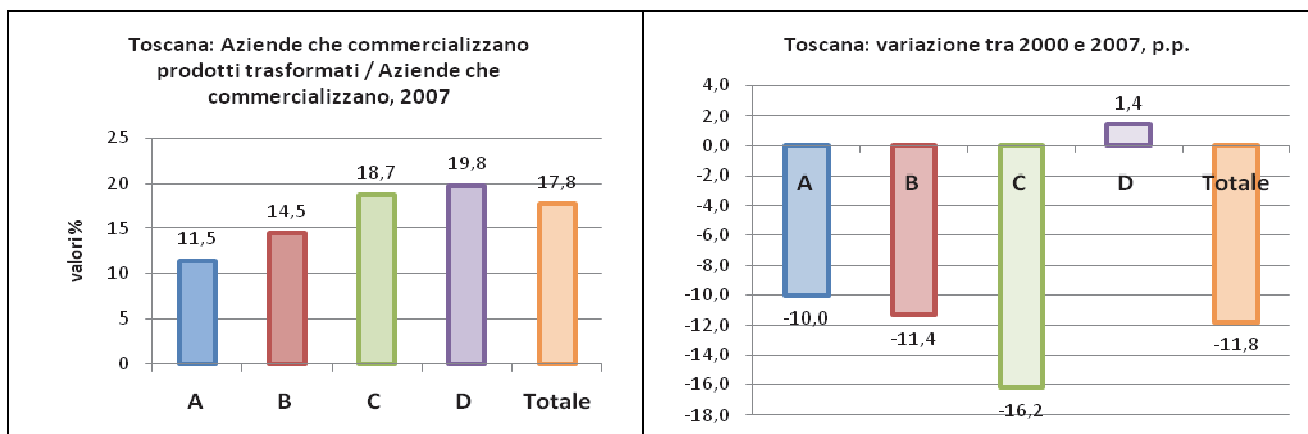
Toscana



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

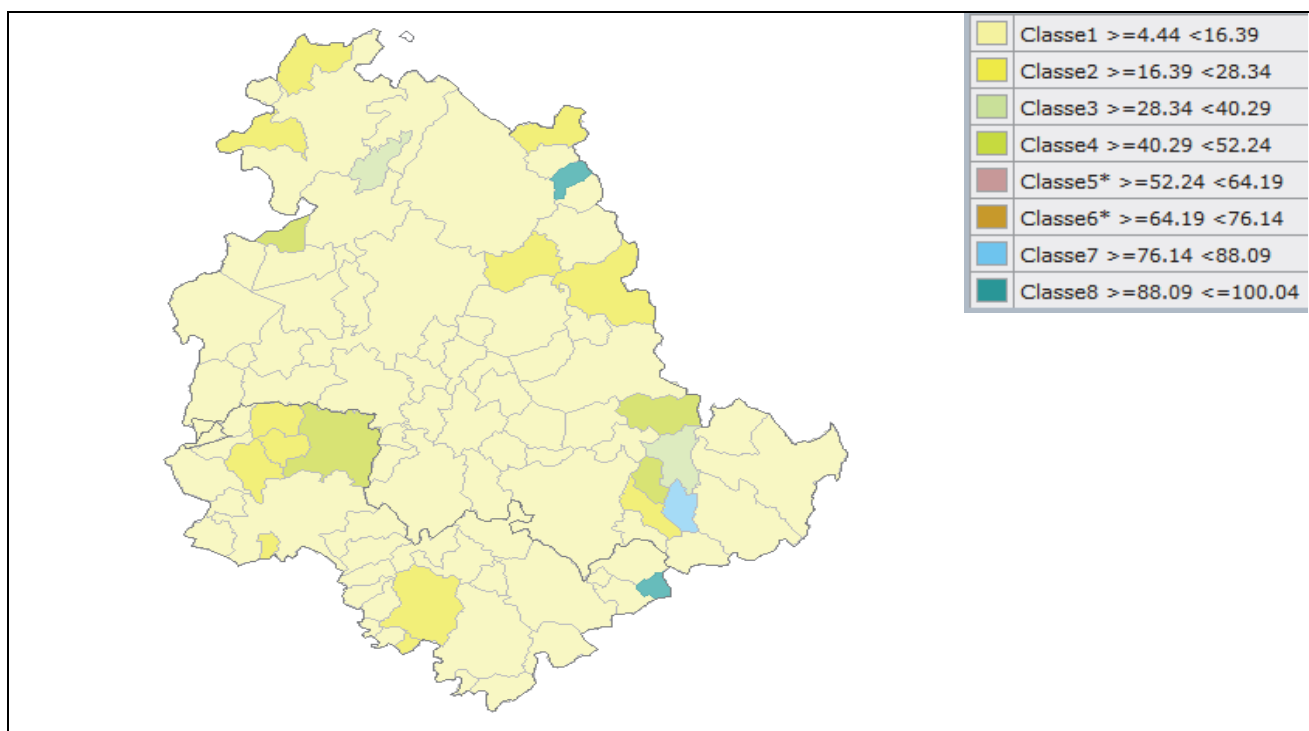
In Toscana, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 17,8%, valore superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6%, ed a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 9,1%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 17,8%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (56,9%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (28,4%).

In termini assoluti, il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nella zona C (Aree rurali Intermedie) con oltre 3.200 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) 19,8%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione, si registra nelle zone C (Aree rurali intermedie), in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, è passata dal 39,4% al 18,7%; d'altra parte nelle Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo si può evidenziare un aumento di 1,4 punti percentuali.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

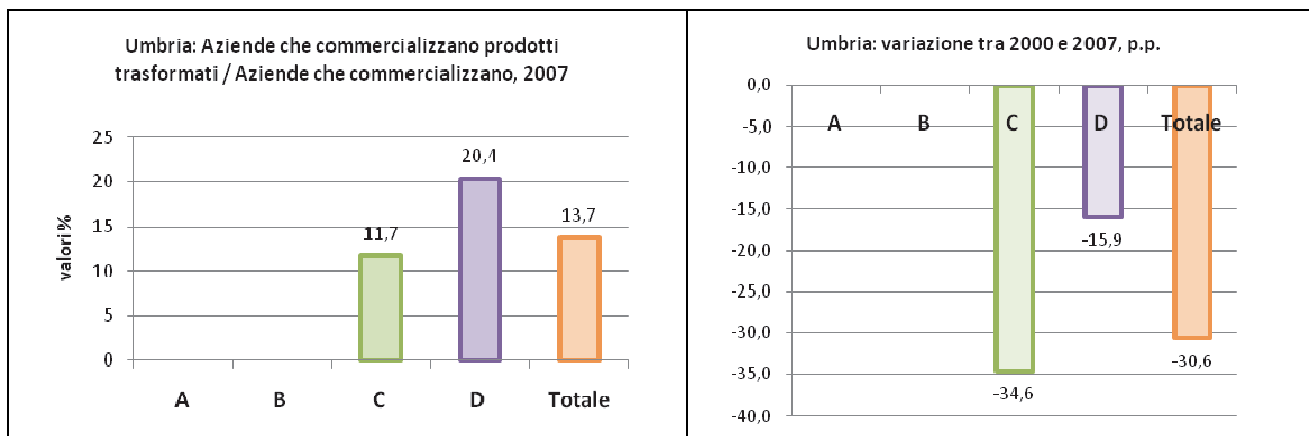
Umbria:



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

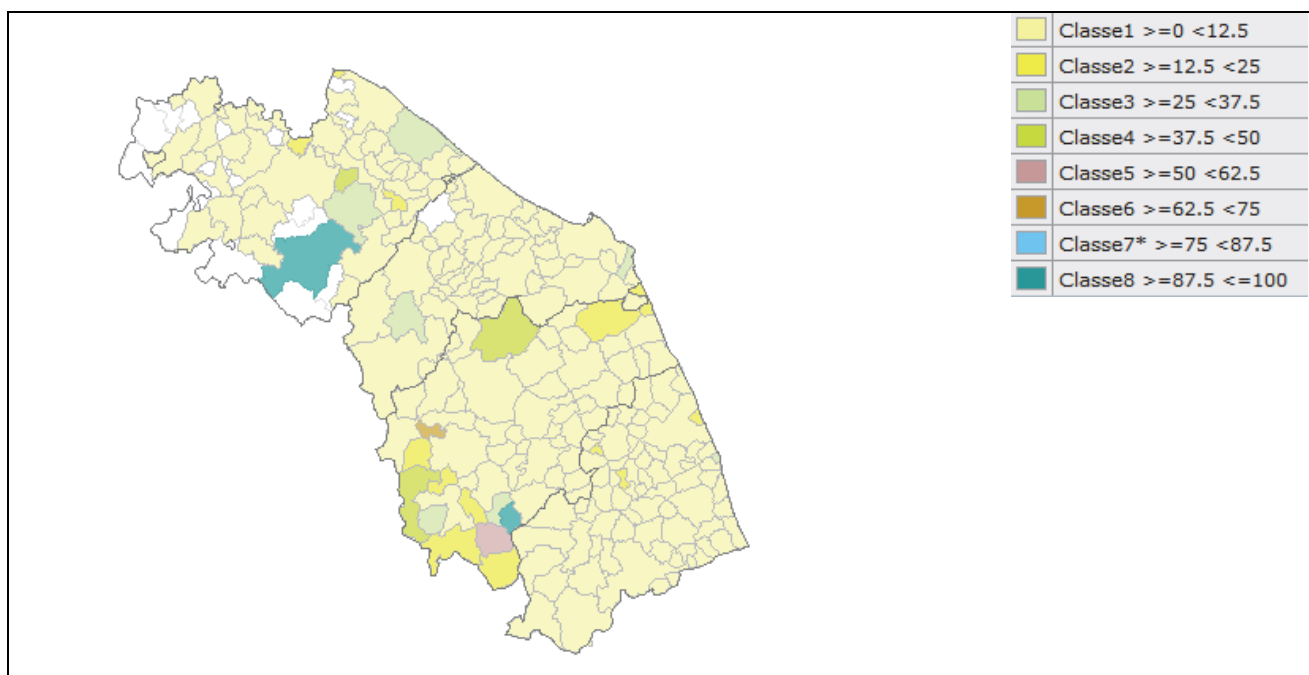
In Umbria, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 13,7 %. Tale valore è superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 9,1%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 30,6%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (83%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (45,1%).

In termini assoluti il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 1.500 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) 20,4%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione si registra nelle zone C (Aree rurali intermedie), in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 46,3 al 11,7%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

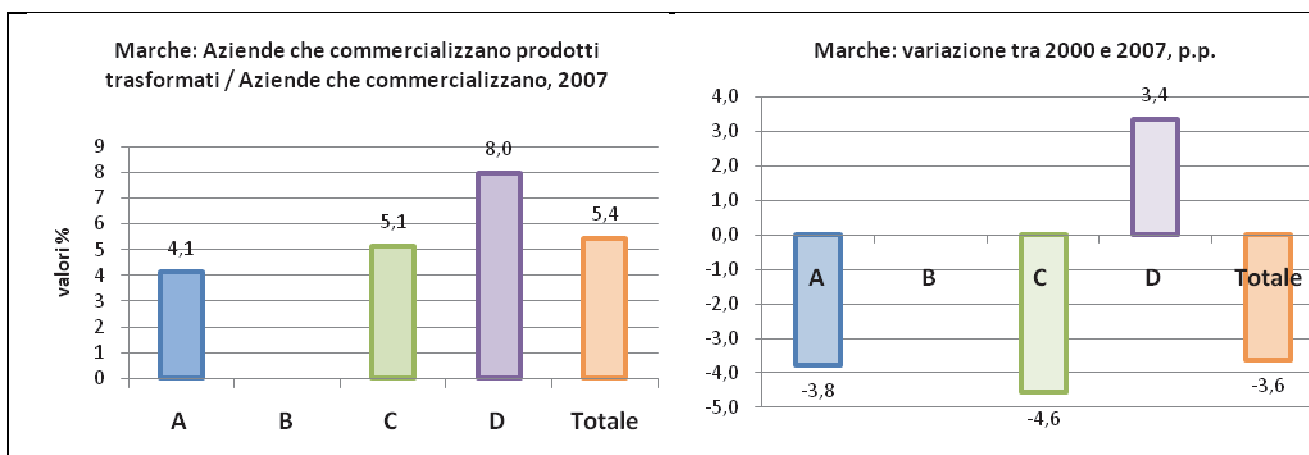
Marche



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

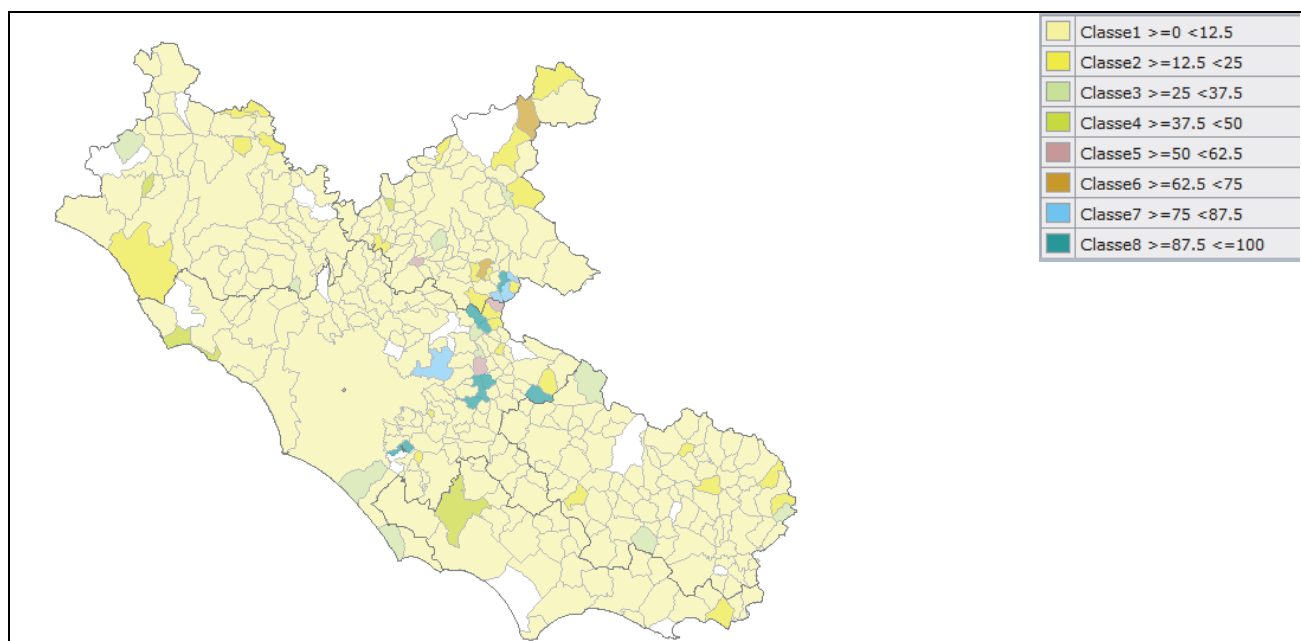
Nella regione Marche, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 5,4%, inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 9,1%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 17,8%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (68%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (46,7%).

In termini assoluti il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 1.000 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo 8%). Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione, si registra nella zona C (Aree rurali intermedie), in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 9,7% al 5,1%; d'altra parte nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si può evidenziare un aumento di 3,4 punti percentuali.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

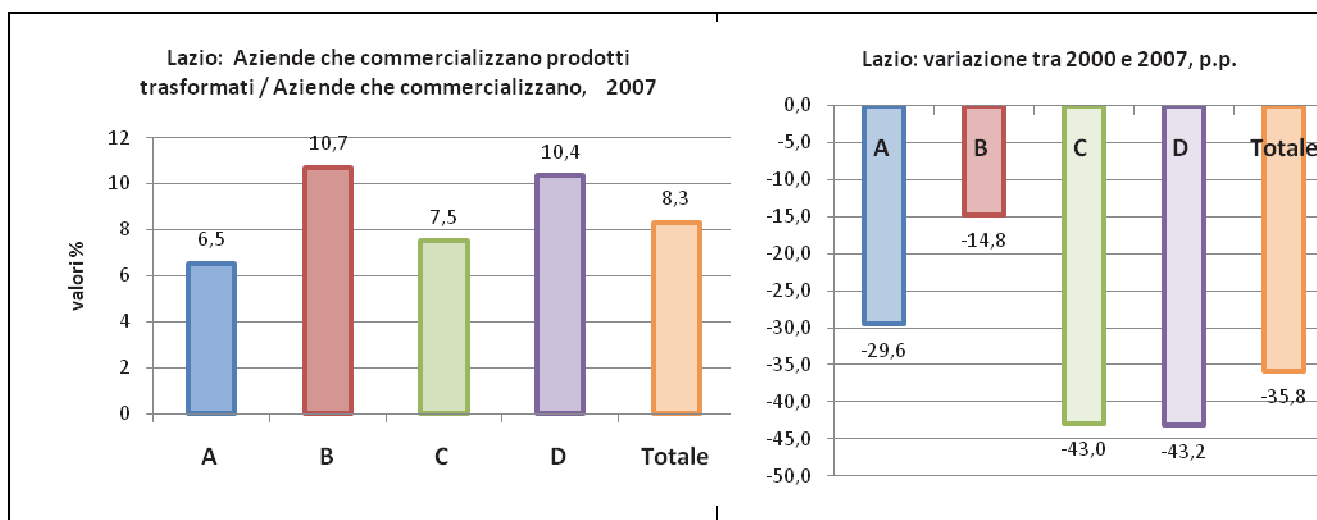
Lazio



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

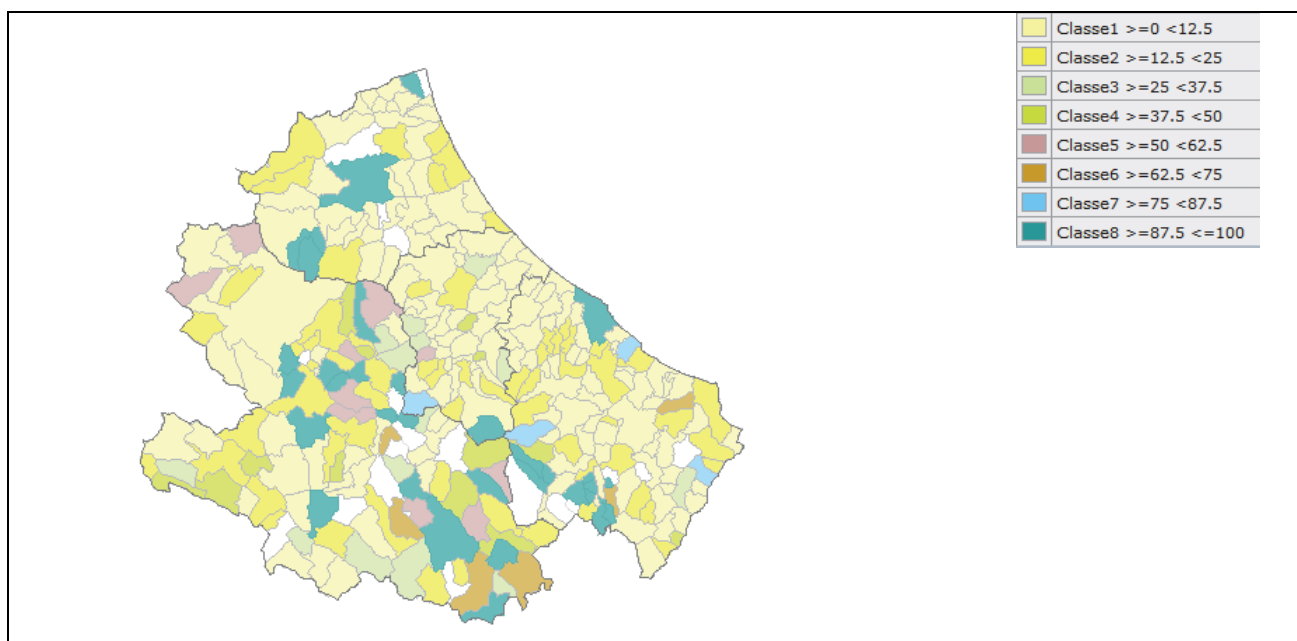
Nel Lazio, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 8,3%, valore inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 9,1%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 35,8%, fenomeno dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (91,6%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (55,6%).

In termini assoluti, il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 2.000 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata, 10,7%). Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione, si registra nella zona C (Aree rurali intermedie), in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 50,5% al 7,5%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

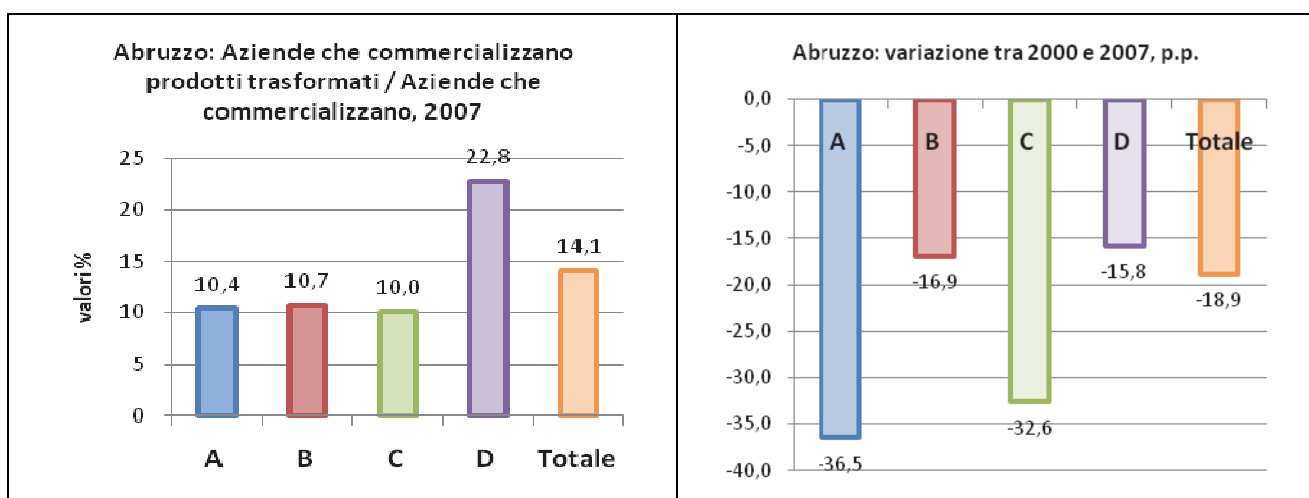
Abruzzo



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

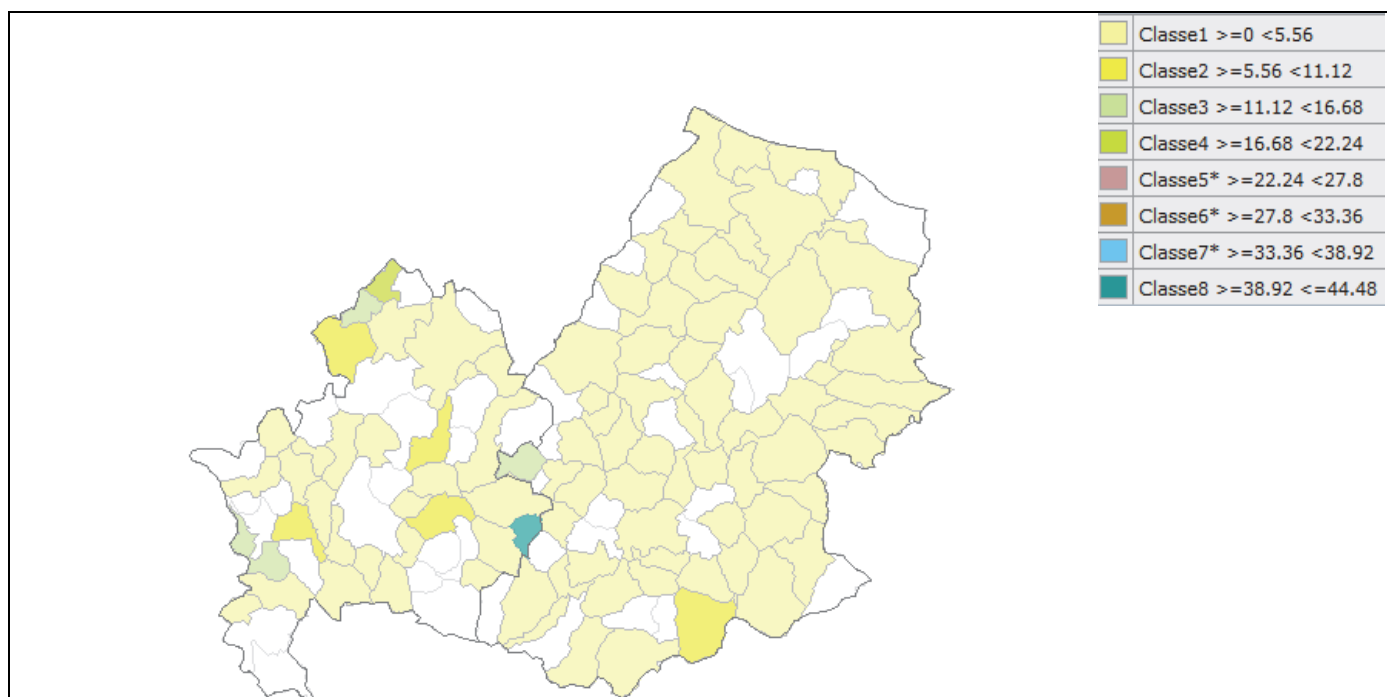
In Abruzzo, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 14,1%. Tale valore risulta essere superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 9,1%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 18,9%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (77,9%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (48,3%).

Sia in termini assoluti, (con oltre 1.700 unità) che in termini % (22,8% sul totale delle aziende che commercializzano), il maggiore numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nella zona C (Aree rurali intermedie). Analizzando i dati sulla presenza della presenza di aziende che commercializzano, nelle diverse aree rurali, emerge che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione, si registra nella zona A (Poli Urbani), in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 46,9% al 10,4%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

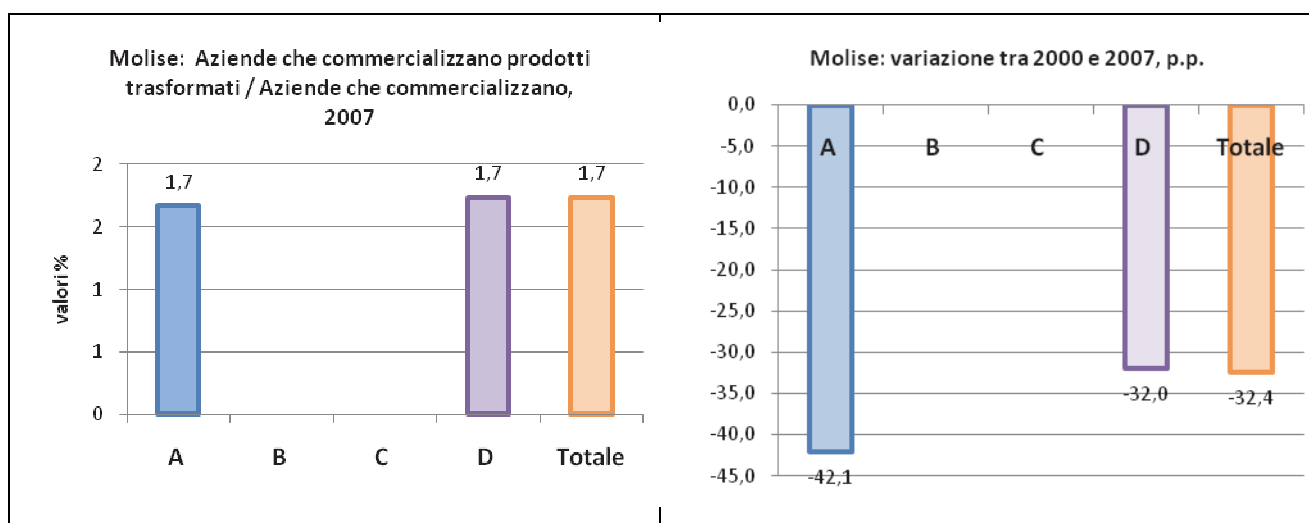
Molise:



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

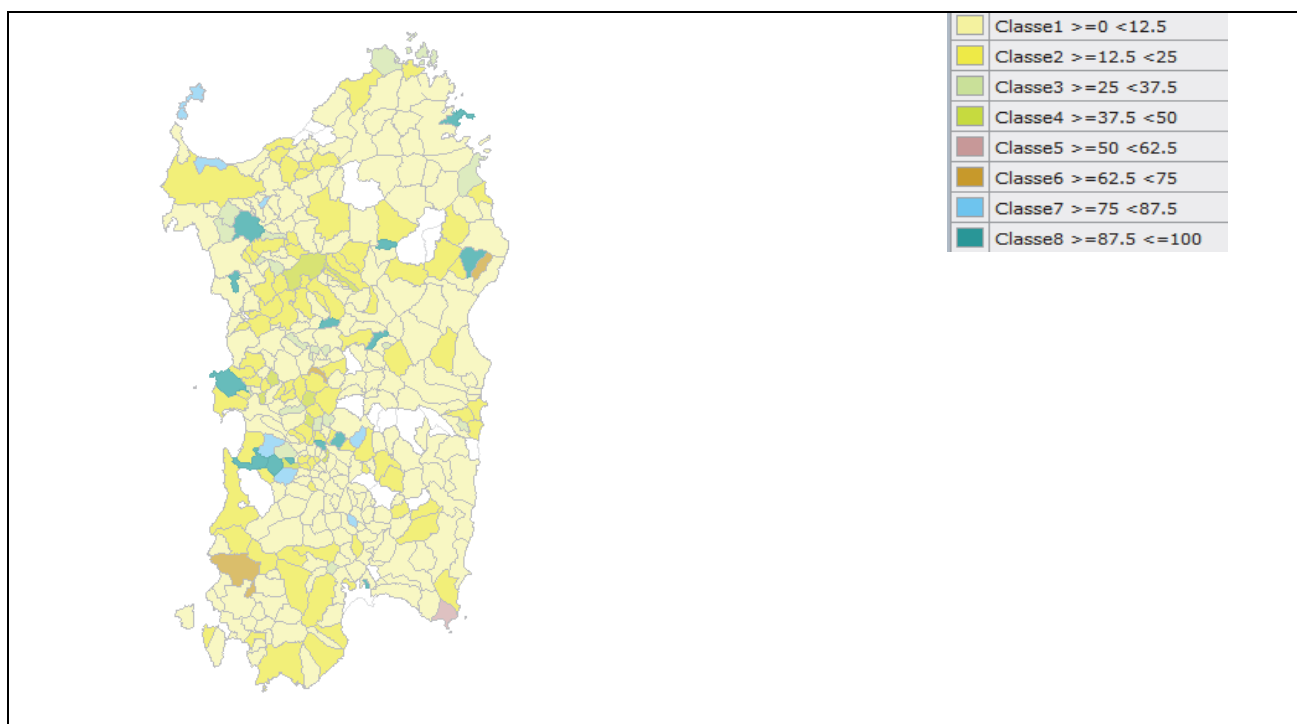
In Molise, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 1,7% quindi inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 9,1%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 32,4%. Questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (97,8%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (56,7%).

In termini assoluti il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con 167 unità. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione, si registra nella zona A (Poli Urbani), in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 43,8% al 1,7%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

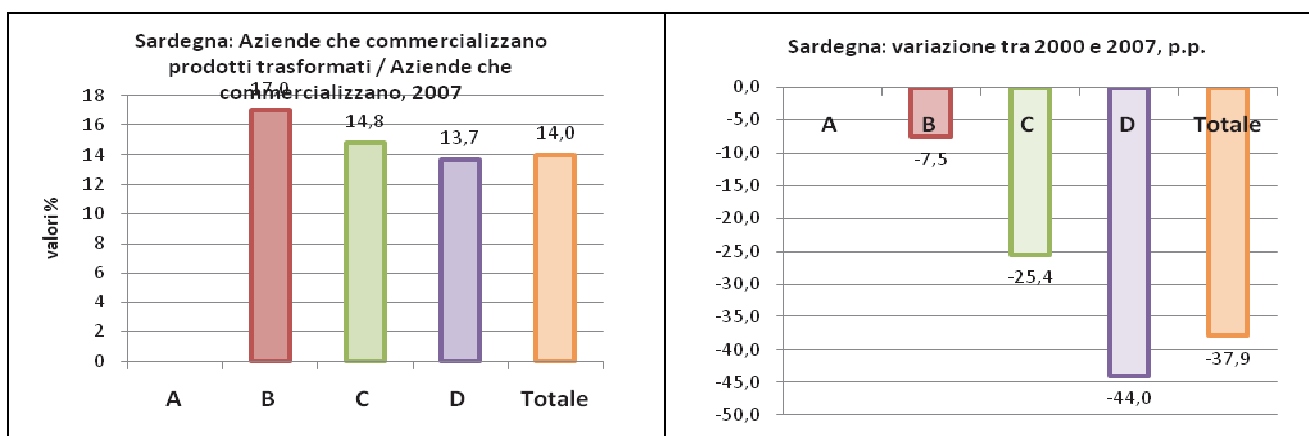
Sardegna



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

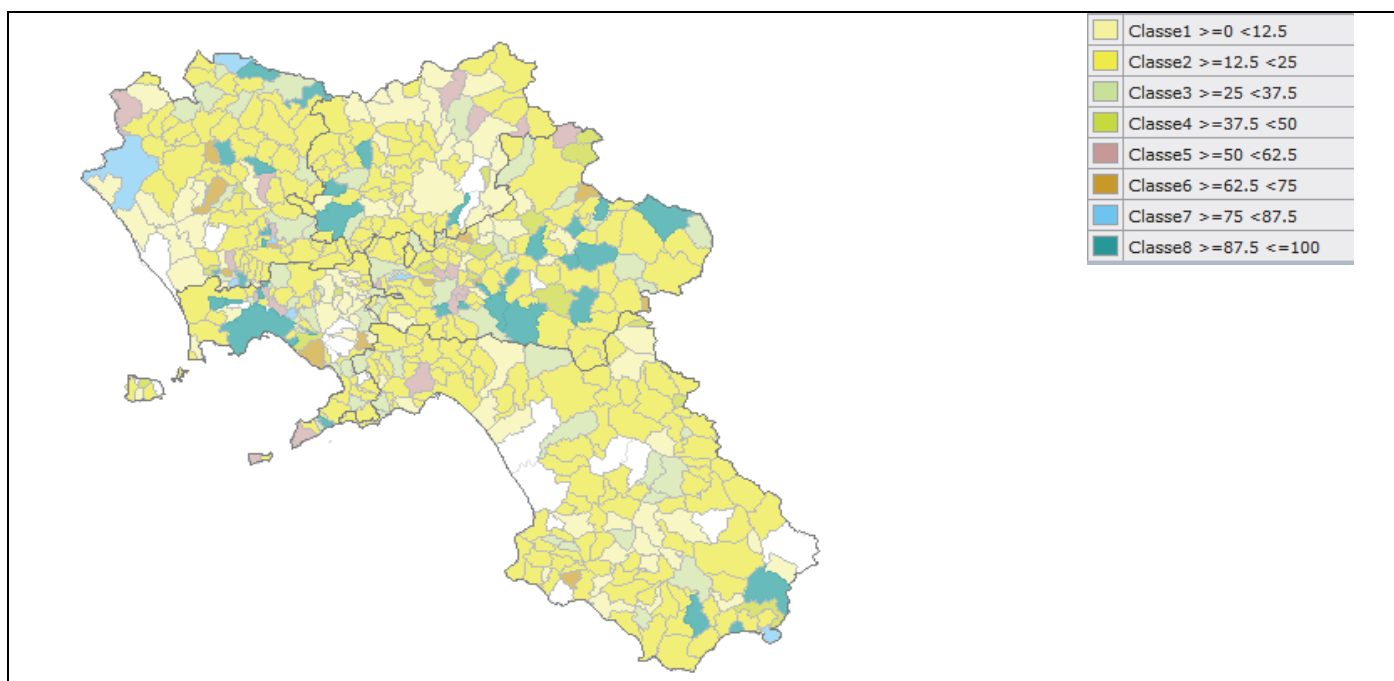
In Sardegna, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 14% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6% e a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso 9,1%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 37,9%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (87,4%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (53,4%).

In termini assoluti, il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 3.000 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva) col 17%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione si registra nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo), in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 57,7% al 13,7%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

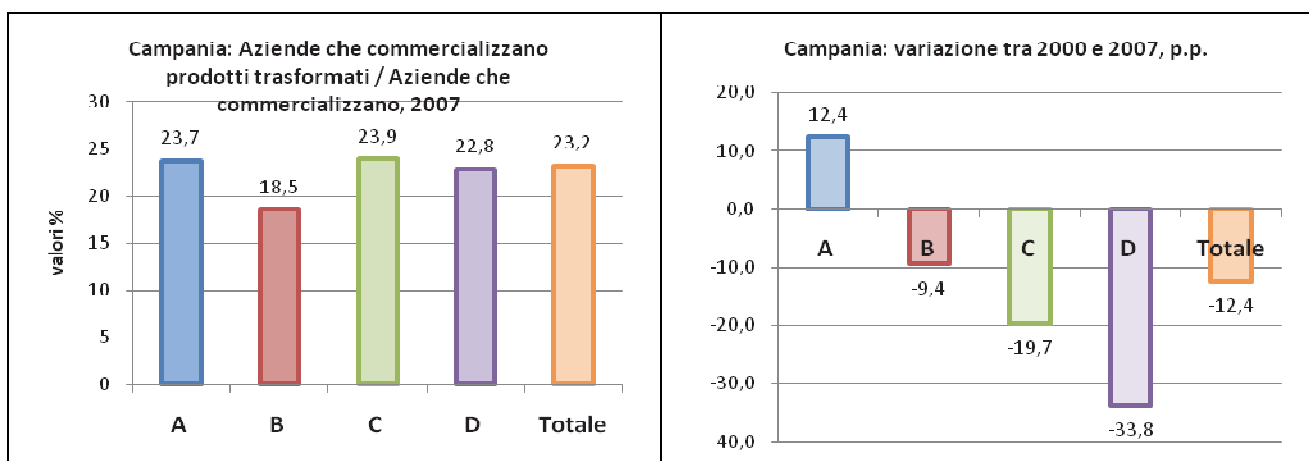
Campania



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

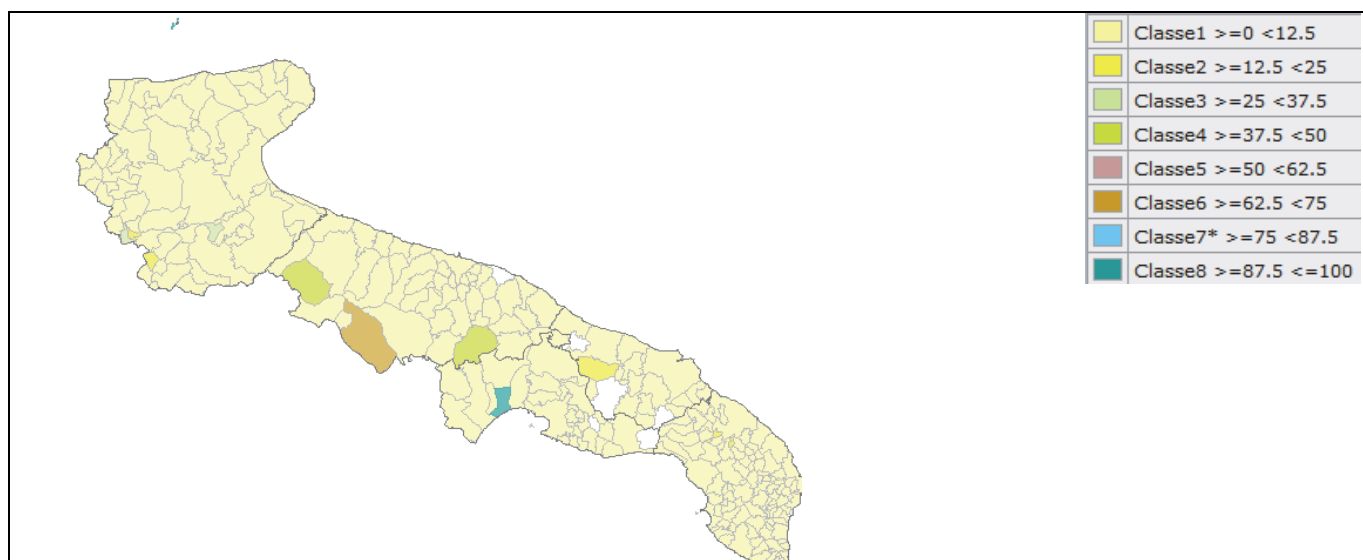
In Campania, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 23,2%, quindi superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso 8%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 12,4%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (72,1%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (57,2%).

In termini assoluti, il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 5.500 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone C (Aree rurali intermedie) col 23,9%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione, si registra nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo), in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 56,6 al 22,8%; al contrario nelle zone A (Poli Urbani) si evidenzia un aumento di 12,4 punti percentuali.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Puglia

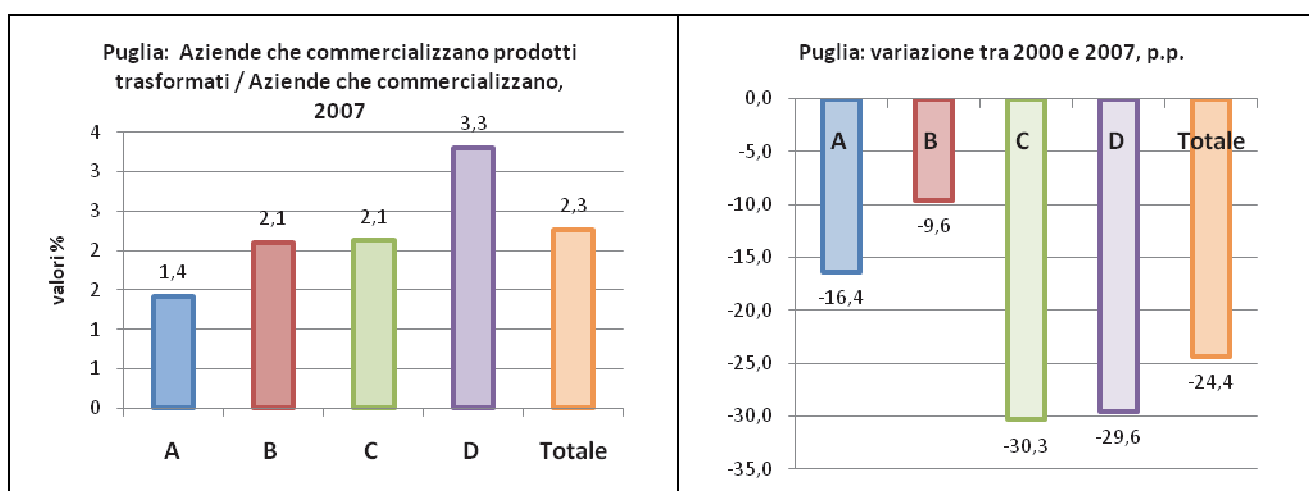


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Puglia, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 2,3 %, valore inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso 8%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 24,4%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (95,7%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (49,3%).

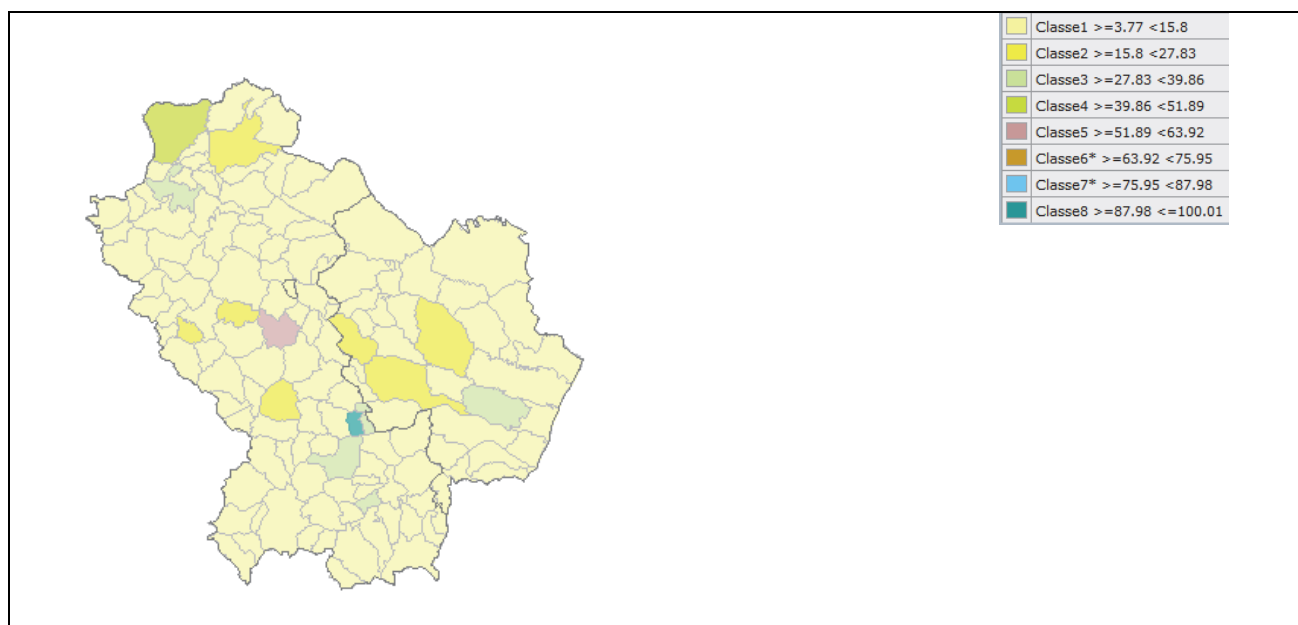
In termini assoluti il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 1.600 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 3,3%.

Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione, si registra nella zona C (Aree rurali intermedie), in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 32,4% al 2,1%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Basilicata

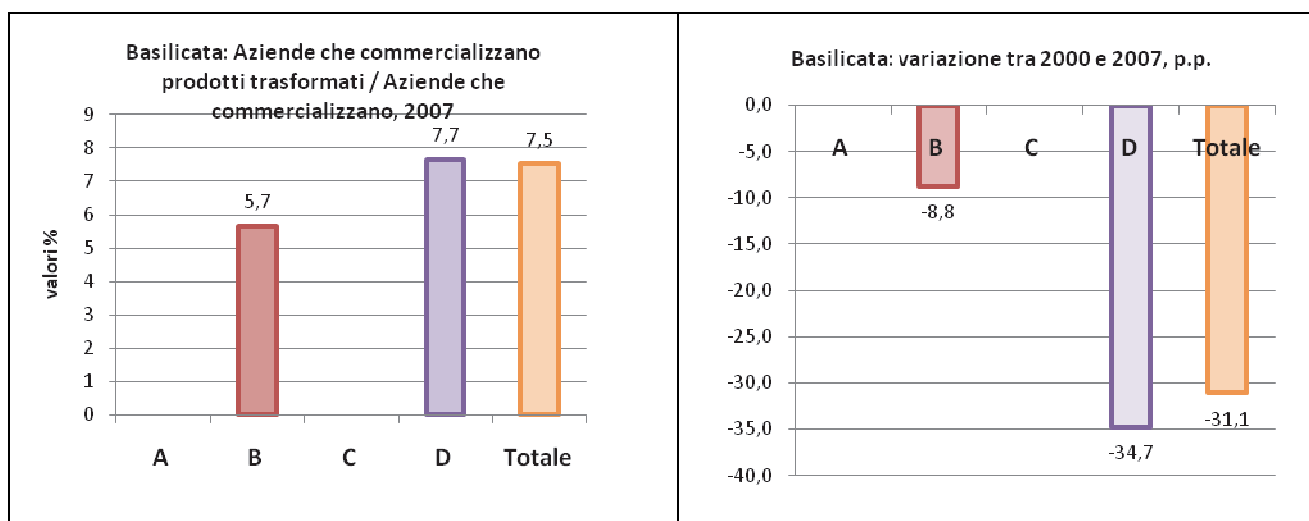


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Basilicata, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 7,5%: inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso 8%. La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 31,1%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (87,8%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (37,6%).

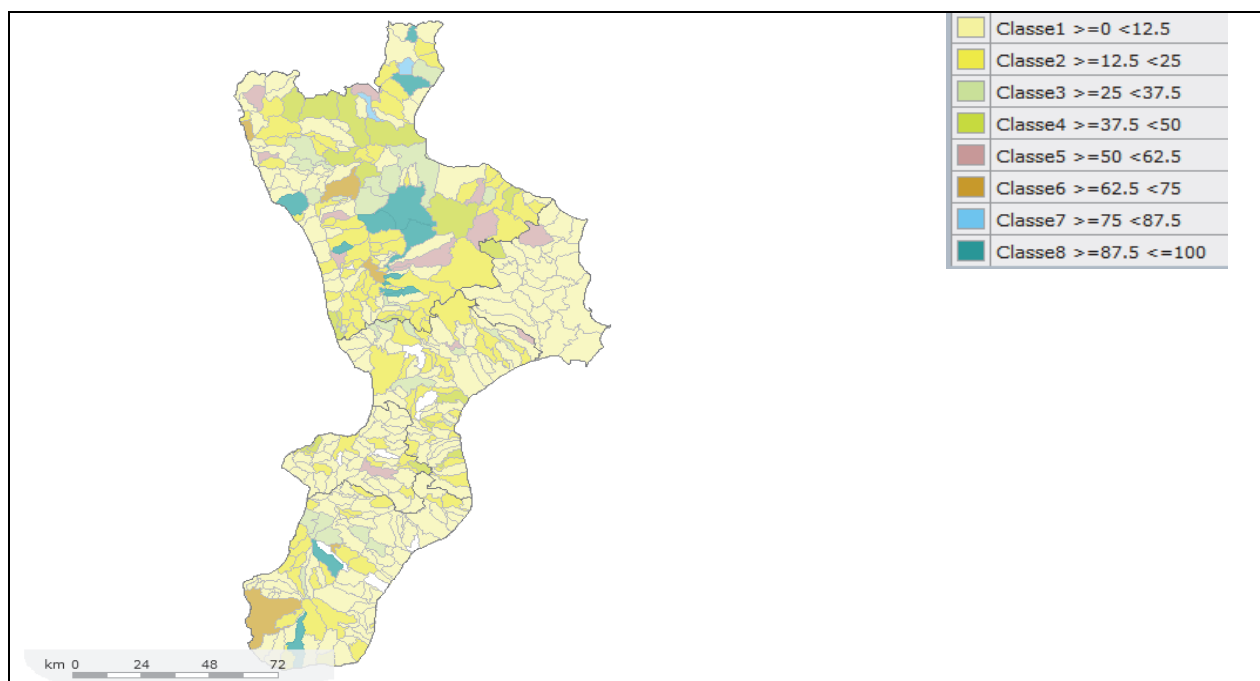
Sia in termini assoluti (con oltre 1.900 unità) che in termini % (7,7% sul totale delle aziende che commercializzano) il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo).

Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo), in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 42,4% al 7,7%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

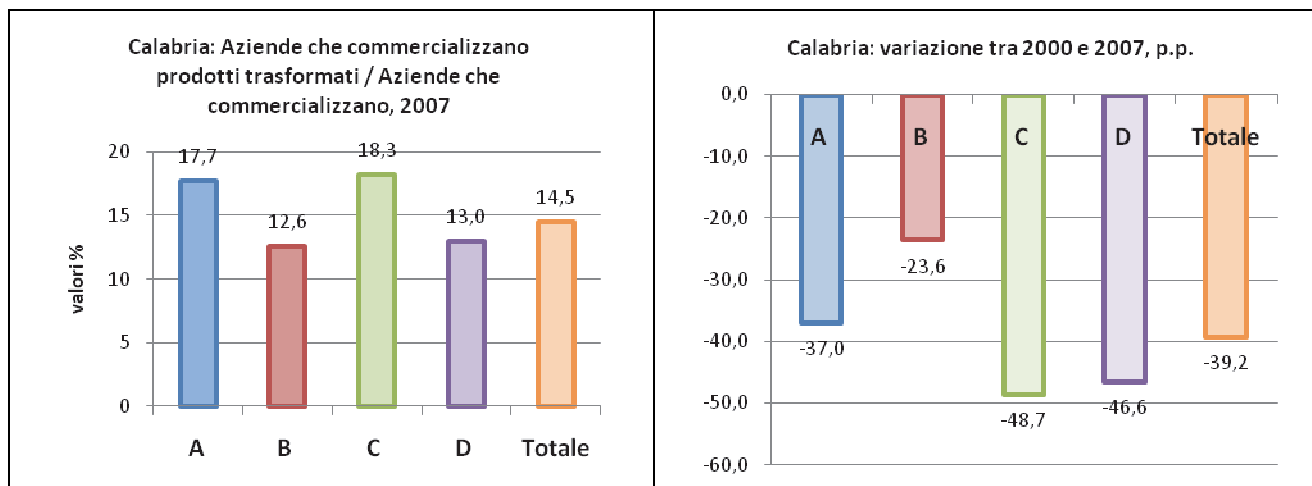
Calabria



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

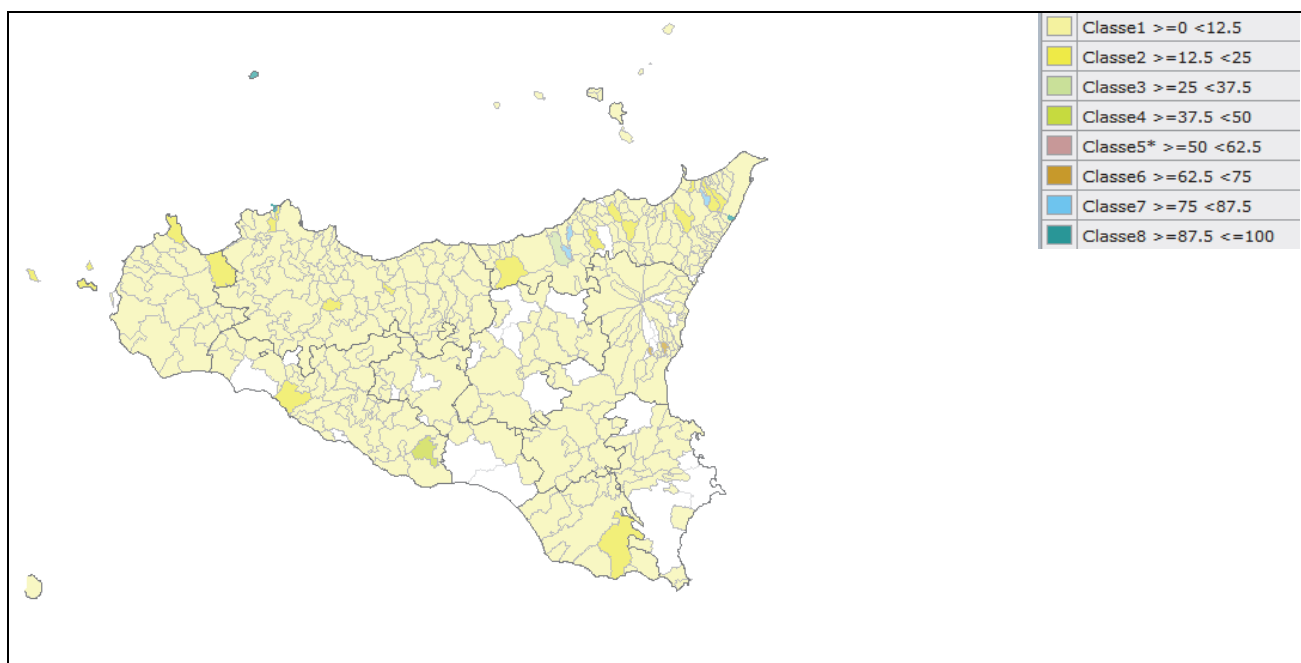
In Calabria, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 14,5%. Tale valore risulta essere superiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6% e sia a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso (8%). La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 39,2%; fenomeno dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (82,4%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (34,8%).

In termini assoluti, il maggior numero di aziende che commercializzano prodotto trasformati è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 3.700 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone C (Aree rurali intermedie) col 18,3%. Un esame sulla presenza di Aziende che commercializzano, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione, nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nelle zone C (Aree rurali intermedie), in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, è passata dal 67% al 18,3%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

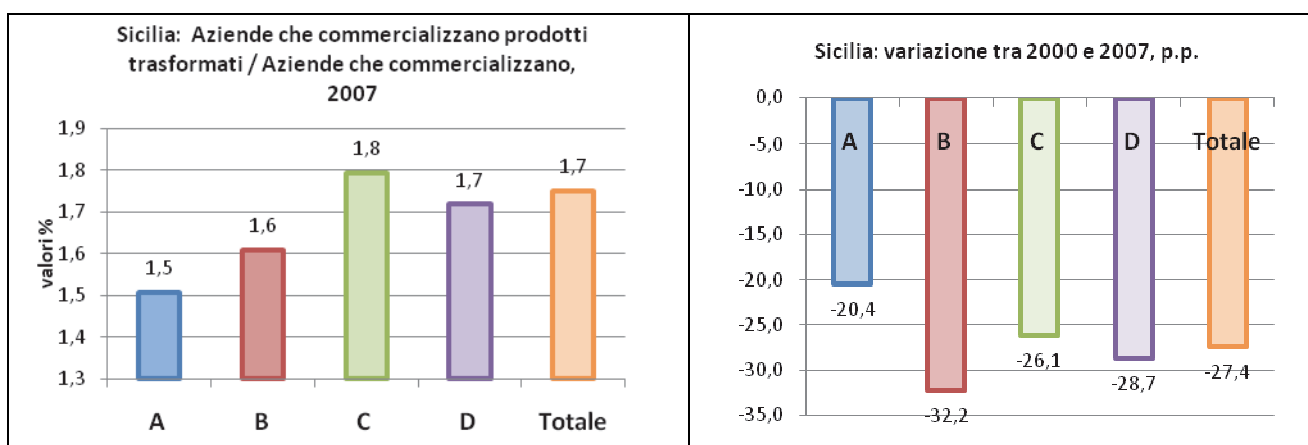
Sicilia



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Sicilia, nel 2007, l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 1,7%, quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 8,6% e a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso (8%). La presenza di aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 27,4%; fenomeno dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che commercializzano prodotti trasformati (97%) rispetto alle aziende totali che commercializzano (49,8%).

Sia in termini assoluti (con oltre 1.100 unità), che in termini % (18,3% sul totale delle aziende che commercializzano), il maggior numero di aziende che commercializzano prodotti trasformati è nelle zone C (Aree rurali intermedie). Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione, si registra nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata), in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano prodotti trasformati sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 34% al 1,8%.



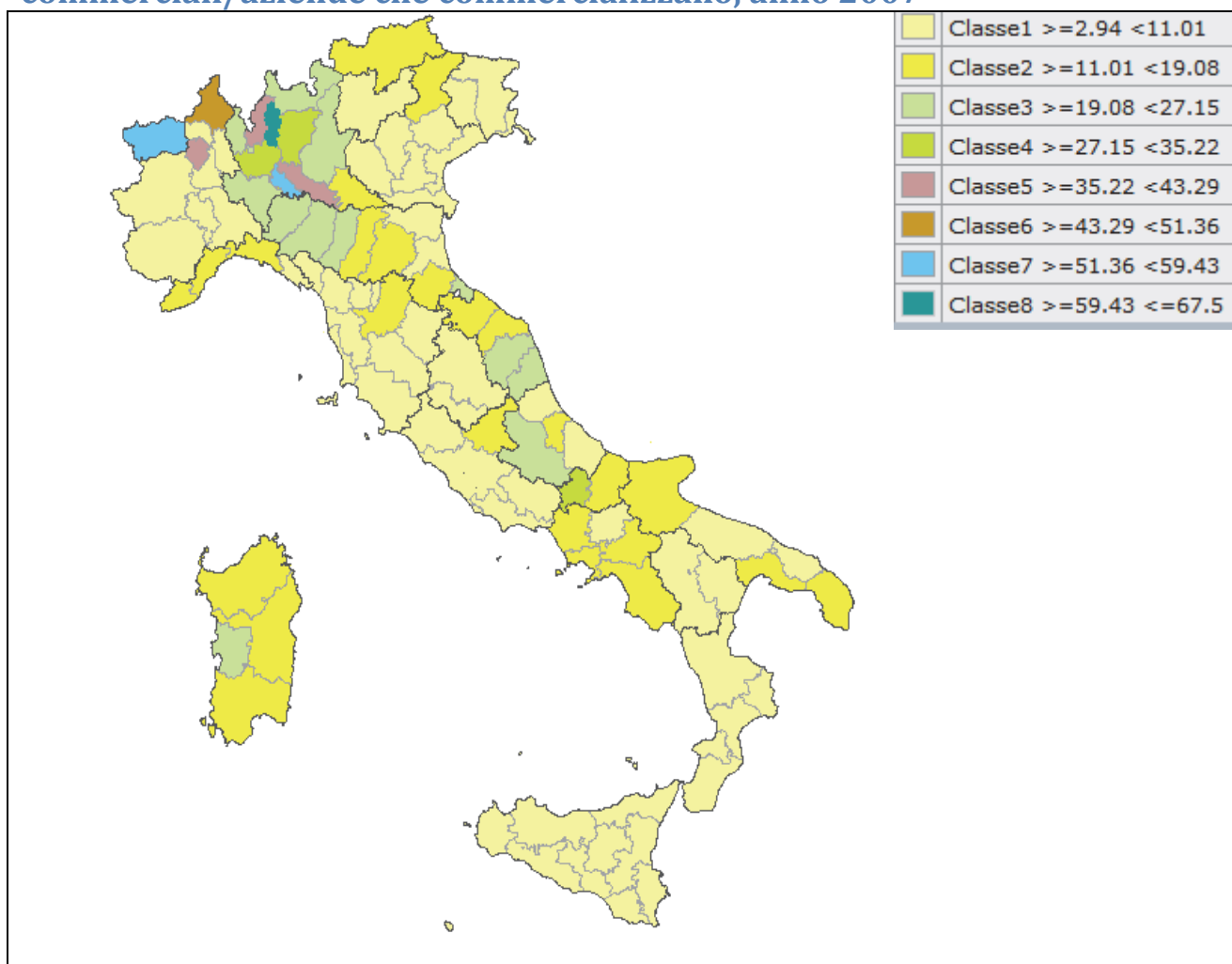
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

5. Integrazione contrattuale di filiera agricoltura-distribuzione: Aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali/aziende che commercializzano

L'integrazione contrattuale dell'impresa agricola può riguardare l'industria di trasformazione e/o la fase di distribuzione. Quest'ultima interessa principalmente i prodotti ortofrutticoli per il consumo fresco che hanno necessità del solo condizionamento per entrare nella catena distributiva finale. Questa modalità organizzativa della filiera riguarda però anche prodotti come le carni fresche dove vi è la fornitura diretta dell'agricoltore al macellaio o le nuove forme di distribuzione di alcuni prodotti trasformati nell'azienda agricola.

Il valore dell'indicatore di integrazione contrattuale agricoltura-distribuzione, per Provincia, è riportato nella figura seguente.

Figura Italia: Aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali/aziende che commercializzano, anno 2007

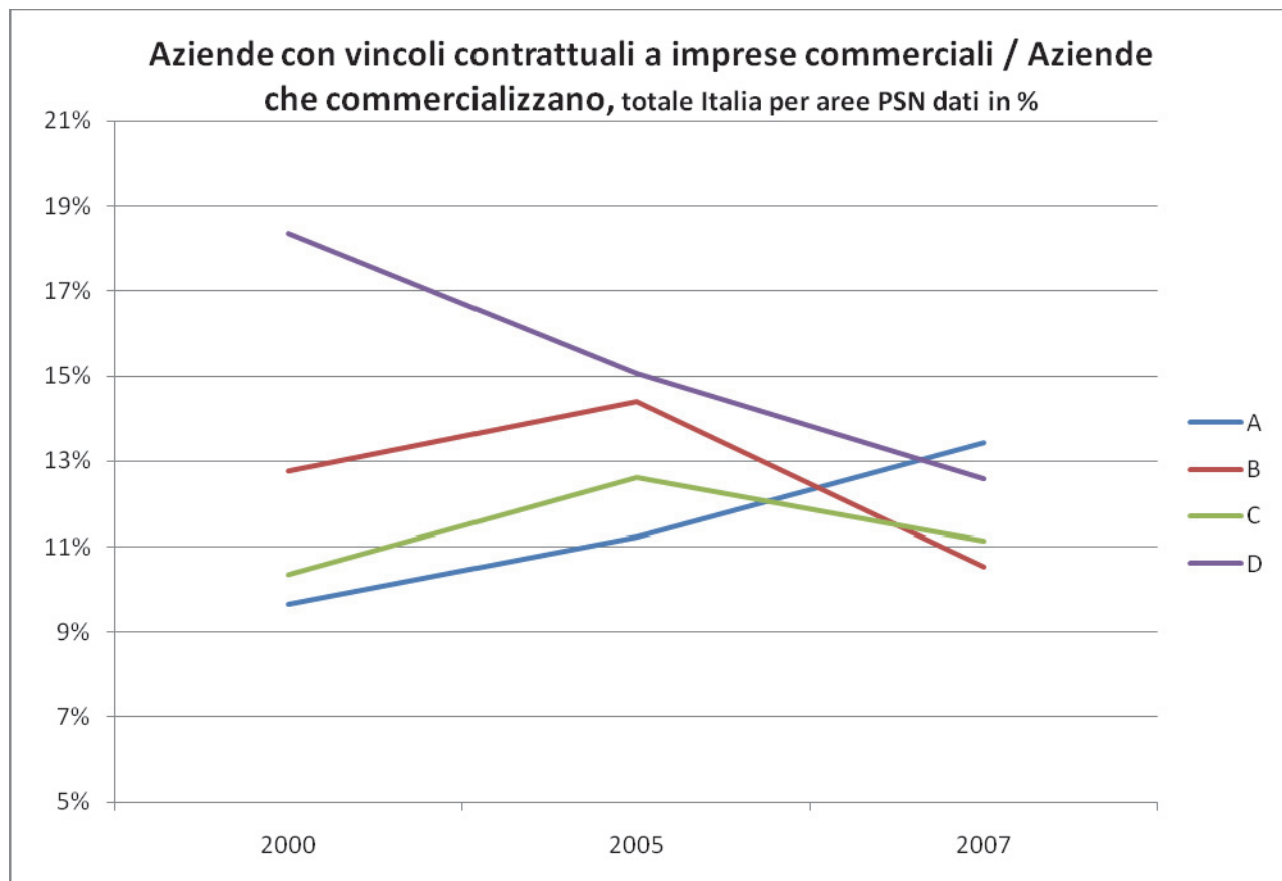


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Questa forma di integrazione verticale di tipo contrattuale è più diffusa di quella analoga che riguarda l'industria: il valore medio dell'indicatore per l'Italia, nel complesso, nel 2007 era pari al 11,6% notevolmente più elevato di quello relativo all'integrazione contrattuale agricoltura-industria che nello stesso anno è stato pari al 4,7%.

Il fenomeno è diffuso soprattutto in alcune delle Regioni settentrionali dove si concentra sia la domanda e sia l'offerta di prodotti, in particolare di quelli freschi come orto-frutta e carne o derivati del latte. Sono otto le Province dove la percentuale di aziende con vincoli contrattuali con la distribuzione sul totale delle

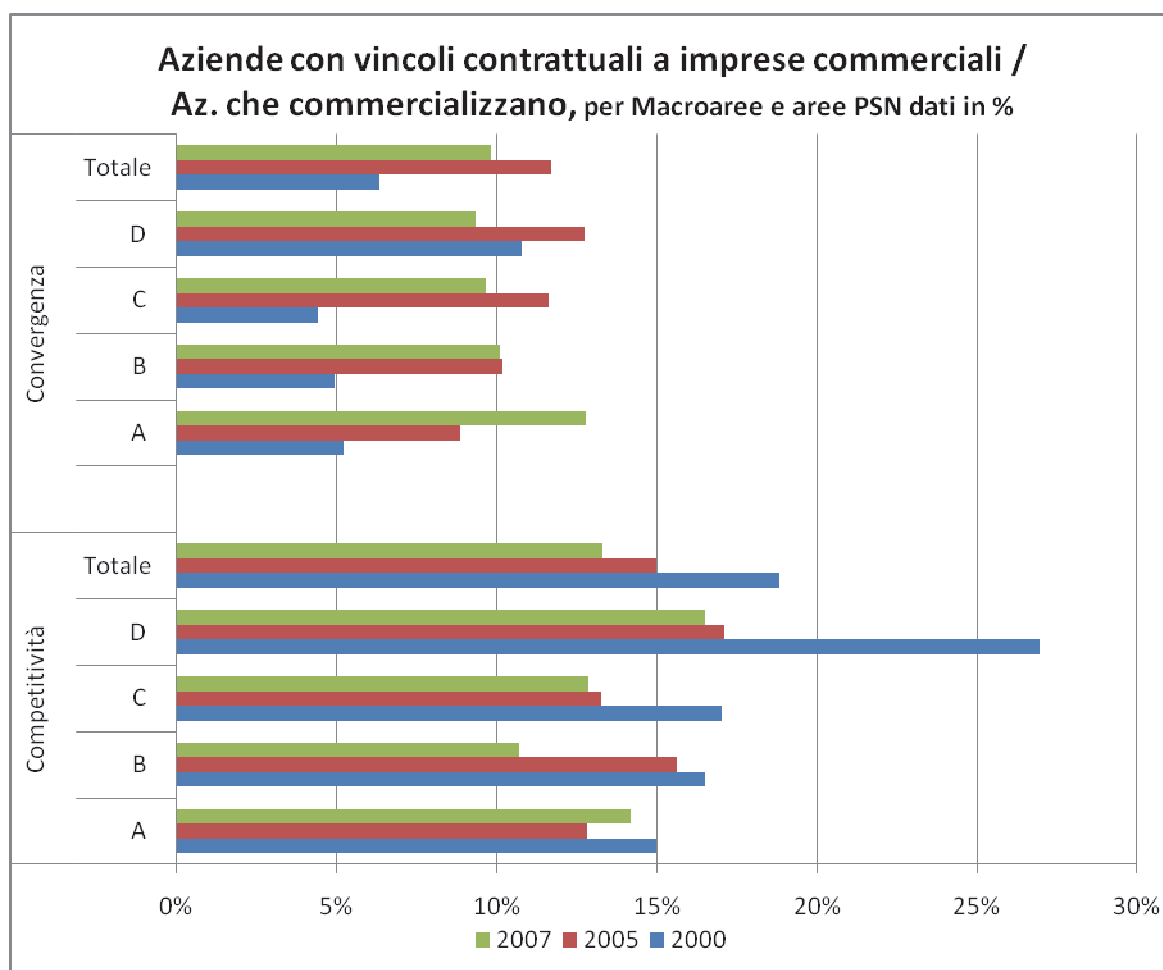
aziende che commercializzano supera i 27 punti (dalla classe ≥ 4) collocate nelle seguenti regioni: Valle D'Aosta, Lombardia, Piemonte e Molise (nello specifico Isernia), una percentuale significativa le cui relazioni contrattuali influenzano certamente prezzo e modalità di scambio dei prodotti dell'area. Ancora una volta sono le Regioni meridionali quelle che nostrano il valore dell'indicatore più basso, nonostante, in questa area geografica sia concentrata la produzione ortofrutticola a livello nazionale. Solo nelle Province dell'Aquila e di Oristano l'indicatore nel 2007 aveva un valore superiore alla media nazionale.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

L'evoluzione dell'andamento di questo indicatore nel periodo considerato (2000-2007) non differisce molto da quello dell'indicatore riferito ai rapporti con l'industria: la percentuale di aziende agricole con vincoli contrattuali con la distribuzione passa da 12,9 al 11,6% tra il 2000 e il 2007 con un lieve aumento rispetto nel 2005 all'anno di base (13,7%). Nello stesso periodo la percentuale di aziende agricole legate da vincoli contrattuali con l'industria passa dal 6,9% al 4,7% dopo un lieve aumento nel 2005 (7,4%).

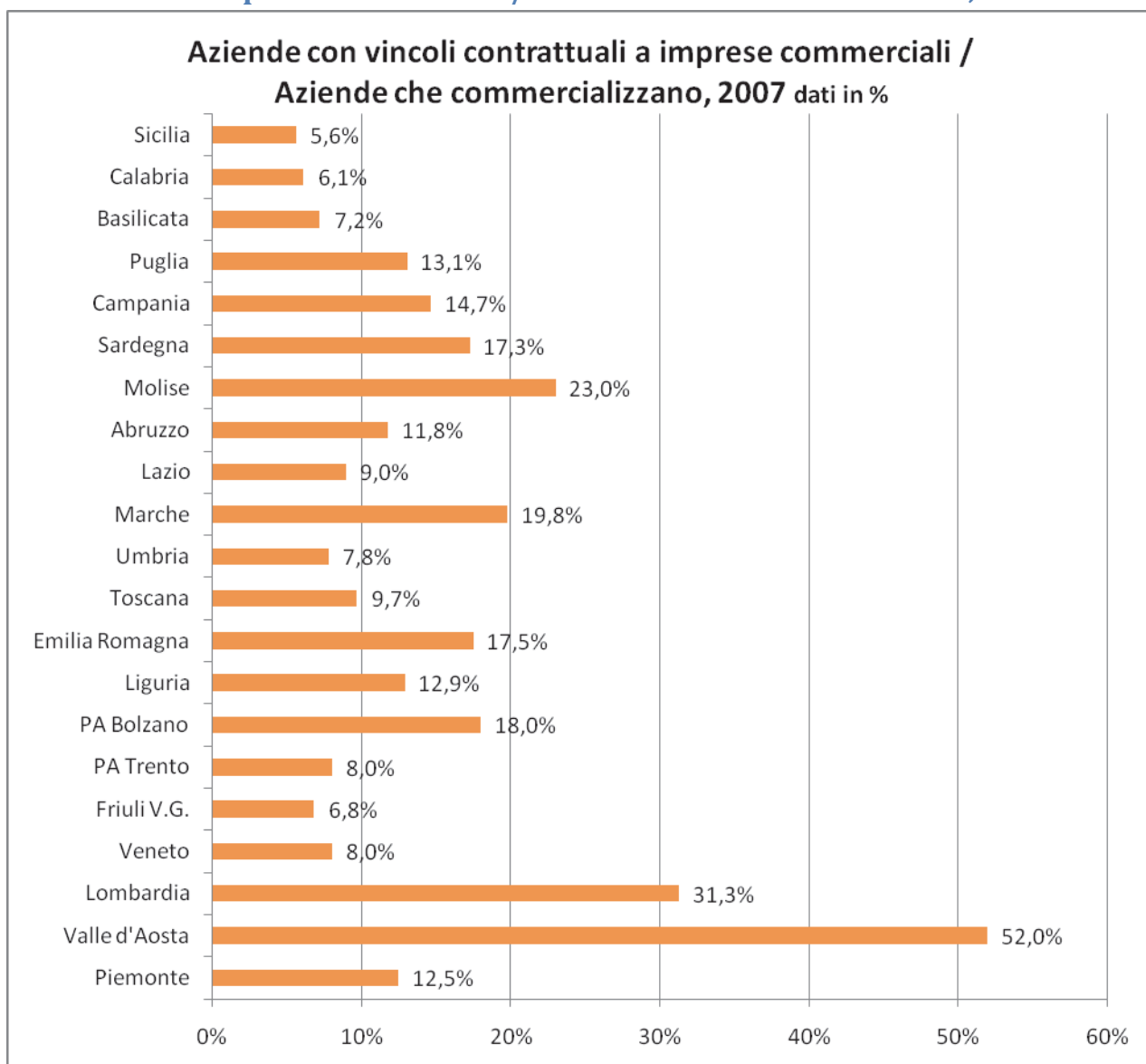
L'analisi dell'andamento dell'indice per aree del PSN mostra una dinamica differenziata: un forte decremento di questa forma di integrazione nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) dove il valore dell'indicatore passa dal 2000 al 2007 rispettivamente da 18,4% a 11,6%; un incremento nelle aree A (Poli Urbani) dove il valore dell'indicatore incrementa di 3,4 punti passando nel 2000 da 9,7% a 13,4% del 2007; un andamento comune hanno invece gli indicatori nelle aree B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) e C (Aree rurali intermedie) caratterizzato da un'iniziale incremento tra il 2000 e il 2005 e da un decremento che nell'area B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) nel 2007 scende a 10,5% rispetto al valore iniziale del 2000 di 12,8%. Nell'area C (Aree rurale intermedia), nonostante il decremento tra il 2005 e il 2007 il valore in quest'ultimo anno rimane superiore (11,1%) a quello del 2000 (10,3).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

L'approfondimento dell'analisi evolutiva delle aree PSN per Regioni Obiettivo Convergenza e Competitività mostra notevoli diversità di comportamento: nelle Regioni Obiettivo Convergenza il valore dell'indicatore aumenta in media di 3,5 punti raggiungendo nel 2007 il valore di 9,8% ancora al di sotto della media nazionale; solo nell'area A (Poli Urbani) delle Regioni Obiettivo Convergenza l'indicatore supera la media con un valore del 12,8% ed il maggior incremento rispetto al 2000 dove il valore era pari a 5,2%. Un andamento analogo hanno avuto anche le aree B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) e C (Aree rurali intermedie) mentre un decremento del valore dell'indicatore, anche se di soli 1,4 punti percentuali, è stato registrato nelle aree D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) dove l'indicatore aveva il valore più alto nel 2000 (10,5%), ovvero il doppio delle altre aree. La dinamica delle diverse aree PSN nelle Regioni Obiettivo Convergenza appare più omogenea e del tutto opposta a quella delle Regioni Obiettivo Competitività dove l'indicatore mostra un decremento nel periodo considerato in media del 5,3% con la punta massima nelle aree D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo).

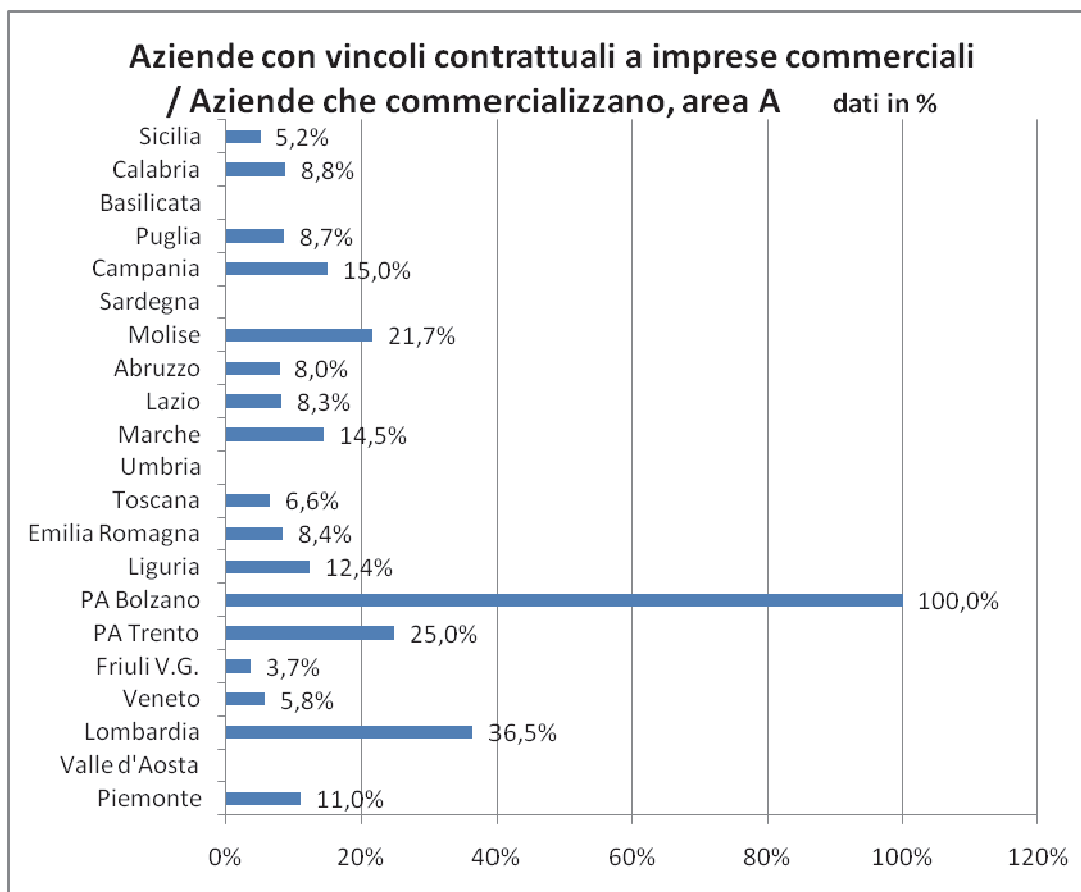
Confronto tra le Regioni e Province Autonome (PA) aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali/aziende che commercializzano, anno 2007



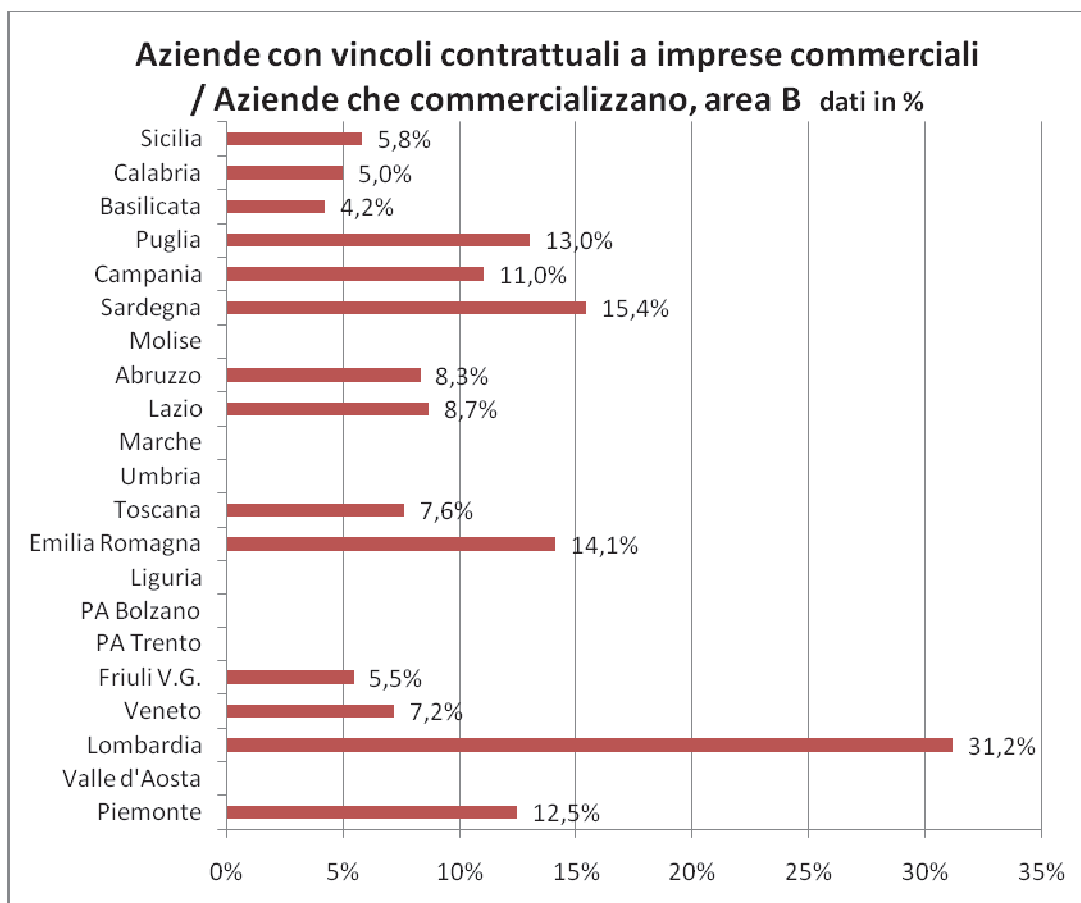
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

La distribuzione dell'indice per Regione nel 2007 conferma una certa disformità tra le Regioni: 12 hanno un valore dell'indicatore superiore alla media, di queste 5 sono meridionali e precisamente Abruzzo, Molise, Campania, Puglia e Sardegna. Delle 12 Regioni sopracitate solo 5 hanno avuto un incremento del valore dell'indicatore tra il 2000 e il 2007 e precisamente la Valle d'Aosta (24%) la Lombardia (2,8%), la Puglia (9,3%), la Campania (4,4%) e la Liguria (4,1%). Tutte quelle con un valore dell'indicatore al di sotto della media nazionale hanno avuto un decremento tra il 2000 e il 2005, fatta eccezione della Sicilia dove l'indicatore è aumentato dell'1,4%.

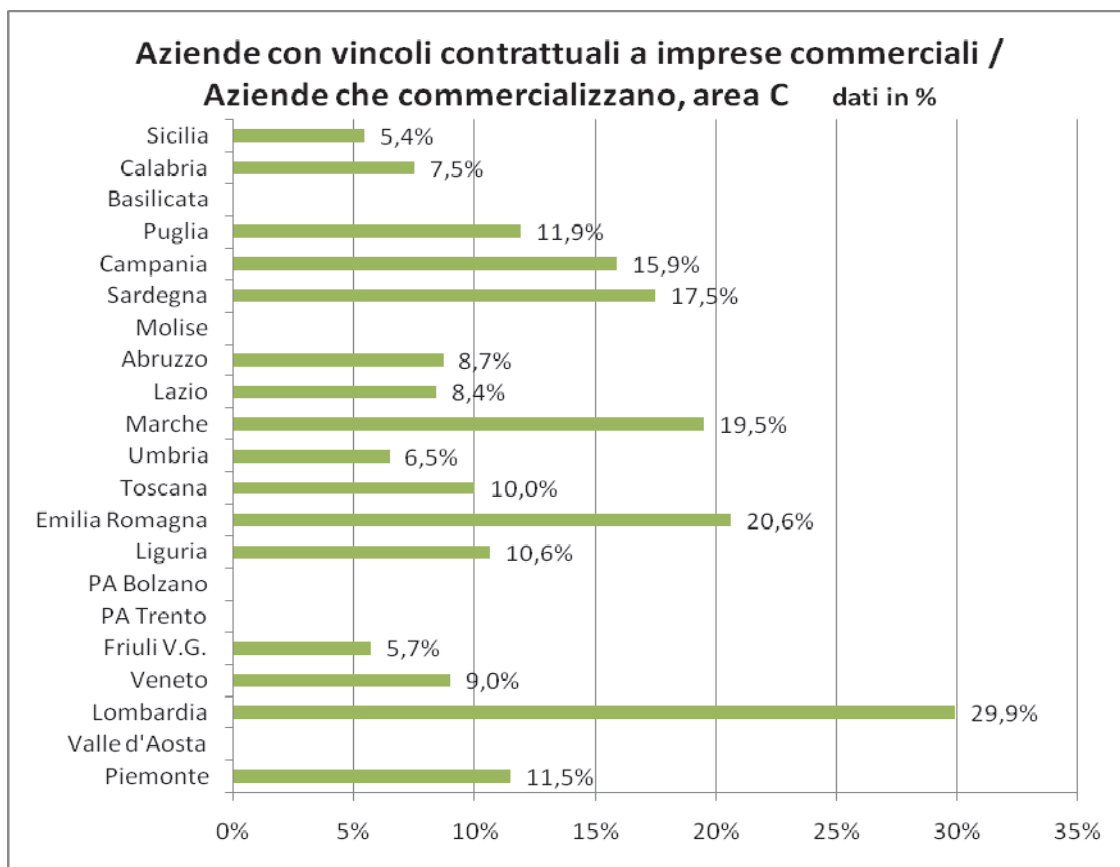
La distribuzione del valore degli indicatori nel 2007 per Regione e per area PSN è riportata nei 4 grafici seguenti.



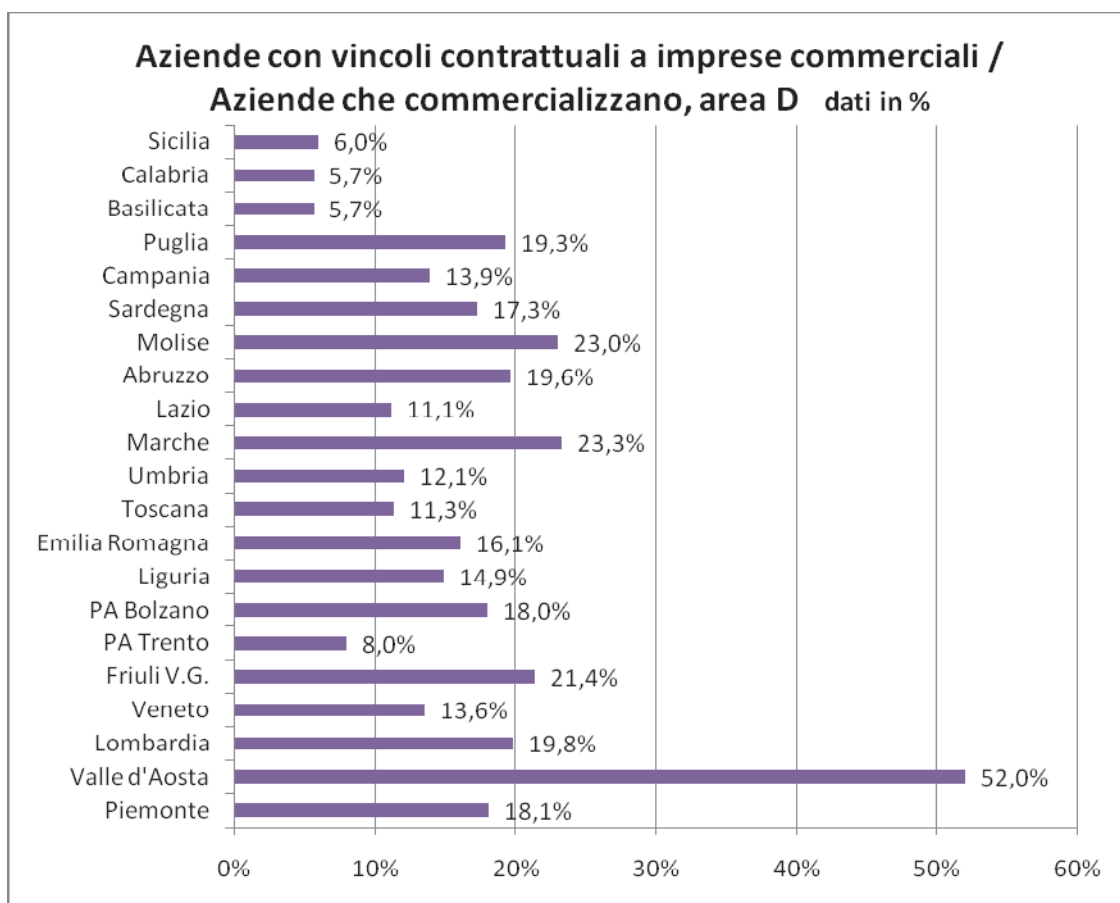
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

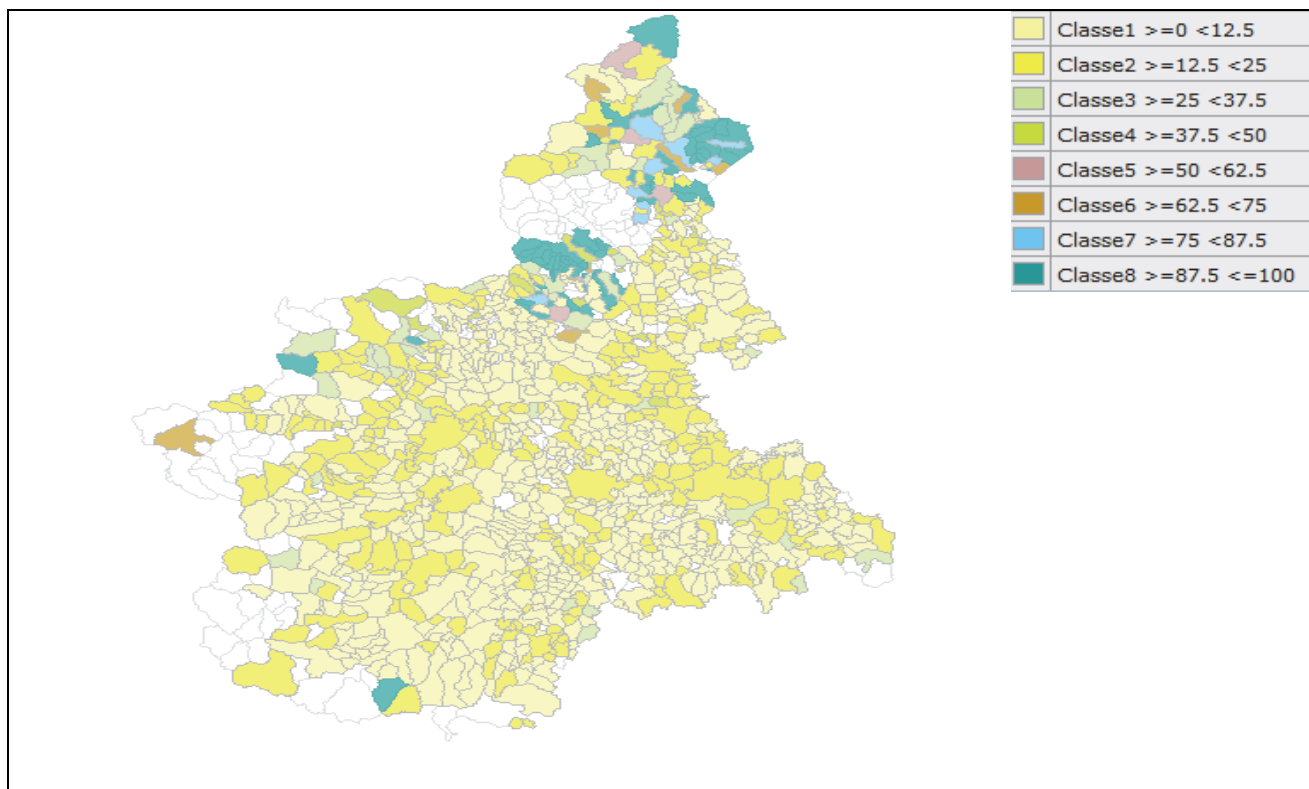


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



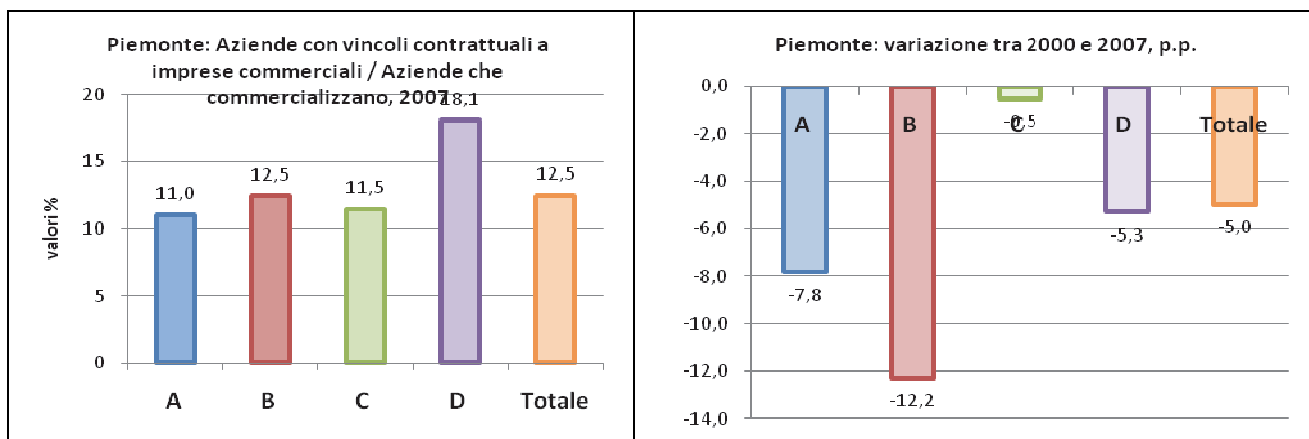
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Piemonte



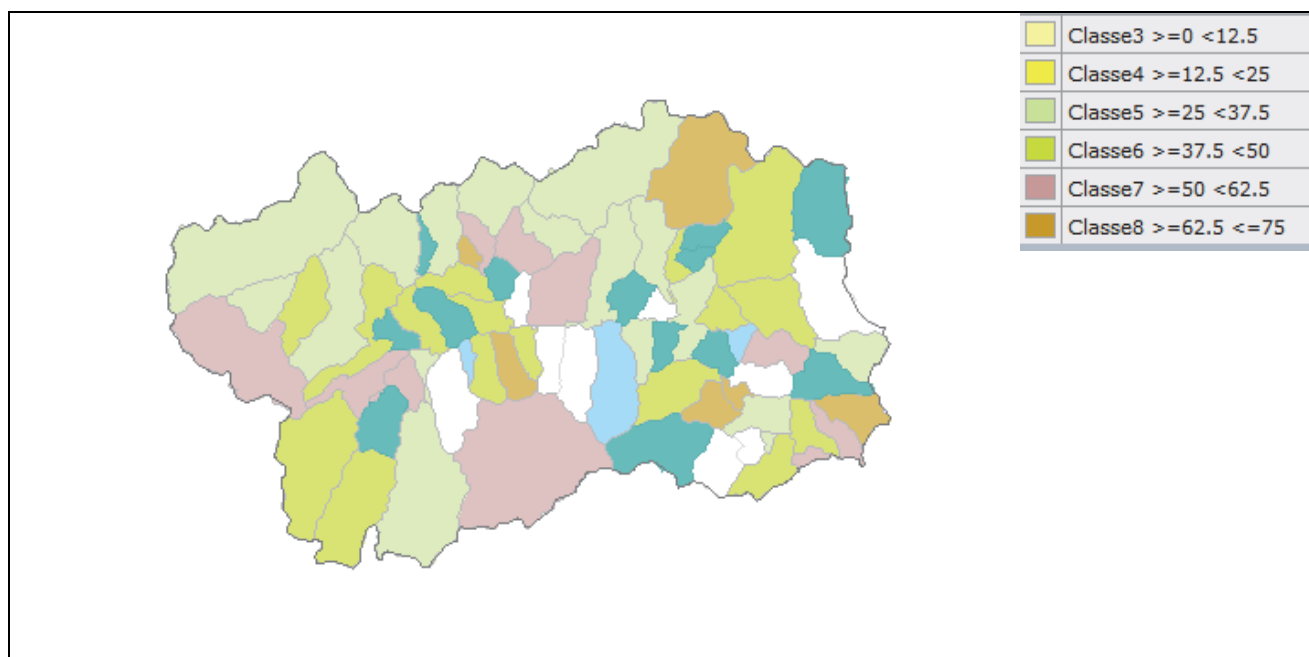
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Piemonte, nel 2007, il valore dell'indicatore, è stato pari al 12,5% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e inferiore a quella delle Regioni Obiettivo Competitività nel complesso 13,3%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 5%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (63,6%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (49,2%). In termini assoluti, il numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 2.000 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 18,1%. Un esame della distribuzione dell'indicatore nel periodo considerato (2000-2007) mostra la sua riduzione maggiore nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) dove il suo valore è passato dal 24,7% al 12,5%.



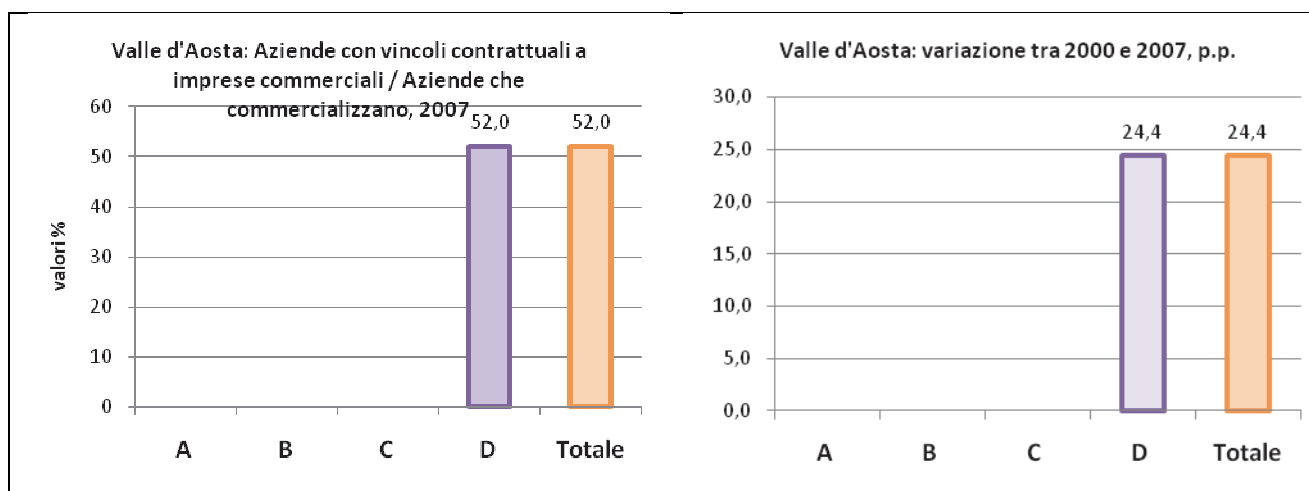
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Valle d'Aosta



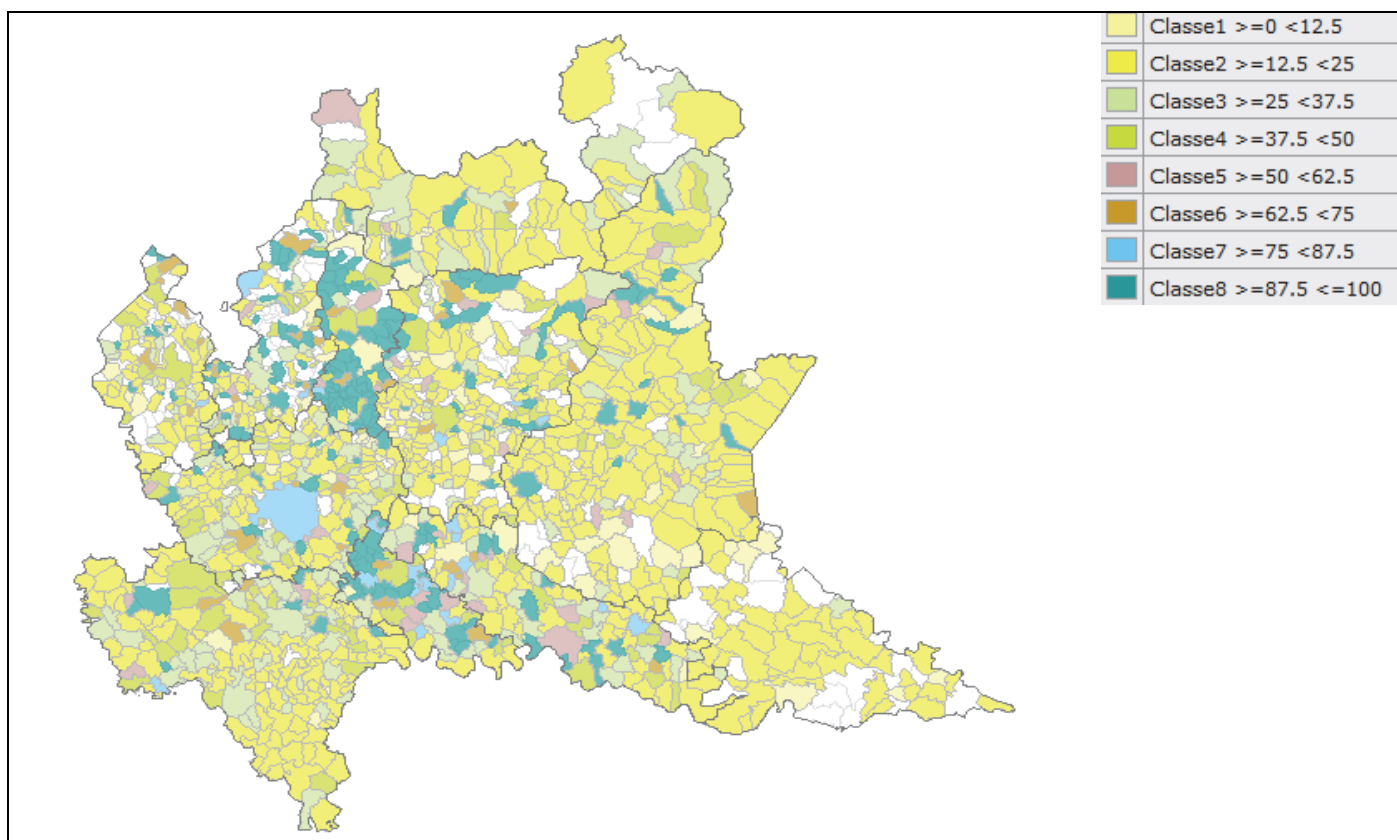
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Valle d' Aosta, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 52% quindi nettamente superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività nel complesso 13,3%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 24,4%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (61,8%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (65,2%).



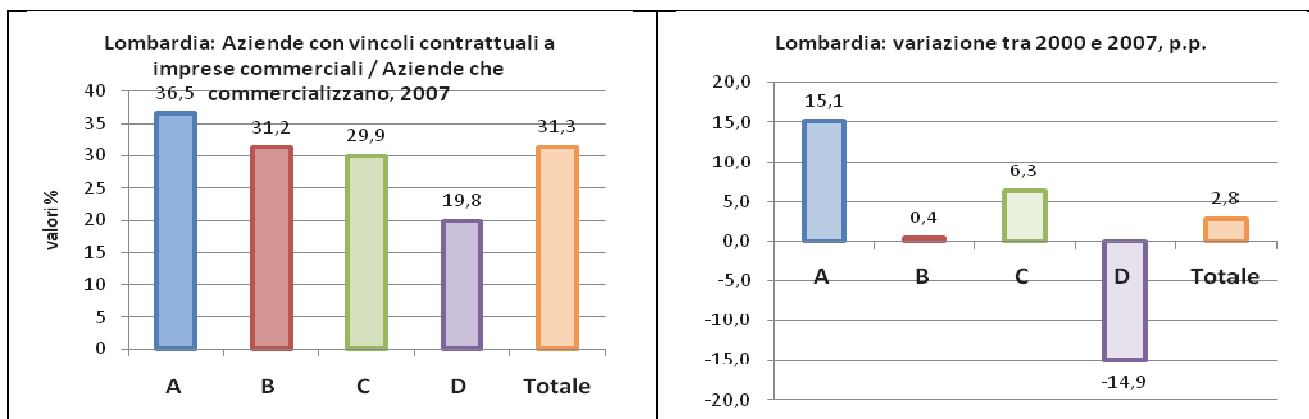
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Lombardia



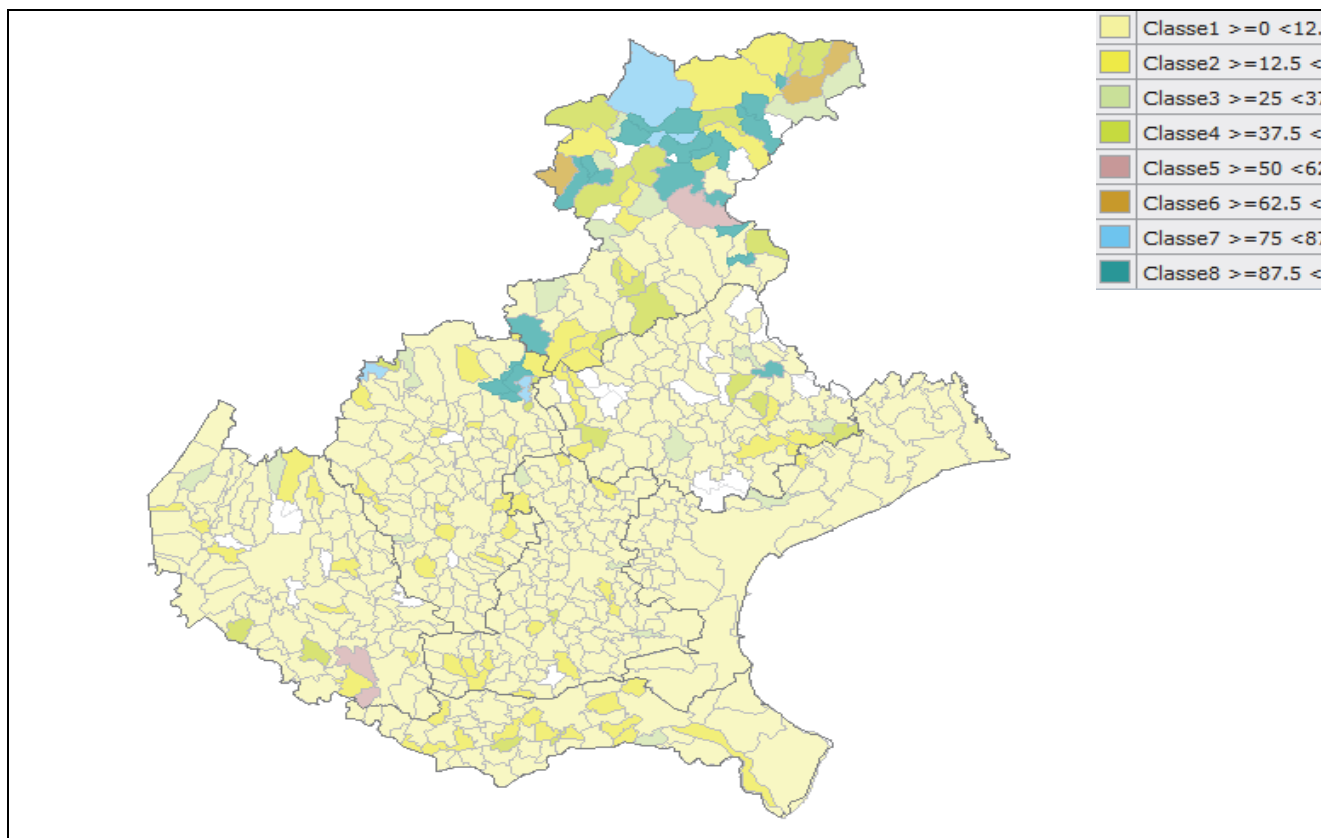
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Lombardia, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 31,3% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività nel complesso 13,3%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 è aumentata del 2,8%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (61,8%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (65,2%). In termini assoluti, il numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con oltre 3.500 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano è nella zona A (Poli Urbani) col 36,5%. Un esame dell'indicatore nelle diverse aree rurali nel periodo considerato (2000-2007), evidenzia il maggiore aumento zona A (Poli Urbani) dove è passato dal 21,4% al 36,5%; al contrario nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si evidenzia una diminuzione di 14,9 punti percentuali.



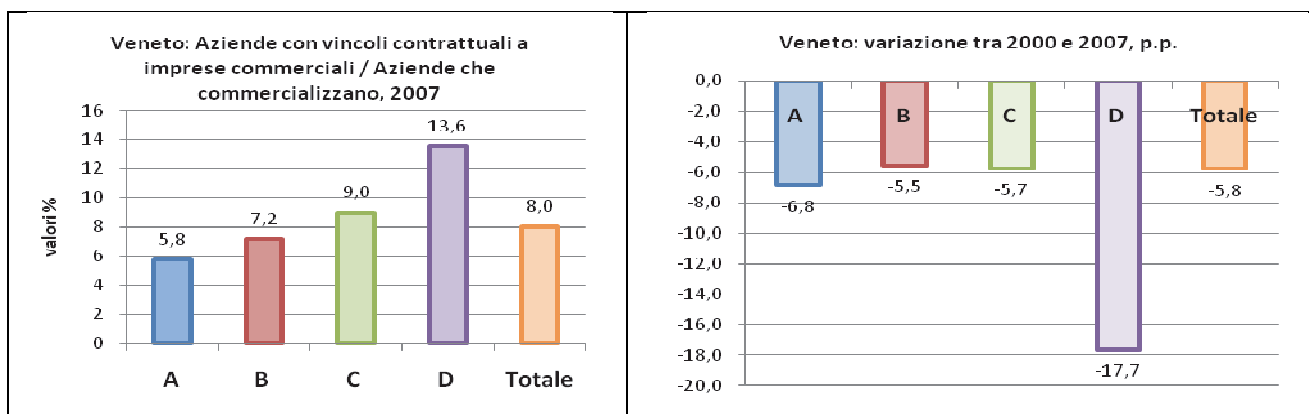
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Veneto



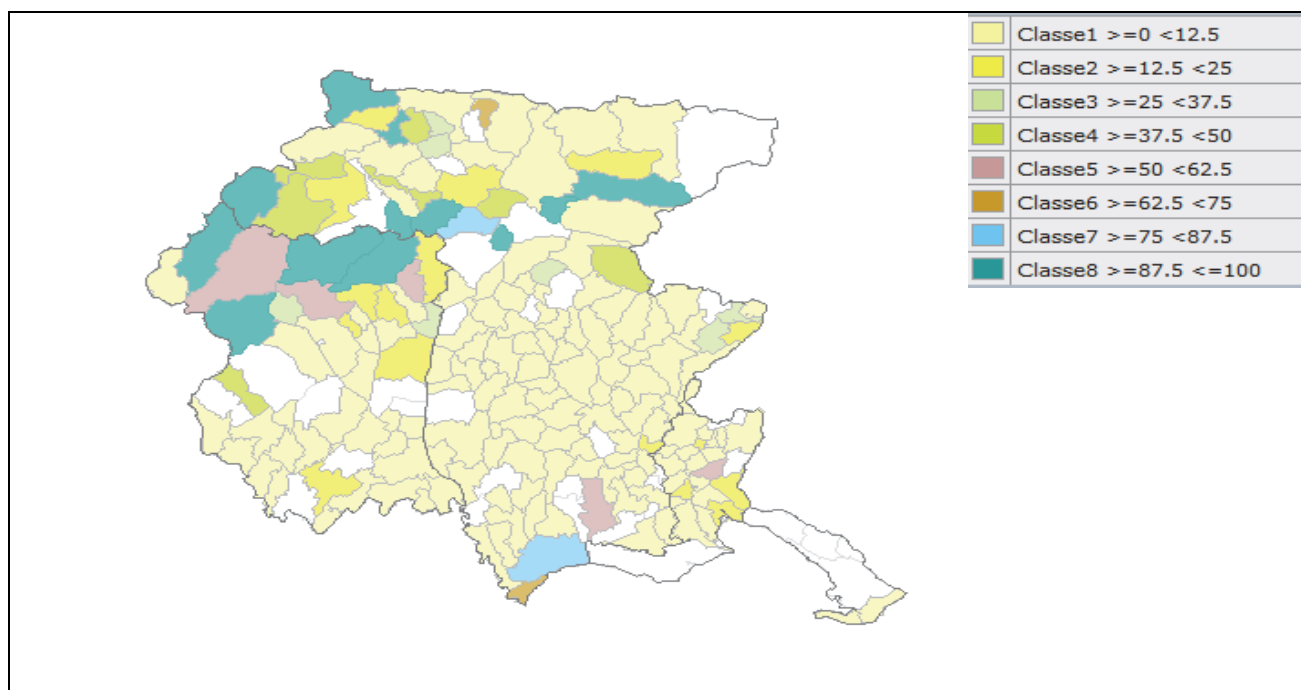
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Veneto, nel 2007, il valore dell'indicatore, è stata pari all'8% quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività nel complesso 13,3%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 5,8%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (68%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (44,9%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con oltre 4.200 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 13,6%. L'esame dell'evoluzione dell'indicatore nelle diverse aree rurali, evidenzia la maggiore riduzione nel periodo considerato (2000-2007), nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in è passato dal 31,3% al 13,6%.



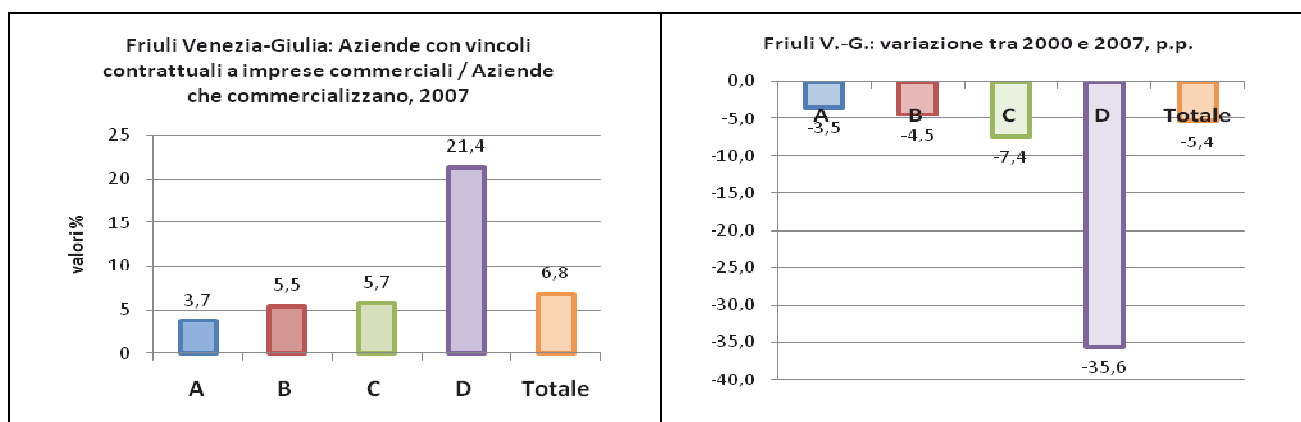
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Friuli Venezia-Giulia



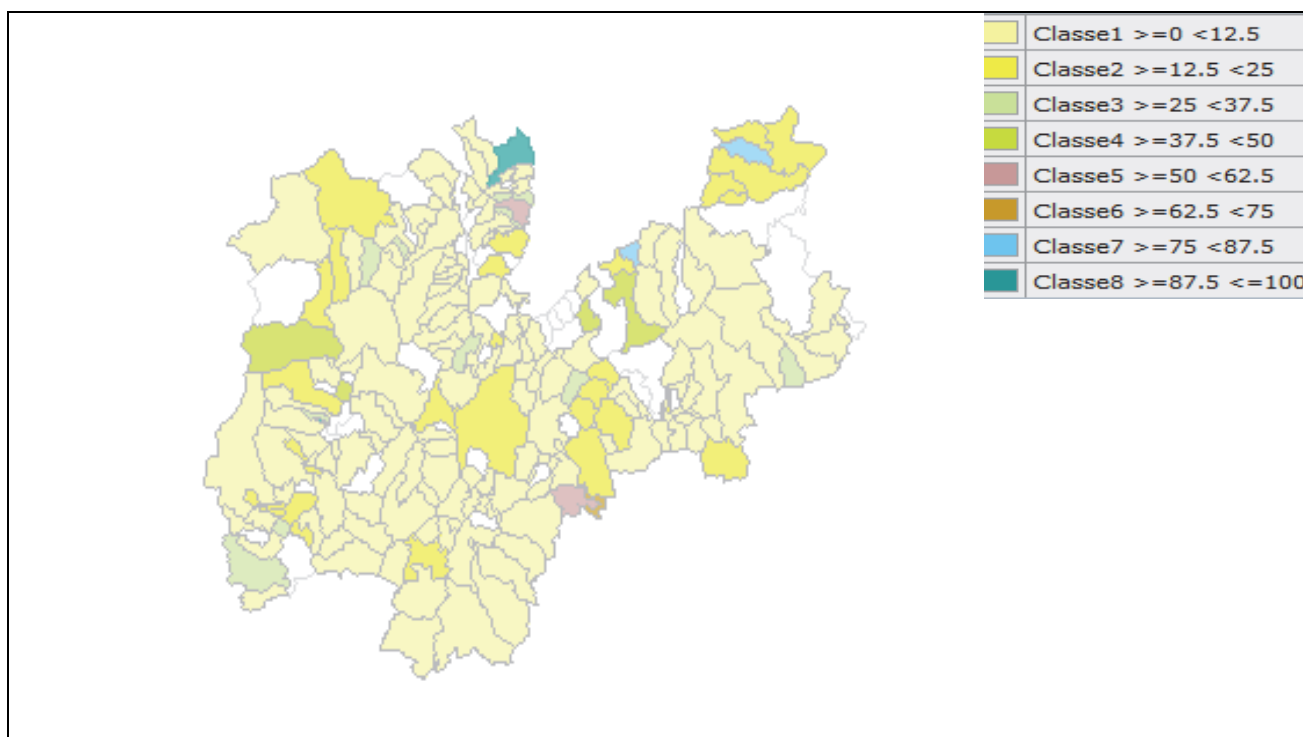
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Friuli Venezia Giulia, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 6,8% quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività nel complesso 13,3%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 5,4%, questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (77,6%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (60,1%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con oltre 400 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 21,4%. Un esame dell'evoluzione dell'indicatore nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo considerato (2000-2007), si registra nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 57% al 21,4%.



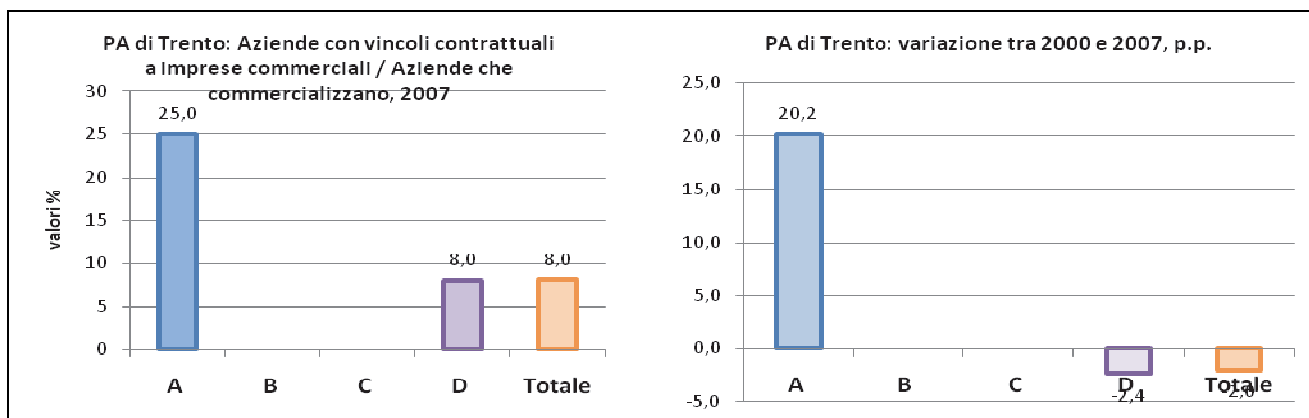
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Provincia Autonoma di Trento



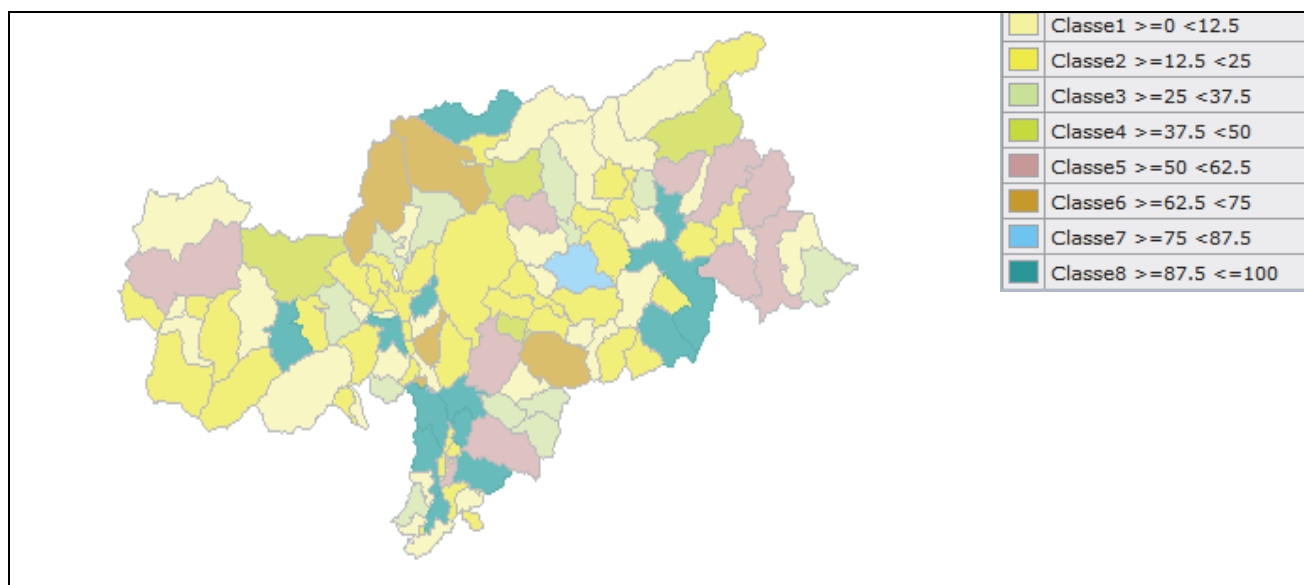
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Nella Provincia Autonoma di Trento, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano è stata pari all'8% quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività nel complesso 13,3%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 2%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (59%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (48,8%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 700 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano è nella zona A (Poli Urbani) col 25%. Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo considerato (2000-2007), si registra nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 10,4% al 8%; al contrario nelle zona A (Poli Urbani) si evidenzia un aumento di 20,2 punti percentuali.



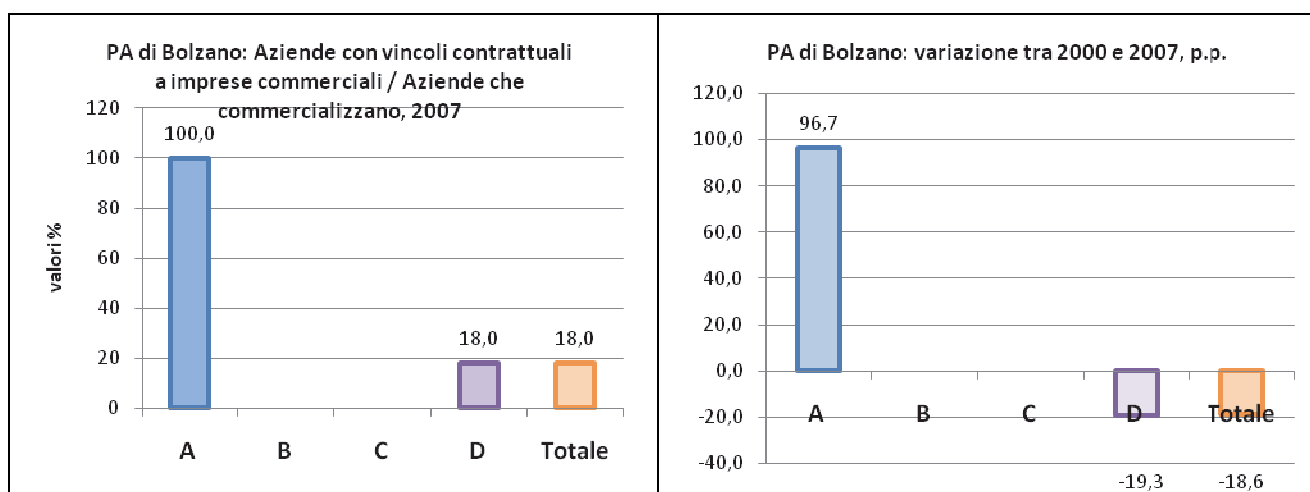
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Provincia Autonoma di Bolzano



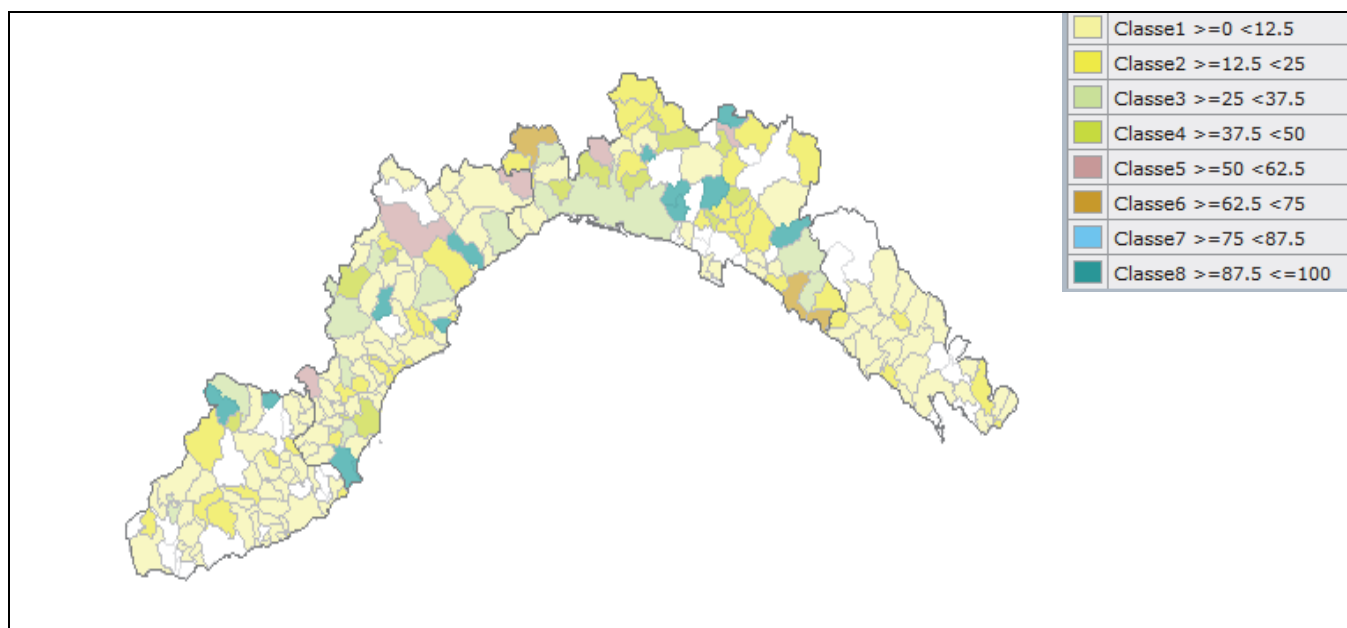
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Nella Provincia Autonoma di Bolzano, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 18% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività nel complesso 13,3%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 18,6%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (77,2%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (53,6%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con 1.801 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano è nella zona A (Poli Urbani) col 100%. Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo considerato (2000-2007), si registra nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 37,3% al 18%; al contrario nelle zona A (Poli Urbani) c'è stato un aumento di 96,7 punti percentuali.



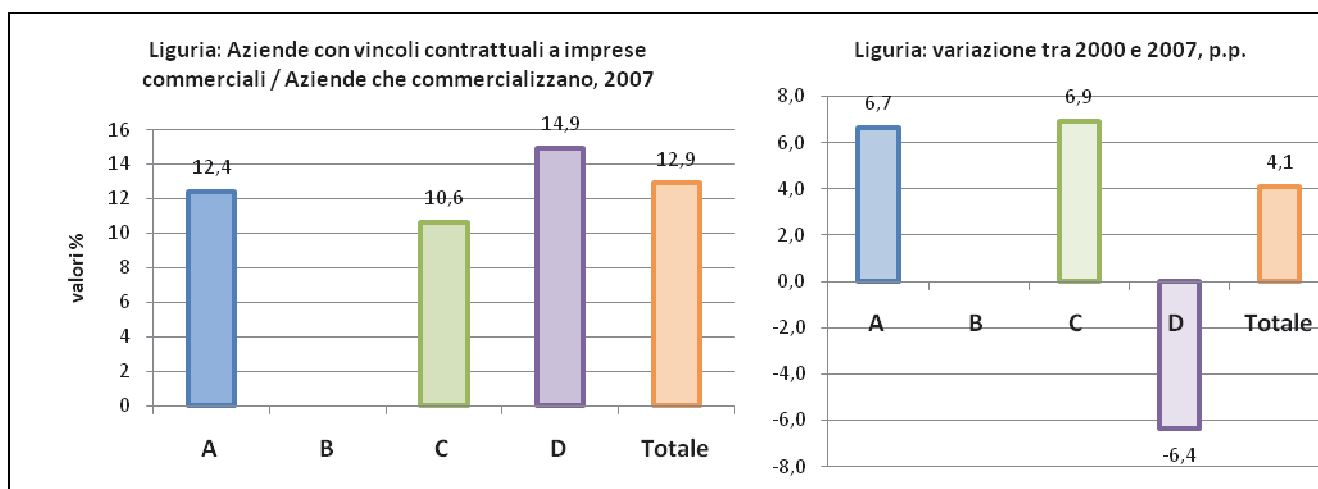
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Liguria



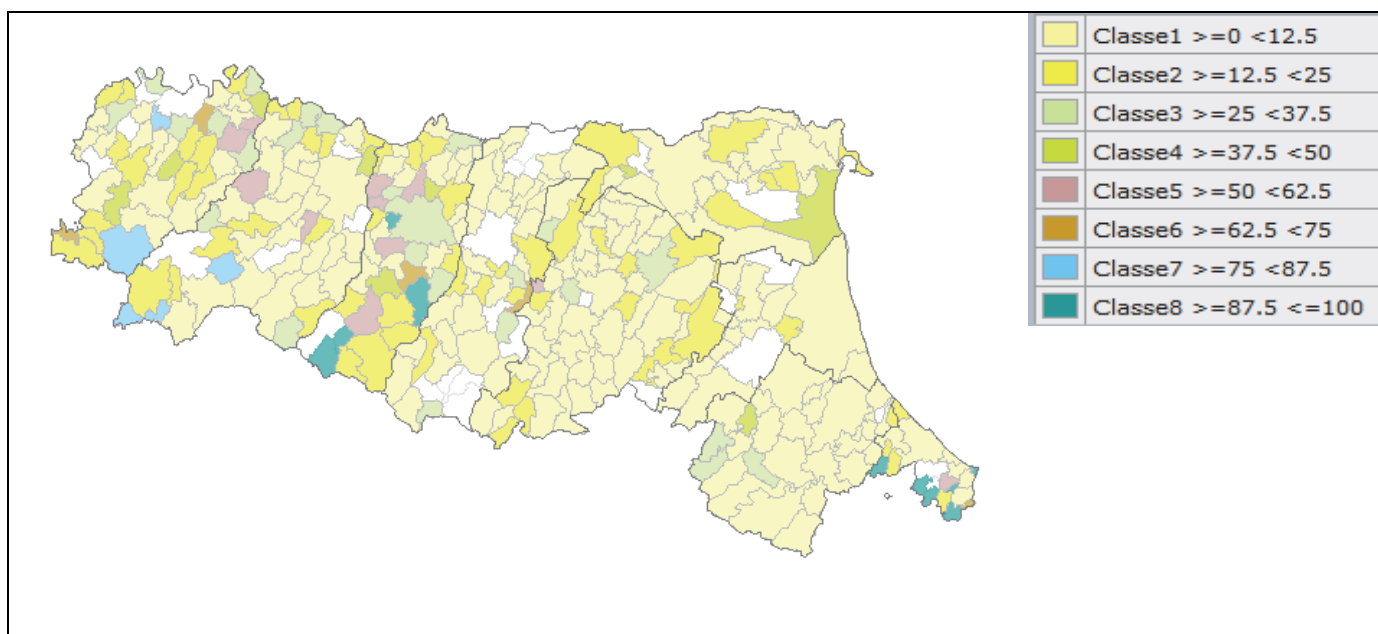
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Liguria, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 12,9% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e inferiore di quella delle Regioni Obiettivo Competitività nel complesso 13,3%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 18,6%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione nel periodo considerato delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (38,4%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (58,1%). Sia in termini assoluti, (con oltre 400 unità) che in termini % (14,9% sul totale delle aziende che commercializzano) il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo considerato (2000-2007), si registra nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 21,3% al 14,9%; al contrario nelle zona A (Poli Urbani) e C (Aree rurali intermedie) si evidenzia un aumento rispettivamente di 6,7 e 6,9 punti percentuali.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

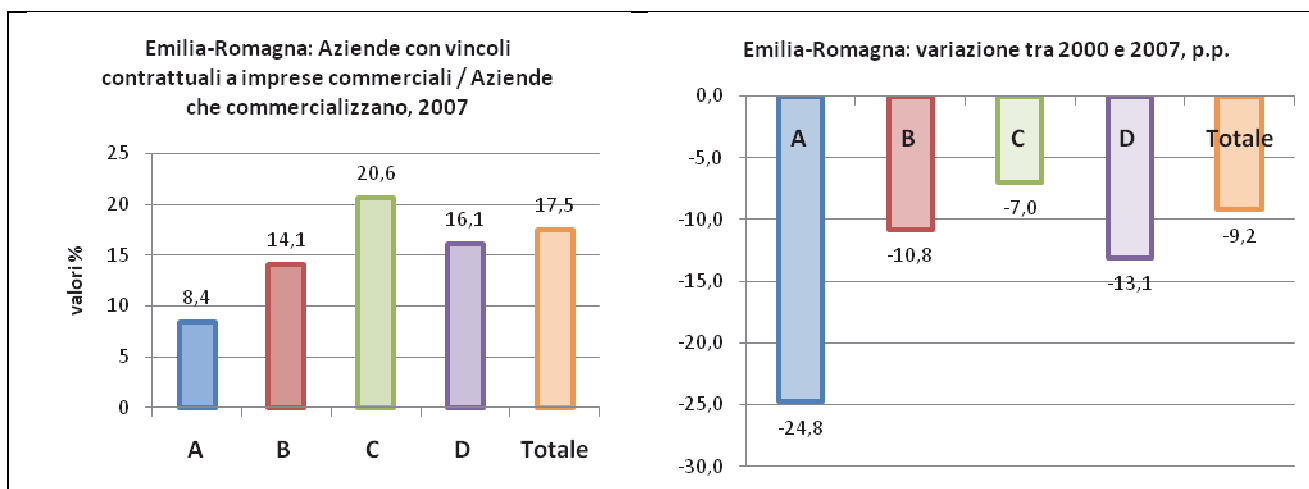
Emilia-Romagna



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

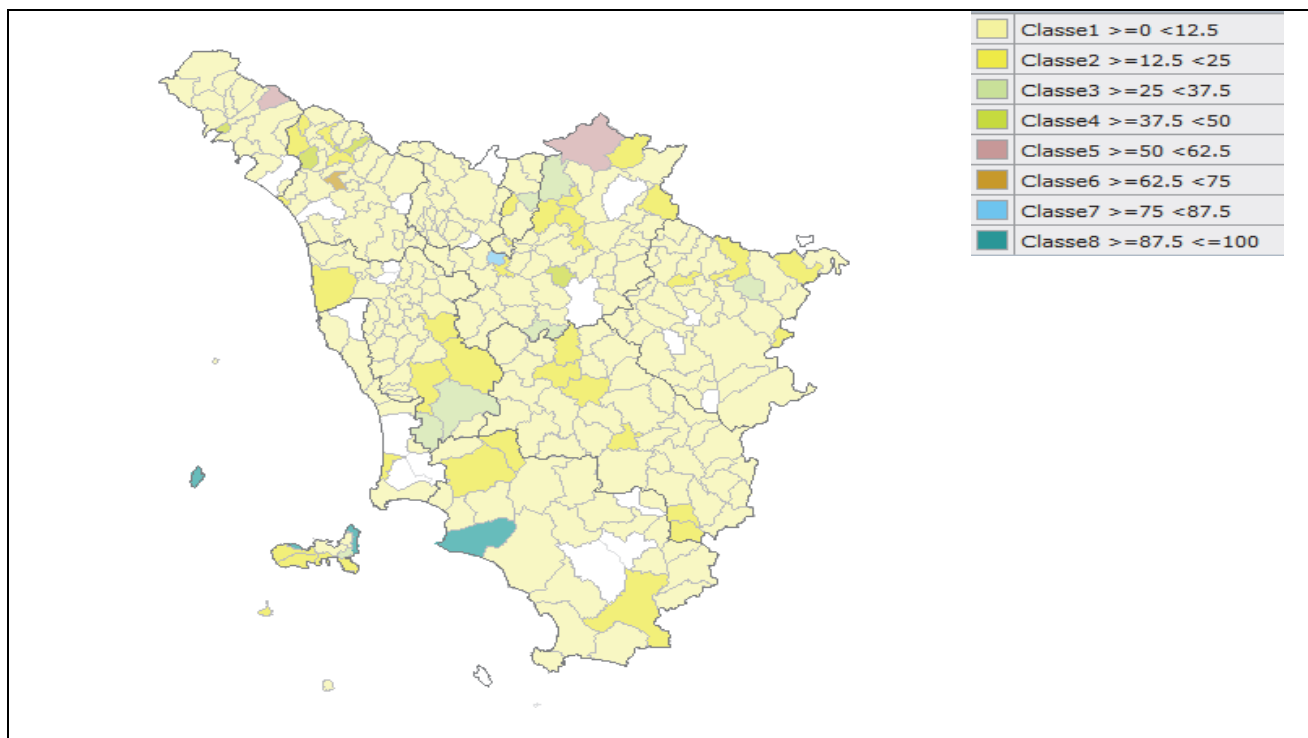
In Emilia Romagna, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 17,5% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività nel complesso 13,3%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 9,2%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (73,2%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (59,2%). Sia in termini assoluti (con oltre 3.000 unità) che in termini %, (20,6% sul totale delle aziende che commercializzano) il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali si registra nella zona C (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo).

Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo considerato (2000-2007), si registra nelle zone A (Poli Urbani) dove l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 33,2% al 8,4%; in tutte le aree vi è comunque stata una riduzione del valore di questo indicatore tra il 2000 ed il 2007.



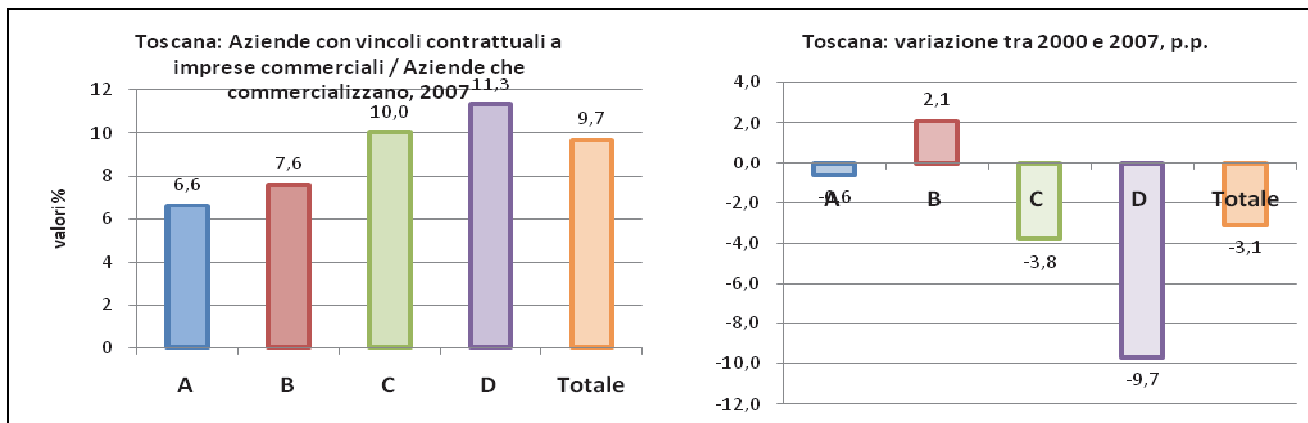
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Toscana



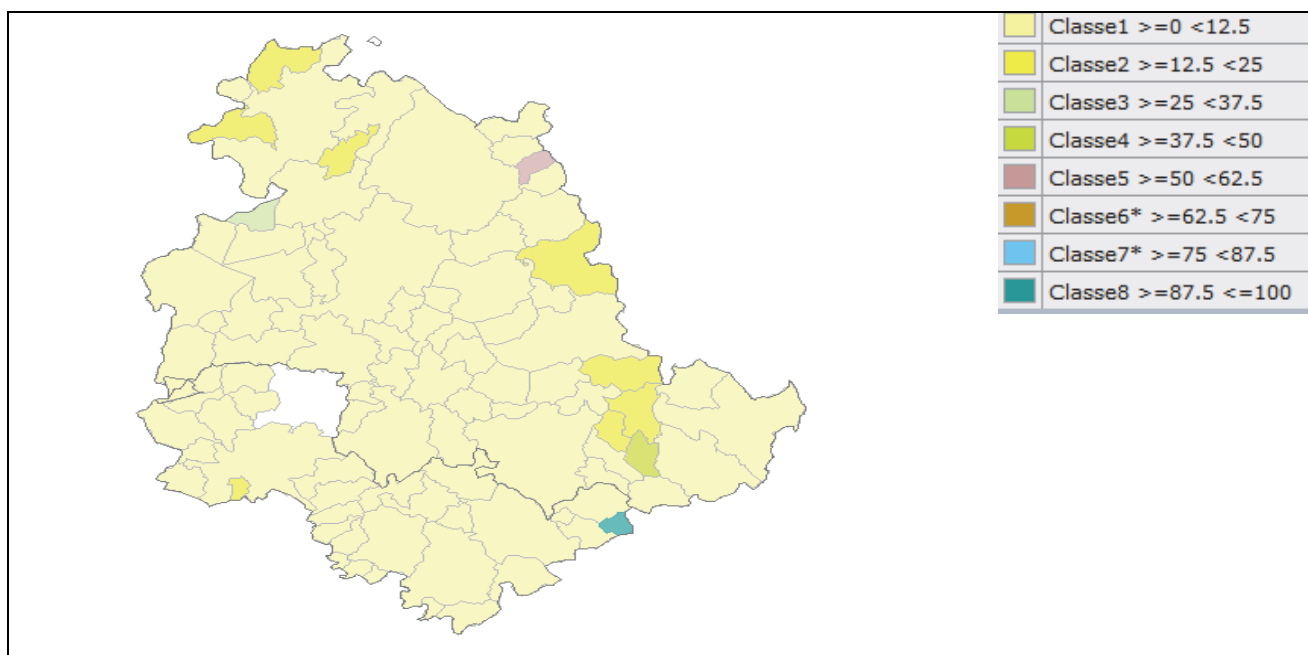
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Toscana, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 9,7% quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività nel complesso 13,3%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 3,1%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (45,7%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (28,4%). In termini assoluti il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 1.700 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 11,3%. Un esame della distribuzione del valore dell'indicatore nelle aree PSN evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo considerato (2000-2007) si registra nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) dove è passato dal 21% all'11,3%, al contrario nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) si evidenzia un aumento di 2,1 punti percentuali.



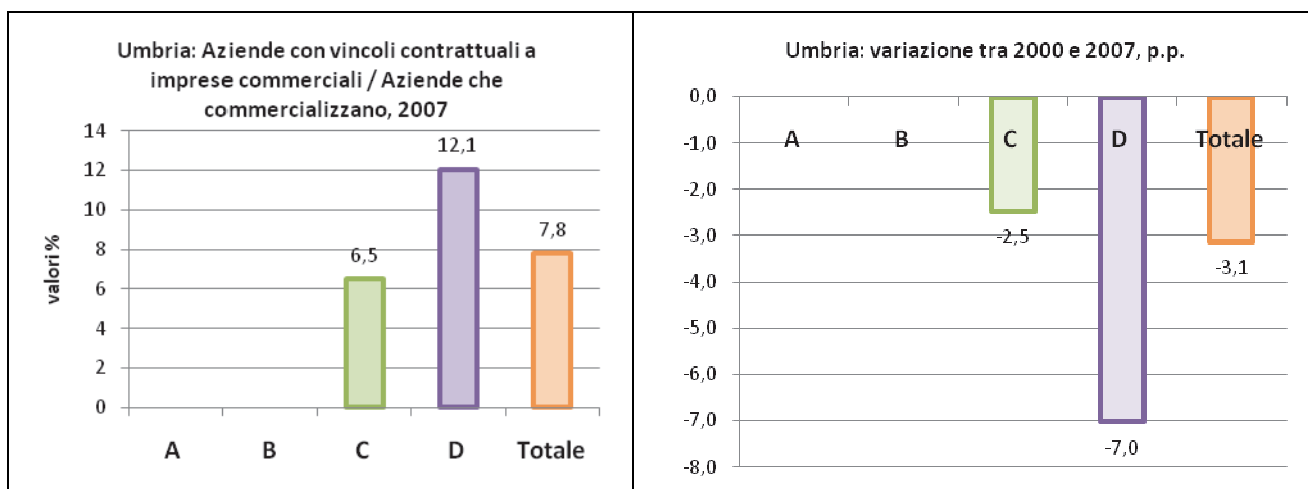
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Umbria



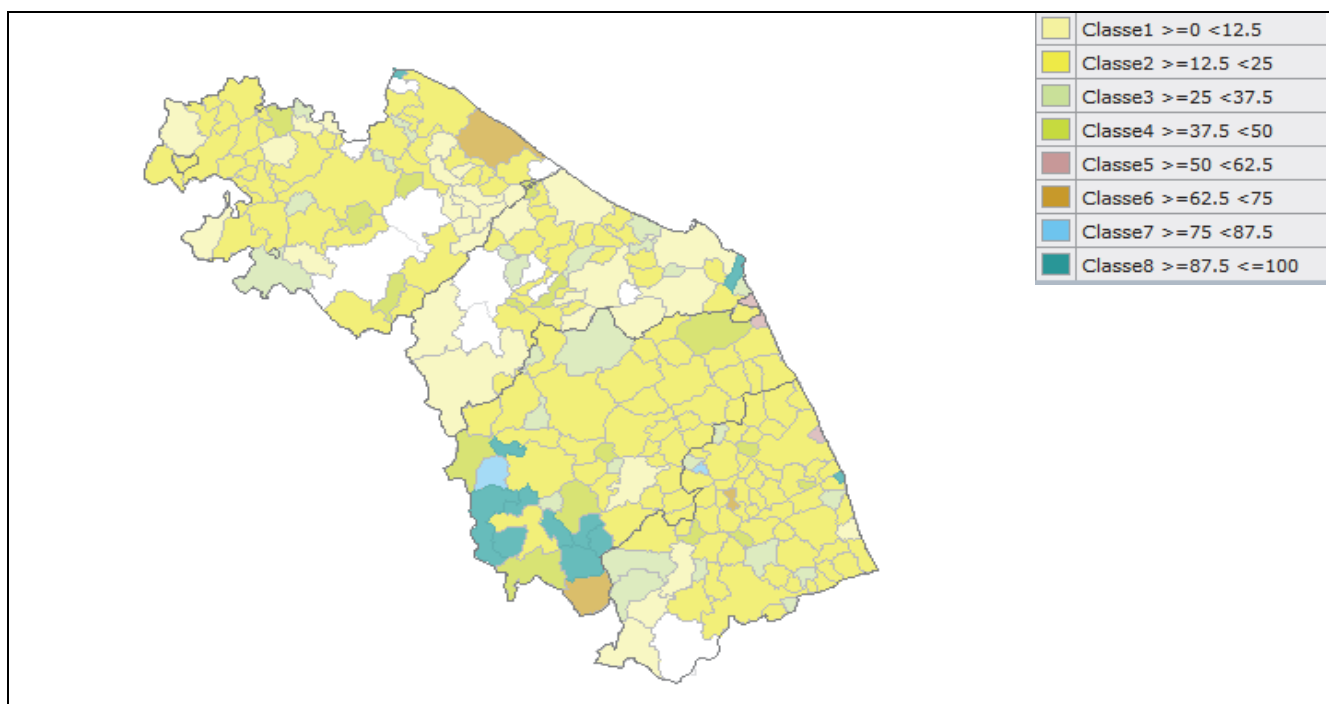
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Umbria, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 7,8% quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività nel complesso 13,3%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 3,1%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (60,9%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (45,1%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 8.000 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 12,1%. Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo considerato (2000-2007) si registra nelle D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 19,1 al 12,1%.



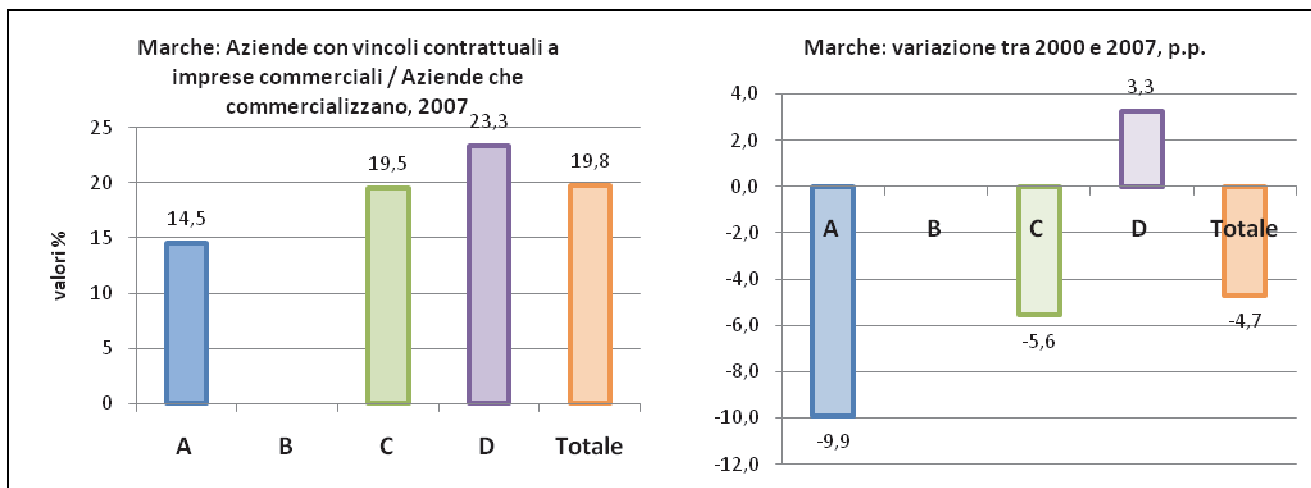
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Marche



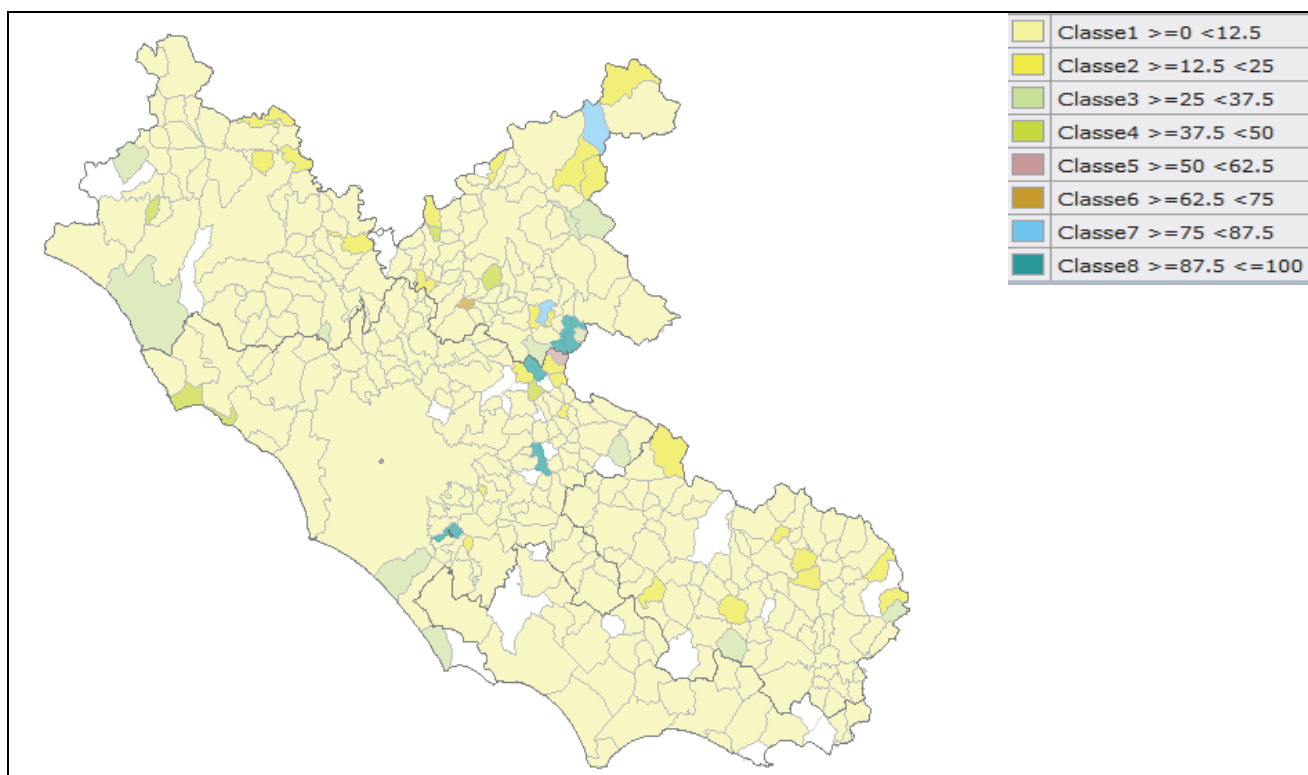
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Nelle Marche, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 19,8% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività nel complesso 13,3%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 4,7%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (57%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (46,7%). In termini assoluti il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona C (Aree rurali intermedie) con quasi 4.000 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 23,3%. Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo considerato (2000-2007) si registra nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 24,4% al 14,5%, mentre si evidenzia un aumento di 3,3 punti % nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo).



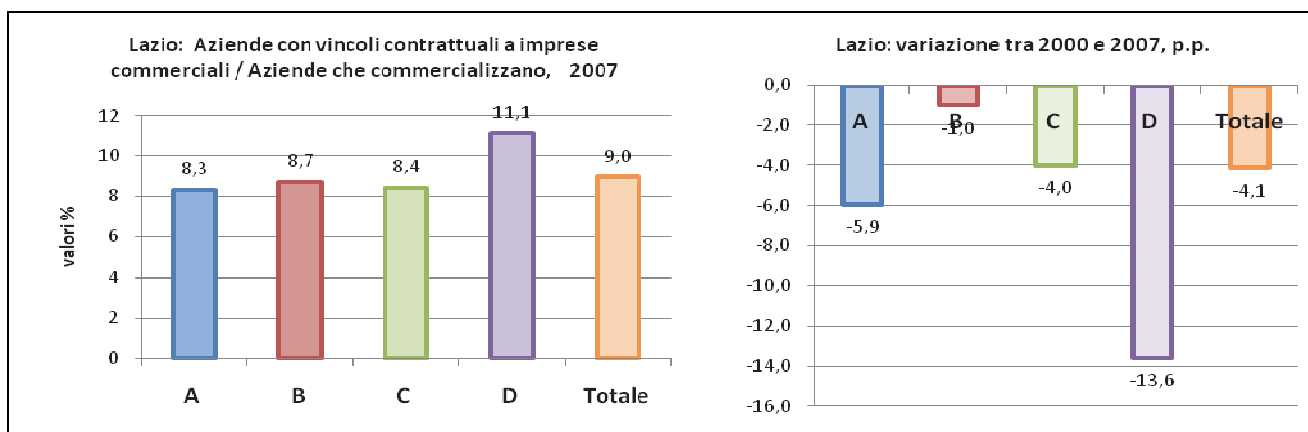
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Lazio



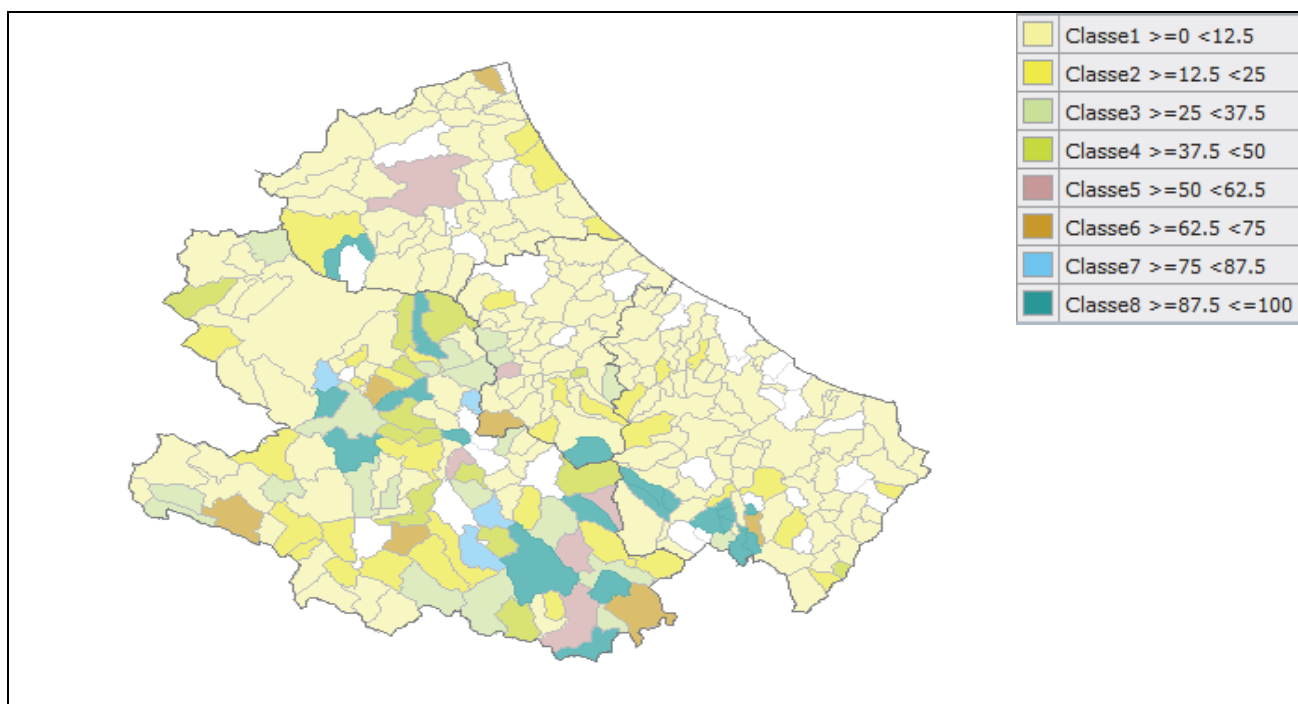
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Nel Lazio, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 9% quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività nel complesso 13,3%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 4,1%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (69,9%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (55,6%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese industriali è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 2.300 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 11,1%. Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la riduzione nel periodo considerato (2000-2007), si registra nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 24,7% al 11,1%.



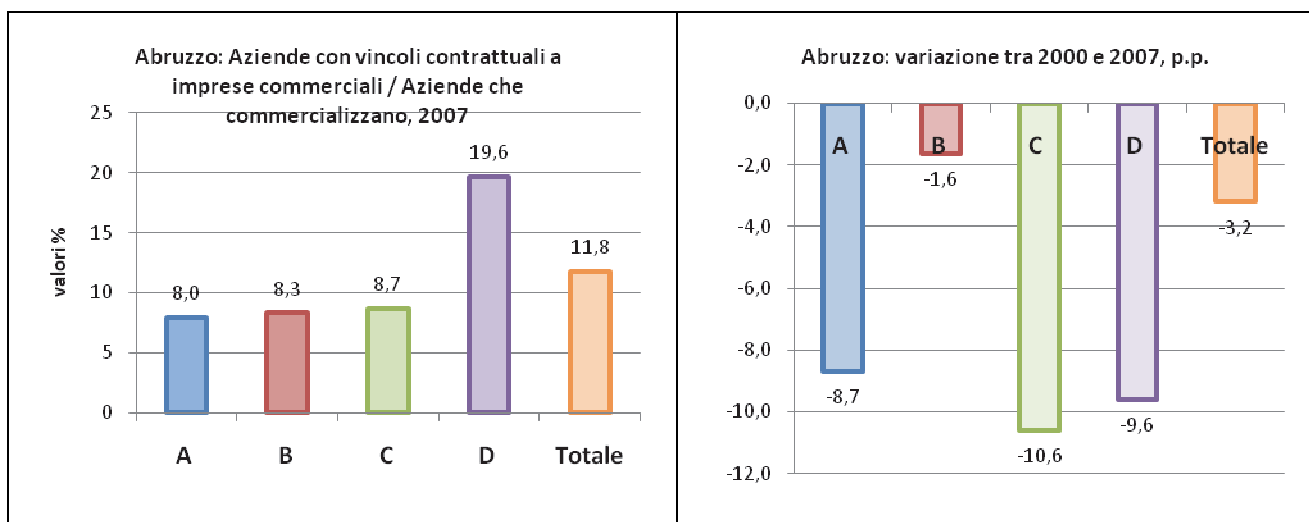
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Abruzzo



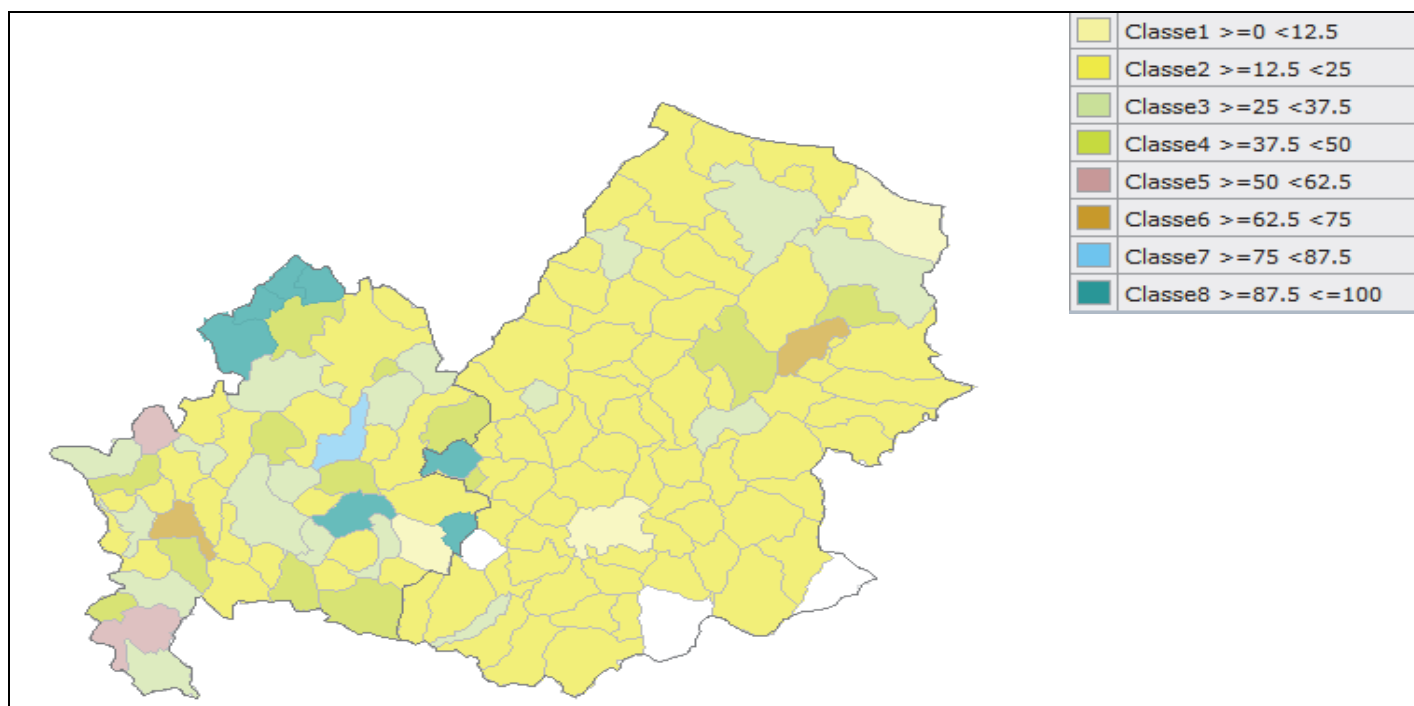
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Abruzzo, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 11,8% quindi anche se di pochissimo superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari al 11,6% e inferiore a quella delle Regioni Obiettivo Competitività nel complesso 13,3%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 3,2%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (59,3%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (48,3%). Sia in termini assoluti, (con oltre 1.400 unità) che in termini % (19,6% sul totale delle aziende che commercializzano), il maggiore numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la riduzione nel periodo considerato (2000-2007), si registra nella zona C (Aree rurali intermedie) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 19,3% al 8,7%.



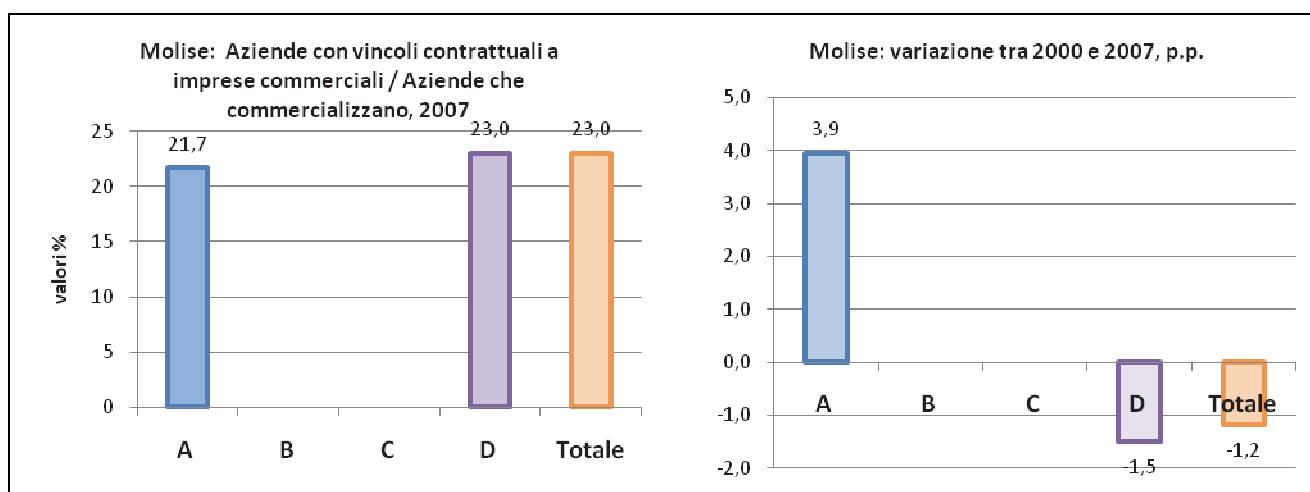
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Molise



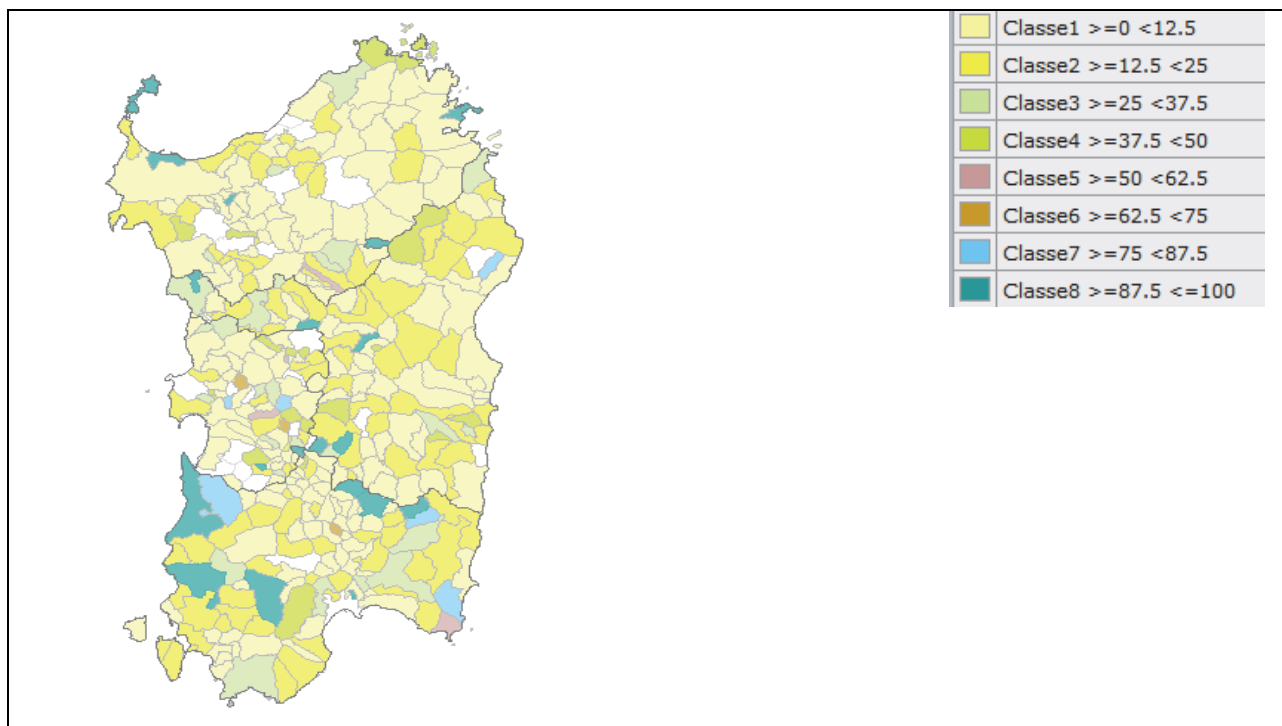
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Molise, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 23% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e inferiore a quella delle Regioni Obiettivo Competitività nel complesso 13,3%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 1,2%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (58,8%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (56,7%). Sia in termini in termini assoluti (con oltre 2.000 unità), che in termini % (23% sul totale delle aziende che commercializzano), il maggiore numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). Un esame della presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la riduzione nel periodo considerato (2000-2007), è stato registrato nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 24,5% al 23%; al contrario nelle zone A (Poli Urbani) si ha un aumento di 3,9 punti %.



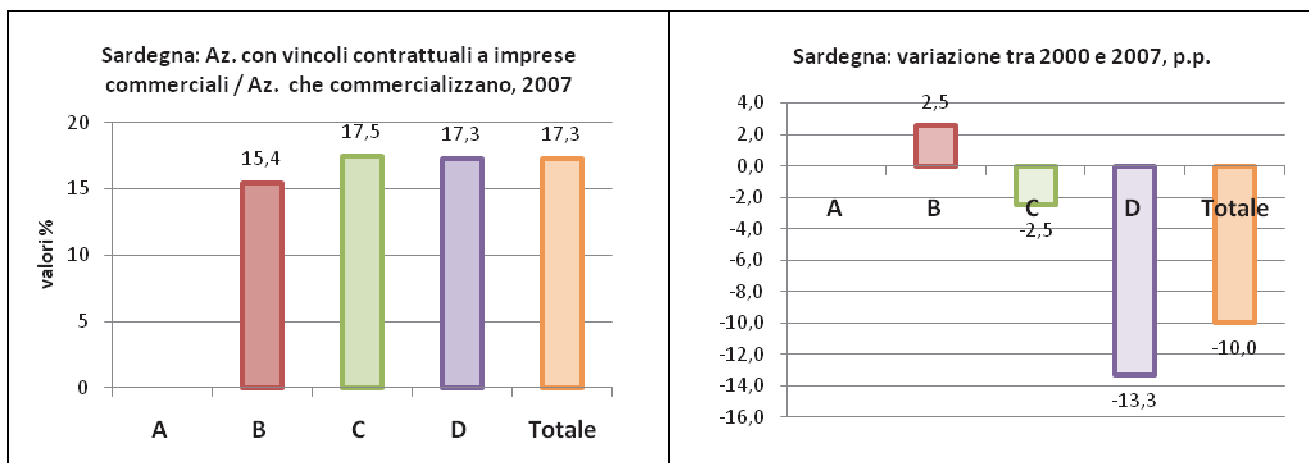
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Sardegna



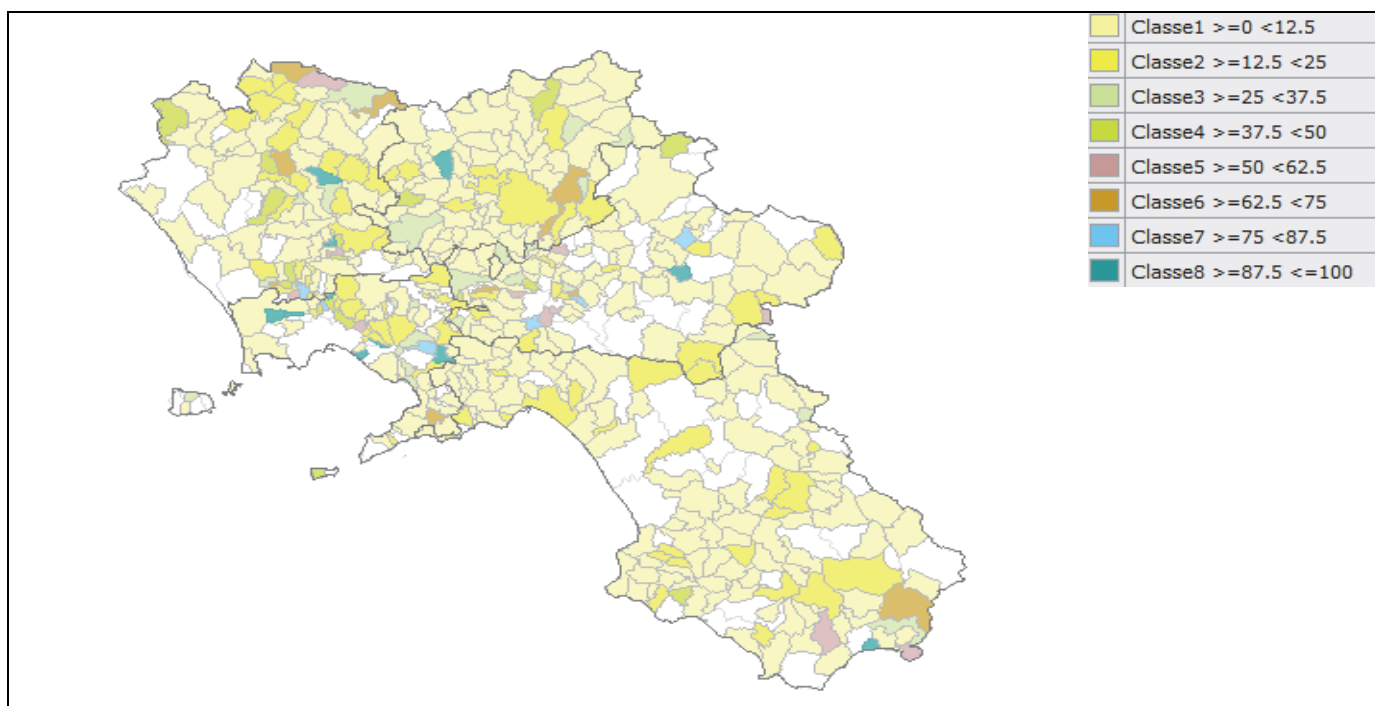
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Sardegna, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari al 17,3%, quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività nel complesso 13,3%. L'indicatore tra il 2000 e il 2007 si è ridotto del 10%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (70,4%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (53,4%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende che commercializzano è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 4.000 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone C (Aree rurali intermedie) col 17,5%. Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggior riduzione nel periodo considerato (2000-2007), si registra nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 30,6% al 17,3%; al contrario nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) si evidenzia un aumento di 2,5 punti percentuali.



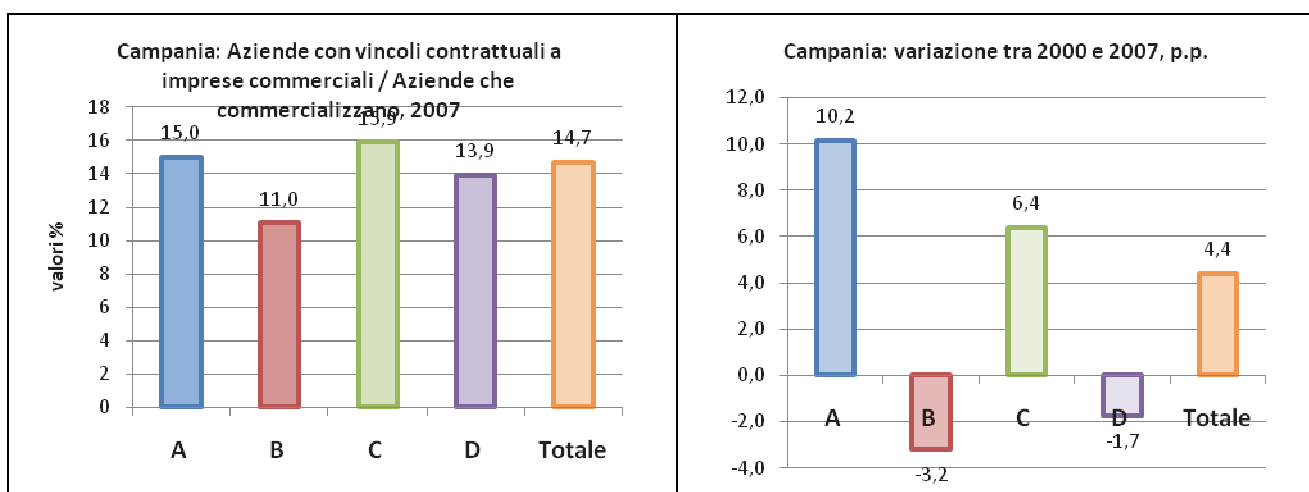
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Campania



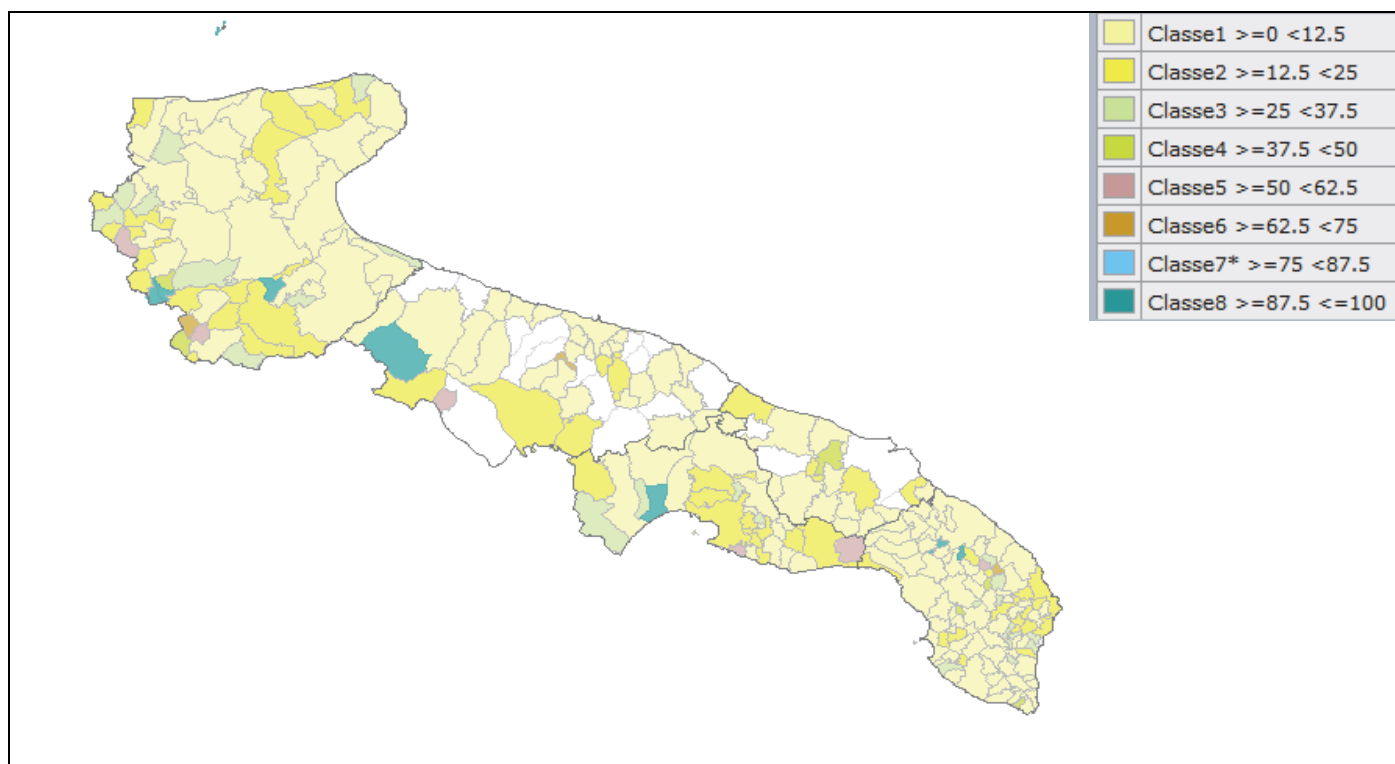
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Campania, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 14,7% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e di quella delle Regioni Obiettivo Convergenza nel complesso 9,8%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 è aumentata del 4,4%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (-38,9%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (57,2%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende che commercializzano è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 3.500 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone C (Aree rurali intermedie) col 15,9%. Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la maggior riduzione nel periodo considerato (2000-2007), si registra nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 14,2% al 11%; al contrario nelle zone A (Poli Urbani) si evidenzia un aumento di 10,2 punti percentuali.



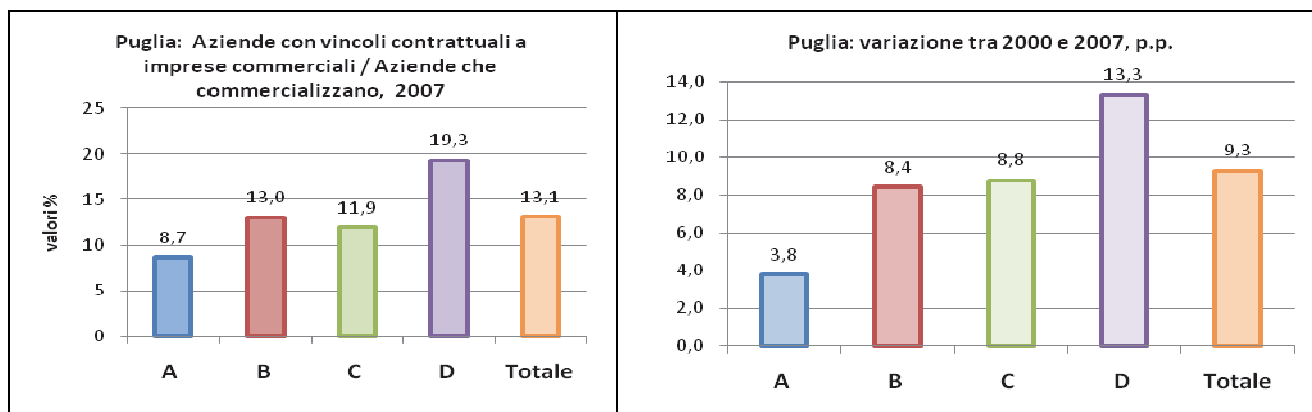
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Puglia



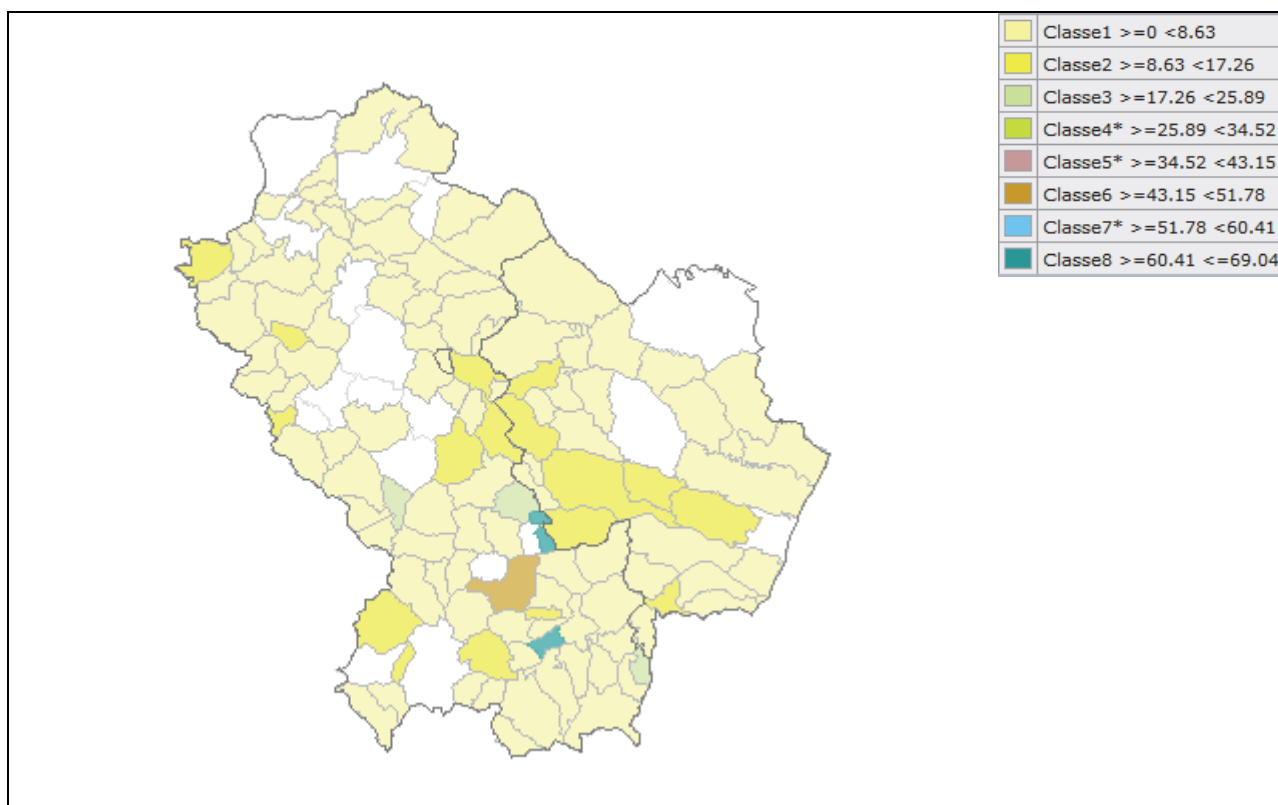
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Puglia, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 13,1% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e inferiore a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza nel complesso 9,8%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 è aumentata del 9,3%; questo fenomeno è dovuto ad un aumento nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (74,6%) rispetto ad una riduzione del totale delle aziende che commercializzano (49,3%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende che commercializzano è nelle zone C (Aree rurali intermedie) con oltre 9.000 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 19,3%. Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali, nelle diverse aree rurali, evidenzia che il maggiore aumento nel periodo considerato (2000-2007), si registra nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 6% al 19,3%.



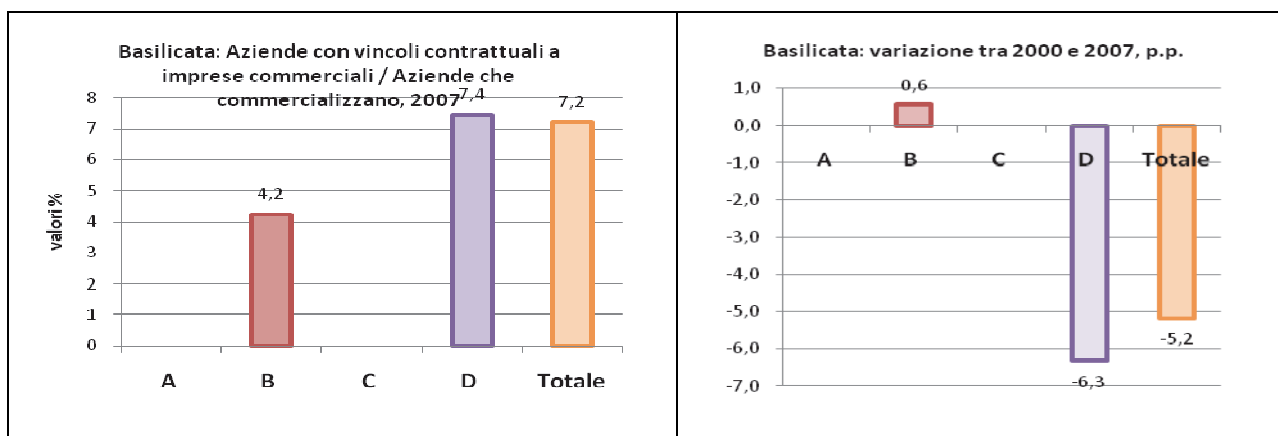
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Basilicata



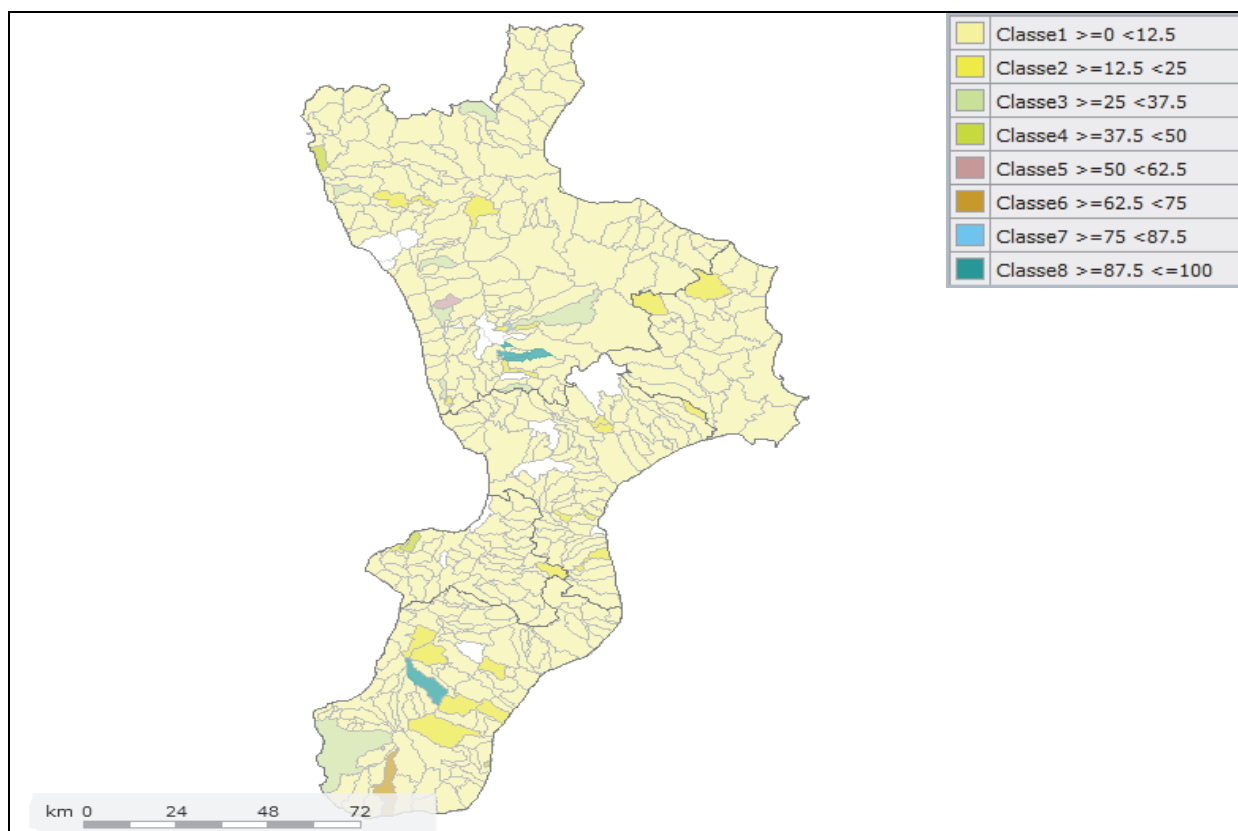
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Basilicata, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 7,2%, quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e di quella delle Regioni Obiettivo Convergenza nel complesso 9,8%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali, sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 si è ridotta del 5,2; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (63,7%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (37,6%). Sia in termini assoluti (con oltre 1.900 unità), che in termini % (7,4% sul totale delle aziende che commercializzano) la maggiore presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). Un esame sulla presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali, nelle diverse aree rurali, evidenzia che la riduzione nel periodo considerato (2000-2007), si può registrare nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 13,7% al 7,4%; al contrario nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) si evidenzia un aumento di 0,6 punti percentuali.



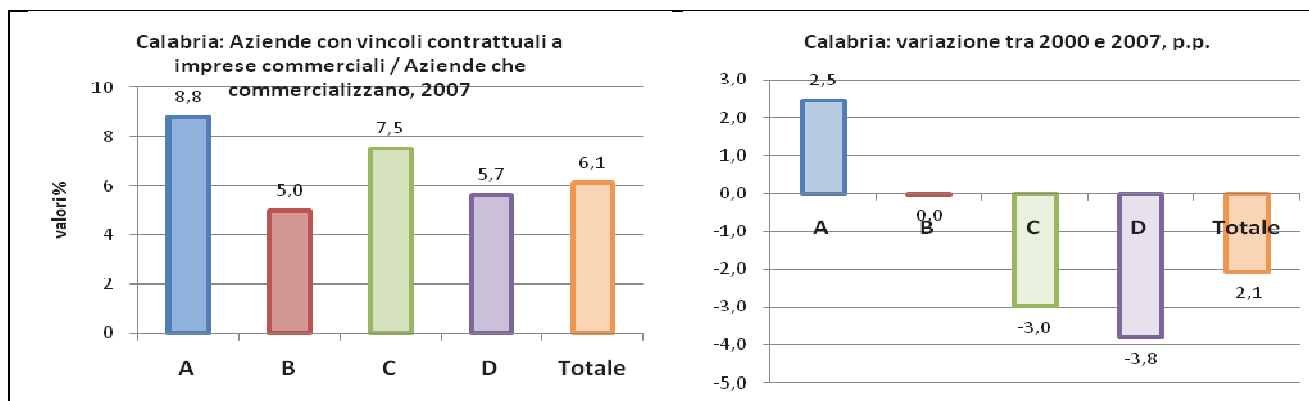
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Calabria



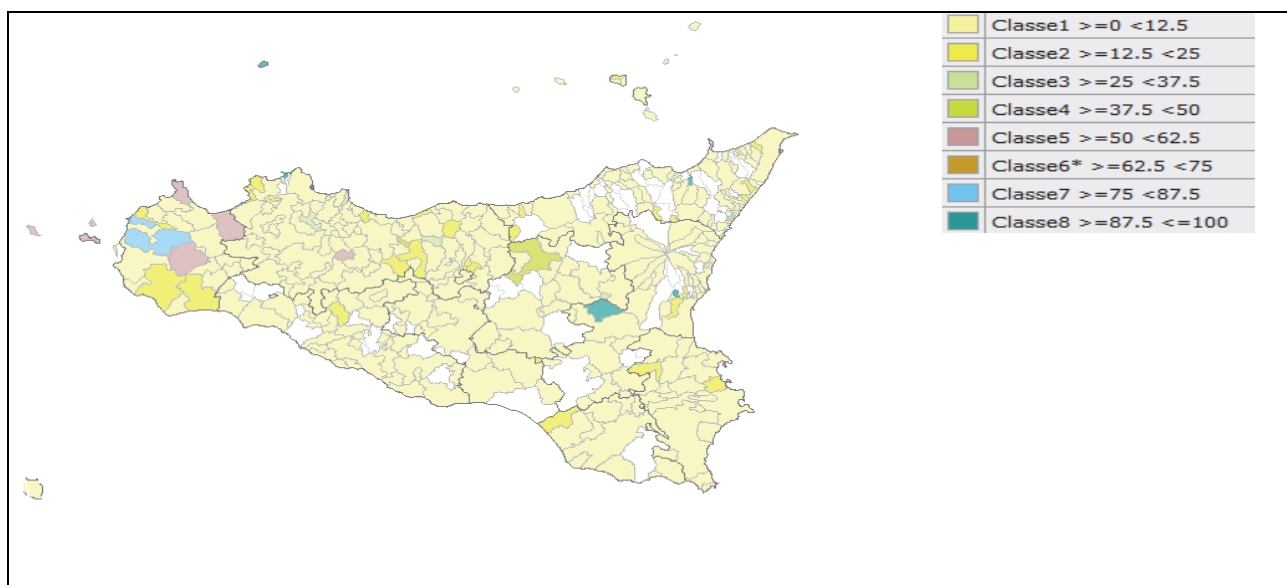
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Calabria, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 6,1% quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e di quella delle Regioni Obiettivo Convergenza nel complesso 9,8%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 2,1%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (51,3%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (34,8%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano e nelle zone A (Poli Urbani) col 8,8%. Un esame della distribuzione dell'indicatore nelle diverse aree PSN, evidenzia la maggiore riduzione nel periodo 2000-2007, nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 9,5% al 5,7%; al contrario nelle zone A (Poli Urbani) si evidenzia un aumento di 2,5 punti percentuali.



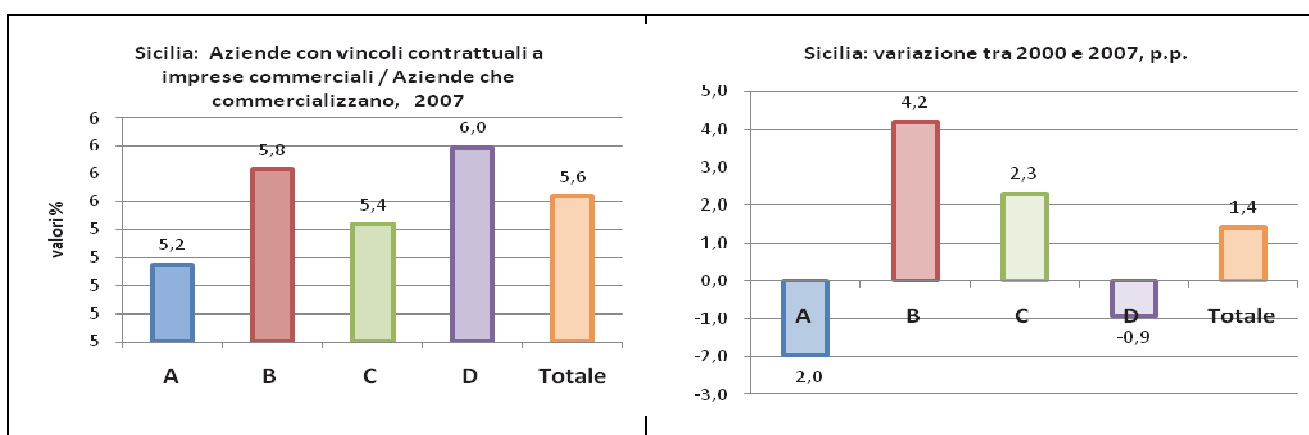
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Sicilia



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Sicilia, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari al 5,6% quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a 11,6% e di quella delle Regioni Obiettivo Convergenza nel complesso 9,8%. La presenza di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali sul totale delle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 è aumentata del 1,4%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali (32,9%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (49,8%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vincoli contrattuali a imprese commerciali è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 3.500 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano il maggior numero e nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 6%. Un esame sulla della distribuzione dell'indicatore nelle aree PSN mostra il suo maggior incremento tra 2000 e 2007 nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende con vincoli contrattuali sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 7,2% al 5,2%; al contrario nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) e nelle zone C (Aree rurali intermedie) si evidenzia un aumento rispettivamente del 4,2% e del 2,3%.

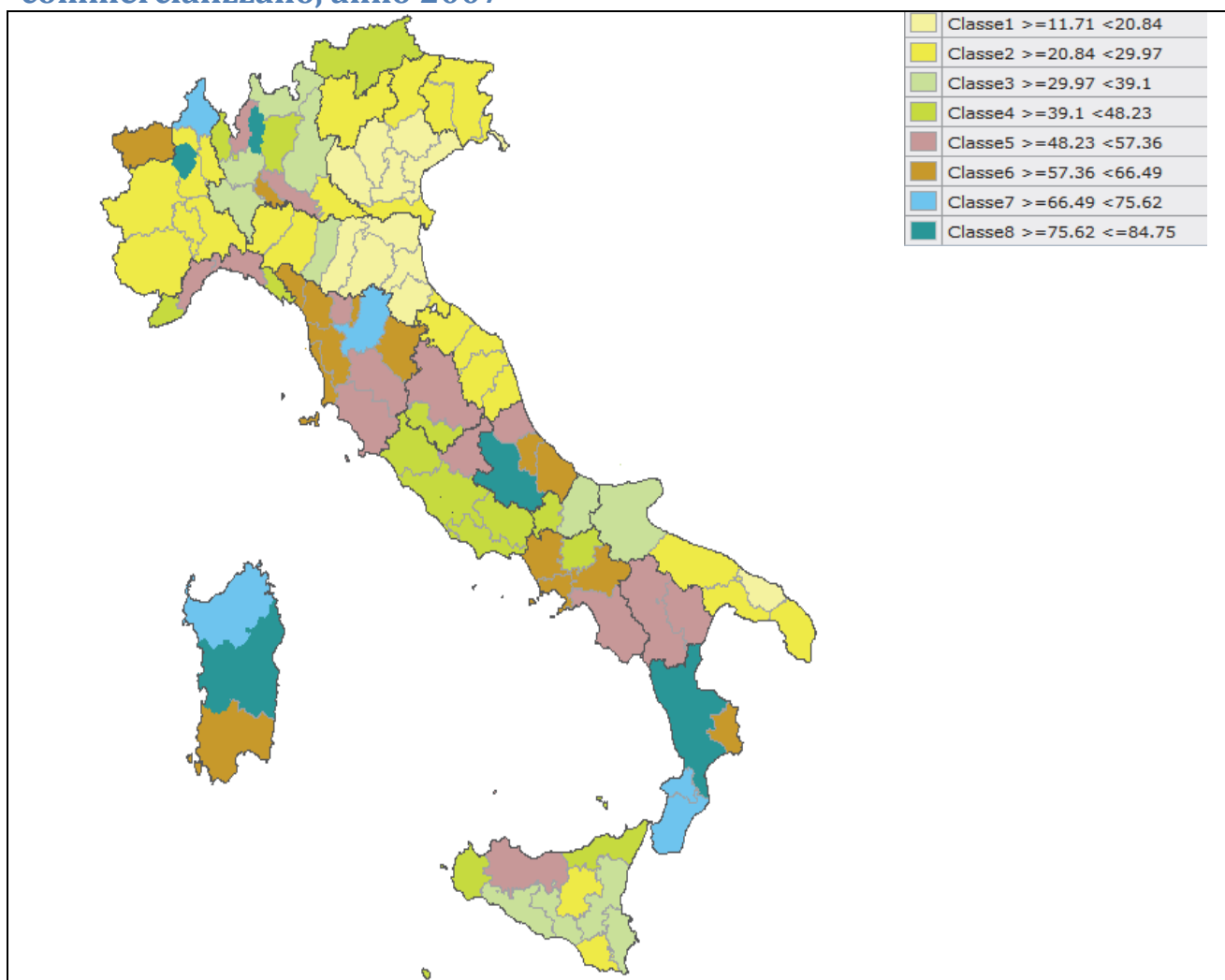


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

6. La Filiera Corta produttore–consumatore: aziende con vendita diretta al consumatore/aziende che commercializzano, anno 2007

La vendita diretta produttore – consumatore è la forma di collegamento al mercato più “tradizionale”: una modalità di organizzazione delle relazioni con il mercato che aveva alla base la presenza in tutti i Comuni di mercati alla produzione dove gli agricoltori periodicamente offrivano i loro prodotti. La modernizzazione della catena di approvvigionamento alimentare e la conseguente normativa igienico sanitaria ha portato ad una progressiva riduzione di questa organizzazione della vendita che tuttavia è rimasta in uso in molte aree interne del Paese. A partire dagli anni '90, la riduzione dei margini operativi causata sia dalla riduzione dei prezzi dei prodotti agricoli e sia da un aumento dei costi dei consumi intermedi (sempre più rilevanti nella composizione del costo di produzione) hanno portato le imprese agricole ad attuare strategie finalizzate sia a reinternalizzare quote di valore aggiunto dei segmenti a valle della filiera sia attraverso la trasformazione in azienda, sia attraverso la vendita diretta di prodotti freschi e trasformati e sempre più spesso anche attraverso la somministrazione di questi prodotti all'interno degli agri-turismi.

Figura Italia: Aziende con vendita diretta al consumatore/aziende che commercializzano, anno 2007



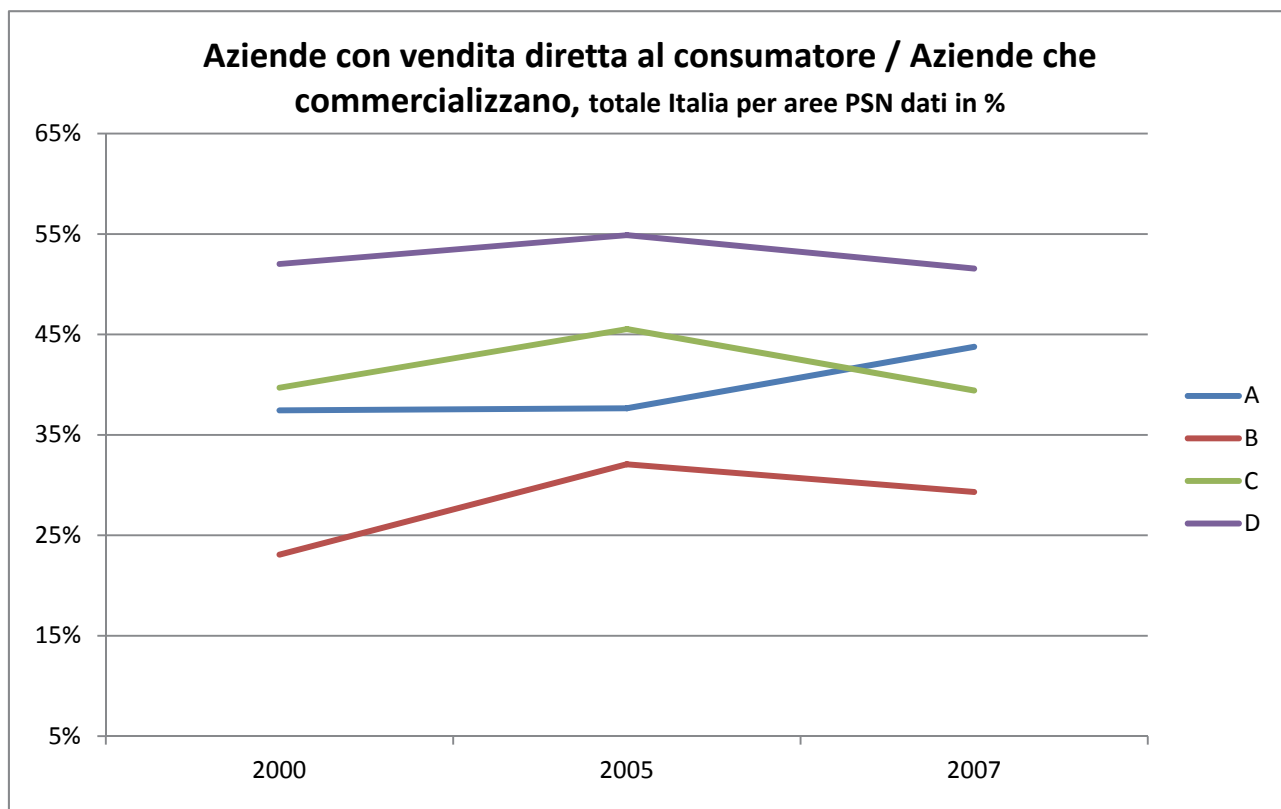
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

La vendita diretta oggi viene effettuata secondo diverse modalità: la tradizionale vendita nei mercati, che sono ricomparsi in forme nuove e specializzate come: a) i “mercati dei contadini” con giorni di apertura ed accesso regolamentati; b) la commercializzazione in azienda o in un punto vendita aziendale; c) la vendita ambulante ancora molto diffusa nelle regioni meridionali; d) la vendita nei nuovi canali distributivi a partire

dai “Gruppi di Acquisto” ed infine e) la vendita *online* il cui indicatore viene riportato nel capitolo successivo. La commercializzazione attraverso la “filiera corta” rappresenta quindi un fenomeno molto diffuso ed importante per le imprese agricole italiane. Spesso si tratta di una modalità non esclusiva, ma integrativa di altre relazioni di mercato come ad esempio le diverse integrazioni verticali esaminate in questo Atlante: la stessa regolamentazione delle Organizzazioni dei Produttori, che obbliga i soci al conferimento dell’intera produzione, prevede una deroga nel caso della commercializzazione diretta per una quota che può giungere fino al 25% dell’intera produzione.

In molte zone rurali la vendita diretta costituisce un importante elemento di attrattività e di *marketing* del territorio, come nel caso delle “Strade del Vino”. Non meraviglia quindi che i valori più elevati dell’indicatore si trovino, per il 2007, proprio nelle aree di maggior turismo e di produzione di prodotti di qualità riconosciuta o di produzioni biologiche dove il rapporto diretto produttore consumatore riduce i costi di transazione legati alle asimmetrie informative, sostituendo anche la certificazione comunitaria.

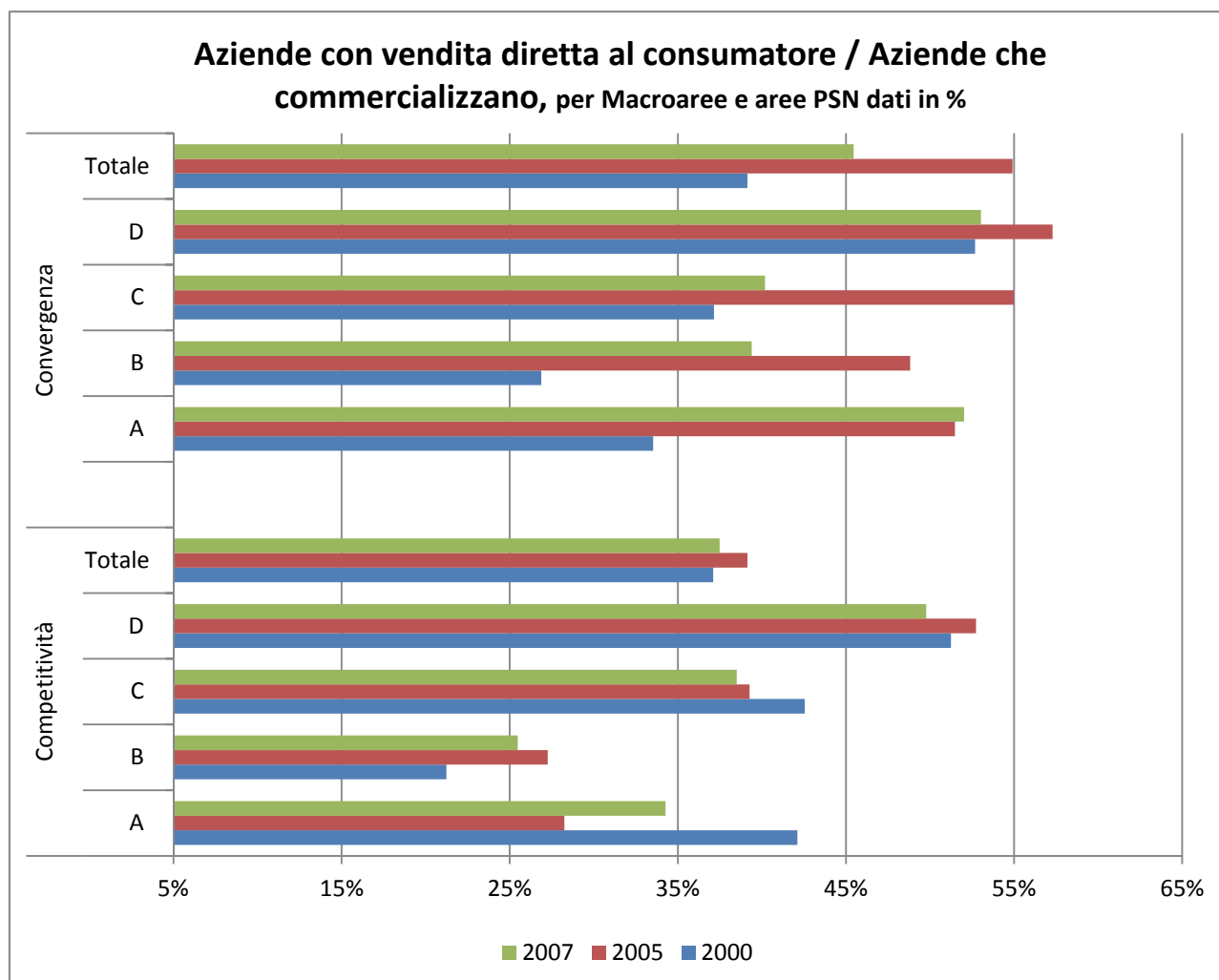
Nel 2007 la percentuale di imprese agricole che effettuavano la vendita diretta rispetto al totale di quelle che commercializzano i propri prodotti era pari al 41,4% nel complesso; per metà delle Province il valore dell’indicatore è stato superiore alla media. In 5 Province (Trieste, La Spezia, Frosinone, Vibo Valentia e Nuoro) il valore dell’indicatore supera gli 80 punti percentuali.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

L’analisi dell’andamento dell’indicatore nel periodo considerato 2000-2005, evidenzia un aumento tra il 2000 (38,1%) ed il 2005 (45,2%) ed un leggero decremento dal 2007 (41,4). Nello stesso periodo l’indicatore ha andamenti differenziati per area PSN: in area A (Poli Urbani) la percentuale di imprese che fanno vendita diretta rispetto a quelle che commercializzano aumenta di 6,4 punti percentuali principalmente nel periodo 2005-2007 portando l’indicatore al di sopra della media nazionale (43,8%). Nelle altre aree l’andamento è quello della media nazionale con una crescita tra il 2000 e il 2005 ed una flessione nei due anni successivi. L’area PSN dove l’indicatore assume il valore maggiore in tutto il periodo considerato è l’area D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) dove passa dal 52% del 2000 al 54,9% del 2005 al 51,6 del 2007 rimanendo sempre ben al di sopra della media nazionale.

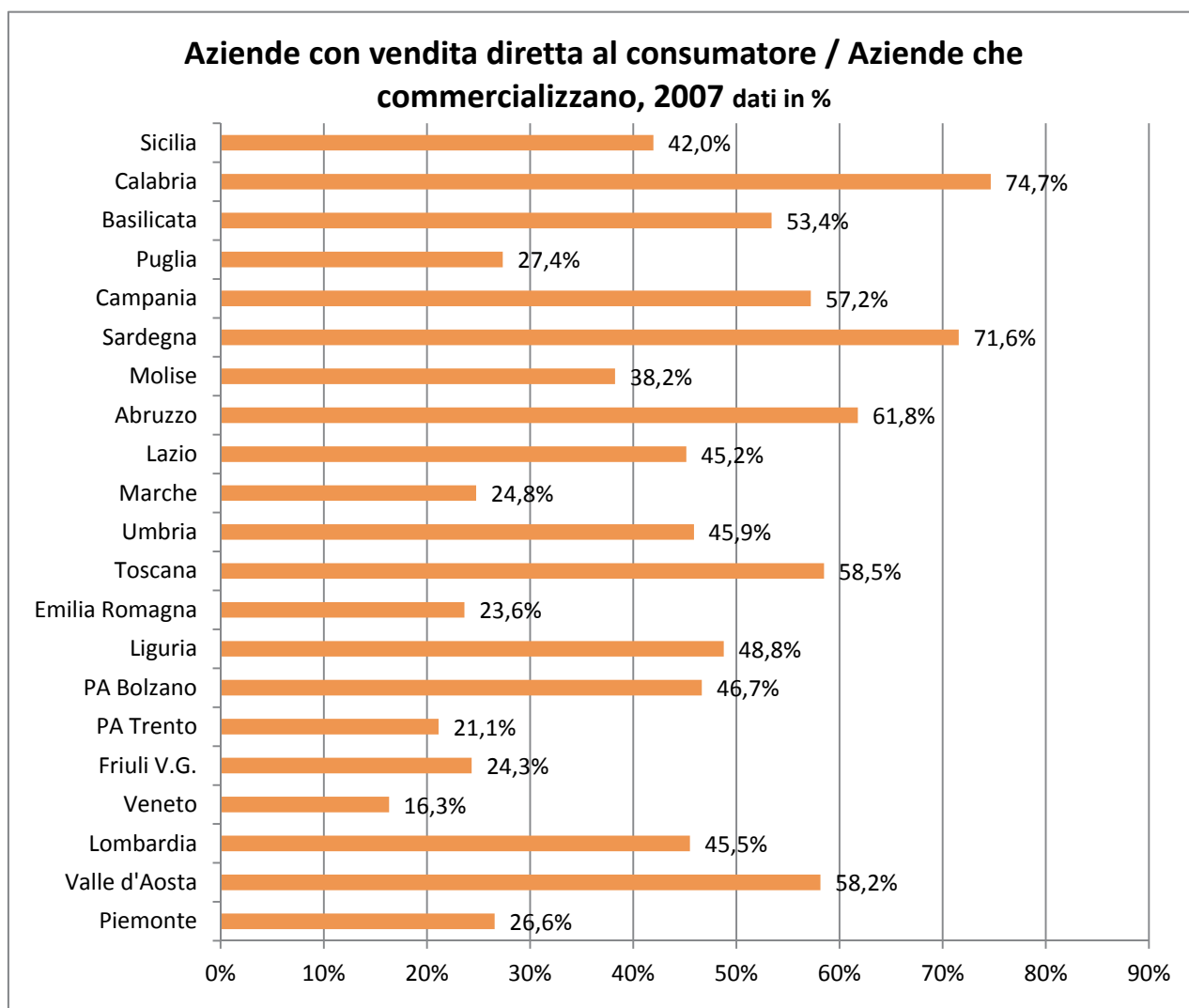
L'analisi per Regioni Obiettivo Convergenza e Competitività e sempre per aree PSN, pone in evidenza come per il fenomeno della vendita diretta sia l'area Obiettivo Convergenza a determinare l'andamento medio nazionale: in queste Regioni l'evoluzione nelle diverse aree PSN dell'indicatore è analoga ai quanto avviene a livello nazionale. Nell'area delle Regioni Obiettivo Competitività, invece, c'è una crescita dell'indicatore nel periodo considerato solo nell'area B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) dove la vendita diretta costituisce ed ha costituito una risposta alla riduzione dei prezzi dei prodotti e quindi dei redditi.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

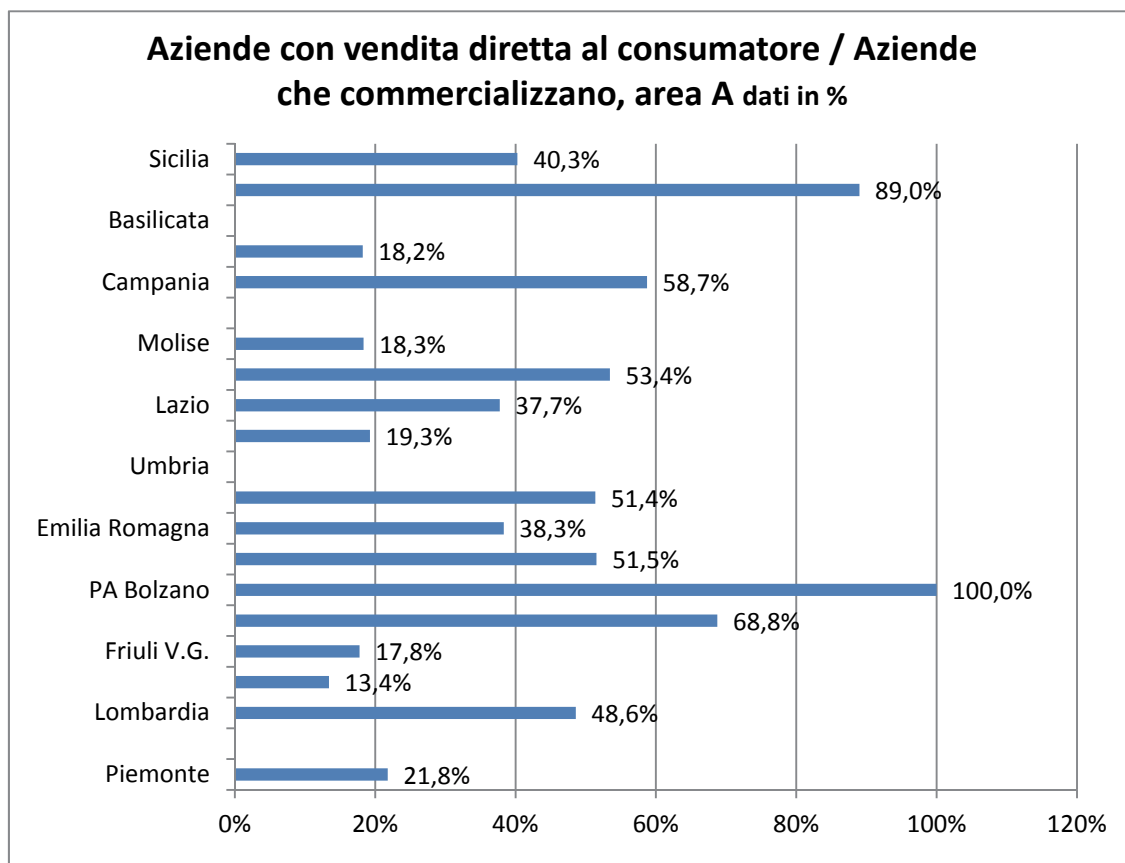
Confronto tra le Regioni e Province Autonome (PA) aziende con vendita diretta al consumatore / aziende che commercializzano, anno 2007

La vendita diretta è, come detto una forma di commercializzazione molto diffusa tra le imprese agricole; tuttavia alcune importanti differenze sono riscontrabili tra le diverse Regioni italiane ed, all'interno di queste, tra le aree individuate dalla zonizzazione del PSN. L'indicatore assume i valori più alti nelle Regioni meridionali dove il primato lo ha la Calabria seguita dalla Sardegna e dall'Abruzzo, fenomeno che può essere spiegato da diversi fattori tra una bassa propensione all'integrazione verticale di tipo associativo e contrattuale, la presenza di produzioni fresche e trasformate all'interno delle imprese agricole, un settore distributivo di tipo tradizionale con una forte presenza di vendita diretta anche in via ambulante.

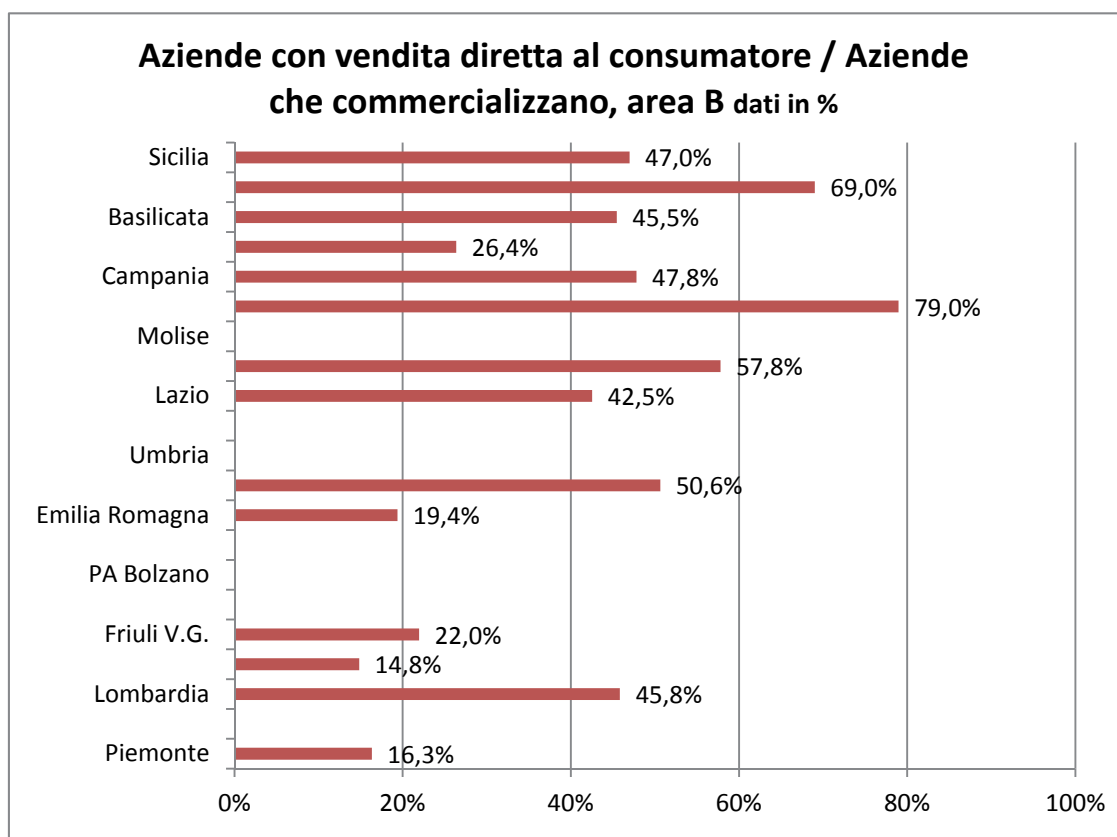


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

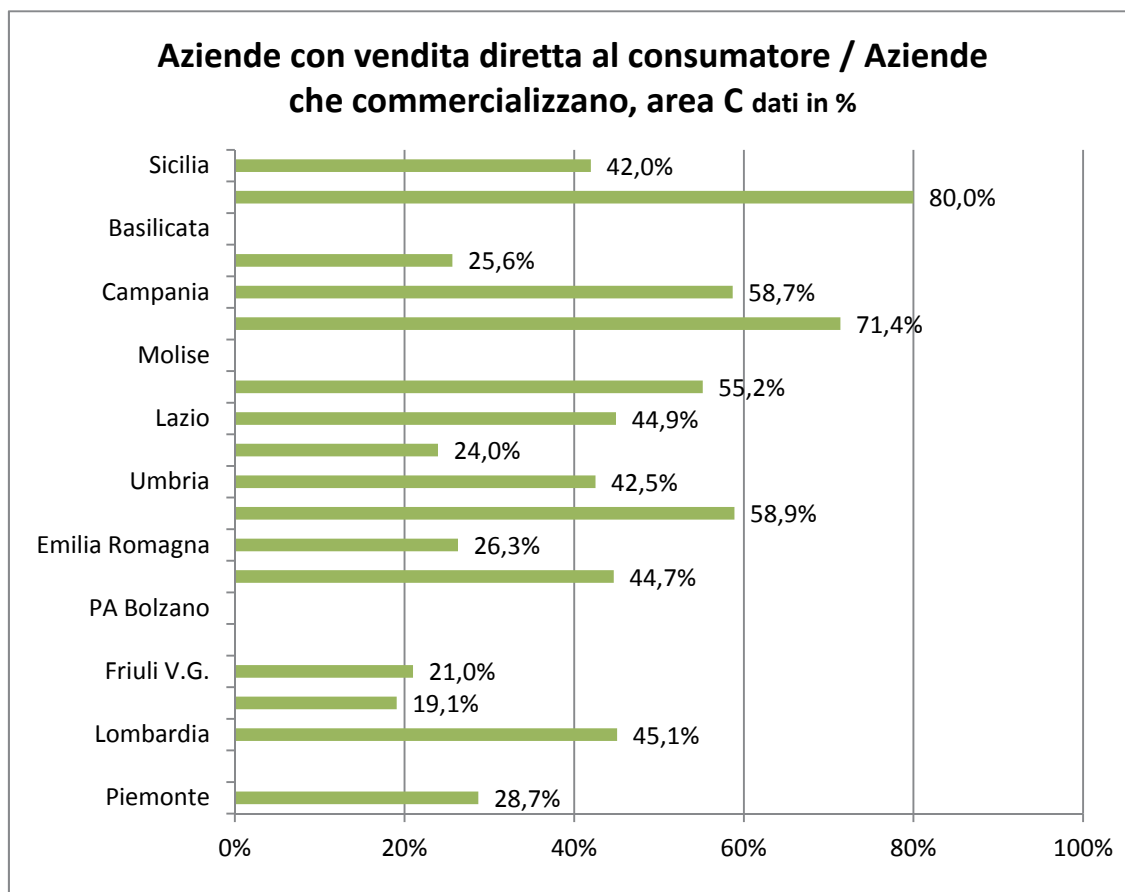
Nelle Regioni centro settentrionali, il valore massimo dell'indicatore si riscontra in Toscana generato sia dalla presenza di un settore vitivinicolo caratterizzato da cantine aziendali sia dalla presenza di un numero elevato di agri-turismi e punti vendita aziendali a servizio dei turisti oltre che dei residenti delle aree rurali. Nelle pagine seguenti vengono riportati i valori dell'indicatore per le diverse zone del PSN.



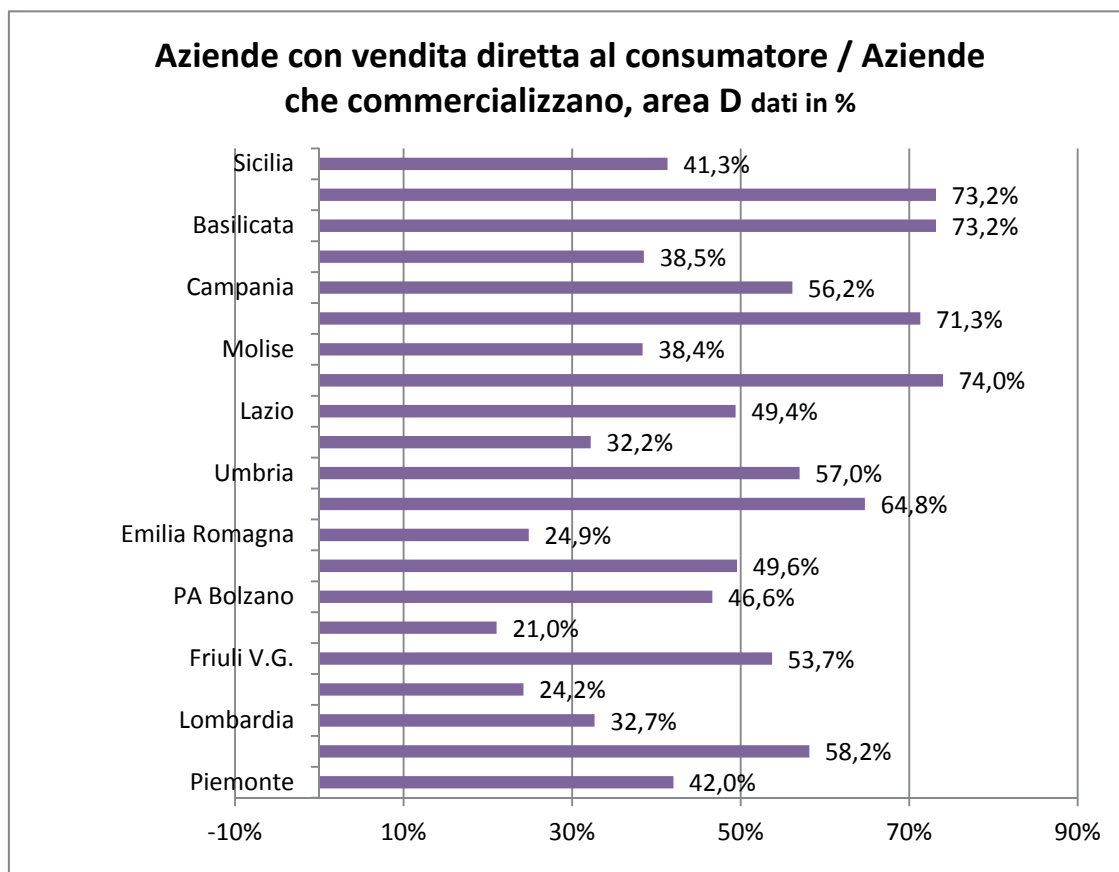
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

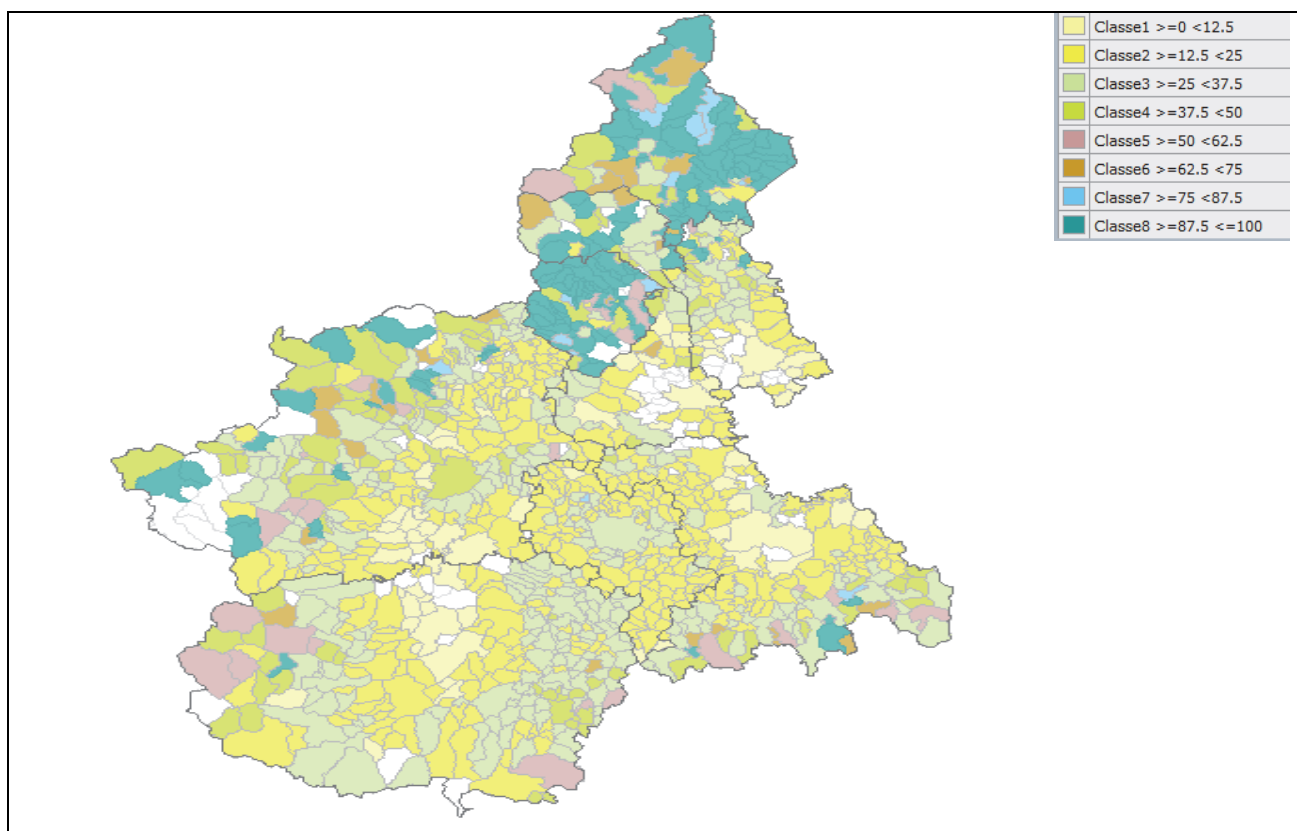


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



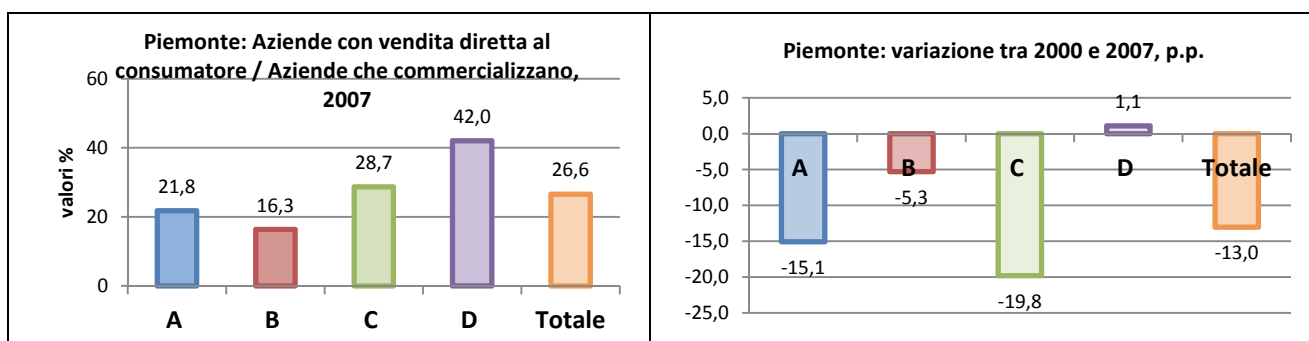
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Piemonte



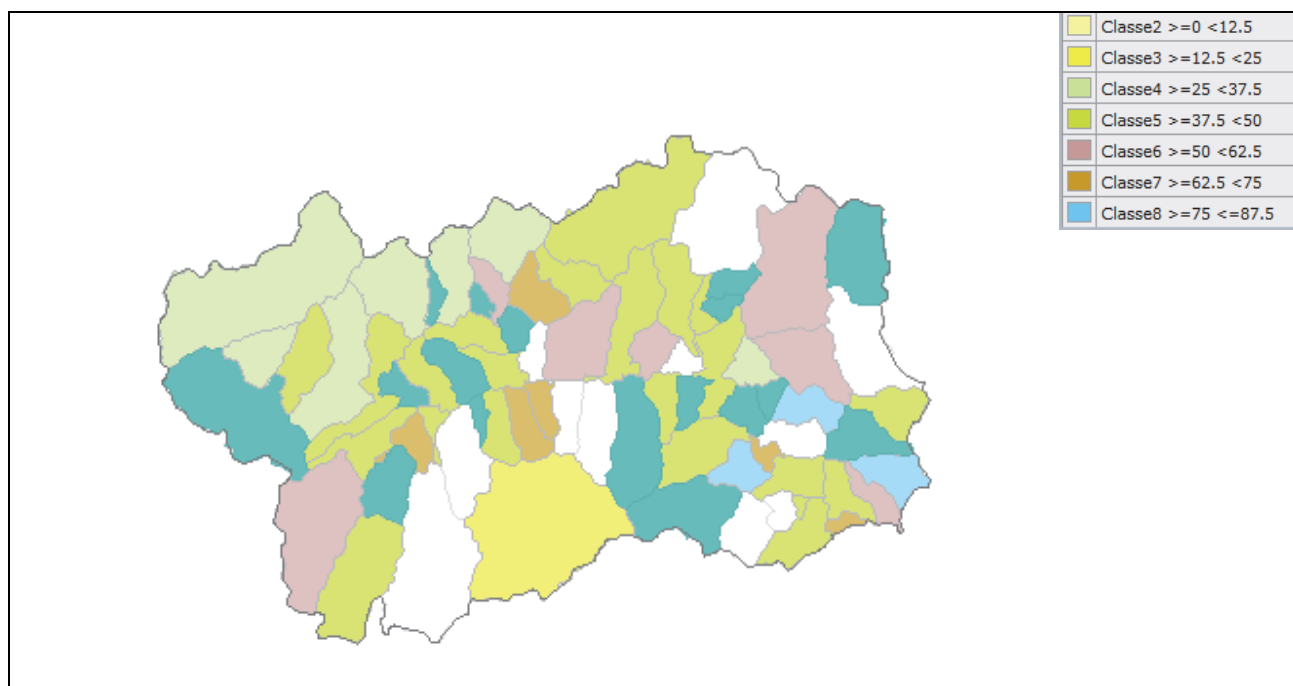
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Piemonte, nel 2007, il valore dell'indicatore è risultato pari al 26,6%, inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è stata pari a (41,4%) e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (37,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 13%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vendita diretta al consumatore (65,9%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-49,2%). In termini assoluti il maggior numero di aziende con vendita diretta al consumatore è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 5.500 unità. Mentre in termini % la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 42%. Un esame dell'indicatore nelle diverse aree PSN evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nella zona A (Poli Urbani) dove è passato dal 48,5% al 28,7%; al contrario nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) dove c'è stato un aumento del 1,1%.



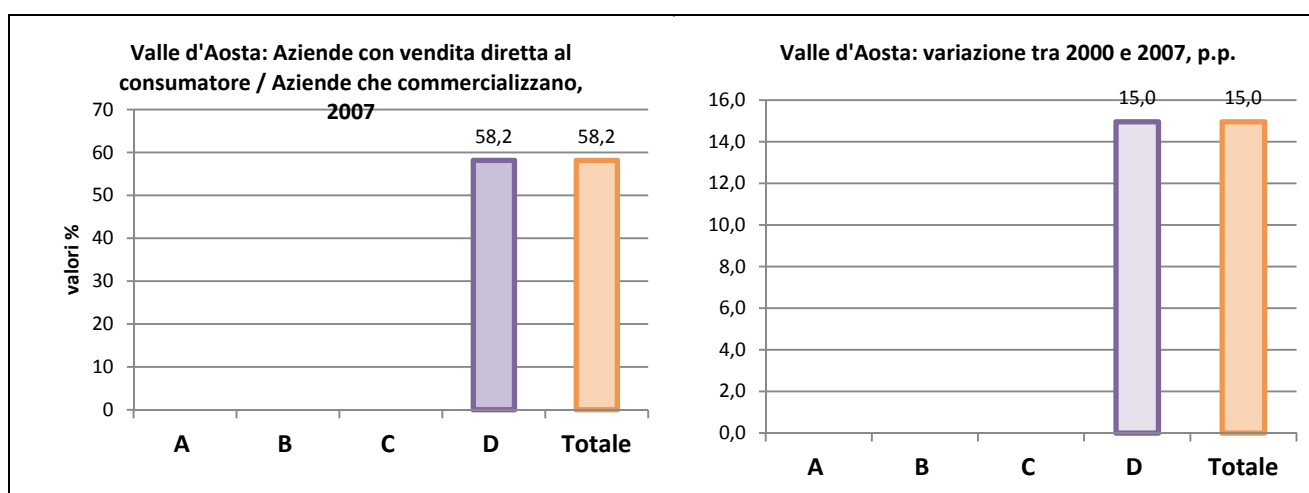
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Valle d'Aosta



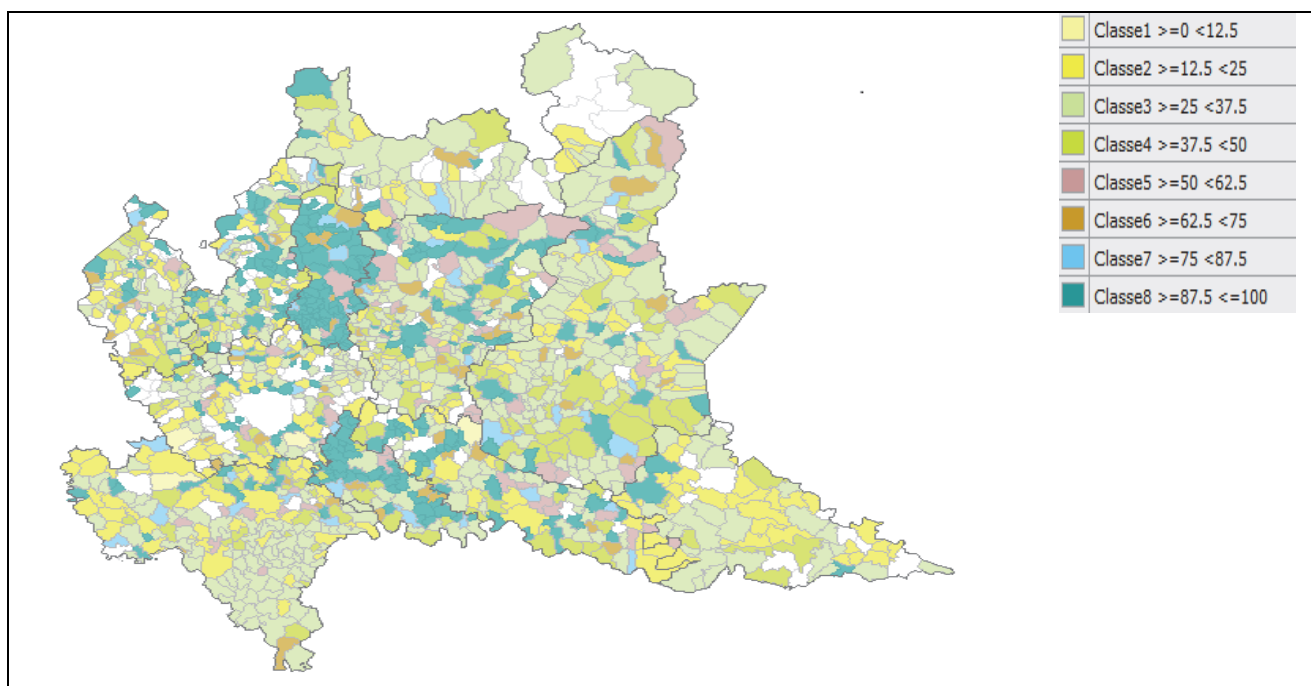
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Valle d'Aosta, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore, sul totale delle aziende che commercializzano, è risultata pari al 58,3% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è stata pari a (41,4%) e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (37,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 15%, questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vendita diretta al consumatore (-48,1%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (61,5%).



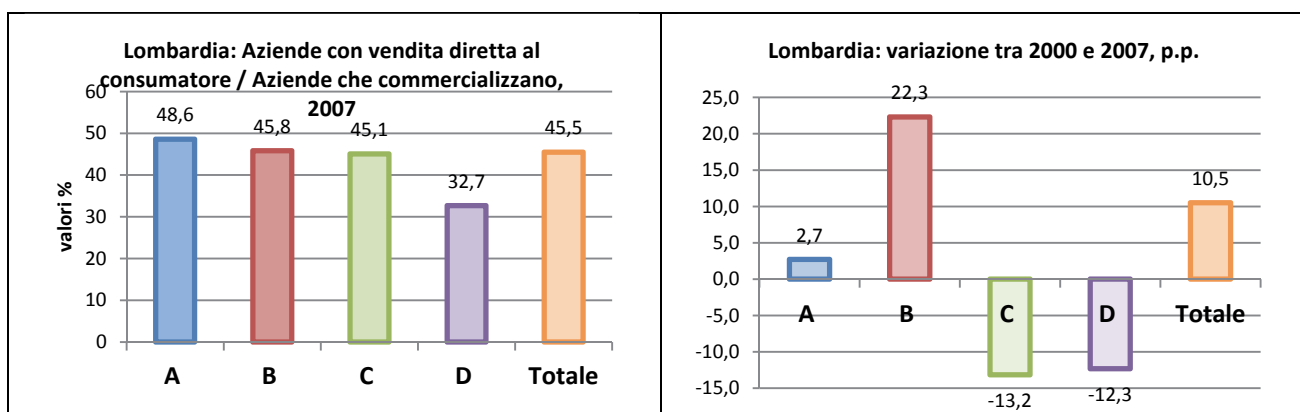
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Lombardia



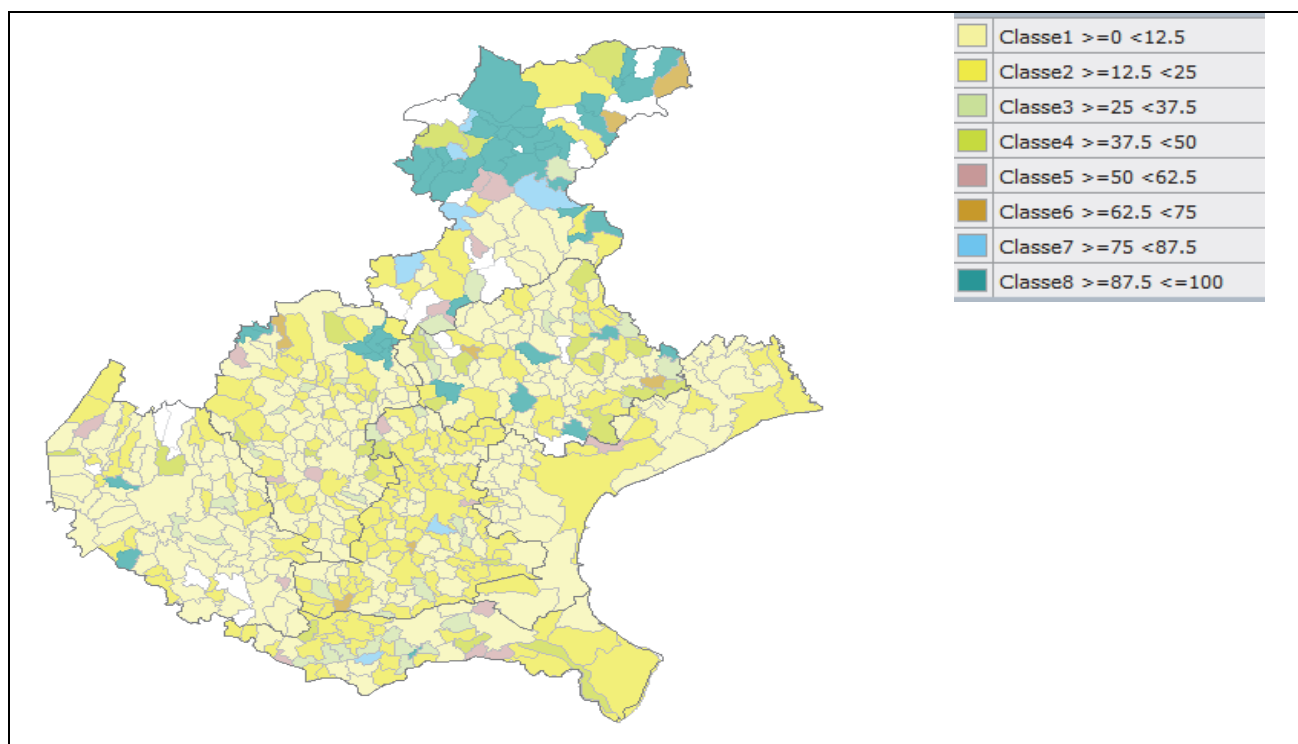
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Lombardia, nel 2007, il valore dell'indicatore è risultato pari 45,5% superiore alla media nazionale che nello stesso anno è stata pari a (41,4%) e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (37,5%). Le aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 10,5%; per una minore riduzione, nel periodo considerato (2000-2007), delle aziende con vendita diretta al consumatore (-54,7%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-65,2%). In termini assoluti le aziende con vendita diretta sono ella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva) con oltre 5.000 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani) col 48,6%. Il maggior aumento dell'indicatore nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 23,5% al 45,8%; al contrario nelle zone C (Aree rurali intermedie) c'è stata una diminuzione del 13,2%.



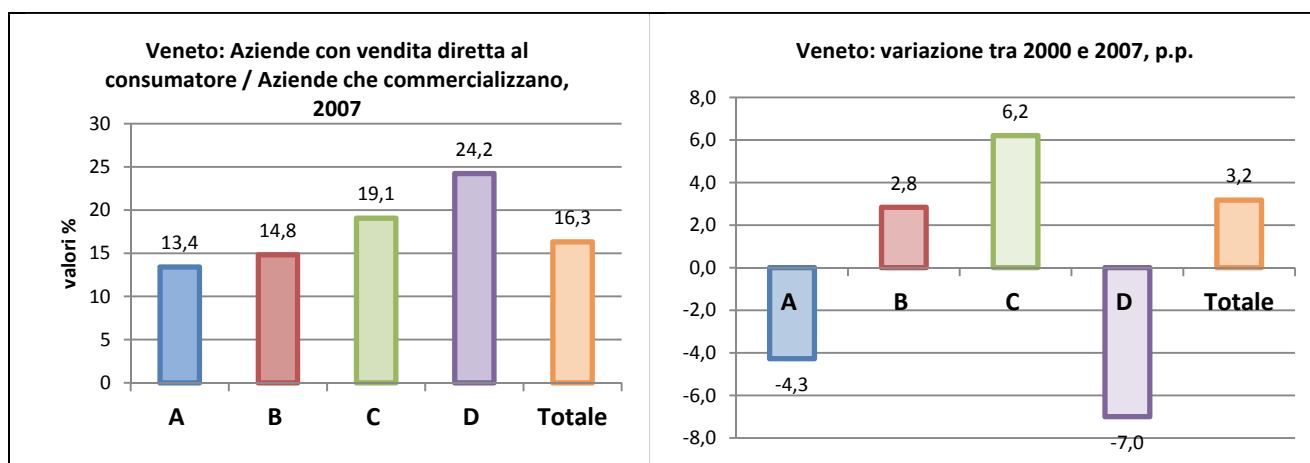
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Veneto



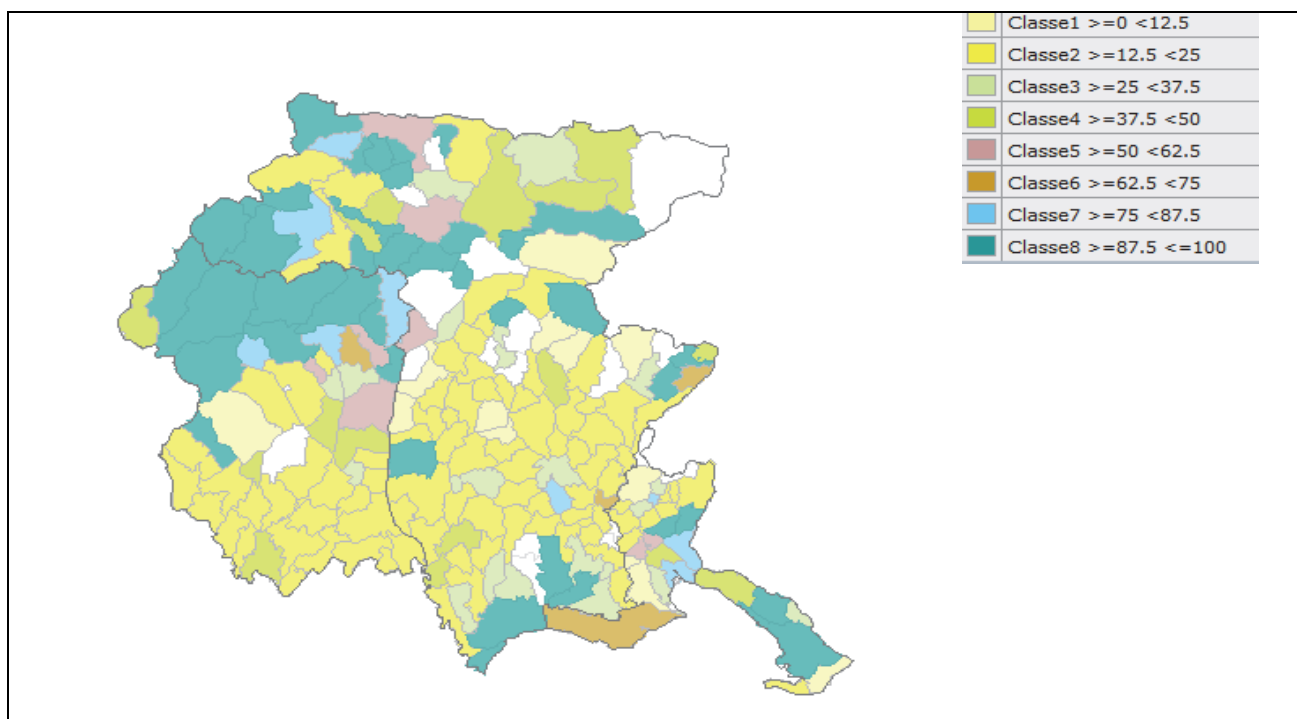
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Nel Veneto, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari a 16,3% quindi inferiore alla media nazionale pari a (41,4%), e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (37,5%). L'indicatore tra il 2000 e il 2007, è aumentato del 3,2% per una minore riduzione, delle aziende con vendita diretta al consumatore (-31,5%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-44,9%). In termini assoluti il maggior numero di aziende con vendita diretta è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con oltre 8.700 unità. Mentre il valore maggiore dell'indicatore è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 24,2%. Un esame sulla presenza di aziende con vendita diretta al consumatore nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone C (Aree rurali intermedie) dove l'incidenza delle aziende con vendita diretta sul totale di quelle che commercializzano è passata dal 12,9% al 19,1%; al contrario nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con una diminuzione del 7%.



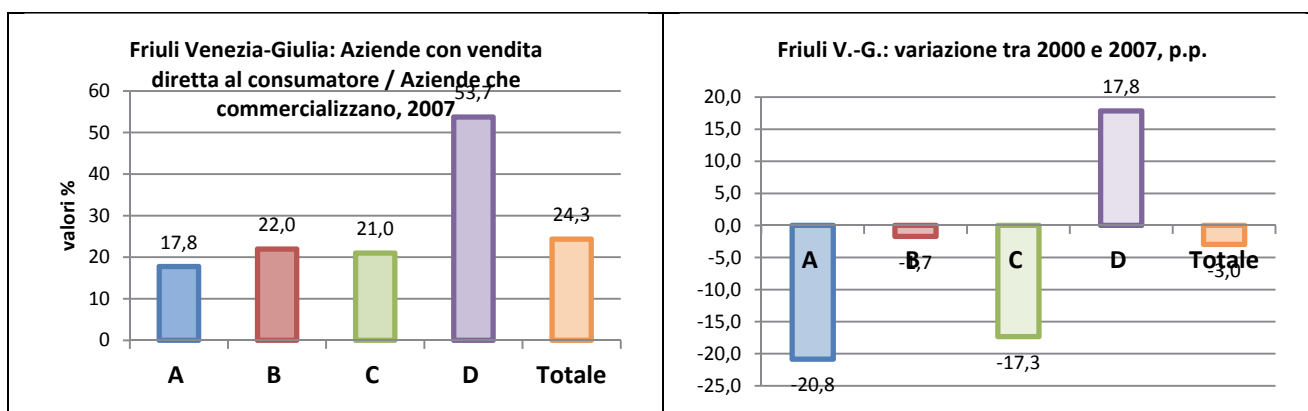
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Friuli Venezia-Giulia



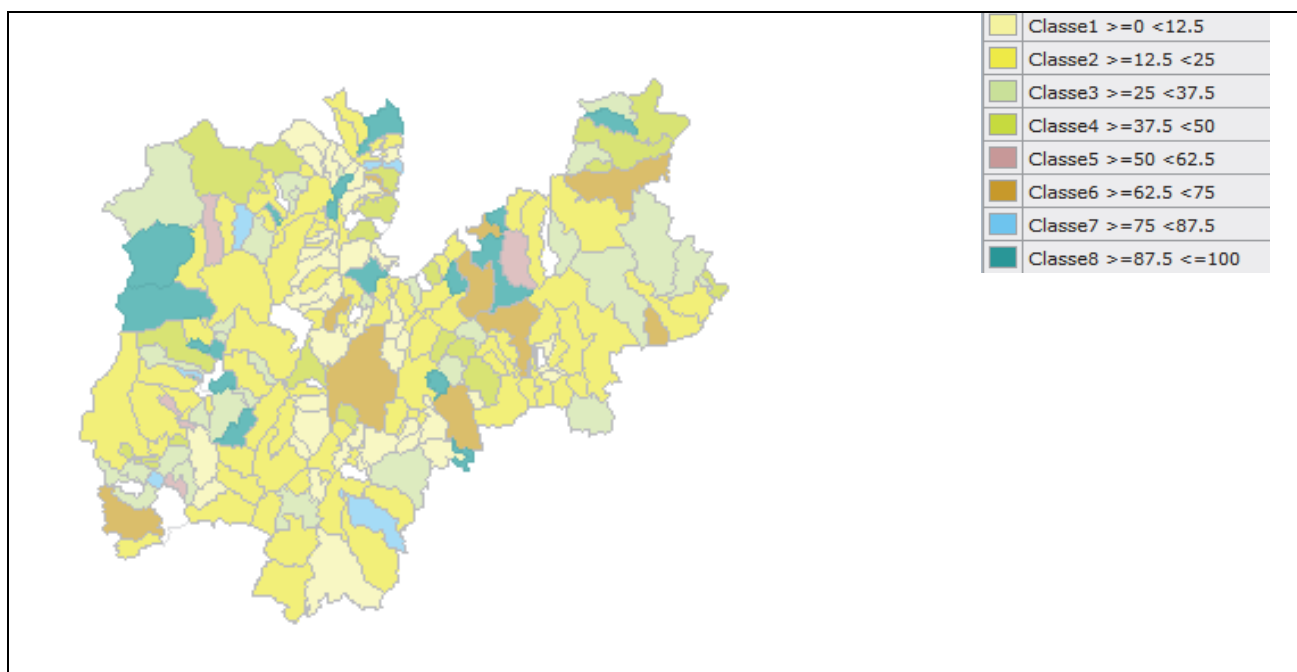
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Friuli Venezia Giulia, nel 2007, l'incidenza il valore dell'indicatore è risultato pari a 24,3% quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a (41,4%) e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (37,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007, è diminuita del 3%, un fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione delle aziende con vendita diretta al consumatore (-64,5%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (60,1%). In termini assoluti il maggior numero di aziende con vendita diretta al consumatore, è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con oltre 1.600 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza si registra nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 53,7%. Un esame del valore dell'indicatore nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione 2000-2007, si registra nelle zone A (Poli Urbani) dove si è passati dal 38,6% al 17,8%. Viceversa nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) c'è un aumento di 17,8 punti.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

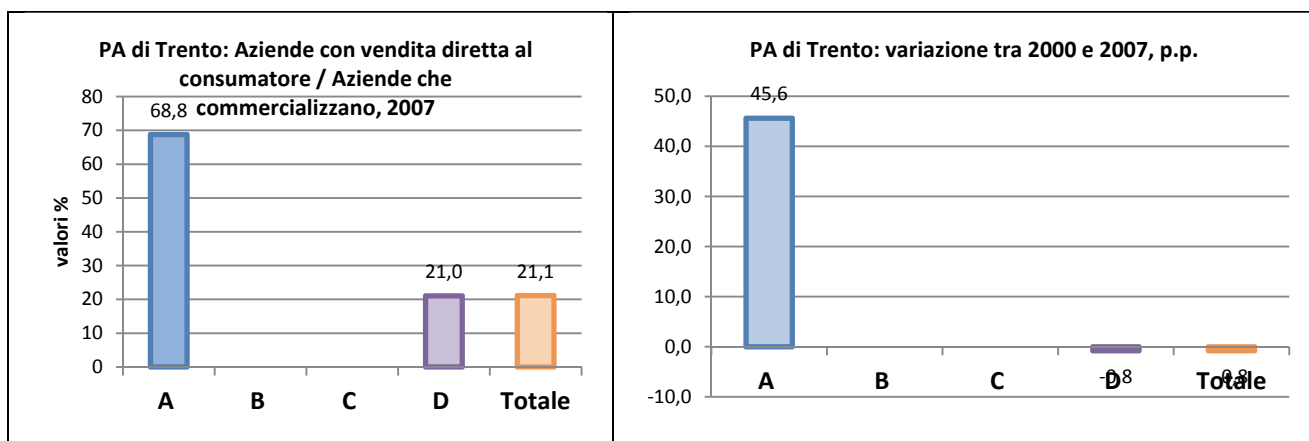
Provincia Autonoma (PA) di Trento



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

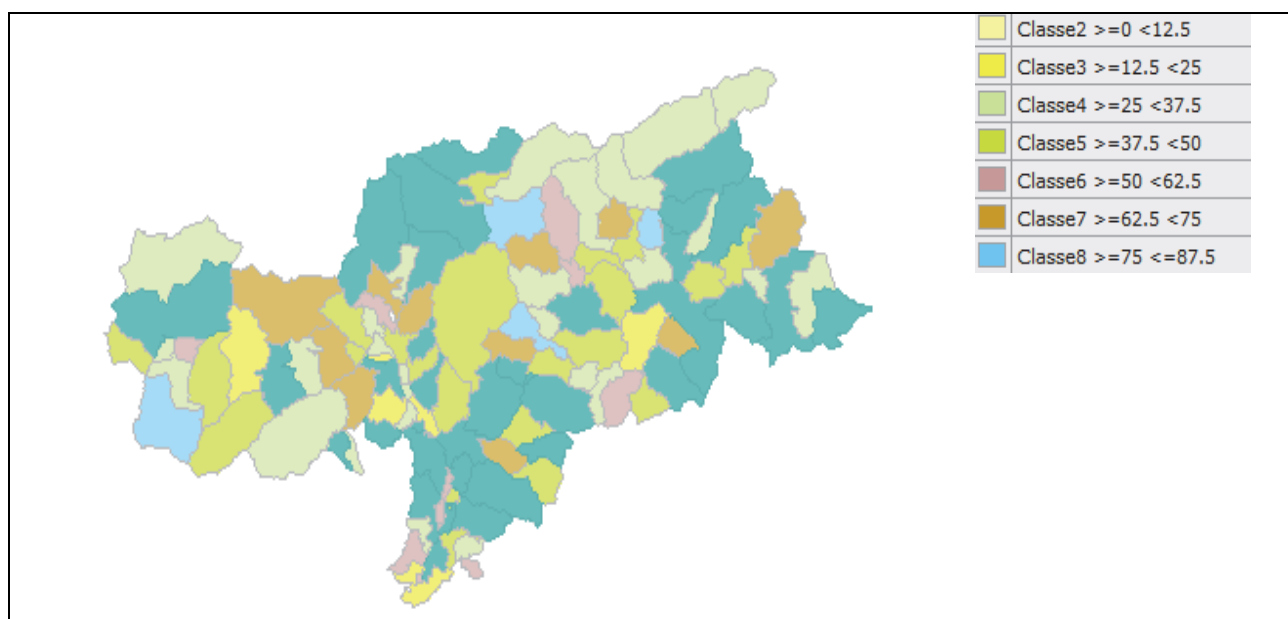
Nella Provincia Autonoma di Trento, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari a 21,3% quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a (41,4%) e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (37,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007 è diminuita dello 0,8%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vendita diretta al consumatore (-50,6%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (45,8%). In termini assoluti il maggior numero di aziende con vendita diretta al consumatore è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 1.900 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani) col 68,8%. Un esame sulla presenza di aziende con vendita diretta al consumatore nelle diverse aree rurali, evidenzia che nel periodo preso in considerazione (2000-2007), nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si può registrare una riduzione di 0,8 punti percentuali; al contrario nella zona A (Poli Urbani) si evidenzia un sostanziale aumento di 45,6 punti percentuali.

Grafico da rifare



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Provincia Autonoma (PA) di Bolzano

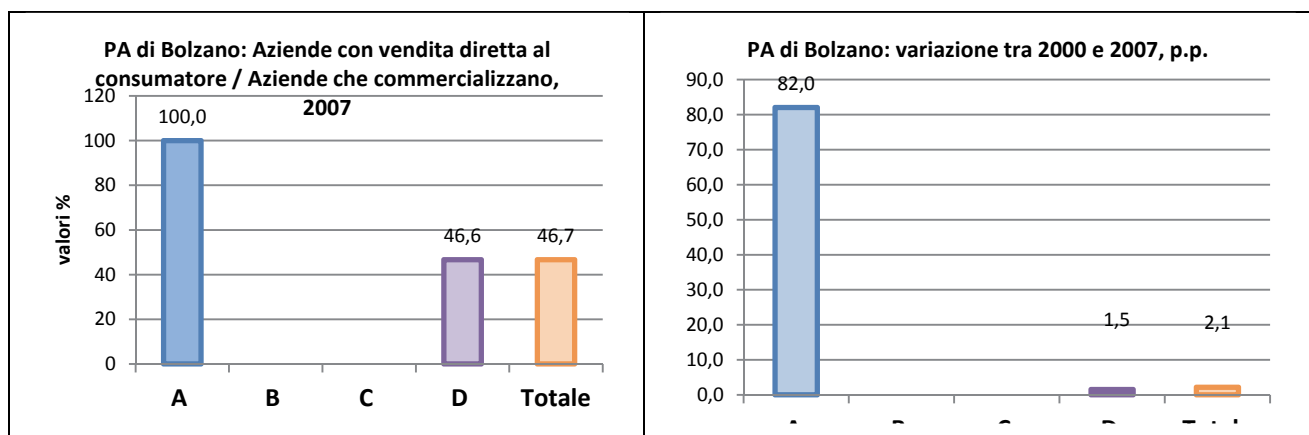


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Nella Provincia Autonoma di Bolzano, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari a 46,7% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a (41,4%) e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (37,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007 è aumentata del 2,1%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vendita diretta al consumatore (-51,4%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-53,6%).

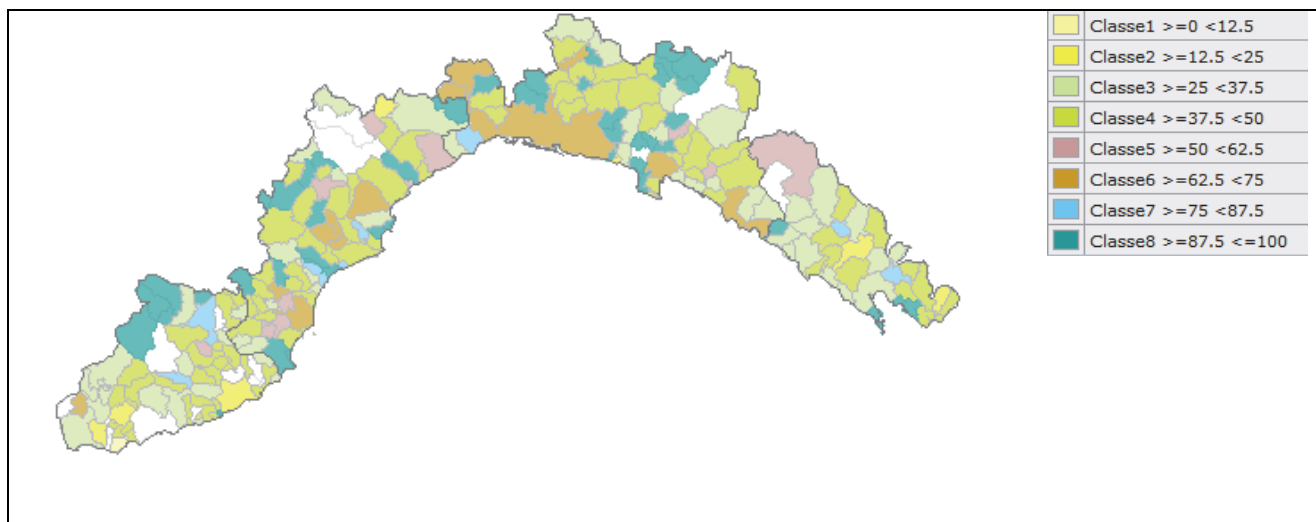
In termini assoluti, il maggior numero di aziende, con vendita diretta al consumatore è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 4.600 unità. Mentre, in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani) col 100%. Un esame del valore dell'indicatore nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggiore aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si può registrare nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 8% al 100%.

Grafico da rifare



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Liguria

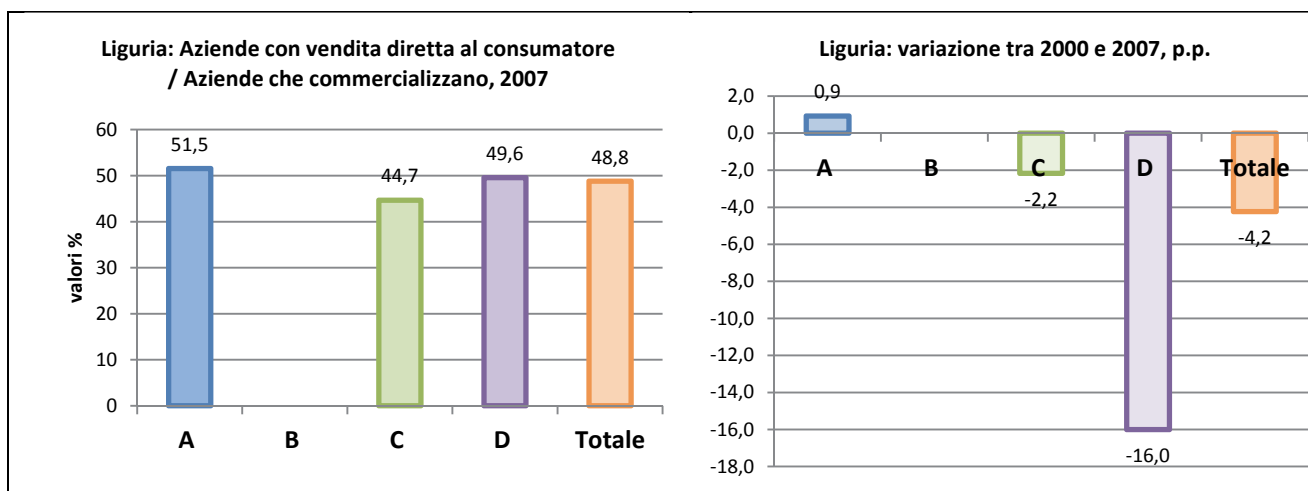


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Liguria, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari a 48,8% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a (41,4%) e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (37,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007, è diminuita del 3%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vendita diretta al consumatore (-61,5%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (58,1%).

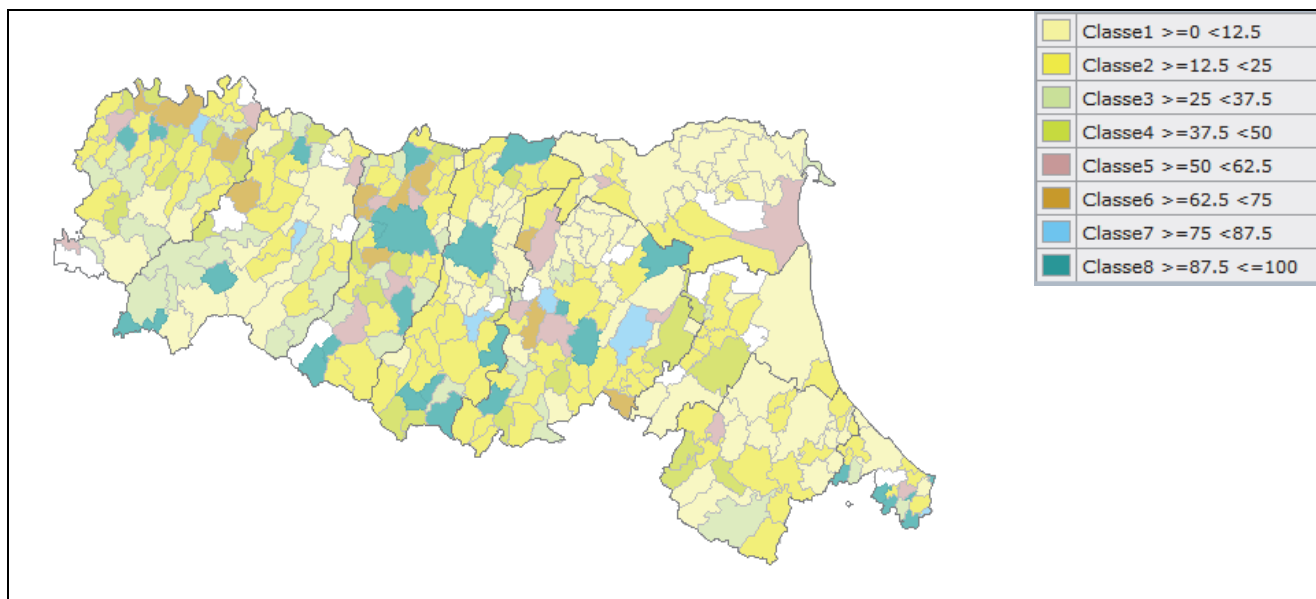
In termini assoluti il maggior numero di aziende che praticano la vendita diretta al consumatore è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 1.400 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani) col 51,5%.

Un esame del valore dell'indicatore nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si può registrare nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 65,6% al 49,6%; al contrario nelle zone A (Poli Urbani) si può evidenziare un aumento di 0,9 punti percentuali.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Emilia-Romagna

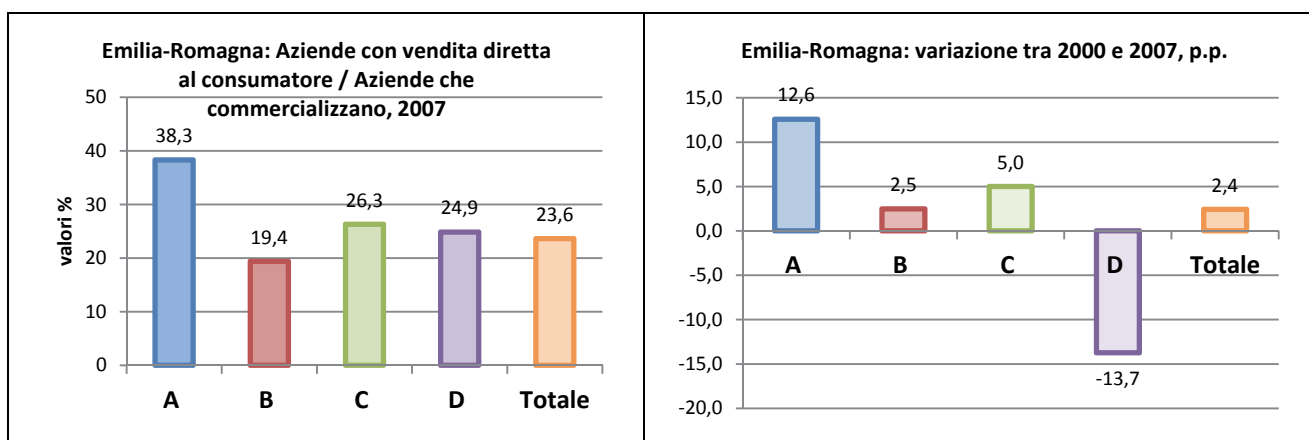


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Emilia Romagna, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari a 23,6% quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a (41,4%) e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (37,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 2,4%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vendita diretta al consumatore (-54,5%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (59,2%).

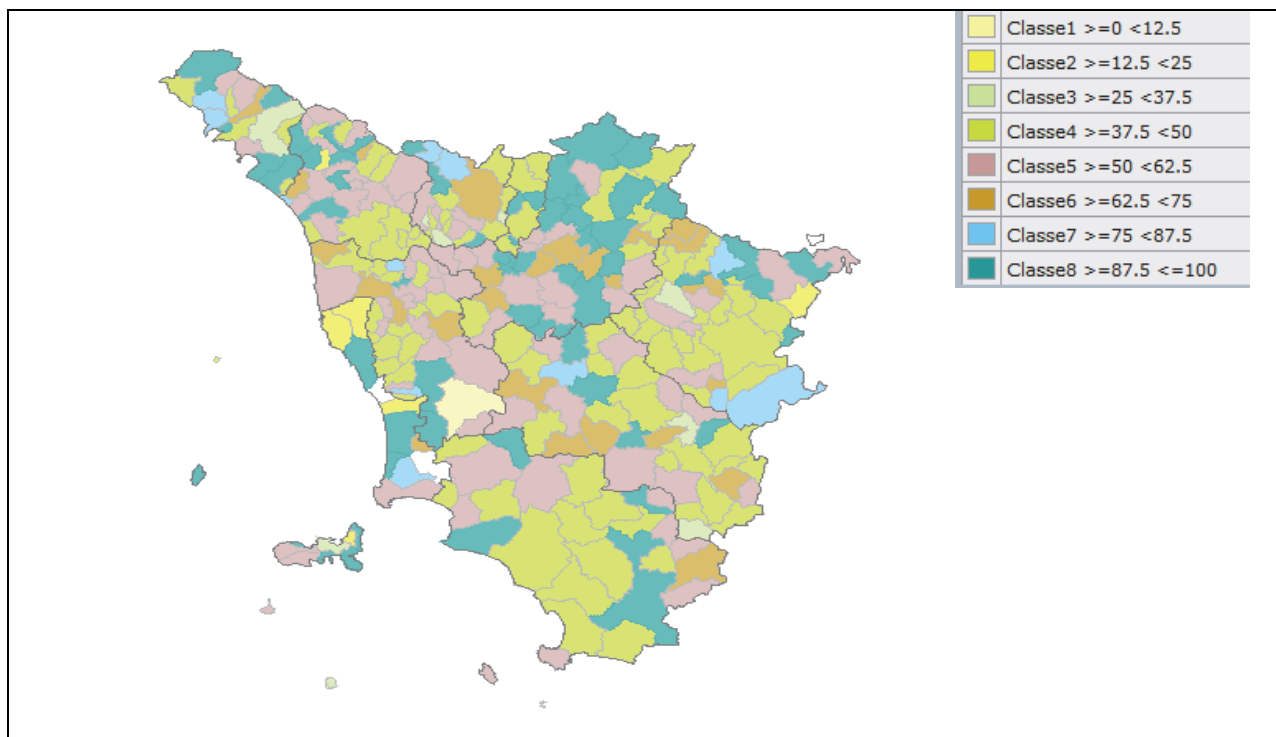
In termini assoluti, il maggior numero di aziende che effettuano la vendita diretta al consumatore, è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 4.400 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani) col 38,3%.

Un esame del valore dell'indicatore nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggiore aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si può registrare nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 25,7% al 38,3%; al contrario nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si può evidenziare una diminuzione di 13,7 punti percentuali.



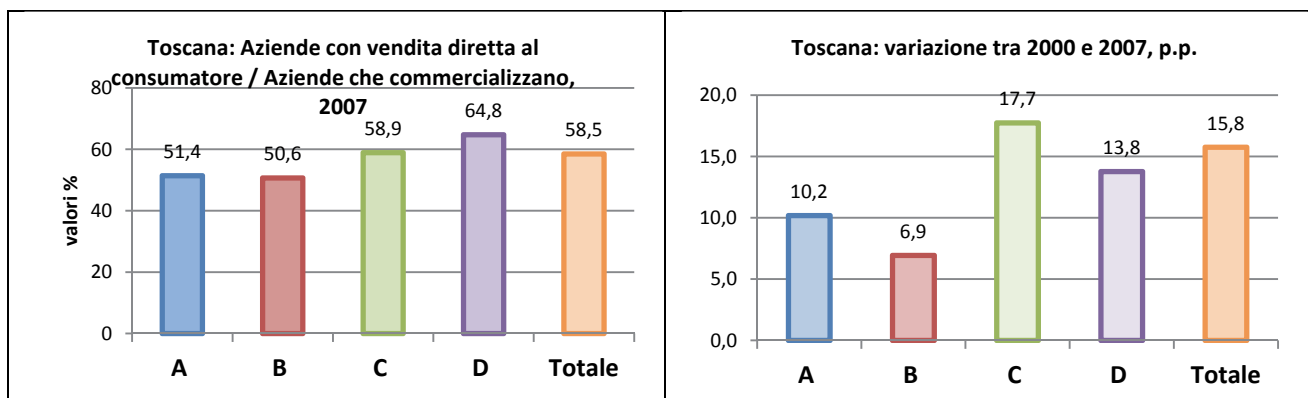
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Toscana



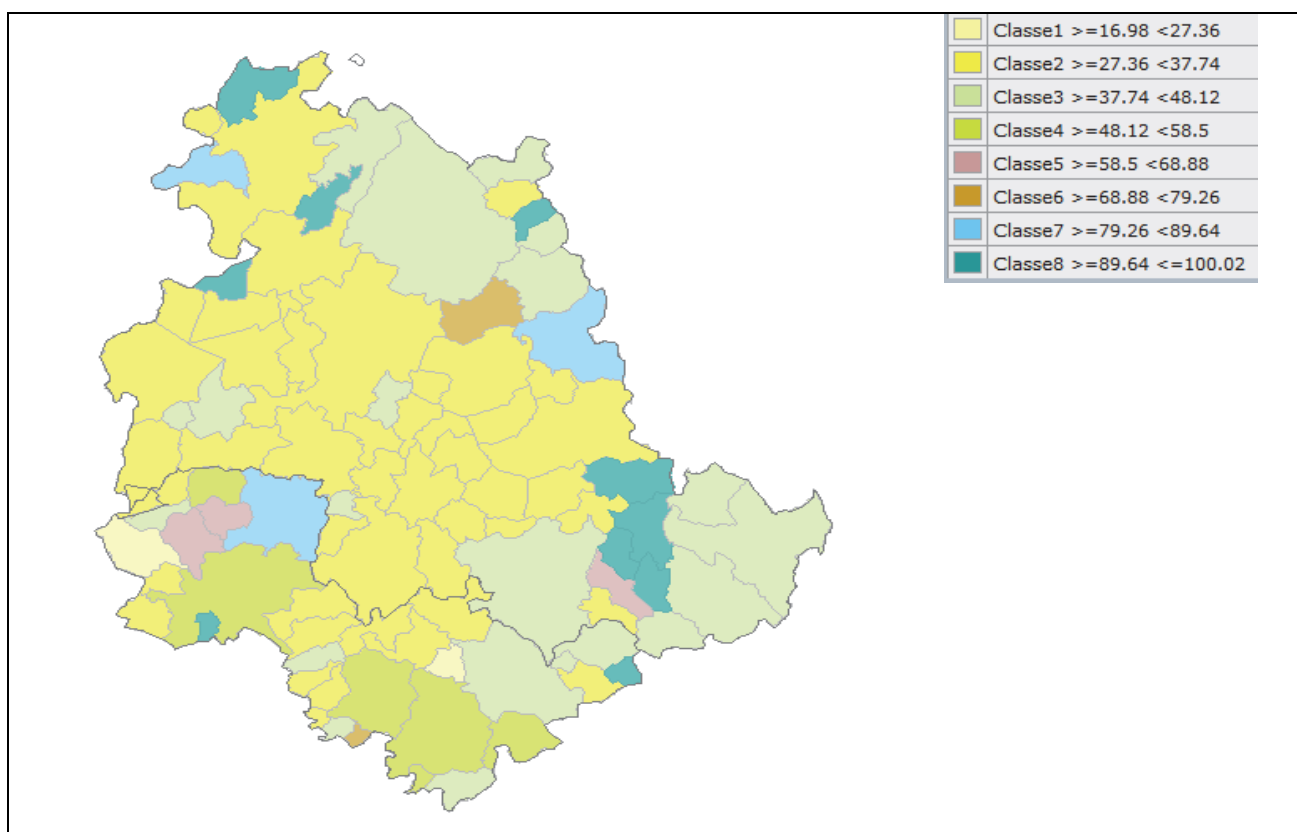
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Toscana, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore, sul totale delle aziende che commercializzano, è stata pari a 58,5% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari a (41,4%) e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (37,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 15,8%; questo fenomeno è dovuto a una minore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vendita diretta al consumatore (-2%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-28,4%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende che effettuano la vendita diretta è nella zona **C (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo)** con oltre 10.000 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 64,8%. Un esame del valore dell'indicatore nelle diverse aree rurali nel periodo preso in considerazione evidenzia che il maggiore aumento si registra nelle zone C (Aree rurali intermedie) in cui l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 41,2% al 58,9%.



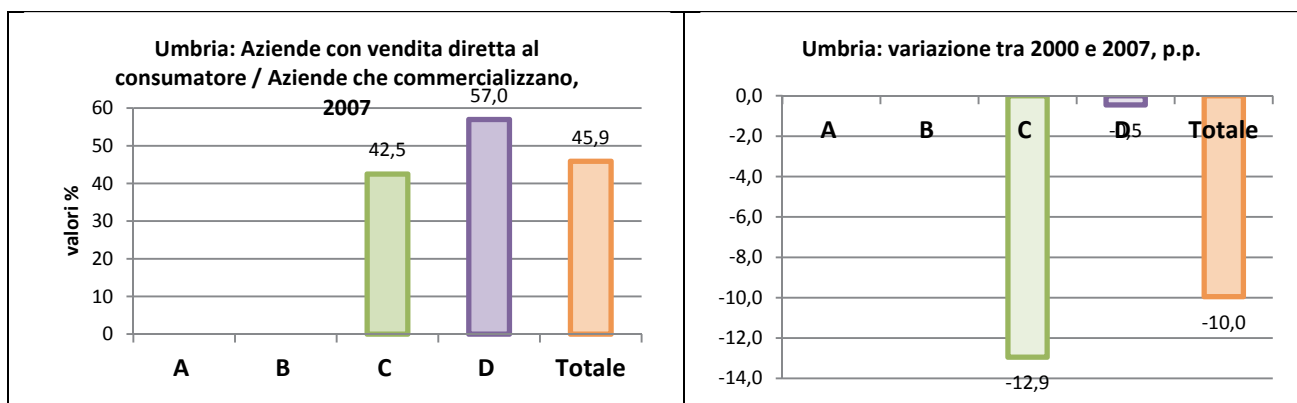
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Umbria



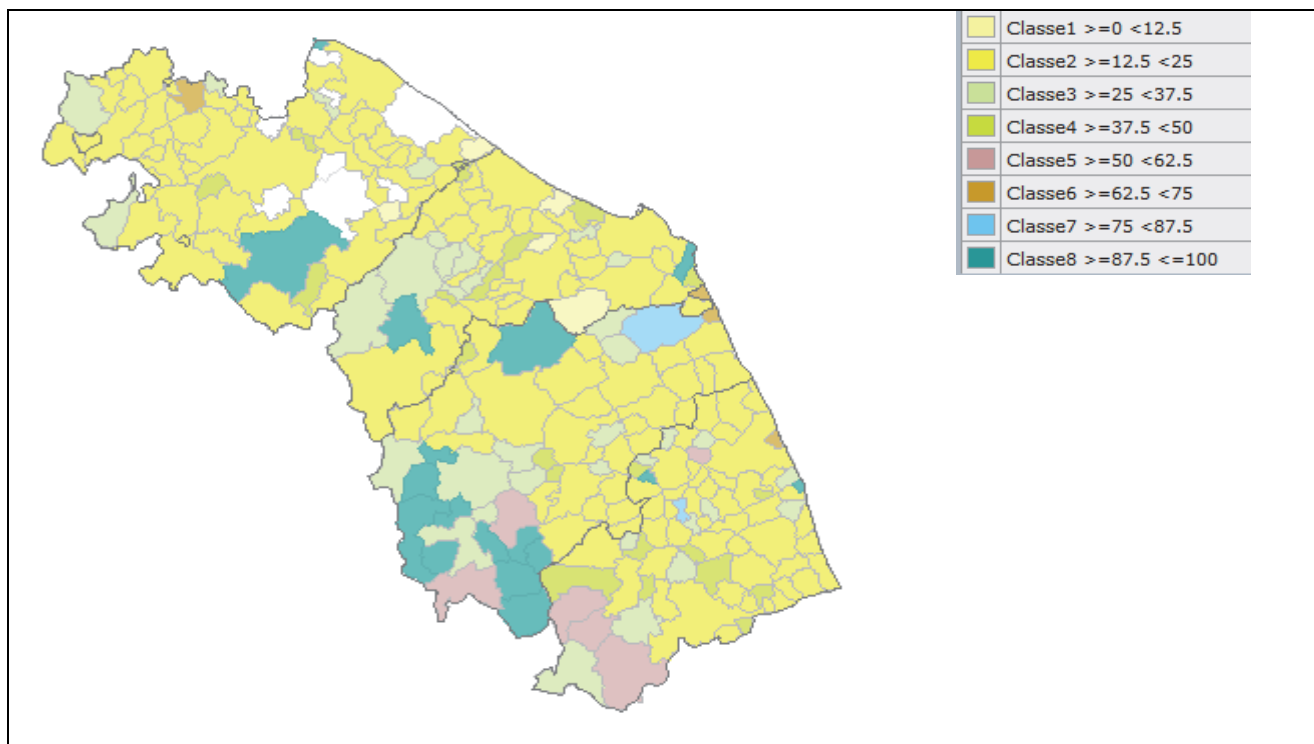
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Umbria, nel 2007, il valore dell'indicatore, è risultato pari a 45,9% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è stata pari a (41,4%) e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (37,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007, si è ridotta del 10%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vendita diretta al consumatore (-54,9%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (45,1%). In termini assoluti il maggior numero di aziende con vendita diretta al consumatore è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 5.600 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 57%. Un esame del valore dell'indicatore nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si può registrare nelle zone C (Aree rurali intermedie) in cui l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 55,4% al 42,5%.



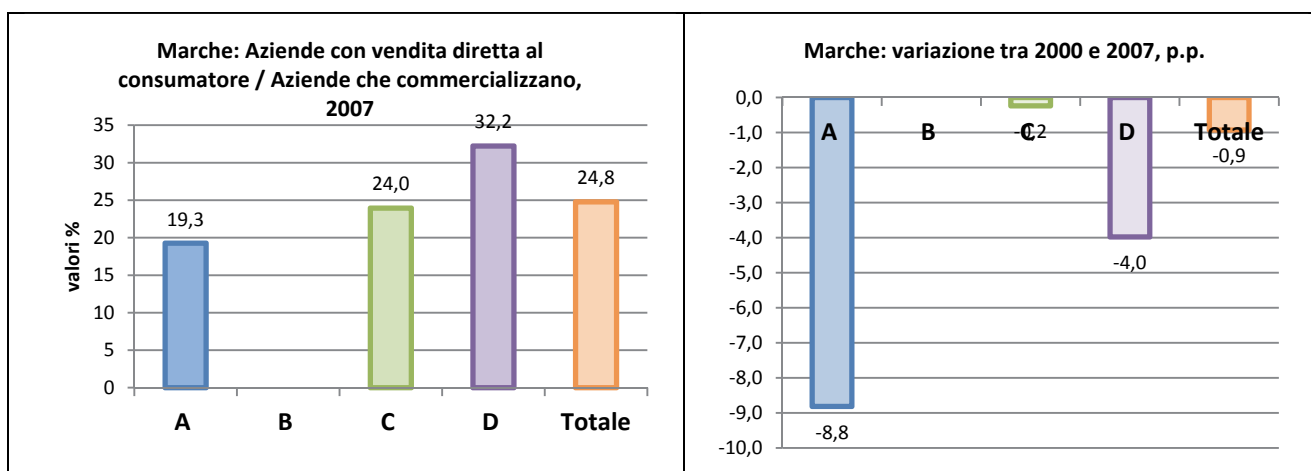
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Marche



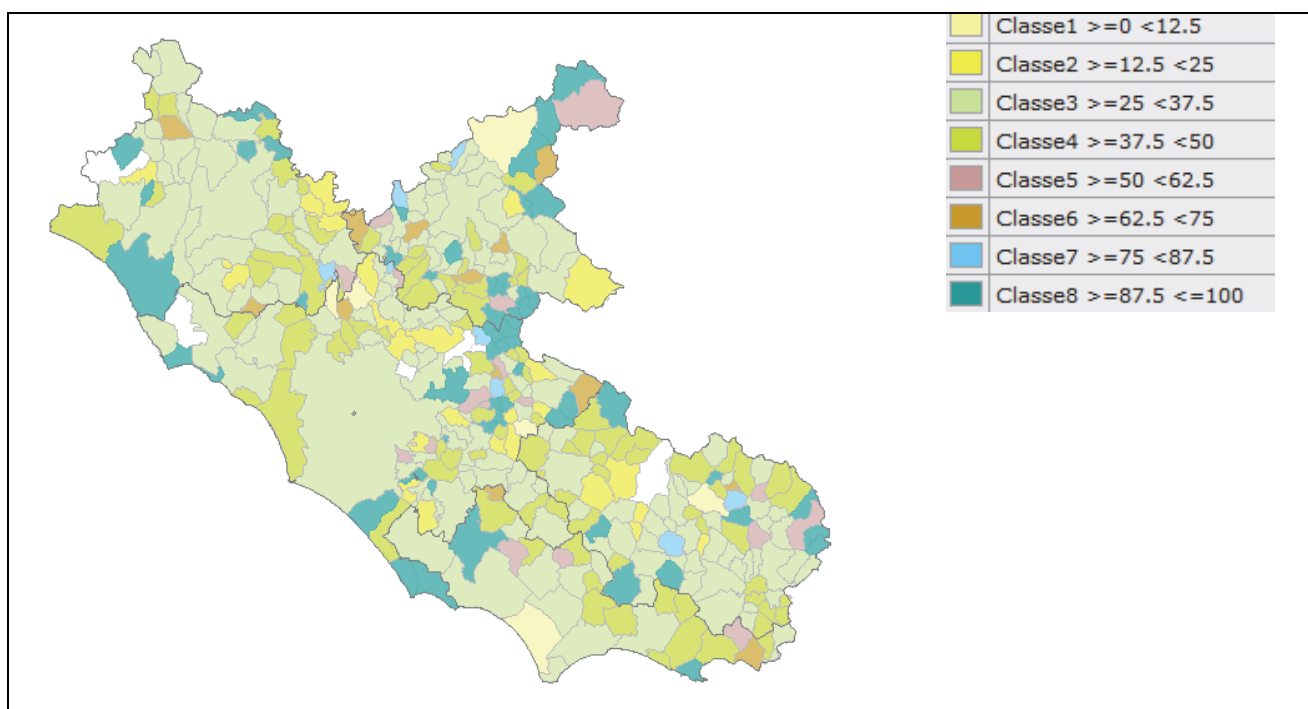
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Nelle Marche, nel 2007, il valore dell'indicatore è risultato pari a 24,8% quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è stata pari a (41,4%) e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (37,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007, è diminuita anche dello 0,9%; questo fenomeno è dovuto a una maggiore riduzione nel periodo considerato, delle aziende con vendita diretta al consumatore (-48,6%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-46,7%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vendita diretta al consumatore è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 4.800 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani) col 32,2%. Un esame del valore dell'indicatore nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007) la fanno registrare le zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 28,1% al 19,3%.



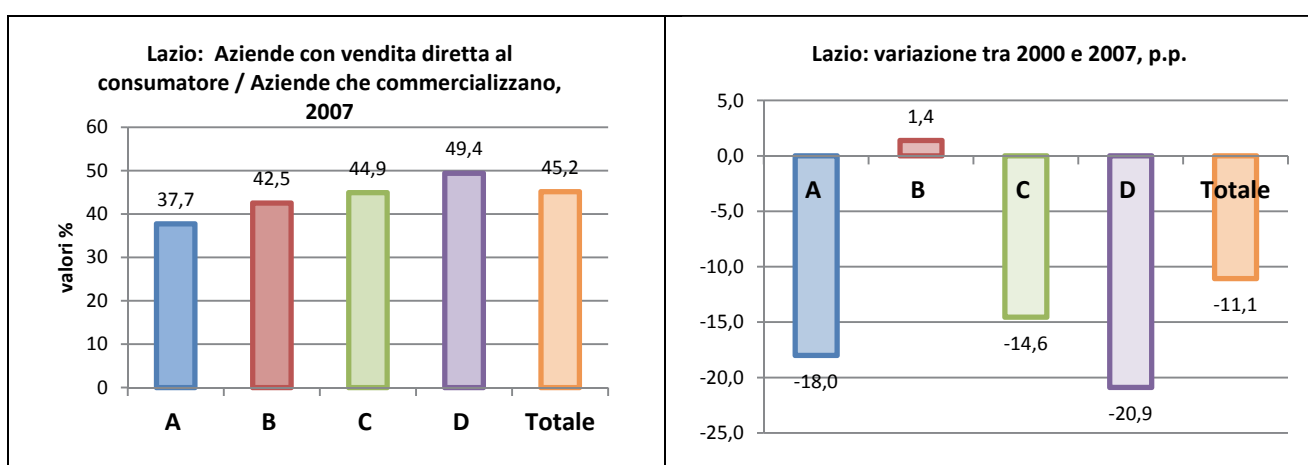
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Lazio



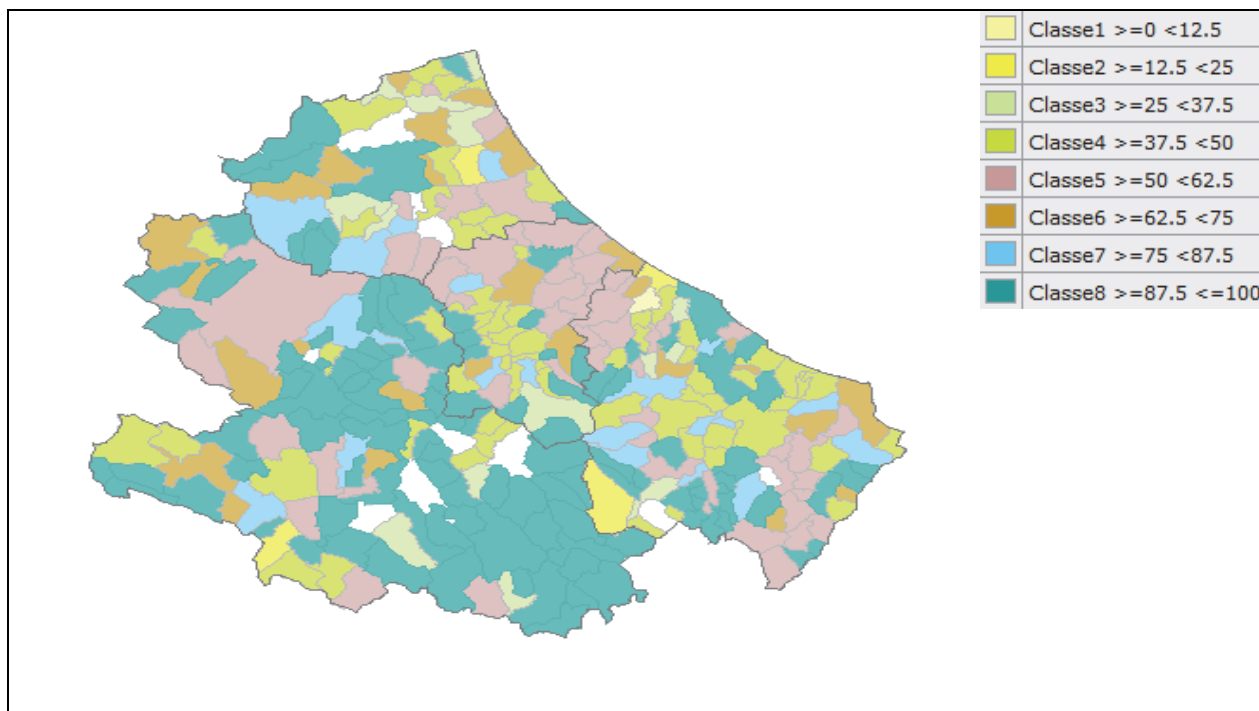
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Nel Lazio, nel 2007, il valore dell'indicatore è risultato pari a 45,2% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è stata pari a (41,4%) e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (37,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007 è diminuita anche dell'11,1%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione nel periodo considerato, delle aziende con vendita diretta al consumatore (-64,3%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-55,6%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vendita diretta al consumatore è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 12.500 unità. Mentre, in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 49,4%. Un esame del valore dell'indicatore nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo considerato (2000-2007), si può registrare nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) in cui l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 70,3% al 49,4%; al contrario nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) si evidenzia un aumento di 1,4 punti percentuali.



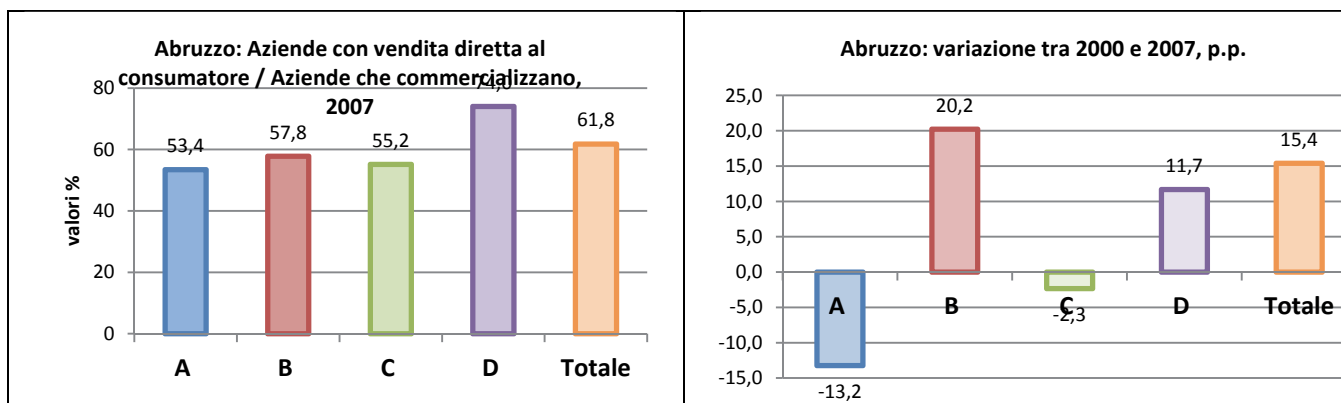
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Abruzzo



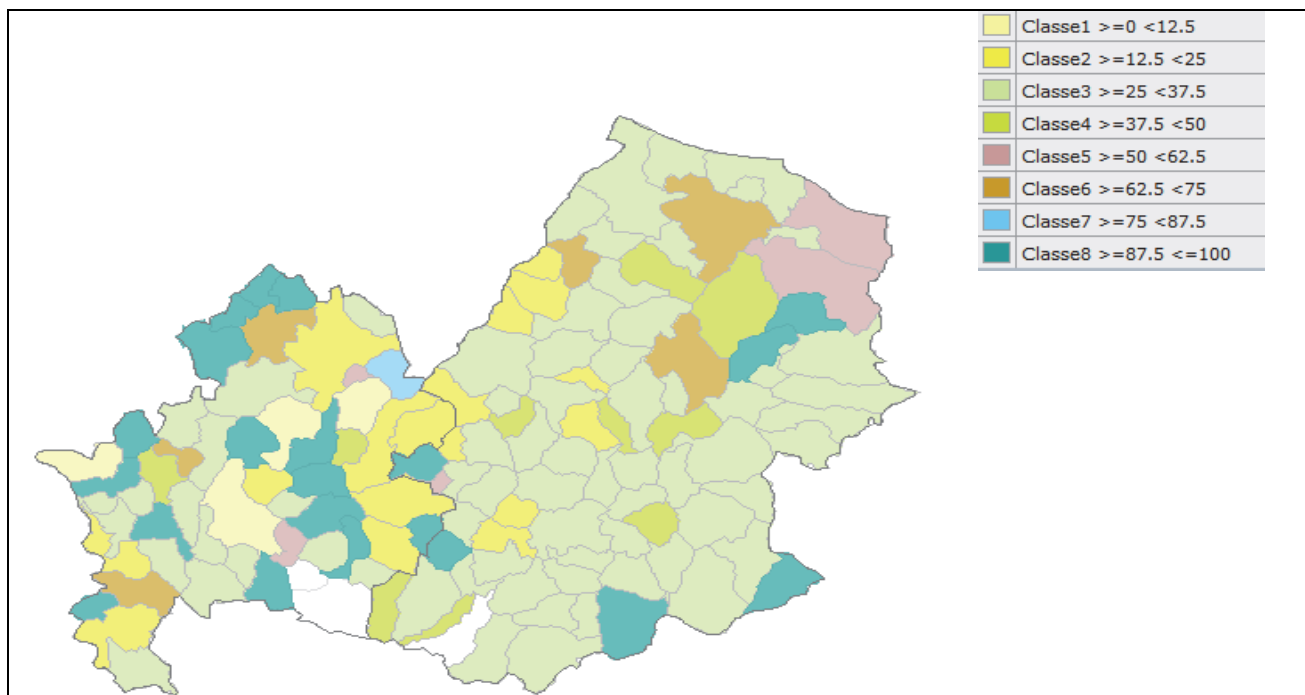
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Abruzzo, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore, sul totale delle aziende che commercializzano, è risultata pari a 61,8% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è stata pari a (41,4%) e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (37,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 15,4%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione nel periodo considerato, delle aziende con vendita diretta al consumatore (-31,1%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-48,3%). In termini assoluti il maggior numero di aziende con vendita diretta al consumatore è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con oltre 5.700 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 74%. Un esame del valore dell'indicatore nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si può registrare nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 37,6% al 57,8%; al contrario nelle zone A (Poli Urbani) si evidenzia una diminuzione di 13,2 punti percentuali.



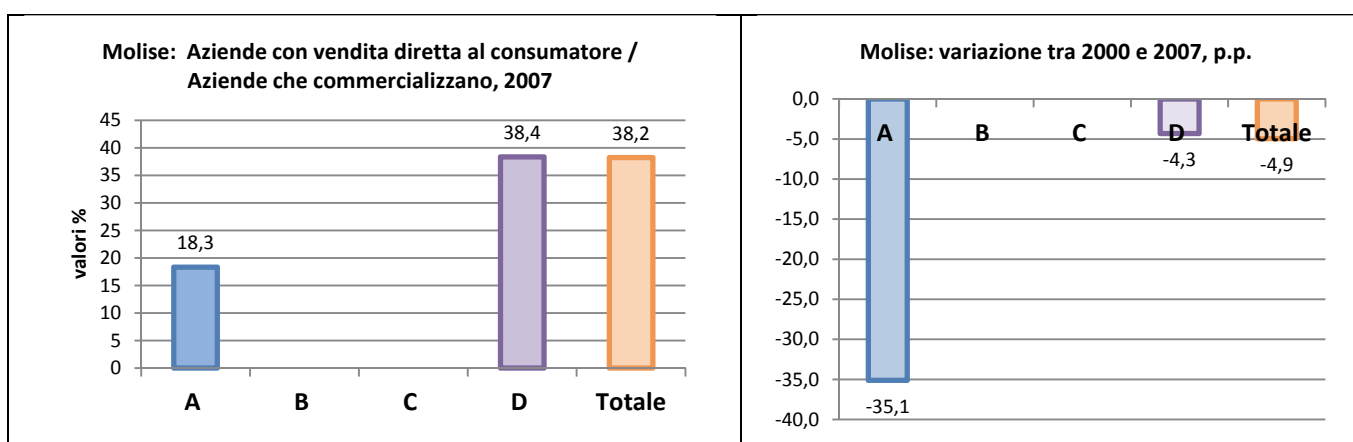
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Molise



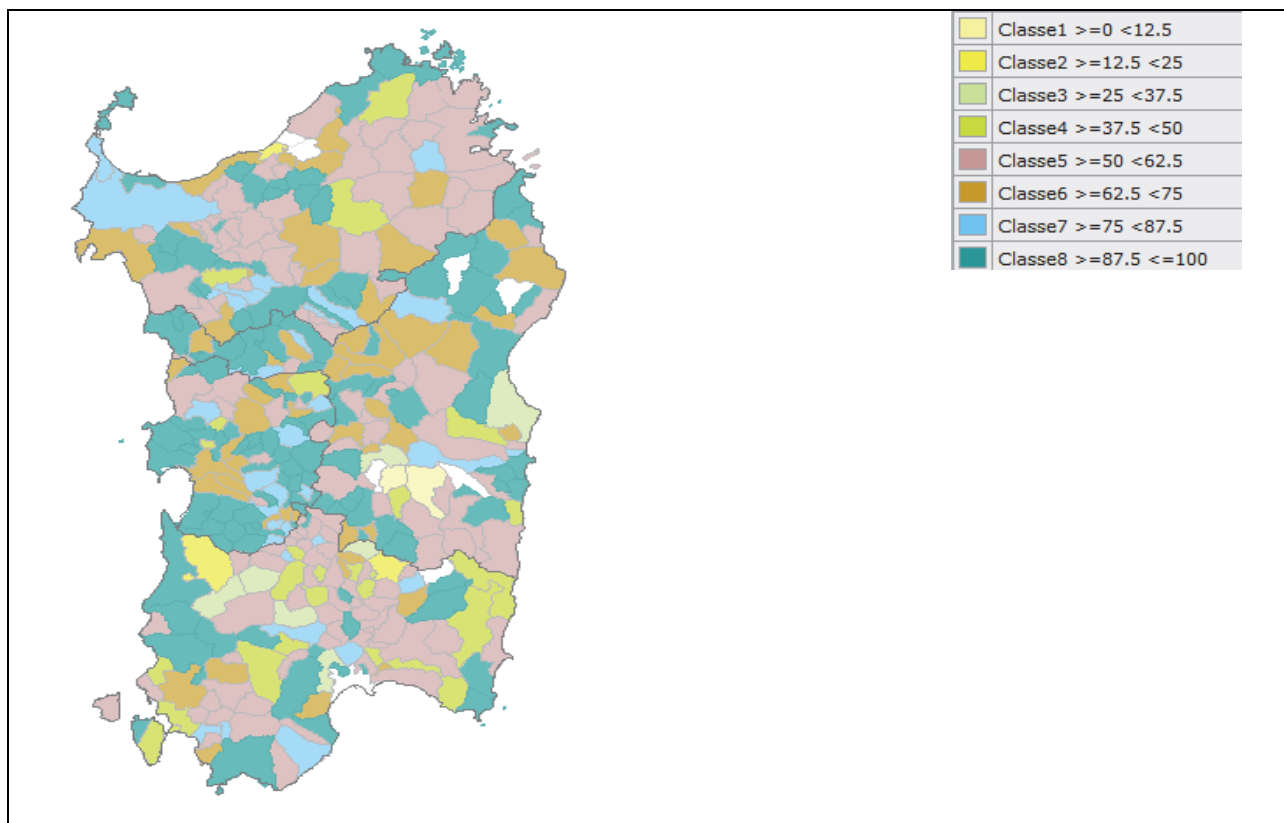
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Molise, nel 2007, l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore, sul totale delle aziende che commercializzano, è risultata pari a 38,2% quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è stata pari a (41,4%) e superiore a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (37,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007 è diminuita del 4,9%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione nel periodo considerato, delle aziende con vendita diretta al consumatore (-61,6%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-56,7%). Sia in termini assoluti, (con oltre 3.600 unità) che in termini % (38,5% sul totale delle aziende che commercializzano), il maggior numero di aziende con vendita diretta al consumatore è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). Un esame del valore dell'indicatore, nelle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 53,4% al 18,3%.



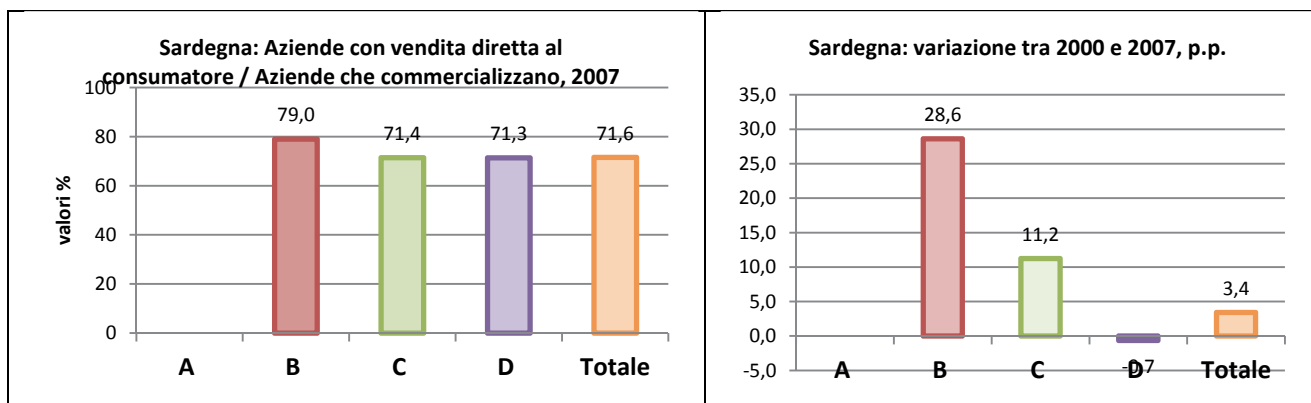
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Sardegna



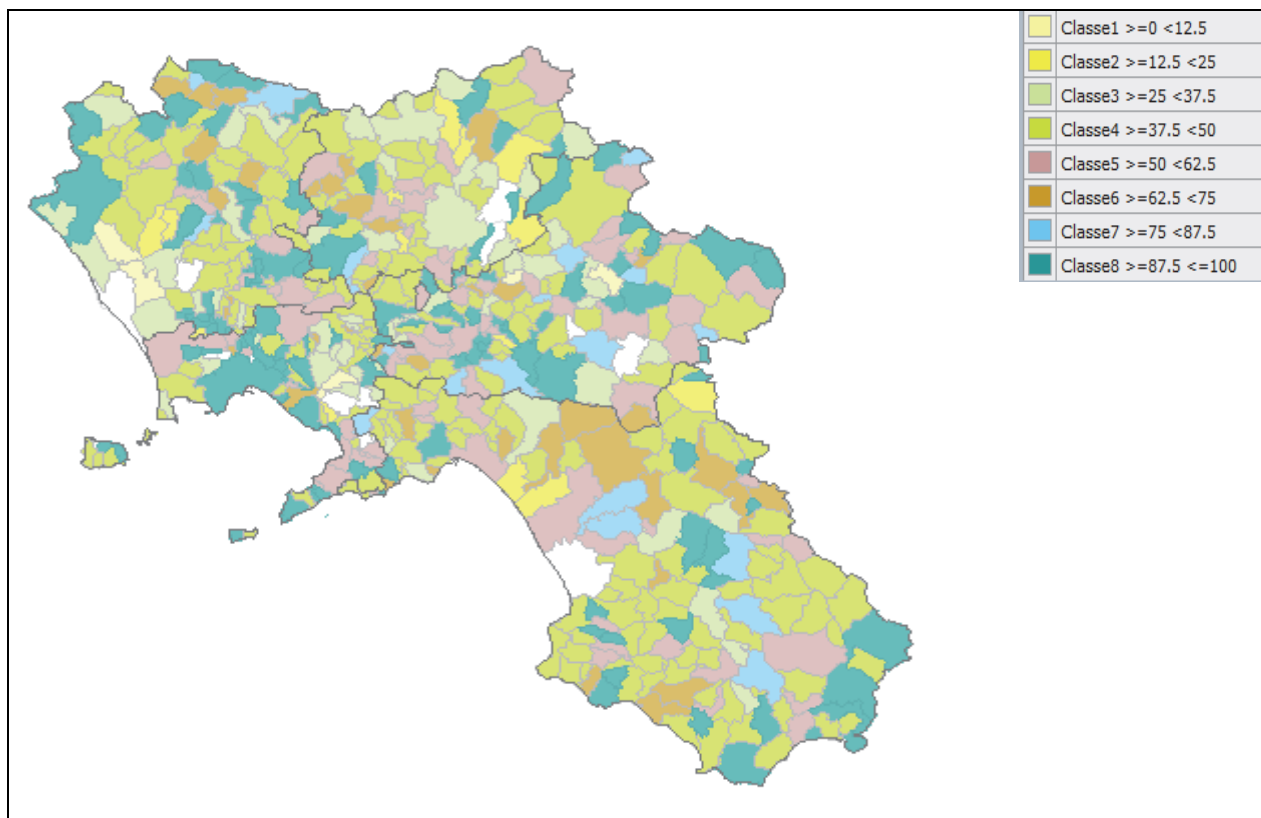
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Sardegna, nel 2007, il valore dell'indicatore che commercializzano, è risultata pari a 71,6% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è stata pari a (41,4%), e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerata nel complesso (37,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 3,4%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione nel periodo considerato, delle aziende con vendita diretta al consumatore (-51,1%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-53,4%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vendita diretta al consumatore è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 16.900 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) col 79%. Un esame del valore dell'indicatore nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggiore aumento (2000-2007), si registra nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 50,4% al 79%.



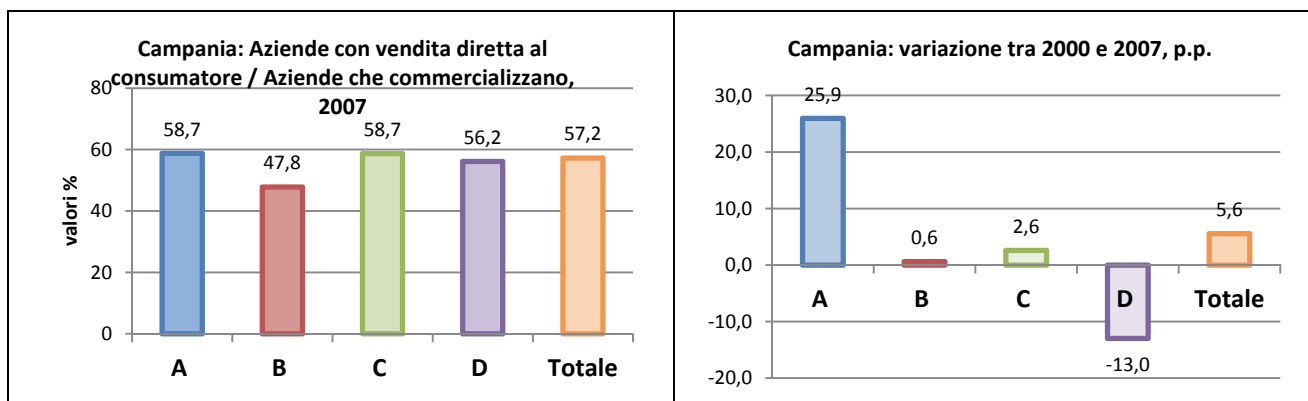
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Campania



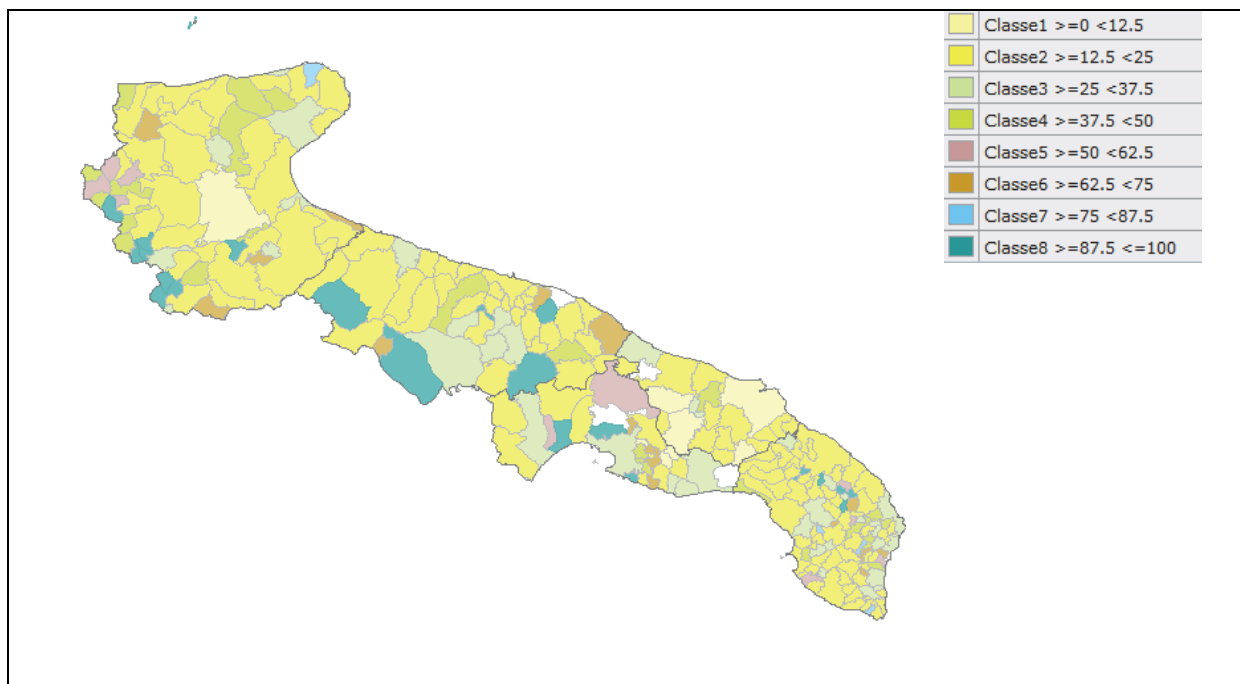
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Campania, nel 2007, del valore dell'indicatore è risultato pari a 57,2% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è stata pari a (41,4%) e di quella delle Regioni Convergenza considerata nel complesso (45,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 5,6%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende con vendita diretta al consumatore (-52,6%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-57,2%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vendita diretta al consumatore è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 14.400 unità. Mentre, in termini % sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani) e in quelle C (Aree rurali intermedie) col 58,7%. Un esame del valore dell'indicatore, nelle diverse aree rurali, evidenzia che il maggiore aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 32,8% al 58,7%, al contrario nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si evidenzia una riduzione di 13 punti percentuali.



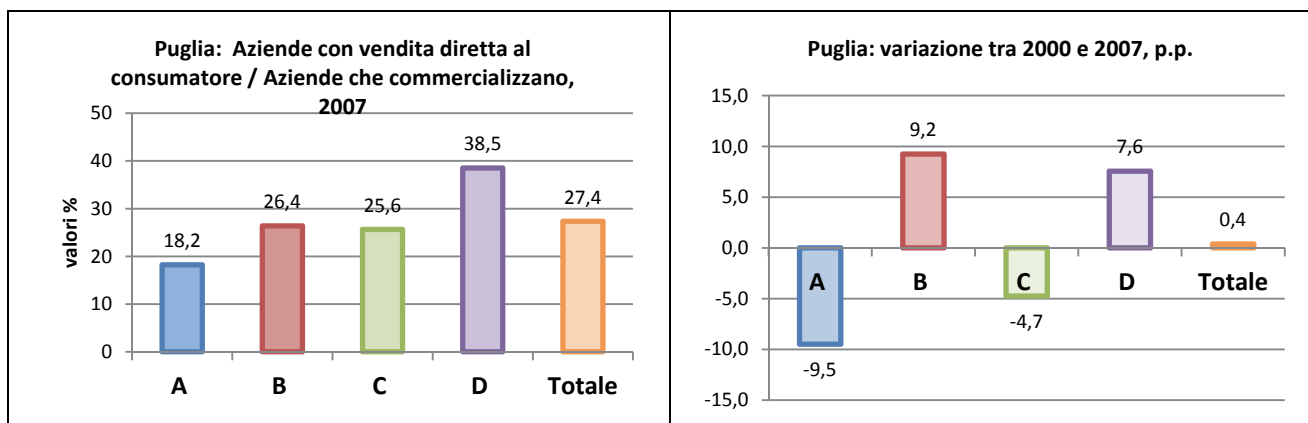
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Puglia



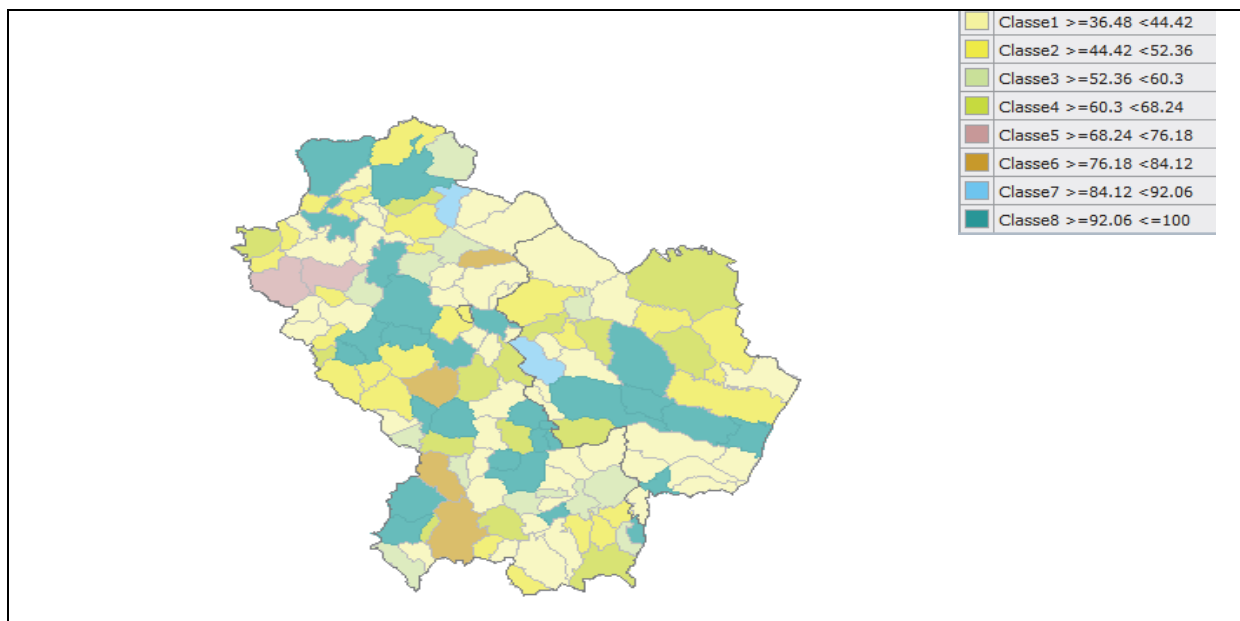
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Puglia, nel 2007, il valore dell'indicatore, è risultata pari a 24,7% quindi inferiore alla media nazionale che nello stesso anno è stata pari a (41,4%) e di quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso (45,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007, è aumentata dello 0,4%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione nel periodo considerato, delle aziende con vendita diretta al consumatore (-48,5%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-49,3%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vendita diretta al consumatore è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 19.300 unità. Mentre, in termini % sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) col 38,5%. Un esame del valore dell'indicatore nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggiore aumento, nel periodo 2000-2007, si registra nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) è passato dal 17,2% al 26,4%, al contrario nelle zone A (Poli Urbani) si evidenzia una riduzione di 9,5 punti percentuali.



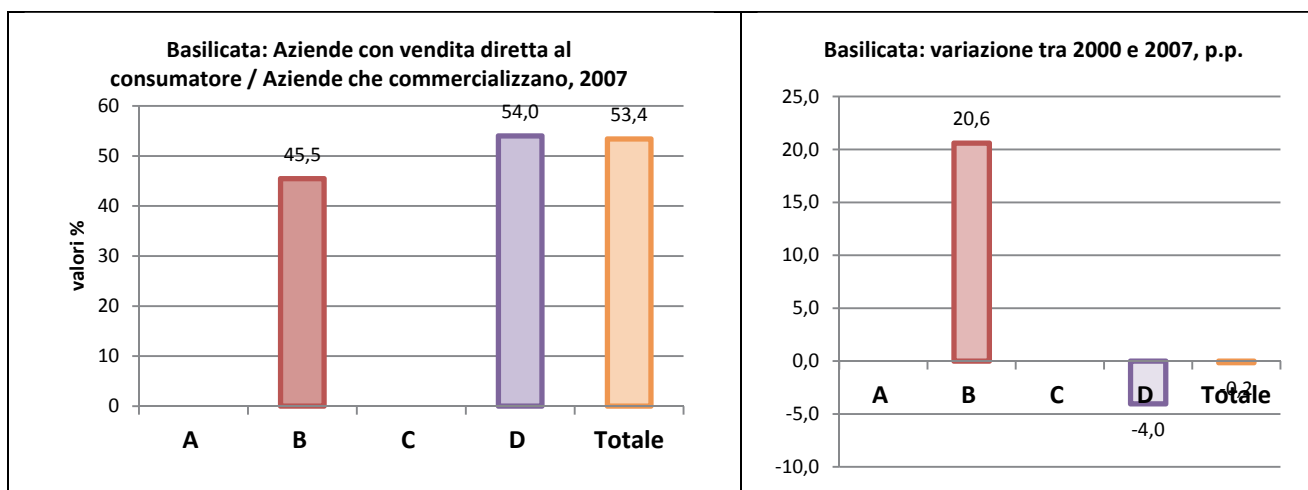
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Basilicata



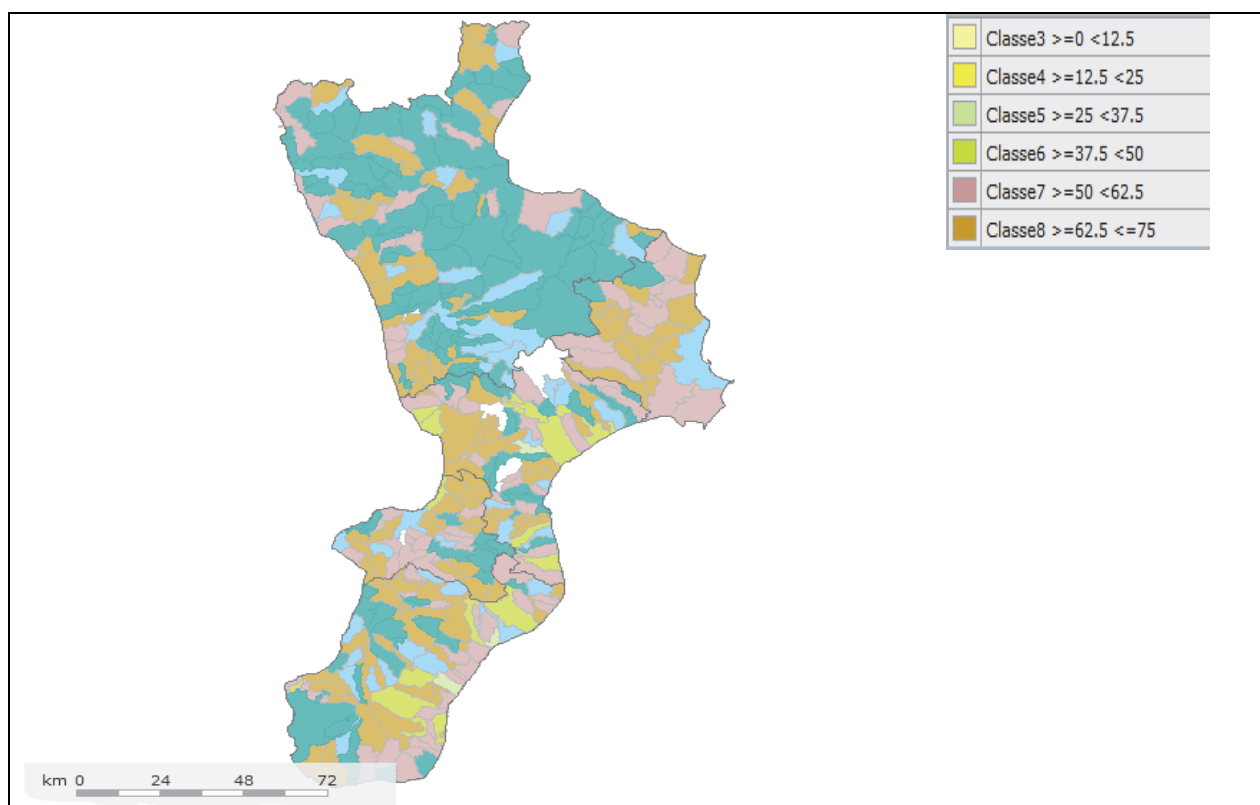
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Basilicata, nel 2007, il valore dell'indicatore, è risultato pari a 53,4% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è stata pari a (41,4%) e di quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso (45,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007, è diminuita dello 0,2%; questo fenomeno è dovuto ad una maggiore riduzione nel periodo considerato, delle aziende con vendita diretta al consumatore (-37,8%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-37,6%). Sia in termini assoluti (con oltre 1.400 unità) che in termini % (54% sul totale delle aziende che commercializzano) il maggiore numero di aziende è nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo). Un esame sulla presenza di aziende con vendita diretta al consumatore nelle diverse aree rurali evidenzia che la riduzione nel periodo preso in considerazione (2000-2007), si registra nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende con vendita diretta al consumatore sul totale delle aziende che commercializzano è passata dal 24,9% al 45,5%, al contrario nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si evidenzia una riduzione di 4 punti percentuali.



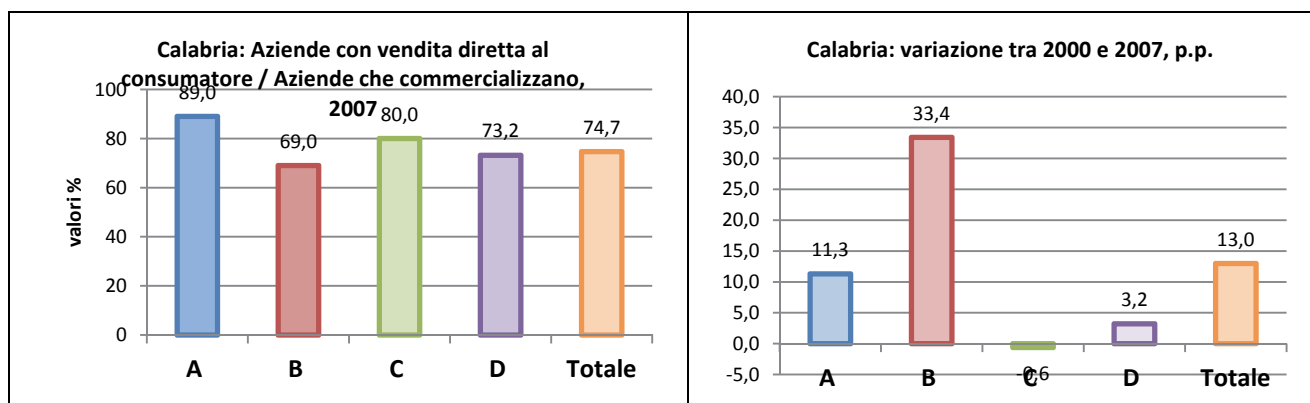
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Calabria



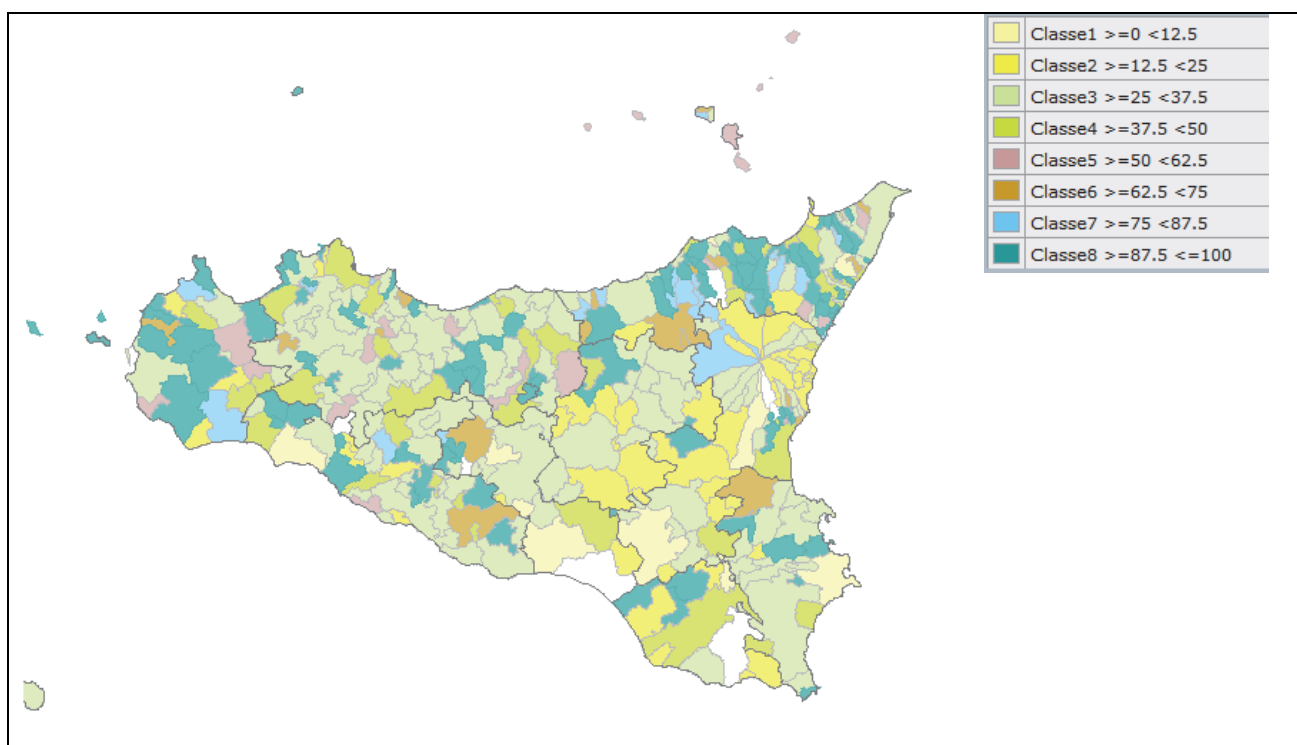
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Calabria, nel 2007, il valore dell'indicatore è risultata pari a 74,4% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è stata pari a (41,4%) e di quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso (45,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 13%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione nel periodo considerato, delle aziende con vendita diretta al consumatore (-21,1%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-34,8%). In termini assoluti il maggior numero di aziende con vendita diretta al consumatore è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 21.200 unità. Mentre in termini % sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone A (Poli urbani) col 89%. Un esame del valore dell'indicatore nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggiore aumento, nel periodo 2000-2007, si può registrare nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui è passato dal 35,6% al 69%, al contrario nelle zone C (Aree rurali intermedie) si evidenzia una riduzione di 0,6 punti percentuali.



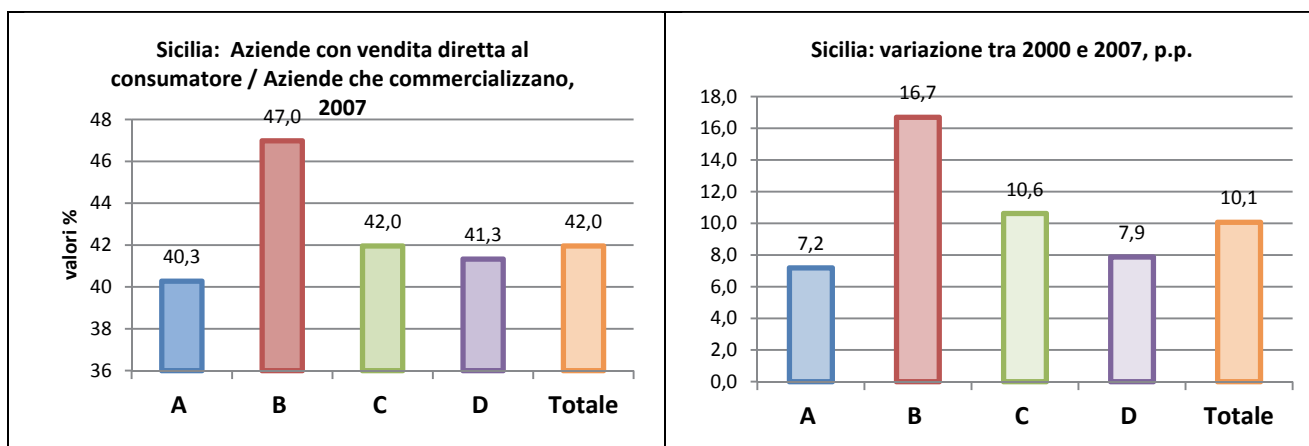
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Sicilia



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Sicilia, nel 2007, il valore dell'indicatore è risultato pari a 42% quindi superiore alla media nazionale che nello stesso anno è stata pari a (41,4%) e inferiore a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerata nel complesso (45,5%). La presenza di aziende che commercializzano sul totale, tra il 2000 e il 2007, è aumentata del 10,1%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione, nel periodo considerato (2000-2007), delle aziende con vendita diretta al consumatore (-34%) rispetto al totale delle aziende che commercializzano (-49,8%). In termini assoluti, il maggior numero di aziende con vendita diretta al consumatore è nella zona D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con oltre 27.300 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano, la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani) col 47 %. Un esame del valore dell'indicatore nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggiore aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si può registrare nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui è passato dal 30,3% al 47%.

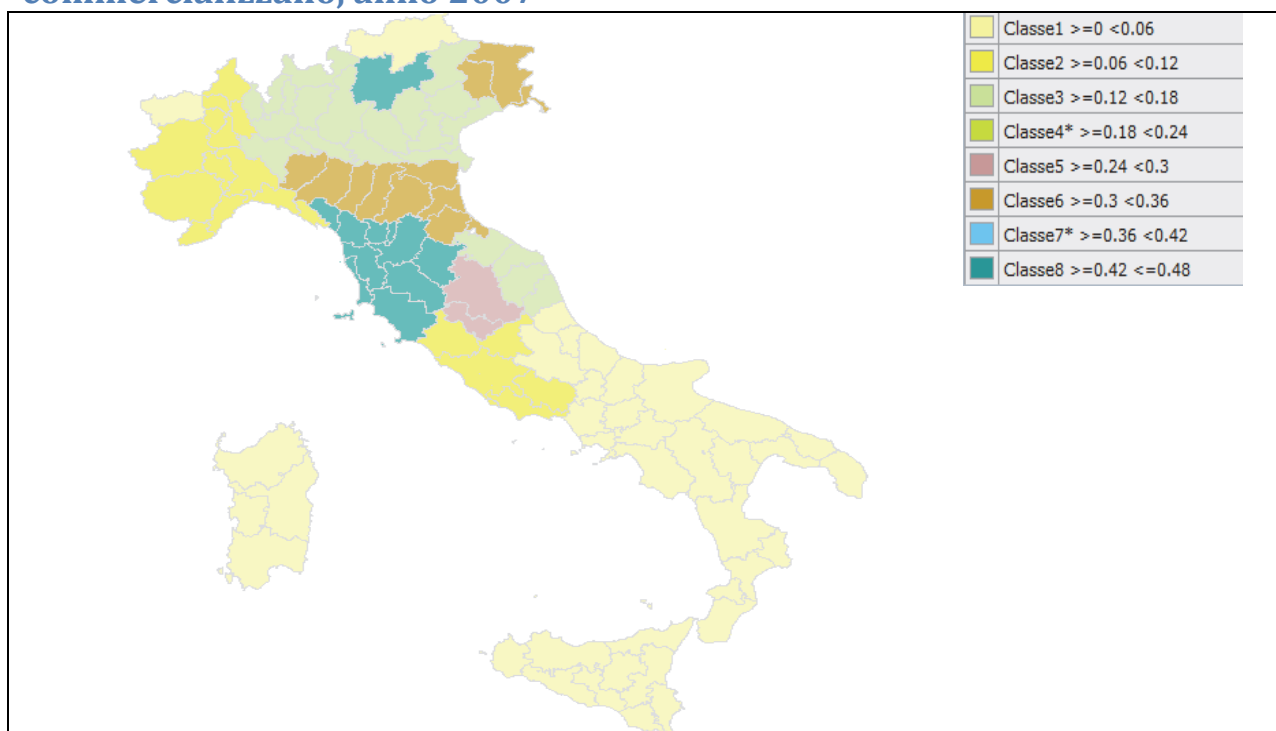


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

7. La vendita “online”: aziende che fanno uso di commercio elettronico/aziende che commercializzano

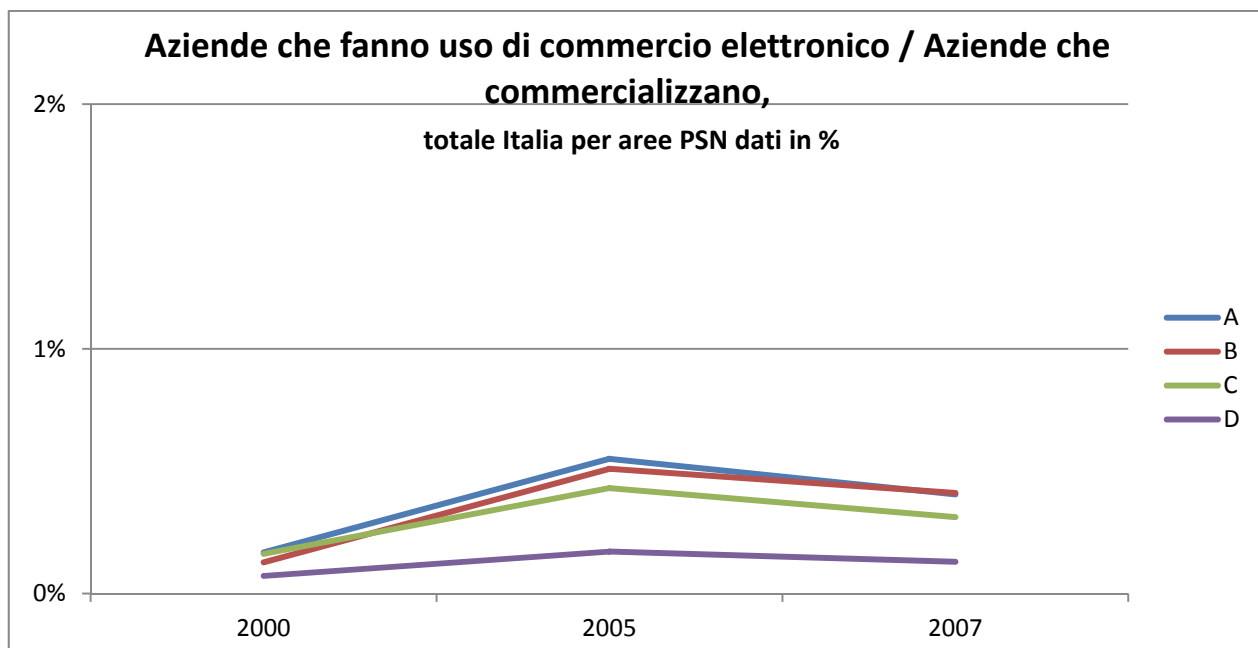
Il commercio elettronico costituisce l’evoluzione tecnologica della “filiera corta” produttore-consumatore. Va tuttavia, rilevato, che l’utilizzo degli strumenti di commercio elettronico sono stati utilizzati inizialmente soprattutto per la commercializzazione delle attività connesse a quella agricola propriamente detta, principalmente quelle legate alla ospitalità in azienda. In Italia la sua diffusione è ancora molto limitata e di recente introduzione, a differenza di quanto avviene in altri Paesi dove c’è una maggior abitudine all’utilizzo dei mezzi informatici per l’acquisto di beni e servizi. Oltre che per motivi “culturali” nel nostro Paese la sua diffusione è condizionata anche dalla presenza nelle aree rurali di molte zone non ancora servite da infrastrutture per connessioni ad internet veloci (banda larga). Si tratta comunque di una modalità di vendita sempre più diffusa per le produzioni alimentari che, negli ultimi anni, ha visto nascere oltre a siti aziendali anche portali specializzati dove la vendita è effettuata direttamente dal produttore o mediata da società di servizio che provvedono anche al ritiro in azienda ed alla consegna al cliente dei prodotti. Nel 2007 le aziende che utilizzavano il commercio elettronico in Italia erano in termini assoluti 2.227, numero che rapportato alle aziende che commercializzano porta ad un valore dell’indicatore pari a solo lo 0,28%.

Figura Italia: Aziende che fanno uso di commercio elettronico/aziende che commercializzano, anno 2007



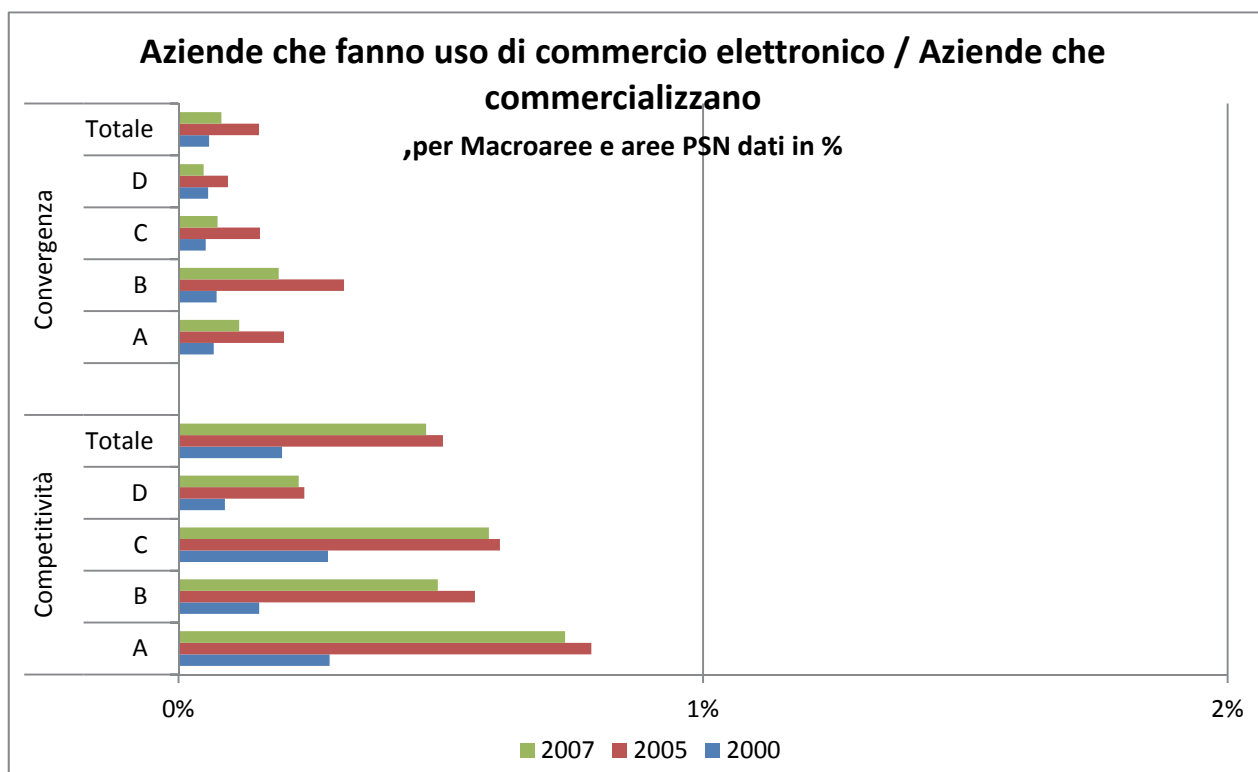
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Nonostante il valore molto basso dell’indicatore la sua distribuzione nelle aree PSN mostra situazioni e andamenti diversi: il valore più elevato dell’indicatore si registra nelle aree A (Poli Urbani), come era prevedibile, sia per la maggiore disponibilità di infrastrutture e servizi logistici e telematici sia per una maggiore crescita in queste aree del fenomeno della vendita diretta e quindi di una maggiore esperienza delle aziende nel condizionamento di prodotti per il consumatore finale.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

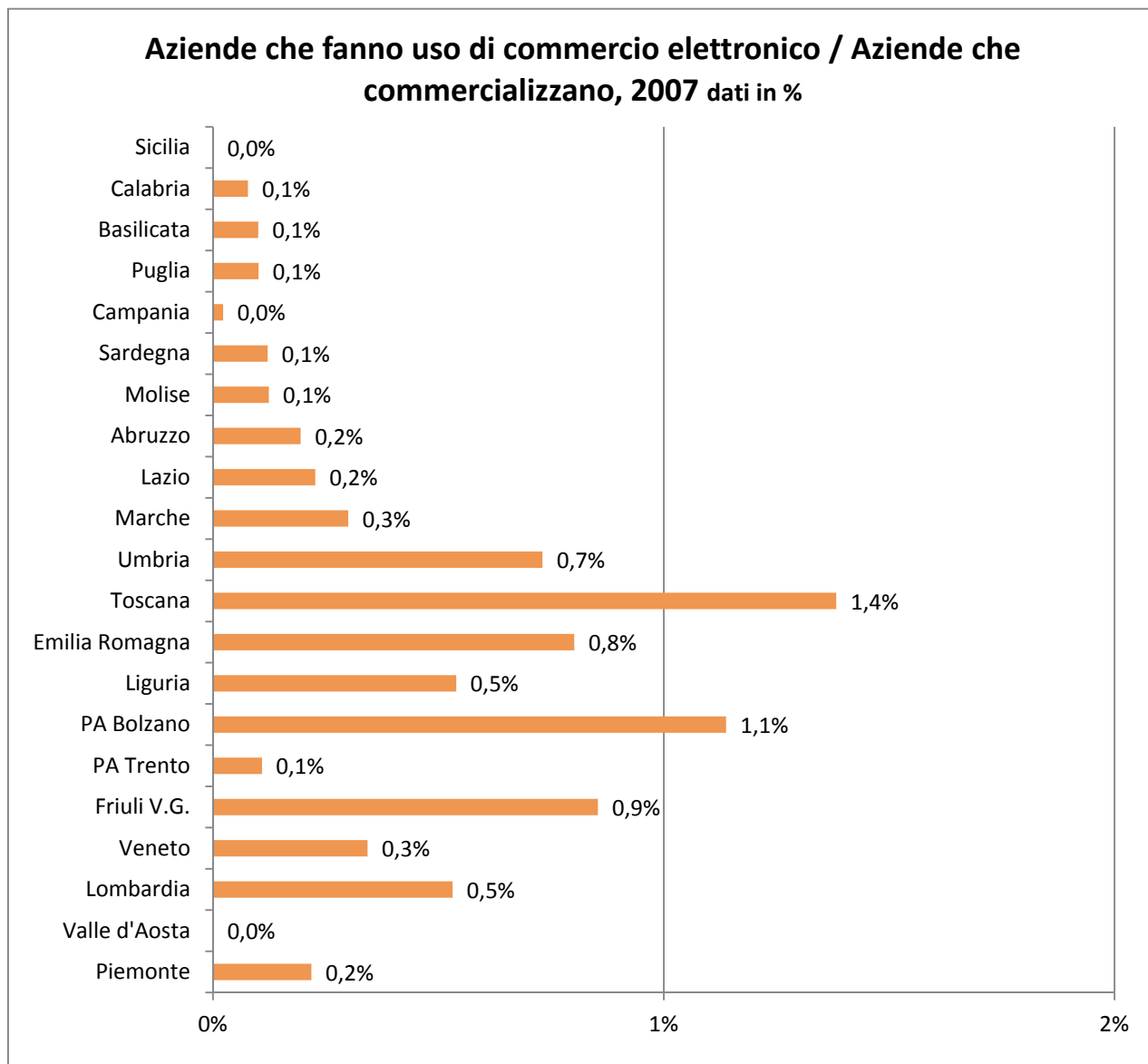
Tra il 2000 ed il 2007 c'è stato un incremento del valore dell'indicatore in tutte le aree, in media dello 0,2%, aumento contenuto a causa di una riduzione del valore tra il 2005 ed il 2007. L'incremento è stato piuttosto omogeneo nelle diverse aree, fatta eccezione dell'area D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo), dove la percentuale di aziende che utilizzano il commercio elettronico sul totale di quelle che commercializzano era già più basso. Il confronto tra Regioni Obiettivo Convergenza e Competitività mostra una netta prevalenza di questa nuova modalità di rapporto con il mercato nelle aree Competitività dove il valore medio dell'indicatore è stato nel 2007 pari allo 0,47% contro solo lo 0,08% delle aree Convergenza dove vi è anche stato un sensibile aumento rispetto al 2000.



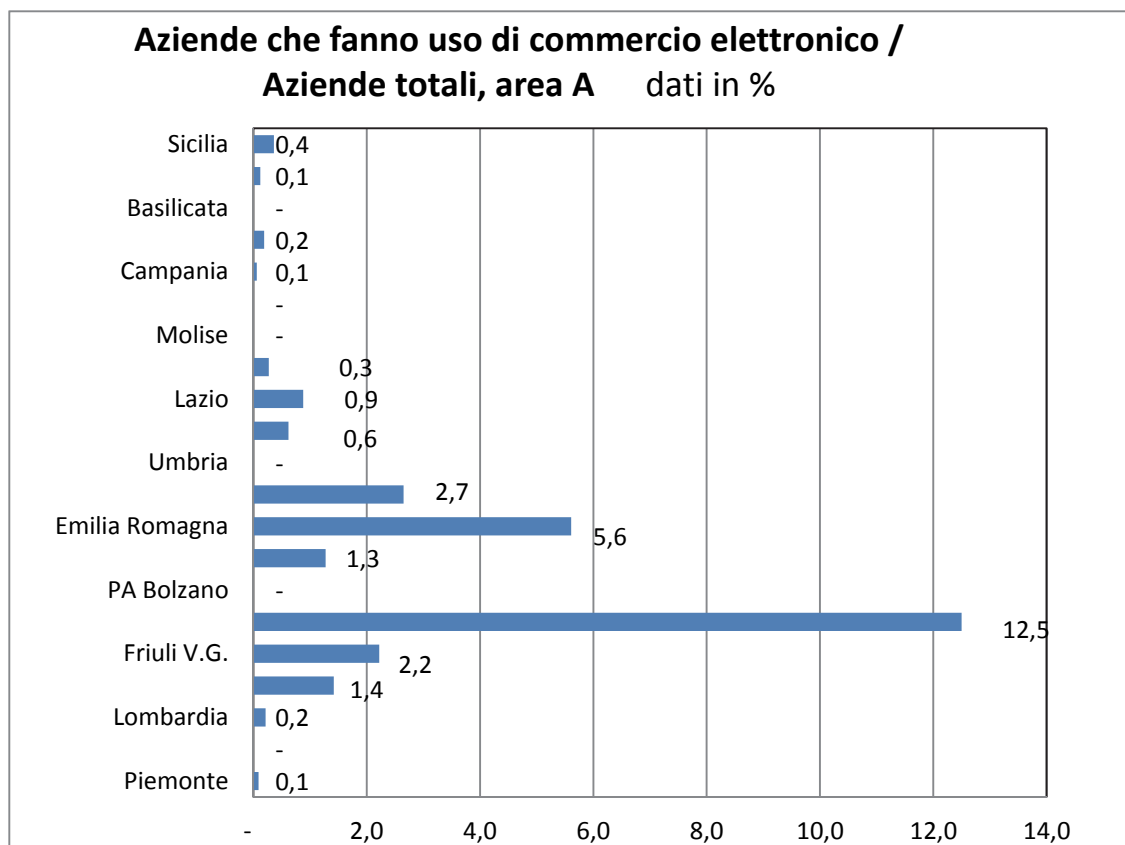
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Confronto tra le Regioni e Province Autonome (PA) aziende che fanno uso di commercio elettronico/aziende che commercializzano, anno 2007

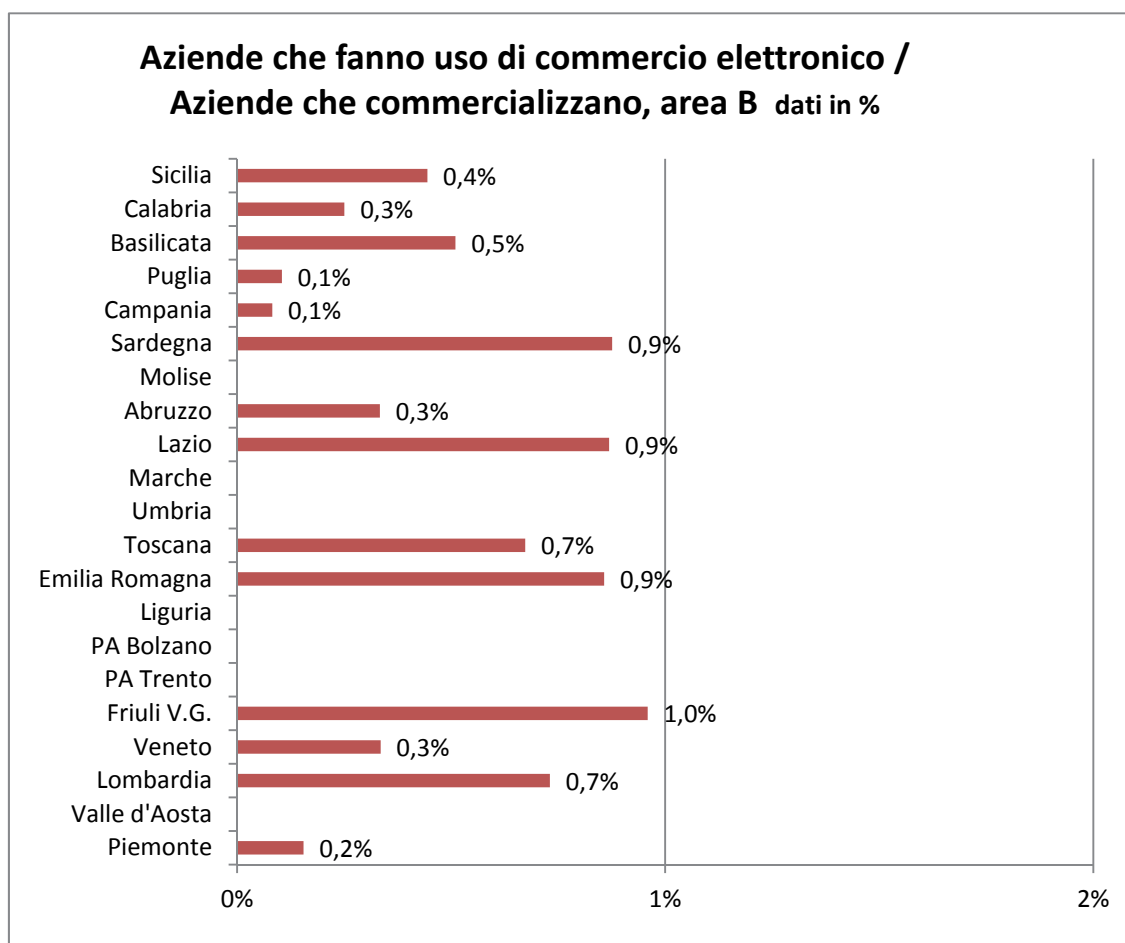
Il confronto tra le diverse Regioni pone ancora più in evidenza la disparità tra regioni meridionali dove l'utilizzo del commercio elettronico si limita a pochissime aziende (solo in Puglia e in Sicilia il numero delle aziende che nel 2007 dichiaravano di utilizzare il commercio elettronico era superiore a 100) e quelle del Centro Nord dove, (pur rimanendo il valore dell'indicatore al di sotto del 1% (fatta eccezione di due Regioni) l'utilizzo di questo strumento appare più diffuso.



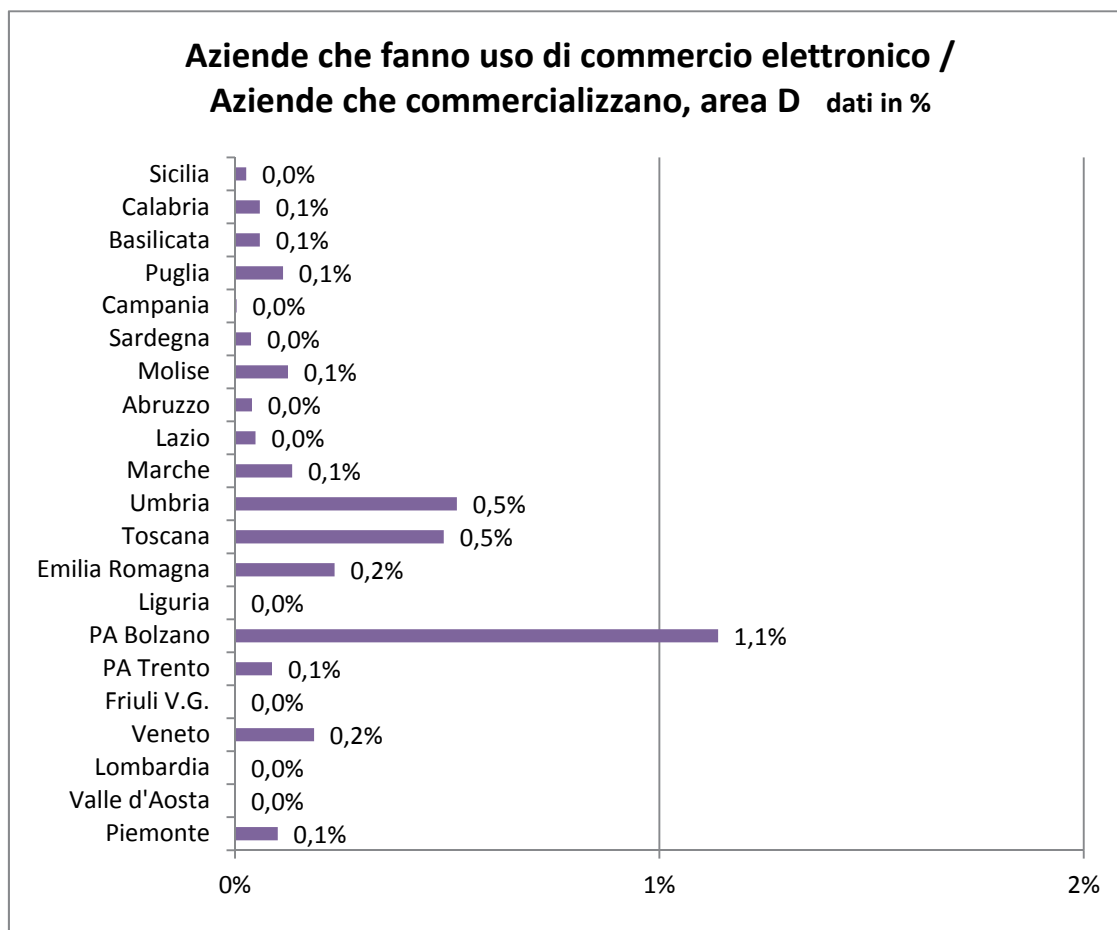
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



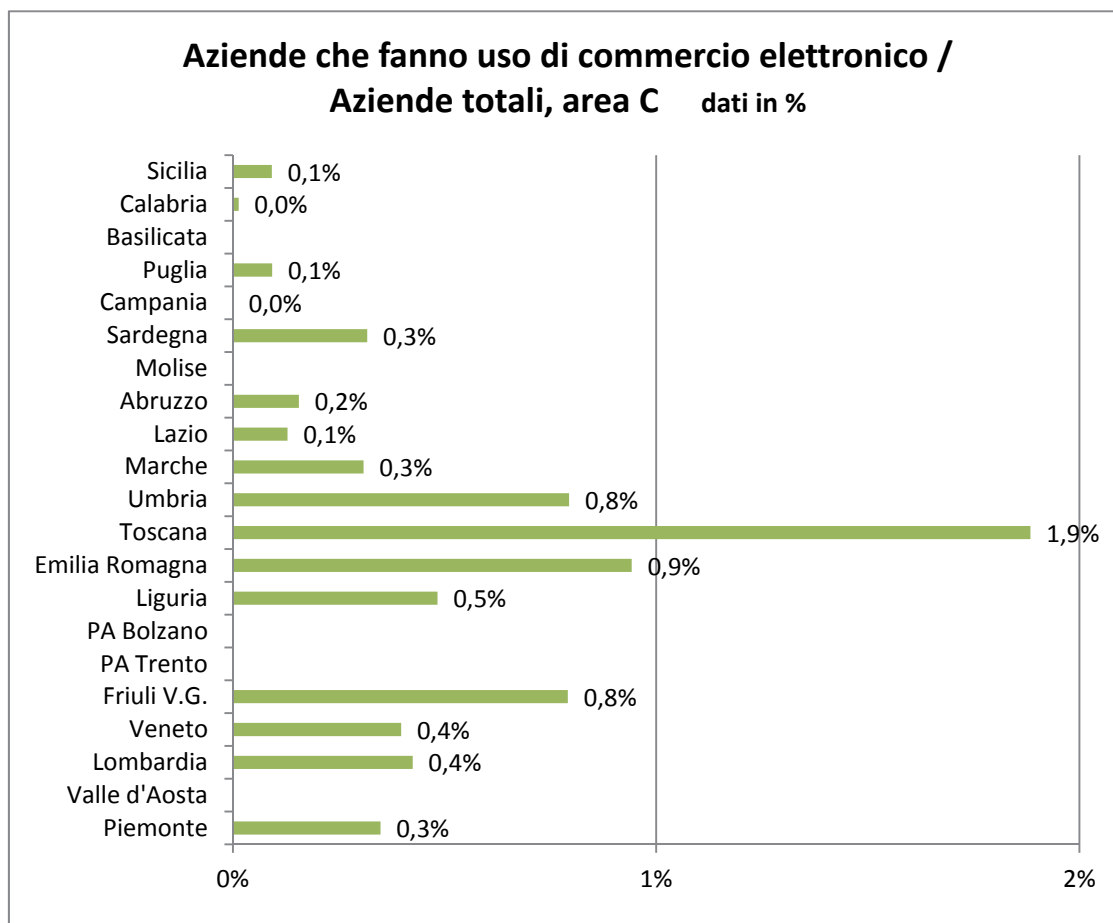
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

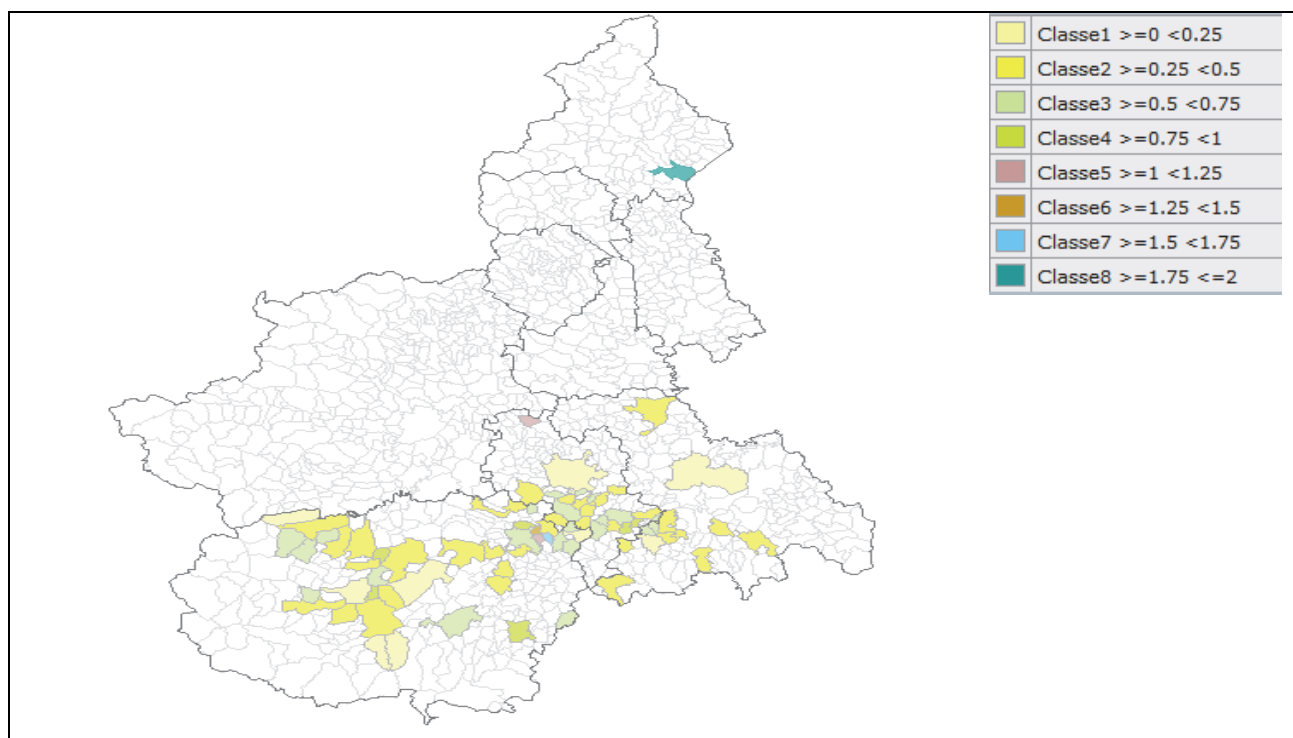


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT



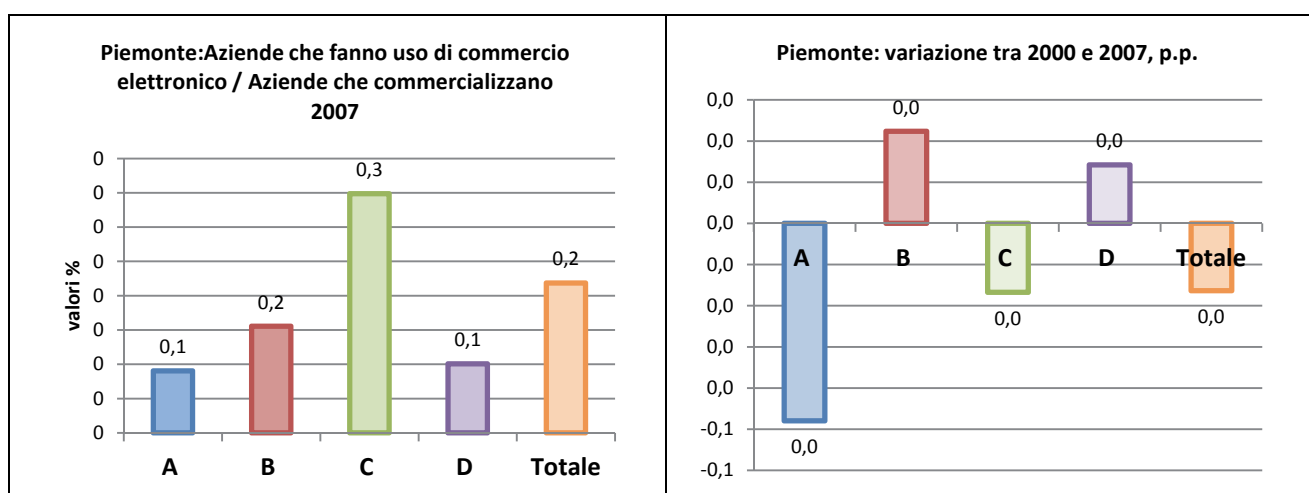
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Piemonte



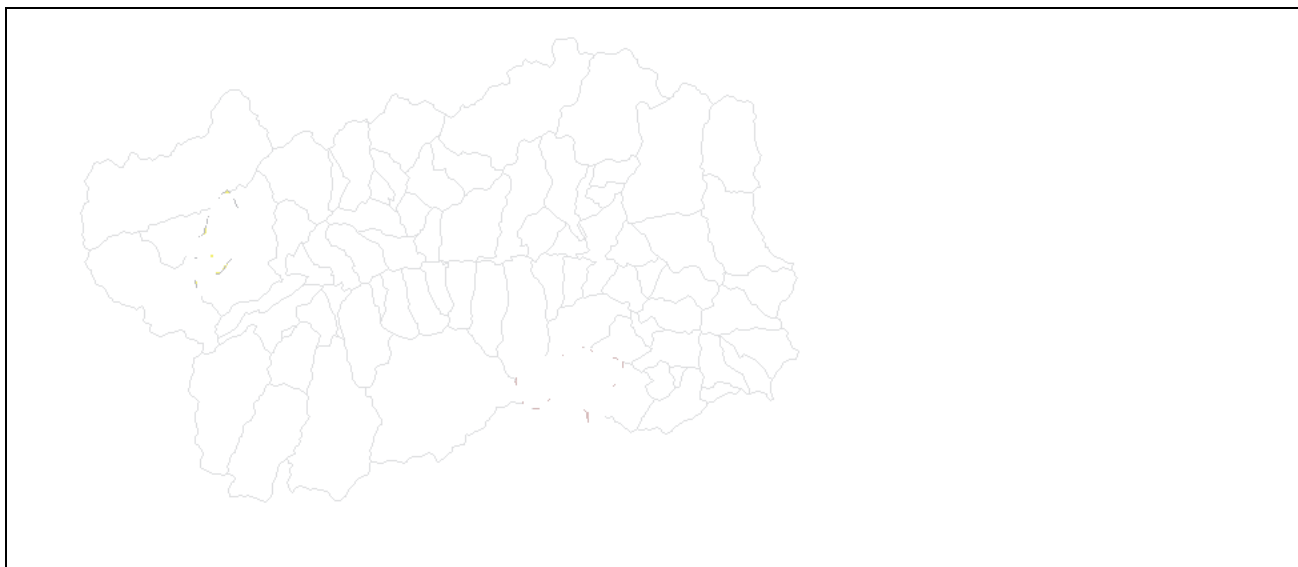
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Piemonte, nel 2007, l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano è stata pari allo 0,2 %, inferiore alla media nazionale (0,3%) ed inferiore a quella delle Regioni Obiettivo Competitività considerate nel complesso (0,5%). La presenza di aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano non ha subito alcuna variazione.



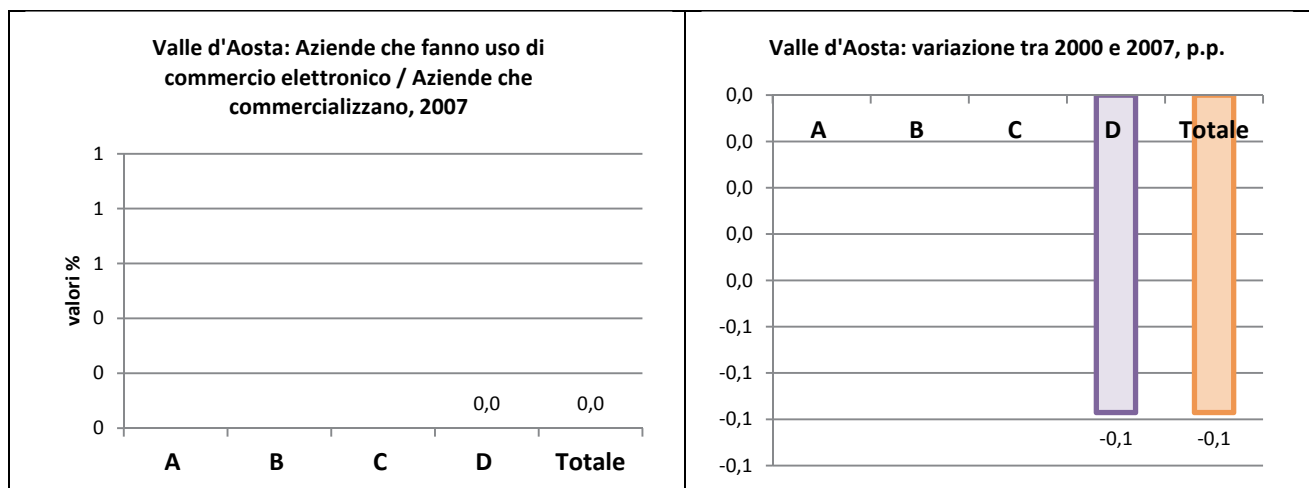
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Valle d' Aosta



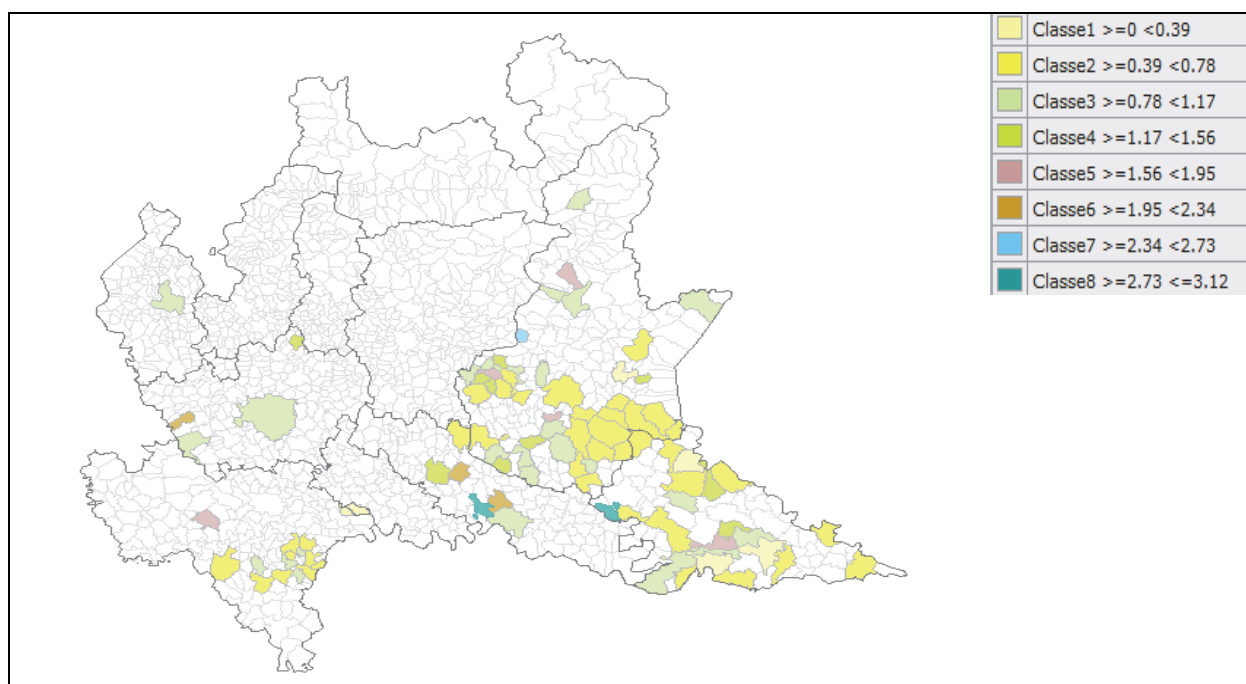
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Valle d'Aosta la variazione di percentuale tra il 2000 e il 2007 è stata del 100% infatti si è passati da 3 unità presenti nel 2000 nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) a zero unità nel 2007, e nello stesso periodo si può evidenziare una riduzione del 61,5% delle aziende che commercializzano.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

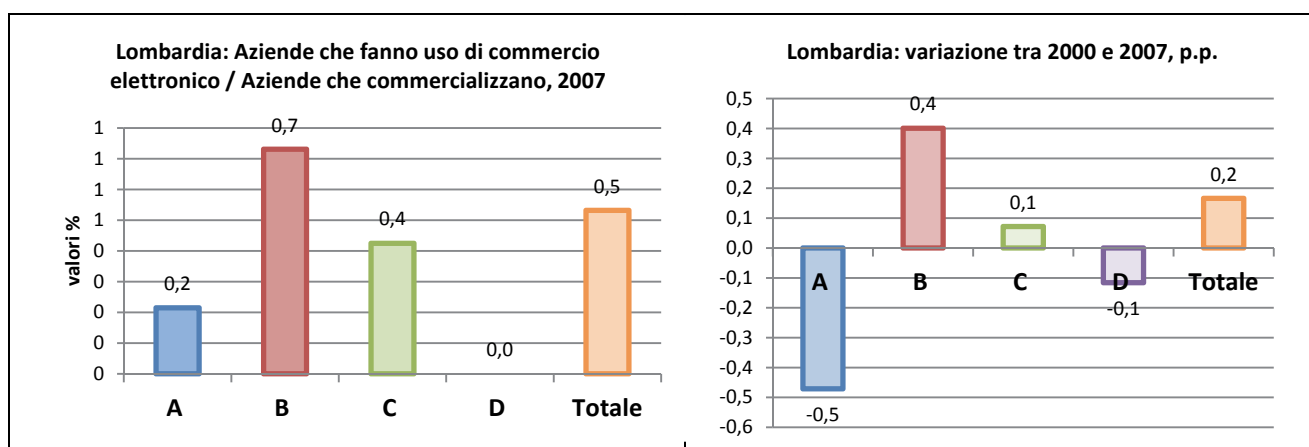
Lombardia:



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

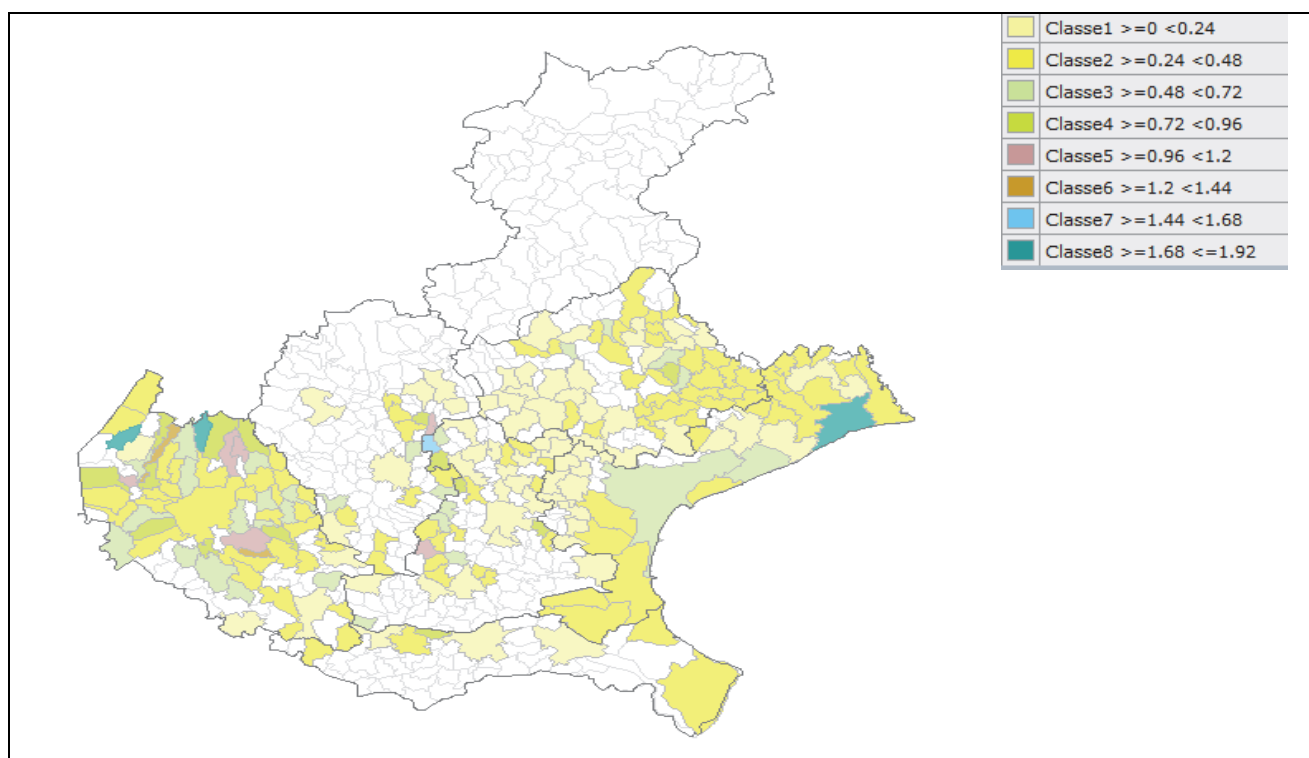
In Lombardia, l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano è stata pari allo 0,5%, superiore sia alla media nazionale (pari allo 0,3%) ed uguale a quella della delle Regioni Obiettivo Competitività. La presenza di aziende che fanno uso di commercio elettronico sul totale delle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, è aumentata dello 0,2%, questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che fanno uso di commercio elettronico (49,3%) rispetto alle aziende che commercializzano (-65,2%).

Sia in termini assoluti (con oltre 80 unità) che in termini % (0,7% sulle aziende che commercializzano) il maggior numero di aziende è nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata). Un esame del valore dell'indicatore delle diverse aree rurali evidenzia che la maggiore riduzione nel periodo 2000-2007 si può registrare nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettrico è passata dallo 0,7 % allo 0,2%.



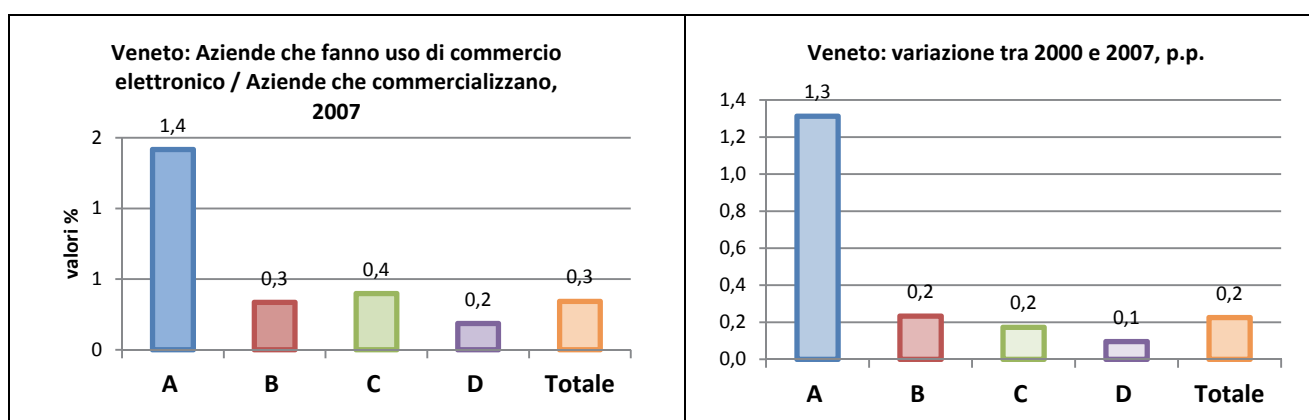
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Veneto



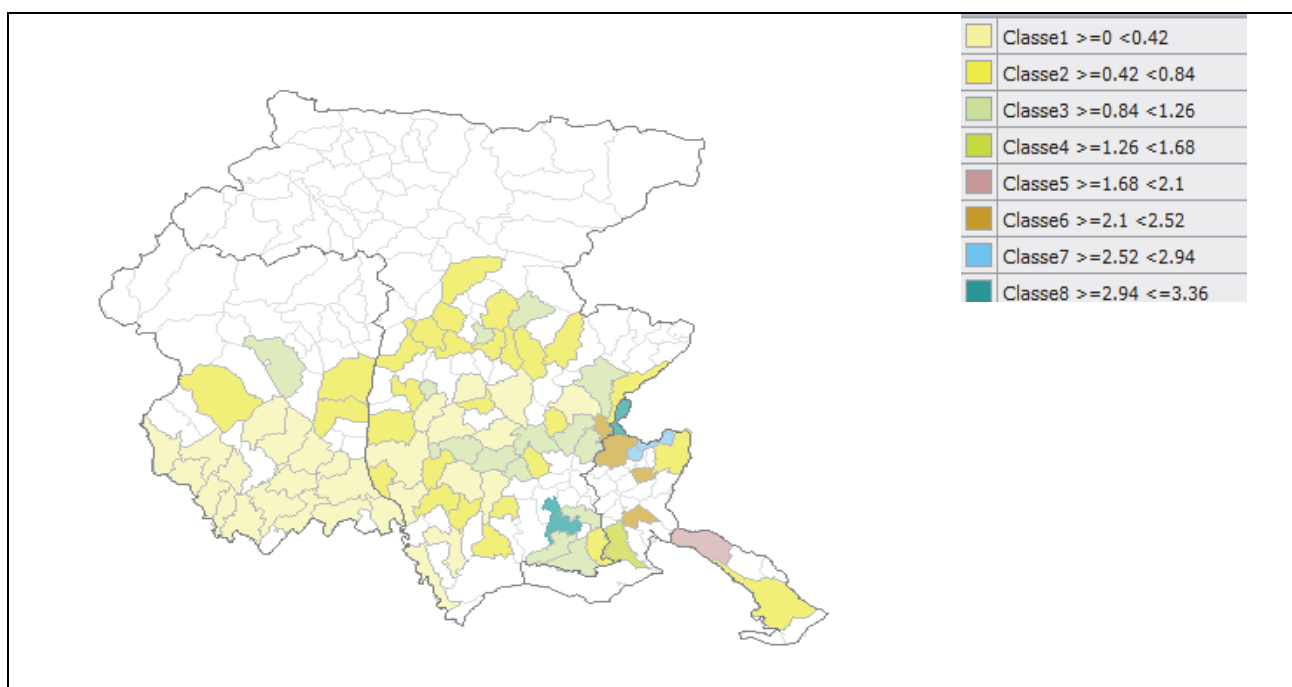
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Veneto, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari allo 0,3 % uguale alla media nazionale ed inferiore a quella delle Regioni Obiettivo Competitività, considerata nel complesso 0,5%. La presenza di aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 è aumentata dello 0,2%, questo fenomeno è dovuto ad un aumento (60,4%) nel periodo considerato delle aziende che fanno uso di commercio elettronico rispetto alla riduzione delle aziende che commercializzano (-44,9%). In termini assoluti il maggior numero di aziende che fanno uso di commercio elettronico è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con oltre 190 unità. Mentre in termini % la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani, 1,4%). Un esame della presenza di aziende che fanno uso di commercio elettrico nelle diverse aree rurali evidenzia il maggiore aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone C (Aree rurali intermedie) in cui l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettrico è passata dallo 0,2% allo 0,4%.



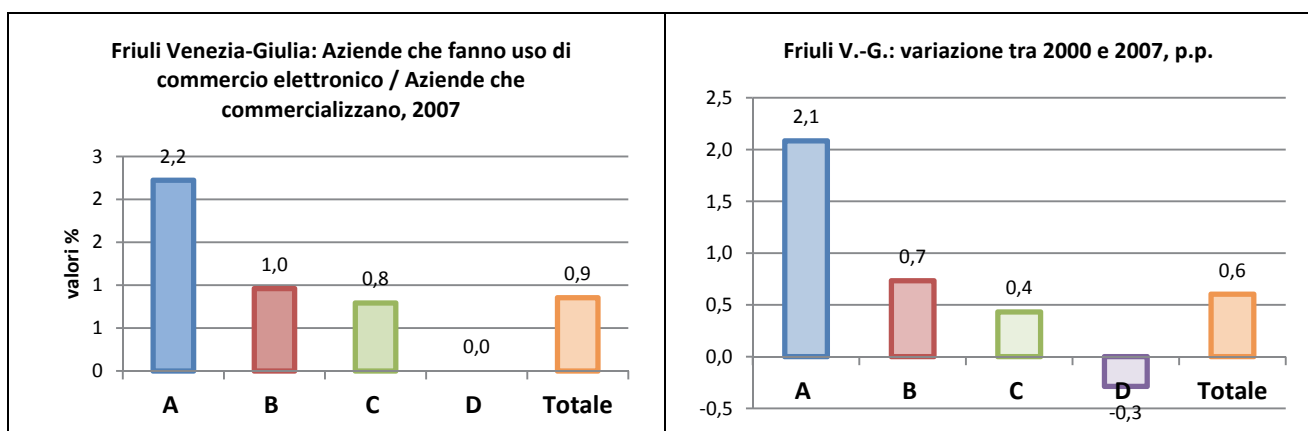
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Friuli Venezia-Giulia:



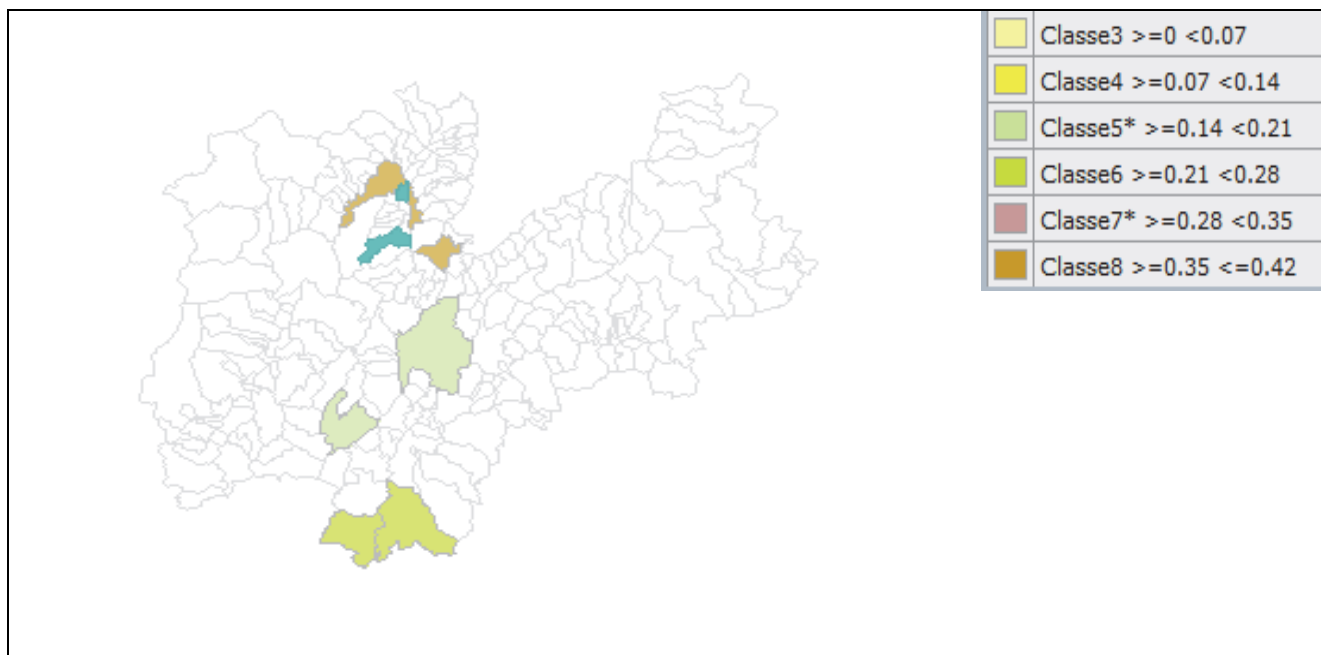
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Friuli Venezia Giulia, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari allo 0,9%, nettamente superiore alla media nazionale che nello stesso anno, è risultata pari allo 0,3% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività dello 0,5%. La presenza di aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 è aumentata dello 0,6%; questo fenomeno è dovuto ad un aumento, nel periodo considerato, delle aziende che fanno uso di commercio elettronico (35,6%) rispetto ad una diminuzione delle aziende che commercializzano (-60,1%). In termini assoluti il maggiore numero di aziende che fanno uso di commercio elettronico è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con oltre 70 unità. Un esame della distribuzione dell'indicatore nelle diverse aree rurali, evidenzia che il maggiore aumento nel periodo 2000-2007, si può registrare nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettrico è passata dallo 0,1% al 2,2%, al contrario nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si registra una riduzione dello 0,3%, che ha portato ad una totale assenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico, infatti da 3 unità presenti nel 2000 si è passati a 0 unità nel 2007.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Provincia Autonoma (Pa) di Trento

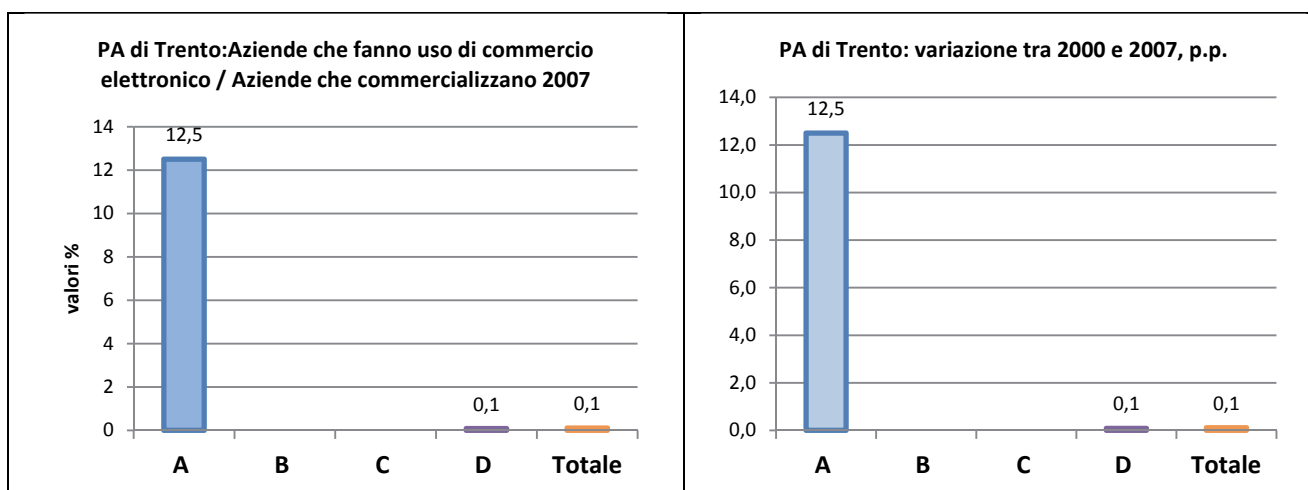


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Nella Provincia Autonoma di Trento, nel 2007, l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano è stata pari allo 0,1% inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari allo 0,3%, sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività dello 0,5%.

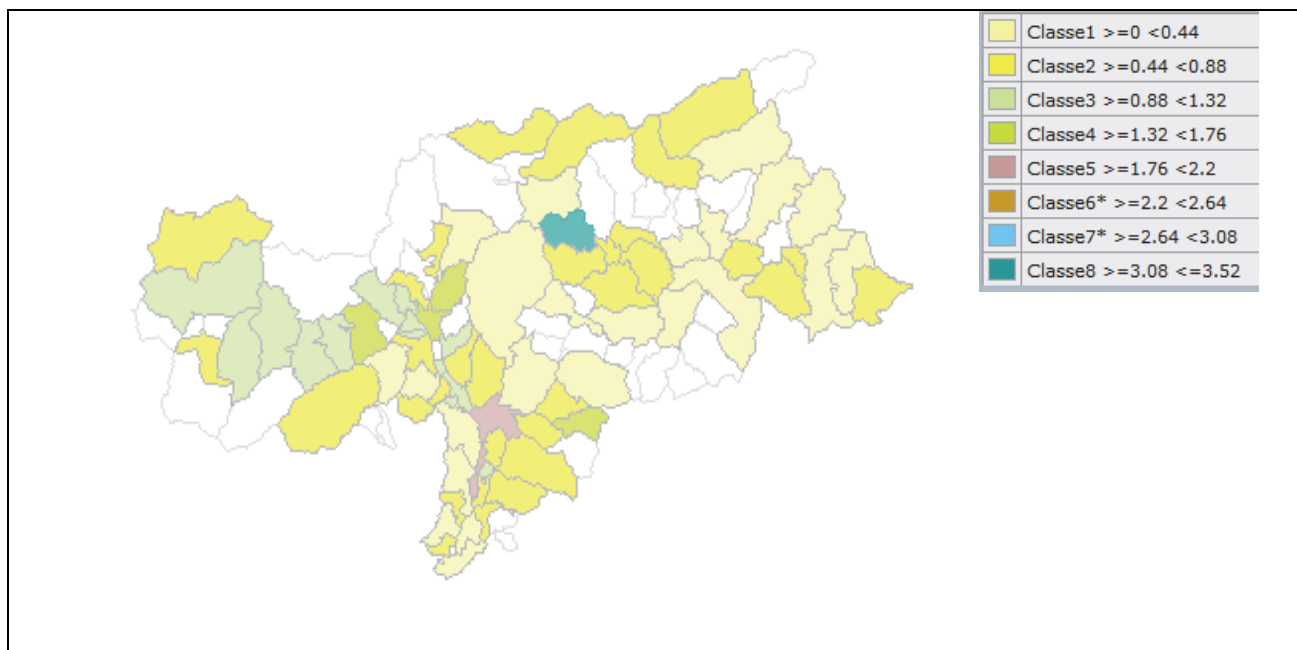
La variazione % tra il 2007 e il 2000 è stata pari al 100%, infatti si è passati da zero unità nel 2000 a 10 unità nel 2007. In termini assoluti il maggior aumento si può evidenziare nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con 8 unità. Mentre in termini % (12,5%) il maggior aumento si ha nelle zone A (Poli Urbani).

Nello stesso periodo si può si può registrare una riduzione (- 45,7%) delle aziende che commercializzano.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Provincia Autonoma (PA) di Bolzano

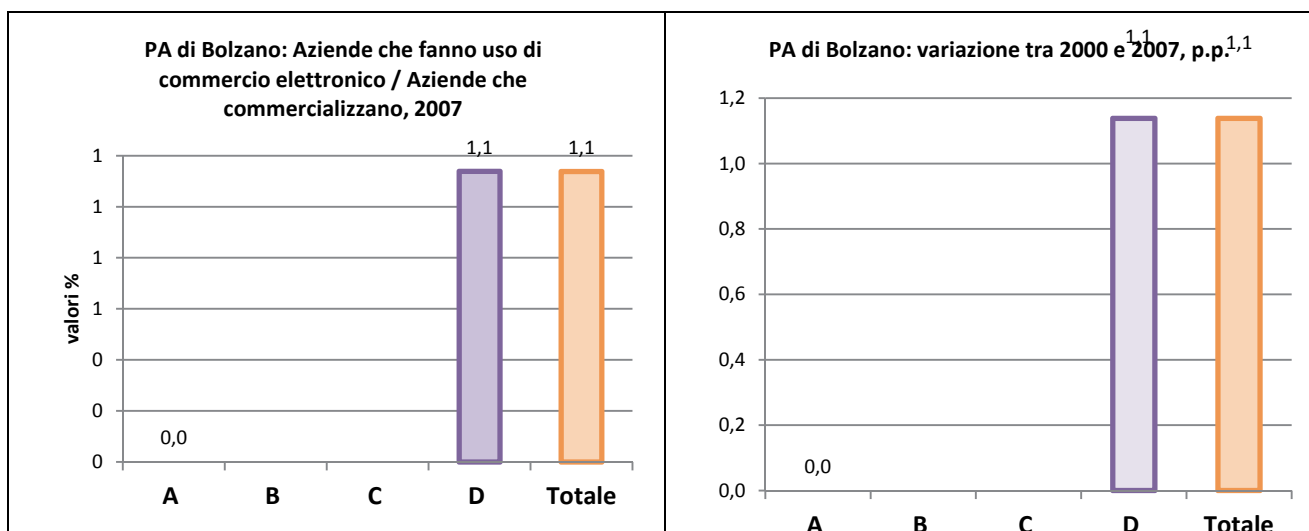


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Nella Provincia Autonoma di Bolzano nel 2007, l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano è stata pari all'1,1% superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari allo 0,3% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività dello 0,5%.

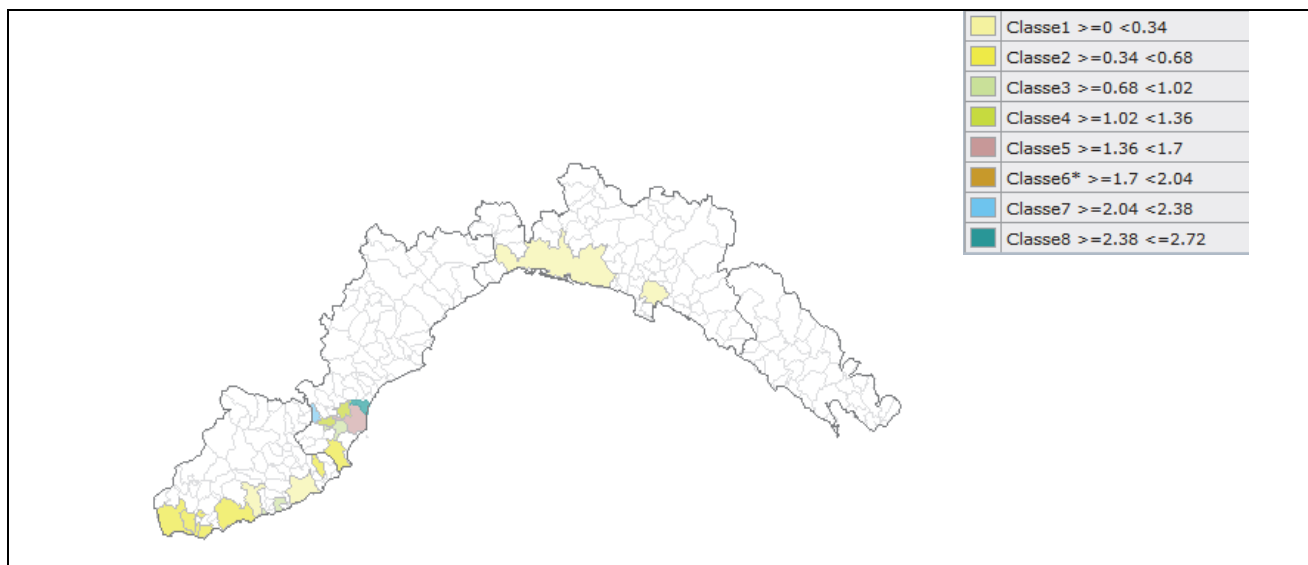
La variazione % tra il 2007 e il 2000 è stata pari al 100%, infatti si è passati da zero unità nel 2000 a 114 unità nel 2007. Tale variazione si evidenzia nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo).

Nello stesso periodo si può si può registrare una riduzione pari a -52,6% sul totale delle aziende che commercializzano.



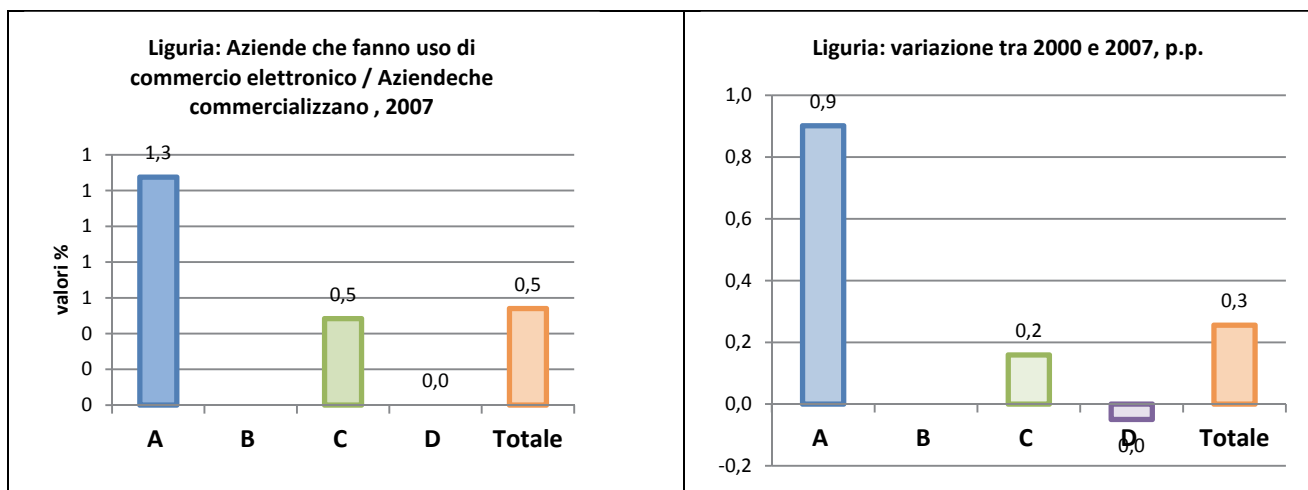
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Liguria



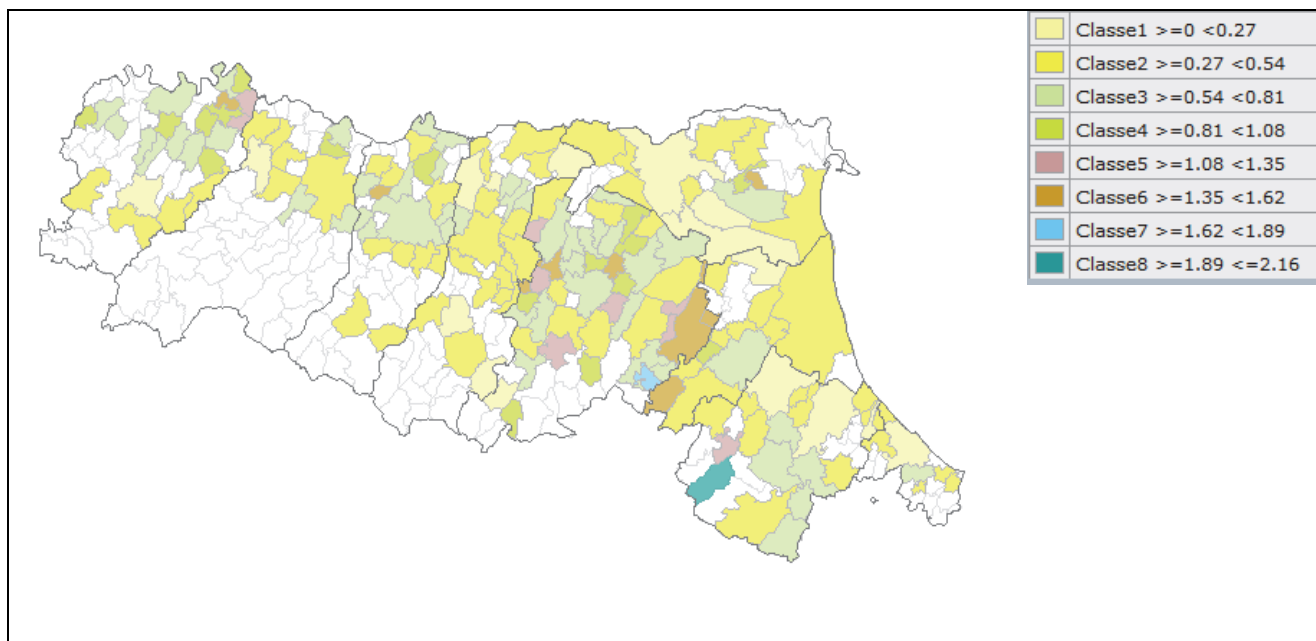
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Liguria, nel 2007, il valore dell'indicatore è stato pari allo 0,5% superiore alla media nazionale ed uguale a quella delle Regioni Obiettivo Competitività. La presenza di aziende che fanno uso di commercio elettronico, sulle aziende che commercializzano, è aumentato dello 0,3%; questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione, nel periodo considerato 2000-2007, delle aziende che fanno uso di commercio elettronico (-20,4%) rispetto alle aziende che commercializzano (-58,1%). Sia in termini assoluti (con 29 unità), che in termini % (1,3% sul totale delle aziende), il maggiore numero di aziende è presente nelle zone A (Poli Urbani). Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano nelle aree rurali evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano sul totale è passata dallo 0,4% al 1,3%, mentre nello stesso periodo la maggiore riduzione, si può registrare nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) dove da 2 unità si è passati a zero unità.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

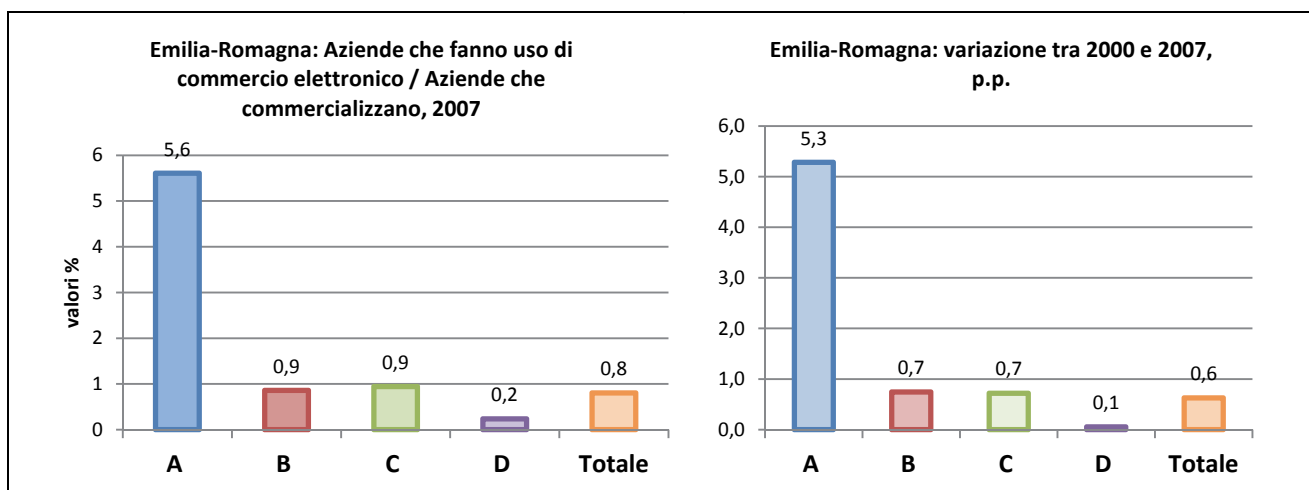
Emilia-Romagna



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

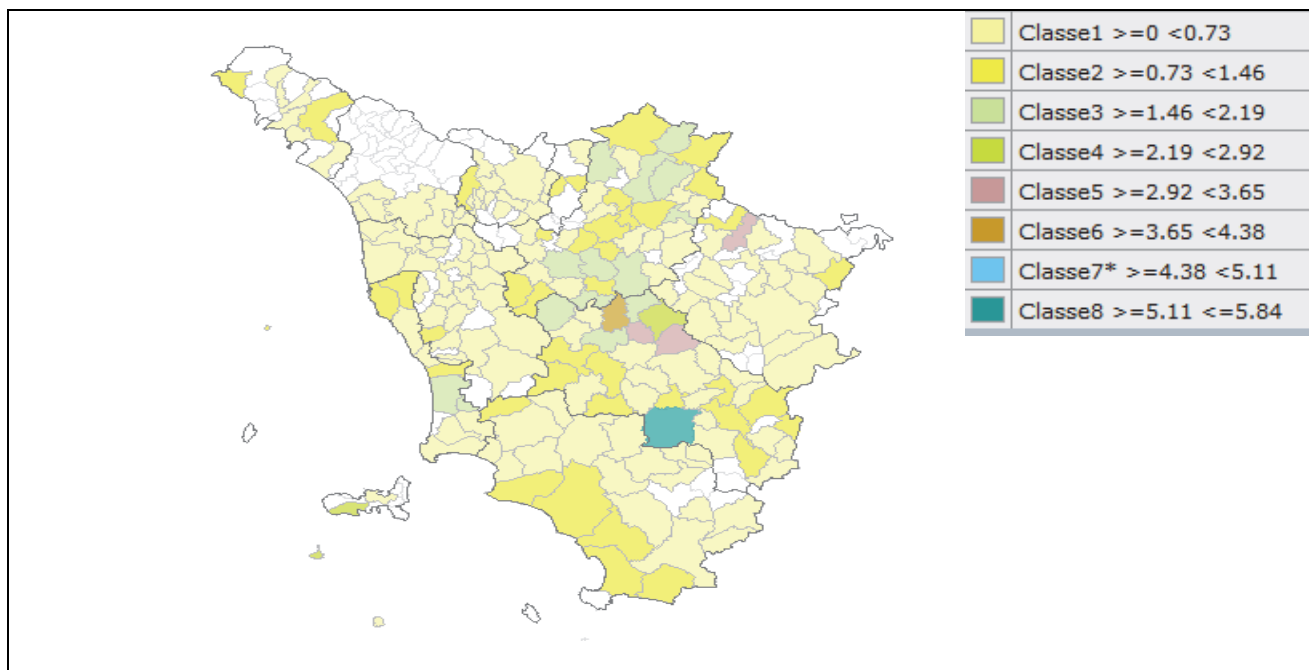
In Emilia Romagna, nel 2007, l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle Aziende che commercializzano è stata pari allo 0,8% superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari allo 0,3% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività dello 0,5%. La presenza di aziende che fanno uso di commercio elettronico sul totale delle aziende tra il 2000 e il 2007 è aumentata dello 0,6%, questo fenomeno è dovuto ad un aumento, nel periodo considerato 2000-2007, delle aziende che fanno uso di commercio elettronico (89%) rispetto ad una diminuzione delle aziende totali che commercializzano (-52,9%).

In termini assoluti, il maggiore numero di aziende che fanno uso di commercio elettronico è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 160 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani) col 5,6%.



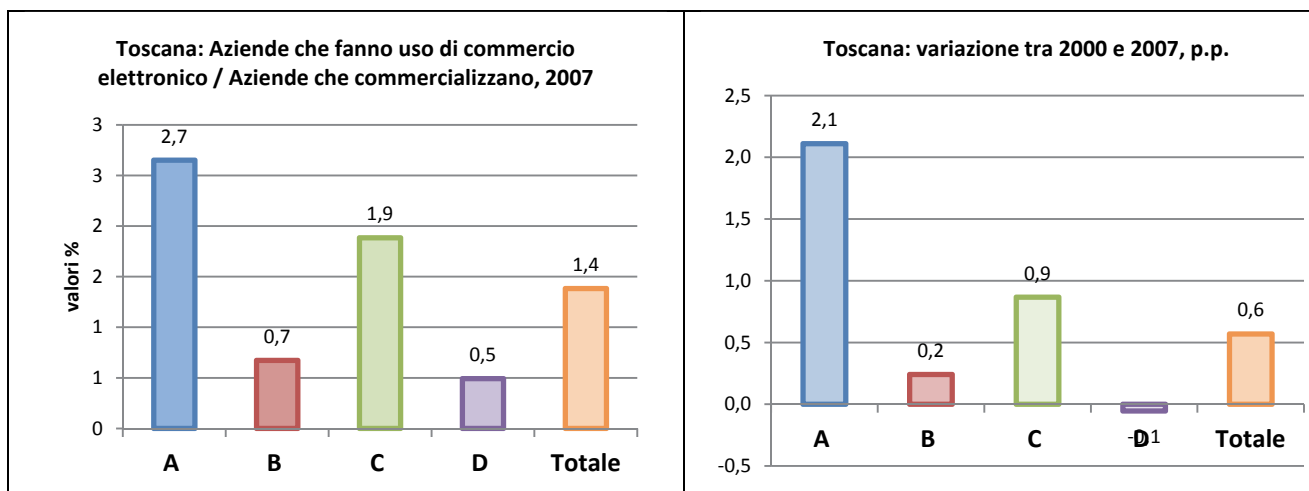
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Toscana



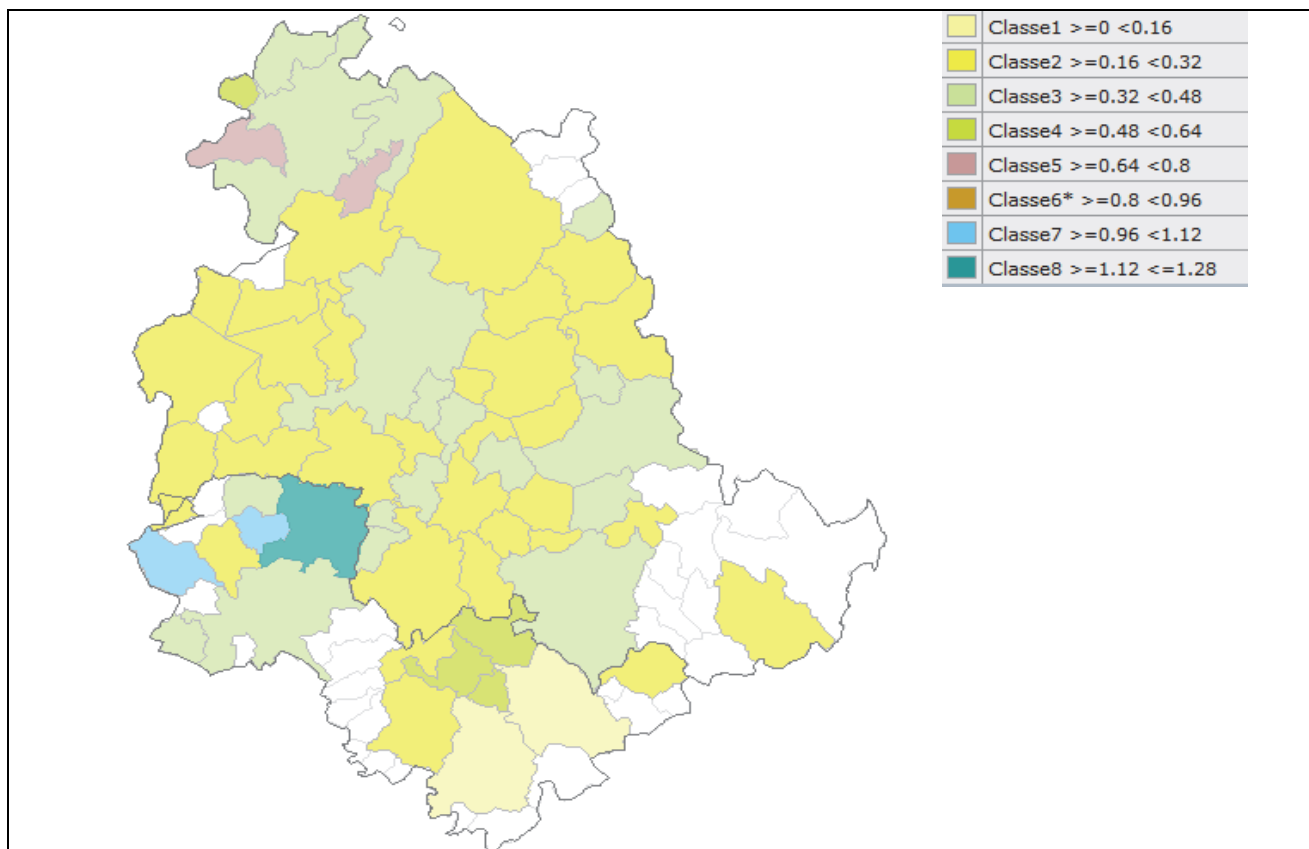
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Toscana, nel 2007, l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano è stata pari all' 1,4%, nettamente superiore alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari allo 0,3% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività dello 0,5%. La presenza di aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano, tra il 2000 e il 2007, è aumentata dello 0,6%, questo fenomeno è dovuto ad un aumento, nel periodo considerato, delle aziende che fanno uso di commercio elettronico (21,7%) rispetto ad una diminuzione delle aziende totali (-28,4%). Il maggiore numero di aziende che fanno uso di commercio elettronico è nella zona C (Aree rurali intermedie) con oltre 300 unità. Mentre in termini %, sul totale delle aziende che commercializzano la maggiore presenza è nelle zone A (Poli Urbani) col 2,7%. Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano nelle aree rurali evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone A (Poli Urbani) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano sul totale è passata dallo 0,6% al 2,7%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

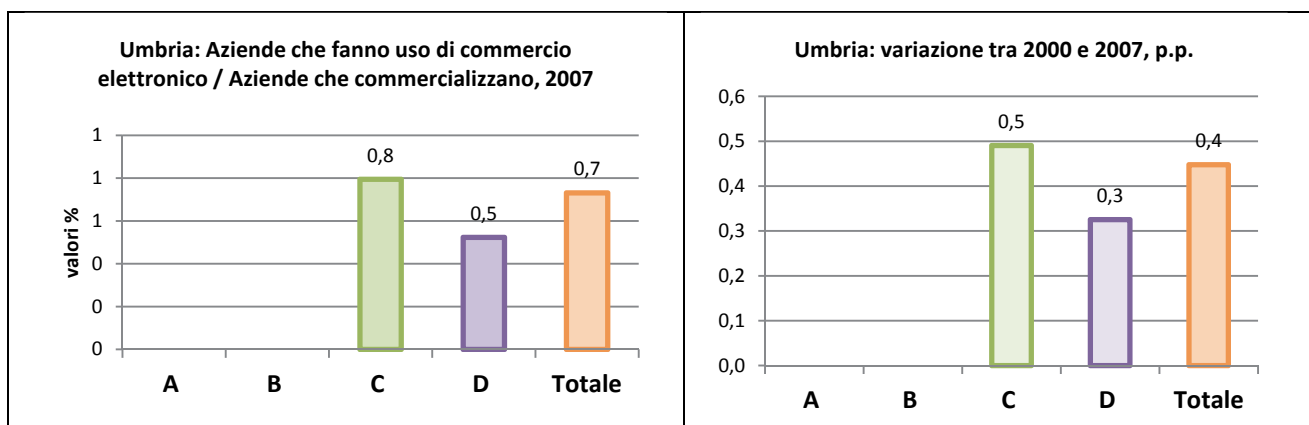
Umbria



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

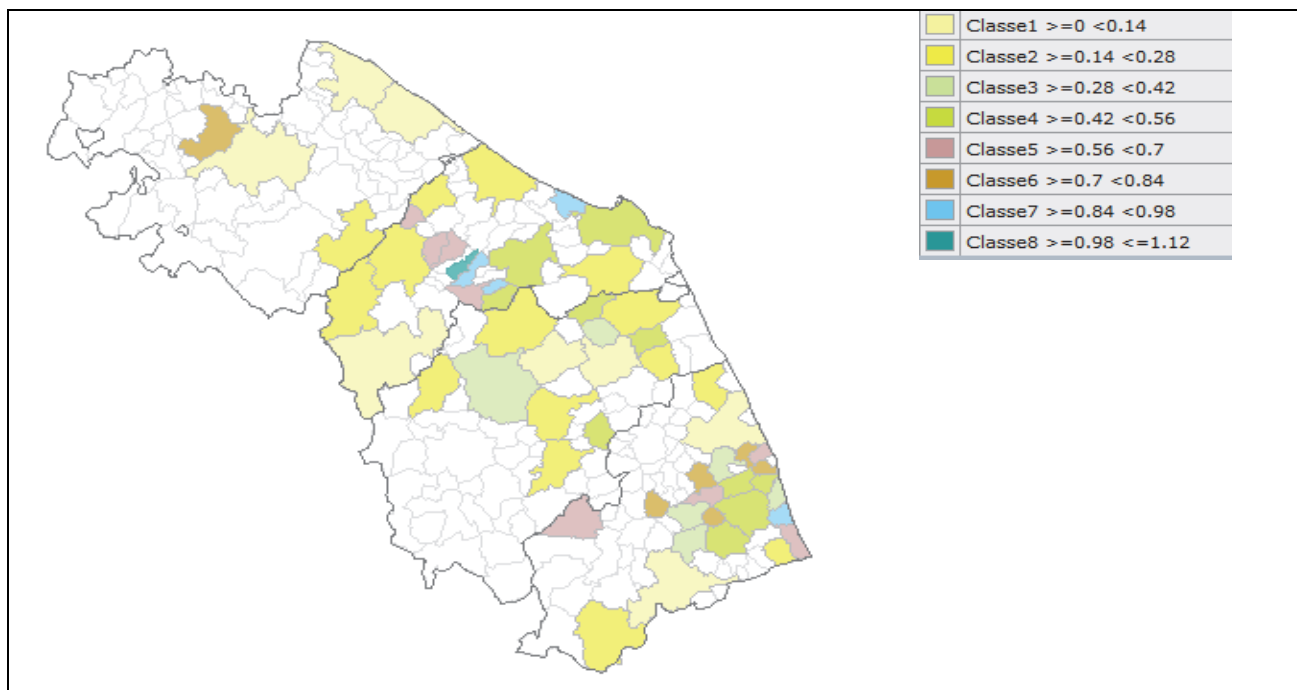
In Umbria, nel 2007, l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico, sulle aziende che commercializzano è stata pari allo 0,7%, superiore sia alla media nazionale, che nello stesso anno è risultata pari allo 0,3%, sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività dello 0,5%.

La presenza di aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 è aumentata dello 0,4%, questo fenomeno è dovuto ad un aumento, nel periodo considerato, delle aziende che fanno uso di commercio elettronico (41,6%) rispetto ad una diminuzione delle aziende che commercializzano (-28,4%). Sia in termini assoluti (con oltre 100 unità) che in termini percentuali il maggiore numero di aziende che fanno uso di commercio elettronico è nella zona C (Aree rurali intermedie).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

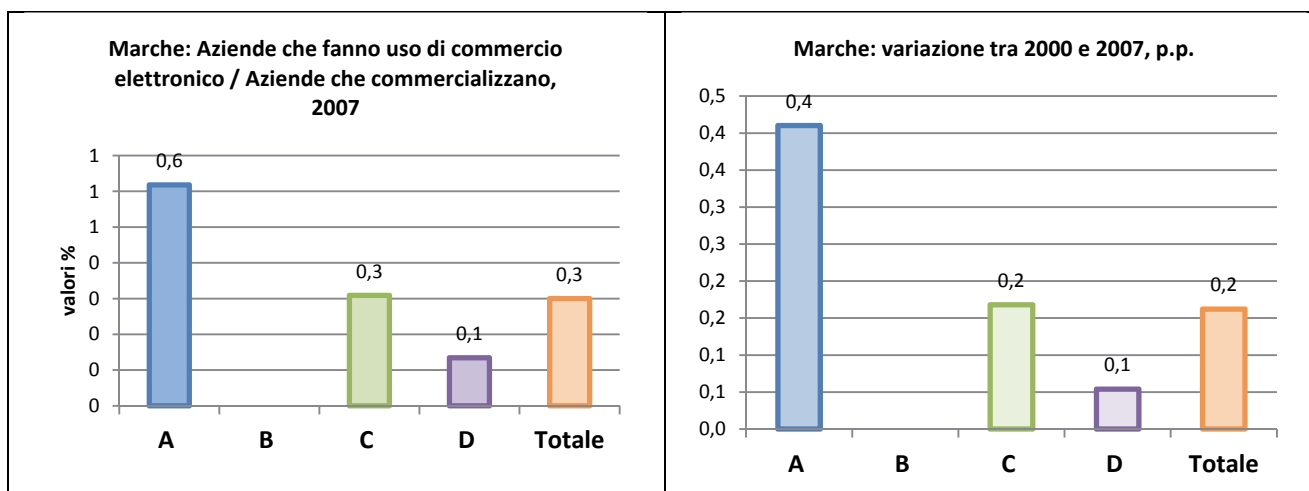
Marche



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

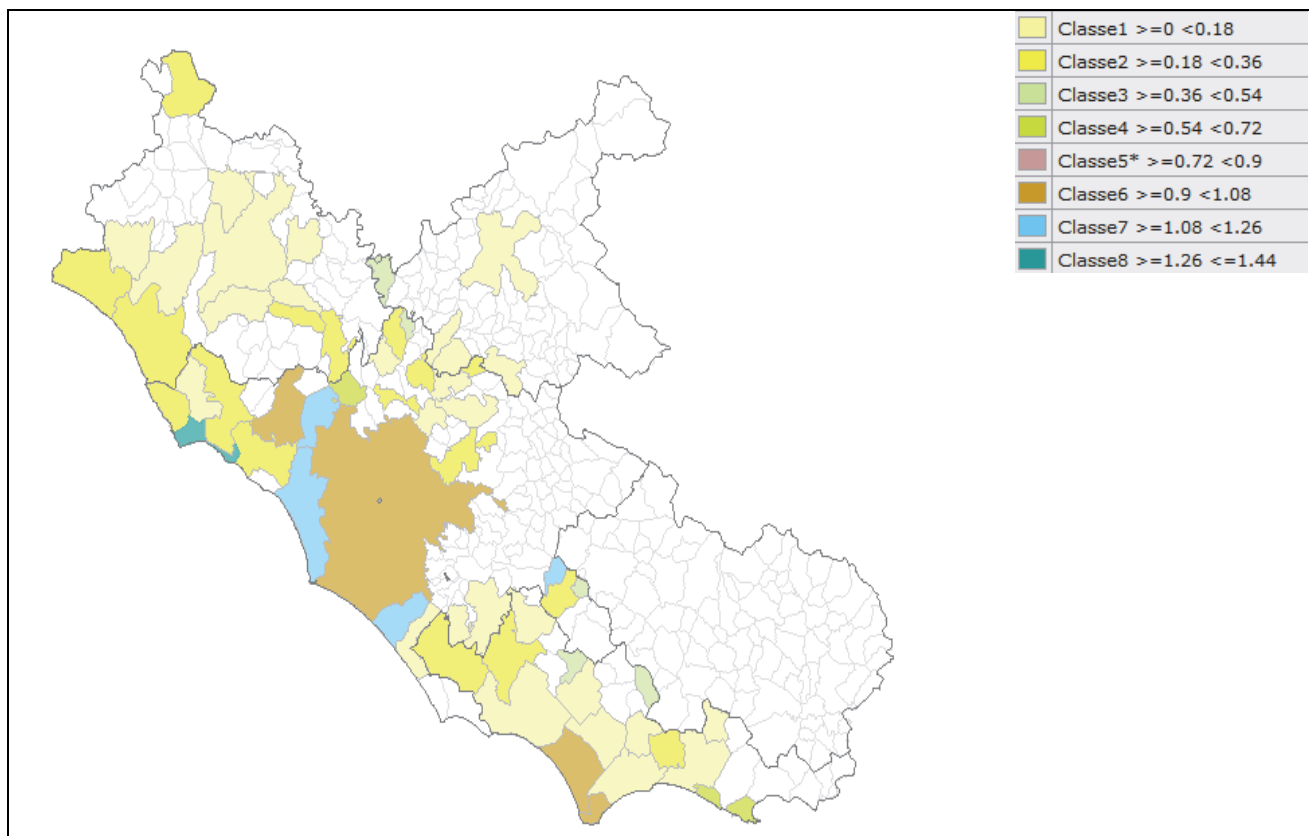
Nelle Marche, nel 2007, l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico, sulle aziende che commercializzano, è stata pari allo 0,3% uguale alla media nazionale e inferiore a quella delle Regioni Obiettivo Competitività dello 0,5%. La presenza di aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 è aumentato dello 0,2%. Questo fenomeno è dovuto ad un aumento, nel periodo considerato, delle aziende che fanno uso di commercio elettronico (15,9%) rispetto ad una diminuzione delle aziende totali che commercializzano (-46,7%).

In termini assoluti (con oltre 60 unità) il maggior numero di aziende che fanno uso di commercio elettronico è nella zona C (Aree rurali intermedie). Mentre in termini % il maggior numero di aziende si ha nelle zone A (Poli Urbani, 0,6%).



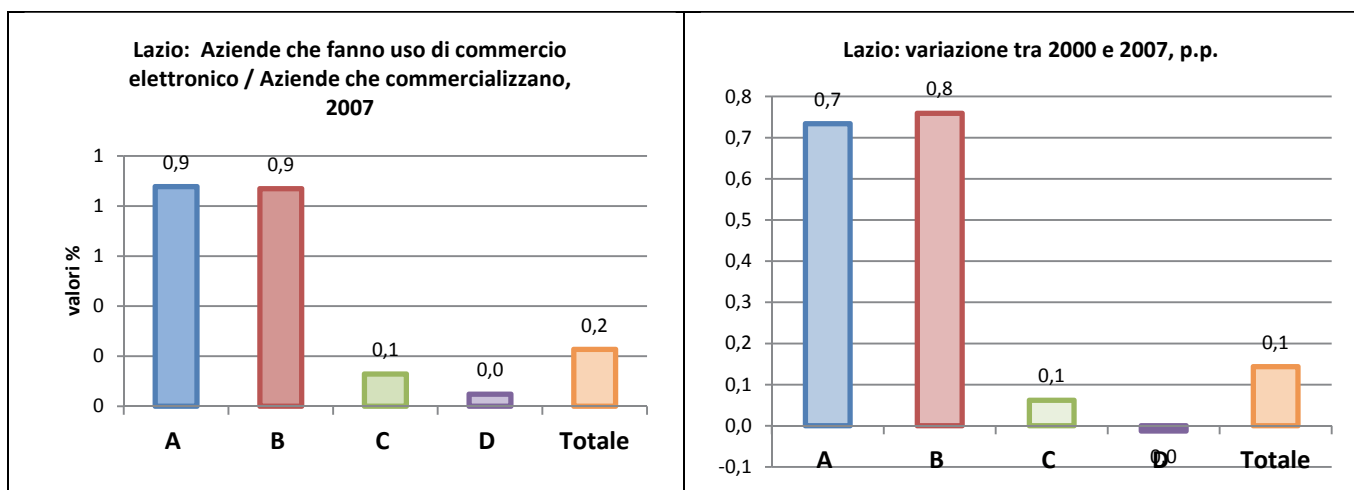
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Lazio



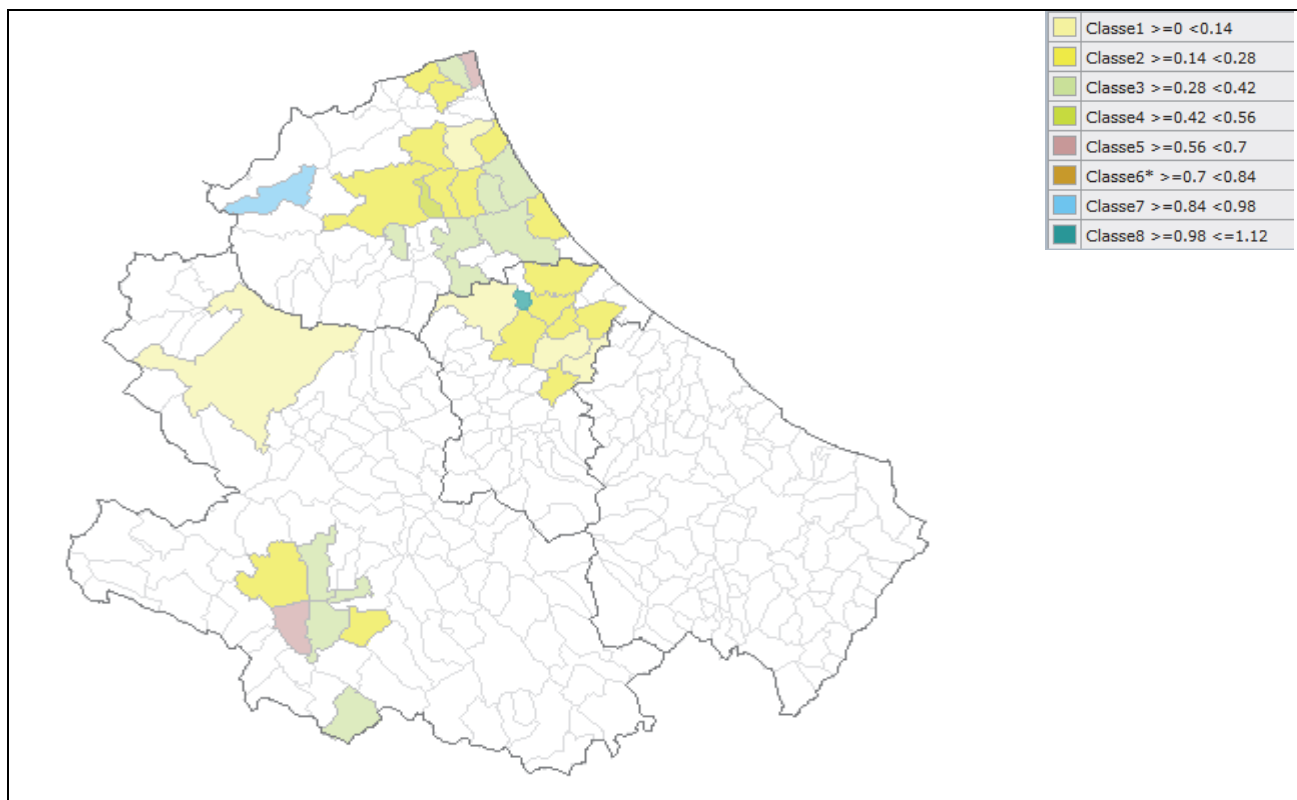
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Nella regione Lazio, nel 2007, l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico, sulle aziende totali che commercializzano è stata pari allo 0,2% inferiore sia alla media nazionale 0,3%, sia a quella delle Regioni Obiettivo Competitività dello 0,5%. La presenza di aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 è aumentata dello 0,1%. Questo fenomeno è dovuto ad un aumento, nel periodo considerato, delle aziende che fanno uso di commercio elettronico (21,3%) rispetto ad una diminuzione delle aziende totali che commercializzano (-55,6%).



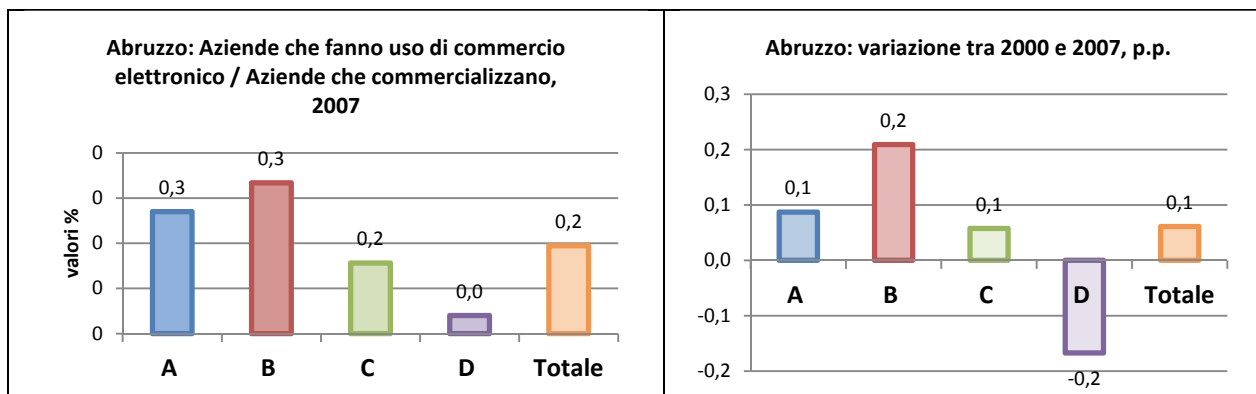
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Abruzzo



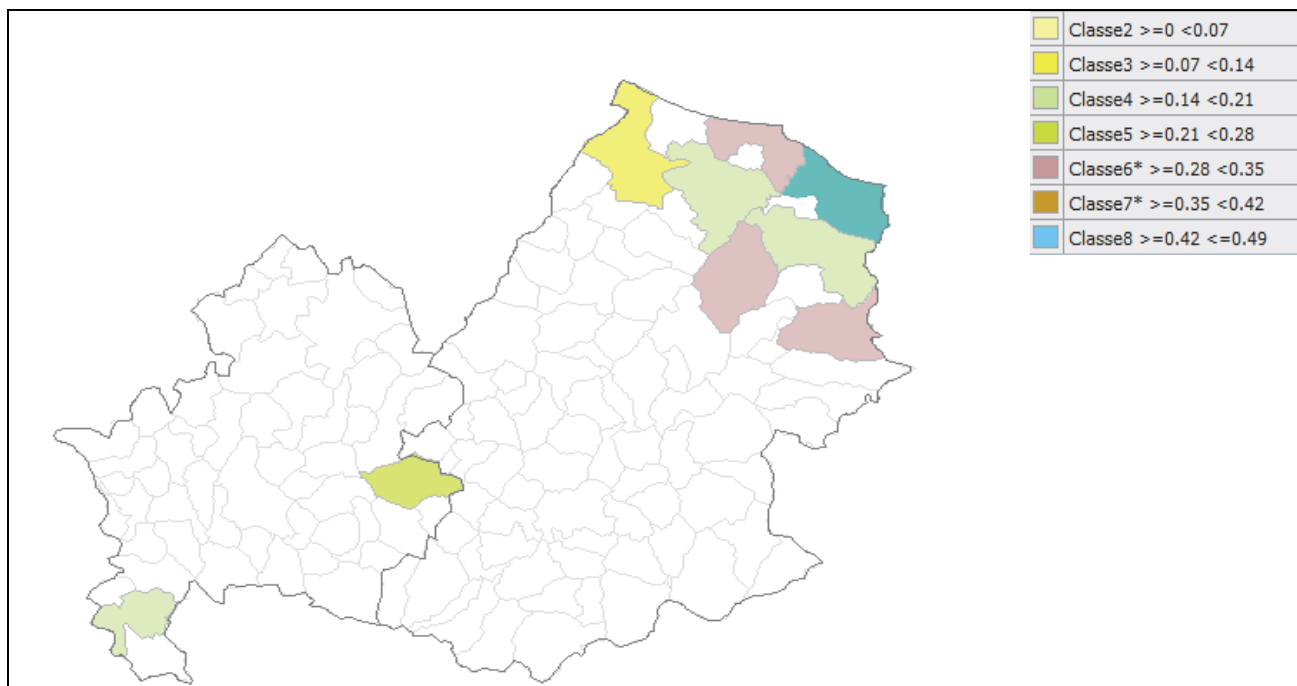
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Abruzzo, nel 2007, l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano è stata pari allo 0,2%, inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari allo 0,3% e di quella delle Regioni Obiettivo Competitività dello 0,5%. La presenza di aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 è aumentata dello 0,1%, questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che fanno uso di commercio elettronico (-24,6%) rispetto ad una diminuzione delle aziende totali che commercializzano (-48,3%). In termini assoluti il maggior numero di aziende che fanno uso di commercio elettronico è nella zona B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con oltre 30 unità. Un esame sulla presenza di aziende che fanno uso di commercio elettrico nelle diverse aree rurali evidenzia che il maggiore aumento (di 0,2 punti percentuali) nel periodo 2000-2007 si può registrare nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata), al contrario nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) si può una diminuzione dello 0,2%.



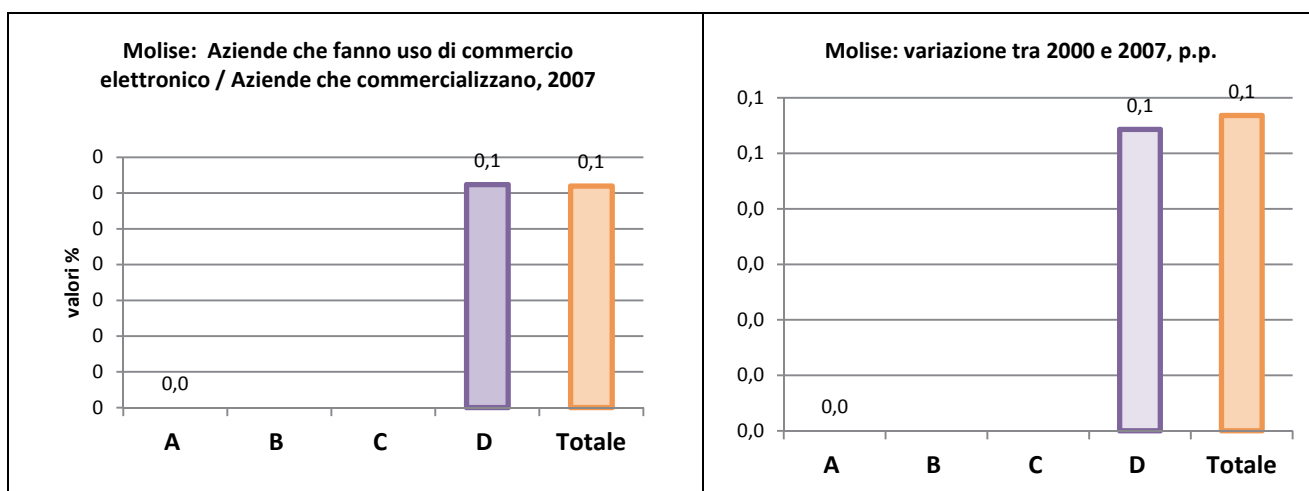
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Molise



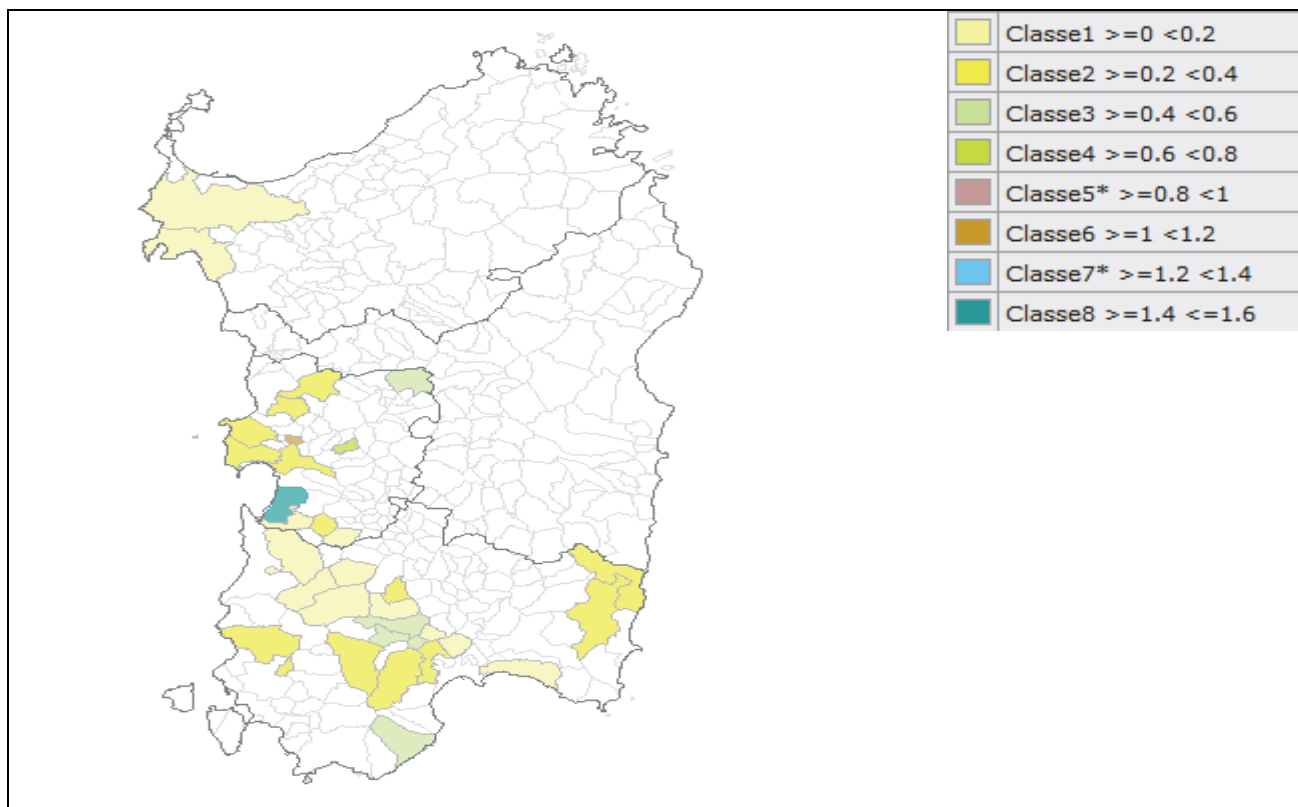
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Molise, nel 2007, l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano è stata pari allo 0,1 % inferiore sia alla media nazionale, che nello stesso anno è risultata pari allo 0,3%, sia di quella delle Regioni Obiettivo Competitività dello 0,5%. La presenza di aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano tra il 2000 e il 2007 è aumentata dello 0,1%, questo fenomeno è dovuto ad una minore riduzione, nel periodo considerato, delle aziende che fanno uso di commercio elettronico (-20,0%) rispetto ad una diminuzione delle aziende che commercializzano (54,8%).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

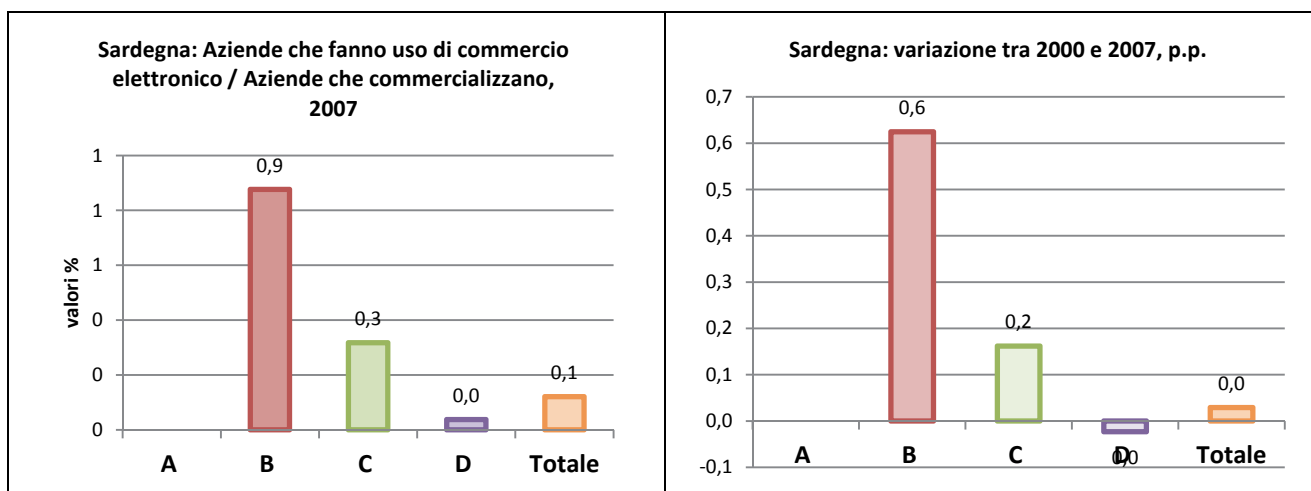
Sardegna



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

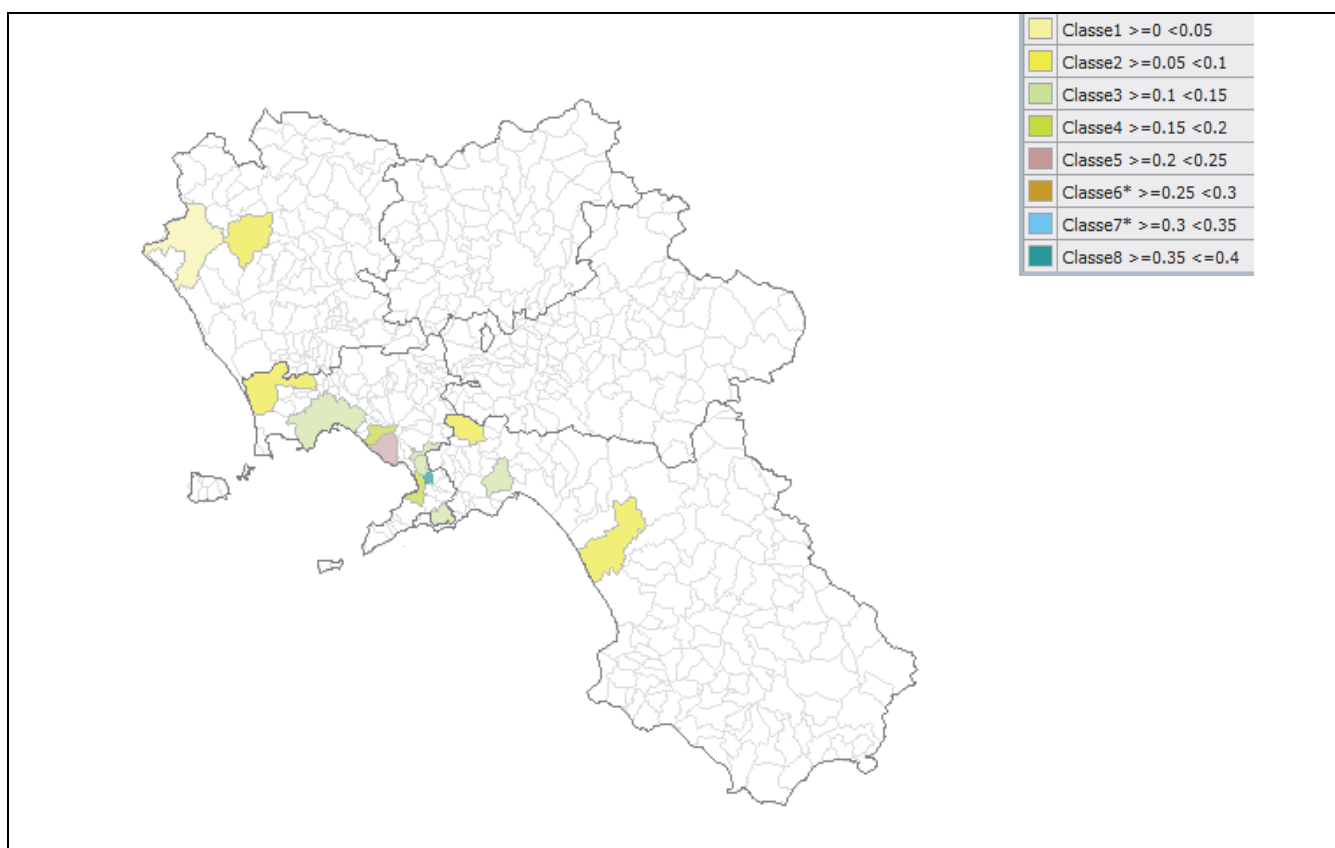
In Sardegna, nel 2007, l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano è stata pari allo 0,1% inferiore sia alla media nazionale che nello stesso anno è risultata pari allo 0,3% sia di quella delle Regioni Obiettivo Competitività dello 0,5%. L'indicatore non ha subito alcuna variazione significativa rispetto al 2000.

In termini assoluti il maggior numero di aziende che fanno uso di commercio elettronico è nella zona C (Aree rurali intermedie) con 21 unità. Mentre, in termini % (0,9%), la maggiore presenza si ha nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata).



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

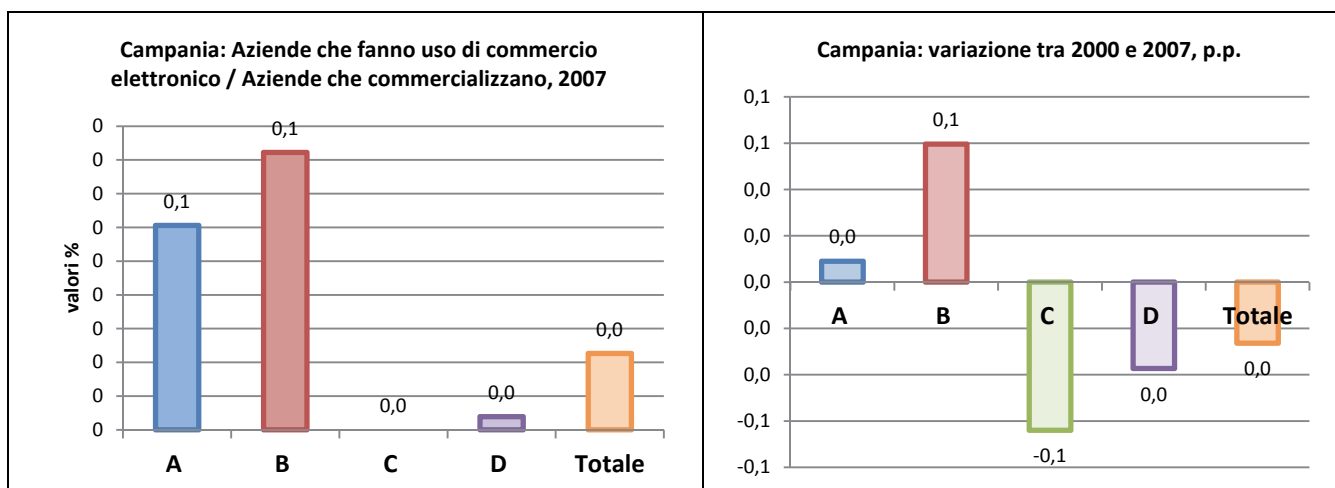
Campania



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

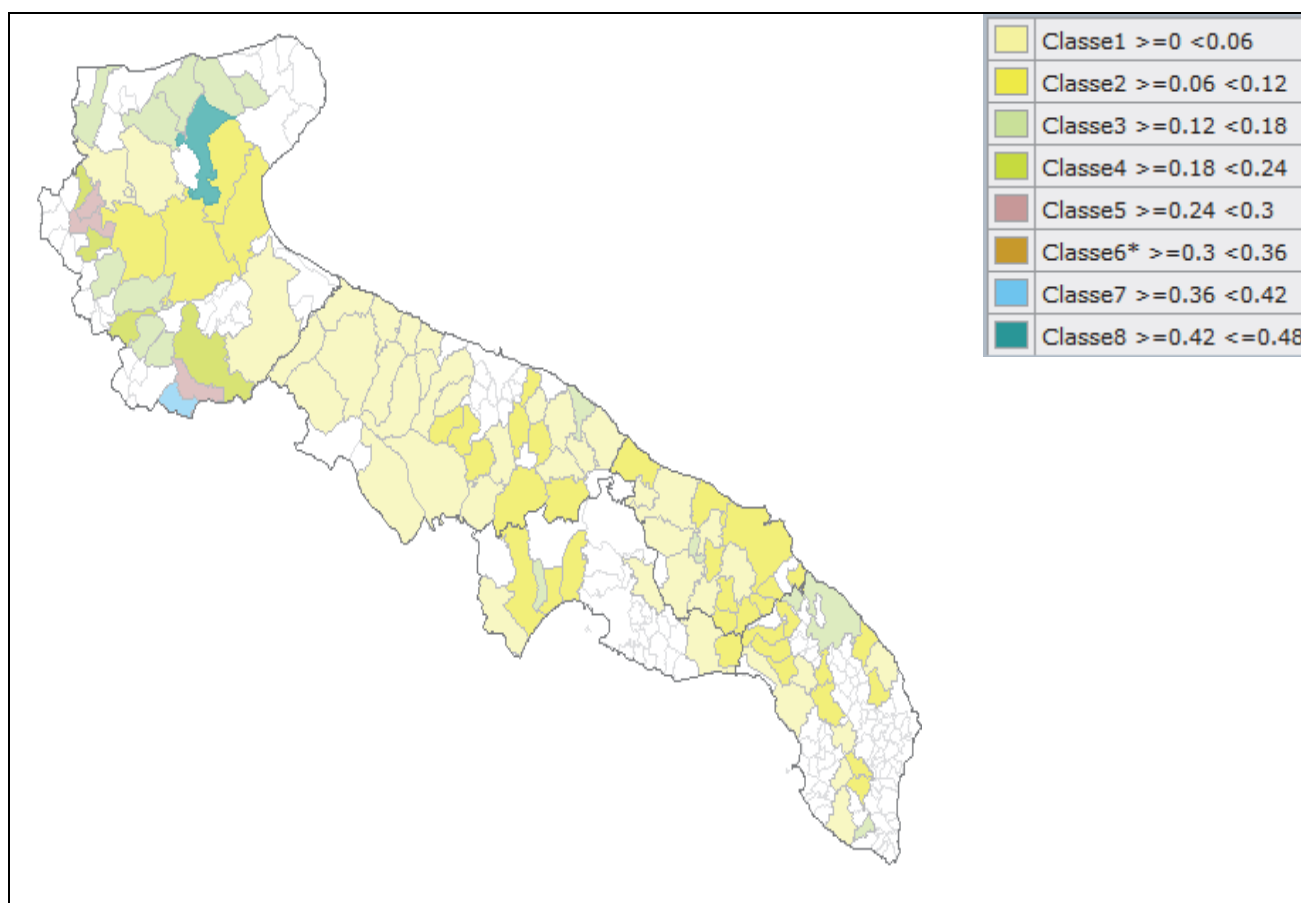
In Campania, nel 2007, sia l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico, sulle aziende che commercializzano, non ha subito alcuna variazione significativa rispetto al 2000.

In termini assoluti il maggior numero di aziende che fanno uso di commercio elettronico si può evidenziare nelle zone A (Poli Urbani) con 12 unità.



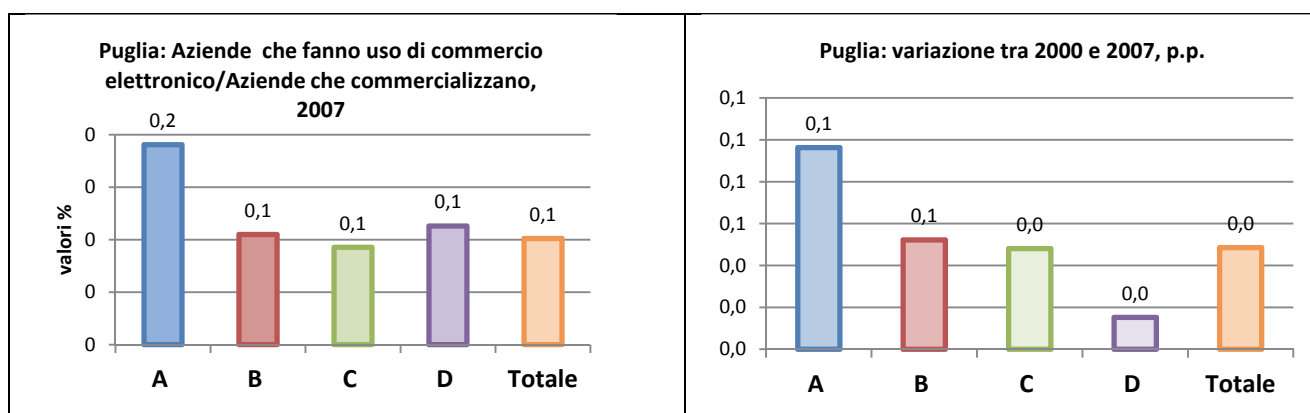
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Puglia



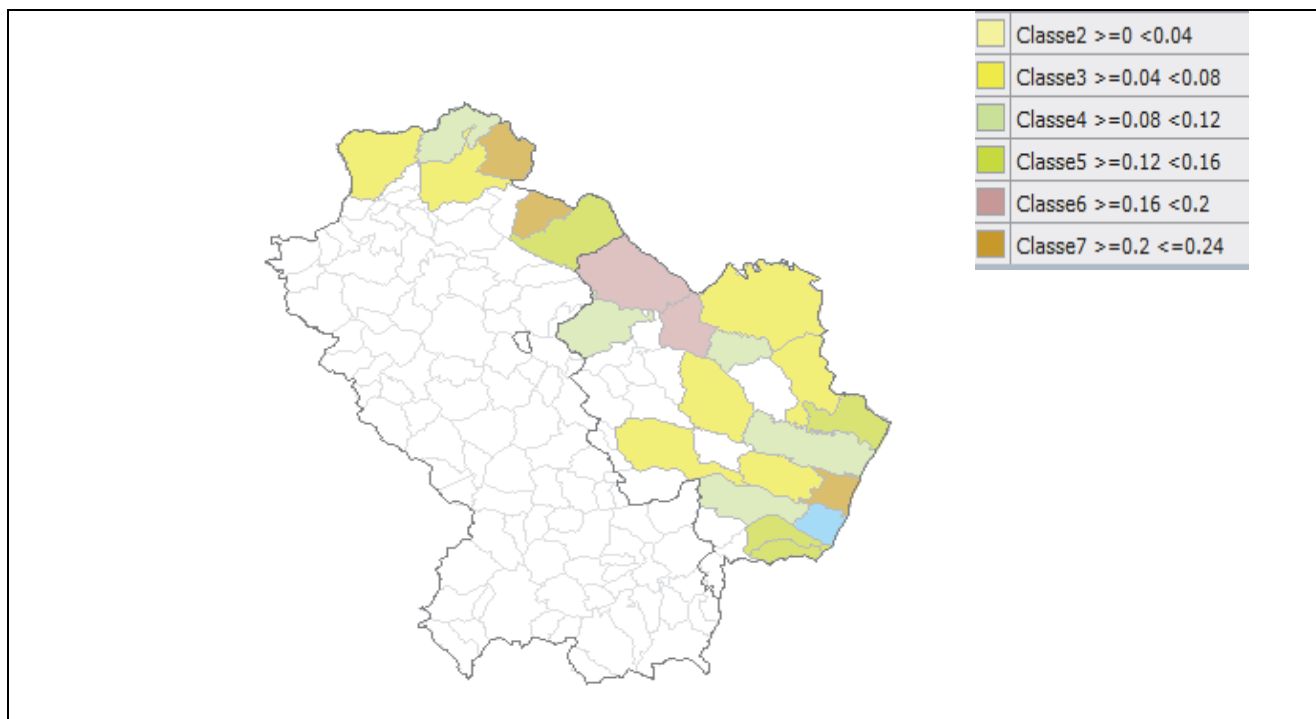
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Puglia, nel 2007, l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano è stata pari a 0,1% inferiore sia alla media nazionale (0,3%), ed uguale a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerate nel complesso 0,1%. La presenza di aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano non ha subito alcuna variazione. In termini assoluti il maggior numero di aziende che fanno uso di commercio elettronico si può evidenziare nelle zone C (Aree rurali intermedie) con 70 unità. Mentre in termini % il maggior numero si ha nelle zone A (Poli Urbani, 0,2%).



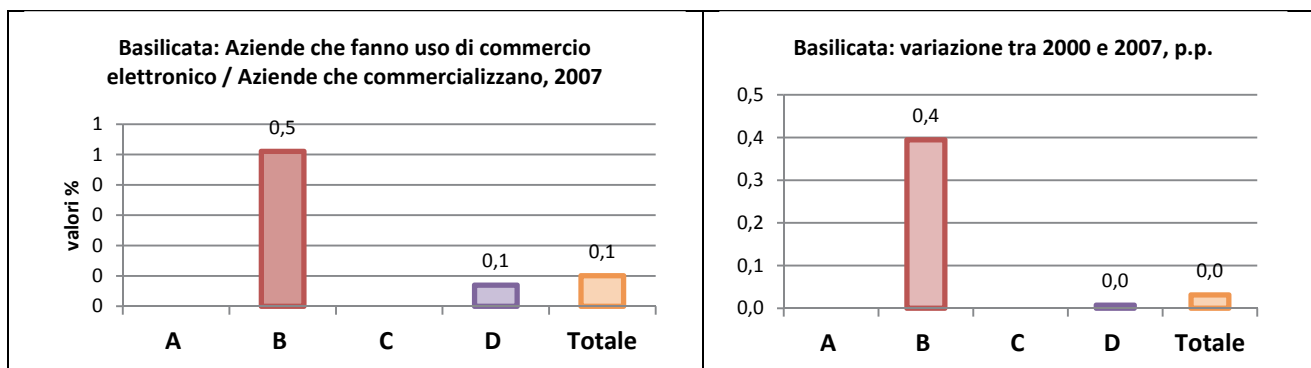
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Basilicata



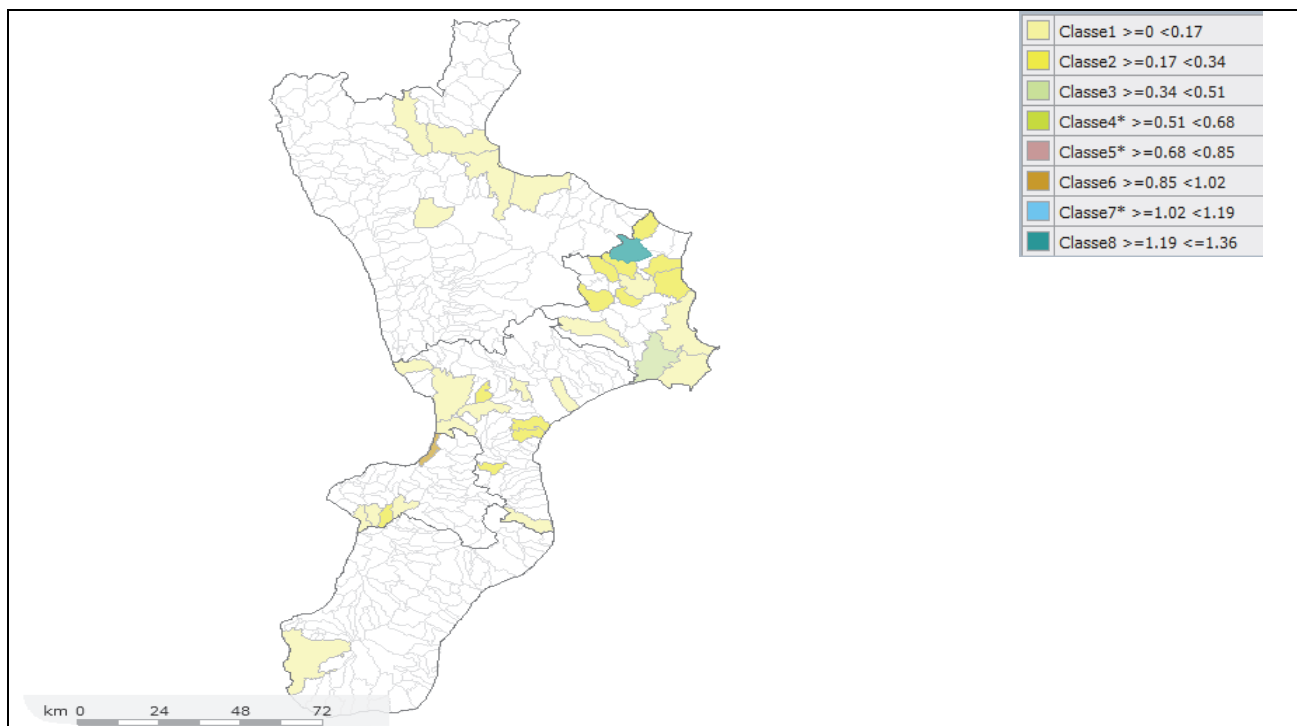
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Basilica, nel 2007, l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano è stata pari a 0,1 % inferiore sia alla media nazionale (0,3%), ed uguale a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerate nel complesso 0,1%. La presenza di aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano non ha subito alcuna variazione significativa rispetto al 2000. In termini assoluti il maggior numero di aziende che fanno uso di commercio elettronico si può evidenziare nelle zone D (Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo) con 18 unità. Mentre in termini % il maggior numero si ha nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata, 0,5%). Un esame sulla presenza di aziende che commercializzano nelle aree rurali evidenzia che il maggior aumento nel periodo preso in considerazione (2000-2007) si registra nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) in cui l'incidenza delle aziende che commercializzano sul totale è passata dallo 0,1% allo 0,4%, **mentre nello stesso periodo la maggiore riduzione**.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

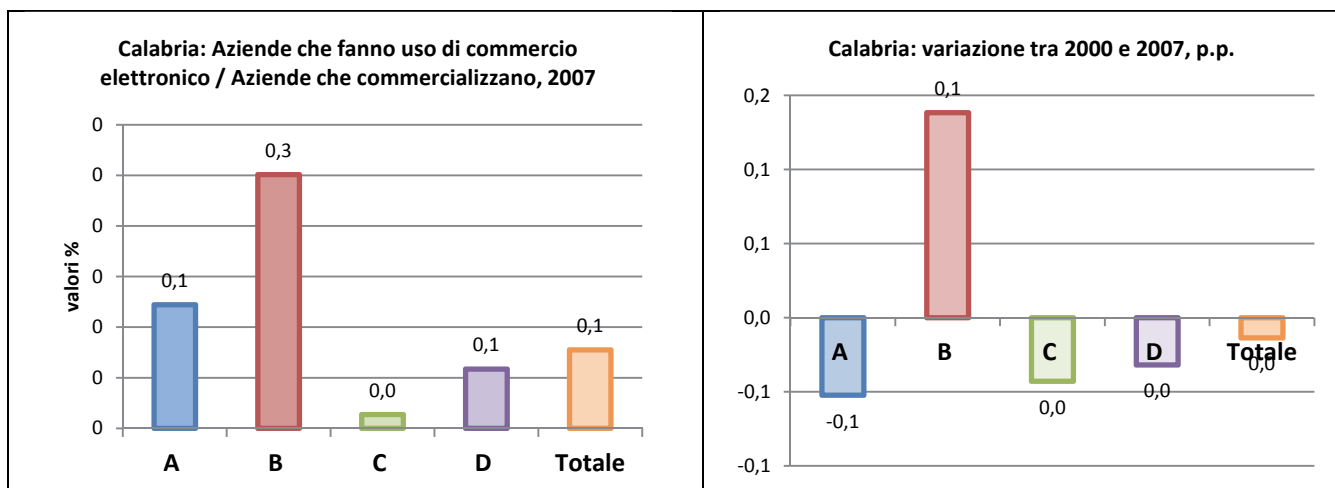
Calabria



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

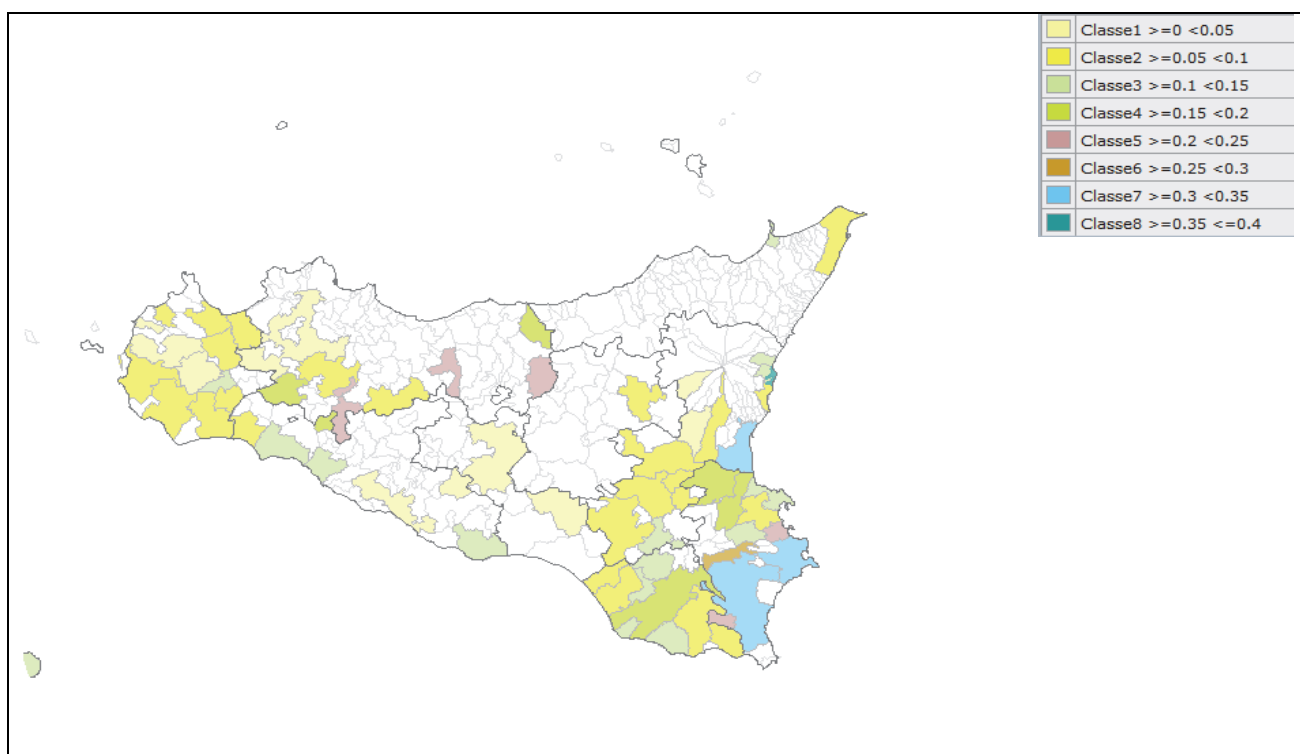
In Calabria, nel 2007, l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano è stata pari a 0,1% inferiore sia alla media nazionale (0,3%), ed uguale a quella delle Regioni Obiettivo Convergenza considerate nel complesso 0,1%. La presenza di aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano non ha subito alcuna variazione.

Sia in termini assoluti con 70 unità che in termini % (0,3%) il maggior numero di aziende che fanno uso di commercio elettronico si può evidenziare nelle zone B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata).



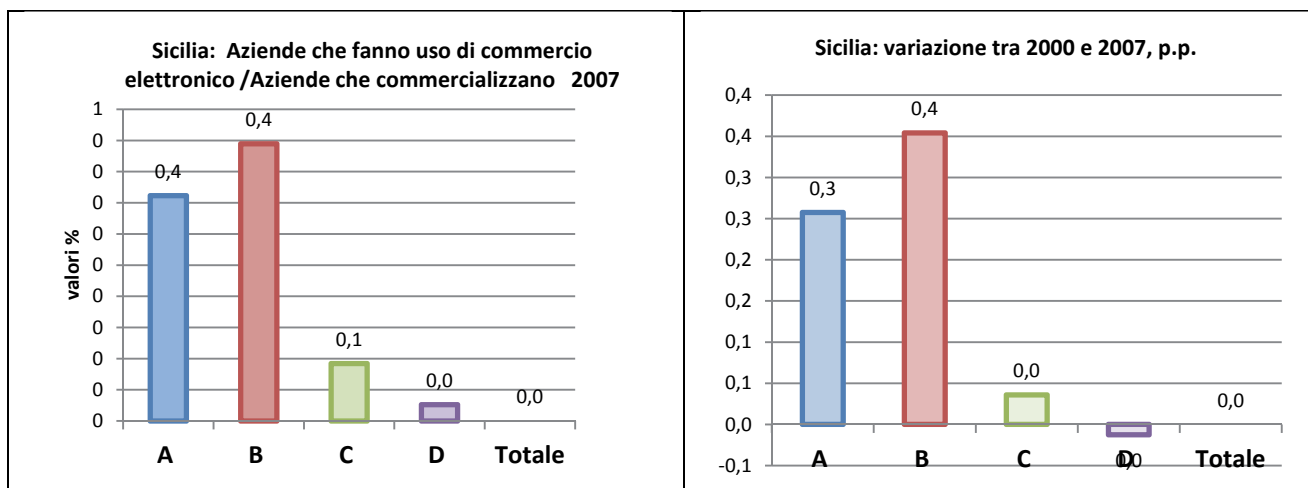
Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Sicilia



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

In Sicilia, nel 2007, sia l'incidenza delle aziende che fanno uso di commercio elettronico sulle aziende che commercializzano sia la presenza di aziende che fanno uso di commercio elettronico sul totale delle aziende che commercializzano non ha subito alcuna variazione nel complesso. Vi è stato però tra il 2000 e il 2007 un incremento dell'indicatore nell'area A (Poli Urbani) e in quelle B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) anche se modesto.

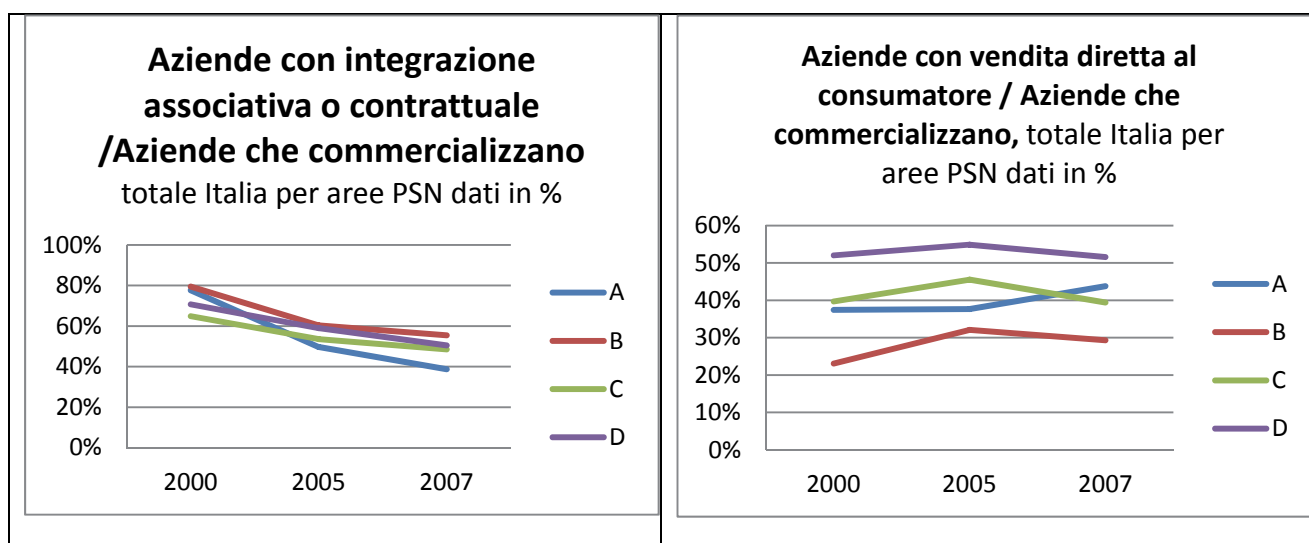


Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

Conclusioni

L'obiettivo dell'Atlante è stato quello di documentare le diverse modalità attraverso le quali le imprese agricole accedono al mercato. Il quadro che emerge da questa ricognizione che abbraccia il periodo 2000-2007 è caratterizzato da un grande dinamismo da parte delle imprese nell'intessere relazioni a valle della filiera che privilegia i rapporti di breve periodo con una forte riduzione di forme di integrazione, in particolare di quelle contrattuali con le imprese di trasformazione.

Nei grafici seguenti è riportata l'evoluzione dell'indicatore "integrazione di filiera" (sia di tipo associativo che contrattuale) delle imprese agricole italiane nel periodo 2000-2007 e quella dell'indicatore di "integrazione verticale" propriamente detta e cioè di inclusione all'interno della stessa impresa della funzione di commercializzazione attraverso la vendita diretta.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

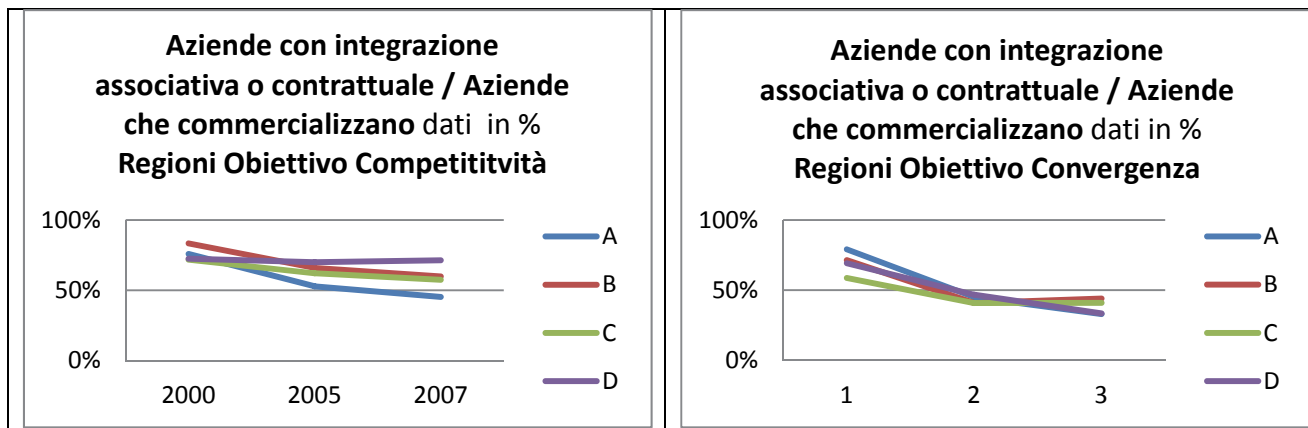
Tutto il periodo è caratterizzato da una forte riduzione delle relazioni strutturate di filiera; la riduzione del valore dell'indicatore "integrazione di filiera" in Italia tra il 2000 ed il 2007 è di 21,4 punti percentuali, riduzione che non è controbilanciata dall'aumento dell'integrazione verticale attraverso la vendita diretta che fa registrare un aumento del valore dell'indicatore, nello stesso periodo, di solo il 3%.

Occorre ricordare che, nel caso di commercializzazione attraverso organizzazioni o associazioni di produttori le imprese sono vincolate al conferimento di tutta la produzione (fatta eccezione di una piccola quota intorno al 15-20% che può essere commercializzata direttamente); quindi possiamo considerare le tre forme di commercializzazione sintetizzate nell'indicatore "integrazione di filiera" come alternative e non sovrapposte in una stessa impresa. Una tale assunzione mette in evidenza che nel 2000 il una percentuale molto elevata di imprese agricole che dichiaravano di commercializzare abitualmente il proprio prodotto, pari al 71%, avevano relazioni di mercato molto strutturate, rappresentate per il 52% da conferimenti in imprese di tipo associativo e per il 20% da contratti con imprese operanti nei segmenti a valle della filiera. La distribuzione dell'indicatore nelle quattro aree PSN, sempre nel 2000, mostrava delle piccole differenze riconducibili alla struttura e tipologia di produzioni che caratterizzano queste aree, con un grado di integrazione massimo (80%) nelle aree B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) e minimo (65%) in quelle C (Aree rurali intermedie), le uniche che risultano avere un valore dell'indicatore al di sotto della media nazionale.

Il valore dell'indicatore "integrazione di filiera" scende drasticamente nel periodo considerato fino a raggiungere a livello nazionale i 50 punti percentuali. Nel 2007 cresce se pure di poco il divario tra le diverse aree PSN che raggiunge i 17 punti percentuali. Il valore massimo continua ad essere quello dell'area B (Aree rurali con agricoltura intensiva specializzata) con il 55%, mentre il valore minimo è associato alle area A

(Poli Urbani) dove, viceversa vi è il maggiore valore ed incremento della vendita diretta (valore dell'indicatore passa dal 38% al 44% tra il 2000 e il 2007).

La dinamica dell'indicatore di integrazione di filiera è la stessa per le Regioni Obiettivo Competitività e Convergenza, ma con un maggior decremento nelle ultime dove il valore dell'indicatore scende in media tra il 2000 e il 2007, di 32 punti percentuali passando dal 60% al 28% contro i 17 punti di decremento dello stesso indicatore per le regioni Obiettivo Competitività che passa dal 78% al 61%.



Fonte: Elaborazioni RRN su dati ISTAT

L'integrazione di filiera rimane una modalità importante anche in termini quantitativi per le imprese delle regioni obiettivo competitività, mentre non sembra più incontrare la fiducia delle imprese delle Regioni Obiettivo Competitività, le cui produzioni, invece, ne potrebbero trarre vantaggi legati anche agli strumenti della Politica Agricola Comunitaria che prevede forme di sostegno alle Organizzazioni produttori nell'ambito della OCM ortofrutta e del vino che costituiscono le principali produzioni di queste Regioni.

Il ridotto incremento della vendita diretta in tutte le regioni non sembra consentire alla "Filiera corta" di rappresentare una alternativa esaustiva sia in termini di numero di imprese coinvolte sia di volumi di produzione alla caduta delle diverse forme di integrazione di filiera. A questo proposito va ricordato che molte produzioni delle Regioni Obiettivo Convergenza sono destinate a mercati extra-locali, sia nazionali che internazionali che sono difficilmente raggiungibili attraverso forme di vendita diretta soprattutto in assenza di strumenti tecnologici innovativi come il commercio elettronico, che, come illustrato al capitolo 7 è ancora in una fase embrionale nel settore agricolo soprattutto nelle regioni meridionali dell'Obiettivo Convergenza.

Sembra emerge quindi la tendenza ad una maggiore diversificazione dei rapporti commerciali attraverso quella che potremmo definire una "strategia di portafoglio": cioè la ricerca di relazioni con il mercato attraverso un numero crescente di intermediari con il mercato (che non vengono rilevati dalle statistiche esaminate) finalizzata più che a ridurre il rischio di mercato a trarre vantaggi dalle fluttuazioni positive attese dei prezzi dei prodotti. Questo può essere spiegato da tre fenomeni che hanno caratterizzato gli anni presi in considerazione:

- il progressivo smantellamento delle Organizzazioni Comuni di Mercato e l'introduzione di premi disaccoppiati che hanno consentito di ridurre e/o di cambiare le colture "inseguendo" le tendenze di mercato e facendo quindi preferire, nei primi anni di implementazione della nuova PAC, nei quali le aziende agricole si sono riposizionate in nuovi mercati, legami deboli con le imprese degli altri stadi della filiera sia da parte degli imprenditori agricoli sia di quelli della trasformazione;
- la tendenza ad una de-specializzazione degli ordinamenti colturali conseguente sia alla sempre maggiore rilevanza della "questione ambientale" sia all'incremento della volatilità dei prezzi delle *commodities* agricole, che ha reso necessaria la ricerca di nuove relazioni sui mercati nuovi alle imprese del settore primario;



- la progressiva liberalizzazione del commercio internazionale e la crescente competitività di prodotti agricoli provenienti dai nuovi Paesi della Unione e dai Paesi Terzi. Questo nuovo scenario ha condotto ad una riduzione dell'interesse dell'industria alla stipula di contratti di fornitura: la diffusione di standard internazionali e la crescente disponibilità di prodotto.

Queste stesse motivazioni sono oggi alla base della necessità di modalità di relazioni tra imprese agricole ed il mercato di tipo stabile e strutturato. Per far fronte ai nuovi scenari e recuperare competitività sui mercati occorrono infatti investimenti di medio lungo periodo sia da parte del settore primario degli altri stadi della filiera finalizzati all'introduzione di tecniche di processo e quindi prodotti innovativi, sempre più sostenibili, per un uso più razionale delle risorse naturali, e rispondenti ad un consumo più responsabile in termini ambientali ed etici. Le recenti comunicazioni della Commissione in tema di innovazione⁴ mettono ben in luce sia fabbisogni del settore agroalimentare sia le potenziali risposte da parte della ricerca scientifica e tecnologica e individuano tra i principali strumenti di adozione delle innovazioni proprio il coordinamento e l'integrazione tra imprese nelle diverse filiere e nei sistemi di produzione locale.

La novità in queste forme di integrazione tra settore primario ed altri settori per relazionarsi con il mercato sta proprio nell'abbandono del concetto di filiera in termini di struttura specializzata e mono-prodotto, a vantaggio di strutture e di relazioni intersettoriali capaci di gestire le relazioni impresa agricola e i mercati nel loro complesso: una offerta multi prodotto ed una domanda che non si limita più ai mezzi tecnici indifferenziati, ma ad informazioni, conoscenze, innovazioni e servizi sempre più localmente specifici. La sfida è rappresentata dalla costruzione di nuove forme organizzative o dal potenziamento e trasformazione di quelle esistenti, finalizzate al governo delle relazioni impresa agricola mercato, che operino in un'ottica di "sistema" cioè creando una forte integrazione di tipo orizzontale, oltre che verticale a valle ed a monte del processo produttivo agricolo. Il risultato dovrebbe essere quello di una nuova competitività del settore basata su vantaggi localizzativi non più legati solo alla vocazione naturale dell'area (al territorio) ma anche e soprattutto alla riduzione dei costi di produzione e di transazione. I primi e cioè i costi di produzione a causa dell'emergere di economie di scopo anche intersettoriali rappresentate dall'uso comune e sinergico delle risorse e dei fattori della produzione e dalla possibilità di utilizzare sottoprodotti di un processo come input di uno nuovo. I secondi attraverso la creazione di economie di rete per la produzione e diffusione di informazioni, conoscenze ed innovazioni che hanno una finalizzazione comune e trasversale non più, solo alle filiere, ma a tutte le attività del territorio nel nuovo modello di sostenibilità economica, ambientale e sociale.

⁴ Horizon 2020 e Partnership Europea per l'Innovazione.



Allegato: il DB indicatori territoriali della RRN

Il database

Attraverso l'attività della Rete Rurale Nazionale è stato creato un servizio di supporto dell'attività di programmazione, monitoraggio e valutazione delle Autorità di Gestione dei PSR e degli attori che operano sul territorio. Caratteristica dello strumento è quella di essere di facile utilizzo, personalizzabile e ampliabile in base agli scopi costituito da un data base che permette di estrarre e mappare, al momento, circa 600 diversi indicatori su base comunale riguardanti lo sviluppo rurale.

La fonte dei dati e la metodologia di aggiornamento delle variabili

Le fonti delle variabili utilizzate nella costruzione degli indicatori territoriali presenti nel data base, fino ad ora, sono state le seguenti:

- ISTAT, 5° Censimento generale dell'agricoltura 2000;
- Elaborazione della Rete Rurale Nazionale su banche dati Agricoltura ISTAT per 2005 e 2007;
- ISTAT, 8° Censimento generale dell'Industria e Servizi 2001;
- Elaborazione della Rete Rurale Nazionale su Banche dati ISTAT territoriali e congiunturali per 2005 e 2007;
- ISTAT 14° Censimento generale della popolazione 2001;
- Elaborazione della Rete Rurale Nazionale su banca dati DEMO per 2005 e 2007.

L'aggiornamento delle variabili contenute nel database RRN ha creato difficoltà in quanto a differenza del dettaglio "comunale" del censimento, il massimo livello disponibile per i dati di natura agro-ambientale del 2005 e 2007 riferiti alle corrispondenti indagini sulla struttura delle aziende agricole, è la Regione o la Provincia; pertanto è stato necessario predisporre delle procedure statistiche che utilizzando come base il 2000 consentissero l'aggiornamento al 2005 e al 2007. Tra le varie metodologie statistiche adottate quella scelta ai fini dell'aggiornamento a livello comunale e per le variabili disponibili è stata la regressione multipla.

Il metodo della regressione può essere esteso nel caso in cui si considera la variabilità della risposta della y in relazione ad una sola variabile indipendente X ad una situazione più generale in cui le variabili indipendenti siano più di una. Il metodo è detto regressione multipla ed è uno degli strumenti statistici più largamente utilizzati, in quanto permette di studiare la dipendenza di una variabile (la variabile dipendente) da una o più variabili esplicative per stimare o predire il valore medio della dipendente in funzione di valori noti o fissi (in campioni ripetuti) delle variabili indipendenti.

Nel più generale modello di regressione multipla, ci sono p variabili indipendenti:

$$y_i = \beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \dots + \beta_p x_{pi} + \varepsilon_i,$$

Una volta costruito un modello di regressione, è importante confermare la bontà di adattamento del modello e la significatività statistica dei parametri stimati. I controlli della bontà di adattamento comunemente usati includono l'indice R^2 , analisi dei residui e test di ipotesi. La significatività statistica è verificata con un test F dell'adattamento globale, seguito da t-test per ogni singolo parametro.

L'interpretazione di questi test dipende fortemente dalle assunzioni sul modello. Nonostante l'analisi dei residui sia usata per determinare la bontà di un modello, i risultati dei test-T e dei test-F sono difficili da



interpretare nel caso in cui le assunzioni di partenza non siano soddisfatte. Ad esempio, se la distribuzione degli errori non è normale, può accadere che in campioni di numerosità ridotta le stime dei parametri non seguano una distribuzione normale, cosa che complica l'inferenza. Per grandi campioni, il teorema del limite centrale permette di effettuare i test usando una approssimazione asintotica delle distribuzioni.

Per l'aggiornamento del calcolo delle variabili di base 2005 e 2007 si è proceduto a definire relazioni di tipo lineare tra una variabile dipendente (es. seminativi) e un insieme di regressori che si ritiene influenzino la variabile dipendente (numero aziende, ULA, RLS, SAT, SAU).

Le variabili dipendenti ed indipendenti utilizzate sono tutte di tipo quantitativo (aziende, superficie, capi, ecc..). Non sono state utilizzate variabili categoriali o altri tipi di variabili di contrasto in quanto i dati dell'indagine di struttura (Censimento e SPA) sono tutte di tipo quantitativo.

Per ciascun valore della variabile dipendente, la distribuzione della variabile dipendente deve essere normale. La varianza della distribuzione della variabile dipendente deve essere costante per tutti i valori della variabile indipendente.

La relazione tra variabile dipendente e ogni variabile indipendente deve essere lineare e tutte le osservazioni devono essere indipendenti.

La regressione è operata sui pesi (incidenze percentuali) pertanto non è stato necessario in questo caso la standardizzazione.

Il primo passo eseguito è stato quello dell'individuazione della variabile dipendente (= il fenomeno da analizzare), nel nostro caso la variabile dipendente ha riguardato tutte le variabili del database da aggiornare (oltre 200 variabili desunte dai tre censimenti popolazione, industria ed agricoltura).

Per la scelta dei regressori utilizzati sono stati selezionati a priori un sottoinsieme di regressori (ad es. si scelgono le variabili con valori alti del coefficiente di correlazione lineare con la variabile dipendente. PROC REG senza opzioni di selezione variabili).

Il metodo utilizzato è stato quello della selezione automatica (PROC REG con opzione STEPWISE). Procedura sequenziale che valuta l'ingresso/uscita dal modello dei singoli regressori (in base a indicatori legati all' R^2).

Per la valutazione della bontà del modello (output della PROC REG) sono stati presi in esame:

- coefficiente di determinazione R^2 per valutare la capacità del modello di rappresentare la relazione tra la variabile dipendente e i regressori (tra 0 e 1, quanto più si avvicina ad 1 tanto migliore è il modello)
- test t per valutare la significatività dei singoli coefficienti.

Il metodo utilizzato consente di specificare come vengono inserite nell'analisi le variabili indipendenti. Utilizzando diversi metodi, è possibile creare molteplici modelli di regressione dallo stesso insieme di variabili.

Tutte le variabili devono soddisfare il criterio di tolleranza per essere inserite nell'equazione, indipendentemente dal metodo di inserimento specificato.

Tutte le variabili indipendenti selezionate vengono aggiunte a un solo modello di regressione; è tuttavia possibile specificare diversi metodi di inserimento per diversi sottoinsiemi di variabili.

Per ogni variabile è stato calcolato: numero di casi validi, media e deviazione standard. Per ciascun modello: coefficienti di regressione β , l'errore standard di β , il valore t per β , il livello di significatività a due code di t, matrice di correlazione, correlazioni di ordine zero e parziali, R multipli, R^2 (misura la bontà dell'adattamento del modello ai dati. Si è dimostrato che aggiungendo regressori nel modello il valore R^2 aumenta. L'aumento del numero di regressori nel modello induce cioè un progressivo aumento della quota

di variabilità di Y spiegata dal modello lineare); R^2 corretto, variazioni R^2 , errore *standard* della stima, tabella di analisi della varianza, valori attesi e residui.

L'analisi statistica si è estesa anche ad intervalli di confidenza al 95% per ogni coefficiente di regressione, matrice di varianza e covarianza, tolleranza, test di Durbin-Watson, misure di distanza (Mahalanobis, Cook e valori di influenza) intervalli di stima e diagnostiche per casi, oltre al supporto di grafici (dispersione, grafici parziali) per facilitare la validazione delle ipotesi di normalità, linearità e uguaglianza delle variabili. I grafici sono inoltre utili per la rilevazione di valori anomali (osservazioni inusuali) e casi di influenza. Con termine "diagnostica", nell'ambito della regressione, ci si riferisce a un insieme di tecniche volte all'individuazione di eventuali problemi rispetto al modello o rispetto ai dati. A questo fine particolare rilievo assumono i residui.

L'indicatore di sintesi

Ogni singolo indicatore non può rappresentare fenomeni complessi, pertanto sono stati calcolati pesi opportuni per consentire all'utente il calcolo libero di indicatori sintetici, che rappresentassero la posizione di un Comune in funzione di un insieme di fenomeni e contemporaneamente rendessero omogeneo qualsiasi confronto tra Comuni nel caso di raggruppamenti territoriali sovra comunali (Provincia, Regione, aree PSN ecc.).

Il peso o coefficiente di ponderazione di un indicatore, rappresenta l'importanza relativa di ciascun indicatore all'interno dell'asse, rispetto al totale Regione e soprattutto in base al fenomeno che si vuole misurare.

Il problema della costruzione dei pesi può essere ricondotto alla scelta della formula che meglio si presta in relazione agli obiettivi per i quali l'indice viene calcolato. Nella costruzione dei pesi è necessario trovare un punto di equilibrio tra le diverse soluzioni possibili e adottare "convenzioni" che concorrono a definire un quadro il più possibile coerente. Si è cercato di dare ai pesi un significato più generale facendo riferimento prima alle singole variabili e poi agli indicatori e interpretando il peso come importanza all'interno dell'asse.

Per aggregare gli indicatori agricoli, demografici ed economici si è tenuto conto della diversa importanza che ciascun indicatore ha, in sé e come rappresentante in rapporto ad altri indicatori nel DB complessivo. Pertanto, il peso di ciascun valore è stato calcolato tenendo conto dell'importanza (oggettiva o soggettiva) che il singolo valore riveste nella distribuzione, calcolando prima il valore massimo e minimo di ogni variabile all'interno della regione e poi il relativo peso.

Nella costruzione dei pesi per ciascun indicatore, si è calcolato prima il valore compreso tra il massimo e minimo di una distribuzione a livello regionale e poi il rapporto tra la variabile stimata per quella componente e l'indicatore finale.

Formula per il calcolo del peso:

La funzione adottata per il calcolo dell'indicatore sintetico è quella della media ponderata dove i pesi sono costituiti da una matrice normalizzata

$$W(i) = [x(i) - y(i) / z(i) - y(i)]$$

$$W(i) = \text{peso}$$

$$X(i) = \text{variabile comunale}$$

$$Y(i) = \min_1 - \min_{10} = \text{valore minimo a livello regionale}$$

$$Z(i) = \max_1 - \max_{10} = \text{valore massimo livello regionale}$$



Il riferimento principale per la definizione del sistema dei pesi sono le stime delle singole variabili che compongono gli indicatori finali, tenendo conto anche dell'ASSE di appartenenza.

I pesi nazionali calcolati sono stati *'regionalizzati'* per tener conto dei differenti comportamenti di indicatore (informazioni desunte dai diversi ASSI) all'interno del Comune. In termini temporali, poi, i pesi sono stati rivisti rispetto all'anno base 2000 anche alla luce degli aggiornamenti delle stime al 2005 e 2007.

La costruzione dell'indice sintetico

Poiché ogni indicatore rappresenta soltanto un fenomeno, come già suindicato, sono stati calcolati mediante procedure statistiche pesi opportuni (47 pesi) per consentire all'utente il calcolo libero di indicatori sintetici, che rappresentano la posizione di un Comune in funzione di un insieme di fenomeni e contemporaneamente rendono omogeneo qualsiasi confronto tra Comuni nel caso di raggruppamenti territoriali sovra-comunali.

$$M = \frac{I_1 p_1 + I_2 p_2 + \dots + I_n p_n}{\sum_{i=1}^n p_i}$$

L'elenco dei pesi

Ad ogni indicatore è stato associato uno specifico peso tra i seguenti:

- P1 PV_AZTOT = Aziende totale
- P2 PV_SUPTOT = Superficie totale
- P3 PV_SAU_TOT = Superficie agricola utilizzata
- P4 PV_AZALLEV_TOT = Aziende con allevamenti
- P5 PV_AZADES_TOT = Aziende con adesione ad organismi
- P6 PV_FAM_TEMPOIND_TOT = Manodopera familiare a tempo determinato
- P7 PV_ULATE_TOT = Unità di lavoro Annuo
- P8 PV_SUPTERRIT = Superficie territoriale
- P9 PV_POPRESID_TOT = Popolazione residente
- P10 PV_POPATT_TOT = Popolazione attiva
- P11 PV_AZSEMIN_TOT = Aziende con seminativi
- P12 PV_SUPSEMIN_TOT = Superficie investita a seminativi
- P13 PV_AZPIANT_IND = Aziende con piante industriali
- P14 PV_SUPPIANT_IND = Superficie investita a piante industriali
- P15 PV_AZORTI = Aziende con orti familiari
- P16 PV_SUPORTI = Superficie investita ad orti familiari



- P17 PV_AZFIORI = Aziende con fiori
- P18 PV_SUPFIORI = Superficie investita a fiori
- P19 PV_AZPIANTINE = Aziende con piante industriali
- P20 PV_SUPPIANTINE Superficie investita a piantine
- P21 PV_AZTERR_RIPOSO = Aziende con terreni a riposo
- P22 PV_SUPTERR_RIPOSO Superficie investita a terreni a riposo
- P23 PV_AZLEGN_AGR = Aziende con legnose agrarie
- P24 PV_SUPLEGN_AGR Superficie investita a legnose agrarie
- P25 PV_AZOLIVO = Aziende con olivo
- P26 PV_SUPOLIVO = Superficie investita ad olivo
- P27 PV_AZAGRUM = Aziende con agrumi
- P28 PV_SUPAGRUM Superficie investita ad agrumi
- P29 PV_AZ_FRUTTIFERI = Aziende con fruttiferi
- P30 PV_SUP_FRUTTIFERI Superficie investita a fruttiferi
- P31 PV_AZVIVAI = Aziende con vivai
- P32 PV_SUPVIVAI = Superficie investita a vivai
- P33 PV_AZBOV_TOT = Aziende con bovini
- P43 PV_CAPBOV_TOT = Capi bovini
- P34 PV_AZOVI_TOT = Aziende con ovini
- P44 PV_CAPOVI_TOT = Capi ovini
- P35 PV_AZCAPRI_TOT = Aziende con caprini
- P45 PV_CAPCAPRI_TOT = Capi caprini
- P36 PV_AZSUI_TOT = Aziende con suini
- P46 PV_CAPSUI_TOT = Capi suini
- P37 PV_AZALLEV_AVIC_TOT = Aziende con allevamenti avicoli
- P47 PV_CAPALLEV_AVIC_TOT = Capi avicoli

**PIANO STRATEGICO DELLO SVILUPPO RURALE
“L'AGRICOLTURA A BENEFICIO DI TUTTI”**

RETE RURALE NAZIONALE 2007-2013

Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
Dipartimento delle politiche competitive del mondo rurale e della qualità
Direzione generale della competitività per lo sviluppo rurale
Via XX Settembre, 20
00187 - Roma
reterurale@politicheagricole.gov.it
www.reterurale.it

Pubblicazione realizzata con il contributo FEASR (fondo europeo per l'agricoltura e lo sviluppo rurale)
nell'ambito delle attività previste dal programma Rete Rurale Nazionale 2007 - 2013

