



MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE
ALIMENTARI E FORESTALI



I FATTORI DI SUCCESSO DEI GIOVANI AGRICOLTORI CHE BENEFICIANO DELLA POLITICA DI SVILUPPO RURALE

Nuovi metodi e nuovi risultati

Dicembre 2012

L'AGRICOLTURA A BENEFICIO DI TUTTI





I FATTORI DI SUCCESSO DEI GIOVANI AGRICOLTORI CHE BENEFICIANO DELLA POLITICA DI SVILUPPO RURALE

Nuovi metodi e nuovi risultati

dicembre 2012



Documento prodotto nell'ambito della Rete Rurale Nazionale - Gruppo di Lavoro: Giovani - MiPAAF – DISR II Coordinatore Dott.ssa Graziella Romito

Redazione a cura di Barbara Befani

Gruppo di Lavoro: Barbara Befani, Elena Angela Peta, Elisabetta Savarese, Flaminia Ventura



1. Sommario

Introduzione	1
1. Misurare il successo dei giovani agricoltori	1
2. Spiegare il successo dei giovani agricoltori	3
2.1 Quali sono i fattori che distinguono i giovani agricoltori di successo? I risultati dal test T di Student..	4
2.2 Quali sono i fattori che distinguono i giovani agricoltori di successo? I risultati dalla QCA.....	3
3. L'impatto della politica di sviluppo rurale.....	7
4. Conclusioni: sintesi dei risultati emersi.....	11
5. Appendice: questionario somministrato durante le interviste telefoniche.....	14



Introduzione

Questo paper illustra alcune delle attività riguardanti il tema di raccolta, selezione e validazione di “buone prassi” per i giovani agricoltori che è stato realizzato dal Gruppo di Lavoro Giovani sulla base delle “Linee guida per l'identificazione delle buone prassi negli interventi riguardanti i giovani agricoltori”¹.

La prima parte si basa sulla selezione ministeriale “Nuovi *Fattori* di Successo”, indetta con DM 10623 il 27/05/2011, finalizzata all'identificazione delle migliori 12 “pratiche” sul territorio nazionale.

La seconda parte illustra i risultati di una ricerca successiva sempre basata sullo stesso campione di partecipanti, che si propone di spiegare il grado di successo degli agricoltori così come valutato dalla Commissione Tecnica e dal Comitato di Validazione e individua una serie di “fattori di successo” che si ritengono legati alla performance dei giovani agricoltori.

La terza parte, infine, utilizza gli stessi dati per valutare l'impatto della politica di sviluppo rurale, dove per impatto si intende da un lato il grado di beneficio percepito dalla politica di sviluppo rurale e dall'altro lato un concetto che viene scomposto in diverse tipologie: impatto sulla capacità di diversificare, impatto sulla velocità del processo di espansione aziendale, impatto sulla qualità dei prodotti, impatto sulla quantità dei prodotti, impatto nullo, impatto sulla scelta di intraprendere il mestiere di agricoltore.

1. Misurare il successo dei giovani agricoltori

L'obiettivo del DM 10623 del 27/05/2011 che indice la prima selezione nazionale “Nuovi *Fattori* di Successo” è stato quello di raccogliere candidature di potenziali buone prassi di giovani agricoltori. Su 40 domande pervenute ne sono state scartate 11 considerate dal Ministero non ammissibili perché non in possesso dei requisiti minimi (possesso di qualifica di imprenditore agricolo professionale o coltivatore diretto, età inferiore ai 40 anni al momento di presentazione della domanda, ed essere beneficiari di finanziamenti nell'ambito delle politiche di sviluppo rurale). Le informazioni delle 29 domande ammesse sono state raccolte ed elaborate al fine di facilitarne l'analisi dei dati ed è stata, di seguito, stilata una classifica di *performance* per ciascuna impresa basata sui criteri riportati nella Tabella 1 (inclusa nel bando ministeriale). Le informazioni raccolte e la graduatoria di merito sono successivamente state validate dal Comitato di Validazione, composto da

¹ Disponibile all'indirizzo <http://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/5941>



rappresentanti dei vari soggetti facenti parte del partenariato della Rete Rurale Nazionale. I primi 12 classificati sono quindi stati premiati ufficialmente.

Tabella 1: criteri e pesi considerati ai fini della selezione

Efficacia	Rendimento globale	Performance economico-finanziaria	0-8	0-36	0-300
		Sensibilità mostrata nei confronti dell'ambiente	0-10		
		Tutela e valorizzazione delle risorse umane impiegate	0-10		
		Grado di internazionalizzazione dell'impresa	0-8		
	Innovatività	Grado di innovazione tecnologica	0-20	0-40	
		Grado di innovazione organizzativa, commerciale o comunicativa	0-20		
	Impatto sull'attrattività del territorio	Coinvolgimento pro-attivo degli attori a livello locale	0-15	0-50	
		Valorizzazione degli aspetti sociali e culturali dei prodotti / servizi	0-15		
		Qualità, tipicità e salubrità dei prodotti / servizi	0-20		
	Longevità / stabilità dell'impresa sostenuta	Almeno 2 anni dall'inizio della conduzione del giovane	4	4	
Trasferibilità (capacità della pratica di essere trasferita ovvero adottata in altri settori / contesti)					0-85
Sostenibilità (capacità della pratica di essere / diventare nel prossimo futuro indipendente dal sostegno pubblico)					0-85



2. Spiegare il successo dei giovani agricoltori

L'obiettivo della fase di ricerca successiva all'identificazione dei giovani di successo è stato quello di confrontare il gruppo dei vincitori (formato da 12 persone) con un campione "di controllo" dei non vincitori², nel tentativo di capire se ci fossero elementi divergenti tra i due gruppi in grado di spiegare le differenze di performance. In questa seconda fase, il modello utilizzato come base per la raccolta dei dati prevedeva una serie di possibili fattori alla base del successo dei giovani agricoltori. Tali fattori riguardavano:

1. l'ambiente socio-culturale di riferimento;
2. caratteristiche e attitudini personali (ad esempio il senso di responsabilità individuale);
3. la capacità di adattare l'offerta a particolari richieste/lamentele della clientela
4. la capacità di garantire l'offerta, anche in termini di disponibilità dei fattori di produzione (lavoro, capitale, materie prime, infrastrutture);
5. il grado di concorrenza del mercato di riferimento;
6. la funzione della famiglia, sia d'origine che acquisita;
7. le strategie messe in atto per fronteggiare una potenziale o reale crisi della domanda;
8. il beneficio avuto dai fondi PSR;
9. la disponibilità di risorse finanziarie private.

Le prime due dimensioni sono state articolate, seguendo quanto suggerito nella letteratura sul ruolo delle dimensioni culturali nello sviluppo socio-economico³, in una serie di sotto-dimensioni come l'atteggiamento verso il tempo e la conoscenza scientifica, l'etica professionale, l'imprenditorialità, la propensione al rischio e all'innovazione, l'individualismo e il capitale sociale. Tali fattori sono noti nella letteratura dello sviluppo socio-economico come le "dimensioni culturali" alla base del successo economico di individui e gruppi. La scelta di selezionare le

² Questo gruppo è formato da 11 persone (tra i 17 esclusi) ovvero coloro che si sono mostrati disponibili a rilasciare l'intervista.

³ Si veda in particolare S.Huntington & L. Harrison (2001) (a cura di) *Culture Matters: How Values Shape Human Progress*, e L. Harrison (2006) *The Central Liberal Truth: How Politics Can Change a Culture and Save It from Itself*.



caratteristiche della domanda e dell'offerta derivano da un saggio sulla "Microeconomica della Prosperità"⁴. Gli altri potenziali fattori sono emersi dalle informazioni rilevate nella fase precedente per il gruppo specifico di agricoltori inclusi nel campione. Quindi in sintesi il modello esplicativo della seconda fase deriva sia dalla letteratura sia dallo studio empirico sui casi a disposizione.

I dati sono stati raccolti tramite questionario somministrato via intervista telefonica (questionario che si riporta in allegato) a 23⁵ tra i 29 giovani agricoltori che hanno partecipato al premio sopra menzionato. Per confermare, smentire o rifinire questo modello sono stati utilizzati due metodi di natura e finalità parzialmente diverse: il test T di Student e l'Analisi Quali-Quantitativa Comparata (Qualitative Comparative Analysis o QCA). Il test utilizzato è noto per offrire la possibilità di confermare o rifiutare l'ipotesi che due campioni derivino dalla stessa popolazione o meno. L'idea era quella di capire se le differenze osservate tra i due gruppi di giovani agricoltori – vincitori e non vincitori – sui possibili fattori di successo fossero reali oppure frutto del caso. Tale analisi è stata effettuata su ogni variabile, una alla volta, supponendo che le variabili fossero indipendenti e comunque non ipotizzando alcuna relazione tra i fattori. I risultati riportati nel paragrafo 2.1 illustrano le variabili che hanno superato questo test – ovvero quei fattori che sono effettivamente diversi tra i due gruppi di giovani agricoltori, e quindi sono presumibilmente in grado di influenzarne il successo. L'analisi quali-quantitativa comparata, invece, si propone di studiare le combinazioni di fattori in quanto "pacchetti di cause" che singolarmente e/o in combinazione possono determinare o meno il successo dei giovani. E' interessante notare come fattori ritenuti non significativi nel test T di Student, perché mediamente non diversi tra i due gruppi, risultino invece rilevanti nel determinare il successo o meno secondo questa analisi. I risultati della QCA sono riportati nel paragrafo 2.2.

2.1 Quali sono i fattori che distinguono i giovani agricoltori di successo? I risultati dal test T di Student

Per molti dei fattori socio-culturali, come riporta la tabella 2, si registra una significativa differenza tra i due gruppi. In particolare, i vincitori hanno un diverso atteggiamento nei confronti del tempo, della conoscenza, del codice morale, del lavoro come realizzazione personale, dell'imprenditorialità, della concorrenza, e del raggio di identificazione / fiducia. Il fattore maggiormente significativo risulta essere l'influenza della famiglia: la singola maggiore differenza che caratterizza i vincitori dagli altri è quella di non essere influenzati dalla famiglia per quanto riguarda sia la scelta di intraprendere l'attività di agricoltore, sia le scelte più specificamente aziendali (vedasi anche i grafici 1 e 2).

⁴ Michael E. Porter (2001) "Attitudes, Values, Beliefs and the Microeconomics of Prosperity" in S. Huntington & L. Harrison (2001) (a cura di) *Culture Matters: How Values Shape Human Progress*.

⁵ I rimanenti 6 non hanno fornito la loro disponibilità a partecipare alla seconda fase.



La tabella 2 riporta i fattori per i quali si è riscontrata una significativa differenza, insieme all'entità di questa differenza. Oltre all'influenza della famiglia, si riscontrano forti differenze per quanto riguarda la strategia di reazione alla crisi: i vincitori puntano sull'aumento della qualità molto più dei non vincitori. Altre differenze notevoli sono la convinzione che nei luoghi da essi frequentati la legge NON protegga solo i potenti (1.25), indicativa del rigore del codice morale prevalente nell'ambiente socio-culturale di riferimento, e l'atteggiamento verso la concorrenza, esemplificato dalla convinzione che essere in competizione con gli stranieri per avere un lavoro sia positivo. Differenze minori ma pur sempre alte si registrano sull'atteggiamento verso la conoscenza ("non si può credere a ciò che non si può dimostrare", 1.02 punti di differenza media) e sul senso dell'imprenditorialità ("E' meglio il piacere di condurre un'attività in proprio nonostante le incertezze piuttosto che la sicurezza di un posto di lavoro anche se il lavoro in sé piace di meno").

Altri fattori che distinguono i due gruppi sono la possibilità di accedere a risparmi personali o familiari, il fatto di aver ottenuto un beneficio dalla politica europea di sviluppo rurale, e infine la scelta strategica di puntare (oltre che sulla qualità) sulla diversificazione dell'offerta per affrontare crisi e cali di vendite.

Tabella 2: risultati del test T di Student

Domanda	Costrutto misurato	Differenza media tra vincitori e non	Significatività a 10 gradi di libertà (prob T<= t)
Cercano di pianificare la loro vita per tempo	Atteggiamento verso il tempo	0.742424242	0.850623743
Ritengono che discutere sia una buona cosa perché contribuisce a far venire a galla la verità	Atteggiamento verso la conoscenza	0.674242424	0.876193411
Sono dell'idea che non si può credere a ciò che non si può dimostrare	Atteggiamento verso la conoscenza	1.016666667	0.917145503
Pensano che nei luoghi da loro frequentati la legge NON protegga solo i potenti	Codice Morale	1.25	0.942827421
Pensano che la cosa più importante di un lavoro NON è che ti dà da vivere	Il lavoro visto come realizzazione personale	0.696969697	0.816785082
E' meglio il piacere di condurre un'attività in proprio (nonostante le incertezze) piuttosto che la sicurezza di un posto di lavoro (anche se il lavoro in sé piace di meno)	Senso dell'imprenditorialità	0.848484848	0.85928379
Essere in competizione con gli stranieri per avere un lavoro è positivo	Atteggiamento nei confronti della concorrenza	1.15	0.93111734
Si identificano con gli altri, anche se non li conoscono personalmente	Raggio di identificazione / fiducia / capitale sociale	0.555555556	0.787695852
Passano tempo con i loro vicini di casa	Raggio di identificazione / fiducia / capitale sociale	0.75	0.871968745
Bassa Influenza Famiglia origine	Autonomia individuale	1.696969697	0.994052079
Bassa Influenza Famiglia attuale	Autonomia individuale	2.290909091	0.998205435
Reazione a crisi: diversificazione offerta	Strategia Aziendale	0.863636364	0.92831547
Reazione a crisi: aumento qualità prodotti	Strategia Aziendale	1.454545455	0.989967553
Accesso a fondi privati: risparmi personali / familiari	Disponibilità finanziaria	0.886363636	0.882718091
Accesso a fondi privati: Beneficio tratto dai fondi PSR	Disponibilità finanziaria	0.833333333	0.942709098

Grafico 1: Differenze medie significative tra vincitori e non (caratteristiche specifiche: vedi tabella 2 per le diciture complete)

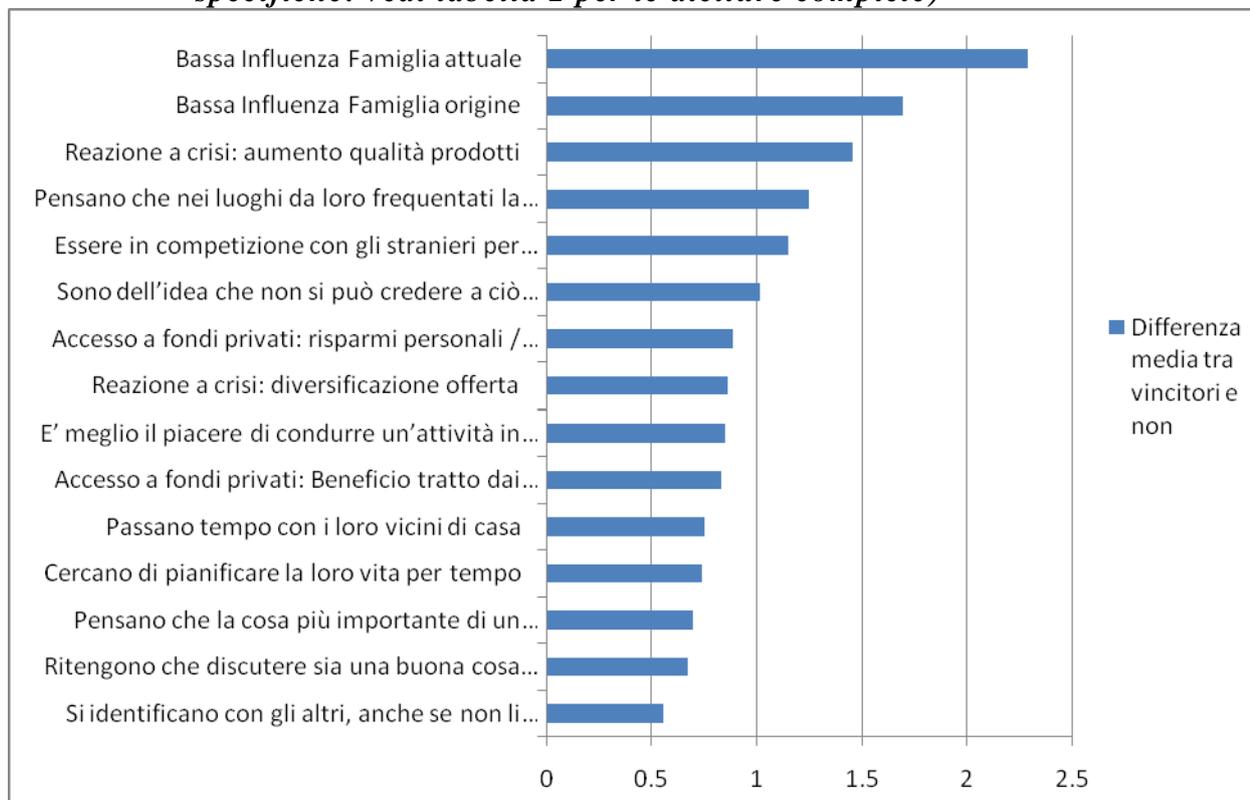
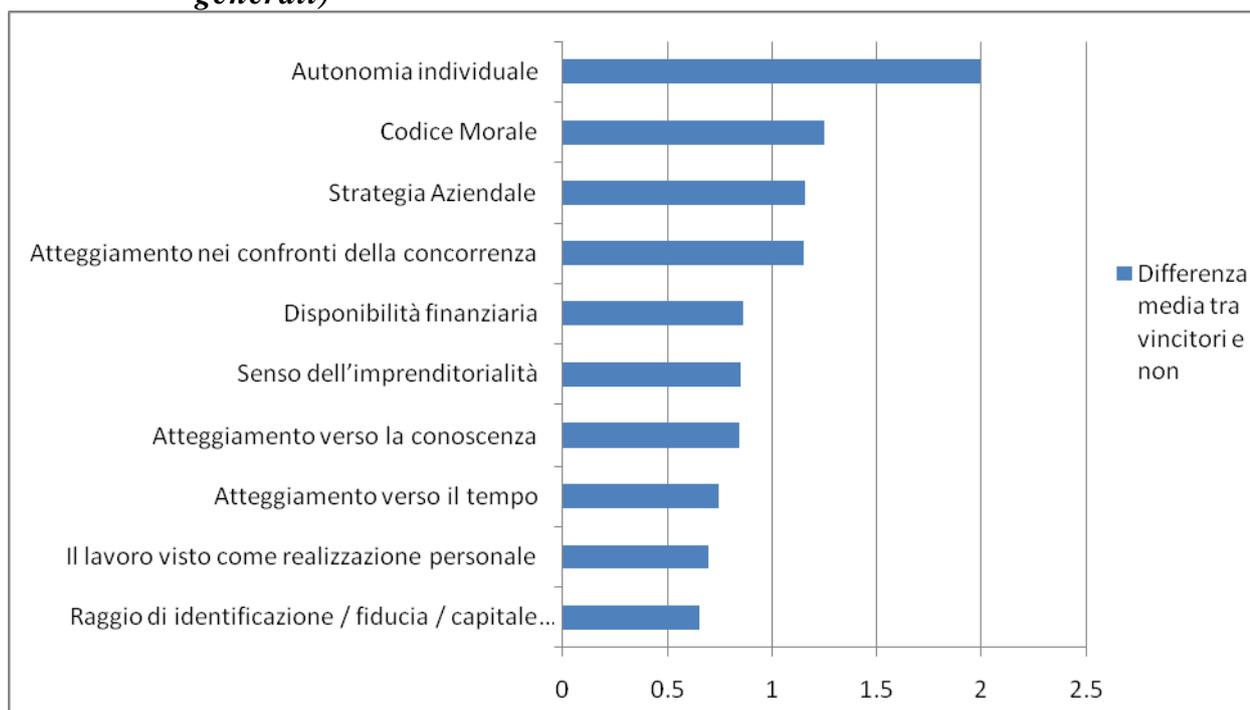


Grafico 2: Differenze medie significative tra vincitori e non (caratteristiche generali)



2.2 Quali sono i fattori che distinguono i giovani agricoltori di successo? I risultati dalla QCA

L'analisi QCA conferma molti dei risultati del T-test: ad esempio l'influenza della famiglia risulta associata al gruppo dei non vincitori in molti contesti diversi, e la sua negatività supera l'influenza positiva del senso di responsabilità individuale, dell'ambiente socio-culturale favorevole, e persino della propensione a diversificare e a innovare.

Configurazione	Interpretazione
RESPIND * CULT * FAMOR * innovat => succ	L'influenza negativa della famiglia d'origine sulle scelte individuali e aziendali supera gli effetti positivi del senso di responsabilità individuale, dell'ambiente socio-culturale favorevole, e persino della propensione a innovare e a diversificare.
respind * CULT * FAMOR * DIVERS * INNOV => succ	

Parallelamente, l'autonomia decisionale del giovane agricoltore rispetto alla famiglia d'origine garantisce il successo quando è combinata col senso di responsabilità individuale oppure con un ambiente socio-culturale favorevole.

Configurazione	Interpretazione
RESPIND * famor => SUCC	L'autonomia decisionale del giovane agricoltore rispetto alla famiglia d'origine garantisce il successo quando è combinata col senso di responsabilità individuale oppure con un ambiente socio-culturale favorevole
CULT * famor => SUCC	

Un altro risultato del test di Student confermato dalla QCA è l'importanza della concorrenza nel mercato di riferimento. Questo risultato è tuttavia rifinito combinando la concorrenza con l'assenza di problemi di reperimento delle materie prime. La combinazione di concorrenza e assenza di problemi di reperimento materie prime sembra essere determinante per il successo in contesti molto diversi, ad esempio sia in presenza di un ambiente culturale favorevole, di senso di responsabilità individuale e assenza di influenza della famiglia d'origine, e sia in presenza degli opposti di tutti e tre questi fattori (anche se quest'ultima configurazione si riferisce a un solo caso nel campione e quindi la sua importanza va ridimensionata).

Configurazione	Interpretazione
RESPIND * CULT * famor * matpr * CONC => SUCC	La concorrenza in assenza di problemi di materie prime è praticamente sufficiente per far parte del gruppo dei vincitori, in quanto combinata sia con ambiente culturale favorevole, senso di responsabilità individuale e assenza di influenza della famiglia d'origine, sia con i loro opposti
respind * cult * FAMOR * matpr * CONC => SUCC	

La tabella soprastante mostra che la concorrenza in assenza di problemi di materie prime è praticamente sufficiente per far parte del gruppo dei vincitori (con l'espressione "tale combinazione di fattori è sufficiente per essere vincitori" si intende che la presenza di quei fattori determina l'appartenenza al gruppo dei vincitori: tutti i giovani in cui si osserva sono anche vincitori).

Il test del modello: [successo = risparmi personali, influenza famiglia d'origine, influenza famiglia attuale, livello di concorrenza nel mercato di riferimento e propensione ad aumentare la qualità dei prodotti in tempo di crisi] restituisce, una volta integrati i casi osservati con i cosiddetti "casi logici"⁶, i seguenti risultati:

Successo	famor	L'assenza di influenza da parte della famiglia d'origine è sufficiente da sola per il successo
	famatt*RISPPERS	L'assenza di influenza da parte della famiglia attuale combinata con la disponibilità di risparmi personali è sufficiente per il successo
	CONC*qual*RISPPERS	Percepire concorrenza nel mercato di riferimento e disporre di risparmi personali è sufficiente per il successo anche quando non si tende particolarmente ad aumentare la qualità dei prodotti in tempo di crisi.
Insuccesso	conc	La mancata percezione di concorrenza nel proprio mercato di riferimento è sufficiente per far parte del gruppo non di successo
	qual*risppers	L'assenza della tendenza ad aumentare la qualità dei prodotti combinata con la difficoltà di accesso a risparmi personali garantisce l'insuccesso
	FAMOR*famatt*risppers	L'influenza della famiglia d'origine combinata alla difficoltà di disporre di risparmi personali garantisce l'insuccesso anche quando la famiglia attuale non influenza le scelte
	FAMATT*QUAL*RISPPERS	L'influenza della famiglia attuale garantisce l'insuccesso anche quando è combinata con la facilità di accesso a risparmi personali e alla tendenza ad aumentare la qualità dei prodotti in tempo di crisi.

⁶ B. Rihoux, C. Ragin (2008) *Configurational Comparative Methods: Qualitative Comparative Analysis (QCA) and Related Techniques*, Sage

Questi risultati confermano l'influenza negativa della famiglia e quella positiva della concorrenza percepita. Mettono inoltre in luce il ruolo della disponibilità di risparmi personali, che come vedremo più avanti risulta importante anche per il successo della politica di sviluppo rurale.

BOX: Note sulla QCA

Alcune precisazioni sulla notazione utilizzata nella QCA: il maiuscolo indica la presenza di una certa condizione, mentre il minuscolo indica l'assenza della stessa. Ad esempio "RESPIND" indica un caso in cui si è riscontrato un alto indice di responsabilità individuale nell'ambiente socio-culturale di riferimento; per contro, "respind" indica un valore basso dell'indice di responsabilità individuale. Di seguito la lista dei nomi dei fattori emersi come rilevanti:

Fattore di successo	Nome QCA (presente/assente)
Ambiente socio-culturale di riferimento favorevole al progresso socioec.	CULT/cult
Il senso di responsabilità individuale	RESPIND/respind
Influenza della famiglia d'origine sulle scelte professionali e aziendali	FAMOR/famor
Disponibilità di materie prime o facilità di reperimento delle stesse	MATPR/matpr
Grado di concorrenza nel mercato di riferimento	CONC/con
Innovazione come strategia messa in atto per fronteggiare una potenziale o reale crisi della domanda	INNOV/innov
Diversificazione come strategia messa in atto per fronteggiare una potenziale o reale crisi della domanda	DIVERS/divers
Facilità di accesso a prestiti bancari	PRESTBAN/prestban
Facilità di accesso a risparmi personali	RISPERS/rispers
Grado di beneficio ottenuto dalla politica di sviluppo rurale	BENPSR/benpsr
Abbassamento dei prezzi come strategia messa in atto per fronteggiare una potenziale o reale crisi della domanda	ABBPRESZ/abbprez
Contenimento dei costi come strategia messa in atto per fronteggiare una potenziale o reale crisi della domanda	CONCOST/concost
Il valore aggiunto della PSR è stato rendere possibile la diversificazione dell'offerta	BENPSRDIV/benpsrdi v
Il valore aggiunto della PSR è stato rendere possibile un aumento della qualità dei prodotti	BENPSRQUAL/benpsr qual
Aumento della qualità come strategia messa in atto per fronteggiare una potenziale o reale crisi della domanda	QUAL/qual

Per quanto riguarda gli altri fattori, la QCA evidenzia risultati non emersi dall'analisi statistica. L'accesso a prestiti bancari, altre strategie di reazione alla crisi che non compaiono nei grafici sopra, la dimensione socio-culturale in generale e il senso di responsabilità individuale non sono menzionate nel paragrafo precedente perché per questi fattori l'analisi statistica non offre risultati rilevanti: le differenze tra i gruppi risultano essere scarse e statisticamente non significative. La QCA invece li fa emergere come fattori determinanti in combinazione con altri: ad esempio la facilità di ottenere prestiti bancari che come singola variabile non è rilevante, lo diventa (in negativo, in quanto presumibilmente indice di bassa innovatività dei progetti) se associata con il grado di concorrenza, i benefici tratti dalla politica di sviluppo rurale o la possibilità di accedere a risparmi personali.



Configurazione	Interpretazione
PRESTBAN * conc => succ	Situazione di mercato protetta, le banche finanziano volentieri progetti poco innovativi / rischiosi
PRESTBAN * benpsr => succ	Progetti a basso rischio, nessun beneficio dalla politica di sviluppo rurale
prestban * RISPERS => SUCC	Alta liquidità per progetti ad alto rischio

La tabella soprastante mostra 3 tipologie di percorsi che prendono in considerazione le variabili sopra menzionate, determinando o meno le chance di successo. Il primo caratterizza una situazione di mercato protetta, a bassa concorrenza, in cui le banche concedono facilmente prestiti al giovane perché i progetti da finanziare sono a basso rischio. In questo contesto il giovane agricoltore non ha incentivi ad innovare e a migliorarsi, e questi ingredienti sono sufficienti a farlo appartenere al gruppo non vincitore. Il secondo percorso è simile al primo per la facilità di accesso a prestiti bancari, ma stavolta combinata al fatto di non trarre beneficio dalla politica di sviluppo rurale, il cui beneficio si può supporre proporzionale alla rischiosità e all'innovatività dei progetti. Le prime due combinazioni mostrano quindi l'influenza negativa della facilità di accesso a prestiti bancari, che di per sé non ha un'influenza ben precisa ma che combinata ad altri fattori descrive situazioni di bassa rischiosità e di bassa innovatività dei progetti.

Il terzo percorso invece descrive una situazione di successo, caratterizzata da alta liquidità in termini di risparmi personali, che vanno a finanziare progetti rischiosi (la cui presenza è dimostrata dalla difficoltà delle banche di finanziarli). Questi ingredienti sono sufficienti a determinare l'appartenenza al gruppo dei vincitori. In sintesi, quindi, avere progetti poco rischiosi e poco innovativi determina in negativo le chance di essere un giovane agricoltore di successo; e nello stesso tempo il contrario, ossia avere progetti rischiosi e innovativi paga nel momento in cui si ha accesso a risparmi personali. Ciò non significa, attenzione, che avere accesso a risparmi personali per finanziare un progetto rischioso o innovativo sia necessario; ma soltanto che è sufficiente per far parte del gruppo dei vincitori.

Un altro risultato emerso come possibilmente rilevante nell'analisi quantitativa che viene chiarito dalla QCA è il ruolo della strategia aziendale in tempo di crisi: mentre nell'analisi statistica emergeva soltanto la rilevanza media del fatto di puntare sulla qualità dei prodotti, la QCA mette in evidenza il ruolo combinato del contenimento dei costi, dell'abbassamento dei prezzi e delle offerte promozionali. Nonostante non ci sia una differenza media tra i due gruppi per quanto riguarda la propensione a utilizzare queste tre strategie, dalla QCA emerge che una strategia finanziaria "radicale", sia positiva che negativa, come abbassare i prezzi e contemporaneamente ridurre i costi e lanciare offerte, oppure non abbassare i prezzi né ridurre i costi né lanciare offerte promozionali, è perdente; mentre una strategia "bilanciata", che prevede l'abbassamento dei prezzi oppure in alternativa la riduzione dei costi, risulta vincente (vedi tabella sottostante).

Configurazione	Interpretazione
ABBPRES * CONCONST * OFFPROM => succ	Strategia radicale: abbassamento sia dei costi che dei prezzi
abbprez * conconst * offprom => succ	Strategia radicale: né abbassamento dei costi né dei prezzi

3. L'impatto della politica di sviluppo rurale

Una terza fase dello studio ha riguardato la descrizione dell'impatto della politica di sviluppo rurale e la sua spiegazione. L'impatto è stato descritto e misurato in due modi: prima attraverso la documentazione presentata con la domanda di partecipazione al concorso i giovani agricoltori hanno illustrato qualitativamente il tipo di impatto che ha avuto su di loro la politica di sviluppo rurale; e in seguito tramite il questionario hanno quantificato il beneficio tratto da queste politiche.

Alla domanda "cosa avresti fatto se non avessi potuto accedere ai fondi del PSR", gli intervistati hanno risposto in modi che possono essere raggruppati sotto le seguenti categorie:

1. Nulla, ovvero qualcosa di completamente diverso (situazione estrema 1: impatto massimo).
2. Esattamente lo stesso (situazione estrema 2: impatto nullo).
3. Lo stesso, ma ci avrei messo più tempo (situazione intermedia: impatto sui tempi. Accelerazione di un processo che avrebbe avuto luogo lo stesso).
4. Lo stesso, ma il prodotto sarebbe stato di qualità inferiore (situazione intermedia: impatto sulla qualità del prodotto finale, non sulla quantità).
5. Lo stesso, ma in condizioni peggiori (situazione intermedia: impatto sul processo. Il risultato finale non cambia ma cambiare il processo potrebbe avere un valore intrinseco, diverso dal valore del risultato).
6. Lo stesso, ma in quantità inferiore (situazione intermedia: impatto sulla quantità di prodotto, non sulla qualità).
7. Qualcosa di qualitativamente diverso, ad esempio la mancata erogazione di un servizio che invece viene erogato grazie alle politiche di sviluppo rurale (situazione intermedia: impatto sulla composizione/diversificazione dell'offerta).

Tramite la QCA si è tentato di identificare i fattori che spiegano, da un lato il grado di beneficio tratto dalla politica di sviluppo rurale, e dall'altro i fattori che spiegano i diversi tipi di impatto illustrati sopra.

Per quanto riguarda la prima questione, si è osservato che tra le configurazioni associate all'aver tratto maggiore beneficio dalla politica di sviluppo rurale vi sono diverse



combinazioni di influenza della famiglia d'origine e propensione a diversificare e innovare; e tuttavia il senso di responsabilità individuale e l'ambiente socio-culturale favorevoli sono condizioni necessarie (vedi tabella sottostante). In altre parole, potremmo dire che la politica di sviluppo rurale è un'opportunità di cui si beneficia se si ha il senso della responsabilità individuale e si vive in un ambiente socio-culturale favorevole al progresso socio-economico (secondo le dimensioni illustrate sopra).

Configurazione associata con BENPSR	Interpretazione
RESPIND * CULT * famor * DIVERS	Si può trarre beneficio dalla politica di sviluppo rurale indipendentemente dall'influenza della famiglia d'origine e dalla propensione a diversificare e a innovare, ma il senso della responsabilità individuale è necessario così come l'ambiente socio-culturale favorevole
RESPIND * CULT * divers * INNOV	
RESPIND * CULT * FAMOR * innovat	
RESPIND * CULT * famor	

Per spiegare il successo della politica di sviluppo rurale sono stati testati altri due modelli, contenenti rispettivamente le condizioni: tendenza ad aumentare la qualità dei prodotti in tempo di crisi, tendenza ad innovare in tempo di crisi, problemi derivati da calamità naturali, senso della responsabilità individuale, ambiente socio-culturale di riferimento, tendenza a diversificare l'offerta in tempo di crisi; e problemi di reperimento di materie prime, problemi legati a risorse naturali di base, grado di concorrenza percepito, tendenza ad abbassare i prezzi in tempo di crisi, tendenza a contenere i costi in tempo di crisi, facilità di accedere a prestiti. I risultati, ottenuti integrando i casi logici, sono riportati nella tabella che segue.

Successo	calam	L'assenza di problemi legati a calamità naturali è sufficiente a garantire il successo percepito della PSR
	CULT * DIVER * INNALT	Una configurazione vincente vede la combinazione di un ambiente socio-culturale favorevole e della tendenza a diversificare e a innovare in tempo di crisi
	MATPR	L'aver avuto diverse volte problemi legati al reperimento di materie prime è garanzia di successo percepito della PSR
	PREST	La facilità di accesso ai prestiti bancari garantisce il successo della PSR
	risnat * contcost	L'assenza di problemi con risorse naturali è un fattore di successo della PSR
Insuccesso	cult * CALAM	Un ambiente socio-culturale ostile al progresso socio-economico combinato con problemi legati a calamità naturali è sufficiente per ottenere un basso impatto della PSR
	CALAM * diver	Problemi legati a calamità naturali combinati all'incapacità di diversificare in tempo di crisi fanno sì che diventi impossibile beneficiare della PSR
	matpr * RISNAT	Avere problemi di accesso a risorse naturali di base combinati con l'assenza di problemi di reperimento di materie prime porta all'insuccesso della PSR

Dai risultati soprastanti emerge l'importanza, oltre che del sopracitato ambiente socio-culturale di riferimento e della tendenza a diversificare in tempo di crisi, di una serie di fattori potremmo dire "di forza maggiore", legati a risorse naturali, materie prime, calamità naturali e disponibilità finanziarie personali. In particolare:

1. Avere accesso a risparmi personali sembra sufficiente a evitare problemi legati all'anticipo del capitale che in alcuni casi di tempi amministrativi particolarmente lenti si rende necessario
2. Calamità naturali e altri eventi che impediscono l'accesso a risorse naturali di base "bloccano" l'attività aziendale per alcuni periodi. Per qualche motivo ciò non ha un impatto trasformativo sull'azienda e non influisce sulle sue chance di essere un'azienda di successo o meno. Un'azienda di successo possiede le risorse necessarie a far fronte a questi eventi. Tuttavia per un'azienda non necessariamente di successo tali eventi sono sufficienti a neutralizzare i potenziali effetti positivi della PSR, che diventano così più selettivi.

3. Contrariamente a ciò che può sembrare intuitivo, aver avuto problemi legati all'accesso di materie prime è invece un fattore di successo. Questi problemi possono essere sintomo di un "campanello d'allarme" che spinge i giovani a trovare soluzioni alternative che facciano uso di altre materie prime ed è legato a una tendenza a diversificare non necessariamente legata alla crisi della domanda. Si può quindi interpretare tale risultato come influenza positiva di una tendenza a diversificare indotta da una crisi dell'offerta. Tale soluzione non è sufficiente di per sé a costruire un giovane agricoltore di successo, ma almeno lo mette in condizioni di beneficiare della politica di sviluppo rurale.

I fattori che determinano il successo della politica di sviluppo rurale per i giovani agricoltori sono dunque diversi da quelli che determinano il successo dei giovani agricoltori in generale. Non serve tanto correre rischi, essere dinamici e indipendenti dalla famiglia, essere all'erta nei confronti della concorrenza e disporre di risparmi personali; no, per trarre beneficio dalle politiche di sviluppo rurale è importante un ambiente socio-culturale favorevole, il senso di responsabilità individuale, la facilità di accedere a prestiti per ammortizzare ritardi nel trasferimento dei fondi, essere al riparo da calamità naturali e problemi di accesso a risorse naturali di base, e sviluppare una tendenza a diversificare, indotta da problemi sia di domanda che di offerta. A queste condizioni la politica di sviluppo rurale ha un impatto.

Ma cosa determina il tipo di impatto specifico della politica di sviluppo rurale? Tra i risultati ottenuti i più interessanti sono i seguenti:

1. la politica di sviluppo rurale ha un impatto sulla capacità di diversificare l'offerta solo se esiste alla base una strategia che tende a diversificare l'offerta (oltre alla propensione a innovare) e
2. la politica di sviluppo rurale ha un impatto sulla capacità di migliorare la qualità dei prodotti solo se esiste alla base una strategia che tende al miglioramento della qualità dei prodotti (oltre alla propensione a innovare).

In altre parole, la propensione a innovare e la tendenza a, rispettivamente, diversificare e aumentare la qualità dei prodotti come risposta alla crisi sono condizioni necessarie, richieste, affinché la politica di sviluppo rurale abbia un impatto sulla capacità dell'impresa di, rispettivamente, diversificare e aumentare la qualità dei prodotti (vedi tabella sottostante).

Configurazione	Interpretazione
BENPSRDIV => DIVERS * INNOV	La propensione a innovare e la tendenza a diversificare l'offerta per fronteggiare la crisi sono condizioni necessarie affinché la politica di sviluppo rurale permetta al giovane agricoltore di diversificare l'offerta.
BENPSRQUAL => QUAL * INNOV	La propensione a innovare e la tendenza a migliorare la qualità dei prodotti per fronteggiare la crisi sono condizioni necessarie affinché la politica di sviluppo rurale permetta al giovane agricoltore di migliorare la qualità dei prodotti.



I dati ci dicono chiaramente che se vogliamo che il PSR abbia un impatto sulla capacità di diversificare l'offerta è necessaria la presenza della tendenza a diversificare l'offerta in tempo di crisi. Parallelamente, se vogliamo che il PSR abbia un impatto sulla capacità di migliorare la qualità dei prodotti, è necessaria in primis la presenza della tendenza a migliorare la qualità dei prodotti in tempo di crisi. In sintesi, avere una strategia specifica, di un certo tipo, è una condizione preliminare e cruciale affinché i giovani agricoltori ottengano un certo tipo specifico di beneficio dal PSR⁷.

4. Conclusioni: sintesi dei risultati emersi

Lo studio di cui qui si riportano i risultati aspira a rispondere a due domande:

- 1) cosa rende un giovane agricoltore un agricoltore di successo;
- 2) quali sono le condizioni che permettono alla politica di sviluppo rurale di avere un impatto.

Nonostante i modelli utilizzati per rispondere a queste domande contenessero gli stessi potenziali fattori, l'analisi ha fatto emergere diversi fattori rilevanti in corrispondenza delle diverse domande.

Per quanto riguarda la risposta alla prima domanda, i fattori di successo per un giovane agricoltore sono essenzialmente cinque (in ordine di importanza):

1. l'autonomia individuale

- intesa come indipendenza dalla famiglia, sia d'origine che attuale, nell'intraprendere scelte aziendali e professionali;

2. il rigore morale vigente nell'ambiente socio-culturale di riferimento;

3. la capacità di centrare la strategia aziendale in tempo di crisi, in particolare:

- aumentare o mantenere alta la qualità dei prodotti e
- tenere sotto controllo gli aspetti finanziari ma con moderazione, ad esempio contenendo i costi oppure abbassando i prezzi ma non facendo entrambe le cose;

⁷ Si può obiettare che, poiché le interviste sono state svolte mentre i giovani stavano già beneficiando della politica di sviluppo rurale, le loro strategie invece che essere preesistenti sono state influenzate da quest'ultima. L'obiezione ha senso ma l'autonomia di cui gode il giovane nello stilare il business plan e la varietà di effetti sortiti dalla PSR in termini di valore aggiunto fanno pensare che ci sia comunque stata una predisposizione da parte del giovane a voler adottare una determinata strategia, prima di essere supportato dal PSR.



4. trovarsi in una situazione di mercato relativamente vivace, in particolare:
 - essere consapevoli di dover fronteggiare una concorrenza relativamente alta per il proprio prodotto;
 - perseguire progetti rischiosi e innovativi, che non sono facilmente finanziati dal settore bancario privato.
5. avere accesso a risparmi personali e familiari.

Per quanto riguarda la risposta alla seconda domanda, i fattori di successo della politica di sviluppo rurale rispetto ai singoli giovani agricoltori sono i seguenti:

1. il loro senso di responsabilità individuale;
2. un ambiente socio-culturale di riferimento generalmente favorevole al progresso socio-economico, in tutte le dimensioni prese in considerazione nel questionario:
 - raggio di identificazione / fiducia relativamente ampio;
 - una visione del lavoro visto come realizzazione personale;
 - un atteggiamento produttivo verso il tempo;
 - un atteggiamento verso la conoscenza compatibile con i principi scientifici;
 - il senso dell'imprenditorialità;
 - un atteggiamento positivo nei confronti della concorrenza;
 - un codice morale rigoroso.
3. Il fatto che il giovane sia protetto nei confronti di calamità naturali e carenze di risorse naturali di base;
4. Il fatto che il giovane abbia sviluppato una tendenza all'innovazione e alla diversificazione dell'offerta, indotta sia da crisi di domanda che di offerta (problemi di reperimento di materie prime);
5. Il fatto che il giovane abbia accesso a prestiti bancari per ammortizzare eventuali ritardi nel trasferimento dei fondi del PSR.

Alla luce dei dati, molti fattori socio-culturali e alcuni valori individuali sembrano quindi assumere un'importanza estremamente rilevante per determinare le chance di successo, sia dei giovani agricoltori e sia della politica di sviluppo rurale che li sostiene. Politiche finalizzate a sviluppare un'indipendenza nelle decisioni aziendali dalla propria famiglia, a creare incentivi per il rispetto delle regole e delle leggi, a proteggere la libera iniziativa nel rispetto delle regole, a valorizzare il lavoro e a



premiare la produttività avranno senza dubbio un effetto positivo sul futuro dei giovani agricoltori ma anche sull'efficacia generale della politica di sviluppo rurale.

Infine, ci si può chiedere se beneficiare della politica di sviluppo rurale contribuisca a creare giovani agricoltori di successo. I dati ci dicono che tra i 18 giovani partecipanti al premio che hanno dichiarato di aver effettivamente beneficiato della PSR, soltanto 11 fanno parte del gruppo di successo (il 61%): *essere un giovane di successo quindi non influenza la capacità di beneficiare della PSR. Tutti ne possono beneficiare, anche quelli non di successo.* Tra i 5 che non ne hanno beneficiato, tuttavia, 4 fanno parte del gruppo non di successo: *quindi beneficiare della PSR non garantisce il successo, ma non beneficiarne sembra garantire l'insuccesso nell'80% dei casi.*

Un altro risultato collegato è che tra i 12 giovani agricoltori di successo, 11 (il 92%) dichiarano di aver beneficiato della PSR. Insomma, beneficiare della PSR non sarà sufficiente a creare un giovane agricoltore di successo ma i dati dimostrano che è una condizione praticamente necessaria, e che l'incapacità di beneficiare della PSR condanna il giovane all'insuccesso.



5. Appendice: questionario somministrato durante le interviste telefoniche⁸

GIOVANI FATTORI DI SUCCESSO –interviste post selezione vincitori

Questionario

Buongiorno, la chiamo per conto del Ministero delle Politiche Agricole, perché ha partecipato alla selezione “Nuovi Fattori di Successo”. La selezione per il premio si è chiusa, ma ora è partita la seconda fase di interviste per uno studio che stiamo curando per conto del Ministero per non tanto per misurare la performance dell’azienda quanto per capire quali sono le cause, i cosiddetti fattori di successo, delle aziende condotte da giovani agricoltori. Vorrei chiederle se gentilmente può dare la sua disponibilità a partecipare. Si tratta di rispondere a una serie di domande per circa 15-20 minuti. I dati saranno raccolti in maniera assolutamente anonima e aggregata e non saranno associati col suo nome in nessun documento, neanche interno (useremo dei codici utente). I risultati dello studio saranno pubblicati (sempre in forma anonima e aggregata) a fine anno sui canali di distribuzione della Rete Rurale Nazionale.

Alcune domande sono rivolte a raccogliere la sua opinione personale su una serie di tematiche, altre sono finalizzate a comprendere le caratteristiche dell’ambiente socio-culturale in cui è inserito, altre infine sono più specifiche su problematiche aziendali e sul suo mercato di riferimento.

1. Opinioni Personali

Ora le leggerò una serie di coppie di affermazioni contrastanti / in opposizione tra loro e lei dovrà indicare a quale dei due opposti si avvicina di più la sua opinione personale.

1	2	3	4	5	6	7	9
Certamente la prima	La prima	Probabilmente la prima	né la prima né la seconda	Probabilmente la seconda	La seconda	Certamente la seconda	Non sa / non sa risponde

⁸ Alcune parti del questionario sono state adattate da un questionario elaborato dal Cultural Change Institute, Fletcher School of Law and Diplomacy, Tufts University, Medford Massachusetts, 2009.



RISPOSTA	CODICE	Numero domanda	Domanda
	D2 Destiny	86	Secondo lei, chi / che cosa determina la condizione economica personale? (1) Noi stessi o (2) l'ambiente in cui vi viviamo ?
	D13- D14- D15?	87	Le critiche: (1) aiutano le persone a capire meglio se stesse o (2) feriscono l'orgoglio?
	D19	90	Parlando in generale, potrebbe dire che: (1) ci si può fidare delle persone o che (2) con la gente non si è mai troppo prudenti?
	D3	92	Cos'è più importante: (1) il passato o (2) il futuro?
	D9	94	Il lavoro è: (1) una benedizione o (2) una punizione della condizione umana?
	D9	95	Cos'è più indicato per lo sviluppo di un territorio, avere: (1) gente in gamba o (2) gente che lavora sodo?

D17	110	Con quale di questi luoghi di provenienza lei si identifica ?					
		CERCHIARE IL NUMERO CHE CORRISPONDE ALLA RISPOSTA					
		1 - Il paese o la città in cui è nat*	2 - la provincia o la regione in cui è nat*	3 - la nazione in cui è nat*	4 - il continente in cui è nat*	5 - il mondo intero?	9 - Non sa / non risponde

2. Ambiente socio-culturale di riferimento

Ora le leggerò delle affermazioni che descrivono l'opinione delle persone che frequenta abitualmente (famiglia, amici, colleghi) e lei dovrà indicarmi quanto è d'accordo col fatto che i suoi amici (le persone che la circondano) si riconoscano nella tale affermazione. Le opzioni sono: "completamente d'accordo" (1), "molto d'accordo" (2), "abbastanza d'accordo" (3), "né in accordo né in disaccordo" (4), "abbastanza in disaccordo" (5), "molto in disaccordo" (6) e "completamente in disaccordo" (7). Se non se la sente di "parlare per loro" può indicare la sua opinione personale.

[LEGGI IN MANIERA CHIARA E RIPETI SE NECESSARIO – OGNI TANTO RICORDA CHE NON E' LA LORO OPINIONE PERSONALE. INOLTRE NON FARE ESEMPI QUALITATIVI MA SPINGERE L'INTERVISTATO A ESPRIMERE UN VALORE DOPO AVER ASCOLTATO LA FRASE COSI' COME E' SCRITTA]

1	2	3	4	5	6	7	9
Molto d'accordo	D'accordo	Abbastanza d'accordo	Né in accordo né in disaccordo	Abbastanza in disaccordo	In disaccordo	Molto in disaccordo	Non sa / non risponde



RISPOSTA	CODICE	Numero domanda	Domanda
	F3	2	Quando prendono una decisione distinguono tra le conseguenze immediate e le conseguenze future.
	F3	5	Cercano di pianificare la loro vita per tempo.
	F5	9	Ritengono che discutere sia una buona cosa perché contribuisce a far venire a galla la verità.
	F5	10	Sono dell'idea che non si può credere a ciò che non si può dimostrare.
	F6	11	Pensano che nei luoghi da loro frequentati la legge protegga solo i potenti.
	F8	13	Pensano che la scuola dovrebbe essere obbligatoria fino a 16 anni.
	F8	17	Pensano che dire pubblicamente che non si è d'accordo sia positivo.
	F8	18	Sono dell'opinione che studiare sia molto importante.
	F9	19	Pensano che non sia importante lavorare sodo perché comunque non si riesce mai ad ottenere tutto ciò che si desidera.
	F9	20	Pensano che la cosa più importante di un lavoro è che ti dà da vivere.
	F11	22	Se avessero soldi a sufficienza, avvierebbero un'attività in proprio.
	F12	23	A loro piace correre dei rischi.

3. Tematiche aziendali e mercati di riferimento

Ora le farò qualche domanda specifica sull'azienda e sul suo mercato di riferimento.

A1: Rispetto alle scelte da lei compiute, sia di intraprendere questo mestiere e sia per quanto riguarda le scelte specifiche aziendali, quanto è stato influenzato dalla sua famiglia d'origine?

1	2	3	4	5	6	9
Moltissimo	Molto	Abbastanza	Poco	Molto poco	Per niente	Non sa / non risponde



A2: Rispetto alle scelte da lei compiute, sia di intraprendere questo mestiere e sia per quanto riguarda le scelte specifiche aziendali, quanto è stato influenzato dalla sua attuale famiglia?

1	2	3	4	5	6	9
Moltissimo	Molto	Abbastanza	Poco	Molto poco	Per niente	Non sa / non risponde

B: Su una scala da “nullo” a “molto alto”, come valuterebbe l’attuale contributo apportato dalla sua famiglia all’azienda?

1	2	3	4	5	6	9
Molto alto	Alto	Discreto	Scarso	Quasi (praticamente) nullo	Assolutamente Nullo	Non sa / non risponde

C: Quanto tempo passa in azienda o a lavorare per l’azienda?

RISPOSTA	codice	DOMANDA
	C1	Quante ore nel corso di un giorno?
	C2	Quanti giorni nel corso di una settimana?
	C3	Quante settimane nel corso di un anno?
	C4	Non sa / non risponde

2. Ambiente socio-culturale di riferimento

Bene ora torniamo all’ambiente socio-culturale di riferimento e all’opinione delle persone che frequenta abitualmente (famiglia, amici, colleghi).

1	2	3	4	5	6	7	9
Molto d’accordo	D’accordo	Abbastanza d’accordo	Né in accordo né in disaccordo	Abbastanza in disaccordo	In disaccordo	Molto in disaccordo	Non sa / non risponde

	F13	24	A loro piace competere per ottenere qualcosa anche a rischio di perderci.
	F17	28	Si identificano con gli altri, anche se non li conoscono personalmente.
	F17	30	Si identificano molto con il paese in cui vivono.
	F18	31	Ritengono che colleghi ed amici (almeno in alcuni casi) possano essere intimi come i parenti.

	F19	32	Pensano che collaborare con gli altri sia vantaggioso.
	F17	33	Si identificano con gli abitanti del proprio vicinato, anche con quelli delle classi più povere.
	F18	34	Trattano tutti come trattano i parenti; non fanno differenza di trattamento tra parenti e non parenti.
	F19	35	A loro piace far parte di associazioni.
	F17	36	Passano tempo con i loro vicini di casa.
	F19	37	Ritengono che affrontare un problema in gruppo aiuti a risolverlo.
	F20	44	Credono che nella vita ognuno sia responsabile di ciò che ha e ciò che ottiene.

3. Tematiche aziendali e mercati di riferimento

Ora torniamo brevemente all'azienda.

D: Le è mai capitato di apportare delle modifiche al processo di produzione o al prodotto su consiglio di un cliente, in seguito a una lamentela, o perché ha percepito insoddisfazione da parte di un cliente (o più di uno)?

1	2	3	4	5	6	9
Molto spesso (7+)	Spesso (5-7)	Diverse volte (2-4)	Una o due volte al massimo	Quasi mai	Assolutamente mai	Non sa / non risponde

E1: Ha mai avuto problemi di approvvigionamento di materie prime?

1	2	3	4	5	6	9
Molto spesso (7+)	Spesso (5-7)	Diverse volte (2-4)	Una o due volte al massimo	Quasi mai	Assolutamente mai	Non sa / non risponde

E2: Ha mai avuto problemi a trovare personale / collaboratori per la sua azienda?

1	2	3	4	5	6	9
Molto spesso (7+)	Spesso (5-7)	Diverse volte (2-4)	Una o due volte al massimo	Quasi mai	Assolutamente mai	Non sa / non risponde

E3: Le sono mai venute a mancare delle risorse naturali di base, come l'acqua?



1	2	3	4	5	6	9
Molto spesso (7+)	Spesso (5-7)	Diverse volte (2-4)	Una o due volte al massimo	Quasi mai	Assolutamente mai	Non sa / non risponde

E4: Per quanto riguarda gli agenti atmosferici o le calamità naturali, quanto direbbe che sono a suo sfavore? Sono stati a suo sfavore:

1	2	3	4	5	6	9
Molto spesso (7+)	Spesso (5-7)	Diverse volte (2-4)	Una o due volte al massimo	Quasi mai	Assolutamente mai	Non sa / non risponde

2. Ambiente socio-culturale di riferimento

Grazie, ora torniamo di nuovo all'ambiente socio-culturale di riferimento e all'opinione delle persone che frequenta abitualmente (famiglia, amici, colleghi), stavolta parlando di alcune situazioni e lei dovrà indicare un valore in una scala da positivo a negativo. Le persone che frequenta abitualmente credono che [...] sia:

1	2	3	4	5	6	7	9
Molto positivo	Positivo	Abbastanza positivo	Né positivo né negativo	Abbastanza negativo	Negativo	Molto negativo	Non sa / non sa risponde

RISPOSTA	CODICE	Numero domanda	Domanda
	F13	59	Essere in competizione con i compagni di classe per i voti.
	F13	60	Essere in competizione con i colleghi di lavoro per una promozione.
	F13	61	Essere in competizione con gli stranieri per avere un lavoro.

Bene, ora parleremo di alcuni comportamenti e lei dovrà indicare quanto le persone che frequenta abitualmente ritengono questi comportamenti giusti o sbagliati.

1	2	3	4	5	6	7	9
Molto giusto	Giusto	Abbastanza giusto	Né giusto né sbagliato	Abbastanza sbagliato	Sbagliato	Molto sbagliato	Non sa / non sa risponde



RISPOSTA	CODICE	Numero domanda	Domanda
	F6	63	Passare avanti in una fila di persone.
	F6	64	Trattenere i soldi quando il cassiere commette un errore in loro favore.
	F6	65	Non pagare il biglietto su un mezzo pubblico.
	F6	66	Inventare una scusa per evitare di fare una brutta figura

Ora parleremo di alcune preferenze delle persone che frequenta abitualmente rispetto ad alcune esperienze e lei dovrà indicare quanto queste esperienze sono conosciute o sconosciute (fai esempio prima domanda)

1	2	3	4	5	6	7	9
Ben conosciuti	Conosciuti	Abbastanza conosciuti	Né conosciuti né sconosciuti	Abbastanza sconosciuti	Sconosciuti	Molto sconosciuti	Non sa / non sa risponde

RISPOSTA	CODICE	Numero domanda	Domanda
	F14	67	Preferiscono visitare luoghi già noti o luoghi sconosciuti?
	F14	68	Preferiscono avere a che fare con persone conosciute o sconosciute?
	F14	69	Preferiscono mangiare cibi conosciuti o sconosciuti?
	F14	70	Preferiscono usare oggetti conosciuti o sconosciuti?

L'ultima serie riguardante le opinioni degli altri. Ora le leggerò delle coppie di affermazioni contrastanti (opposte) e lei dovrà indicare a quale dei due opposti si avvicinano di più le persone che la circondano.

1	2	3	4	5	6	7	9
Certamente la prima	La prima	Probabilmente la prima	né la prima né la seconda	Probabilmente la seconda	La seconda	Certamente la seconda	Non sa / non sa risponde

RISPOSTA	CODICE	Numero domanda	Domanda
	F3	73	E' meglio: (1) spendere per godere oggi o (2) risparmiare per godere di più domani?
	F5	77	La scienza: (1) riesce a spiegare praticamente tutto o (2) ci sono molte cose che non può spiegare?
	F5	79	Dovendo scegliere, le persone che frequenta abitualmente preferiscono (1) l'amicizia o (2) la verità?
	F11	80	E' meglio: (1) il piacere di condurre un'attività in proprio (nonostante le incertezze) o (2) la sicurezza di un posto di lavoro (anche se il lavoro in sé piace di meno)?
	F12	82	Correre rischi per loro: (1) è stimolante o (2) provoca ansia?

3. Tematiche aziendali e mercati di riferimento

Grazie. Ora l'ultima serie di domande sull'azienda.

F1: Ora vorrei che qualificasse la situazione di concorrenza del suo mercato. Per il suo prodotto lei direbbe che deve affrontare una concorrenza:

1	2	3	4	5	6	9
Molto alta	Alta	Discreta	Scarsa	Quasi (praticamente) nulla	Nulla	Non sa / non risponde

F2: Nel caso di crisi o calo di vendite, indichi quanto la sua strategia di reazione consiste nel:

Punteggio	Azione
F2A	Diversificazione dell'offerta
F2B	Aumento della qualità dei prodotti
F2C	Altre innovazioni: [specifica]

1	2	3	4	5	6	9
Moltissimo	Molto	Abbastanza	Poco	Molto poco	Per niente	Non sa / non risponde



F3: Nel caso di crisi o calo di vendite, indichi quanto la sua strategia di reazione consiste nel:

Punteggio		Azione
	F3A	abbassamento dei prezzi
	F3B	offerte speciali e pacchetti promozionali
	F3C	contenimento dei costi

1	2	3	4	5	6	9
Moltissimo	Molto	Abbastanza	Poco	Molto poco	Per niente	Non sa / non risponde

G1: potrebbe indicarmi la facilità con cui lei ha avuto accesso a risparmi personali / familiari.

1	2	3	4	5	6	7	9
Molto facile	Facile	Abbastanza facile	né facile né difficile	Abbastanza difficile	Difficile	Molto difficile	Non sa / non risponde

G2: potrebbe indicarmi la facilità con cui lei ha avuto accesso a prestiti bancari.

1	2	3	4	5	6	7	9
Molto facile	Facile	Abbastanza facile	né facile né difficile	Abbastanza difficile	Difficile	Molto difficile	Non sa / non risponde

H: potrebbe indicarmi il grado di beneficio che lei ha tratto dai fondi PSR?

1	2	3	4	5	6	9
Molto alto	Alto	Discreto	Scarso	Quasi (praticamente) nullo	Nulla	Non sa / non risponde



**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 europee ed internazionali e dello sviluppo rurale
Autorità di gestione della RRN
Via XX Settembre, 20 - 00187 – Roma

www.reterurale.it

