

Introduzione al workshop

*Davide Marino – CURSA, Università del Molise
Laura Aguglia – INEA*



Consorzio Universitario
per la Ricerca
Socioeconomica
e per l'Ambiente



Sommario

- Obiettivi del progetto
- Casi studi indagati ed esperienze coinvolte
- Mappatura filiere corte
- Le politiche 2007-2013 relative alla filiera corta
- Le politiche per il prossimo periodo di programmazione 2014-2020



Il progetto

PROGETTO SPECIALE “VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI PRODUCIBILI SUL MERCATO, SULLE IMPRESE E SUI CONSUMATORI DALLE FILIERE CORTE. ANALISI DEGLI SCENARI E SUPPORTO ALLA DEFINIZIONE DI INDIRIZZI STRATEGICI PER LA PROMOZIONE DELLE ESTERNALITÀ POSITIVE DELLE FILIERE CORTE”

Obiettivi

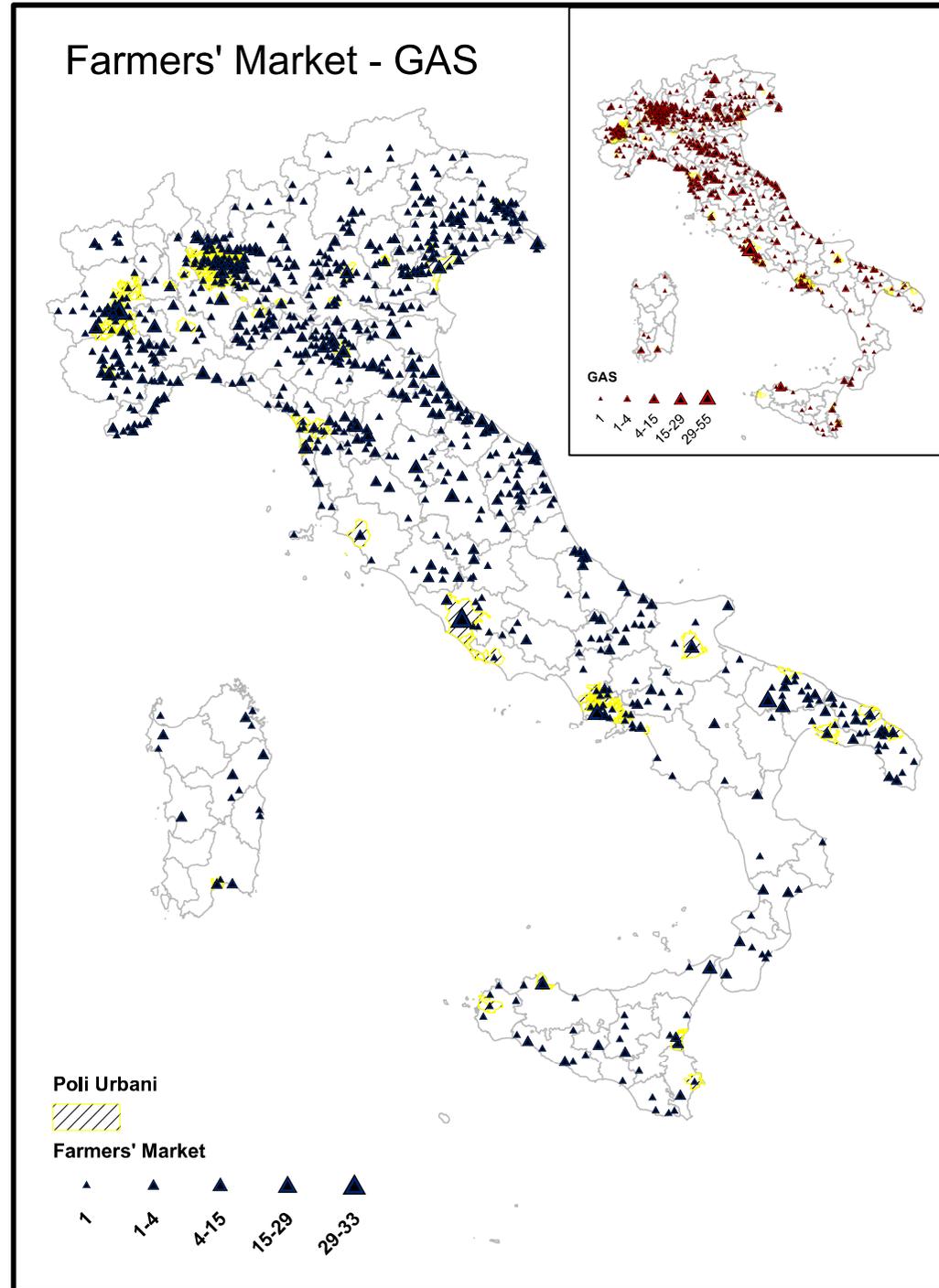
1. Produrre un quadro di sintesi degli **impatti positivi** che le diverse forme di filiera corta hanno sulle tre **dimensioni della sostenibilità**: ambiente, società ed economia locale;
2. Proporre e sperimentare **indicatori** quantitativi per misurarne l'impatto;
3. Produrre un quadro di sintesi dello scenario relativo agli **interventi pubblici** attuati a livello locale e nazionale;
4. Definire l'impatto della filiera corta sulla sostenibilità di un **territorio** ;
5. Fornire degli **indirizzi strategici** per promuovere le diverse forme di filiera corta, massimizzandone le esternalità positive in contesti territoriali differenti;
6. Proporre un **set di azioni e strumenti** che sulla base dei risultati di cui sopra e sulla base delle politiche europee di Sviluppo Rurale, possano essere adottati nella nuova programmazione a livello nazionale e regionale;

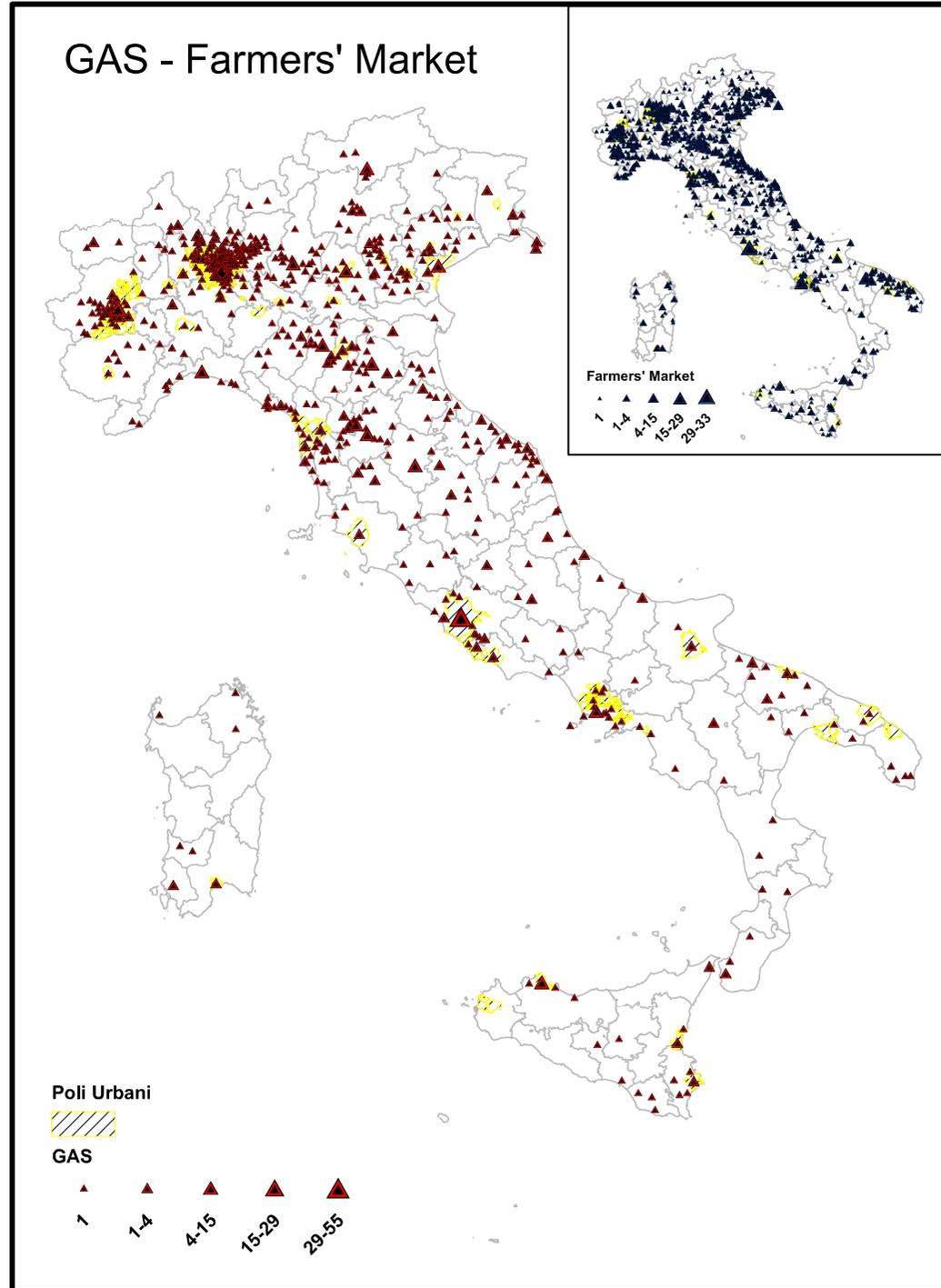


Il progetto – Casi studio indagati

CASI STUDIO	FM	VD	GAS	BS	CSA	SOGGETTI COINVOLTI NELL'INDAGINE	MODALITA' RILEVAZIONE	GRUPPO DI LAVORO
Torino	3	2	1	2	-	Consumatori 79 Produttori 26 Organizzatori 8	Intervista in profondità Questionario cartaceo in loco Questionario on line	Patrizia Borsotto – INEA Ilaria Borri - INEA
Trento	1	3	2	-	1	Consumatori 142 Produttori 24 Organizzatori 6		Silvio Franco – Università della Tuscia Clara Cicatiello – Università della Tuscia Emanuele Blasi – Università della Tuscia Barbara Pancino – Università della Tuscia
Pisa	1	3	2	2	1	Consumatori 124 Produttori 20 Organizzatori 6		Gianluca Brunori – Università di Pisa Silvia Innocenti – Università di Pisa Francesca Galli – Università di Pisa
Roma	3	4	2	2	2	Consumatori 704 Produttori 100 Organizzatori 13		Davide Marino – CURSA, Università del Molise Rossella Guadagno - CURSA Aurora Cavallo –Università del Molise e CURSA Carolina d'Angelo - CURSA Angelo Martella- CURSA
Lecce	3	4	2	-	-	Consumatori 151 Produttori 33 Organizzatori 8		Daniela de Gregorio – Università del Molise Luigi Mastronardi – Università del Molise Lucia Pallotta – Università del Molise

Per i **5 casi studio** esaminati, sono stati coinvolti in totale **1200 consumatori, 203 produttori e 41 organizzatori**. A queste interviste sono da aggiungere **16 interviste** rivolte ad attori istituzionali.





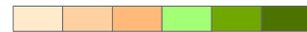


Vendita diretta



 Poli Urbani Zona A

Vend. Diretta



0%
≤25%
25%-50%
50%-75%
75%-100%
100%





Tipologia di Mercato



Specializzazione

-  Mercato integrato
-  Mercato di offerta
-  Mercato di consumo
-  Assenza di mercato

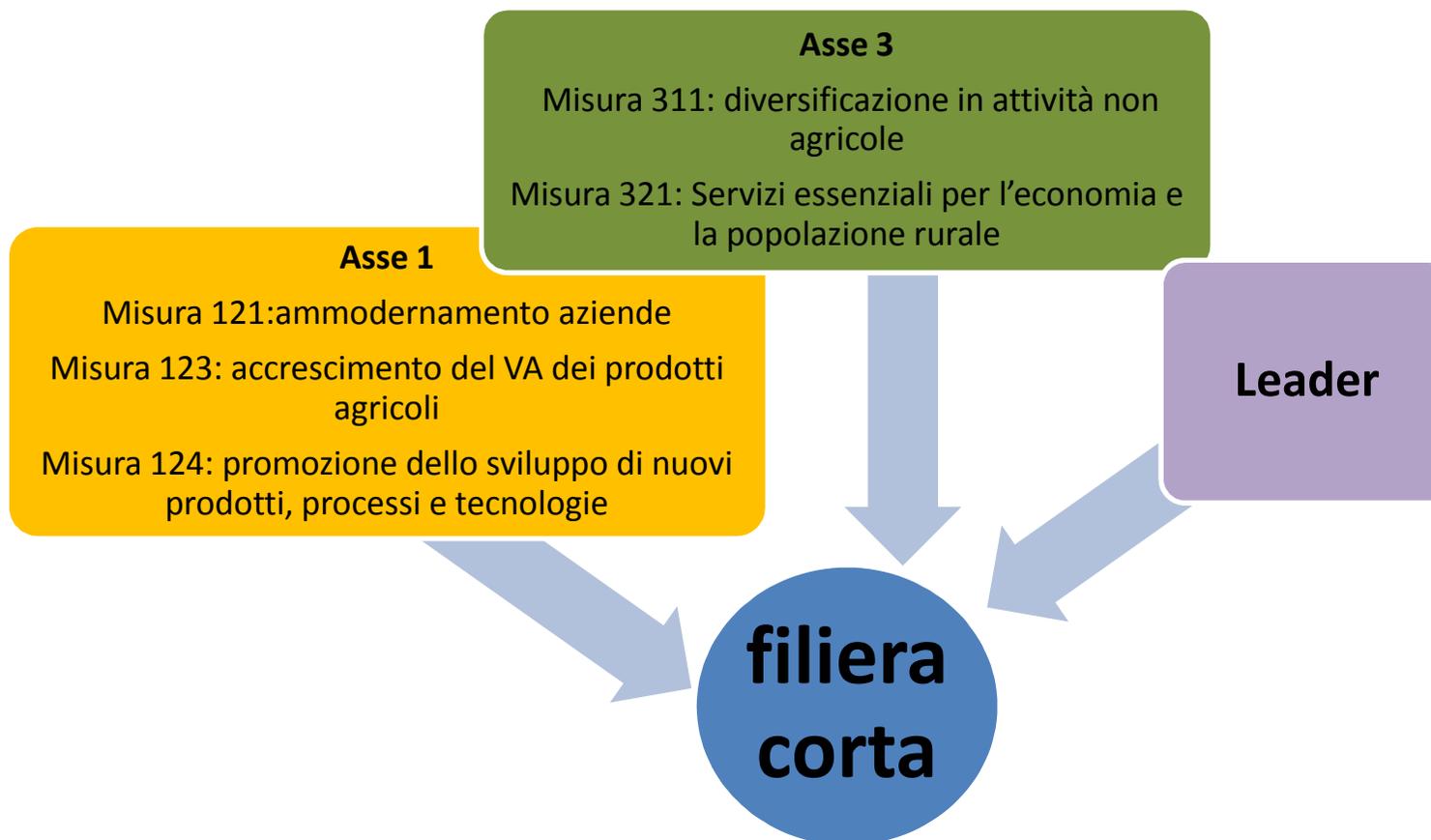




Le politiche 2007-2013

priorità realizzate con azioni chiave:

- migliorare l'integrazione nella catena agroalimentare
- stimolare un'impresonditorialità dinamica
- sviluppo di nuovi sbocchi per i prodotti agricoli e silvicolì





Le politiche 2007-2013

Reg. Parlamento Europeo e del Consiglio sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del (FEASR) COM(2011) 627/3.

FILIERA CORTA è :

strategia per il miglioramento della competitività in agricoltura e della redditività delle aziende agricole

terza **priorità** tra le sei delineate dall'Unione in materia di sviluppo rurale: migliore integrazione dei produttori primari nella filiera attraverso i regimi di qualità, promozione dei prodotti nei mercati locali, filiere corte, associazioni di produttori e organizzazioni interprofessionali (art.5)

oggetto di sostegno alla **cooperazione** di filiera orizzontale e verticale per la creazione di piattaforme logistiche a sostegno delle filiere corte e dei mercati locali; attività promozionali a raggio locale connesse allo sviluppo delle filiere corte e dei mercati locali (art. 36)

uno dei quattro **sottoprogrammi tematici**  da inserire nei PSR per rispondere a specifiche esigenze e beneficiare di aliquote di sostegno più elevate (maggiorazione del 10% rispetto a sostegno) (art.8)



Elenco indicativo di misure e tipi di interventi di particolare rilevanza:

