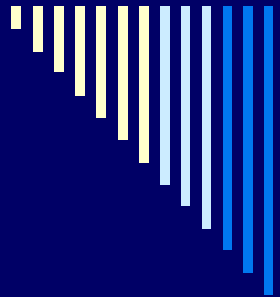




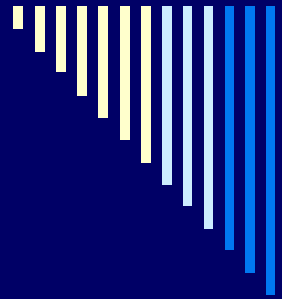
La terza via dell'agricoltura nella
creazione di nuove identità del
rurale:
i casi della campagna italiana

**Università di Perugia
Italia
Roma, 28 giugno 2009**



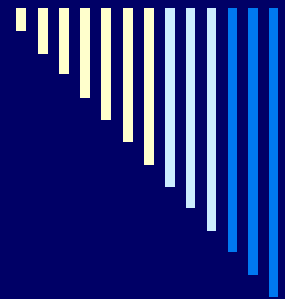
Le nuove sfide

- La globalizzazione (trade, capitali, regioni più competitive)
- L'urbanizzazione (60% della popolazione vivrà delle aree urbane nel 2030, spopolamento continua)
- Cambiamenti climatici che impattano prevalentemente sulle zone rurali
- Svantaggi delle zone rurali in termini di carenza di infrastrutture, opportunità di lavoro, servizi, iniziative e investitori.
- Crescente differenziazione delle zone rurali come zone turistiche, industriali, sub urbane, agricole.



Paradigmi diversi con soluzioni diverse

- Paradigma classico agroindustriale
- Paradigma post-produttivista
- Paradigma dello sviluppo rurale



Paradigma classico agroindustriale

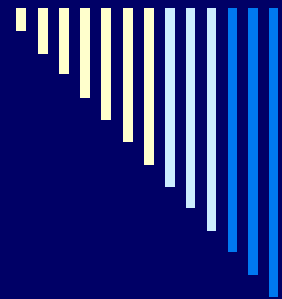
- Continua industrializzazione, divisione dei processi lavorativi standardizzazione delle fasi
- Incremento della produttività e disconnessione dalle risorse naturali



Paradigma Post-produttivista

- Riduzione della funzione produttiva agricola a vantaggio dei servizi ambientali
- Sostenibilità ambientale ed economica attraverso rinaturalizzazione delle aree e creazione di nuove attività in cui la natura non ha funzione attiva ma diventa l'oggetto dell'attività

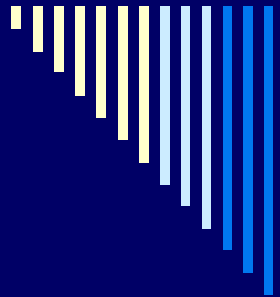




Paradigma dello sviluppo rurale

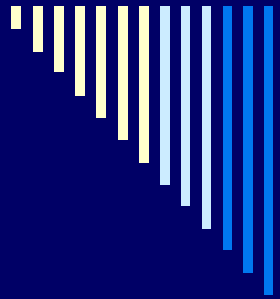
- Co-produzione uomo natura di beni e servizi:
- Importanza degli aspetti relazionali e della conoscenza locale
- Sostenibilità data dalla natura inscindibile tra produzione di materie prime ed alimenti e la riproduzione delle risorse naturali ed ambientali coinvolte nel processo





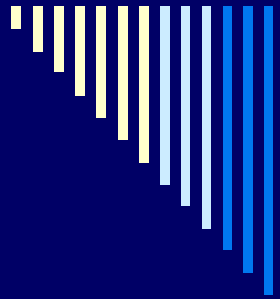
La risposta delle imprese

- Il nuovo concetto di competitività ed il cambiamento di paradigma (dal classico-modernizzazione allo sviluppo rurale-multifunzionalità)
- Riconoscimento della complessità ed introduzione di innovazioni di processo e organizzative finalizzate alla diversificazione delle produzioni e dei servizi
- Creazione di nuove relazioni, network e mercati (per una nuova autonomia)
- Passaggio dalle economie di scale alle economie di scopo e di rete



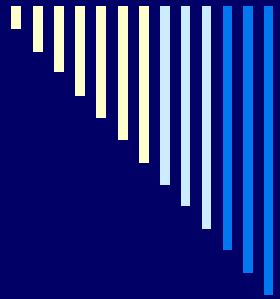
L'indagine

- Un campione di circa 300 aziende distribuite in 14 regioni diverse
- Aziende che sono localizzate in tutte le tipologie di aree da quelle marginali, a quelle con agricoltura in declino, o con agricoltura in transizione oppure specializzata ed infine in quelle semi urbane ed urbane.
- Prevalentemente condotte da giovani ed integrate nel tessuto socio economico del territorio
- Aziende con redditi soddisfacenti per l'imprenditore e per la famiglia



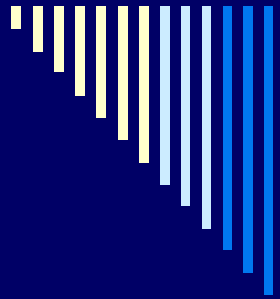
Peculiarità degli innovatori

- Sono spesso esperienze isolate quasi nascoste
- Forte dinamismo innovativo legato a sperimentazioni continue di idee originali
- Perseguimento di un modello di sviluppo delle aree rurali che rispetti la centralità della persona ed il rapporto interattivo con la natura. Su questo basano la competitività.
- Quasi sempre sono poco introdotti nei programmi di incentivo e sostegno pubblico quali PSR
- Capacità di comprendere e anticipare i cambiamenti di scenario



Elementi di valore

- Eterogeneità di risposte
- Complessità che passa da essere elemento di svantaggio ad elemento su cui diversificare le attività aziendali
- Dignità e reputazione
- Rivalutazione dell'azione collettiva
- Diffusione (vitalità)



Cosa chiedono

- Maggior partecipazione ai processi decisionali locali (il ruolo dell'innovatore)
- Gruppi di studio (laboratori) in cui confrontare le diverse sperimentazioni
- Semplificazione amministrativa e burocratica e la certezza e linearità della norma
- Riconoscimento dal mondo scientifico-istituzionale
- Maggiore flessibilità nell'utilizzo e finalizzazione delle risorse sia in termini di beneficiari, sia di investimenti ammissibili
- Diverso rapporto con l'assistenza tecnica con cui individuare e costruire le soluzioni