

Le imprese agricole
nelle Filiere Corte: la
ricerca di un nuovo
ruolo sociale

*Luigi Mastronardi – Università del
Molise*





ASPETTI GENERALI

1. Il termine multifunzionalità comprende, oltre alle funzioni fondamentali dell'agricoltura, quali la produzione di beni agro-alimentari e la fornitura di materie prime per gli altri settori economici, anche una serie di attività di chiara connotazione sociale ed ambientale
2. La sostenibilità, secondo una visione comunemente accettata, è il risultato dell'interrelazione fra aspetti ambientali, sociali ed economici
3. Orientamenti della Commissione Europea in materia di riforma della PAC (pagamenti diretti e sostegno allo sviluppo rurale)
4. Risultati
 1. Sostenibilità percepita
 2. Sostenibilità aziendale



L'INDAGINE DIRETTA

Tipologia di filiera corta	Lecce	Pisa	Roma	Torino	Trento	Totale intervistati
BOX	0	0	6	1	1	8
CSA	0	0	2	0	2	3
FM	26	6	68	20	15	135
GAS	2	8	17	3	4	34
VD	5	6	7	2	2	22
Totale	33	20	100	26	24	203



SOSTENIBILITÀ PERCEPITA – IL QUADRO COMPLESSIVO

	Indicatore di sostenibilità ambientale	Indicatore di sostenibilità sociale	Indicatore di sostenibilità economica
Media	3,82	4,17	3,27
Mediana	4,20	4,00	3,60
DEV.ST	0,77	0,73	0,99
CV	0,20	0,18	0,30



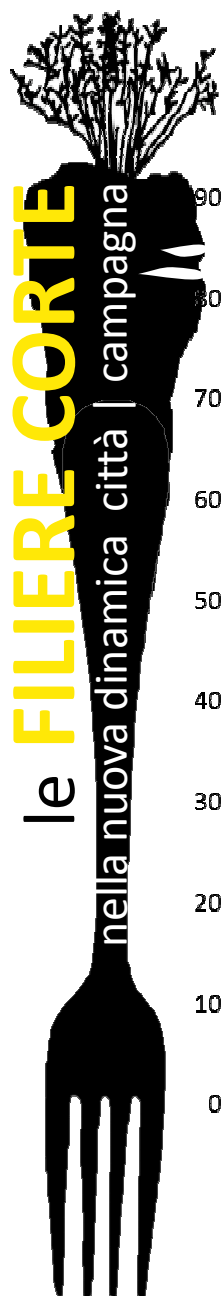
SOSTENIBILITÀ PERCEPITA – I VALORI DEI VARI INDICATORI

Ind.	Descrizione	Media	Mediana	Dev.St
A1	Maggiore attenzione al consumo di risorse impiegate in azienda	3,26	3,00	1,38
A2	Vendita di prodotti provenienti da varietà agricole o razze animali tradizionali della zona	3,99	5,00	1,40
A3	Riduzione della distanza percorsa dai prodotti	4,31	5,00	1,11
A4	Vendita di prodotti senza imballaggio	3,45	4,00	1,55
A5	Percezione della sensibilità ambientale dei consumatori	4,09	4,00	0,94
S1	Nascita di un rapporto personale con i consumatori	4,51	5,00	0,92
S2	Vendita dei prodotti aziendali alla comunità locale	4,37	5,00	1,04
S3	Informare i consumatori sul valore nutrizionale dei prodotti	3,98	4,00	1,20
S4	Maggiore impegno di lavoro a seguito della partecipazione alla filiera corta	3,80	4,00	1,31
E1	Modifiche dell'ordinamento produttivo	2,76	3,00	1,47
E2	Incremento del reddito aziendale	3,42	4,00	1,27
E3	Intensificazione dei legami con l'economia locale	3,28	3,00	1,36
E4	Prezzi più alti rispetto agli altri canali di commercializzazione	3,06	3,00	1,49
E5	Miglioramento delle prospettive di crescita dell'azienda	3,81	4,00	1,15

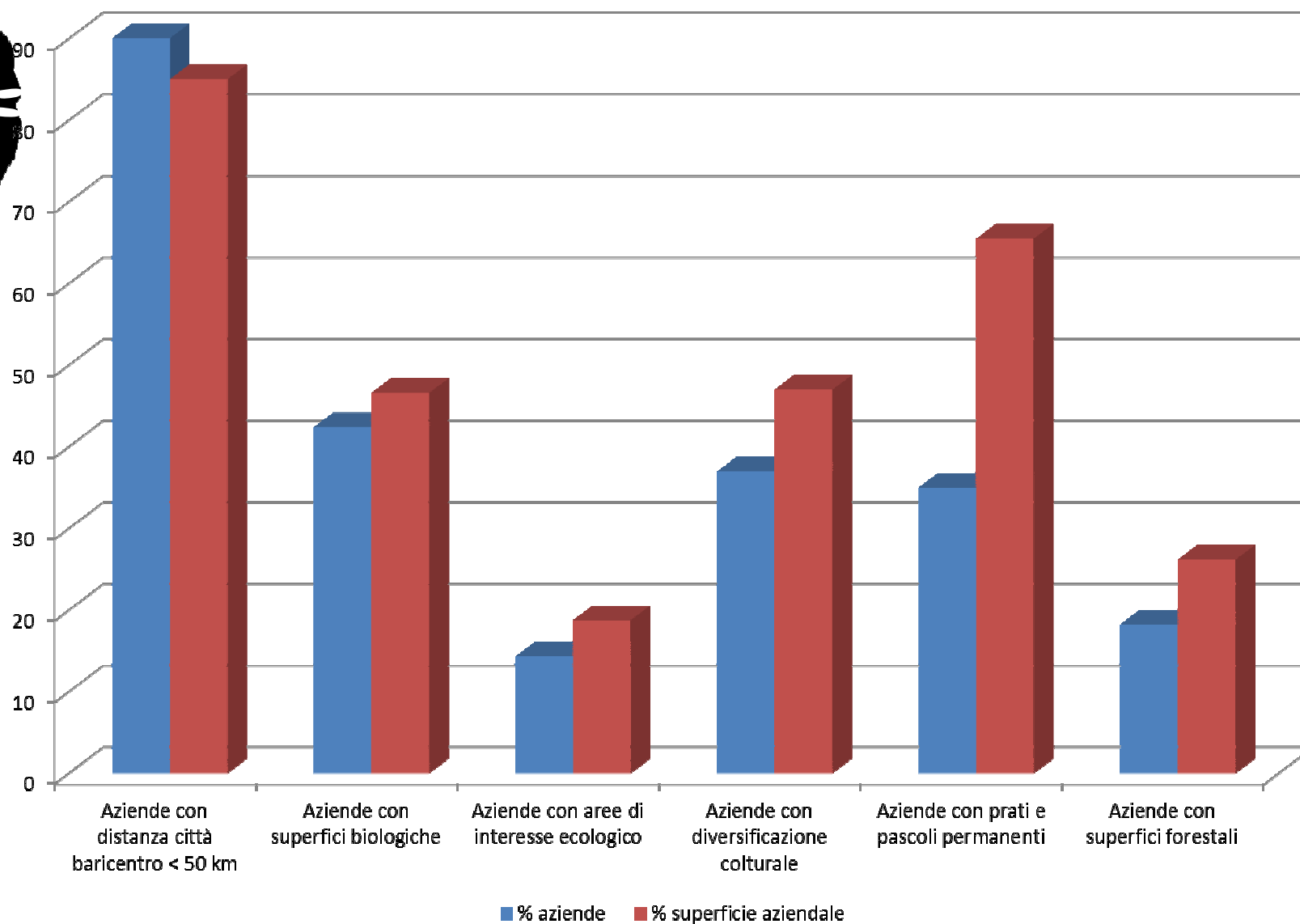


SOSTENIBILITÀ PERCEPITA – CONFRONTO TRA FILIERE

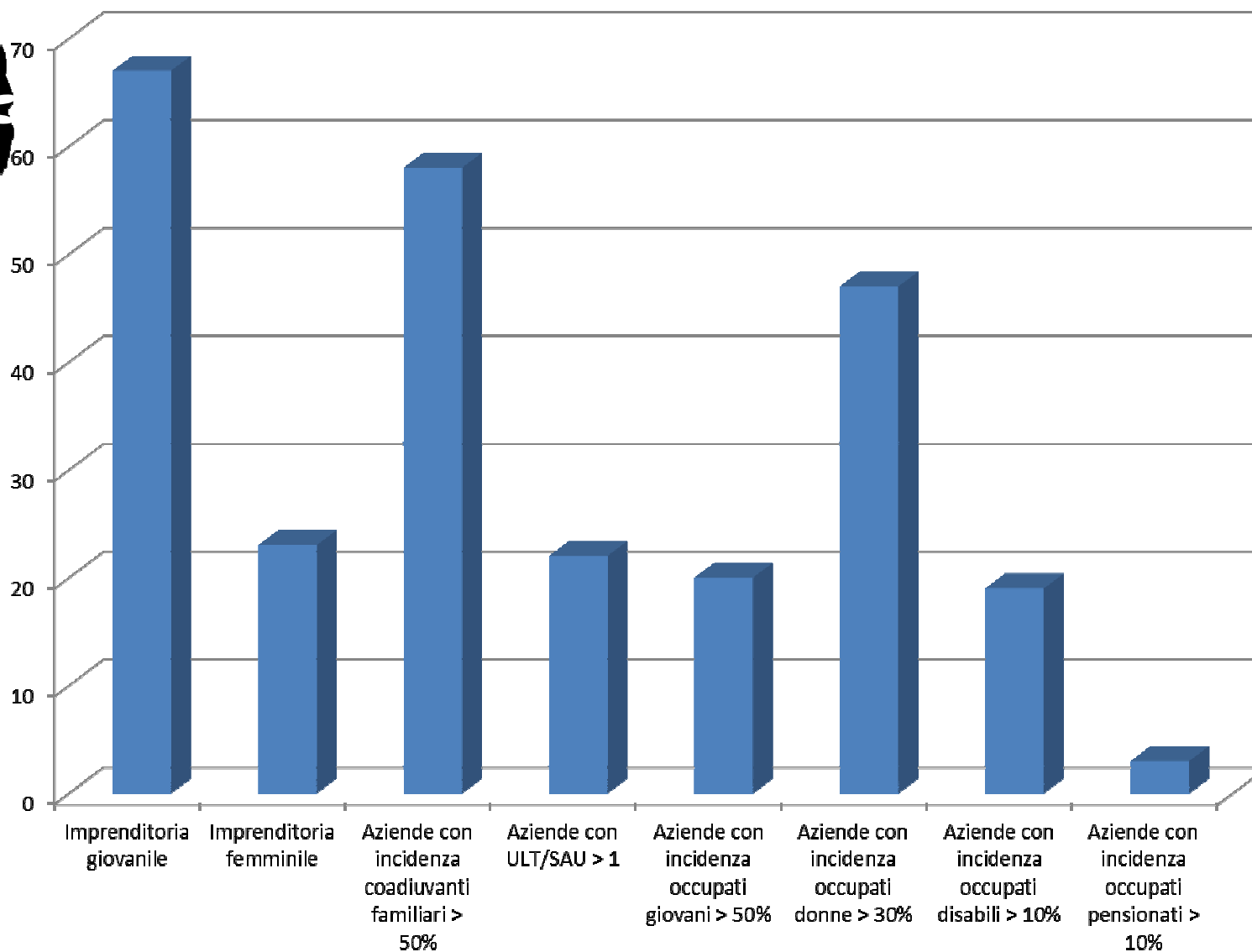
	Indicatore di sostenibilità ambientale	Indicatore di sostenibilità sociale	Indicatore di sostenibilità economica
Box Scheme – Community Supported Agriculture	(+) A1, A2, A3		(+) E2, E3, E5
Farmers Markets		(+) S1, S3	
Gruppi Acquisto Solidale		(-) S3	
Vendita Diretta	(-) A4	(-) S3	



LA SOSTENIBILITÀ AZIENDALE - DiA



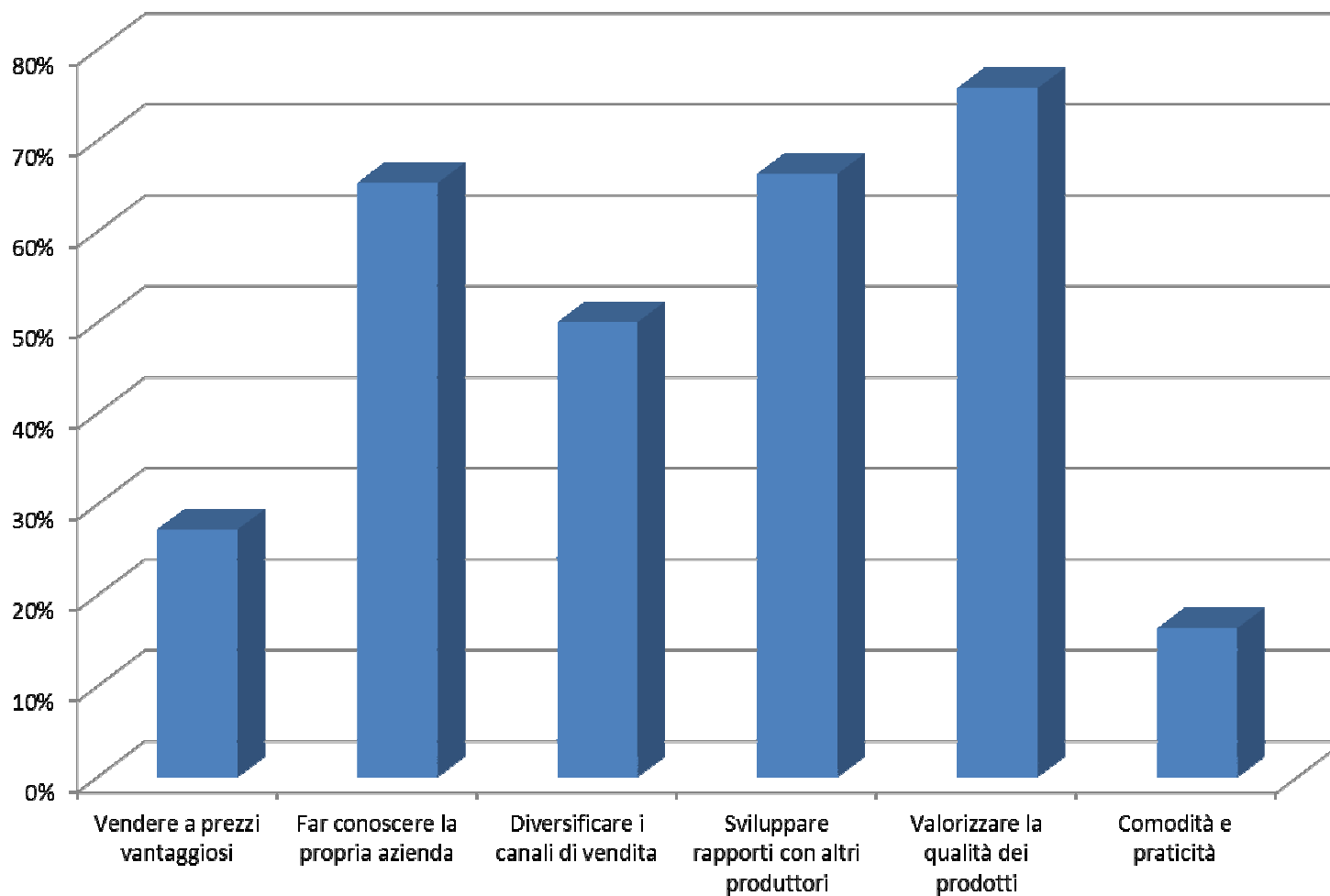
LA SOSTENIBILITÀ AZIENDALE - DiS





LA SOSTENIBILITÀ AZIENDALE - DiE

Motivazioni (frequenza primato)



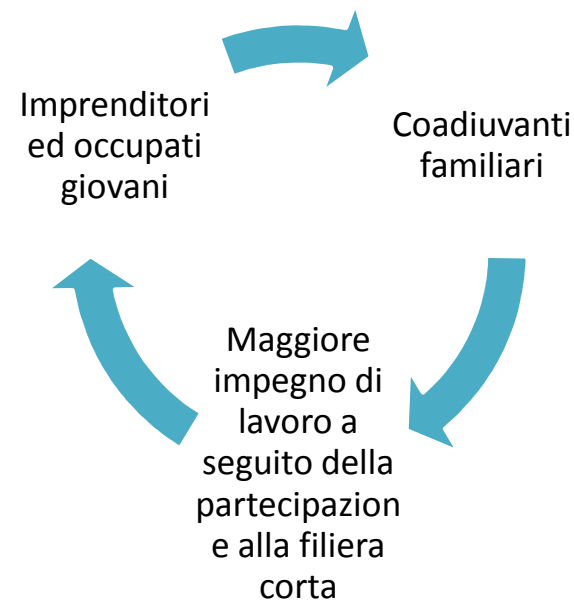
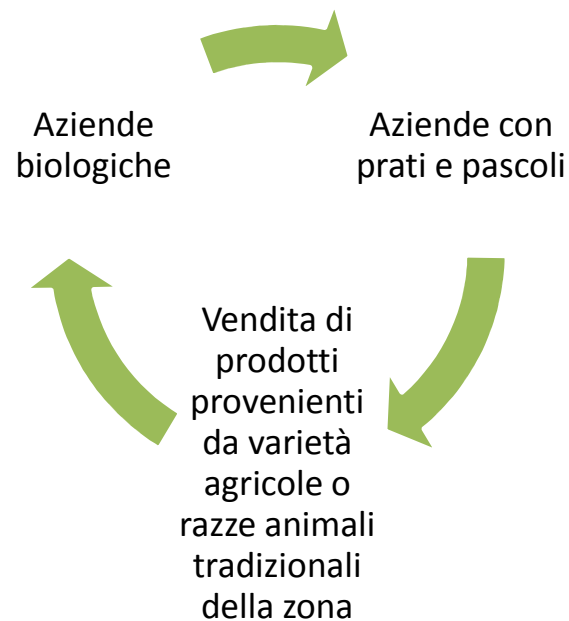


SOSTENIBILITÀ AZIENDALE – CONFRONTO TRA FILIERE

	Indicatore di sostenibilità ambientale	Indicatore di sostenibilità sociale	Indicatore di sostenibilità economica
Box Scheme – Community Supported Agriculture	(+) AA1, AA4		
Farmers Markets		(+) SS4	
Gruppi Acquisto Solidale		(+) SS2	
Vendita Diretta	(+) AA3	(+) SS1, SS5	(+) EE1



SOSTENIBILITÀ PERCEPITA VS. SOSTENIBILITÀ AZIENDALE



Modifiche dell'ordinamento produttivo

- Diversificare i canali di vendita

Intensificazione dei legami con l'economia locale

- Far conoscere la propria azienda
- Rapporto diretto con i produttori
- Comodità e praticità

Prezzi più alti rispetto agli altri canali di commercializzazione

- Valorizzare la qualità dei prodotti