

Editoriale

Con il numero 1/2010 la Rivista intende mantenere l'impegno assunto con i suoi lettori e con gli Autori alla ripresa delle pubblicazioni, assicurando la regolarità delle uscite nel corso dell'anno. Purtroppo questo numero risente ancora di qualche difficoltà organizzativa, non imputabile alla nostra volontà, ora però i problemi sembrano superati e contiamo a breve di far seguire a questo il numero successivo che è già pronto.

Questo numero si apre con un ampio contributo di Cesaretti e Scarpato che affronta un tema fortemente presente nella pubblicistica scientifica del nostro settore come è quello della qualità alimentare, inserendolo nel quadro dell'attuale scenario competitivo, un aspetto che non viene di frequente preso in considerazione dagli Autori che si occupano degli aspetti economici e tecnologici della qualità, e lo fa prendendo in considerazione, inoltre, le problematiche di uno sviluppo competitivo sostenibile.

Canavari, Lombardi, Riedel e Spadoni, affrontando le tematiche relative alle caratteristiche che sono in grado di differenziare i prodotti ai fini della loro valorizzazione, esaminano il caso di riso e tapioca biologici provenienti dalla Thailandia in relazione alle possibili reazioni dei consumatori che ne possono influenzare i comportamenti.

Tudisca, Di Trapani, Sgroi e Testa si occupano di valorizzazione di un prodotto più tradizionale come gli agrumi, in un contesto di nota e crescente difficoltà legata a fattori competitivi di complessa soluzione, analizzando il caso dell'Arancia di Ribera le cui caratteristiche peculiari l'hanno condotta alla denominazione d'origine.

Finco, Padella e Sargentoni si confrontano con la questione della disponibilità dei consumatori a pagare un premium price ad un prodotto, nel caso di studio un olio extra vergine di oliva locale nelle Marche, esaminando tale disponibilità con il metodo della *contingent evaluation*.

Economia agro-alimentare, n. 1-2010

Malorgio e Grazia, partendo dall'utilizzo delle denominazioni d'origine come strumento di valorizzazione, esaminano nel caso del vino le forme strutturali-organizzative del settore del vino e delle singole imprese con l'obiettivo di identificare tipologie organizzative regionali.

Annunziata e Misso esaminano l'evoluzione nel tempo del concetto di rischio alimentare per giungere ad identificare, in particolare per i *functional food*, le determinanti del consumo nel nuovo contesto delle esigenze del consumatore.

Menozzi, Mora, Faioli, Chryssochoidis e Kehagia nel loro contributo studiano, con una specifica metodologia, la percezione della rintracciabilità di alimenti, come le carni avicole e il miele, con l'obiettivo di individuare gli attributi che più influenzano il consumatore.

Colantuoni affronta con il metodo della Swot Analysis il complesso delle relazioni ed interazioni che scaturiscono dalle normative sulla sicurezza alimentare nei confronti degli attori del sistema, in particolare nell'attuale crisi economica.