

Editoriale

L'attuale quadro macro-ambientale di riferimento del sistema agroalimentare si caratterizza, rispetto al passato, per due principali differenze. Innanzitutto, il numero di fattori che lo determinano sono aumentati considerevolmente, investendo anche nuovi ambiti. Inoltre, i mutamenti al suo interno, da fenomeni di lungo periodo e, in qualche misura, prevedibili, sono diventati fenomeni sempre più rapidi e non sempre prevedibili. Una realtà, questa, che appare destinata a caratterizzare in via permanente il funzionamento del sistema agroalimentare a livello globale e come tale ad essere incorporata nella logica della conduzione delle imprese, ma anche nell'analisi economica del sistema agroalimentare.

In questa prospettiva, oltre alle variabili economiche, un ruolo importante viene svolto dai fattori politici, sociali, ambientali e culturali. Infatti, il sistema agroalimentare è chiamato a confrontarsi con le modifiche in atto nelle strutture e nei comportamenti di consumo, come risultato di una maggiore attenzione da parte del consumatore alla qualità e sicurezza degli alimenti, ma anche alle conseguenze sociali e ambientali delle attività delle imprese del sistema agroalimentare. Inoltre, i cambiamenti intervenuti nello scenario economico nazionale e mondiale, la crescente attenzione da parte dell'opinione pubblica alle problematiche ambientali, il processo di riforma che a livello di Unione Europea ha interessato la Politica Agricola Comune nel corso degli ultimi dieci anni, spingono le imprese del sistema agroalimentare a ridefinire le loro strategie competitive e a mettere in atto una maggiore capacità innovativa sul piano produttivo, tecnologico e organizzativo.

In un quadro di crescente complessità, la sfida insita nella riflessione scientifica sul sistema agroalimentare è innanzitutto quella di riuscire a ricostruire il quadro generale, all'interno del quale i processi evolutivi risultanti dal dinamico combinarsi di forze esterne ed interne al sistema ne stanno ridefinen-

Economia agro-alimentare, n. 1-2015

do il ruolo in ambito economico, sociale e ambientale. Gli articoli contenuti in questo fascicolo vogliono richiamare, appunto, l'attenzione su alcuni di questi aspetti, con riferimento a tematiche e a realtà geografiche molto diverse tra loro.

Il fascicolo si apre con l'articolo di Germana Manca sull'utilizzo della tecnica "*spatial fuzzy clustering mean*" (FCM) come strumento per migliorare la valutazione e comprensione degli effetti della misura 214 "Pagamenti agroambientali" applicata nell'ambito del Programma di Sviluppo Rurale della Regione Sardegna. L'autrice sottolinea come l'utilizzo della FCM e l'integrazione dei fattori sociali ed economici permetta di analizzare l'evoluzione del settore agricolo e come esso integri gli aspetti della politica ambientale. Tale approccio integrato è utile ad approfondire le modalità di implementazione delle misure agroambientali, in uno specifico contesto regionale, e a descriverne gli effetti spaziali. Infatti, l'analisi FCM dimostra come le decisioni, siano esse legate al perseguimento di politiche agroambientali, oppure alle modalità di finanziamento delle attività relative alle altre tipologie di misura, appartengano alla sfera delle informazioni in grado di influenzare la nuova fase di finanziamenti agroambientali. In sostanza, tale tecnica ha evidenziato la rilevanza dei risultati in termini di supporto ai *policy maker* al fine di valutare i fabbisogni territoriali per una maggiore efficacia della misura.

L'articolo di Simonetta Mazzarino ed Alessandro Corsi riporta un'analisi dettagliata della filiera vitivinicola nazionale. Attraverso l'elaborazione di una cospicua mole di dati ufficiali desunti dagli ultimi Censimenti dell'Agricoltura, dell'industria e dei servizi, della banca dati dell'AGEA, dallo schedario viticolo nazionale, gli autori tracciano un quadro descrittivo della fase agricola, della trasformazione industriale e della commercializzazione, dal quale si evidenzia il carattere della elevata frammentazione comune a tutte le fasi produttive, seppure maggiormente evidente nella fase di produzione primaria. La stima dei flussi di uva all'interno della filiera consente individuare tre tipologie di attori della vinificazione: aziende singole che vinificano in proprio, cantine cooperative, vinificatori industriali. A partire da queste tipologie, nei diversi contesti produttivi territoriali vengono definiti tre modelli produttivi:

- il modello cooperativo, diffuso nelle regioni del Nord-est e in Meridione, in particolare per vini generici e ad Indicazione Geografica (IG), ed utilizzato anche per i vini a Denominazione di origine (DO), localmente, in Puglia, Emilia-Romagna e Sicilia.
- il modello di iniziativa privata dei produttori agricoli, diffuso soprattutto in Toscana, sia per i vini DO, sia per i vini IG e generici;
- il modello tripartito, che caratterizza particolarmente la vitivinicoltura piemontese, nel quale nessuna modalità di comportamento prevale sulle altre, salvo che per pochissimi contesti produttivi, territorialmente circoscritti.

Per quanto riguarda la commercializzazione delle uve da vino, gli autori distinguono due modalità: quella definita come «mercato esterno», più frequente per le uve generiche, in cui l'uva viene remunerata con un vero e proprio prezzo di mercato; ed i cosiddetti mercati «interni» che si realizzano nel caso in cui le uve vengano remunerate con un prezzo implicito di trasformazione. La rilevanza dei mercati «interni» è tanto maggiore quanto più elevata è la qualità delle uve, che induce i produttori ad integrare il processo di vinificazione con la fase agricola in modo da poter incamerare una quota del valore aggiunto tanto maggiore quanto più elevate sono le capacità tecniche, manageriali e commerciali di chi realizza la vinificazione.

Il contributo di Elena Viganò, Gervasio Antonelli, Gian Italo Bischi, Fabio Tramontana si propone di indagare la figura del consumatore post-moderno di prodotti alimentari, proponendo letture interpretative che siano in grado di coglierne la complessità e discutendone le implicazioni in termini di possibilità applicative e di politiche. Gli autori analizzano i recenti contributi, multidisciplinari sul tema, approfondendo la questione informativa rispetto alla quale l'analisi appare tuttora dominata dall'impostazione neoclassica, fondata sulle ipotesi di razionalità e di informazione perfetta degli operatori. Molteplici sono, quindi, le analisi teoriche ed empiriche svolte nei diversi ambiti disciplinari che hanno indagato e approfondito il nuovo ruolo del consumatore nei sistemi socio-economici post-moderni. Da tali analisi emerge una figura poliedrica e complessa, per la quale è possibile individuare solo particolari tendenze comportamentali, condizionate da vincoli/possibilità di natura economica e sociale. Le recenti dinamiche socio-economiche evidenziano come i comportamenti di consumo post-moderni esprimano una serie di nuove istanze (bisogni immateriali) che portano in primo piano la dimensione umana (individuo) e non (solo) quella consumistica.

Alla luce di tali processi, l'analisi svolta dagli autori evidenzia come i modelli proposti dalla teoria economica neoclassica risultano essere spesso inadeguati a rappresentare il comportamento dei consumatori post-moderni. L'impostazione economicistica di tali modelli, infatti, non consente di fare piena luce su soggetti che si configurano sempre meno come semplici *hominines oeconomici* e sempre più come individui, caratterizzati non tanto dalla mancanza di informazioni (che, al contrario, possono anche risultare eccessive), quanto da preferenze, capacità cognitive e processi decisionali che sono espressione di determinati stili di vita e che diventano, quindi, fattori importanti nel condizionare le loro decisioni di consumo. Tali aspetti presentano molteplici implicazioni sul piano dell'analisi empirica economica del consumatore di prodotti alimentari e su quello della definizione delle politiche per la qualità e la sicurezza, anche in vista di future prospettive di ricerca.

Claudio Bellia e Fabiola Safonte affrontano il tema della valorizzazione dei prodotti agroalimentari che possono fregiarsi di denominazioni di origine.

La tematica è stata contestualizzata all'interno di diversi filoni di ricerca, in relazione a teorie che, a partire dal modello standard, fanno riferimento ai meccanismi di reputazione, alla teoria delle convenzioni e alla costruzione sociale della qualità.

Successivamente, sulla base delle informazioni statistiche ufficiali disponibili, sono state analizzate consistenza ed evoluzione delle produzioni agroalimentari contrassegnate da marchi di qualità nell'Unione Europea ed in Italia, con particolare riferimento al valore delle produzioni ed al loro andamento nel tempo. Nella parte conclusiva del lavoro, a partire dall'analisi della dimensione economica del settore, vengono proposte le strategie di valorizzazione dei prodotti. Queste ultime comprendono una serie di attività diverse che coinvolgono l'organizzazione e gestione delle strutture aziendali e di filiera nonché del territorio, inteso come sistema locale di produzione, che include anche le relazioni socio-economiche, istituzionali, culturali e ambientali.

A tal fine gli autori evidenziano l'importanza di incentivare e rafforzare la creazione di un sistema di relazioni coordinate e sinergiche (accordi cooperativi, network di imprese, alleanze strategiche, sistemi di relazioni orizzontali e verticali, ecc.), che abbiano come riferimento, oltre alle imprese agroalimentari interessate, le diverse componenti del sistema territoriale, puntando sulle strategie di filiera e di sistema. Non meno importante il ruolo delle politiche *consumer oriented* rivolte a rendere il consumatore consapevole del valore differenziale del prodotto agroalimentare di qualità, all'interno del quadro più generale dell'offerta agroalimentare.

Nella sezione "Note e documentazione" di questo fascicolo sono proposti due articoli in lingua inglese.

Obiettivo del lavoro di Tiziana De Magistris, Vilma Xhakollari, Naomi Muñoz è valutare gli effetti degli attributi organolettici sulla disponibilità a pagare per un prodotto senza glutine da parte di consumatori non affetti da celiachia. Lo studio parte dalla constatazione che il mercato dei prodotti *gluten free* mostra grandi potenzialità di espansione, sia per il crescente interesse che questi prodotti suscitano in consumatori non celiaci, che decidono liberamente di escludere alimenti contenenti glutine dalla dieta, sia per il sempre migliore livello qualitativo ed organolettico che rende questi prodotti sempre più accettabili da larghe fasce di consumatori. Un'indagine diretta condotta in Spagna nell'estate dello scorso anno, ha consentito di valutare la disponibilità a pagare (WTP) per due tipi di wafer al cioccolato, con e senza glutine, dei quali, i consumatori coinvolti nell'indagine hanno giudicato anche, con un punteggio attribuito secondo una scala di *liking*, aroma, gusto e consistenza. I risultati hanno mostrato un atteggiamento positivo verso i prodotti senza glutine, soprattutto nel caso di consumatori attenti alla salute, che avevano dichiarato un elevato interesse per una dieta sana.

Tra gli attributi sensoriali è stata particolarmente apprezzata la consistenza degli snack proposti, mentre per quanto riguarda aroma e gusto, il prodotto per celiaci non è risultato meno apprezzato del corrispondente prodotto con glutine. Pur con i limiti dovuti alla limitata diffusione territoriale dell'indagine ed all'uso della valutazione contingente come metodo di determinazione della disponibilità a pagare, il lavoro fornisce interessanti spunti di riflessione e suggerimenti per espandere indagini simili a popolazioni e panieri di prodotti più ampi.

Il contributo di Weizhong Liu, Yufang Sun, Barbara Mila Novak, si apre con la descrizione del contesto e delle criticità ecologiche e socio economiche dell'area umida del Lago Bositenghu (Xinjiang, Cina) per proporre soluzioni e modelli di gestione del territorio e delle risorse che ne consentano uno sviluppo sostenibile. Gli autori concentrano la loro analisi sulle funzioni ed i servizi eco sistemici attivabili nell'area. In particolare, l'attenzione è concentrata sulle possibilità rappresentate dallo sviluppo ed il miglioramento di attività sostenibili sia economicamente che dal punto di vista ambientale, come la produzione di biomasse ed il turismo sostenibile. Lo sviluppo sostenibile dell'area umida deve necessariamente passare attraverso un accurato monitoraggio della qualità e dello stato delle risorse naturali e, contemporaneamente, attraverso interventi di recupero dei siti e delle risorse maggiormente degradate dalle attività antropiche.

A tal fine vengono proposte attività che possano migliorare la qualità delle acque e metodi di coltivazione che ne consentano una gestione corretta; realizzazione di attività turistiche ed allevamenti ittici sostenibili, fornitura di servizi ambientali a difesa della biodiversità e per la prevenzione dell'inquinamento. L'articolo si conclude con la proposta di linee di politica utili allo sviluppo di attività economicamente e ambientalmente sostenibili, quali: l'attività di pesca accompagnata da interventi di ripopolamento, l'attività di allevamento in gabbie sommerse, la valorizzazione delle produzioni ittiche attraverso un marchio di origine, la tutela della flora che caratterizza l'ambiente palustre, il sostegno alle attività turistiche sostenibili che possano valorizzare l'ambiente naturale e la presenza di piccole comunità Mongole con il loro peculiare patrimonio storico-culturale. Tutta l'attività di *governance* dovrà necessariamente essere accompagnata da una accurata e costante azione di monitoraggio degli effetti degli interventi attuati.

Con questo fascicolo inauguriamo il volume XVII della rivista *Economia agro-alimentare*. Ci preme riconoscere l'impegno profuso da parte di autori, revisori, comitato scientifico, editore, che hanno consentito alla rivista di progredire ulteriormente e ringraziare il Consiglio di Presidenza della SIEA per il supporto e la fiducia dimostrata. Un ringraziamento speciale va ai colleghi del Comitato Scientifico che, nell'ottica della turnazione periodica e dell'ampliamento della platea degli studiosi potenzialmente interessati alla rivista,

vengono sostituiti da nuovi esperti, sia italiani, sia internazionali; a questi ultimi diamo il benvenuto e ci auguriamo che possano dare un contributo altrettanto valido al miglioramento qualitativo della rivista.

Il Comitato di Redazione

Direttore: *Gervasio Antonelli*
(Università degli Studi di Urbino Carlo Bo)
Maurizio Canavari (Alma Mater Studiorum-Università di Bologna)
Annalisa De Boni (Università degli Studi di Bari “Aldo Moro”)
Concetta Nazzaro (Università degli Studi del Sannio)