



ANCONA 3 FEBBRAIO 2011



FILIERA CORTA

PRESENTAZIONE DEL PROGETTO

RELATORE
IVANO CAPPELLACCI



RINGRAZIAMENTI



ASSAM

A tutto il personale dell'agenzia per la disponibilità e per la capacità di agevolare le attività.

In particolare:

Ricci Fausto, coordinatore sempre presente prodigo di suggerimenti e consigli.

Roberto Catorci e Lorenzo Moretti che hanno s(u)opportato le mie richieste.

Il team ASSAM che insieme a me ha prodotto il lavoro di ns. competenza:
Michela Marcianesi, Fabio Onofri, Raffaella Coen, Silvia Palladino,
Daniele Pagano, Valeria Belelli e Francesco Gobbi in forza alla Regione .

Il team dell'UNIVPM: dipartimento SAIFET, Facoltà di Agraria (AN)

Prof.ssa Adele Finco

Dr. Tommaso Sargentoni; Dr.ssa Monica Padella;

Dr. Alessandro Tramontano; Luca Di Matteo



Il progetto “FILIERA CORTA”



- Il risultato di un lavoro stimolato dalla Regione Marche attraverso la P.F. Commercio dopo l'approvazione del DGR n° 1332 del 06/10/2008.
- Intende promuovere e sostenere le iniziative di tipo singolo o associato che prevedano un rapporto, il più possibile diretto tra produttore e consumatore, denominato “Filiera Corta”.



Obiettivi e finalità di “FILIERA CORTA”



- Predisporre un piano di analisi necessario e propedeutico alla creazione di strumenti utili ad incentivare ed agevolare la creazione di Filiere Corte che possano ridurre i costi al consumo e/o aumentare la redditività in termini percentuali per il settore primario.

SOGGETTI ATTUATORI



REGIONE MARCHE
Assessorato al Commercio
e alla Tutela dei Consumatori





Filiera Corta è: sistema di commercializzazione dei prodotti agroalimentari che minimizza il numero di intermediari



Soddisfa le esigenze dei consumatori che :

- Privilegiano il rapporto umano
- Vogliono prodotti genuini
- Si attendono freschezza e qualità
- Attribuiscono ai prodotti requisiti soggettivi, (etica, ambiente, benessere animali, ...)
- Cercano un risparmio rispetto alla qualità ottenuta
- Hanno la volontà di sostenere l'economia agricola locale



Filiera Corta...



Favorisce le attività dei produttori perché :

- E' una strategia alternativa che permette di riconquistare un ruolo attivo nel sistema agro-alimentare.
- Garantisce una maggiore redditività delle produzioni ottenute.
- Si inserisce perfettamente nell'ottica della multifunzionalità e pluriattività aziendale enunciata nel D. Lgs. n. 228 del 18 maggio 2001.
- Lega le produzioni al territorio ed alla stagionalità.



PROGETTO FILIERA CORTA

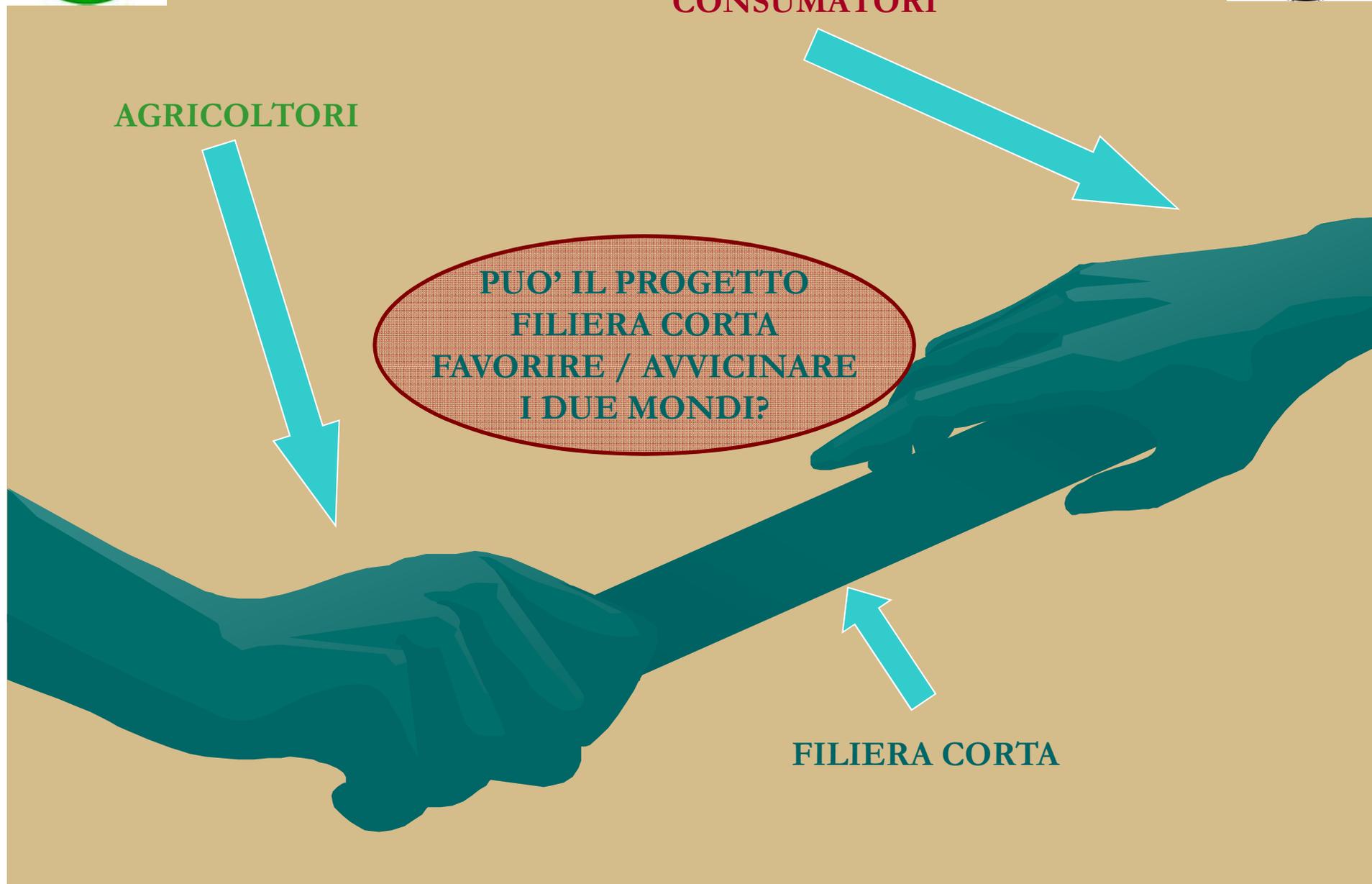


CONSUMATORI

AGRICOLTORI

PUO' IL PROGETTO
FILIERA CORTA
FAVORIRE / AVVICINARE
I DUE MONDI?

FILIERA CORTA

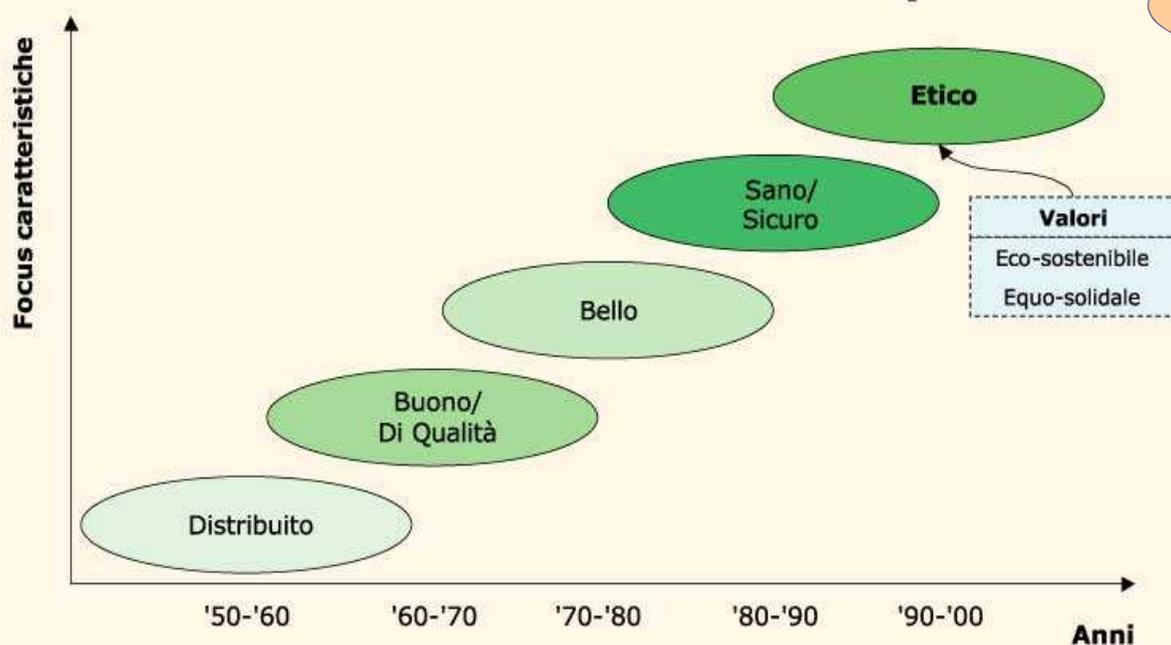




EVOLUZIONE DEL MERCATO E DEL PRODOTTO AGRO-ALIMENTARE



Evoluzione delle caratteristiche del prodotto



Le cinque "colonne" rappresentano oggi il Prodotto "Perfetto"

Fonte: Marco Roveda, creatore Fattoria Scaldasole, libro "Perché ce la faremo".

Sensi/emozioni

Questo cammino si sta evolvendo verso gli aspetti che caratterizzano la sfera sensoriale ed emotiva del consumatore, una serie di eventi connessi al prodotto, che coinvolgono l'utilizzatore a livello personale. La complicità e la passione che ne scaturiscono, differenziano sul mercato il prodotto



Il circuito moderno: filiere lunghe





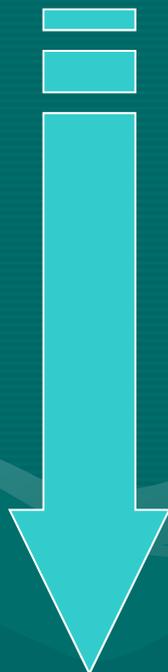
RIDUZIONI VINCOLI CONTRATTUALI

RUOLO ATTIVO NEL SISTEMA

AUMENTO REDDITO



FASE ATTUALE



INIZIATIVE IN ATTO

- MULTIFUNZIONALITA'
- ENERGIE ALTERNATIVE
- QUALITA' PRODOTTI
- **FILIERA CORTA**
- ETC.



RISULTATO ATTESO



DISTANZA TRA AGRICOLTURA E CONSUMO



AGRICOLTORI

PRODUZIONE BENI
PRIMARI
TUTELA
AMBIENTALE
USI/TRADIZIONI
PAESAGGIO



CONSUMATORI

AGRICOLTORI

ETANOLO
BSE
AFTA
FEBBRE SUINA



ALLARME SOCIALE
CROLLO CONSUMI
ACCAPARRAMENTO
PSICOSI/CURA

CONSUMATORI



CONFUSIONE DEL CONSUMATORE

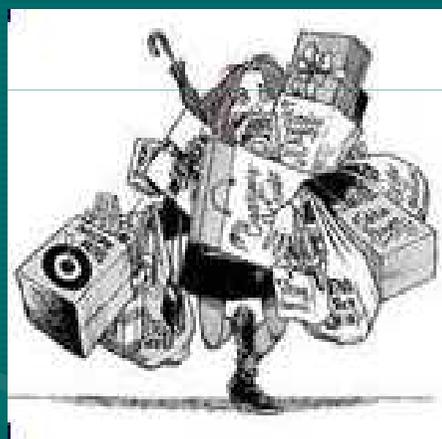


GDO; VDO;
FARMER'S
MARKET

AZ. AGRICOLA;
DETTAGLIO
TRADIZIONALE

DOP;
IGP;STG;

FRESCO;
PRONTO;
CONGELATO



BIOLOGIC
O BASSO
IMP.
CONVENZ.

NAZIONALE
COMUNITARIO
ESTERO

**SOGGETTO PASSIVO
DI SCELTA**

FILIERA?
ETICHETTA?
MARCHIO?

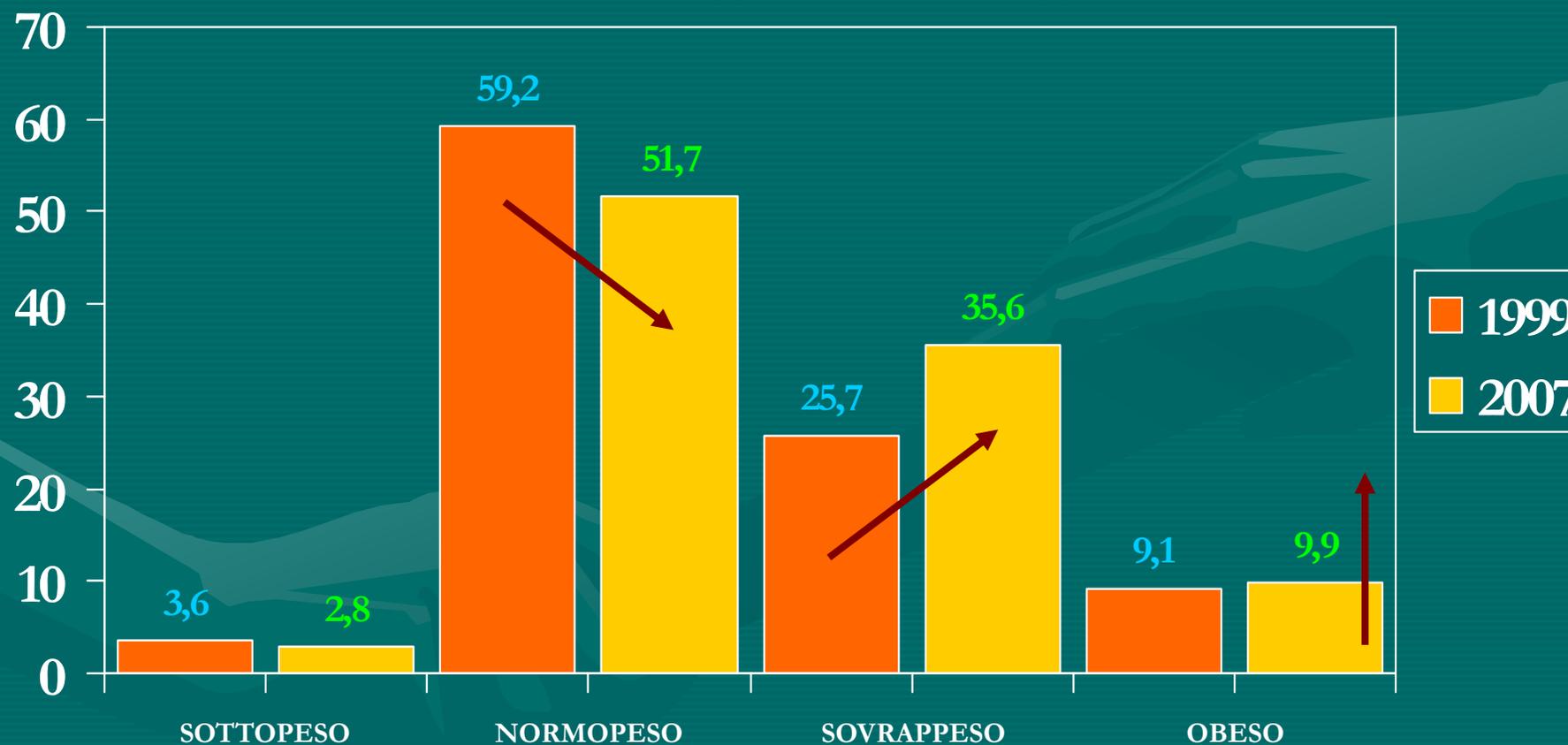


ALIMENTAZIONE BASE DEL BENESSERE



LA RESPONSABILITA' DELLA DIETA

PER 100 PERSONE DA 18 ANNI IN SU



L'Italia in cifre, Istat 2007 elaborazione prof. Giorgio Gigli, ordinario di Igiene Università degli studi. Torino

1953

REDDITO
MEDIO 820 €



REDDITO
MEDIO 2.400 €

2006



SPESA MEDIA MENSILE DELLE FAMIGLIE

PER GENERI ALIMENTARI

52%



426 €

PER GENERI ALIMENTARI

19%



456 €



Modulazione di progetto

Il progetto è stato diviso in 4 fasi:

FASE I, ANALISI GENERALE

- Indagine, socio economica, per definire le filiere da studiare
- Definizione di “Filiera Corta”

FASE II, STUDIO DELLE FILIERE

1. Indagini a questionario: COSTI, CONSUMATORI, PRODUTTORI
2. Scelta del campione, modalità esecuzione delle interviste



Modulazione di progetto



FASE III, ELABORAZIONE DEI RISULTATI

1. Indagine sui Costi
2. Indagine sui Produttori
3. Indagine sui Consumatori

FASE IV, PROGETTAZIONE, PROPOSTA D'INTERVENTO

1. Valutazione dei risultati
2. Proposta d'intervento



FASE I -Analisi generale



INDAGINE, SOCIO ECONOMICA, PER DEFINIRE: LE FILIERE DA STUDIARE

COME?

- Attraverso l'acquisizione di dati statistici pubblici, (Istat, Inea, Atti delle Regioni, Associazioni ...).
- In base a criteri stabiliti in fase progettuale.



FASE I -Analisi generale



CRITERI DI INDIVIDUAZIONE DELLE FILIERE

- Importanza economica del settore, (Plv/Sau)
- Ripartizione della spesa familiare, (filiera più richieste)
- Numero di addetti presenti in filiera, (occupazione)
- Disponibilità di dati per l'analisi dei costi

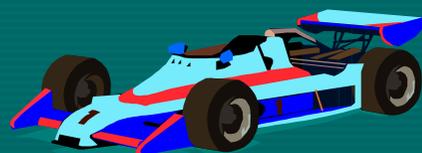


FASE I -Analisi generale



SCELTA DELLE FILIERE

1



FILIERA CARNE

3



FILIERA VINO



FILIERA ORTAGGI

2



FILIERA FORMAGGIO

4



FILIERA OLIO E.V.



FILIERA FRUTTA



ENUNCIAZIONI DI FILIERA CORTA



“Produzioni realizzate da micro e piccole imprese agro-alimentari a conduzione familiare, frutto di coltivazioni biologiche, messe in vendita in un territorio della regione di produzione”.

Camera dei deputati proposta di legge per la Filiera Corta (4/12/2009)

“Rapporto diretto tra consumatori e produttori agricoli che operano nell’ambito del territorio regionale, al fine di ridurre il numero degli intermediari commerciali”.

Art. 11 della legge regionale 23 maggio 2008, n. 12 “Legge finanziaria per l’anno 2008”, Regione Piemonte.

“Filiera Corta” soggetti e organizzazioni che, singolarmente o di concerto fra loro, consentono la gestione delle forniture dei prodotti agricoli ed agro-alimentari al consumatore finale, anche attraverso la razionalizzazione del sistema delle intermediazioni commerciali.

L.R. 24 Dicembre 2008, n. 29 Regione Lazio.

“Filiera che annovera al suo interno solo il numero di passaggi strettamente necessari in un sistema efficiente”

Dr. Gianni di Falco Università Cattolica Sacro Cuore, relazione al convegno “Uniamo le energie”.
Torino 07/10/2009



CRITERI PER LA DEFINIZIONE DI FILIERA CORTA



**ORIGINE
MATERIA
PRIMA**

Unicamente
Aziendale

- Riduzione Passaggi
- Bilancio di massa
- Tracciabilità

**RUOLI SVOLTI
IN AZIENDA**

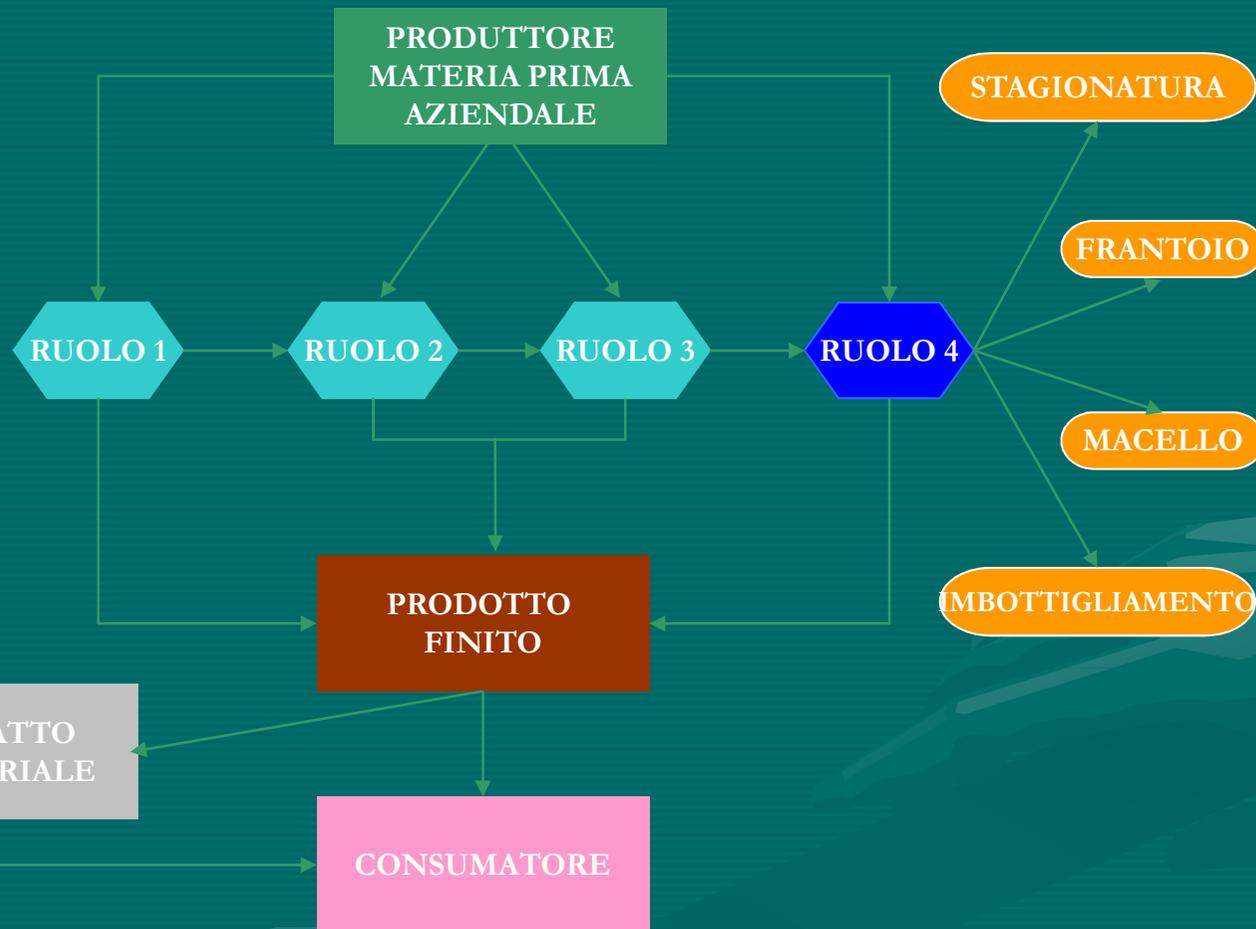
Operatori in
grado di
svolgere una o
più operazioni
necessarie a
formare
l'alimento

Predominanti
rispetto a terzi

**PASSAGGI
COMMERCIALI**

Dislocazione
aziendale condiziona
la possibilità di
raggiungere il
consumatore

Usare canali di vendita
ordinari attraverso accordi
specifici facilita la
ripetizione dell'acquisto



DEFINIZIONE DI FILIERA CORTA

Il rapporto diretto tra produttori e consumatori, singoli od associati, che preveda la vendita di prodotti agro-alimentari: “Ottenuti da materia prima aziendale, mediante l’esecuzione in azienda, di almeno il 75% dei ruoli”.

Il rapporto è comunque diretto se la produzione raggiunge il consumo attraverso l’utilizzo massimo di un passaggio commerciale successivo alla produzione.



FASE II -Studio delle Filiere

LE INDAGINI A QUESTIONARIO

CREAZIONE DELLA DOCUMENTAZIONE



FORMAZIONE DEL CAMPIONE

ESECUZIONE DELLE INTERVISTE





FASE II -Studio delle filiere

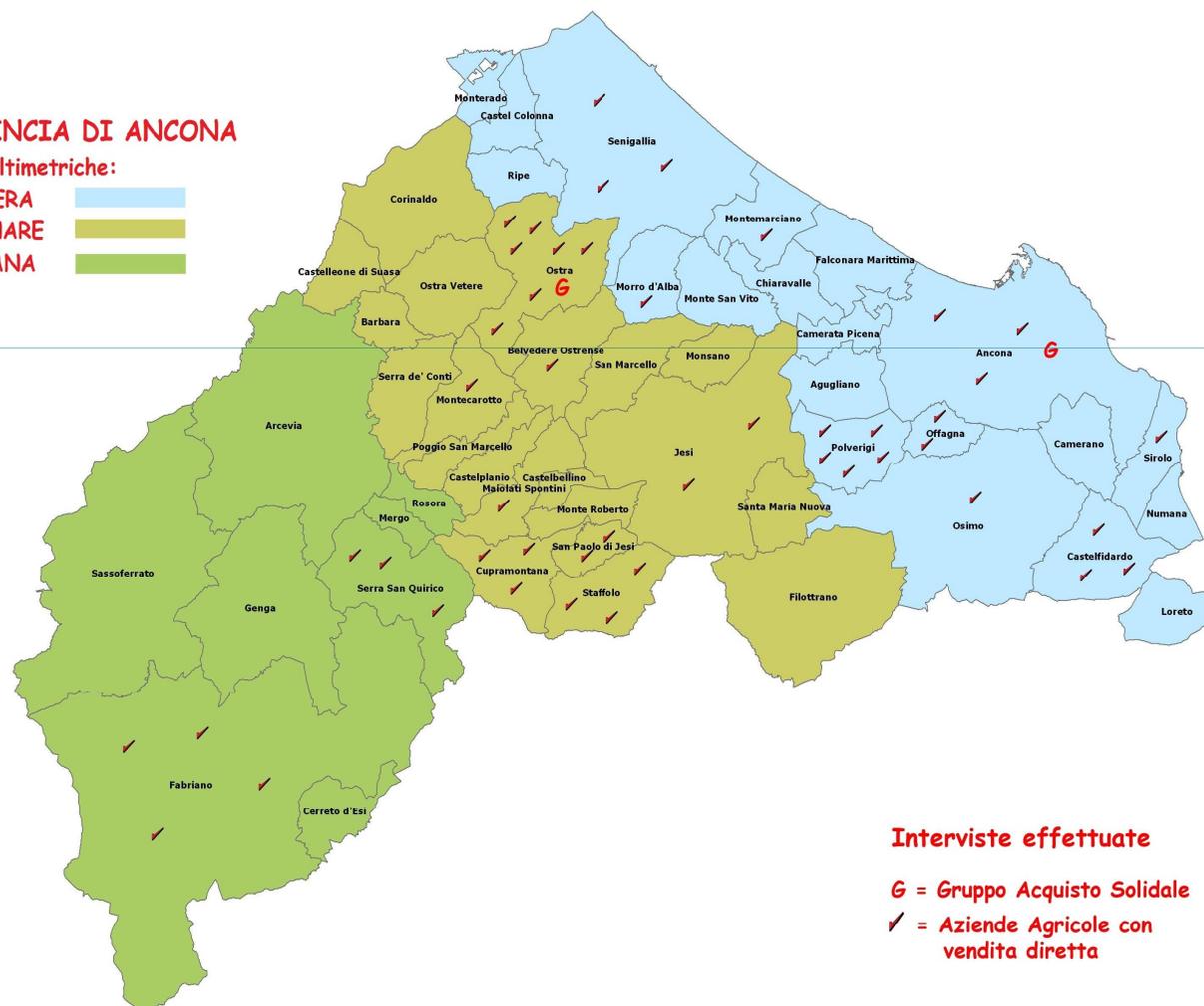


SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO IN FASCE Provincia di Ancona

PROVINCIA DI ANCONA

Fasce altimetriche:

| | |
|------------------|--|
| COSTIERA | |
| COLLINARE | |
| MONTANA | |





FASE II -Studio delle Filiere

LE INDAGINI A QUESTIONARIO





FASE II -Studio delle filiere



ESECUZIONE DELLE INTERVISTE

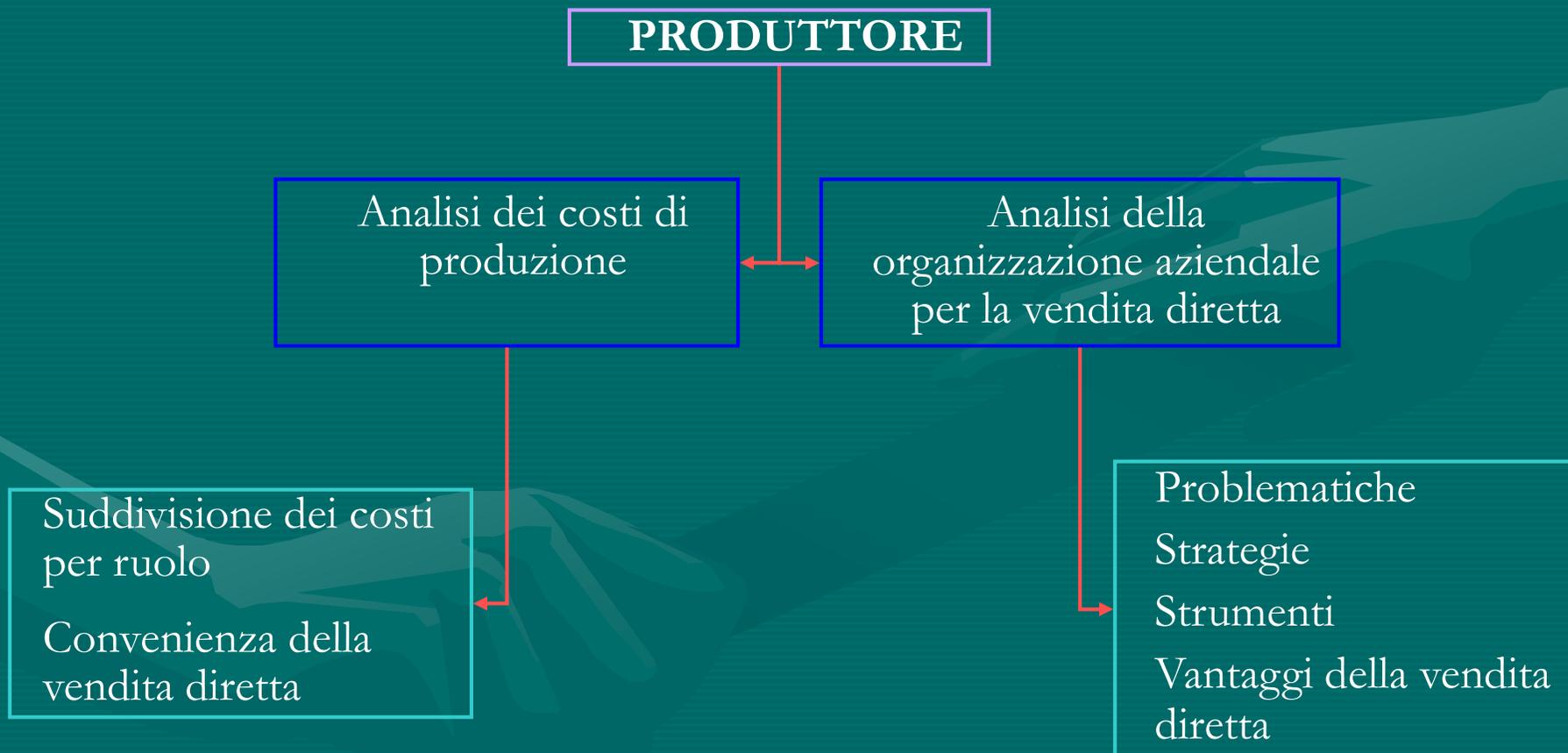
QUESTIONARI DEI CONSUMATORI

| provincia | tradizionali | G.A.S. | totali |
|---------------|--------------|--------|--------|
| ANCONA | 47 | 19 | 66 |
| AP/FM | 61 | 15 | 76 |
| MACERATA | 36 | 37 | 73 |
| PESARO-URBINO | 36 | 22 | 58 |
| TOTALI | 180 | 93 | 273 |



FASE II -Studio delle Filiere

LE INDAGINI A QUESTIONARIO





FASE II -Studio delle Filiere



ESECUZIONE DELLE INTERVISTE

| QUESTIONARI DEI PRODUTTORI | | | | | | |
|----------------------------|------------|------------|-------------|----------|---------------|--|
| provincia | produttori | | | | | |
| | trovati | contattati | disponibili | rilevati | indisponibili | |
| ANCONA | 216 | 65 | 47 | 47 | 18 | |
| ASCOLI PICENO | 100 | 66 | 41 | 31 | 25 | |
| FERMO | 63 | 36 | 36 | 36 | 0 | |
| MACERATA | 120 | 60 | 48 | 48 | 12 | |
| PESARO-URBINO | 113 | 60 | 54 | 39 | 16 | |
| TOTALI | 712 | 297 | 226 | 201 | 71 | |

**“DIETA MEDITERRANEA”
BENE IMMATERIALE DELL’UMANITA’
UNESCO 16/11/2010**

"La Dieta mediterranea è un insieme di competenze, conoscenze, pratiche e tradizioni che vanno dal paesaggio alla tavola, tra cui la coltivazione, la raccolta, la pesca, la conservazione, la trasformazione, la preparazione e, in particolare, il consumo di cibo".

GRAZIE PER L’ATTENZIONE