



IL SISTEMA FILIERE AGROALIMENTARI, FORESTALI E ITTICHE

UN PERCORSO CONDIVISO PER UNA VALORIZZAZIONE RESILIENTE

U.S. "G. GARIBOLDI" - MACERATA



27 SAVE THE DATE
OTTOBRE
2023

Strategie e politiche per la valorizzazione
di filiere agroalimentari sostenibili nelle Marche

Fabio Musso ed Elena Viganò

Strategie e politiche per la valorizzazione di filiere agroalimentari sostenibili nelle Marche

- Il contesto macroeconomico nazionale
- Carne, pasta, vino: caratteristiche di imprese, filiere e «sistemi prodotto»
- Politiche e strategie perseguibili



Metodologia

- *Desk analysis*: CREA, Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, ISTAT, ISMEA, SINAB, Anagrafe zootecnica, Atoka
- Ricerca empirica: interviste agli imprenditori dei settori di riferimento



Elementi indagati

Contesto settoriale

Profilo organizzativo e strutturale delle imprese e della loro *supply chain* (ampiezza e struttura)

Mercati serviti, certificazioni di sistema e di prodotto, politiche di prezzo, promozione e valorizzazione della qualità

Focus sul biologico

Rapporto con i soggetti istituzionali del territorio

Aree di intervento ritenute prioritarie per favorire, attraverso *policy* differenziate, la crescita e il rafforzamento del settore e dell'economia del territorio

Filiera della carne: analisi SWOT

Punti di forza

- Tradizione produttiva legata alla presenza di modelli di allevamento estensivo, più sostenibili in termini ambientali.
- Presenza di imprese di trasformazione “tradizionale”, con produzioni certificate e di grandi imprese competitive sui mercati nazionali ed esteri.

Punti di debolezza

- Scarso sviluppo della fase della produzione primaria.
- Ridotte dimensioni aziendali (specialmente nella fase dell'allevamento).
- **Scarsa tendenza all'attivazione di processi di integrazione orizzontale e verticale.**
- Difficoltà di adattamento ai mutamenti delle dinamiche di mercato.
- Ridotta propensione all'export.

Opportunità

- Attenzione verso produzioni sostenibili.
- Politiche (nazionali e regionali) finalizzate alla valorizzazione dei prodotti legati a specifiche filiere locali.
- Potenziamento del *green public procurement*, in particolare nelle mense scolastiche.

Vincoli/ Minacce

- Dinamiche di mercato (diminuzione del consumo di carne e sostituzione di carni rosse con carni bianche).
- Difficoltà di approvvigionamento di materie prime.
- Aumento del livello e della volatilità dei prezzi delle materie prime e dei costi di produzione.
- Riduzione delle emissioni di gas serra.

Strategie e politiche perseguibili

- Sistemi di allevamento adeguati per raggiungere obiettivi di sicurezza alimentare e ridurre le emissioni di gas serra
- Valorizzazione commerciale i prodotti da razze autoctone, coerentemente con le politiche di mantenimento delle attività agricole nelle aree fragili e marginali (esempio “storico” della razza Marchigiana), con sistemi di allevamento e produzione sostenibili (bio)
- R&S finalizzate anche alla riduzione delle esternalità negative legate alla produzione mangimistiche e alle cure veterinarie associate alle pratiche di allevamento, con particolare attenzione al benessere animale e all’antibiotico resistenza

Filiera della pasta: analisi SWOT

Punti di forza

- Ricambio generazionale con crescente presenza di giovani imprenditori.
- Forte radicamento del modello produttivo biologico nella cultura imprenditoriale agricola.
- Elevata propensione all'innovazione nella ricerca di nuovi input (semi) e nuovi prodotti.
- Ottimo posizionamento sui mercati esteri.

Opportunità

- Dinamiche di mercato (aumento consumo di pasta a livello internazionale).
- Forte attenzione verso il biologico, nonostante la crisi.
- Politiche (nazionali e regionali) finalizzate alla valorizzazione dei prodotti legati a specifici territori (distretti).
- Potenziamento del green public procurement, in particolare nelle mense scolastiche.

Punti di debolezza

- Ridotte dimensioni aziendali (specialmente nella fase agricola).
- Asimmetria di potere contrattuale lungo la filiera a favore della fase della prima e seconda trasformazione (molitura e pastificazione) e della GDO.
- **Scarsa tendenza all'attivazione di processi di aggregazione e di coordinamento verticale**
- Difficoltà di adattamento ai mutamenti dell'ambiente generale.

Vincoli

- Difficoltà di approvvigionamento materie prime.
 - Aumento costi di produzione
 - Aumento livello e volatilità dei prezzi delle materie prime.
 - Dinamiche di mercato (diminuzione del consumo di pasta in Italia).
 - Condizioni climatiche e meteorologiche estreme.
 - Mancanza di servizi di consulenza e di assistenza tecnica.
 - Limiti posti dalla normativa europea sull'uso di marchi territoriali per il biologico.
-

Strategie e politiche perseguibili

- Rafforzare l'integrazione orizzontale e verticale, attraverso il sostegno a forme di aggregazione e di coordinamento (per es. introduzione di criteri premianti per gli imprenditori che vi aderiscono, nell'ambito dell'erogazione degli aiuti PAC) per aumentare la competitività sui mercati nazionali e internazionali
- Diffondere i contratti di coltivazione, per garantire prezzi sufficientemente remunerativi agli agricoltori e ottenere grani di qualità, pianificando l'offerta, anche mediante la fornitura di servizi aggiuntivi
- Potenziare gli appalti pubblici nel sistema della ristorazione (mense scolastiche e ospedaliere) secondo criteri di sostenibilità

Filiera del vino: analisi SWOT

Punti di forza

- Produzioni di qualità riconosciute e apprezzate (anche con premi) sia in Italia che all'estero
- Numerosi vini a certificazione biologica
- Forti legami con il territorio e le tradizioni locali
- Passione imprenditoriale e stabilità nel ricambio generazionale
- Capacità di adattamento ai cambiamenti del mercato
- Diversificazione dei modelli di business e apertura ai legami col turismo

Opportunità

- Crescente consumo di vino nei paesi esteri
- Popolarità e tradizione del vino italiano, apprezzato in tutto il mondo
- Presenza di produzioni e tradizioni agroalimentari complementari rispetto all'offerta vinicola
- Territorio ricco di elementi valoriali (cultura, paesaggio, storia, arte, ambiente)
- Regione con forti elementi di attrattività turistica (mare + entroterra)
- Politiche regionali orientate alla valorizzazione del comparto
- Presenza di soggetti associativi in grado di favorire iniziative comuni
- Presenza del distretto biologico

Punti di debolezza

- Piccola dimensione aziendale, con poche risorse da investire
- Mancanza di strategie chiare e definite da parte delle imprese
- Limiti nelle competenze gestionali e di marketing
- Forte attaccamento all'identità individuale delle imprese
- **Difficoltà ad accettare soluzioni aggregative, soprattutto per lo sviluppo dei mercati, nonostante se ne avverta la necessità**
- Varietà di vini e mancanza di un vino bandiera

Vincoli/minacce

- Aumento dei costi
- Forte concorrenza di vini italiani con analoghe caratterizzazioni territoriali
- Regione non fortemente identificata nella capacità di attrazione turistica
- Tendenziale perdita di rilevanza del biologico

Strategie e politiche perseguibili

- Stimolare politiche di miglioramento della qualità e di certificazione, per rispondere alle richieste di sostenibilità dei mercati esteri
- Raggiungere una adeguata massa critica per la promozione dei prodotti e lo sviluppo dei mercati
- Conciliare esigenze potenzialmente divergenti, mediante un'azione politico-istituzionale che identifichi un percorso strategico condiviso per affermare un'identità che manca ancora al settore vinicolo regionale
- Stimolare progetti intersettoriali di promozione e valorizzazione fra produttori vinicoli, produttori di specialità agroalimentari e operatori turistici, migliorando la qualità dell'offerta (strutture ricettive e di contesto), così come quella dei servizi pubblici (trasporti) e privati

Conclusioni

- Rafforzamento delle filiere marchigiane come passaggio obbligato per il miglioramento della competitività delle imprese e per lo sviluppo dei territori



- Adozione di innovazioni di processo e di prodotto per la transizione a modelli di produzione (e consumo) più sostenibili
- Impegno delle istituzioni pubbliche, a livello locale (appalti pubblici) ma soprattutto regionale, per orientare l'integrazione orizzontale e verticale delle imprese e l'aggregazione territoriale, migliorando il livello organizzativo delle imprese agroalimentari
- Sostegno alle attività di formazione continua (competenze manageriali e di marketing degli imprenditori) e potenziamento dei servizi di consulenza
- Miglioramento della qualità/disponibilità di dati, per definizione di politiche/strategie e monitoraggio

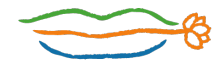
Grazie per l'attenzione!

fabio.musso@uniurb.it

elena.vigano@uniurb.it



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO



FOODBRANDMARCHE