

Progetto Equal FADIESIS
FAttoria Didattica di Sviluppo e Inclusione Sociale per giovani disabili
IT-G2-VEN-010

BUSINESS PLAN

**FATTORIE DIDATTICHE di SVILUPPO ed
INCLUSIONE SOCIALE:
L'IDEA PROGETTUALE FADIESIS**

PROGETTO "EQUAL FADIESIS" IT-G2-VEN-010

PRIMA PARTE

PRESENTAZIONE DEL PROGETTO

- 1.1. L'INIZIATIVA COMUNITARIA EQUAL
 - 1.1.1. Settori tematici
 - 1.1.2. Il Partenariato
 - 1.1.3. Le azioni di Equal
 - 1.1.4. Punti di forza
- 1.2. IL PROGETTO FADIESIS
 - 1.2.1. Descrizione del progetto
 - 1.2.2. I partner
 - 1.2.3. Fasi del progetto
- 1.3. LA FATTORIA DIDATTICA DI SVILUPPO E INCLUSIONE SOCIALE NELL'AMBITO DELLA PRODUZIONE AGRICOLA
 - 1.3.1. Tratti peculiari
 - 1.3.2. Caratteristiche di un'azienda agricola
- 1.4. IL SOGGETTO PROTAGONISTA DEL PROGETTO

Premesse

 - 1.4.1. Forma giuridica
 - 1.4.2. Oggetto sociale
 - 1.4.3. Ubicazione
 - 1.4.4. Destinatari
 - 1.4.5. Altri attori

SECONDA PARTE

IDENTIFICAZIONE DEL PROPRIO MERCATO DI RIFERIMENTO

- 2.1. IL SETTORE AGRICOLO NAZIONALE
 - 2.1.1. Il settore primario
 - 2.1.2. La redditività
 - 2.1.3. L'interazione con altri settori
 - 2.1.4. La filiera ortofrutticola
- 2.2. CONSUMI ALIMENTARI ED EVOLUZIONE DEI MERCATI
 - 2.2.1. Rapporti tra domanda e offerta
- 2.3. GLI INDICATORI DI SOSTENIBILITÀ
 - 2.3.1. La dimensione sociale
 - 2.3.2. La dimensione economica
- 2.4. I MERCATI DI SBOCCO (MERCATO ORTAGGI E CARNE)
 - 2.4.1. Caratteristiche e dimensioni
 - 2.4.2. Andamento della domanda
 - 2.4.3. Stagionalità dei consumi
- 2.5. CANALI DISTRIBUTIVI
 - 2.5.1. Possibili canali distributivi
 - 2.5.2. Tendenze nel settore
 - 2.5.3. Ipotesi alternative di vendita (vendita a soci o istituzioni partner o sponsor del progetto)

TERZA PARTE

L'ORGANIZZAZIONE DEI FATTORI PRODUTTIVI

3.1. CARATTERISTICHE DEL PROCESSO PRODUTTIVO ED ANALISI DELLE PRINCIPALI PRODUZIONI

Premesse

- 3.1.1 I prodotti
- 3.1.2 Gli investimenti previsti.
- 3.1.3 L'organizzazione del lavoro

QUARTA PARTE

DESCRIZIONE E CARATTERISTICHE DEL MODELLO PRODUTTIVO

Premessa

4.1. ANALISI DEL MODELLO PRODUTTIVO

- 4.1.1 Produttività e prezzi in base ai dati Istat relativi ai prodotti coltivati ed agli animali allevati
- 4.1.2 Produttività e prezzi dei prodotti coltivati e degli animali allevati
- 4.1.3 Valore della produzione
- 4.1.4 Costo della produzione

4.2. Analisi del modello economico

- 4.3. Breve confronto tra il modello economico analizzato e le possibili proiezioni economiche basate sui dati medi Istat

4.4. Altre fonti di reddito

QUINTA PARTE

PROIEZIONI ECONOMICO FINANZIARIE ANNUALI DELL'IMPRESA PROPONENTE CONSEQUENTI ALLA REALIZZAZIONE DELL'INIZIATIVA

5.1. ILLUSTRAZIONE DEI CRITERI ASSUNTI PER LA DETERMINAZIONE DEI DATI DI BASE ASSUNTI PER LE PROIEZIONI ECONOMICO FINANZIARIE

SESTA PARTE

FATTORIE DIDATTICHE A CONFRONTO

6.1. ANALISI COMPARATA FRA FATTORIE DIDATTICHE SVILUPPATE IN ITALIA

- 6.1.1 Fattorie didattiche
- 6.1.2 Fattorie sociali
- 6.1.3 Cooperative Sociali agricole

PRIMA PARTE

PRESENTAZIONE DEL PROGETTO

I.1 L'INIZIATIVA COMUNITARIA EQUAL

Equal è una delle 4 iniziative che la Commissione, il Consiglio ed il Parlamento europei hanno deciso di finanziare nel periodo di programmazione 2000-2006 con il 5% dei fondi strutturali (ossia 10,4 miliardi di Euro su un totale di 213 miliardi). La somma totale è stata infatti così ripartita:

- 4,9 miliardi di Euro (FERS) all'iniziativa di cooperazione transfrontaliera, transnazionale e interregionale *Interreg 3*;
- 700 milioni di Euro (FERS) per l'iniziativa di sviluppo urbano e di risanamento socioeconomico delle città e dei quartieri in crisi *Urban 2*;
- 2 miliardi di Euro (FEOGA) per l'iniziativa di sviluppo rurale *Leader+*;
- 2,8 miliardi di Euro (FSE) per la nuova iniziativa comunitaria in materia di risorse umane e pari opportunità denominata *Equal*.

La nuova iniziativa Equal risulta quindi essere finanziata da uno dei 4 fondi strutturali, il Fondo Sociale Europeo (FSE), lo strumento finanziario dell'Unione europea per gli investimenti nelle risorse umane: attraverso una serie di programmi trasferisce agli Stati membri somme significative per sostenere la creazione di posti di lavoro più numerosi e di migliore qualità.

Equal si concentra soprattutto sull'inclusione sociale e sulla lotta ad ogni forma di discriminazione nell'accesso al mercato del lavoro.

L'Unione europea dispone già di una strategia integrata per lottare contro la discriminazione basata sul sesso, l'origine razziale o etnica, la religione o il credo, la disabilità, l'età e le tendenze sessuali. Centrata proprio sul mercato del lavoro, l'iniziativa Equal fa parte di questa strategia e sostiene gli sforzi miranti a lottare contro tutti i tipi di discriminazione.

Il presupposto principale è che, per raggiungere un significativo e durevole aumento dell'occupazione, sia soprattutto essenziale sviluppare le competenze di quanti si trovano al momento emarginati dal mercato del lavoro, favorire l'aggiornamento e il rinnovo delle competenze di coloro che sono occupati in settori particolarmente vulnerabili, ampliare la capacità imprenditoriale e garantire un'eguale presenza di uomini e donne sul mercato del lavoro.

L'iniziativa è stata articolata in due fasi: la prima, riferita al periodo 2001-2003, si conclude operativamente alla fine del 2005; la seconda fase invece, relativa al periodo 2004-2006, è stata avviata ad aprile 2004 e si concluderà, operativamente, alla fine del 2008.

Gli orientamenti generali delle due fasi sono illustrati da due successive comunicazioni della Commissione Europea:

- *Comunicazione agli Stati Membri* che stabilisce gli orientamenti dell'iniziativa comunitaria EQUAL relativa alla cooperazione transnazionale per promuovere nuove pratiche di lotta alle discriminazioni e alle disuguaglianze di ogni tipo in relazione al mercato del lavoro (2000)

- *Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento Europeo, al Comitato economico e sociale Europeo e al Comitato delle Regioni* che definisce gli orientamenti per la seconda fase dell'iniziativa comunitaria EQUAL relativa alla cooperazione transnazionale per promuovere nuovi mezzi di lotta contro tutte le forme di discriminazione e di disparità connesse al mercato del lavoro (2003).

I.1.1. Settori tematici

Sebbene la seconda fase di Equal presenti alcuni elementi differenti rispetto alla prima, per quanto riguarda i settori tematici la Commissione ha deciso di mantenerli immutati. Al fine comune di sostenere le vittime delle principali forme di discriminazione (fondate sul sesso, sull'origine etnica, sulla religione o il credo, sulla disabilità, sull'età o sull'orientamento sessuale) e di disuguaglianza, i progetti presentati devono essere fatti rientrare in uno dei quattro grandi temi sotto elencati e rispondere ad una delle loro finalità:

- *Occupabilità*
 - a) Agevolare l'accesso al mercato del lavoro di coloro che incontrano difficoltà a integrarsi o a reintegrarsi in un mercato del lavoro che dev'essere aperto a tutti.
 - b) Lottare contro il razzismo e la xenofobia in rapporto al mercato del lavoro.
- *Imprenditorialità*
 - c) Aprire a tutti i processi di creazione di imprese, fornendo gli strumenti necessari per creare l'impresa e per identificare e sfruttare nuove possibilità d'occupazione nelle zone urbane e rurali.
 - d) Rafforzare l'economia sociale (terzo settore) e, in particolare i servizi d'interesse pubblico, concentrandosi sul miglioramento della qualità dei posti di lavoro.
- *Adattabilità*
 - e) Promuovere la formazione professionale permanente e le prassi integratrici, incoraggiando l'assunzione e il mantenimento del posto di lavoro di coloro che soffrono discriminazioni e disuguaglianze di trattamento nel mercato del lavoro.
 - f) Favorire la capacità di adattamento delle imprese e dei lavoratori ai cambiamenti economici e strutturali, nonché l'utilizzazione delle tecnologie dell'informazione e di altre nuove tecnologie.
- *Pari opportunità fra donne e uomini*
 - g) Conciliare la vita familiare con la vita professionale e favorire la reintegrazione degli uomini e delle donne che hanno lasciato il mercato del lavoro, sviluppando forme efficaci di organizzazione del lavoro e di servizi di assistenza alle persone.
 - h) Ridurre i divari e la segregazione professionale fondati sul sesso.¹

Disposizioni supplementari sono previste per un ulteriore tema, quello dei richiedenti asilo.

I.1.2 Il Partenariato

Senza dubbio l'iniziativa presenta degli elementi innovativi rispetto ad altre iniziative passate²: fra tutti spicca il ruolo del *partenariato*. Ad essere finanziati sono infatti i partnership strategiche definite *Partenariati di Sviluppo (PS)*, cioè più soggetti firmatari di un accordo di cooperazione per lo sviluppo congiunto di un progetto.

L'obiettivo del partenariato nell'ambito di Equal è descritto in modo dettagliato nelle comunicazioni della Commissione Europea del 2000 e del 2003 e consiste appunto nel "riunire attori che cooperano in modo da definire una strategia integrata per i problemi pluridimensionali della discriminazione, unendo i loro sforzi e le loro risorse nella ricerca di soluzioni innovatrici per problemi definiti congiuntamente e obiettivi comuni".³

Al fine di rispondere a questo obiettivo i partenariati riuniscono gruppi molto diversi, in modo da fondere le risorse e le capacità dei molteplici attori che operano all'interno della società. La seguente figura evidenzia appunto la diffusione dell'iniziativa tra vari tipi di partner, differenti dal punto di vista giuridico. E' da notare come agli occhi della Commissione risulti particolarmente soddisfacente il fatto che un partenariato di sviluppo su tre sia guidato da organizzazioni non governative.

Stato giuridico dei partner (dati prima fase)

	Statuto giuridico del partner responsabile del partenariato di sviluppo		Statuto giuridico di tutte le organizzazioni partner	
	N. di partenariati di sviluppo	%	N. di partner	%
Organizzazione privata non a scopo di lucro (ivi comprese ONG)	423	33	3,831	28
Organizzazione pubblica	422	33	4,395	32
Organizzazione privata	295	23	3,694	27
Organizzazione semipubblica	72	6	563	4
Parti sociali (sindacati, confederazioni)	40	3	880	6
Senza statuto giuridico	22	2	321	2
Cooperative	11	1	133	1
Totale	1,285	100 %	13,817	100 %

Fonte: Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento Europeo, al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni.

I PS possono essere sia geografici che settoriali.

Nel primo caso soggetti operanti in un determinato territorio si riuniscono al fine di rispondere ad un problema di discriminazione nel mercato del lavoro rilevato nel proprio territorio, e la gestione del progetto diviene di competenza delle Regioni o delle Province autonome. Nel secondo caso a riunirsi sono soggetti

operanti in un determinato settore economico o ambito tematico e lo fanno per risolvere un problema di discriminazione nel mercato del lavoro o relativo a gruppi specifici svantaggiati; la loro gestione è affidata al Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

1.1.3 Le azioni di Equal

Le attività realizzate dai PS si svolgono in un arco temporale che va dai 2 ai 3 anni e si articolano in 4 Azioni:

- Azione 1: instaurazione di partnership di sviluppo e di una cooperazione transnazionale.
- Azione 2: creazione di programmi di lavoro delle partnership di sviluppo.
- Azione 3: messa in rete tematica, diffusione di buone prassi e impatto sulla politica nazionale
- Azione 4: assistenza tecnica per sostenere le azioni 1, 2 e 3.⁴

Nell'azione 1 è previsto in modo specifico la disponibilità di tempo e risorse per il dialogo tra i partner; sulla base della fiducia e del dialogo si chiariscono gli obiettivi nonché i vari ruoli, le responsabilità e i metodi per stimolare la partecipazione dei vari partner. Alla fine dei 6 mesi previsti per questa fase la partnership deve presentare una strategia comune sotto forma di *Accordo di partnership di sviluppo*. Tale accordo deve contenere almeno un'analisi della situazione problematica da voler risolvere, un programma di lavoro particolareggiato accompagnato da un bilancio realistico, una chiara identificazione del ruolo di ciascun partner, le modalità di indirizzo e di gestione della partnership e di amministrazione dell'aiuto finanziario, un meccanismo di valutazione permanente nonché l'impegno preso dalla partnership di partecipare a tutte le azioni successive. E' inoltre prevista la consegna di un *Accordo di Cooperazione transnazionale*, sul quale ci soffermeremo in seguito.

Sulla base di questi prospetti la Commissione decide a quali partnership concedere i finanziamenti per procedere all'attuazione dei progetti. L'azione 2 si concretizza quindi nella realizzazione vera e propria di programmi di lavoro dei PS. Tale fase ha una durata che va dai 2 ai 3 anni e può su decisione della Commissione essere straordinariamente prorogata.

Nel corso dell'azione 3 ci si dedica invece alla condivisione dei risultati ottenuti tramite la messa in rete tematica delle informazioni e la creazione di reti strutturate intorno ad un tema specifico. La partecipazione a tale fase è obbligatoria per le partnership e rappresenta la sfida ultima di Equal: diffondere le buone prassi e garantire un contributo massimo alle politiche dell'occupazione e del mercato del lavoro a livello sia nazionale che europeo. Per favorire questo processo di integrazione e inserimento di nuove idee e impostazioni nelle politiche e nella prassi nazionali, Equal fornisce strutture e strumenti, ma in definitiva spetta a ciascun Partenariato di Sviluppo, a ciascuno Stato membro e alla Commissione europea fornire alternative efficaci, efficienti e pertinenti nella definizione di politiche occupazionali che si possano applicare su vasta scala in tutti gli Stati membri.

1.1.4 Punti di forza

Essendosi la prima fase di Equal quasi conclusa, ed essendo in corso di sviluppo la sua seconda fase, è possibile tirare alcune somme riguardanti i successi dell'iniziativa e soprattutto i punti di forza che hanno consentito di raggiungere tali successi.

Oltre all'introduzione dei partenariati di sviluppo cui si è accennato prima, un aspetto determinante per il buon fine delle iniziative e per la diffusione dei risultati ottenuti è rappresentato dalla cooperazione transnazionale. Il principio di transnazionalità obbliga ogni partnership ad identificare almeno un partner in un altro Stato membro avente interessi analoghi, in modo da potere negoziare obiettivi comuni, sviluppare un programma di lavoro congiunto ed identificare meccanismi di cooperazione. Secondo la Commissione precedenti iniziative comunitarie hanno nettamente messo in evidenza il valore aggiunto che la transnazionalità arreca ai progetti di coloro i quali affrontano simili tematiche e lavorano congiuntamente.

Accanto alla cooperazione a carattere transnazionale è prevista anche una cooperazione locale, per questo un altro punto di forza dell'iniziativa Equal è rappresentato dal pieno coinvolgimento nei progetti delle realtà sia regionali che locali. La loro partecipazione è necessaria sia per garantire una certa coerenza tra le attività previste e le esigenze del territorio di riferimento sia per pubblicizzare il progetto e rafforzare la probabilità di diffusione dei risultati ottenuti.

Corollario a queste due forme di cooperazione è il principio di buona governance (o partecipazione attiva), secondo il quale tutte le parti interessate al progetto devono parteciparvi attivamente. Ciò ha lo scopo di incrementare l'efficacia dell'attuazione delle politiche, stimolare tutti nella gestione del progetto e contribuire all'integrazione dei risultati dei progetti sia a livello locale e regionale che nazionale ed europeo.

Di fondamentale importanza per la buona riuscita dei progetti Equal sono i processi di integrazione, definiti anche di mainstreaming. Il fine ultimo di Equal è infatti individuare elementi innovativi per la risoluzione di problematiche reali e non potrebbe dirsi compiuta se i risultati ottenuti non fossero convalidati, formalizzati metodologicamente, diffusi e trasferiti. Il mainstreaming designa appunto tale fase di trasferimento e di appropriazione da parte di altri attori dei risultati, dei metodi e degli elementi chiave aggiornati da uno o più PS. Può essere orizzontale (trasferimento verso altri organismi simili) o verticale (trasferimento sul piano istituzionale, politico, amministrativo) ed è uno dei principi chiave di Equal.

Un altro dei punti di forza di Equal è l'innovazione. Alle partnership è richiesto un approccio innovativo nello sviluppo e nell'attuazione delle politiche, nella scoperta di nuove soluzioni operative, nell'integrazione e nel trasferimento delle metodologie apprese.

L'innovazione può essere sinonimo di novità nel contesto nazionale, oppure scaturire da un nuovo mix di elementi preesistenti, o ancora derivare dall'introduzione di modalità operative sostanzialmente inedite per l'attuazione di soluzioni già sperimentate.

Per questo essa può assumere forme e modalità diverse ed essere:

- *orientata al processo*, quando il partenariato si concentra sulla sperimentazione e sull'adozione di nuovi metodi, strumenti o approcci
- *orientata agli obiettivi*, quando il partenariato si prefigge nuovi obiettivi o mira a identificare nuovi profili formativi o promuovere nuovi spazi occupazionali, oppure
- *orientata al contesto*, quando il partenariato si propone di contribuire allo sviluppo di sistemi per il mercato del lavoro e all'adeguamento delle strutture istituzionali.

1.1 IL PROGETTO FADIESIS

Il progetto ha lo scopo di realizzare una fattoria didattica e sociale, mediante un'attività sperimentale e formativa della durata di 3 anni (durata dell'intero progetto), in cui siano impiegati disabili, con l'obiettivo di creare un modello d'impresa agricola autosufficiente e di sviluppare le competenze e le conoscenze dei soggetti impiegati in modo che possano in seguito far parte del mondo del lavoro, magari all'interno dell'azienda che effettivamente verrà a costituirsi nella stessa sede di quella sperimentale.

1.2.1 Descrizione del progetto

Il progetto Fadiesis rientra tra le 21 Partnership di Sviluppo geografiche approvate dalla Regione Veneto nell'ambito della seconda fase del programma Equal. L'azione 1 si è conclusa nel Maggio del 2005, mentre l'azione 2 che consiste nell'attuazione della sperimentazione ha avuto inizio a Luglio 2005 e terminerà ufficialmente a Giugno 2008.

La partnership si è costituita attraverso un accordo di cooperazione sottoscritto da tutti gli organismi interessati. Essi si sono riuniti per sfruttare le diversificate competenze ed esperienze nei settori della disabilità, dell'agricoltura, della ricerca, della logistica, del monitoraggio e della valutazione.

Il titolo stesso del progetto è l'acronimo di ciò che si spera con esso di conseguire, cioè un modello di **"Fattoria Didattica di Sviluppo e Inclusione Sociale per giovani disabili"**.

L'idea progettuale nasce da reali necessità emerse nell'ambito di attività di alcuni dei partner: al compimento della maggiore età i giovani disabili, che fino a quel momento sono stati inseriti in efficaci programmi riabilitativi e formativi, si trovano a mancare delle effettive proposte di inserimento nel mercato del lavoro. Alla luce delle reali difficoltà di collocamento che essi incontrano nell'accesso ad un mercato che dovrebbe essere aperto a tutti, Fadiesis avanza delle proposte da poter sperimentare ed eventualmente implementare anche in altri diversi contesti.

L'ambiente di riferimento è quello di una fattoria sperimentale, all'interno della quale i giovani disabili vengano inclusi nello svolgimento di tutte le attività tipiche di tale realtà. Lo scopo principale è quello di insegnare loro un mestiere, farli sentire parte integrante del processo produttivo e fornire loro il potenziale per essere in un futuro inclusi in una vera e propria realtà lavorativa. Si tenta qui di superare le difficoltà di inclusione delle persone svantaggiate mettendo in luce le loro effettive capacità.

I beneficiari del programma sono pertanto soggetti disabili sia maschi che femmine, scelti mediante un'attività di counselling orientativo, che permette di selezionare gli individui per i quali il progetto possa realmente rivelarsi efficace.

Età	Composizione
Maschi con meno di 25 anni	40%
Femmine con meno di 25 anni	40%
Maschi tra i 25 e 50 anni	10%
Femmine tra 25 e 50 anni	10%
Totale	100%

Il periodo che andrà fino a giugno 2008 sarà un vero e proprio percorso formativo per i giovani disabili inseriti nel progetto, nel corso dei tre anni dell'azione 2 essi verranno seguiti e saranno dotati delle capacità per poter andare avanti con le proprie gambe una volta ultimata la formazione. Il fine ultimo di Fadiesis è infatti non solo quello di formare dei lavoratori ma anche quello di poterli successivamente inserire a pieno titolo in una realtà agricola. E' per questo che al termine dei tre anni finanziati dal progetto Equal, i partners sperano di poter portare avanti questa realtà sperimentale facendola diventare una reale fattoria didattica, e un'azienda agricola sociale vera e propria, una realtà autosufficiente sia dal punto di vista economico che lavorativo che possa impiegare i disabili precedentemente formati. Ci si aspetta di poter far diventare i disabili dei veri e propri imprenditori agricoli, capaci non solo di eseguire lavori manuali ma anche di poter prendere delle decisioni strategiche all'interno di tale azienda agricola.

Tutto questo vuole, inoltre, poter essere replicabile anche in altri contesti: si vuole per questo creare una sorta di modello di fattoria didattica di inclusione sociale per giovani disabili, un modello psico-attitudinale, agrario ed economico da poter utilizzare sia nella fattoria di riferimento che in altre realtà.

L'idea progettuale è stata inizialmente condivisa dalla Casa di Carità Arti e Mestieri e dalla Associazione Conca D'Oro sulla base di reali necessità emergenti nel loro ambito di attività, successivamente sono stati interessati anche gli altri organismi.

Essendo una partnership geografica sarà la Regione Veneto a gestire e monitorare lo sviluppo del progetto; in quanto capofila la Casa di Carità e Mestieri fungerà da tramite nei confronti della Regione.

1.2.2 I partner

Il partenariato del progetto Fadiesis risulta essere così composto:

- *Casa di Carità Arti e Mestieri*: ente di formazione professionale d'ispirazione cattolica, la cui attività è mirata a rafforzare il rapporto con il territorio in cui opera, collabora, infatti, con enti pubblici e privati anche per la realizzazione di progetti proposti dal Ministero del Lavoro. E' presente in Italia con 18 Centri di Formazione per attività che coinvolgono tutti i settori e tutte le categorie di soggetti, giovani in obbligo scolastico e formativo, diplomati e/o laureati frequentanti corsi di formazione superiore o continua di riqualificazione, apprendisti, fasce deboli (disabili, extracomunitari, donne vittime di tratta o over 45). Casa di Carità è presente anche in Perù con un centro di formazione nel settore meccanico tessile. Le funzioni prevalenti sono: progettazione, erogazione, monitoraggio e valutazione. Oltre a realizzare queste attività in collaborazione con la Regione, ha partecipato in passato a numerose iniziative della Comunità Europea tra cui anche Equal I^a fase. E' un organismo privato che ricopre all'interno della *partnership* il ruolo di referente e di proponente del progetto, perchè vanta una certa esperienza nella gestione di piani impegnativi. I ruoli prevalenti che l'ente svolge nell'ambito della PS sono la gestione amministrativa e finanziaria, il coordinamento sia a livello nazionale che transnazionale, la funzione di raccolta e di elaborazione dei dati richiesti, e oltre a questi funge, anche, da tramite per le questioni amministrative e burocratiche con la Regione Veneto.
- *Associazione Conca D'oro onlus*: associazione che inizia il suo operato con attività di sensibilizzazione a vantaggio di soggetti disabili che non riescono a superare il problema della disoccupazione e dell'inclusione sociale.

Ha istituito anche collaborazioni con attori sanitari e sociali, avviando servizi di consulenza e riabilitazione che impiegano, attualmente, 4 psicologi, 3 esperti di psicomotricità ed un insegnante di educazione fisica specializzato. E' un organismo privato per il supporto delle persone svantaggiate che all'interno della PS svolge l'attività di coordinamento della fase di simulazione e sperimentazione⁵.

- *Fondazione Pirani - Cremona* è una fondazione storica bassanese che risponde alle esigenze e ai bisogni di giovani trascurati e senza una famiglia, offre loro una casa e un'educazione fino a che non siano in grado di provvedere a loro stessi, creando, per coloro che sono in difficoltà, dei "gruppi famiglia". Il ruolo di tale ente all'interno della *partnership* è coordinare le ricerche previste nel progetto (psicologica, agraria, economica) e predisporre due responsabili della formazione, uno con competenze psicopedagogiche e uno con competenze agrarie.
- *Istituto professionale di stato per l'agricoltura e l'ambiente "A. Parolini"*: è un organismo pubblico d'istruzione e formazione finalizzato al raggiungimento, alla fine del triennio, della qualifica di esperto nel settore agro-ambientale e agro-industriale, e alla fine di cinque anni di studio, del diploma agro-tecnico. Oltre a quest'attività di formazione, è impegnato nella tutela dell'ambiente e dei prodotti tipici legati al territorio in cui opera, compito svolto anche mediante l'organizzazione di convegni e manifestazioni di vario genere. Tale istituto si preoccupa di fornire alla PS un apporto tecnico – agronomico.
- *Ca' Foscari Formazione e Ricerca S.r.l.*: impresa privata che svolge un'attività di progettazione, realizzazione e gestione di programmi di consulenza e di ricerca per la formazione. Si avvale di docenti e ricercatori che vantano un'ampia preparazione e che permettono alla società di affrontare le varie problematiche con un buon grado di specializzazione in diversi settori. La sua attività principale nello sviluppo del progetto è sicuramente la raccolta e l'elaborazione dei dati, ai fini di una pianificazione economica utile per la proiezione futura della sostenibilità della fattoria.
- *Scuola Centrale Formazione (SCF)*: ente nazionale con personalità giuridica, nato allo scopo di coordinare a livello nazionale un gruppo di enti di formazione, concentra le proprie energie nella realizzazione di progetti formativi complessi con presenze nazionali ed estere. I gruppi coordinati da questo ente sono attualmente 35, distribuiti in 8 regioni d'Italia. L'ambito sui cui opera prevalentemente è l'orientamento e la formazione dedicati ai più giovani e l'inserimento nel mondo del lavoro di gruppi di persone svantaggiate, con particolare rilevanza attribuita ai portatori di handicap. All'interno del progetto, oltre ad affiancare gli altri *partners* nelle attività sopraelencate, si occupa di collaborare alle attività transnazionali e curare la responsabilità delle azioni di monitoraggio e valutazione .

La selezione degli operatori inseriti nella partnership si è basata sulla diversificazione delle esperienze e delle competenze nei vari settori che possono interessare il progetto, il profilo tecnico-professionale, scientifico e logistico. Ognuno dei soggetti coinvolti è specializzato in un ambito indispensabile alla realizzazione dell'idea progettuale, per esempio Casa di Carità Arti e Mestieri, Fondazione Pirani-Cremona e Associazione Conca D'oro onlus sono specializzati nella formazione, assistenza, riabilitazione

ed inclusione di disabili, l'Istituto Parolini si occupa della componente più tecnica e specifica dell'attività agricola, Ca' Foscari Formazione e Ricerca S.r.l. si concentra sull'analisi di dati in ambito economico, Scuola Centrale di Formazione adotta gli strumenti di monitoraggio e valutazione in itinere e finali.

E' da Casa di Carità Arti e Mestieri e da Associazione Conca D'oro onlus che l'idea progettuale ha avuto origine, giustificata da emergenti esigenze che si sono rivelate nel territorio e che hanno coinvolto il campo della disabilità, in seguito sono stati coinvolti gli altri partner ed ognuno di loro ha apportato la propria competenza al progetto in un contesto di complementarità e di cooperazione attiva.

Oltre ai partner del progetto, verranno naturalmente coinvolti in modo capillare tutta una serie di soggetti appartenenti al territorio di riferimento, tutto ciò nel rispetto del principio di cooperazione locale. Con tali soggetti verranno avviate diverse collaborazioni e consulenze che interesseranno tutta la durata delle attività. Saranno inoltre di fondamentale importanza per la diffusione delle informazioni e dei risultati raggiunti, tale entità viene denominata Rete Territoriale.

Essa comprenderà: Scuole del territorio, Comunità Montana del Brenta, Comune di Bassano del Grappa, ASL, singole aziende, Cooperative e associazioni che operano nell'area del disagio, Coldiretti di Vicenza.

1.2.3 Fasi del progetto

La realizzazione di Fadiesis si è concretizzata in due azioni. L'Azione 1, terminata il 29 Aprile 2005, era finalizzata alla definizione del progetto, alla candidatura alla Comunità Europea per ottenere il finanziamento dal FSE, alla costituzione del partenariato transnazionale, della rete territoriale e dell'Accordo di cooperazione fra partners nazionali, all'introduzione di modifiche, sulla base delle indicazioni riportate dalla Regione Veneto, tra le quali la principale è stata quella di allargare l'attività, inizialmente indirizzata ad una decina di disabili, a 50 soggetti, intervallando due gruppi da 25 disabili tra il 2006 e 2007. L'Azione 2 prevede l'effettiva realizzazione del progetto, che è stato approvato ufficialmente a Luglio 2005, per una durata complessiva di 36 mesi e che si concluderà, quindi, a Giugno del 2008.

Il programma di lavoro dell'idea progettuale Fadiesis si realizza in 5 Macrofasì, ognuna con una durata differente, di cui sono responsabili diversi *partner* che appartengono alla PS; sono tra loro collegate, ma non necessariamente si succedono temporalmente. La prima, Gestione, prevede tutte le azioni di coordinamento, amministrazioni, gestione di un sito appositamente creato dal Soggetto Referente, Casa di Carità Arti e Mestieri. La seconda è intitolata **Modello d'intervento**, il cui obiettivo è la realizzazione di tre diverse ricerche. Il primo studio ha lo scopo di elaborare un modello di fattorie didattiche di sviluppo ed inclusione sociale, tale che possa contribuire alla realizzazione dell'impresa agricola prevista alla fine del progetto, cioè al termine della sperimentazione, e che permetta anche un trasferimento dell'esperienza e delle competenze sviluppate in altri contesti. Il modello consiste nello stabilire la struttura organizzativa dell'azienda, la sua sostenibilità dal punto di vista economico e finanziario (che rappresenta anche un ottimo indicatore per stabilire il raggiungimento del risultato atteso) e l'individuazione di un programma di coltivazione, identificando quali prodotti siano più adatti al territorio e al tipo di attività. Tale risultato è ottenuto mediante un confronto con realtà già esistenti⁶ e con le Istituzioni in modo da poter stabilire un livello di sostenibilità economica, infine s'individua il livello di competenza a cui si mira al termine della sperimentazione. La seconda ricerca, intende delineare il profilo psicologico di persone disabili che

possono essere inserite in fattorie didattiche e sociali, e la modellizzazione di procedure da osservarsi nell'orientamento, formazione e inserimenti socio-lavorativi. La terza ricerca mette in luce un modello agrario che prevede il coinvolgimento di disabili e che mira alla multifunzionalità delle attività agricole.

La Macrofase tre è la **Sperimentazione**, di cui è Responsabile il partner Associazione Conca d'Oro onlus. Essa consiste nella determinazione di un percorso formativo finalizzato alla preparazione per le attività che, disabili sia fisici sia psichici di diversa gravità, dovranno svolgere all'interno della fattoria. Inizialmente il programma era destinato a 10 ragazzi tra i 18 e i 25 anni, in seguito ad una richiesta della Regione, è stato allargato a 50. La scelta degli individui che possono beneficiare del progetto avviene in base alla compatibilità tra gli handicap presenti e le mansioni che si devono svolgere.

Il percorso formativo è costituito da due cicli che durano otto mesi ciascuno, e che prevedono il coinvolgimento di due gruppi di circa 25 soggetti per ogni periodo. E' formulato in modo da poter rappresentare un modello educativo trasferibile, prevede anche la formazione e l'individuazione di responsabili che devono assistere i disabili nello svolgimento del loro lavoro. Parte di questa fase si sovrappone alla successiva poiché prevede anche un avvio delle attività di formazione all'interno della simulazione della fattoria didattica realizzata. Un indicatore utile ad individuare il livello di risultati raggiunti da questa fase è il grado di competenza sviluppato dai disabili, la loro capacità di realizzazione del prodotto e la loro soddisfazione.

La Macrofase 3, prevedendo **Simulazioni e Sperimentazioni**, è il momento in cui si concretizza il modello realizzato nella prima fase del progetto: comincia l'attività produttiva, lo sfruttamento delle strutture realizzate per l'azienda, l'organizzazione per l'attuazione dei percorsi didattici, la gestione della sosta agri-camper che vede come protagonisti i disabili in quanto in queste occasioni possono esibire le competenze acquisite. In base all'esito ottenuto in questa fase si può effettuare una prima valutazione del modello realizzato al primo stadio del progetto e se necessario modificarlo. L'analisi viene effettuata basandosi sul numero di soggetti che sono in grado di partecipare all'attività produttiva, sull'interesse suscitato dai visitatori che si recano nelle fattorie, sia legato all'attività svolta e ai prodotti realizzati sia alle capacità dimostrate dai disabili. Questa fase si concluderà a Giugno 2008, quando il progetto terminerà e verrà creata l'azienda agricola vera e propria.

Lo stadio conclusivo della sperimentazione è la fase di **Orientamento finale e Accompagnamento**, il cui scopo prioritario è monitorare l'attività che ha avuto inizio nella fase precedente, valutando le capacità e le competenze acquisite dai disabili nell'ambito della realizzazione del progetto, individuando coloro che sono già in grado di affrontare una realtà diversa, e che possono quindi essere inseriti nel mondo del lavoro. Tale valutazione viene effettuata alla luce della seconda ricerca presentata precedentemente, in cui sono evidenziate realtà lavorative simili, dove il disabile possa essere inserito mediante anche una breve azione formativa iniziale. Lo scopo, al termine di questa fase, è la realizzazione di un progetto professionale personalizzato, per ciascun disabile, che ne evidenzia le caratteristiche e le esigenze, precisando che i beneficiari finali prima di chiudere il periodo formativo in fattoria hanno già svolto uno stage.

La macrofase quattro è relativa alla transnazionalità e prevede la realizzazione di altri due subprogetti con altrettanti partner, uno francese e uno sloveno, sui servizi per l'inserimento lavorativo dei disabili, tale argomento è stato affrontato nel settore dell'agricoltura anche nel caso francese.

Il programma di lavoro del progetto si conclude con il **Monitoraggio, la Valutazione e il Mainstreaming**, in cui viene effettuata attività di valutazione, monitoraggio, seguiti dal partner Scuola Centrale di Formazione, il quale con appositi strumenti somministrati periodicamente e in un momento finale sarà "l'occhio esterno" vigile sul buon andamento progettuale. La parte invece dedicata al Mainstreaming curata ed coordinata dal

soggetto referente Casa di Carità Arti e Mestieri consiste in azioni di diffusione, pubblicità, organizzazione di eventi.

Al fine di realizzare il progetto sono stati istituiti quattro Gruppi di Lavoro formali:

- Il primo si occupa di portare avanti le ricerche, creando un modello psico-attitudinale (per la formazione e l'orientamento dei disabili), economico (per la sostenibilità del progetto), agrario (per la determinazione delle coltivazioni più adatte);
- Il secondo prevede la definizione di un modello finale che possa essere trasferito in altre circostanze, interagisce con la macrofase di sperimentazione, ma prevede degli accorgimenti da adottare subito;
- Il terzo svolge un'attività di monitoraggio;
- L'ultimo gestisce i rapporti transnazionali.

1.3. LA FATTORIA DIDATTICA DI SVILUPPO E INCLUSIONE SOCIALE NELL'AMBITO DELLA PRODUZIONE AGRICOLA

Si ricorda che il progetto Fadiesis in quanto tale non prevede la costituzione di una fattoria vera e propria, quanto di una fattoria sperimentale, una sorta di laboratorio di formazione per i giovani disabili. L'avviamento dell'azienda in quanto entità autonoma esula dal periodo di riferimento per il compimento del progetto Equal ma gli è funzionale, è la seconda fase di quanto i partner sperano di portare a termine, è il compimento del fine ultimo di poter inserire i disabili nel mondo del lavoro. Allo stesso modo il percorso formativo finanziato da Equal è il presupposto essenziale per l'inizio dell'attività d'impresa in quanto entità in grado di auto-sostenersi. E' importante tenere a mente come il modello di cui ci si occupa e la sua progettazione economica siano studi che rientrano nell'azione 2 di Equal ma la cui realizzazione concreta avverrà a partire dal 2008.

1.3.1 Tratti peculiari

La *fattoria didattica* è così definita dal Decreto Legge Regionale del Veneto n. 70/2003:

“Azienda agricola o agrituristica, definita ai sensi del decreto legislativo n. 228 del 18 maggio 2001,⁷ in grado di ospitare e svolgere attività didattiche e divulgative, prioritariamente a favore delle scuole di ogni ordine e grado e più in generale dei consumatori, allo scopo di:

- riscoprire il valore "culturale" dell'agricoltura e del mondo rurale, valorizzando il ruolo formativo e informativo dell'agricoltore;
- creare una rete di relazioni fra produttore e giovane consumatore finalizzata alla conoscenza della produzione agricola e ad uno stile di vita sano;
- consolidare i legami dei giovani con il proprio territorio.”

Il decreto regionale predispone inoltre diversi requisiti igienico-sanitari, strutturali, logistici, didattici, formativi e informativi ai quali tali fattorie devono aderire per poter essere considerate tali; il tutto è raccolto nella cosiddetta “Carta della qualità delle fattorie didattiche” .

In verità oltre che in una fattoria didattica la realtà di riferimento si potrà identificare anche in una *fattoria sociale*.

Le fattorie sociali si presentano come vere e proprie imprese agricole impegnate nel sociale, una sorta di connubio tra impresa agricola ed impresa sociale. Ospitando persone svantaggiate favoriscono l'apertura di un canale privilegiato di comunicazione con la realtà agricola per questa fascia di visitatori. Queste strutture hanno lo scopo specifico di creare condizioni favorevoli e reali d'inserimento sociale e lavorativo per persone svantaggiate, nella convinzione che il lavoro sia per ognuno un diritto e una libertà irrinunciabile e, comunque un modo di vivere con dignità il proprio tempo. Le fattorie rispondono quindi al bisogno di socializzazione, lavoro e affermazione individuale di persone handicappate o svantaggiate.

La fattoria in definitiva, sia didattica che sociale, si identifica in una vera e propria azienda agricola e come tale verrà trattata, se pur al suo interno verranno svolte anche funzioni didattiche e verranno incluse persone svantaggiate per lo svolgimento dell'attività di impresa.

Sarà utile, al fine di comprenderne meglio la struttura ed il funzionamento, fare una breve digressione inerente i tratti salienti delle aziende agricole.

1.3.2 Caratteristiche di un'azienda agricola

Per azienda agricola si intende l'unità tecnico-economica costituita da terreni, anche in appezzamenti non contigui, ed eventualmente da impianti ed attrezzature varie, in cui si attua la produzione agraria, forestale e zootecnica ad opera di un conduttore, cioè persona fisica, società od ente che ne sopporta il rischio sia da solo (conduttore coltivatore e conduttore con salariati e/o compartecipanti), sia in associazione ad un mezzadro o colono parziario.⁸

L'azienda agricola è quindi un'unità tecnico-economica e come tale appartenente all'ampia categoria delle aziende in cui si svolgono le attività economiche dell'uomo. L'azienda in generale, piccola o grande che sia, operante nel settore primario, secondario o terziario, presenta alcune caratteristiche comuni a qualsiasi entità rientrante in questa definizione:

- lo svolgimento dell'attività di produzione
- la presenza di un'organizzazione
- le relazioni di scambio con entità esterne
- la finalità imprenditoriale di produrre reddito

Emergono tuttavia una serie di specificità delle aziende agrarie rispetto a quelle operanti in altri settori.

Per quanto riguarda lo svolgimento delle attività di produzione, i fattori produttivi ad essa funzionali sono rappresentati da lavoro, capitale, terra e altri input quali piante e animali.

La specificità più rilevante deriva dal ruolo fondamentale assunto dalla *terra*, intesa anche come capitale fondiario. La sua importanza risiede sia nella scarsità in senso assoluto di tale fattore (che ne eleva quindi il valore economico), sia nel fatto che essa delimita e determina le dimensioni economiche dell'azienda, cioè la sua massima capacità produttiva.

Il possesso della terra è strettamente connesso al controllo delle attività agricole di produzione. Le forme

di accesso alla terra sono molteplici e attraverso queste si può arrivare ad una prima classificazione delle imprese, data dal titolo di possesso dei terreni: in affitto, di proprietà o entrambi⁹. L'81,8% delle imprese agricole detiene terreni solo di proprietà, con il 65,9% della superficie totale, mentre quelle con solo affitto costituiscono soltanto il 4,7% delle imprese e il 7,9% della superficie.¹⁰

Una seconda specificità deriva dal ruolo del lavoro manuale: i prestatori di manodopera e l'imprenditore sono i principali soggetti portatori di interessi economici e spesso tendono a coincidere. Si distinguono così le aziende a conduzione diretta del coltivatore da quelle a conduzione con salariati. Secondo dati dell'Istat aggiornati al 2002, 93 su 100 imprese agricole sono condotte direttamente dal coltivatore, coprono il 67,7% della superficie totale ed il 79,8% della superficie agricola utilizzata; tale forma di conduzione è molto più frequente nel Sud. Le imprese a conduzione con salariati invece, pur rappresentando soltanto il 6,8% del totale, coprono il 32,2% della superficie totale ed il 20,1% della superficie agricola utilizzata. Ciò significa che la componente salariata del lavoro assume un ruolo più significativo con l'aumentare delle dimensioni aziendali.

E' da notare che uno dei problemi più rilevanti in agricoltura risiede nel fatto che la maggior parte delle unità a conduzione familiare intrecciano attività riconducibili alla produzione per il mercato con attività riconducibili all'ottenimento di beni per il sostentamento della famiglia. Questo rende difficile l'identificazione di quelle che possono considerarsi vere e proprie aziende di produzione, la cui caratteristica principale dovrebbe risiedere nelle attività di scambio con soggetti esterni e nell'ottenimento di profitto.

Le due specificità fin qui descritte riguardano le due più importanti risorse di un'azienda agricola: la terra e il lavoro. La terra rientra in quella che si può definire la configurazione patrimoniale dell'azienda mentre il lavoro fa parte della sua configurazione personale.

Il capitale fondiario rappresenta sì la parte probabilmente più consistente del patrimonio aziendale ma non è l'unica. Importanti sono i miglioramenti fondiari, cioè le opere realizzate stabilmente sulla superficie aziendale per migliorarne la capacità produttiva: fabbricati, stalle, cantine, strade, impianti di irrigazione, ecc. Da includere sono anche i macchinari e le varie attrezzature utilizzate sia per le fasi di produzione che di trasformazione. Un'altra fondamentale componente, caratterizzata per la sua immaterialità, è rappresentata da brevetti, marchi commerciali o licenze d'uso per software gestionali. L'ultima, ma non meno importante, si individua nelle scorte di materie prime e di prodotti semilavorati o finiti.

Per quanto riguarda invece la configurazione personale, il lavoro rappresenta la risorsa fondamentale. Un'azienda si classifica non solo in base alla quantità di persone coinvolte nelle attività ma anche in base al loro grado di specializzazione, all'età, alla stabilità del rapporto di lavoro, ecc... Il lavoro deve essere necessariamente organizzato, con questo intendiamo che devono esserci adeguati criteri di assunzione, un iter formativo studiato, una divisione delle mansioni, un'assunzione di responsabilità, una struttura gerarchica, un'adeguato meccanismo di retribuzione e di incentivi. Il lavoro inoltre può essere più o meno specializzato, a seconda della quantità di prodotti coltivati e della stagionalità dei processi produttivi.

Configurazione patrimoniale e personale si intrecciano per far risultare ciò che è la vera e propria combinazione produttiva.¹¹ Questa rappresenta il nucleo dell'azienda agraria e le sue caratteristiche sono necessariamente connesse con le caratteristiche dei fattori produttivi presenti in azienda: la quantità di terra da coltivare, i tipi di coltivazione da attivare, il numero di lavoratori e le loro capacità e competenze sono tutti elementi che si intrecciano, vengono influenzati e allo stesso tempo influenzano i processi produttivi.

In generale un'altra grande specificità del settore primario risiede nel suo carattere biologico. Ricordiamo che in agricoltura, oltre al lavoro e al capitale, i fattori produttivi sono rappresentati da input biologici: la terra, le piante e gli animali.

La qualità dei terreni, la stagionalità delle coltivazioni, l'andamento climatico stagionale, la salute delle piante coltivate e degli animali allevati sono spesso fuori dalla portata del controllo umano e rappresentano per questo un fattore critico ed allo stesso tempo un vincolo per qualsiasi tipo di decisione.

Alla biologicità dei fattori consegue la biologicità dei processi produttivi, che è caratterizzata:

- dalla presenza costante di un input produttivo
- dallo svolgersi delle operazioni in una successione temporale non modificabile dall'uomo

La natura biologica dei processi è ciò che prima di tutto distingue le aziende di produzione agricola dalle aziende di produzione degli altri settori produttivi.

Alla biologicità dei processi consegue a sua volta la biologicità dei prodotti, intesi come output finali dei processi animali e vegetali. La natura biologica del prodotto associa ad esso un certo grado di rischio sia per quanto riguarda la qualità che la quantità.

L'operatore agricolo quindi, oltre ad essere esposto al rischio di mercato inevitabile per ogni realtà aziendale, è soggetto anche al cosiddetto rischio ambientale derivante dal carattere biologico dei fattori produttivi, dei processi produttivi e dei prodotti stessi. Mentre il tipico rischio d'impresa può essere fronteggiato attraverso un'attenta programmazione e diversificazione delle attività, il rischio ambientale può parzialmente essere contrastato per mezzo di un'attenta scelta di diversificazione spazio-temporale, cioè orientando le scelte verso produzioni che reagiscono diversamente alle avversità climatiche e che comunque si ottengono in momenti diversi dell'annata agraria.

Da tutte queste considerazioni consegue il fatto che la biologicità, oltre a differenziare in modo inequivocabile un'attività agricola da altri tipi di attività, la influenza in modo determinante nella sua capacità di fare impresa e di produrre reddito.

C'è poi da dire che comunque il doppio rischio a cui sottoposto l'imprenditore agricolo il più delle volte non è ripagato da una più elevata remunerazione del capitale investito, a causa soprattutto dello scarso valore aggiunto contenuto nelle produzioni agricole. Anche per questo motivo, al fine di alleviare l'onere del rischio che grava sull'imprenditore, il settore agricolo è spesso oggetto di interventi pubblici a suo favore.

Per quanto riguarda l'organizzazione aziendale, c'è da dire che il carattere biologico del settore ha su di essa una fortissima influenza. Le modalità organizzative devono infatti tener conto di tutta una serie di vincoli dettati proprio dalla natura biologica dei processi produttivi:

- la stagionalità e la sequenzialità delle coltivazioni, la sua varietà ed il breve periodo di esecuzione delle operazioni
- la dispersione spaziale delle operazioni, le quali avvengono soprattutto all'aperto (ad eccezione di molte operazioni legate all'allevamento)
- la dipendenza da condizioni climatico-sanitarie per la scelta del periodo ottimale di esecuzione delle operazioni e la quantità e qualità del prodotto finale.

E' evidente come tutto ciò influenzi sia l'organizzazione delle attività, sia l'organizzazione del lavoro. Per quanto riguarda quest'ultima in particolare, c'è da dire che il lavoro è un fattore di fondamentale importanza e le scelte ad esso relative, per quanto riguarda sia la sua composizione che la sua organizzazione, devono essere accurate.

In particolare una specificità del settore da considerare nell'organizzazione del lavoro è il livello di

specializzazione. In agricoltura la specializzazione tecnica, quella che scompone i processi in più operazioni elementari, è di scarsa rilevanza. Ciò contrasta con quanto invece avviene ad esempio per le produzioni manifatturiere, dove la rivoluzione industriale è stata di fondamentale importanza e la meccanizzazione ha rivestito un ruolo cruciale. In agricoltura il lavoro meccanico è di rilevanza marginale e si parla più che altro di specializzazione funzionale. Con questo termine si intende indicare il fatto che un lavoratore non svolge operazioni standardizzate tutte uguali ma operazioni diverse ma riferibili tutte ad un'unica funzione. Ciò influisce sulle capacità richieste al lavoratore (flessibilità, adattamento, riflessione...) ma allo stesso tempo è determinante dal punto di vista motivazionale. Svolgere operazioni diverse fino ad ottenere un prodotto finito è da un lato stimolante e dall'altro permette all'individuo di riconoscere il frutto del suo lavoro nel prodotto, identificandosi meglio e con più soddisfazione nel proprio lavoro.

Per quanto riguarda poi la gestione vera e propria dell'impresa, è possibile distinguere diverse tipologie di conduzione delle attività:

- gestione diretta, dove le unità aziendali sono condotte direttamente dal proprietario
 - con sola manodopera familiare
 - con manodopera familiare prevalente
 - con manodopera extrafamiliare prevalente
- gestione dell'affittuario, dove le unità aziendali sono date in affitto a soggetti estranei alla proprietà
- gestione associativa (con salariati e/o compartecipanti), dove le unità aziendali sono condotte in associazione con diversi soggetti

Per completezza si possono anche classificare le imprese agricole, come ogni altra forma di impresa, in base alla forma giuridica scelta:

- azienda individuale
- affittanza collettiva
- società di persone
- società di capitali
- società cooperativa
- cooperativa sociale
- associazione di produttori
- altra associazione riconosciuta e non
- ente pubblico
- altra forma giuridica profit
- altra forma giuridica no-profit

I.4 IL SOGGETTO PROTAGONISTA DEL PROGETTO

Premesse

Come precedentemente illustrato, il progetto qui analizzato prevede la creazione, dopo Giugno 2008, di un'azienda agricola che impieghi persone disabili, alle quali affidare mansioni operative e gestionali. L'obiettivo del programma, peraltro, prevederebbe lo sviluppo di un modello economico autosufficiente che possa essere replicato in contesti analoghi.

In questa sezione verranno illustrate le principali caratteristiche dell'impresa agricola che verrà a costituirsi nel 2008, al termine del progetto Fadiesis, pur tenendo presente che inevitabilmente molti aspetti sono attualmente ancora in fase di determinazione in quanto verranno definiti sulla base dei risultati della sperimentazione, man mano che il progetto verrà completato.

I.4.1 Forma giuridica

In via preliminare appare opportuno analizzare brevemente le principali forme giuridica che l'impresa agricola oggetto del progetto potrebbe assumere.

Nella scelta della forma giuridica del progetto appare opportuno valutare attentamente i seguenti fattori:

- l'attività svolta: attività agricola;
- l'assenza di scopo di lucro;
- la centralità della figura dei lavoratori agricoli disabili;
- la replicabilità dell'iniziativa.

Le principali categorie di aziende no profit che possono essere costituite sono le seguenti:

- Associazioni non riconosciute
- Associazioni riconosciute
- Fondazioni
- Comitati
- Organizzazioni di volontariato
- Associazioni di promozione sociale
- Cooperativa sociale

Appare opportuno riportare di seguito le principali caratteristiche di ciascuna tipologia organizzativa sopra riportata.

Le associazioni non riconosciute

La grandissima maggioranza delle associazioni oggi esistenti è costituita nella forma di Associazione non riconosciuta, prevista e disciplinata negli artt. 36 e seguenti del Codice Civile.

Le Associazioni in parola vengono definite "non riconosciute" in quanto sono prive di personalità giuridica.

Sebbene la legge consenta di dare vita ad un'Associazione non riconosciuta anche per mezzo di un semplice accordo verbale, la pratica invalsa, ed intuibili ragioni di funzionalità, fanno sì che l'Associazione non riconosciuta si costituisca, di regola, a mezzo di un atto scritto (contratto di associazione), basato su due principali componenti:

- l'atto costitutivo, che dà vita all'associazione identificandone e fissandone gli elementi di avvio e di riferimento;
- lo statuto, destinato a regolare il funzionamento a regime dell'associazione.

Il contratto associativo non richiede forme particolari. È sufficiente una scrittura privata semplice, senza la

necessità di ricorrere all'intervento di un notaio; non occorre che essa contenga specifici elementi, se non quelli richiesti dalla normativa fiscale.

Le caratteristiche strutturali di un'Associazione non riconosciuta possono essere così elencate:

- a) una forma di aggregazione aperta all'incremento od al ricambio degli associati (cosiddetta "struttura aperta"). Gli associati, teoricamente, potrebbero avere diritti ed oneri diversi tra loro (ad esempio, in relazione all'entità dei contributi da versare, ai diritti di voto, ecc.); ma è preferibile che si stabilisca tra loro parità di diritti e doveri. Si consideri oltretutto che detta parità, in linea generale o specifica, è un requisito richiesto per godere di determinate agevolazioni fiscali;
- b) autonomia patrimoniale - sia pure limitata - rispetto alle sfere patrimoniali dei singoli associati e ad eventuali creditori personali dei medesimi, che si sostanzia nel concetto di "fondo comune";
- c) attività finanziata primariamente con i contributi degli associati, ma anche con donazioni od erogazioni di terzi; oppure, ancora, con (limitate) attività di natura commerciale;
- d) delega della gestione associativa ad una o più persone fisiche, generalmente elette dall'assemblea degli associati per limitati periodi di tempo, oppure designate in sede di costituzione;
- e) estinzione per:
 - scadenza del termine di durata eventualmente fissato dallo statuto;
 - deliberazione dell'assemblea degli associati (ove esistente);
 - il venir meno di tutti gli associati;
- f) in ogni caso, gli eventuali residui attivi della liquidazione non potranno essere ripartiti tra gli associati superstiti, ma dovranno essere devoluti (a fini non lucrativi) per gli scopi eventualmente previsti dallo statuto; oppure - in mancanza dei medesimi - a quelli determinati dalla pubblica autorità.

Le associazioni riconosciute

Le Associazioni Riconosciute, previste e disciplinate dagli artt. 14-24 del Codice Civile, devono:

- costituirsi con atto pubblico;
- chiedere ed ottenere il riconoscimento della personalità giuridica;
- risultare di conseguenza iscritte negli appositi registri previsti dalla legge.

Il riconoscimento della personalità giuridica, come principale conseguenza, assicura il beneficio della limitazione della responsabilità al patrimonio associativo.

La possibilità di acquisto di beni immobili da parte delle Associazioni Riconosciute è ulteriore e diretta conseguenza delle modalità di costituzione e dell'acquisizione della personalità giuridica.

Le fondazioni

Per le Fondazioni, disciplinate dagli articoli dal 14 al 35 del Codice Civile, valgono le medesime regole di riconoscimento esaminate per le Associazioni Riconosciute. Esse si costituiscono per atto pubblico o per disposizione testamentaria.

La particolare struttura di questi enti non rende infatti necessaria l'esistenza o la permanenza, al loro interno, del soggetto o dei soggetti "fondatori".

La struttura giuridica della Fondazione non prevede la figura del socio (od associato, od altre figure assimilabili).

Il metodo ordinario con cui si costituisce una Fondazione è quello del lascito, da parte di uno o più fondatori, di un patrimonio vincolato al perseguimento di determinati scopi non lucrativi, che saranno non tanto mutualistici, quanto piuttosto di matrice sociale, culturale, solidaristica.

I comitati

Il Codice Civile non descrive in dettaglio la nozione di Comitato.

Il Comitato può essere definito come un ente, generalmente senza personalità giuridica, costituito da un ristretto numero di persone che si propongono la raccolta di fondi necessari a realizzare una determinata iniziativa.

I principali elementi qualificanti del Comitato possono essere così identificati:

- a) struttura chiusa del rapporto. Il Comitato si propone il raggiungimento del proprio scopo contando sull'opera di coloro che vi hanno dato vita, i cosiddetti "promotori", i quali commisureranno le possibilità di successo del Comitato ai fondi che saranno stati in grado di raccogliere;
- b) scopo: deve essere non "interno" (ovvero "mutualistico", a vantaggio dei membri dell'organizzazione), ma con preminente rilevanza "esterna";
- c) durata: di regola i Comitati nascono per il varo di una iniziativa e si estinguono una volta realizzata la medesima, o preso atto dell'impossibilità di realizzarla;
- d) patrimonio: si costituisce non già attraverso apporti monetari dei fondatori e membri del Comitato (i quali, peraltro, potrebbero limitare il loro apporto all'opera prestata), ma attraverso i contributi di soggetti esterni all'ente (sottoscrittori), che ritengono di sostenerne il programma;
- e) disciplina della responsabilità: rispondono personalmente e solidalmente tutti i membri del Comitato.

Le organizzazioni di volontariato e le A.p.s.

Molte volte, nell'esperienza pratica, capita di sentir parlare di "Associazioni di Volontariato" o di "Associazioni di Promozione Sociale", queste ultime in breve spesso denominate APS.

Si tratta di organizzazioni, non diverse dagli enti previsti dalla legge civile e descritti in precedenza, che si caratterizzano per gli scopi sociali e solidaristici perseguiti.

La rilevanza sociale delle attività svolte da questi organismi ne ha comportato il riconoscimento e la regolamentazione nella Legge quadro sulle organizzazioni di volontariato e in quella che disciplina le associazioni di promozione sociale, concedendo (in presenza di determinati requisiti) specifici benefici.

Le organizzazioni di volontariato

La "legge-quadro" sul volontariato, la n. 266 dell'11 agosto 1991, riconosce "il valore sociale e la funzione dell'attività di volontariato", intendendo come tale "quella prestata in modo personale, spontaneo e gratuito, tramite l'organizzazione di cui il volontario fa parte, senza fini di lucro anche indiretto ed esclusivamente per fini di solidarietà".

Requisiti minimi.

Nell'atto costitutivo o nello statuto devono essere espressamente previsti:

- l'assenza di fini di lucro;
- la democraticità della struttura;
- l'elettività e la gratuità delle cariche associative;
- la gratuità delle prestazioni fornite dagli aderenti;
- i criteri di ammissione e di esclusione degli aderenti, nonché i loro obblighi e diritti;
- l'obbligo di formazione del bilancio, dal quale devono risultare i beni, i contributi o i lasciti ricevuti, nonché le modalità di approvazione dello stesso da parte dell'assemblea degli aderenti.

L'organizzazione di volontariato deve finanziare la propria attività:

- con contributi degli aderenti o di privati;
- con contributi dello Stato, di enti pubblici od organismi internazionali;
- con donazioni e lasciti testamentari;
- con rimborsi derivanti da convenzioni;
- con entrate derivanti da attività commerciali e produttive marginali.

Le organizzazioni di volontariato, per accedere ai contributi pubblici e per godere delle agevolazioni fiscali, dovranno iscriversi nel registro del volontariato della Regione o Provincia nel cui territorio hanno la sede amministrativa e/o operativa.

Le associazioni di promozione sociale - A.p.s.

La legge 7 dicembre 2000 n. 383, che disciplina le associazioni di promozione sociale, considera tali quelle “costituite al fine di svolgere attività di utilità sociale a favore di associati o di terzi senza finalità di lucro e nel pieno rispetto della libertà e dignità degli associati”.

Si costituiscono con atto scritto, il quale deve contenere specifici elementi quali: la denominazione, l’oggetto sociale, l’assenza di fine lucrativo, la rappresentanza legale, l’obbligo di reinvestimento degli eventuali avanzi, la democraticità della struttura, ecc.;

Si sostengono con:

- contributi degli aderenti o di privati
- contributi dello Stato, di enti pubblici od organismi internazionali
- donazioni e lasciti testamentari
- rimborsi derivanti da convenzioni
- proventi delle cessioni di beni e prestazioni di servizi agli associati ed a terzi (anche attraverso lo svolgimento di attività economiche di natura commerciale, artigianale o agricola, svolte in maniera ausiliaria e sussidiaria, e comunque finalizzate al raggiungimento degli obiettivi istituzionali)
- iniziative promozionali finalizzate al finanziamento dell’attività istituzionale.

Si sottolinea che non possono essere considerate APS le organizzazioni sindacali, i partiti politici, ed in genere tutte quelle associazioni che pongono limitazioni discriminanti all’ingresso di nuovi soci. Sono inoltre escluse le organizzazioni di volontariato iscritte nel relativo registro regionale.

Le A.P.S. “a carattere nazionale” (che svolgono, cioè, attività in almeno cinque regioni e 20 province del territorio nazionale) devono iscriversi in uno specifico registro nazionale istituito presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per gli Affari Sociali.

Le A.P.S., a carattere regionale o provinciale, devono iscriversi nei registri istituiti dalle Regioni e dalle Province autonome.

Contro i provvedimenti di rifiuto di iscrizione e contro i provvedimenti di cancellazione nei registri è ammesso ricorso in via amministrativa.

Le cooperative sociali

Le cooperative sono società a capitale variabile con scopo mutualistico. Sono cooperative a mutualità prevalente in ragione del tipo di scambio mutualistico quelle che:

- svolgono la loro attività prevalentemente in favore dei soci consumatori o utenti di beni o servizi;
- si avvalgono prevalentemente nello svolgimento della loro attività delle prestazioni lavorative di soci
- si avvalgono prevalentemente nello svolgimento della loro attività degli apporti di beni e servizi da parte dei soci.

Il codice civile definisce i criteri che individuano quanto le condizioni di mutualità sopra indicate sono prevalenti.

In ogni caso le cooperative a mutualità prevalente devono prevedere nei loro statuti:

- il divieto di distribuire dividendi in misura superiore all’interesse massimo dei buoni postali fruttiferi aumentato di due punti e mezzo rispetto al capitale effettivamente versato;
- il divieto di remunerare gli strumenti finanziari offerti in sottoscrizione ai soci cooperatori in misura superiore a due punti rispetto al limite massimo previsto per i dividendi;

- il divieto di distribuzione di riserve tra i soci compratori;
- l'obbligo di devoluzione, in caso di scioglimento della società, dell'intero patrimonio sociale dedotto soltanto il capitale ed i dividendi eventualmente maturati ai fondi mutualistici per la promozione e lo sviluppo della cooperazione.

All'interno della categoria delle cooperative, le cooperative sociali sono previste e regolate dalla legge 8 novembre 1991, n. 381, la quale prevede l'iscrizione nell'apposito registro prefettizio o nei registri provinciali.

Conclusioni: scelta della forma giuridica

L'analisi sviluppata ha l'obiettivo di evidenziare le principali caratteristiche di ciascuna forma giuridica.

Va precisato che non appare in questa sede possibile individuare la forma giuridica preferibile per la fattoria didattica, in quanto tale scelta dipende da molteplici fattori tra cui:

- fattori politici e opportunità;
- fattori sociali;
- rapporti tra i partner del progetto;
- attività svolta e implicazioni fiscali;
- inquadramento dei disabili.

I.4.2 Oggetto sociale

L'impresa agricola si può definire come *un'unità tecnico-economica di tipo rurale, inserita in specifici contesti istituzionali, gestita da persona fisica o giuridica e organizzata con lo scopo di conseguire un significativo livello di produzione e scambio di beni e servizi, nella quale si esercita un'attività diretta alla coltivazione del fondo, alla silvicoltura, all'allevamento del bestiame ed eventualmente anche ad attività connesse, cioè dirette alla trasformazione e/o all'alienazione dei prodotti ottenuti nonché alla tutela e alla difesa dell'ambiente e del suolo*¹². In base a questa dettagliata definizione delle attività svolte, è immediata la differenziazione con la semplice impresa rurale alla quale è collegato qualsiasi processo produttivo che avviene nelle campagne. L'impresa agricola è un sistema complesso che racchiude al suo interno una pluralità di fattori produttivi, coordinati tra loro in un'organizzazione mediante la quale creare nuove risorse. E' un'unione di diversi elementi che concorrono alla realizzazione di beni in modo efficace ed efficiente, a cui si possono attribuire diverse caratteristiche: è un sistema aperto, in continua evoluzione e trasformazione per adattarsi alle variazioni dell'ambiente mediante lo scambio continuo d'informazioni con l'esterno; è scomponibile in sottosistemi interdipendenti che permettono di specializzare le competenze e quindi di ottenere migliori risultati, si possono manifestare conflitti nella determinazione degli obiettivi, ma al momento del loro raggiungimento, dato che si persegue un interesse comune, la cooperazione è garantita.

L'attività principale svolta dall'impresa, come è già stato detto più volte, riguarda il settore dell'agricoltura e più nello specifico la coltivazione di prodotti orticoli e l'allevamento avicunicolo¹³, in particolar modo una parte del fondo è riservata a conigli e polli, che vengono acquistati, nutriti e una volta cresciuti venduti. Relativamente alle colture, si è programmato di dividere la Superficie Agricola Utilizzata tra colture primaverili: asparago bianco, lattuga, pisello, cipolla rossa di Bassano, cavolo cappuccio precoce, zucchini, patata; colture estive: fagiolo da granella secca, e colture autunnali: fagiolino mangiatutto e broccolo di Bassano;

produzioni protette sotto tunnel: pomodoro, cetriolo, zucchino e di piante aromatiche (salvia, rosmarino, timo ecc.). Inoltre, si programma la produzione di olio d'oliva extravergine, da una coltivazione di circa 200 piante di olive, a fianco a queste coltivazioni si prende in considerazione la produzione potenziale di mais di Marano, dal quale si può ricavare la relativa farina, prodotto di nicchia tipico della zona. Accanto a questa attività definita cardine in un'impresa agricola, i soggetti saranno impiegati nell'organizzazione di percorsi didattici per le scuole: in questo modo sono gli stessi disabili a coinvolgere direttamente gli studenti, affidando loro per esempio, una piccola porzione di terreno dove possano mettere in pratica ciò che hanno visto durante la visita. Infine, sono state realizzate aree attrezzate per pic-nic ed altre forme d'intrattenimento, finalizzate ad incentivare i consumatori ad entrare in contatto con questa realtà, relazionandosi con i portatori di handicap e magari acquistando qualche prodotto, (nella fase sperimentale oltre a tutte queste attività, saranno organizzate lezioni in laboratorio per far entrare in contatto i lavoratori con i prodotti della terra). Per i primi tre anni di sperimentazione i frutti delle coltivazioni e dell'allevamento saranno destinati all'auto-consumo e a donazioni, molto probabilmente, a coloro che hanno contribuito alla realizzazione degli edifici adibiti al progetto, mentre negli anni successivi i prodotti saranno venduti e il ricavato contribuirà al finanziamento dell'attività.

1.4.3 Ubicazione

L'attività dell'impresa agricola esaminata, come accennato, ha sede nel comune di Bassano del Grappa, in provincia di Vicenza, zona collinare del Veneto, caratteristica per la produzione dell'asparago bianco, della cipolla rossa e per il broccolo, tutti prodotti ai quali è stata riconosciuta una denominazioni di prodotto tipico. La costituzione di un'azienda agricola in questa zona è quindi agevolata proprio da questo aspetto e dal terreno favorevole a determinate colture. L'area messa a disposizione per la realizzazione del progetto, comprensiva di terreni per un totale di 7 Ha e di un edificio rurale, è di proprietà di uno dei *partner*: "Fondazione Pirani - Cremona", la quale è stata ceduta al partner Associazione Conca d'Oro onlus a titolo di comodato gratuito.



Dall'immagine riportata è possibile osservare parte della superficie utilizzata per l'attività agricola, è inoltre, possibile intravedere la serra destinata ai prodotti a coltivazione protetta, che è attualmente in fase di allestimento.

Sul terreno è stato restaurato un edificio rurale già esistente, grazie a donazioni da parte di privati, finanziamenti della Regione e bancari, e soprattutto alla collaborazione dei volontari che attivamente hanno contribuito alla realizzazione di un fabbricato tanto imponente quanto ben strutturato.

La costruzione comprende al piano terra 9 sale (tra le quali palestra, sala riunioni, zona ricreativa, laboratori per simulazioni, segreteria), ed al piano superiore le stanze destinate ad ospitare i disabili in formula di residenzialità, che sono quattro da tre posti letto, due più piccole per i soggiorni brevi, ed un appartamento per gli operatori che a turno prestano servizio. Ovviamente ogni locale è attrezzato per ospitare persone affette da handicap fisici, sono, quindi, state eliminate tutte le forme di barriere architettoniche, grazie alla realizzazione di sanitari adeguati e alla costruzione di un ascensore.



I.4.4 Destinatari

I destinatari dell'impresa sono giovani disabili. A partire da quanti parteciperanno al progetto Fadiesis e dai risultati che nel corso di questa fase si riusciranno ad ottenere verrà selezionato un numero compreso fra gli 8 e i 12 disabili.

Nella fattoria sperimentale era inizialmente previsto l'inserimento di una decina di disabili, ora, su richiesta della Regione in formato Outdoor/laboratori, questo numero si è almeno quintuplicato.

La formazione partirà a Marzo 2006 e nel corso dei successivi due anni coinvolgerà un totale di 50 ragazzi come segue:

- un gruppo da 25 ragazzi da Marzo 2006 a Ottobre 2006
- un gruppo da 25 ragazzi da Marzo 2007 a Ottobre 2007.

E' previsto l'inserimento di disabili mentali per l'80%, psichici per il restante 20%, la cui composizione in base al sesso e all'età è la seguente:

Composizione sesso-età dei disabili da inserire in Fadiesis

Composizione: età – sesso	Percentuale sul totale
Maschi < 25 anni	40%
Femmine < 25 anni	40%
Maschi 25-50 anni	10%
Femmine 25-50 anni	10%

I partecipanti al progetto Fadiesis verranno a sua volta scelti sulla base di quanto emerso dagli studi psico-attitudinali. Ciò significa che i disabili da inserire nella fattoria sperimentale verranno scelti in base alle capacità psico-fisiche richieste per lo svolgimento di ogni singola attività agricola e ciò emergerà dal confronto fra tecnici esperti nel settore e figure di sostegno con competenze psico-pedagogiche.

Vista la localizzazione della fattoria il progetto, pur essendo estendibile anche alle confinanti province di Treviso, Padova e Trento, si rivolge principalmente alla popolazione residente nel territorio dell'A.S.L. n. 3 di Bassano del Grappa e Asiago. Tale zona include 28 comuni ed una popolazione di 130000 abitanti, tra cui circa 1220 disabili. I soggetti che tra questi sono in qualche modo seguiti sono attualmente così inseriti nel territorio: 401 in scuole, 163 in centri diurni, 89 in residenzialità, 311 in contesti lavorativi. La distribuzione patologica è la seguente: 109 con patologia psichiatrica, 16 disabili sensoriali, 720 disabili mentali, 346 con disagi. Sono infine 223 i soggetti compresi tra i 15 ed i 25 anni seguiti dall'ASL di riferimento: i principali destinatari del progetto.

Nella fase di sperimentazione progettuale è previsto il coinvolgimento e la formazione dei disabili con turni diurni di 4 ore al giorno (8.30-12.30). Nella fase di pieno regime della fattoria, dopo giugno 2008 i disabili lavoreranno in turni di 8 ore ed è probabile che a tutti o solo ad una parte di loro venga offerta la possibilità di dimorare 24h/24h in azienda. Questa sarà per tale motivo dotata di adeguate strutture ospitanti. E' probabile che vengono così a definirsi due macro-categorie di addetti-disabili: disabili diurni (impiegati in turni di 8 ore) e disabili notturni (impiegati in turni di 8 ore più pernottamento).

1.4.5 Altri attori

In azienda saranno inoltre presenti anche le seguenti figure:

- Figure dirigenziali: rappresentano il nucleo amministrativo e gestionale dell'azienda. L'idea iniziale era di far parzialmente coincidere tali figure con i disabili impiegati nelle operazioni puramente manuali. Si vorrebbe infatti nel corso della formazione dotare i giovani di capacità non solo operative ma anche decisionali. Questo naturalmente non è definitivo e dipende soprattutto dagli esiti della fase di sperimentazione.
- Responsabili tecnici: sono coloro che dotati di adeguate competenze nel settore agricolo saranno in grado di affiancare costantemente i disabili per tutto ciò che riguarda tale ambito. Nel corso del periodo formativo li instruiranno per quanto riguarda le attività produttive e gli insegneranno a fungere da guida durante le visite guidate che saranno organizzate nella fattoria didattica.
- Figure di sostegno: sono le figure preposte all'assistenza dei disabili, sia diurna sia eventualmente

notturna. Se necessario dovranno anche dimorare nelle strutture apposite ed essere naturalmente dotate di adeguate qualifiche professionali psico-pedagogiche.

Non è attualmente disponibile il numero di figure di ogni tipo che verranno impiegate nell'impresa, anche se alcune ipotesi più specifiche verranno necessariamente fatte in corso di trattazione (vedi capitolo 5 a riguardo). Il tutto dipenderà comunque, come tante altre cose, dai risultati in fase di sperimentazione ed è uno dei punti che il modello deve tenere d'occhio ed aggiornare in corso di attuazione dell'azione 2. Possiamo per ora descrivere le dotazioni di personale con le quali il progetto inizierà la sua fase di formazione. Sulle basi di tali dotazioni iniziali verranno valutate le reali necessità di personale in fase di avvio dell'attività d'impresa.

E' previsto che siano due le figure da affiancare ad ogni gruppo di 25 ragazzi: un tutor tecnico con competenze agrarie ed un tutor con competenze psicologiche e didattiche. A capo di questi tutor vi saranno due responsabili generali a cui essi dovranno rendere conto: un responsabile tecnico generale ed un responsabile psico-pedagogico generale. Il responsabile tecnico generale è una figura molto importante in quanto sarà lui che in base alle competenze dei ragazzi ne valuterà la produttività e programmerà il lavoro settimanalmente.

Accanto i tutor verranno affiancati sia da collaboratori tecnici esterni, qualora sia necessario il loro intervento in lezioni specifiche, sia da un'equipe di psicologi da consultare in caso di bisogno. Una segretaria che sbrigherà le pratiche burocratiche e amministrative.

In questa fase tutte queste figure verranno assunte con contratti a progetto, ad eccezione di un'addetta alle pulizie, per il quale è prevista l'assunzione part-time a tempo determinato. Tali forme di assunzione muteranno naturalmente al termine del progetto finanziato da Equal.

SECONDA PARTE

IDENTIFICAZIONE DEL PROPRIO MERCATO DI RIFERIMENTO

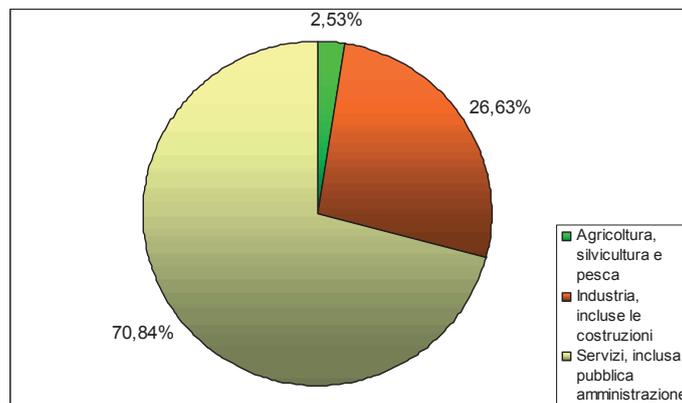
2.1 IL SETTORE AGRICOLO NAZIONALE

2.1.1 Il settore primario

Il contributo dell'agricoltura all'economia nazionale è diminuito del 2,5%, avvicinandosi sempre di più agli standard europei e manifestando una notevole differenziazione a livello territoriale: è pari al 2,2% sul valore aggiunto a prezzi di base¹⁴ al Centro Nord, e al 4,2% al Sud. E' rilevante, inoltre, come nell'arco di tempo che intercorre tra il 1993 e il 2003, l'apporto del VA¹⁵ in termini reali riferito al settore primario sia diminuito dello 0,5%, nonostante abbia evidenziato un aumento in termini assoluti dell'1,2%, sintetizzato da una diminuzione del 5,7% delle quantità e da un incremento del 7,3% dei prezzi.

Come è evidente dal grafico sottostante, il contributo del valore aggiunto dell'agricoltura al totale nazionale è pari al 2,53%, ed è di gran lunga inferiore rispetto agli altri settori: l'industria e le costruzioni pari al 26,63%, i servizi e la pubblica amministrazione che contribuiscono addirittura per il 70,84% al valore aggiunto nazionale; l'Italia, comunque, registra un'incidenza percentuale del valore aggiunto del settore primario sul totale dell'economia maggiore rispetto alla media dei paesi europei pari a circa 1,6%, superando tra gli altri anche la Francia, la Germania e l'Olanda¹⁶.

Valore Aggiunto a prezzi di base per settore, 2003¹⁷



Nel 2003, secondo rilevazioni ISTAT, si è manifestato un rallentamento del tasso di occupazione, relativamente al settore agricolo, si è registrata una diminuzione pari al 3,7%. Sia a livello nazionale che europeo il peso che assumono gli occupati in quest'attività è in forte diminuzione, ed ha una concentrazione pari al 49% nel Mezzogiorno a differenza del 37% al Nord e del 14% al Centro. L'analisi dei soggetti attivi in quest'ambito individua una netta maggioranza di maschi (69,3%).

Il 1990 ha segnato l'inizio di un periodo nel quale il sistema produttivo ha vissuto una fase di trasformazione in

cui il fattore lavoro è stato man mano sostituito da investimenti in macchinari, attrezzature ed impianti. Questo processo ha portato ad una diffusione delle innovazioni e ad un miglioramento nell'attività organizzativa, di gestione e produzione delle imprese agricole. Negli ultimi anni si è registrata una diminuzione del 2% del VA per unità di lavoro, associato ad un rallentamento del tasso di crescita della produzione, causato probabilmente da una frenata nel miglioramento dell'efficienza.

2.1.2 La redditività

Uno dei mezzi più adeguati a misurare la redditività del settore primario è la RICA: Rete d'Informazione Contabile Agricola. E' uno strumento informativo mirato alla conoscenza della situazione economica delle principali aziende agricole europee. I dati così raccolti riguardano attualmente 81.000 aziende di cui 18.000 sono italiane, e si possono classificare per tipologia produttiva e dimensione economica, mediante l'utilizzo di due parametri: OTE e UDE.

Si parla di OTE, ovvero Orientamento Tecnico Economico, per classificare le aziende agricole sulla base del peso attribuito alle varie attività produttive e alla loro combinazione, mentre ci si riferisce all'UDE, Unità di Dimensione Europea, per identificarle da un punto di vista economico, utilizzandola come unità di misura per il reddito lordo standard dell'impresa. Quest'ultima grandezza rappresenta la differenza tra la produzione vendibile e l'importo di alcuni costi specifici esclusi quelli per l'impiego di manodopera e macchine.

Risultati aziendali medi per circoscrizione, 2002¹⁸

Circoscrizione	Nord	Centro	Sud e isole
Numero Aziende	6.175	3.345	7.713
SAU¹⁹, ha	31,21	29,13	22,54
UL	2,06	1,67	1,46
PLV	122.029	73.714	45.727
Costi variabili	52.263	27.382	18.425
Costi fissi	33.091	21.403	8.817
Reddito	44.970	28.925	21.558

Si vuole rilevare in questa sede i risultati economici solo di alcuni prodotti, accuratamente selezionati sulla base dell'obiettivo che questo studio si propone.

Relativamente alle produzioni orticole si possono individuare notevoli differenze sulla base della coltura²⁰ considerata, nel complesso, però, si può evidenziare, negli ultimi anni, una forte diminuzione per quanto riguarda le rese, compensata da un notevole incremento nei prezzi di vendita. Volendo fornire un esempio specifico si rileva un incremento annuo del 30% del prezzo di vendita per quanto riguarda le zucchine. Ovviamente il reddito di un'impresa agricola dipende anche da altri elementi oltre alla quantità e al prezzo, che possono variare a seconda della zona che si considera.

A titolo di esempio nella tabella sottostante è calcolato il reddito da lavoro e impresa relativo alla produzione di zucchine per circoscrizione.

Redditività della coltura di zucchine per circoscrizione²¹

	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud e Isole
Resa (q/ha)	133	129	179	244
Prezzo di vendita (euro/q)	57,99	98,59	77,3	38,54
Totale ricavi	8.235	11.905	11.554	9.309
di cui produzione lorda	8.151	11.905	11.462	9.308
di cui premi e sovvenzioni	83	0	92	1
Costi specifici	2.665	3.545	3.198	3.192
di cui materie prime	1.480	2.047	1.779	2.203
di cui macchine, energia e servizi	1.185	1.498	1.419	988
MARGINE LORDO	5.569	8.359	8.356	6.117
Costi attribuiti	1.556	2.526	1.922	1.289
di cui per capitale fondiario	904	1.453	1.046	637
di cui per capitale di esercizio	348	283	384	278
di cui per altri costi generali	303	790	492	374
Costo totale	4.221	6.071	5.120	4.481
a quintale (euro)	30	47	34	19
REDDITO DA LAVORO E IMPRESA	4.013	5.834	6.434	4.827

Dall'analisi effettuata si può notare come ad una resa maggiore corrisponda un prezzo inferiore, nel rispetto del rapporto vigente in economia tra domanda e offerta. Inoltre, nonostante un'incidenza dei costi specifici minore a Nord-Ovest e a Sud rispetto alle altre zone, queste circoscrizioni mostrano un margine lordo inferiore causato da ricavi nettamente più bassi. La situazione tende a riequilibrarsi con la considerazione dei costi attribuiti, notevolmente più bassi a Nord-Ovest e a Sud.

I dati pubblicati dall'INEA mostrano, nel 2002, una forte incidenza dei consumi intermedi e dei redditi da lavoro autonomo nella composizione del reddito agricolo, pari rispettivamente al 32,2% e al 22,9%. Per consumi intermedi si intendono sementi, concimi, macchinari, manutenzioni ecc., tale incidenza deriva anche da un aumento del loro valore pari allo 0,4 % rispetto all'anno precedente, derivante da un incremento dei prezzi (2,3%) e da una diminuzione delle quantità (1,9%); questa variazione evidenzia un miglioramento dell'efficienza produttiva dovuta anche al progresso dei mezzi tecnici di produzione.

Inoltre, nello stesso periodo, si è registrato un incremento della produzione agricola ai prezzi di base dello 0,9%, generato da una diminuzione delle quantità prodotte, verificatasi anche durante il 2004, e di una conseguente crescita dei prezzi. Tale valutazione può essere effettuata anche a livello territoriale, nel Mezzogiorno si è riscontrata una flessione della produzione agricola dello 0,5%, nel Centro-Nord del 6,9%. In tutto il paese si è riscontrato anche una diminuzione del valore aggiunto dell'intero settore agricolo. Le condizioni climatiche poco favorevoli durante l'intero 2003 sono sicuramente un elemento che ha influenzato in maniera evidente i raccolti: le temperature eccessivamente basse, affiancate a lunghi periodi di siccità hanno causato un calo della produzione in tutti i comparti agricoli, mantenendo pressoché

stabile solo il settore zootecnico. Soffermando l'analisi al settore orticolo, si è avuta una stasi produttiva nel complesso, contrassegnata da forti diminuzioni per carciofi, patate, cipolle, aglio, porro, piselli (-9,3%) e fagioli (-7,3%), contrapposta ad aumenti sensibili per pomodoro, zucchine (10,5%), finocchi ed indivia (5,0%).

Il calo nella produzione non si è rilevato solo a livello nazionale, ma anche europeo pari al 3,3% rispetto al 2002.

Come si è detto finora, i prezzi dei mezzi di produzione utilizzati dagli agricoltori hanno avuto un notevole incremento, riscontrato soprattutto negli investimenti, pari al 2,6% (con particolare rilievo per opere di miglioramento fondiario e fabbricati agricoli). Nel corso degli anni è variata la struttura degli investimenti in questo settore, il comparto delle macchine ha assunto un ruolo trainante nell'acquisto di capitale fisso, anche se nel 2003 si è registrata una situazione di stasi. L'aumento che si è registrato nei consumi intermedi è pari mediamente al 1,7%. Come è evidente dalla tabella riportata sotto, vi è stato un aumento di tutti i costi di produzione tra il 2004 e il 2005 con un'unica eccezione legata ad un decremento dei salari pari al 2,51%.

Indici mensili dei prezzi di alcuni fattori di produzione²²

Descrizione	Numero Indice mensile Giugno 2005	Variazione % rispetto al 2004
Sementi	114,63	0,48
Concimi	117,59	3,30
Antiparassitari	107,28	1,62
Prodotti Energetici	127,45	8,38
Materiale vario	112,95	3,68
Spese Varie	112,75	0
Salari	123,14	-2,51
Ortaggi e Legumi	119,61	0,20

Relativamente ai prezzi di produzione si è manifestato in media fino al 2004 un aumento pari al 5% superiore rispetto all'indice generale dei prezzi al consumo (2,7%). L'evoluzione della ragione di scambio dell'agricoltura, misurata dal rapporto tra l'indice dei prezzi alla produzione e quello dei consumi intermedi ha avuto un miglioramento nel 2003 rispetto al 2002.

Rilevazioni più recenti effettuate da ISMEA evidenziano invece una diminuzione del 10,61% dei numeri indice dei prezzi degli ortaggi nei primi sei mesi del 2005 rispetto allo stesso periodo nel 2004. Nella tabella sottostante vengono evidenziate le variazioni più significative per prodotto.

Indice mensile dei prezzi dei prodotti agricoli²³

Prodotto	Prezzo a Giugno 2005	Variazione % rispetto Giugno 2004
Fagiolini	67,28	-21,73
Fagiolini serra	100	132,23
Patate novelle	30,57	-15,56
Pomodori	115,38	-19,63
Pomodori serra	63,04	33,27
Aglio	180	1,02
Cipolla	60,71	-10,51
Asparagi	102,09	7,73
Sedani da costa	83,33	-3,83
Cavolfiori	77,5	-3,12
Carote	354,54	21,87
Lattuga	51,28	-16,65
Radicchio	14,28	-84,04
Spinaci	82,6	-7,31
Melanzane	81	-39,42
Melanzane serra	34,59	-9,22
Cetrioli	84,84	27,28
Cetrioli serra	25,39	-19,98
Peperoni	104,67	-10,9
Peperoni serra	30,63	-64,39
Zucchine	54	-22,85
Ortaggi	102,98	-10,61

2.1.3 L'interazione con altri settori

Il sistema agricolo alimentare costituisce un complesso di attività in cui l'agricoltura interagisce con tutti i settori ad essa collegata: produzione di mezzi tecnici (sementi, macchinari ecc.), industria alimentare, distribuzione al consumo e ristorazione collettiva²⁴.

Nel 2003 la dimensione economica del settore agricolo era pari a 203 miliardi di euro che corrisponde al 15,6% del PIL. Le principali componenti, calcolate ai prezzi di base, erano: il valore aggiunto agricolo (15,2%), il valore aggiunto della ristorazione (15,5%), 69,9 miliardi di euro di valore della commercializzazione e distribuzione e infine il valore aggiunto dell'industria alimentare (13,1%).

In base all'ultimo censimento ISTAT nel 2001, si può parlare di una crescita dell'industria alimentare in Italia, con un aumento dell'8,1% del numero di imprese in questo settore rispetto al 1991. Si attribuisce ad ognuna di queste, in media, una capacità produttiva di 1,5 milioni di euro. E' ancora forte uno squilibrio nella diffusione territoriale, molto concentrata al Centro-Nord (73% degli occupati e 75% del valore aggiunto ai prezzi di base), ed è per questo motivo che attualmente la priorità strategica è quella di espandere e trasformare il Mezzogiorno.

Per quanto riguarda la rete commerciale al dettaglio, si sono registrati 191.000 esercizi alla fine del 2003, con una diminuzione dello 0,6% rispetto all'anno precedente. A livello di analisi territoriale, si sono individuate tendenze diverse, si è registrata infatti una diminuzione al Centro-Nord del 1,5%, contrastante con l'incremento dello 0,8% nel Mezzogiorno dovuto soprattutto all'apertura di esercizi alimentari ma non

specializzati. Nell'arco del 2003 si è manifestato un aumento sia degli ipermercati sia dei supermercati, che sono cresciuti tanto in numero quanto in dimensione media; inoltre, riguardo al valore delle vendite si è avuto un incremento soprattutto per la grande distribuzione, tali crescite sono localizzate per lo più al Nord.

Per quanto riguarda la rete distributiva all'ingrosso, secondo l'INEA alla fine del 2003 erano presenti in Italia 11.400 esercizi specializzati in materie prime agricole; inoltre gli intermediari al commercio stanno diventando sempre più importanti, a loro, infatti, sono attribuiti all'incirca 40.000 esercizi.

Nell'analisi dell'intero sistema agricolo alimentare un ruolo importante è da attribuire al consumo, analisi statistiche hanno evidenziato come, rispetto alle rilevazioni del 1993, sia cambiata non solo la quantità dei prodotti ma anche la tipologia degli acquisti, si privilegiano infatti pane, pesce, frutta e verdura a discapito di carne, patate, oli, grassi e alcolici, da questo emerge che le scelte dei consumatori sembrano oggi orientarsi verso un'alimentazione più "sana". La spesa media per l'acquisto di frutta e verdura non è molto variabile a livello territoriale, tuttavia l'importo più elevato si rileva al Centro.

Da prendere in considerazione è anche l'andamento del mercato fondiario, che ha visto crescere il valore dei fondi per tutto il 2003, fino a 15.000 €/ha²⁵, e nonostante la situazione economica di incertezza è stato riconosciuto come un investimento a basso rischio. I terreni che riscuotono un prezzo maggiore sono quelli destinabili a vigneto, pari circa 67.000 € per ettaro. Anche da questo punto di vista è notevole la differenza secondo la zona che si considera, maggiori risultano, infatti, i prezzi nelle zone Nord-Est e Nord-Ovest, mentre nell'Italia Centrale e a Sud, a causa degli scambi limitati, il valore dei fondi sta via via diminuendo. I soggetti che partecipano al mercato fondiario non sono solo agricoltori ma anche operatori extra-agricoli; esiste un'elevata domanda di terreni in affitto, soprattutto nelle zone settentrionali, da parte di coloro che vogliono ampliare le dimensioni aziendali per sfruttare le economie di scala²⁶.

Nell'analisi del sistema agro-industriale non bisogna sottovalutare il ruolo ricoperto dall'Italia nel commercio con l'estero. In base alle stime della FAO²⁷, nel 1998 le superfici investite a livello mondiale nelle produzioni ortofrutticole ammontavano ad oltre 170 milioni di ettari, di cui 122,5 milioni per gli ortaggi, comprese le patate. La maggiore area di produzione era quella asiatica, che rappresentava il 56% delle superfici totali dedicate alla produzione di ortaggi ed il 45% di quelle destinate alla frutta, entrambe in incremento rispetto al 1995 (+6%). In forte riduzione, invece, le coltivazioni di ortaggi in America latina (-24%), a fronte di maggiori investimenti nel comparto frutta (+8%).

L'Unione Europea rappresentava il 4,5% e l'11,7%, rispettivamente, delle superfici mondiali dedicate alla coltivazione di ortaggi e frutta, i principali paesi produttori erano Italia, Francia, Germania e Spagna. Nel 2003 si è registrato un saldo negativo della bilancia agro-industriale italiana pari 7,4 miliardi di euro, causato principalmente da una lieve diminuzione delle esportazioni e un altrettanto limitato aumento delle importazioni. Come è evidente dalla bilancia agro-industriale sotto riportata sono peggiorati tutti gli indicatori di performance commerciale.

Bilancia agro-industriale²⁸

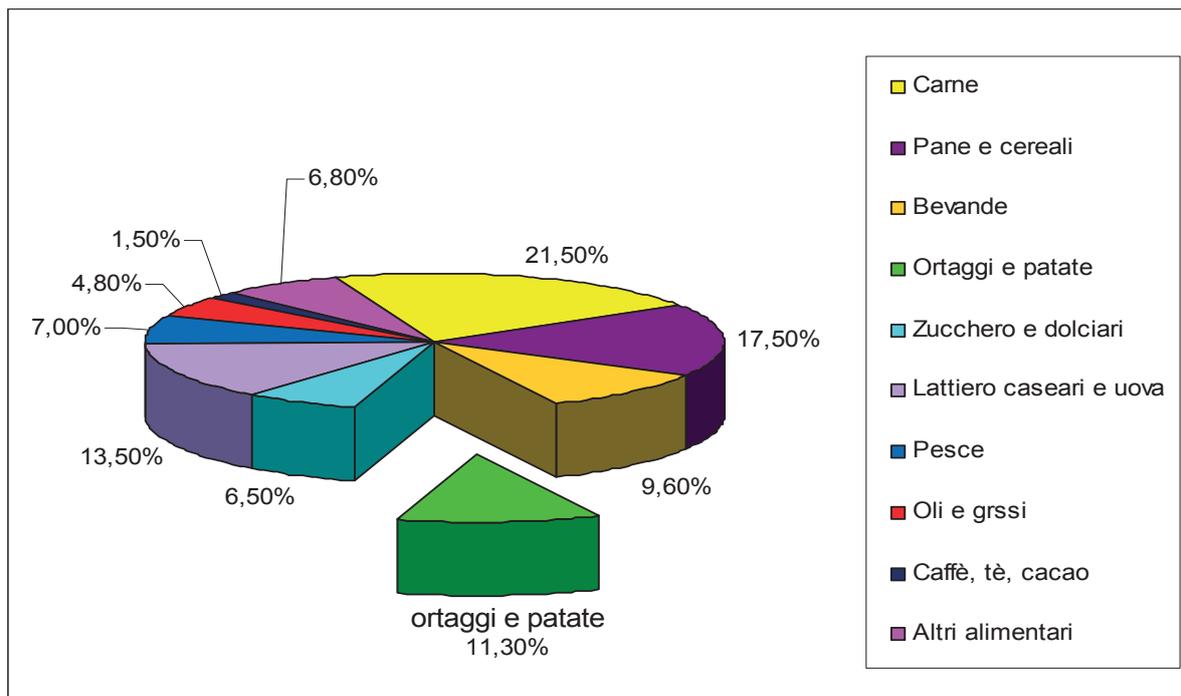
AGGREGATI MACROECONOMICI	Formula	1995	2002	2003
Totale produzione agro-industriale	(P)	54.805	70.937	73.115
Importazioni	(I)	23.703	25.545	26.019
Esportazioni	(E)	13.527	18.777	18.596
Saldo	(E-I)	-10.176	-6.768	-7.423
Volume di Commercio	(E+I)	37.230	44.329	44.615
Consumo apparente	(C=P+I-E)	64.981	77.705	80.538
INDICATORI (%)				
Grado di auto-provvigionamento	(P/C)	84,3	91,3	90,8
Propensione ad importare	(I/C)	36,5	32,9	32,3
Propensione ad esportare	(E/P)	24,7	26,5	25,4
Grado di copertura commerciale	(E/I)	57,1	73,5	71,5

La variazione della struttura degli scambi è molto variabile a seconda delle diverse aree geografiche che si considerano. Per quanto riguarda le esportazioni le aree dove si è manifestata una maggiore riduzione sono: Centro e Sud-America e i Paesi del Mediterraneo. In linea di massima rimangono stabili le esportazioni rivolte all'interno dell'Europa (mercato che assorbe la maggior parte dei prodotti italiani). Relativamente alle importazioni, la domanda italiana di prodotti esteri si rivolge per lo più ai paesi del Mediterraneo e a quelli dell'Unione Europea.

La composizione degli scambi con l'estero prevede un'incidenza del settore primario pari al 35% degli acquisti e al 22% delle vendite. Tale contributo evidenzia la maggiore rilevanza assunta dai prodotti industriali rispetto a quelli agricoli, e il ruolo dell'Italia nella trasformazione delle materie prime. Il nostro paese, infatti, è famoso nel mondo per quei prodotti riconosciuti dal consumatore estero come *"Made in Italy"*, quali ad esempio pane, pasta, formaggi, vini e olio d'oliva.

2.1.4 La filiera ortofrutticola

La filiera ortofrutticola rappresenta tutti gli stadi che un prodotto deve attraversare prima di giungere al consumatore finale. In Italia il consumo dei prodotti ortofrutticoli rappresenta, mediamente, il 11,3% dei consumi alimentari ed è la quarta voce di acquisto per l'alimentazione, dopo la carne (21,5%), il pane (17,5%), i prodotti lattiero caseari (13,5%).

Composizione dei consumi alimentari, 2003²⁹

La filiera ortofrutticola italiana, finalizzata alla soddisfazione dei bisogni dei consumatori, presenta ancora una struttura dell'offerta, della distribuzione e della commercializzazione molto frammentata. Quest'aspetto è affiancato anche da una produzione organizzata caratterizzata da una scarsa presenza di OP (Organizzazioni di Produttori), così i produttori non sono in grado di avere un'elevata concentrazione di prodotto e di conseguenza mancano sia di efficacia nella commercializzazione, sia di potere contrattuale nei confronti dei distributori e dei trasformatori dei prodotti agricoli in prodotti alimentari derivati.

Per quanto riguarda le imprese agricole, in base all'ultimo censimento ISTAT, in Italia operano circa 2.594.825 aziende, concentrate per il 38,4% nella zona meridionale del paese, e distribuite abbastanza equamente nelle altre aree. La superficie complessivamente destinata alle colture è di oltre 13 milioni di ettari, che, nonostante la diminuzione rispetto ai periodi precedenti, non ha compromesso le quantità prodotte per effetto del incremento delle rese. A questa struttura delle aziende si affianca una frammentazione della distribuzione e del commercio, che seppure in evoluzione, si concretizza ancora con numerosi passaggi prima di arrivare al consumatore finale. Sebbene si sia registrato un netto miglioramento rispetto ai primi sei mesi del 2004, i risultati ottenuti dalle imprese che appartengono alla GDA (Grande Distribuzione Alimentare), assumono valori ancora negativi se paragonati a quelli del 2003. Tali valori fanno riferimento sia all'andamento delle vendite (diminuite del 26%), sia alla clientela.

La crisi dei consumi e l'erosione del potere d'acquisto delle famiglie vanno evidenziati come principali fattori che nel corso del 2004 hanno influenzato negativamente il clima di fiducia della grande distribuzione alimentare; un tentativo per affrontare questa problematica è stato il blocco dei prezzi fino al 31 dicembre 2004 sia dei prodotti confezionati a marca privata della catena commerciale sia dei prodotti di primo prezzo.

L'analisi del canale distributivo prende in esame Cedis (Centrali d'Acquisto), Supermercati, Ipermercati, Superette e Discount, mentre i primi hanno registrato un andamento negativo rispetto al 2003, gli ultimi due

hanno manifestato performance migliorative. Per tutte e cinque le diverse tipologie di canale analizzate, il miglioramento del clima di fiducia, rispetto al primo semestre del 2004, è da attribuirsi ad un numero minore di giudizi negativi sull'andamento dell'economia, del proprio settore e sulla clientela.

Dalle dichiarazioni di Cedis, Supermercati e Ipermercati, le vendite stanno aumentando, invece, secondo gli operatori di Superette e Discount, risultano, rispettivamente, in flessione e stazionarie rispetto alla prima metà del 2004. Volendo concentrare in questa sede le valutazioni sui prodotti ortofrutticoli, si è rilevato che nella seconda metà del 2004, c'è stata una diminuzione delle vendite per i prodotti sia freschi sia confezionati, il confronto con i primi mesi dell'anno è stato invece positivo per i prodotti biologici e per quelli surgelati. Infatti da non sottovalutare è che nell'ambito della trasformazione una importanza crescente è costituita dal comparto della surgelazione: in Italia negli ultimi dieci anni i consumi complessivi di surgelati sono passati da 338 mila tonnellate a 625 mila tonnellate, di cui gli ortaggi rappresentano il 52% delle quantità complessivamente consumate.

Forti mutamenti si sono avuti anche nella gestione dell'assortimento dei prodotti alimentari da parte dei punti vendita della GDA. Considerando le singole tipologie di canale, emerge che solo gli Ipermercati, nel secondo semestre 2004, hanno incrementato lo spazio adibito alle vendite di prodotti freschi, mentre i Discount hanno mantenuto inalterato lo *status quo* del semestre precedente. Cedis, Supermercati e Superette sono stati, invece, interessati dalla contrazione dello spazio dedicato ai prodotti freschi.

Il mercato agricolo risulta essere in continua evoluzione; alcuni fra i prodotti protagonisti sono sicuramente quelli biologici, anche se verso la fine del 2004, la loro incidenza ha subito una contrazione; a livello territoriale le regioni del Nord hanno ripetuto l'andamento complessivo del paese, mentre nelle regioni del Centro e del Sud la diminuzione è stata più marcata. I supermercati hanno visto una variazione positiva nelle vendite biologiche, i Discount una situazione di sostanziale stasi mentre gli altri canali distributivi hanno registrato un andamento negativo.

Un ruolo ancora rilevante nella distribuzione degli ortofrutticoli è svolto dai mercati all'ingrosso (30%), la cui presenza è molto diffusa, anche se quelli che possiedono le strutture idonee per la commercializzazione sono un centinaio.

Infatti, sebbene la loro importanza sia diminuita negli ultimi anni parallelamente alla crescita della distribuzione organizzata, restano un riferimento importante, talvolta imprescindibile, per le imprese agricole a livello locale.

All'interno della filiera ortofrutticola, un altro ruolo decisivo è svolto dalle imprese di trasformazione industriale, tra cui sono da ricordare quelle finalizzate alla surgelazione citate prima.

2.2.2 CONSUMI ALIMENTARI ED EVOLUZIONE DEI MERCATI

La situazione attuale presenta un mercato in continua evoluzione, sia a livello mondiale sia europeo. L'Italia si colloca all'interno di entrambi questi contesti e si trova ad affrontare le conseguenze della crescente internazionalizzazione su un settore che già sul piano intra-europeo incontra non poche difficoltà in termini competitivi.

Inizialmente questa notevole apertura dei mercati fu accettata con molto ottimismo, oggi invece viene considerata con una maggiore prudenza, probabilmente a causa anche della situazione economica non florida del nostro paese in seguito all'entrata dell'euro, e a politiche economiche prive di risultati particolarmente visibili. Nonostante la presenza di queste problematiche, il fenomeno della globalizzazione

è comunque qualcosa che esiste e che deve essere preso in considerazione, bisogna quindi, in questa sede, individuarne i rischi e le opportunità legati ai prodotti agro-alimentari. Questa trasformazione consiste principalmente nell'apertura dei mercati ad un'area regionale che comprende diversi paesi, poi a più aree fino ad includere tutto il mondo. La realizzazione di questo mutamento richiede la presenza di elementi che la possano sostenere. Primo fra tutti è sicuramente il miglioramento dei trasporti e dei mezzi di comunicazione, che permettano un collegamento tra le varie zone del mondo più veloce ed efficace. E' necessaria inoltre una politica commerciale aperta che elimini tutte le forme di protezionismo, affiancata ad un'omogeneizzazione dei consumi a livello internazionale e ad una capacità di spesa sostenuta da redditi crescenti.

Nel corso degli ultimi cinquant'anni tutte queste condizioni sembrano essersi verificate, in particolar modo è stato decisivo il ruolo degli sviluppi che si sono prodotti nel campo delle comunicazioni, che hanno determinato la formazione di condizioni d'informazione e di trasparenza basilari per la progressiva instaurazione del mercato allargato. Un esame della specializzazione produttiva del nostro paese e della sua competitività nei confronti delle principali aree di mercato porta a sviluppare alcune considerazioni sulle prospettive del comparto agro-alimentare nel contesto generale sopra descritto. Nell'analisi complessiva degli scambi dell'Italia sembra che si manifesti un maggiore interesse a mantenere basso il livello dei prezzi interni per contenere i costi ed avere quindi un maggiore successo nelle esportazioni e di conseguenza nel complesso dell'economia. La risposta a questa politica però è che il settore agro-alimentare interno risente delle minori entrate e quindi di una minore capacità di approvvigionarsi di materie prime sul mercato interno.

E' da considerare, inoltre, la composizione delle esportazioni per aree: l'agro-alimentare mostra il miglior andamento negli scambi con i paesi sviluppati extra UE, il peggiore nei confronti dei paesi del mediterraneo e, soprattutto, un lento ma costante miglioramento con i paesi dell'Unione. Considerando solamente i volumi delle esportazioni risulta evidente il primato dei paesi UE. Il mercato italiano presenta una forte carenza di prodotti agricoli di base, che è, quindi, costretto ad acquistare, aumentando il volume delle importazioni; un'abbondanza invece di prodotti alimentari incrementano le esportazioni, e contribuiscono ad estendere il settore della trasformazione e la fama del "Made in Italy". L'obiettivo è quello di impostare una strategia che permetta di sfuggire all'omogeneizzazione dei prezzi sino all'ipotetico prezzo di mercato mondiale per mantenere la propria competitività, puntando invece su elementi legati alla qualità e al marchio per avere un maggior potere di mercato. E' in questa logica che va collocata la gestione dei prodotti tipici, considerati un importante mezzo per mantenere una posizione di rilievo all'interno del mercato.

2.2.1 Rapporti tra domanda e offerta

Una caratteristica fondamentale che si può attribuire ai consumatori italiani è quella, almeno in apparenza, di sembrare orientati a confermare la validità dell'ipotesi relativa al modello alimentare che si fonda nello stesso tempo sull'accettazione dell'innovazione in tema di nuovi prodotti, in particolare dell'introduzione di servizi nell'alimento che viene proposto, e sulla riscoperta di un forte ruolo dei cibi e dei modi di consumo tradizionali del nostro paese.

In questo modello i prodotti tipici, ultimamente, trovano un ampio spazio di domanda e di valorizzazione con una positiva ricaduta sulle produzioni agricole, sia in quanto tali sia sotto quelle forme di cibo confezionato

che ne consentono una vendita in qualche modo più in linea con le esigenze del segmento di mercato sensibile ai servizi incorporati negli alimenti. E' interessante analizzare, come i vari comparti della filiera produttiva agro-alimentare si adattino alle continue trasformazioni della struttura della domanda.

Infatti dalle analisi svolte da Coldiretti, è emerso come le esigenze dei soggetti che condizionano la domanda siano in evoluzione, ad esempio il fattore prezzo scende da 28% a 24% nella scala dei valori del consumatore, i servizi salgono al 52% mentre la qualità rimane ferma al 24%. Da tali risultati appare evidente come il consumatore attribuisca sempre maggiore importanza alle capacità di vendita, alla assistenza ricevuta, e ai servizi aggiuntivi rispetto al semplice prodotto acquistato. Queste esigenze sono tipiche del modello di consumo dei paesi industrializzati occidentali, il quale attribuisce maggiore importanza alla qualità piuttosto che al prezzo.

L'obiettivo fondamentale che invece caratterizza l'offerta è ovviamente quello di essere il più competitivo possibile, le preferenze delle industrie e della distribuzione per ottenere tale risultato sono rivolte a migliorare il rapporto con il cliente, ampliando la gamma di prodotti offerti, fornendo migliori servizi ed investendo sull'innovazione del prodotto.

Considerando un periodo di medio-lungo termine, la distribuzione, grazie al suo maggiore contatto con la clientela, sposta il suo interesse anche nei confronti dei prodotti tipici, che sembrano sempre più attrarre gli acquisti dei consumatori.

Anche da parte delle industrie alimentari il prodotto tipico assume sempre più un ruolo fondamentale, tanto da condizionare sia le strategie di mercato sia il posizionamento delle imprese sulla base delle loro caratteristiche tipologiche e del mercato in cui operano. Per definire la loro posizione si devono prendere in considerazione due aspetti: il mercato a cui si rivolgono, se locale o globale, e il tipo di marchio adottato per la commercializzazione del prodotto. Sulla base di osservazioni di questo tipo si può notare come nel mercato locale agiscano solamente aziende agricole produttrici di beni alimentari tipici e aziende artigianali, ovviamente queste categorie che propongono prodotti tradizionali, si rivolgono ad una schiera di consumatori della zona che conoscono molto bene l'offerta.

Queste aziende si orientano, attualmente, sulle piccole denominazioni e sui prodotti locali facendo leva sulla consuetudine al consumo, sui messaggi di genuinità e di tradizione, sui legami con il territorio, sul rapporto col turismo e con l'ambiente. Tutte queste caratteristiche permettono a questo segmento di mercato di ottenere un importante successo, limitato però dalle dimensioni che certo non possono raggiungere livelli nazionali sia da parte dell'offerta sia da parte della domanda.

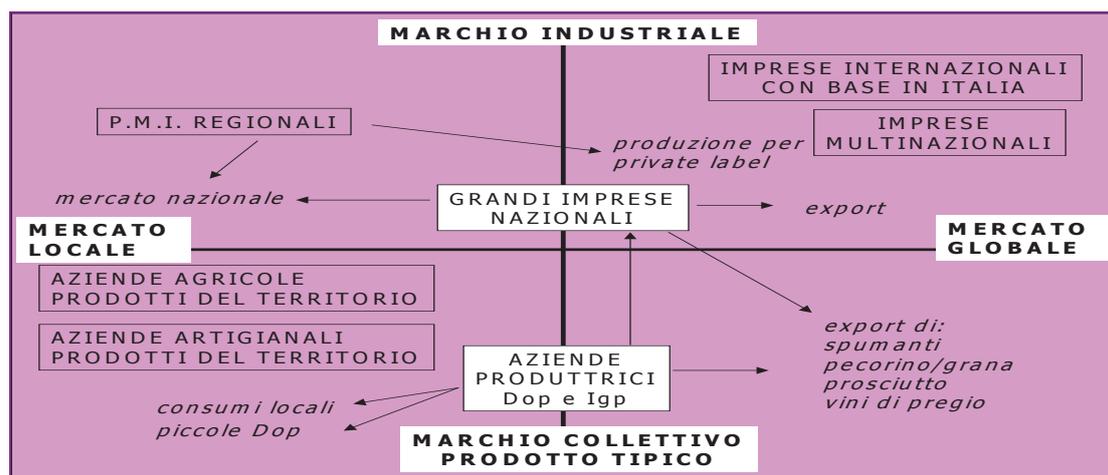
Il marchio differenzia queste dalle aziende specializzate che producono beni a denominazione protetta o in ogni modo caratterizzati da elementi riconosciuti di tipicità. Si rivolgono sia ai mercati locali, entrando in competizione con quelle descritte prima sia al mercato nazionale, grazie alla grande distribuzione oppure a mezzi propri di diffusione, contando sull'immagine di un prodotto sostenuto da un marchio di tipicità. Alcuni prodotti sono riusciti anche a raggiungere i mercati internazionali (tra i quali formaggi e vini), grazie ai quali il "Made in Italy" alimentare ha riscosso un notevole successo. Coloro ai quali si rivolgono sono principalmente emigrati italiani che cercano di mantenere le loro abitudini alimentari facendo poi conoscere gli stessi prodotti ai consumatori locali oppure a coloro che riconoscono una qualità dei prodotti consolidata nel tempo, tale da rappresentare un elemento fondamentale nei criteri di scelta.

Sono da analizzare poi le piccole e medie imprese di dimensione regionale che puntano soprattutto al mercato nazionale, posizionandosi così in modo diverso rispetto alle precedenti. Accedono al mercato o con un marchio proprio oppure attraverso la produzione per i marchi commerciali della grande distribuzione.

Le PMI sembrano orientate ad ottenere una buona posizione competitiva grazie all'offerta di prodotti di

qualità, ad un prezzo accessibile oppure investendo denaro ed energie sull'innovazione nel campo dei servizi incorporati nell'alimento. Cercano, inoltre, di rivolgersi al mercato internazionale, e sono agevolate sia dal richiamo che può esercitare il loro marchio, sia dall'associazione, a volte errata, ai prodotti tipici. Su una strategia simile si muovono le imprese internazionali con base in Italia, le multinazionali che operano nel nostro paese spesso sono il canale per introdurre prodotti tipici sul nostro mercato nella logica di un ampliamento della gamma dell'offerta. Capita in genere che svolgano invece la stessa funzione delle imprese nazionali, quella cioè di diffondere il prodotto all'estero, avvalendosi di prestigiosi marchi e del forte richiamo associato all'immagine italiana.

Posizionamento e strategie evolutive dei produttori agro-alimentari³⁰



L'intero settore è fortemente condizionato dalla presenza dei prodotti biologici in via di diffusione negli ultimi anni. Come è evidente dallo schema nel proprio posizionamento strategico le imprese devono scegliere come articolare la loro offerta e come caratterizzarla. In effetti è comprensibile che ciò avvenga considerando che il legame fra gli alimenti e l'offerta agricola locale è il fattore fondamentale nel determinare le caratteristiche dei prodotti consumati localmente. Soltanto in seguito, con la differenziazione dell'industria alimentare dal corpo delle attività connesse all'agricoltura, si aprono nuove possibilità di formazione di un'offerta alimentare slegata da quella delle materie prime agricole disponibili sul posto. Proprio sulla base di queste considerazioni si è manifestata una variazione del modello di consumi, aprendo le porte a prodotti non strettamente legati all'agricoltura locale ma provenienti da materie prime di diversa origine. Nel caso italiano si è verificata una persistenza del modello tradizionale affiancato a quello innovativo internazionale, considerando questi aspetti si può essere in grado di prevedere certe tendenze da parte dei compratori e quindi di agire di conseguenza per ottenere una valorizzazione dei propri prodotti. Per fare ciò, sicuramente è necessario prendere in considerazione anche elementi che appartengono al contesto in cui tutto questo si realizza, tra cui le dimensioni del nuovo mercato e le regole che lo governano, affiancate ovviamente alle nuove necessità del consumatore in materia di sicurezza alimentare e le nuove esigenze di qualità che manifesta. Da non sottovalutare sono inoltre le altre componenti della filiera ortofrutticola, per esempio l'industria alimentare e la presenza di un settore distributivo caratterizzato da una posizione di crescente forza in seno alla competizione verticale con gli altri segmenti dell'agro-alimentare. Il contesto ovviamente comprende anche il mercato internazionale, quindi il ruolo delle esportazioni per la diffusione

del nostro prodotto e le importazioni per compensare la forte carenza di materie prime.

Affinché avvenga lo sviluppo del settore e una definitiva introduzione in questo di prodotti tipici, devono essere considerati tutti questi elementi. Tutto ciò non porterà sicuramente ad una soluzione definitiva delle problematiche legate a questo comparto, ma potrà dare un'immagine positiva e di grande qualità, diffusa su ampi mercati dell'intera produzione.

2.3. GLI INDICATORI DI SOSTENIBILITÀ

La sostenibilità di un settore risulta ancora oggi uno degli obiettivi più importanti da perseguire. Uno dei problemi principali legato a quest'analisi è l'individuazione di una definizione di sostenibilità che possa essere condivisa anche a livello internazionale, in questa sede viene indicata la più diffusa e accettata, soprattutto dalle istituzioni, secondo la quale *“sostenibile è quello sviluppo che soddisfa i bisogni delle generazioni presenti, senza compromettere la possibilità che le future generazioni possano soddisfare i propri”*³¹. Questo approccio è basato sul principio della conservazione delle opportunità “di produzione”: capacità produttiva in funzione della disponibilità di fattori. Il concetto di sostenibilità viene interpretato nel dovere di ciascuna generazione di individui, nei confronti della successiva, di garantire una disponibilità di capitale non decrescente nel tempo, regola che in economia viene definita del “capitale costante”.

Sulla base di questa definizione l'ottenimento di tale risultato è possibile solo mediante la conservazione del potenziale produttivo dell'economia, quindi del capitale sia umano, sia naturale sia fisico.

E' interessante in questa sede considerare il settore dell'agricoltura dato il suo stretto ed inevitabile legame con il capitale naturale. Esiste in economia una divergenza di opinione relativamente alla tipologia di sostenibilità desiderabile. Se ne possono infatti indicare due categorie diverse, la sostenibilità forte e quella debole.

Per sostenibilità debole s'intende quello sviluppo che nonostante sia affiancato da diminuzioni di componenti di capitale (ad esempio quello naturale), nel complesso rimane costante. Molti però si discostano da questa tipologia, ed introducono una condizione in più, oltre alla regola del capitale costante, vale a dire che anche il capitale naturale debba rimanere costante (sostenibilità forte). Tali considerazioni sono motivate dalla natura irreversibile del capitale naturale e dalla scarsa conoscenza che si ha su di esso. Esiste infine una terza tipologia di sostenibilità che risulta mediare le posizioni delle precedenti. Individua, infatti, una categoria di capitale naturale definito critico, in altre parole quello che ha la funzione di supportare la vita degli ecosistemi, ed è questo il capitale naturale oltre a quello complessivo che deve essere costante.

Dal contrasto di queste posizioni emerge, un concetto di sostenibilità multidimensionale, che include obiettivi ambientali, economici e sociali. Ed è per questo motivo che in questa sede avviene un monitoraggio e una valutazione dell'impatto dell'agricoltura sul sistema economico e sociale, tale che consenta di verificare i progressi verso l'obiettivo della sostenibilità. Tra gli strumenti che permettono tale misurazione sono sicuramente gli indicatori di agro-sostenibilità.

La considerazione integrata dell'aspetto economico e sociale permette un'esame più adeguato rispetto ad un approccio parziale, in quanto mutamenti in questi settori creano sinergie o conflitti influenzandosi a vicenda.

Gli indicatori sotto elencati sono stati selezionati dall'Istituto Nazionale di Economia Agraria (INEA) sulla base delle indicazioni della Comunità Europea, e permettono un'analisi sia livello regionale sia comunale.

Gli indicatori costituiscono uno degli strumenti per il monitoraggio e la valutazione dello sviluppo sostenibile;

consentendo di verificare se l'andamento di un'attività economica, quale l'agricoltura, soddisfi gli obiettivi di sostenibilità ed inoltre di evidenziare interazioni tra le due dimensioni economica, e sociale, e tra i settori del sistema economico.

2.3.1 La dimensione sociale

La dimensione sociale prende in analisi la dinamica del pari trattamento sia a livello territoriale (tra zone agricole e non), sia a livello settoriale tra il comparto agricolo e gli altri settori economici, sia a livello umano ed occupazionale. In particolar modo individua l'accesso dell'agricoltore alle risorse, comprensive anche del capitale umano, ed alle agevolazioni sociali.

Come in tutti i settori economici una delle componenti fondamentali affinché l'attività sopravviva e si sviluppi è l'occupazione. Questo elemento non può essere esaminato da solo, ma deve sempre essere associato alla produttività. Infatti, una diminuzione dell'indice d'occupazione, non necessariamente indica un decadimento dell'attività produttiva, ma può semplicemente indicare un aumento della produttività dovuta magari all'utilizzo di nuove tecnologie.

Nei Paesi industrializzati, in genere, si osserva un *trend* negativo degli occupati agricoli sia in totale sia rispetto agli altri comparti. In Italia, il settore agricolo occupa, in valore assoluto, circa 1.024.000 persone (circa 100.000 in meno rispetto al 2000), che si ripartiscono per il 13,7% al Centro, per il 38,5% al Nord e per il 47,9% nel Sud e isole³².

Dal 1991 l'occupazione agricola si è via via ridotta, passando dall'8% al 5%, fino a raggiungere attualmente il 4,6% sul totale degli occupati.

E' fondamentale considerare, oltre alla percentuale di persone occupate nel settore anche le loro caratteristiche, come per esempio l'età. Come in tutti i settori, anche in quello agricolo, la presenza di giovani lavoratori è fondamentale per lo sviluppo e l'ammmodernamento delle zone e delle produzioni rurali. Infatti in genere manifestano un entusiasmo maggiore, una predisposizione a cambiare e ad introdurre innovazioni tecnologiche capaci di migliorare la loro capacità produttiva. Inoltre è da prendere in considerazione il contesto in cui lavorano, cioè un ambiente in continua evoluzione, soprattutto dal punto di vista normativo e sicuramente sono loro i soggetti che riescono ad adattarsi in maniera più efficiente. I giovani inoltre agevolano un equilibrio tra la componente economica, ambientale e sociale ed hanno manifestato una maggiore predisposizione alla salvaguardia dell'ambiente.

Tra il 1993 ed il 2000 si assiste ad un aumento dell'indice di invecchiamento, circa del 4%, nel 2001 gli impiegati del settore agricolo che appartenevano ad una classe di età oltre i 55 anni erano circa il 23% del totale degli occupati del settore, l'ultima rilevazione ISTAT del 2004, individua una lieve diminuzione fino ad arrivare al 21%.

La maggiore concentrazione di agricoltori che superano i 40 anni si ha al Sud e nelle Isole con un incidenza pari circa al 45% del totale degli occupati nel settore.

La predisposizione e l'apertura nei confronti di nuove tecnologie è condizionata sicuramente dall'età del soggetto ma anche dal suo livello di istruzione. Un più alto livello di preparazione si può in genere associare ad un interesse maggiore rivolto a nuove tecnologie, macchinari e altri mezzi di produzione che possano migliorare l'efficienza (proprietà grazie alla quale si ottiene il massimo possibile dalle proprie risorse) e l'efficacia produttiva (proprietà grazie alla quale si ottiene il risultato voluto con il minimo dispendio di

risorse), contribuendo ovviamente a migliorare le condizioni di lavoro e la qualità del prodotto realizzato. Una forte variazione si è manifestata già a partire dal 1995, con un aumento sia dei responsabili d'azienda con diploma sia con licenza media, affiancato da una diminuzione di quelli privi di titolo, o anche con licenza elementare. Pressoché invariata è rimasta invece la quota dei laureati (pari al 3% nel 1999). Questa tendenza è continuata fino ad oggi con un incremento dei laureati del 14,3% rispetto al 2000, e di coloro che hanno ottenuto la maturità o un diploma professionale. Tale variazione si è ripartita abbastanza equamente tra le varie zone d'Italia con un maggiore aumento nel Sud e nelle isole pari al 5%. Nonostante la variazione in questa zona risulti maggiore è comunque qui che si concentra la presenza di agricoltori privi di titolo o con licenza elementare.

Un ulteriore indicatore significativo è quello relativo alla composizione degli occupati, che permette di descrivere le potenzialità di medio - lungo termine del capitale umano impiegato nel settore agricolo. Una caratteristica da esaminare è la ripartizione tra i sessi; una riduzione della supremazia maschile in quest'ambito porta ad una più forte equità all'interno dell'intero settore.

Tra il 1991 e il 2000, a livello nazionale, aumenta la componente femminile in agricoltura: si affievolisce infatti la differenza tra il tasso di occupazione maschile e quello femminile. Nel 2000 si manifesta una controtendenza, infatti, rispetto a quell'anno nel 2004, si registra una diminuzione dell'1,06% di occupati di sesso femminile nel settore primario, tale fenomeno risulta più marcato nel Nord, e in particolare, nel Nord-est, dove il calo è pari al 2%. Rimane invece stabile la divergenza tra occupati maschi e femmine nel Sud Italia e nelle Isole. Quest'ultima circoscrizione si caratterizza, inoltre, per una più alta percentuale di occupati di sesso maschile (46,6% del totale nazionale).

L'ultimo indicatore preso in considerazione è la densità di popolazione dei comuni rurali. Il mantenimento di un alto grado di popolazione di queste zone è uno degli obiettivi primari delle istituzioni. Il raggiungimento di tale scopo dipende ovviamente dalle condizioni di vita, dalle agevolazioni, dai servizi e dalle attività presenti in tali aree, ed è mirato ad evitare l'abbandono di queste circoscrizioni, poiché potrebbe avere delle conseguenze negative non solo dal punto di vista economico ma anche ambientale.

Tra il 1991 e il 2000, la popolazione residente nei comuni rurali, a livello medio nazionale, rimane sostanzialmente invariata, con una lieve tendenza alla crescita concentrata per lo più al Nord, visto che al Sud e al Centro si è registrata una propensione alla diminuzione. Di recente tale tendenza è diminuita con un tentativo d'incremento da parte delle istituzioni con programmi di contro-urbanizzazione, dei veri e propri piani per la creazione di adeguate strutture ed infrastrutture atte ad agevolare i trasporti ed altri servizi come, per esempio, quelli scolastici.

2.3.2 La dimensione economica

La dimensione economica analizza diversi aspetti contemporaneamente: l'efficienza nell'utilizzo delle materie prime che si hanno a disposizione; la competitività, con particolare riguardo al contributo che dà alla formazione del reddito nazionale; la capacità di permanenza delle aziende all'interno del settore, con una determinata redditività, proveniente anche da fonti diversificate; infine la salvaguardia e la conservazione delle aree rurali.

Il primo indicatore che in questa sede viene preso in esame è la redditività del lavoro, che affiancato a quello relativo al valore aggiunto per ettaro di SAU, misura la capacità di remunerare i fattori impiegati da

parte del settore agricolo. Risulta essere uno strumento essenziale in quanto affinché la produzione possa essere sostenuta nel lungo periodo è necessario che il settore sia competitivo e sia in grado di remunerare i fattori produttivi.

Tra il 1995 e il 2000, il valore aggiunto ai prezzi di base per unità di lavoro è cresciuto ad un tasso annuo del 4,47%, in seguito ha rallentato fino a che tra il 2002 ed il 2003 si è registrata una flessione pari al 2%. Tale cambiamento di direzione si è manifestato soprattutto nelle zone dell'Italia centrale.

Com'è stato detto precedentemente, accanto alla redditività del lavoro è da considerare quella della terra, vale a dire il valore aggiunto per ettaro di superficie agricola utilizzata. Ipotizzando una SAU costante, se il valore aggiunto aumenta significa che si è manifestato un aumento della redditività della terra.

Nel periodo tra il 1988 e il 2000, il valore aggiunto agricolo per ettaro di SAU aumenta stabilmente sia per l'Italia che per le singole circoscrizioni. L'incremento del 2000 è dovuto soprattutto alla diminuzione della SAU rilevata nel Censimento.

Altri indicatori relativi alla componente economica del settore in considerazione sono quelli che misurano la produttività, che indica la quantità di beni o servizi prodotta con una singola unità di fattore produttivo, in questa sede verrà presa in esame quella del lavoro e quella della terra.

Un aumento di questa indica una maggiore efficienza nel settore, o meglio la capacità di ottenere i migliori risultati mediante l'utilizzo dei fattori di produzione che si hanno a disposizione. La produttività del lavoro è uno degli strumenti che meglio indicano la prosperità economica del settore; in conclusione quindi un suo aumento permette di sostenere la produzione nel lungo periodo. Negli ultimi vent'anni si è manifestata una crescita costante. Dal 1980 al 2000 il tasso di incremento medio annuo è stato del 3,7%. Tale tendenza ha incontrato però un periodo di stasi registrata nel periodo tra il 2000 ed il 2002.

Sulla base dell'ultimo censimento si è potuto osservare come anche la produttività della terra abbia avuto un aumento con un tasso medio annuo del 1,3%, è infatti stato rilevato un aumento della Produzione Lorda Vendibile³³ nonostante si sia verificata una diminuzione della superficie agricola utilizzata. Incrementi di questo genere si sono concentrati per lo più nel Sud Italia.

Per avere un'idea complessiva sull'andamento del comparto agricolo è importante conoscerne la dimensione e la struttura. La tendenza comune, soprattutto nei paesi industrializzati, registra una riduzione nel numero delle aziende di piccole dimensioni: intorno al 2000, in termini percentuali, la quota scende in media di sei punti, passando dal 65% al 59%. La causa di questa diminuzione può essere una crescente incapacità di mantenere un livello di reddito adeguato a causa di problematiche presenti nel contesto economico e sociale, tutti questi aspetti possono essere riassunti nell'indice di marginalizzazione. Un suo alto livello comporta in modo diretto un aumento del rischio di cessazione dell'attività, ed ha conseguenze sia dal punto di vista economico sia ambientale.

Per capire il grado di vitalità di un'impresa agricola si devono prendere in considerazione anche attività aggiuntive. Infatti, maggiore è la predisposizione del contadino a diversificare la propria attività, maggiore è la possibilità dell'impresa di sopravvivere. La diversificazione dell'attività lavorativa è una scelta strategica che permette sicuramente di ridurre il rischio nella gestione, può però causare una diminuzione dell'efficienza economica. La diversificazione economica è fornita dalla percentuale delle aziende secondo l'attività lavorativa del conduttore.

Secondo elaborazioni fornite dall'INEA intorno al 2000, si confermano le generali tendenze da parte dei contadini ad allargare le attività con lavori extra-aziendali. La percentuale dei conduttori con una singola attività scende dal 73,6% al 71,3%, mentre sale quella degli agricoltori che svolgono l'attività agricola come principale dal 3,6% al 5%, e anche quella di chi svolge attività extra-aziendali dal 22,8 al 23,6%.

E' opportuno valutare anche l'apporto del comparto agricolo sul totale nazionale, mediante il rapporto tra il valore aggiunto del settore e il livello dell'economia italiana.

Negli ultimi decenni l'incidenza del valore aggiunto dell'agricoltura sul totale è costantemente diminuita, ad un tasso annuo del 2,5%; solo nelle regioni del Sud e delle Isole il contributo del settore agricolo rimane superiore al 4%.

Infine l'ultimo indicatore preso in considerazione è il livello degli investimenti fissi lordi, fondamentale in quanto, se elevato, contribuisce ad aumentare la competitività e l'efficienza del settore. Tale *ratio* si attesta intorno al 30%, con un tasso di crescita medio annuo dell'1,5% dal 1995 al 2001, fino ad arrivare poi al 33,6% nel 2003, tale evoluzione è giustificata probabilmente da una più marcata riduzione della spesa in beni capitali; rimane costante invece l'incidenza sul totale degli investimenti fissi lordi.

A livello di ripartizione territoriale, si manifesta una sensibile differenziazione: le zone in cui s'investe di più sono quelle del Mezzogiorno pari al 5,6% del totale investimenti, in particolare in Puglia e Calabria, un livello inferiore invece è registrato nel Centro-Nord pari al 3,8% circa, le Regioni con una maggiore concentrazione sono Emilia Romagna e Lombardia.

2.4 MERCATI DI SBOCCO (MERCATO ORTAGGI E CARNE)

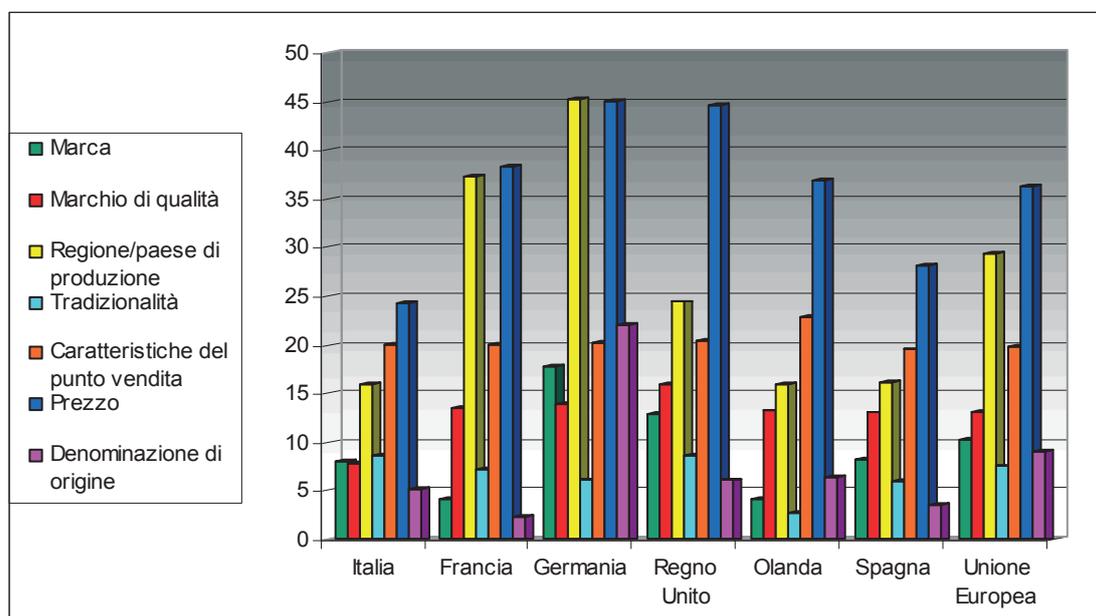
2.4.1 Caratteristiche e dimensioni

La situazione di continua trasformazione, che si può individuare nei mercati attuali, amplia la possibilità di scelta da parte del consumatore sia dal punto di vista della tipologia di bene, infatti le imprese per imporsi sul mercato tendono a differenziare sempre di più il prodotto, sia per la sempre crescente capacità di conservazione che comporta, non solo la possibilità di diffondere ovunque i prodotti tipici legati ad un determinato territorio, ma anche la disponibilità del bene stesso per tutto l'anno; tutto ciò contribuisce a rendere la domanda di prodotti del settore primario molto dinamica.

Le continue trasformazioni degli articoli offerti sono affiancate da altrettanti cambiamenti dei gusti e delle priorità dei compratori, i quali ricoprono un ruolo attivo nel determinare il successo dell'offerta alimentare, e basano le proprie scelte su alcune caratteristiche del prodotto tra cui: il gusto, il valore nutrizionale, la freschezza, la sanità, la genuinità, la varietà, la novità e la comodità d'uso. E' fondamentale capire quali siano i criteri sui quali si basa la decisione del consumatore, risultati che possono essere tratti dall'indagine Nomisma 2000, realizzata su un campione di famiglie localizzate nelle principali città italiane. Una prima caratteristica importante rilevata dall'analisi, è il peso attribuito alla convenienza dal punto di vista economico e alla presenza di eventuali offerte speciali. L'aspetto che però assume un ruolo fondamentale nella scelta, è la componente qualitativa, in altre parole la provenienza e la tipologia di trattamenti a cui il prodotto è sottoposto, elementi, cioè, che incidono sulla sua naturalità. La recente tendenza manifesta una predilezione per i prodotti di origine nazionale, che vengono percepiti più "sicuri", e soprattutto per quelli che possono vantare un marchio di qualità e garanzia; non si presta invece particolare attenzione alla provenienza regionale o provinciale. A causa del continuo allargamento dei mercati, soprattutto riguardo ai prodotti alimentari, è opportuno prendere in considerazione anche le caratteristiche del consumatore europeo, infatti il successo di un prodotto è dato anche dalla tradizione del segmento che si vuole

conquistare. Il mercato dell'UE è molto frammentato, in base al paese che si prende in considerazione, i consumatori attribuiscono un'importanza diversa alle proprietà appena indicate.

Criteria di scelta nei principali paesi europei³⁴



Le principali differenze si possono evidenziare dalla tabella precedente, che non considera la componente delle caratteristiche organolettiche, in quanto assume una posizione di supremazia sulle altre in tutti i paesi esaminati. In conformità ad un'indagine³⁵ effettuata sul mercato europeo, concentrata sui prodotti ortofrutticoli, è evidente come, anche per questi ultimi, sia fondamentale la garanzia di qualità, che si percepisce sia dall'aspetto del prodotto stesso sia dalle caratteristiche del punto vendita; inoltre, è da considerare anche la convenienza economica, fondamentale in un settore in cui vengono offerti prodotti indifferenziati, tanto da non giustificare la creazione di un marchio finalizzato al riconoscimento del prodotto; nonostante il tentativo di avvalersi di un *brand* di riconoscimento, si è ancora lontani dalla completa diffusione a causa dell'oggettiva difficoltà da parte delle imprese agricole di piccole dimensioni, come sono per la maggior parte quelle italiane, a sostenere ingenti investimenti nella comunicazione.

Nell'ultimo periodo, si sta incrementando l'importanza attribuita al marchio di qualità o d'origine, infatti, il consumatore percepisce una maggiore tutela da queste classificazioni, rispetto agli anni precedenti, attribuendo a riconoscimenti di questo tipo una maggiore garanzia sulle caratteristiche naturali dell'offerta.

Grazie ad analisi, come quella presentata, si possono individuare modelli di consumo, differenziati sia per prodotto, sia per il mercato selezionato, tanto da poter stabilire quale strategia adottare e su quale potenzialità puntare per riuscire ad essere competitivi.

Concentrando l'attenzione sul mercato italiano ortofrutticolo e delle carni fresche, è possibile stabilire un ordine tra i criteri di scelta: al primo posto ci sono le caratteristiche organolettiche, tra cui sicuramente l'apparenza, il profumo, il sapore, la freschezza; al secondo, il prezzo, ed infine l'aspetto del punto vendita. Dalla propria scelta ci si aspetta che siano soddisfatti dei bisogni a cui si dà un'importanza primaria, affiancati ad altri comunque rilevanti, tra cui la percezione di acquistare un prodotto alimentare "sicuro";

gli individui si manifestano sempre più attenti a queste tematiche e richiedono una particolare chiarezza nell'informazione, i consumatori europei, infatti, assimilano la sicurezza di un prodotto, in modo abbastanza omogeneo, all'assenza di pesticidi e ormoni e alla presenza di controlli eseguiti da enti autorizzati; in conclusione un prodotto può avere successo, creando una conoscenza adeguata del consumatore sulle caratteristiche dello stesso e sulle modalità di produzione.

Per quanto riguarda le carni fresche non esiste un modello consolidato che definisce e caratterizza le scelte del consumatore italiano, i due criteri (prezzo e qualità) indicati precedentemente, sono affiancati ad altri che però non sono diffusi in modo omogeneo tanto da non poter creare un modello di consumo.

2.4.2 Andamento della domanda

L'analisi della domanda è stata effettuata considerando i consumi in termini quantitativi e la spesa in termini di valori e per le tre macrocategorie che interessano il presente progetto: ortofrutta, oli e carne.

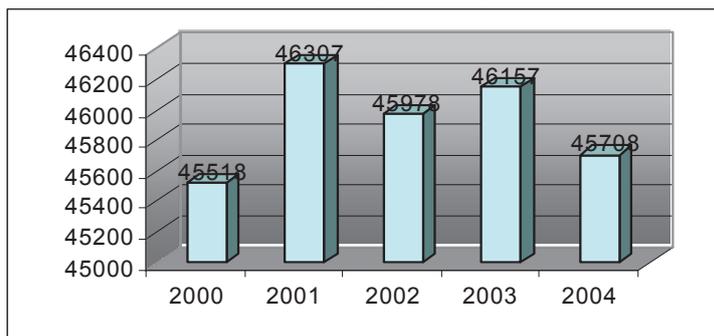
Per ciascuna categoria è stata studiata la composizione del paniere e l'andamento che ogni singolo prodotto ha all'interno del paniere di riferimento.

In generale l'andamento dei consumi domestici di prodotti agro-alimentari ha subito negli ultimi cinque anni una netta contrazione, pari al -10% in termini di volumi acquistati: si è passati infatti da più di 25 milioni di tonnellate del 2000 a meno di 23 milioni di tonnellate del 2004. La variazione media annua è stata del -2,6% circa. A tale contrazione hanno contribuito, in maniera più o meno accentuata, quasi tutte le categorie di prodotto, ma questo verrà approfondito nei successivi paragrafi.

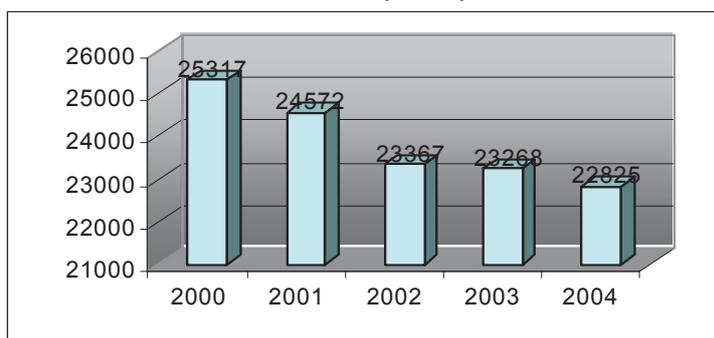
Analizzando però i dati in termini di valore di spesa, i consumi agro-alimentari delle famiglie italiane appaiono addirittura in aumento nel corso del quinquennio: tale dato è dovuto all'andamento altalenante e non omogeneo dei prezzi al consumo. La figura 6.2. evidenzia, in particolare, il contributo percentuale di ogni singola categoria sul paniere di spesa delle famiglie italiane: l'ortofrutta conta per il 18%, gli oli e grassi per il 4% e l'aggregato carne e uova per il 25% circa. Tali percentuali sono rimaste sostanzialmente invariate nel corso dei cinque anni esaminati.

Acquisti domestici del totale agro-alimentare (2000-2004)

A. Volumi (000 ton)

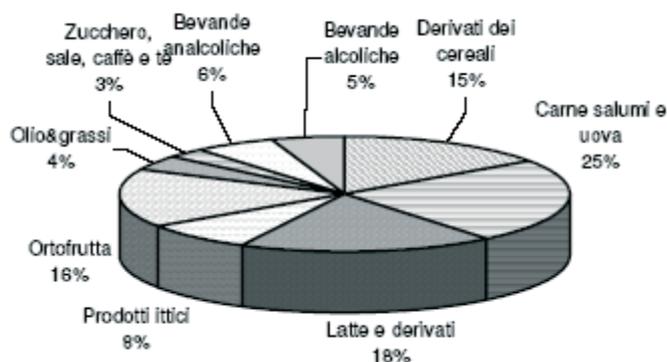


B. Valori (mln €)



Fonte: Ismea

Composizione del paniere di spesa agro-alimentare in valore



Fonte: Ismea

Per agevolare la comprensione dell'andamento della domanda, si procede a disaggregare i dati raccolti. Nella successiva trattazione sull'andamento della domanda dal punto di vista qualitativo i dati sono esaminati nel loro insieme.

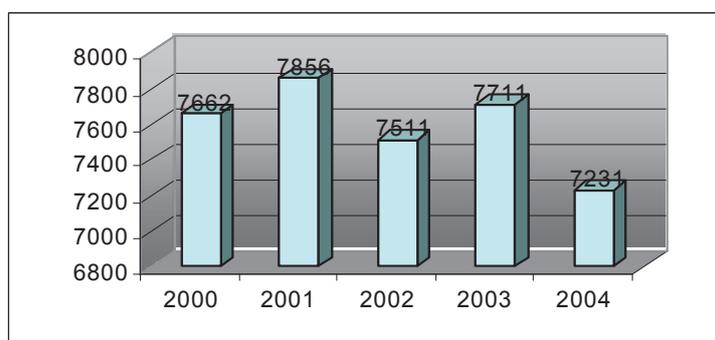
Ortofrutta

I dati a disposizione includono ortaggi e frutta. L'intero comparto ha subito nel quinquennio 2000-2004 un calo in volumi che in termini percentuali si attesta al -17%. La variazione media annua è del -5,4% circa. All'interno della macrocategoria tutte le voci hanno subito un calo vertiginoso dei consumi ad eccezione dei prodotti di importazione (frutti esotici, ecc.). In termini di spesa tuttavia la diminuzione dei consumi appare molto più contenuta: -6% in cinque anni. Tutto ciò, oltre che di un mutamento delle abitudini alimentari italiane, è probabilmente sintomo di un aumento dei prezzi medi.

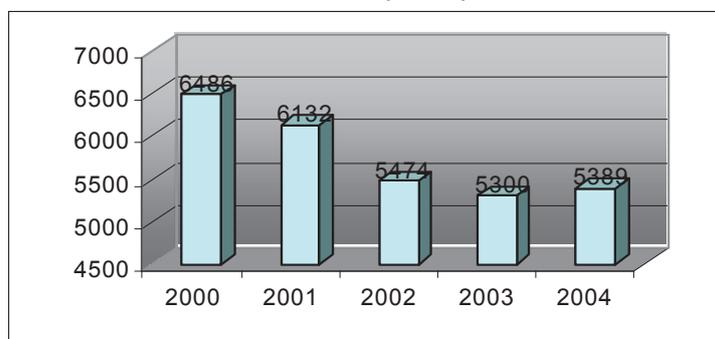
C'è un leggero segno di ripresa nel 2004 in termini di volumi acquistati: i prezzi si sono attestati su livelli più normali rispetto la disastrosa annata 2003.

Acquisti domestici di ortofrutta (2000-2004)

A. Volumi (000 ton)



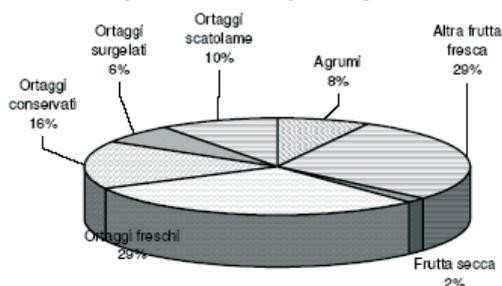
B. Valori (mln €)



Fonte: Ismea

Il comparto ortofrutta comprende ortaggi e frutta fresca, in scatola e surgelati. La composizione percentuale del paniere in valore si può evincere dalla figura 6.4..

Composizione del paniere di spesa per l'ortofrutta in valore



Fonte: Ismea

Gli ortaggi freschi incidono sulla spesa per il 29% circa e rappresentano, insieme alla frutta fresca, la categoria attualmente più quotata.

Tale composizione è però riferita alla media osservata nei cinque anni oggetto di analisi, non è quindi possibile comprendere quali siano stati gli oscillamenti che tali percentuali hanno avuto nell'arco di tempo esaminato. Per evidenziare il trend dei consumi delle famiglie, il report Ismea utilizzato per la trattazione di questa analisi, cerca di far rientrare ogni prodotto in una delle seguenti categorie:

- 1 Prodotti trainanti: quelli maggiormente consumati in quanto più adatti agli stili di vita moderni
- 2 Prodotti in crisi: prodotti che subiscono una forte contrazione anche a seguito di un lieve aumento dei prezzi
- 3 Prodotti maturi: si tratta di prodotti alla base della dieta del consumatore ma comprimibili, se pur in maniera lieve, in presenza di aumenti di prezzi.
- 4 Prodotti discendenti: si tratta di prodotti un tempo trainanti ma ora, come dice il termine stesso, "discendenti" nella dieta dei consumatori.

Si propone qui si seguito un elenco puntuale delle categorie sopra menzionate:

<i>Prodotti trainanti</i>	Ortaggi in scatola, ortaggi di quarta e quinta categoria (insalate lavate e tagliate, verdure lessate e grigliate, piatti pronti...), polpa e passata di pomodoro, kiwi.
<i>Prodotti in crisi</i>	Asparagi, fagiolini, insalata, pomodori, cetrioli, cavolfiori, pere, fragole, uva, pesche, pesche, clementine.
<i>Prodotti maturi</i>	Ortaggi surgelati, zucchine, melanzane, finocchi, banane, meloni, anguria.
<i>Prodotti discendenti</i>	Patate, carciofi, carote, pomodori pelati, mele, albicocche, arance, mandarini.

Nessun genere di ortaggio fresco fa parte dei prodotti al momento trainanti. Anzi, se si considera i dati riferiti al totale agro-alimentare, il report Ismea fa rientrare gli ortaggi freschi fra le categorie in crisi.

Tra i prodotti di interesse per la presente ricerca è in crisi particolarmente la patata: il consumo pro-capite italiano di circa 42 kg annui risulta essere uno dei più bassi d'Europa. Ad aggravare la situazione è soprattutto l'invasione del prodotto straniero (in particolare di quello francese ed egiziano): di questi 42 kg infatti la maggior parte è rappresentata da prodotti di importazione. In crisi anche gli asparagi, i fagioli,

la lattuga, i pomodori e i cetrioli.

In generale, l'andamento del consumo di ortaggi non è positivo a causa degli aumenti dei prezzi medi e del cambiamento delle abitudini degli italiani.

La tabella seguente figura sottolinea il calo del consumo di ortaggi freschi tra le famiglie italiane. La diffusione del consumo di patate è diminuito addirittura del 10% in quattro anni, la soglia del 10% è sfiorata anche dal fagiolino e dalla carota. Finocchio, melanzana e pomodoro sono invece tra i prodotti la cui diminuzione è risultata inferiore rispetto agli altri.

Diffusione del consumo di ortaggi freschi (2000-2004)

	2000	2004	var 00/04
asparago	32,90%	28,20%	-4,70%
carciofo	58,60%	51,30%	-7,30%
carota	76,10%	67,10%	-9,00%
cavolfiore	61,30%	53,90%	-7,40%
cetriolo	41,30%	36,50%	-4,80%
fagiolino	55,70%	47,60%	-8,10%
finocchio	70,20%	67,40%	-2,80%
insalata	87,80%	83,30%	-4,50%
melanzana	65,00%	62,40%	-2,60%
patata	77,40%	67,50%	-9,90%
peparone	71,90%	65,90%	-6,00%
pomodoro	89,60%	85,70%	-3,90%
zucchina	77,50%	72,50%	-5,00%
ortaggi surgelati	87,40%	85,90%	-1,50%
ortaggi scatola	98,10%	96,90%	-1,20%

Fonte: Ismea

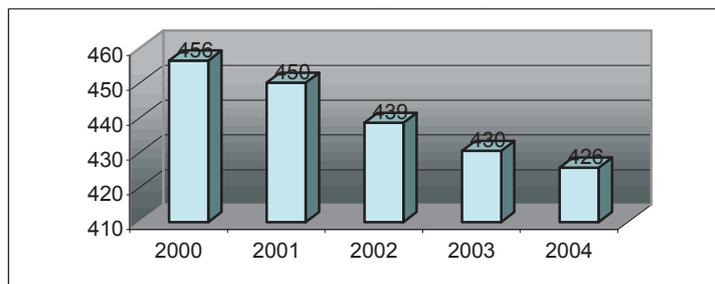
Oli

Il volume di acquisti domestici di oli è leggermente diminuito negli ultimi cinque anni: è passato da 456 a 426 migliaia di tonnellate. La riduzione totale è stata del -6,7% mentre quella media annua è stata del -2% circa. Nel 2004 tuttavia gli acquisti sono diminuiti in maniera lievemente minore rispetto agli altri anni e questo può essere interpretato come un leggero segnale di ripresa. Le diminuzioni tuttavia hanno interessato soprattutto gli oli di semi mentre quello d'oliva, nello specifico quello extravergine (che è poi ciò che a noi interessa), contrariamente al trend di comparto, ha goduto di un costante aumento dei consumi (+1.8% annuo). Fra gli oli extravergini si è assistito ad un boom dei consumi soprattutto degli oli biologici, il cui aumento negli ultimi cinque anni ha sfiorato la soglia del 50%.

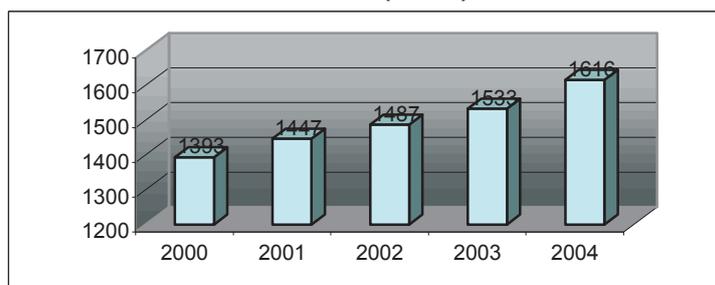
Sul fronte della spesa le tendenze appaiono diverse. Contrariamente ai quantitativi, la spesa per gli oli ha subito un aumento: è passata da 1,4 a 1,6 milioni di euro, manifestando un incremento totale del 16% e medio annuo del 3,8%. Tale crescita è però ascrivibile esclusivamente all'aumento di spesa per l'olio d'oliva, l'extravergine in particolare. La spesa per tutti gli altri oli è rimasta sostanzialmente invariata.

Acquisti domestici di oli (2000-2004)

A. Volumi (000 ton)

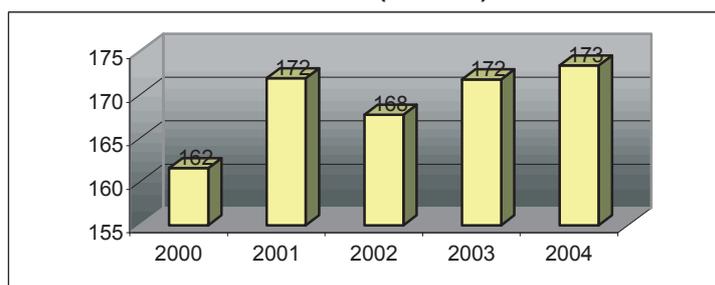


B. Valori (mln €)

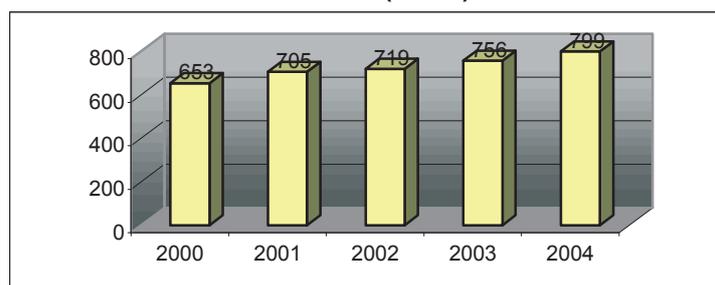


Acquisti domestici di olio d'oliva extravergine (2000-2004)

A. Volumi (000 ton)



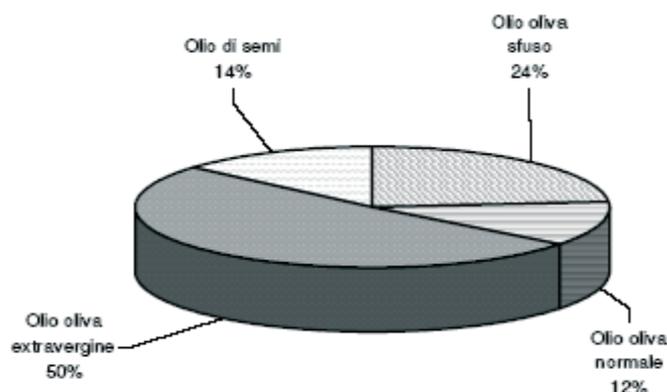
B. Valori (mln €)



Fonte: Elaborazioni dati Ismea

L'evoluzione è meglio desumibile graficamente dalle figure soprastanti. Esse evidenziano sia l'andamento degli acquisti domestici di oli sia un confronto tra quanto avviene all'interno dell'intero comparto e quanto invece interessa solo una sua singola voce in controtendenza: l'olio extravergine d'oliva.

Composizione del paniere di spesa per gli oli in valore



Fonte: Ismea

L'analisi della composizione specifica del paniere di spesa ed il suo andamento nel tempo evidenzia come la metà di questo sia costituito dall'olio extravergine di oliva, aggregato per il quale, sempre secondo dati Ismea, le famiglie hanno speso nel 2004 circa 800 milioni di euro. Secondo le classificazioni già fatte sopra, l'Ismea lo fa rientrare nella categoria dei prodotti maturi, quelli cioè il cui consumo è ormai entrato nella quotidianità delle famiglie italiane ed al quale è difficile rinunciare. Tra i prodotti trainanti compaiono invece gli oli biologici e Dop e Igp mentre in crisi risultano essere l'olio d'oliva normale, quello sfuso e quello di semi.

La tabella seguente registra in termini percentuali la diffusione del consumo dei diversi tipi di olio d'oliva tra le famiglie italiane: il consumo di olio extravergine sta crescendo. Ciò significa che le famiglie italiane stiamo progressivamente abbandonando il consumo di oli normali, sebbene più economici, a favore di un olio più costoso ma qualitativamente migliore. Attualmente il consumo di olio extravergine di oliva interessa il 72% degli italiani ed è, all'interno di tutto il comparto alimentare, uno dei prodotti più diffusi.

Diffusione del consumo di ortaggi freschi (2000-2004)

	2000	2004	var 00/04
Olio oliva dop+igp	3,20%	4,50%	1,30%
Olio oliva bio	1,20%	3,20%	2,00%
Olio oliva sfuso	14,20%	10,80%	-3,40%
Olio oliva normale	30,20%	30,60%	0,40%
Olio extravergine oliva	66,80%	72,40%	5,60%
Olio semi mais	32,40%	27,10%	-5,30%
Olio semi girasole	36,30%	34,20%	-2,10%
Olio semi soia	20,60%	12,10%	-8,50%
Olio semi arachide	17,70%	14,20%	-3,50%
Olio semi vari	41,80%	34,80%	-7,00%

Fonte: Ismea

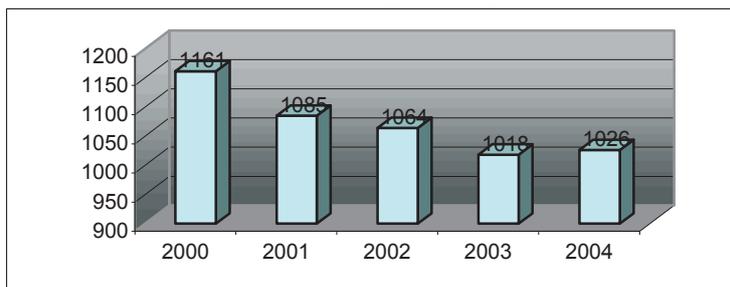
Carne

Il volume degli acquisti domestici di carne, negli ultimi cinque anni, è diminuito ad un tasso di variazione medio annuo del -2,4%, passando da 1,16 milioni a 1,03 milioni di tonnellate. Secondo le rilevazioni Ismea sono risultate in negativo tutte le principali voci del comparto e, in particolare, hanno subito i cali più significativi la carne ovicaprina (-9,4% medio annuo), la carne di coniglio (-4,4% medio annuo) e la carne avicola (-3,4% medio annuo). Per quest'ultima categoria le cattive performance sono dovute all'andamento negativo di tacchino (-4,7% medio annuo) e pollo (-3,1% medio annuo). Solo in leggero calo, invece, il consumo domestico della carne suina (-0,4% medio annuo).

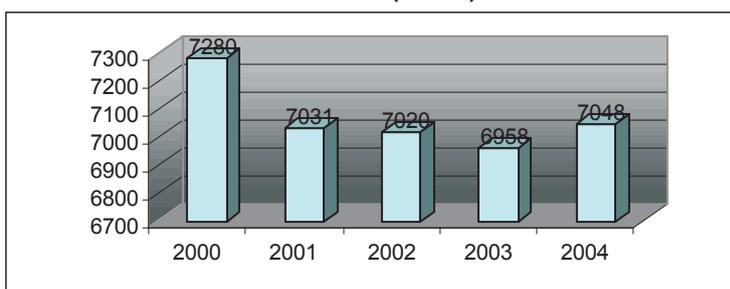
Sul fronte della spesa le tendenze risultano diverse. In media, la spesa per la carne è diminuita solo di circa mezzo punto percentuale l'anno, passando dai 7,28 miliardi di Euro del 2000 ai 7,05 miliardi di Euro del 2004. La flessione è ascrivibile soprattutto alla carne ovicaprina (-6% medio annuo) e a quella avicola (-1,2% e -2,4% medio annuo rispettivamente pollo e tacchino). Sostanzialmente stabile l'esborso per la carne bovina, in flessione invece anche il coniglio con valori che raggiungono il -2,7% medio annuo.

Acquisti domestici di carne (2000-2004)

A. Volumi (000 ton)



B. Valori (mln €)



Fonte: Elaborazioni dati Ismea

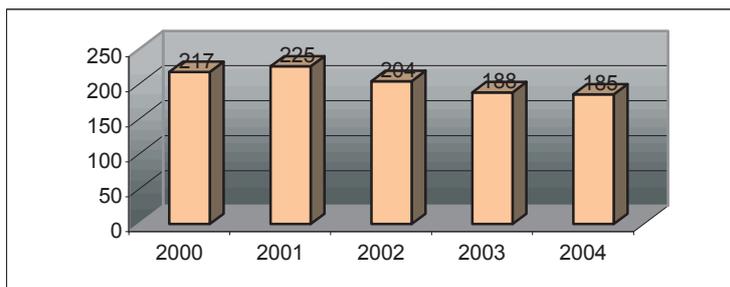
Si precisa che l'intero settore è stato condizionato nell'ultimo quinquennio dall'emergere di alcune crisi che hanno interessato la salute degli animali. Ricordiamo prima di tutto la BSE, la cui prima crisi è scoppiata nel 1997. Nel 2000 il mercato riesce a riportarsi ad una situazione di normalità mentre nel 2001, lo scoppio di una seconda crisi fa nuovamente precipitare il settore in una situazione critica, con conseguente diminuzione dei consumi per la carne bovina unitamente al forte calo delle quotazioni. La ripresa del mercato dalla crisi BSE, a partire dalla fine del 2002, riporta i consumi su valori normali, ma lo scoppio dell'influenza aviaria nei primi mesi del 2004 mette l'intero comparto avicolo a rischio, con conseguente calo della domanda ed aumento del consumo delle altre carni.

Il mercato attualmente sta cercando di risollevarsi dalle diverse crisi affrontate nell'ultimo quinquennio, puntando al rilancio della produzione nazionale attraverso la rintracciabilità, il branding ed il packaging. A conferma di ciò, osservando il trend dell'ultimo anno, si nota che nel 2004 gli acquisti domestici di carne, sia in termini di quantità che di valore, sono aumentati di quasi un punto percentuale nei confronti del 2003.

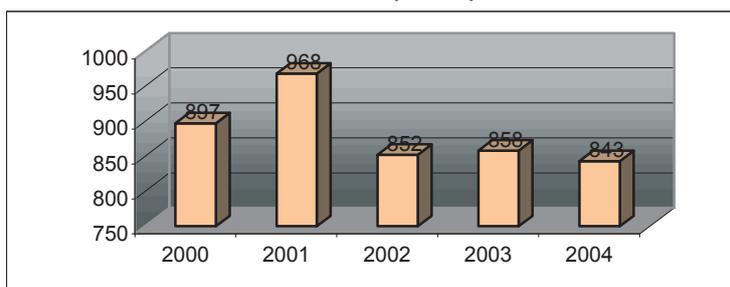
A ciò si è però contrapposto l'andamento dei consumi di carne avicola, sempre in diminuzione a causa della crescente minaccia dell'influenza aviaria, attualmente in atto e dagli epiloghi tuttora sconosciuti.

Acquisti domestici di pollo (2000-2004)

A. Volumi (000 ton)



B. Valori (mln €)



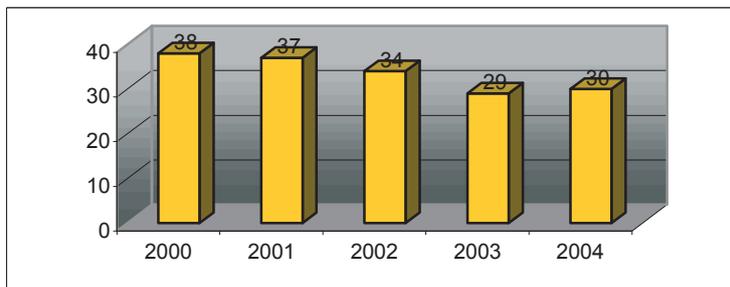
Fonte: Elaborazioni dati Ismea

E' difficile prevedere l'andamento del settore avicolo nei prossimi quattro anni, settore che sta vivendo una grande crisi ed è fortemente a rischio. Il calo dei consumi che sta interessando i polli in questi ultimi mesi del 2005 non è naturalmente desumibile dalle figure che seguiranno, riferite agli anni 2000-2004, ma si assesta senz'altro su valori che sfiorano anche la soglia del -50%.

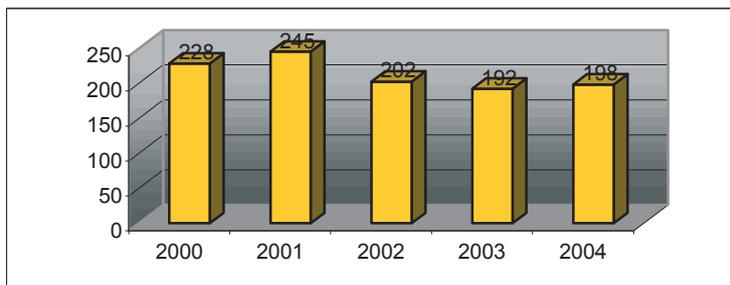
Considerazioni differenti possono essere fatte per quanto riguarda la carne di coniglio, interessata in primis dalla ripresa che ha subito il comparto nel 2004. Nello specifico gli acquisti domestici di carne di coniglio, nell'ultimo anno analizzato, sono aumentati in valore del 3,15% ed in quantità del 2,45%. A dimostrazione la seguente figura.

Acquisti domestici di coniglio (2000-2004)

A. Volumi (000 ton)



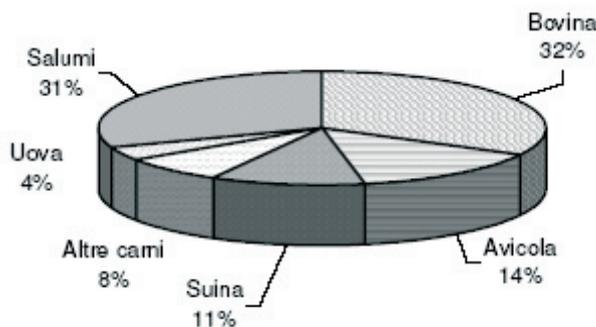
B. Valori (mln €)



Fonte: Elaborazioni dati Ismea

Come per il comparto ortofrutta ed il comparto oli è interessante capire la composizione anche del comparto carne. In questo caso i dati includono anche i salumi e le uova, categorie invece non incluse nella precedente trattazione riguardante gli acquisti domestici.

Composizione del paniere di spesa per le carni in valore



Fonte: Ismea

La carne bovina è senz'altro la più acquistata ed all'interno del paniere la sua quota supera il 30%, seguita dai salumi e dalla carne avicola (14%). Il coniglio rientra nella voce "altre carni" che comprende principalmente anche il cavallo, con una quota complessiva dell'8%.

La tendenza dei consumi di ogni singola voce del paniere è così classificata:

Prodotti trainanti	Carni in scatola, wurstel, affettati.
Prodotti in crisi	Carne bovina, carne avicola, carne surgelata, prosciutto cotto, prosciutto di Parma
Prodotti maturi	Carne suina, salame, prosciutto S.Daniele, speck
Prodotti discendenti	Pancetta, mortadella, uova

La tendenza dei consumi è osservabile anche dalla figura 6.14. Essa non classifica i prodotti in base al loro trend ma riporta la diffusione del consumo di ogni prodotto tra le famiglie italiane. E' di particolare interesse il notevole incremento della carne in scatola rispetto al decremento di tutte le altre categorie.

Si ricorda che per diffusione del consumo si intende la quota di persone sul totale della popolazione che solitamente consumano in prodotto in esame.

Diffusione del consumo di carne (2000-2004)

	2000	2004	var 00/04
carne totale	94,50%	91,60%	-2,90%
bovina	90,50%	86,80%	-3,70%
suina	86,00%	82,80%	-3,20%
ovicaprina	51,80%	33,10%	-18,70%
avicola	89,00%	84,60%	-4,40%
- tacchino	60,70%	54,30%	-6,40%
- pollo	83,50%	78,90%	-4,60%
coniglio	35,80%	30,20%	-5,60%
salumi	89,00%	84,60%	-4,40%
carne surgelata	26,40%	24,40%	-2,00%
carne scatola	10,60%	47,80%	37,20%

Fonte: Ismea

2.4.3 Stagionalità dei consumi

L'analisi dell'andamento della domanda in termini quantitativi ha dimostrato che i consumi hanno raggiunto la maturità dal punto di vista quantitativo e la fase di espansione che ha caratterizzato la domanda alimentare nel periodo che va dai primi anni '50 ai primi anni '70 è ormai terminata. E' in atto una modifica della domanda da punti di vista qualitativo in cui l'aumento di consumo di un bene va a scapito di un altro: i consumatori non scelgono 'se consumare di più ma scelgono 'cosa consumare e sono molto più attenti verso le componenti qualitative del prodotto.

L'analisi qualitativa della domanda individua il processo logico sottostante alle decisioni d'acquisto, allo scopo ultimo di identificare le modalità attraverso le quali un'impresa può influenzare le scelte individuali.

Le fasi che compongono questo processo sono:

- la percezione del bisogno
- la ricerca di informazioni
- la valutazione delle alternative
- la decisione d'acquisto
- la valutazione post-acquisto

Il consumatore sostanzialmente, una volta percepito il bisogno che lo motiva - in questo caso il bisogno di nutrizione - raccoglie le informazioni sulle diverse alternative, le classifica in uno schema di preferenze e decide per mezzo di questo. Ecco è proprio questo schema di preferenze che si è modificato e continua a modificarsi nel tempo. In aggiunta il fatto che comunque il consumatore è diventato sempre più esigente e attento alle sue scelte alimentari.

Le variabili che hanno determinato la modifica nel tempo delle caratteristiche in base alle quali orientare le proprie scelte d'acquisto sono sia di tipo economico che di tipo culturale. Lo schema proposto in figura 6.15. ne dà un'idea ed evidenzia anche le tendenze che ognuna delle variabili ha determinato.

Le variabili socio economiche, quali il fatto ad esempio che la popolazione abbia stili di vita sempre più frenetici, hanno orientato la domanda verso beni che permettono di risparmiare tempo: cibi in scatola o surgelati ad esempio, verdure già lavate e tagliate, ecc.. Sono tutti beni che incorporano servizi e permettono al consumatore di velocizzare i tempi di fruizione del pasto.

Dall'altro lato le variabili socio culturali hanno orientato le scelte verso prodotti dall'impatto ambientale meno violento ed allo stesso tempo più salutari. Si spiega in questo modo il grande boom dei prodotti biologici e dei marchi ad origine controllata.

Da tutto ciò deriva la considerazione che mentre prima il fattore predominante per le scelte d'acquisto poteva essere il prezzo, ora i criteri di scelta si sono allargati e comprendono tante altre caratteristiche.

Le nuove tendenze dei consumi: determinati e principali manifestazioni

DETERMINANTI	TENDENZE	MANIFESTAZIONI
VARIABILI SOCIO ECONOMICHE	RICERCA DI ELEVATO CONTENUTO DI SERVIZIO TIME-SAVING	<ul style="list-style-type: none"> servizio incorporato nel prodotto servizio commerciale reperimento informazioni
	DESTRUTTURAZIONE DEI PASTI	<ul style="list-style-type: none"> pasti fuori casa fruizione meno formale
	RINNOVATA ATTENZIONE AL PREZZO	
VARIABILI SOCIO CULTURALI	MAGGIORE ATTENZIONE AGLI EQUILIBRI SOCIO-AMBIENTALI	<ul style="list-style-type: none"> materiale: effetti sull'ambiente fisico immateriale: effetti sull'ambiente culturale e sociale
	RICERCA DEL BENESSERE SOGGETTIVO	<ul style="list-style-type: none"> materiale: effetti sulla salute immateriale: realizzazione della personalità

Fonte: G. Belletti, A. Marescotti Assetti e tendenze nei sistemi agro-industriali (1996).

Secondo l'VIII rapporto Numisma, da un'indagine Inra³⁶ sui consumi riferita al 2000 emergono significativi risultati in merito proprio ai criteri che guidano le scelte degli europei di prodotti alimentari. Di seguito una tabella riepilogativa dell'indagine riferita alla sola Italia ordina i criteri di scelta prevalenti per ogni categoria rientrante nel grande comparto alimentare.

I criteri di scelta dei prodotti alimentari (2000)

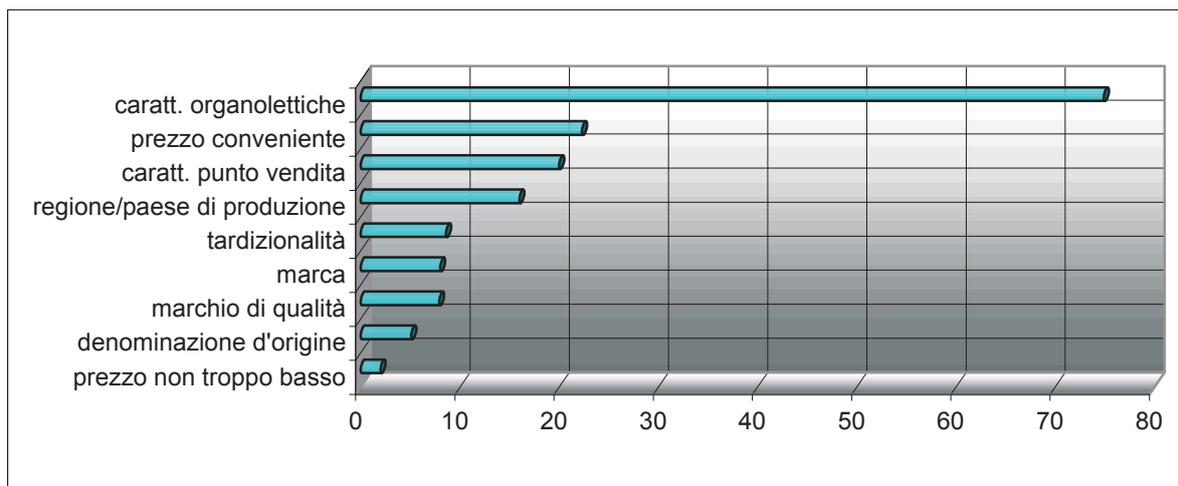
	Formaggi	Salumi e insaccati	Carne fresca	Prodotti da forno	Prodotti ortofrutticoli
1° criterio	Caratt. organolettiche	Caratt. organolettiche	Caratt. organolettiche	Caratt. organolettiche	Caratt. organolettiche
2° criterio	Marca	Marca	Caratter. punto vendita	Caratter. punto vendita	Prezzo conveniente
3° criterio	Prezzo conveniente	Marchio di qualità	Prezzo conveniente	Marca	Caratter. punto vendita

Fonte: Indagine Inra (Eurobarometro 50.1.), tratta dall' VIII Rapporto Numisma.

Le caratteristiche organolettiche (l'aspetto, il profumo, il sapore, la consistenza, la freschezza, ecc.) sono naturalmente gli attributi imprescindibili per un prodotto alimentare e sono il primo elemento guida nella scelta di acquisto, condiviso da una base decisamente allargata di consumatori.

Compaiono poi per ogni categoria alcune specificità nella formazione dei parametri di scelta. Per quanto riguarda i formaggi e i salumi ad esempio il secondo criterio risulta essere la marca. Si tratta infatti di un settore dove le aziende hanno svolto attente politiche di marketing volte alla diffusione della marca ed al suo riconoscimento da parte del consumatore. E' più probabile quindi che le scelte d'acquisto in questo comparto siano di tipo brand-oriented. Le caratteristiche del punto vendita rimangono invece criteri importanti laddove non esistano dei marchi affermati e si decida di affidarsi al proprio rivenditore di fiducia. Il prezzo risulta essere un criterio di scelta importante soprattutto per l'ortofrutta.

I criteri di scelta dei prodotti ortofrutticoli (2000)



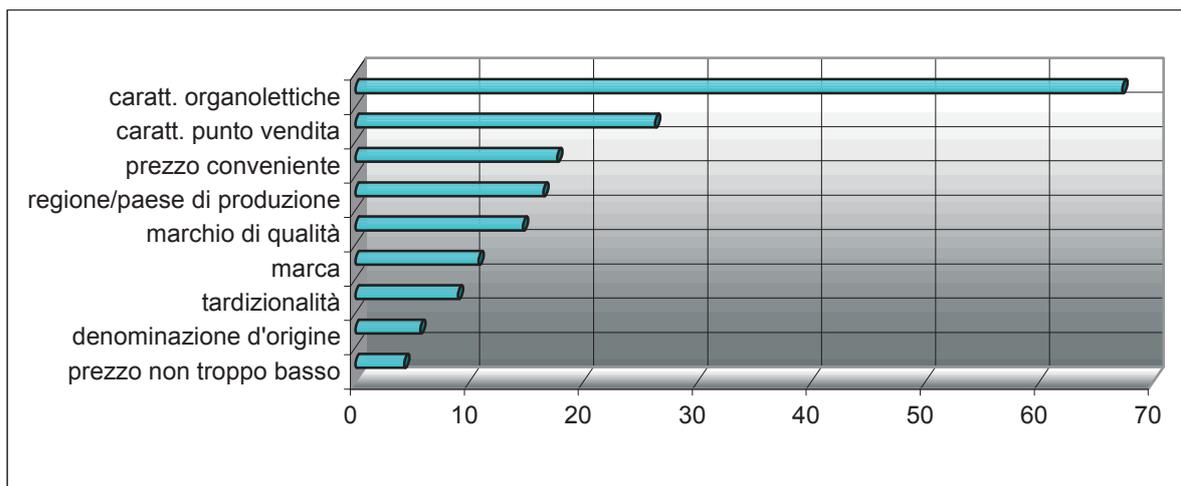
Fonte: Indagine Inra (Eurobarometro 50.1.), tratta dall' VIII Rapporto Nomisma.

Le caratteristiche organolettiche sono l'elemento più apprezzato dal consumatore di frutta e verdura (il 75% degli intervistati la indica come il criterio prevalente). In questo ambito merceologico il consumatore italiano ha le idee molto chiare: la fiducia viene riposta quasi esclusivamente sull'aspetto del prodotto. Un ulteriore elemento che, dopo il prezzo (22,3%), aiuta ad identificare la scelta, è rappresentato dalle caratteristiche del punto vendita (20%). Un elemento distintivo del mercato dei prodotti ortofrutticoli è rappresentato dalla bassa rilevanza attribuita alla marca (8%).

Relativamente al mercato della carne fresca, il risultato dell'indagine mostra caratteri autonomi rispetto ai salumi e agli insaccati. Se anche in questo caso non si può prescindere dall'aspetto del prodotto e dalle sue caratteristiche organolettiche (67% degli intervistati italiani dichiarano rilevante tale criterio), ora diventa molto rilevante anche l'affidabilità riposta nel punto vendita (26%), persino più della convenienza.

Gli altri attributi, quali la presenza di una marca (11%), di un marchio di qualità (15%), la provenienza del prodotto (16,5%) e la convenienza (18%) non appaiono criteri diffusamente seguiti.

I criteri di scelta della carne fresca (2000)



Fonte: Indagine Inra (Eurobarometro 50.1.), tratta dall' VIII Rapporto Nomisma.

A fini del presente progetto si è preso in considerazione anche la sezione: i *prodotti tipici*. Varietà come l'Asparago bianco di Bassano, la cipolla rossa di Bassano, il Broccolo di Bassano e nell'eventualità anche il mais di Marano sono esempi di prodotti per i quali i consumatori adottano criteri differenti nella scelta. Sempre secondo l' VII rapporto Numisma, un'indagine sui consumi di prodotti tipici riferita al 2000 ha rilevato i criteri che orientano la scelta dei prodotti alimentari tipici e li ha catalogati in ordine di importanza, attribuendo ad ognuno di questi un punteggio su una scala che va da 1 a 10. Di seguito i risultati dell'indagine.

Criteri di scelta dei prodotti alimentari tipici (2000)

Criteri di scelta	Punteggio medio	Importanza alta giudizio da 8 a 10
Marchi di tutela e garanzia di qualità	8,8	85,8%
Prodotto naturale	8,2	75,1%
Provenienza italiana del prodotto	8,2	73,8%
Vicinanza italiana del prodotto	8,0	68,6%
Prezzo e convenienza	7,4	56,4%
Presenza di promozioni	6,7	45,9%
Prodotto della regione/provincia di appartenenza	5,9	34,9%
Marca famosa	5,4	19,2%

Fonte: Indagine Prodotti Tipici 2000, tratta dall' VIII Rapporto Nomisma.

E' evidente che la qualità del prodotto, la genuinità dei suoi ingredienti e la loro provenienza italiana e al tempo stesso la presenza di garanzie e di tutele appaiono i principali fattori di successo. Una maggiore caratterizzazione geografica del prodotto non risulta invece un elemento discriminante nella scelta: appena

il 35% dei consumatori attribuisce alta importanza alla provenienza regionale e/o provinciale dei prodotti alimentari.

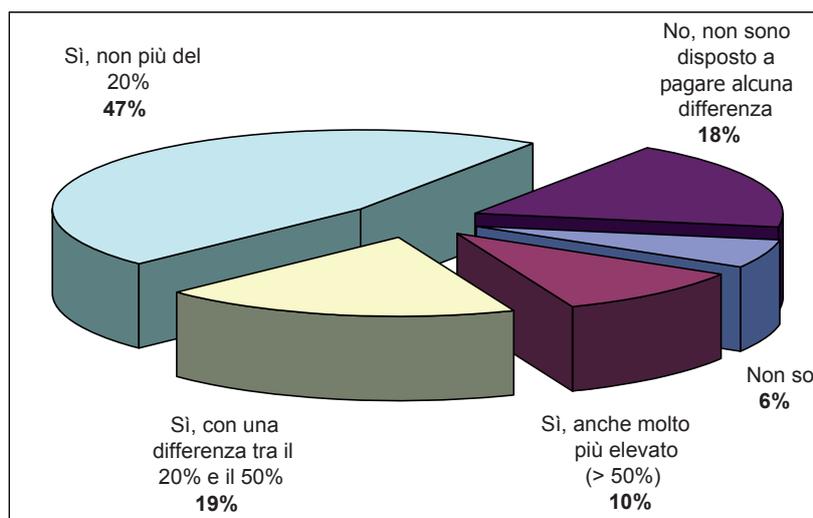
La presenza di una marca famosa e la convenienza non sembrano essere in questo caso, pur conservando un ruolo importante, i fattori determinanti delle scelte del consumatore.

E' questo ciò che più differenzia l'acquisto di un prodotti tipico da uno tradizionale: il consumatore è disposto anche a pagare un prezzo maggiore pur di avere garanzie sulla qualità e certificazioni sulla provenienza. La coltivazione di prodotti tipici può in questo caso giustificare l'applicazione di prezzi maggiori di vendita ed allo stesso tempo tali maggiorazioni non dovrebbero andare ad incidere sulla quantità domandata. In sostanza la domanda per prodotti tipici è meno elastica rispetto al prezzo di quanto lo sia la domanda per prodotti 'normali'.

Alcuni dati confermano che, pur non essendovi uniformità di posizioni nell'entità del differenziale sostenibile, il 76% dei consumatori si dichiara favorevole a pagare una differenza di prezzo se questa differenza implica garanzie di qualità e di sicurezza dei prodotti acquistati,

Infatti, poco meno del 50% si dichiara disposto a pagare un prezzo più elevato ma non superiore al 20% rispetto al prezzo sostenuto per i 'normali' prodotti alimentari; il 19% non mostra alcuna opposizione a sostenere un differenziale compreso tra il 20% ed il 50%. Un ulteriore 10,5% appare quasi indifferente alla variabile prezzo dichiarandosi disposto a sostenere un differenziale superiore al 50% pur di assicurarsi le garanzie di tutela e di qualità dei prodotti tipici. La quota di consumatori che invece non sono disposti a pagare alcuna differenza si aggira intorno al 18%.

Il differenziale di prezzo 'sostenibile' per i prodotti tipici (2000)



Fonte: Indagine Prodotti Tipici 2000, tratto dall'VIII rapporto Nomisma.

Si sottolinea che il successo dei prodotti alimentari deve passare attraverso l'apprezzamento delle caratteristiche organolettiche del prodotto. La presenza della denominazione di origine e del relativo marchio non è sufficiente ad assicurare il consenso del consumatore il quale dipende dal giusto equilibrio tra prezzo e originalità di gusto e sapore.

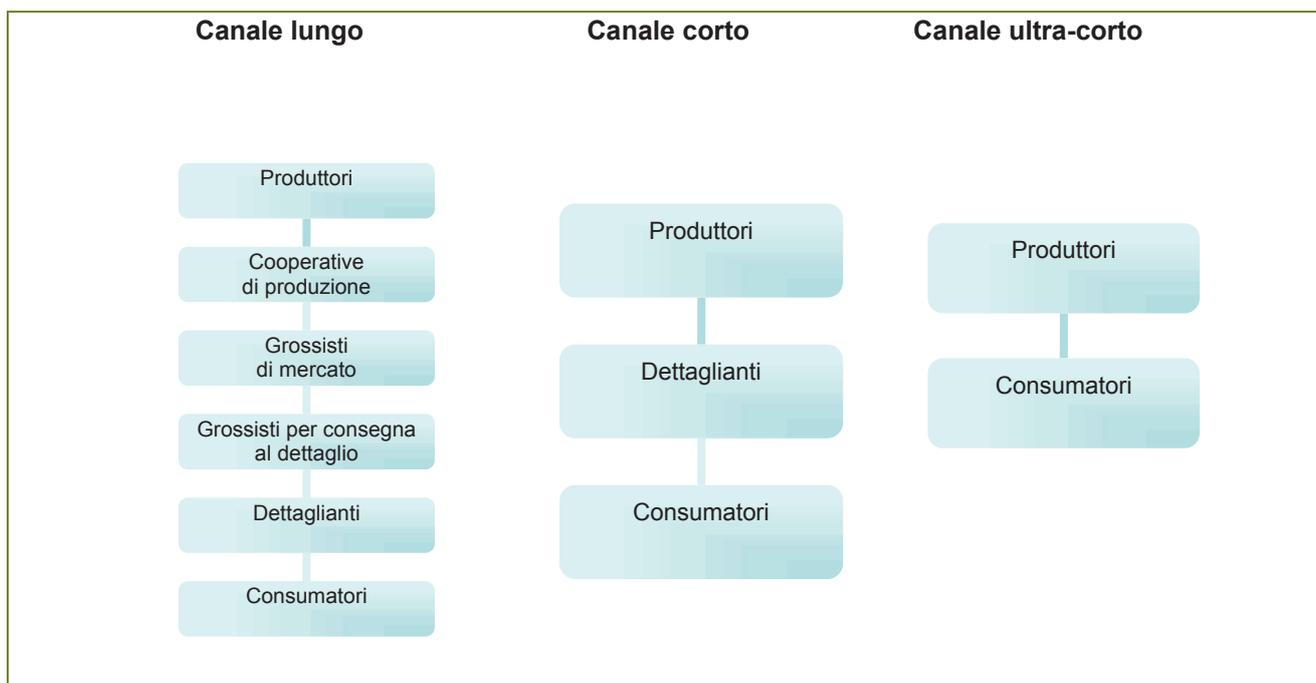
2.5 CANALI DISTRIBUTIVI

La scelta del canale attraverso il quale offrire i propri prodotti al mercato di riferimento appare strategica in quanto le sue implicazioni sono sia di tipo economico che di immagine. Decidere di proporre le merci in un mercato all'ingrosso piuttosto che venderle direttamente al pubblico va ad influenzare il prezzo di vendita, la gestione della vendita come anche le strategie di marketing da adottare.

2.5.1 Possibili canali distributivi

I canali distributivi da proporre ad un'impresa agricola sono molteplici. Prima di approfondirli iniziamo col darne una definizione precisa. Secondo Veneto Agricoltura per canale di distributivo si intende "l'insieme delle organizzazioni indipendenti che assumono le funzioni necessarie al trasferimento dei prodotti dal produttore al consumatore". A seconda delle organizzazioni che intervengono nell'intero processo di trasferimento i canali si distinguono in lunghi, corti o ultra-corti.

Figura 6.23. Canali di distribuzione per un'impresa agricola



Fonte: Veneto Agricoltura, *Il sistema ortofrutticolo veneto: un modello in evoluzione*, 2002.

Lo schema presenta una visione d'insieme delle alternative distributive a disposizione di un'azienda agricola, alcune delle quali presentano strutture complesse ed ulteriori diramazioni con altrettante alternative.

In questa sede si approfondirà la classificazione, identificando:

- il canale lungo con la “*vendita ai grossisti*”
- il canale corto con la “*vendita ai dettaglianti*”
- il canale ultra-corto con la “*vendita ai consumatori*”

Vendita ai grossisti

La vendita ai grossisti (di mercato o per la consegna al dettaglio), seppur possa avvenire anche direttamente, si realizza il più delle volte per mezzo di Cooperative o Associazioni di produttori.

A loro volta tali cooperative possono o meno far capo a Organizzazioni di produttori (OP). Queste forme di cooperazione fra produttori nascono dall’esigenza di aggregare l’offerta dei prodotti agricoli e si attivano, oltre che per tutelare il reddito delle imprese agricole nei confronti del mercato, dell’industria di trasformazione e di distribuzione, incrementando il potere contrattuale nei confronti dei contraenti, anche per monitorare la filiera e garantire prodotti sempre più qualificati e sicuri per il consumatore. Le norme che regolano queste forme organizzate differenziano il settore ortofrutticolo da tutti gli altri settori (produzioni zootecniche, cereali, sementi, vino, ecc.): le organizzazioni ortofrutticole si basano sul Regolamento CE 2200/96 e le sue successive modifiche e integrazioni, mentre gli altri settori trovano la loro base normativa nel D.Lgs. 228/01 e nella L.R. 24/2000.

Sia che si decida di vendere direttamente ai grossisti o di farlo per mezzo di OP, bisogna passare tramite il mercato. A seconda di chi vi vende e di chi vi si fornisce, esistono tre diverse tipologie di mercati in Italia. In ordine di importanza si parla di:

- Mercati alla produzione: sono mercati che sorgono in aree produttive strategiche dall’accordo di produttori che si organizzano e decidono appunto di aggregare la loro offerta. Vi si riforniscono i grossisti e per questo rappresentano la fonte di approvvigionamento per gli altri mercati all’ingrosso. Esempi veneti sono il mercato di Chioggia e quello di Somma Campagna (Vr).
- Mercati all’ingrosso principali: si forniscono dai mercati alla produzione e per dimensione rivestono un’importanza nazionale. Talvolta gestiscono anche rapporti internazionali. Esempi sono il mercato di Treviso, Verona, Padova o Bologna.
- Mercati all’ingrosso redistributivi: questi si riforniscono sia dai mercati alla produzione che da quelli principali. Lavorano per lo più su ordinazione. Vi si possono rifornire sia grossisti che dettaglianti. I principali veneti sono quello di Vicenza e quello di Bassano del Grappa.

Vendita ai dettaglianti

Quando si parla di vendita ai dettaglianti non si intende far riferimento unicamente ai negozi specializzati, ma a tutti i possibili canali di vendita che possono raggiungere il consumatore finale. Questi si suddividono in tre macrocategorie, all’interno delle quali si individuano ulteriori raggruppamenti. Segue una breve descrizione.

- Esercizi commerciali alimentari

Sono inclusi i negozi specializzati o non specializzati che hanno da sempre rappresentato la fonte distributiva principale per il nostro paese. La loro concentrazione è tuttavia abbastanza disomogenea: dati del 2003 infatti indicano che quasi la metà degli esercizi è localizzata al sud Italia. La tabella successiva dimostra che gli esercizi al sud, oltre ad essere superiori numericamente, presentano anche un minor rapporto abitanti/esercizi (=densità), il che vuol dire che vi sono più esercizi commerciali in

rapporto alla popolazione residente di quando non avvenga nel resto dell'Italia. Anche il Nord presenta dati discordanti rispetto al totale nazionale, ma nella direzione opposta di quanto accade al Sud: la concentrazione degli esercizi è decisamente inferiore, come lo è anche la quota sul totale degli esercizi. Dati congiunturali dimostrano che il totale degli esercizi alimentari è diminuito nel 2003 dello 0,6% in totale. A livello di ripartizione territoriale si registrano ancora tendenze diversificate tra il Centro-Nord, dove la consistenza della rete alimentare presenta una flessione dell'1,5%, ed il Mezzogiorno, dove si ha un incremento dello 0,8%.

Esercizi commerciali alimentari per ripartizione territoriale (2003)

	NORD		CENTRO		SUD E ISOLE		ITALIA	
	Numero	%	Numero	%	Numero	%	Numero	%
Frutta e verdura	8578	12,6	4775	14,3	9626	10,8	22979	12,1
Carne e a base di carne	11396	16,8	6370	19,1	20629	23,1	38395	20,1
Pesci e prodotti della pesca	1538	2,3	1395	4,2	5107	5,7	8040	4,2
Pane e pasticceria	6080	8,9	2062	6,2	4840	5,4	12982	6,8
Vini, oli e bevande	2264	3,3	1021	3,1	1986	2,2	5271	2,8
Altri alimentari	7883	11,6	3291	9,9	11259	12,6	22433	11,8
Alimentari non specializzati	30208	44,5	14372	43,2	35917	40,2	80497	42,2
IN COMPLESSO	67947	100	33286	100	89364	100	190597	100
% su Totale esercizi	23,8		23,4		28,8		25,8	
DENSITÀ	382		332		231		303	

Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio, Ministero delle Attività Produttive.

- Commercio ambulante e forme speciali di vendita alimentare

Il commercio ambulante si distingue in fisso e mobile; accanto a questo vi sono poi altre forme di vendita che, sebbene non possano considerarsi le più comuni e diffuse, fanno comunque parte dell'universo di canali di cui un consumatore si può avvalere per acquistare prodotti alimentari. La figura che segue mostra che tre quarti degli esercizi considerati si identificano in ambulanti fissi, sebbene solo il 35% del totale degli ambulanti fissi in Italia sia specializzato in vendite alimentari.

Commercio ambulante ed altre forme di vendita (2003)

Tipologia	Numero esercizi	%	% su tipologia
Ambulante fisso	32693	73,7	35,8
Ambulante mobile	6933	15,3	17,6
Per corrispondenza	3033	6,8	48,9
Vendita a domicilio	598	1,3	11,2
Distributori automatici	1135	2,6	55,2
TOTALE	44392	100	30,8

Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio, Ministero delle Attività Produttive

La suddivisione in base alla zona altimetrica non è disponibile, tuttavia dati tratti da un rapporto sul Veneto³⁷, dimostrano che il commercio ambulante in questa regione è diminuito tra il 1994 ed il 2001 ad un tasso medio annuo del 10% circa. Il numero di venditori ambulanti al 2001 era di 2678, rappresentante solo il 6,8% del totale italiano.

- Grande distribuzione alimentare

Le strutture appartenenti alla GDO sono: ipermercati, supermercati, cedis (centri d'acquisto), superette e discount. Considerando ora questa forma distributiva nel suo complesso, indipendentemente dalle sue diverse manifestazioni, si possono osservare interessanti andamenti a seconda della zona di riferimento. La seguente figura è a dimostrazione del fatto che la GDO mostra dinamiche differenti al Nord sia rispetto al Sud che al Totale Italia. Il Nord, oltre ad essere la sede di più del 50% delle unità, è anche l'unica zona in cui il numero delle unità appare in aumento. Il trend che si osserva si avvicina molto al resto d'Europa. Dati riferiti al Veneto³⁸ in particolare dimostrano che questa si presenta addirittura come una delle regioni leader per presenza di unità della GDO, e tale quantità è in costante aumento.

Grande distribuzione alimentare per ripartizione territoriale (2003)

	Unità operative		Sup. Vendita		Addetti		Numero di unità per 100.000 abitanti	Sup. vendita mq/1.000 abitanti
	Numero	Var% 03/02	Numero	Var% 03/02	Numero	Var% 03/02		
Nord	3956	4,5	4824441	6,3	118981	5,8	15,2	185,6
Centro	1463	-1,5	1534765	-3,2	38912	-0,4	13,2	138,7
Sud	1854	-2	1714046	-1,1	32643	-1,7	9	83,1
TOTALE	7273	1,5	8073252	2,7	190536	3,1	12,6	139,9

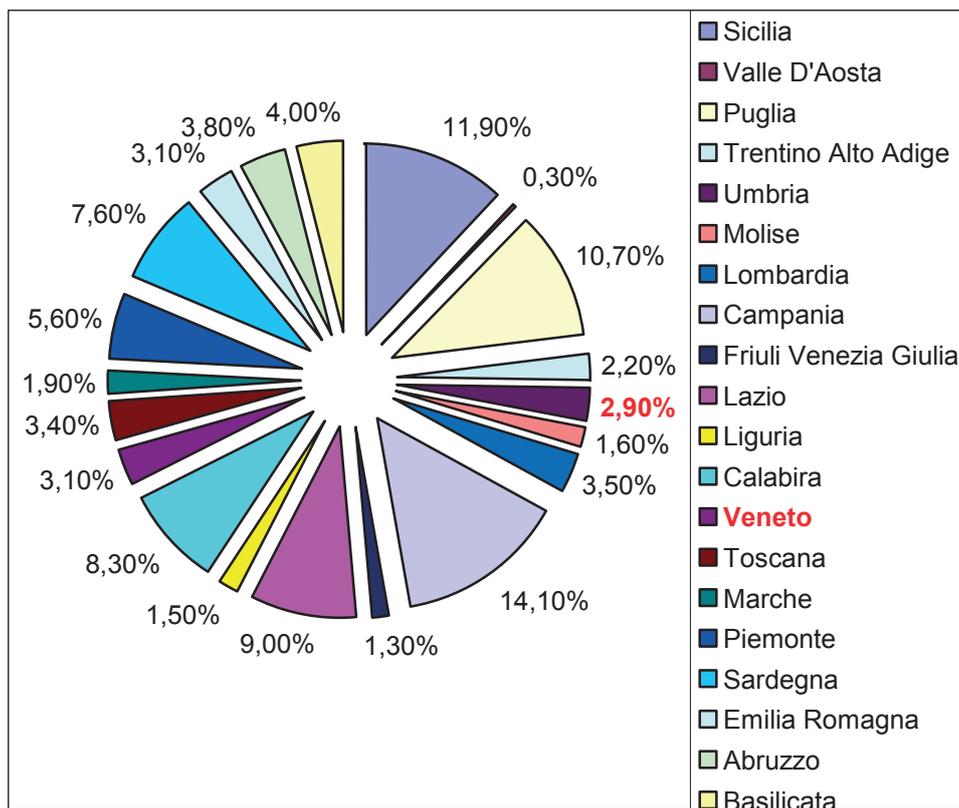
Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio, Ministero delle Attività Produttive.

Vendita ai consumatori

La vendita ai consumatori viene identificata nel caso delle aziende agricole con la cosiddetta “vendita diretta”.

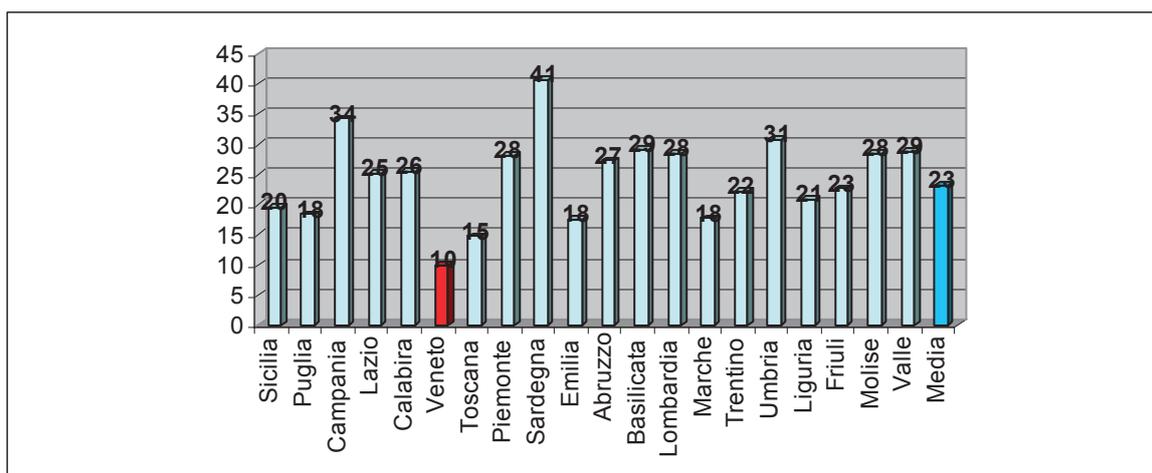
Secondo delle indagini svolte da Veneto Agricoltura emergono degli interessanti risultati che rapportano il Veneto al resto del Paese. Dai risultati emerge che il Veneto, con il suo 10% di aziende che effettuano vendita diretta (le quali rappresentano il 3,10% del totale nazionale), non pone certo la vendita diretta al primo posto fra i possibili canali distributivi. Le seguenti figure illustrano graficamente gli esiti delle indagini e si commentano da sole.

Distribuzione regionale delle aziende che effettuano vendita diretta (2000)



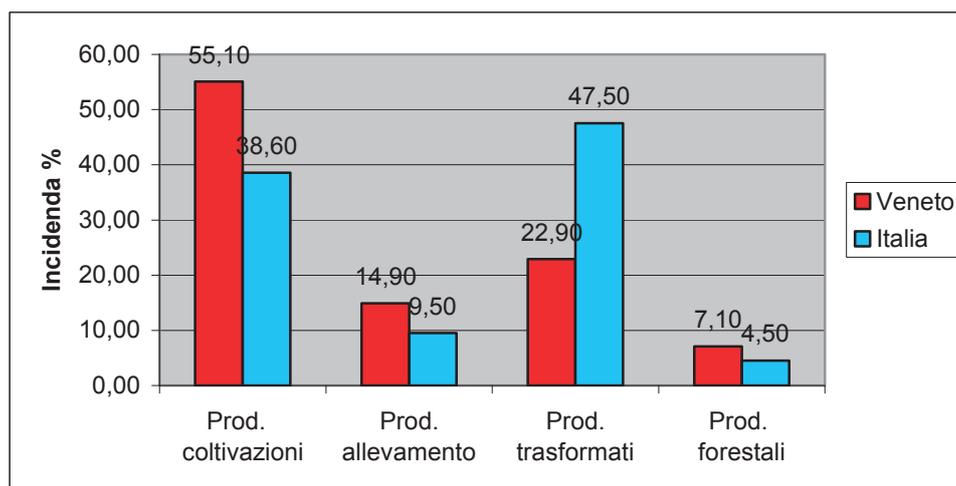
Fonte: Elaborazioni Veneto Agricoltura di dati Istat - 5° Censimento generale dell'agricoltura.

Incidenza percentuale delle aziende che effettuano vendita diretta sul totale delle aziende regionali (2000)



Fonte:Elaborazioni Veneto Agricoltura di dati Istat - 5° Censimento generale dell'agricoltura.

Percentuale di imprese che esercitano vendita diretta per categorie di prodotto (2000)



Fonte:Elaborazioni Veneto Agricoltura di dati Istat - 5° Censimento generale dell'agricoltura.

Tuttavia emerge anche che, mentre per il totale Italia la categoria di prodotto maggiormente venduta a mezzo di questo canale distributivo è quella dei prodotti trasformati, per il Veneto la categoria più trattata sono i prodotti freschi della terra.

Al di là di questi risultati generali, è importante anche capire quali siano le modalità attraverso le quali poter attivare una vendita diretta, quali i vantaggi e gli svantaggi. Soprattutto è fondamentale comprendere quanto tale metodo sia apprezzato e diffuso fra i consumatori. Veneto Agricoltura, in collaborazione con l'Università di Padova, ha svolto un'indagine a riguardo. I risultati sono schematizzati nella seguente figura:

Risultati di un'indagine sulla vendita diretta (2004)

Modalità di vendita diretta più diffuse
Vendita in azienda
Vendita nei mercati rionali
Vendita per mezzo di internet
Difficoltà percepite dai produttori
Produzione di una limitata gamma di beni in grandi quantità in periodi ristretti
Rilevanti spese di personale
Eccessiva burocrazia e mancanza di uniformità nell'interpretare normative in ambito comunale
Vantaggi percepiti dagli utenti
Freschezza, genuinità, salubrità, sicurezza del prodotto, legame con il territorio e con la persona
Prezzo migliore rispetto alla grande distribuzione
Qualità maggiormente controllata rispetto alla grande distribuzione
Riduzione degli intermediari che approfittano delle diverse fasi collocate fra la produzione e la vendita dei prodotti
Svantaggi percepiti dagli utenti
Disponibilità di una ridotta gamma di prodotti
Difficoltà di accesso ai punti vendita: le aziende sono spesso collocate in zone difficilmente raggiungibili
Fattore tempo: nell'attuale società, caratterizzata da ritmi di vita e lavoro sempre più incalzanti, risulta difficile avere il tempo per acquisti mirati

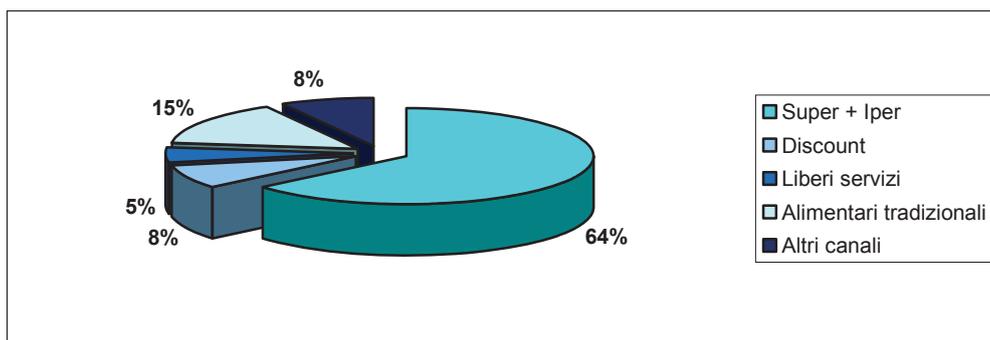
Fonte: *La vendita diretta dei prodotti agricoli, linee guida emergenti da un'indagine empirica*; Agripolis 29/11/2004, Veneto Agricoltura e Nicola Alberto de Carlo (Università degli Studi di Padova).

2.5.2 Tendenze nel settore

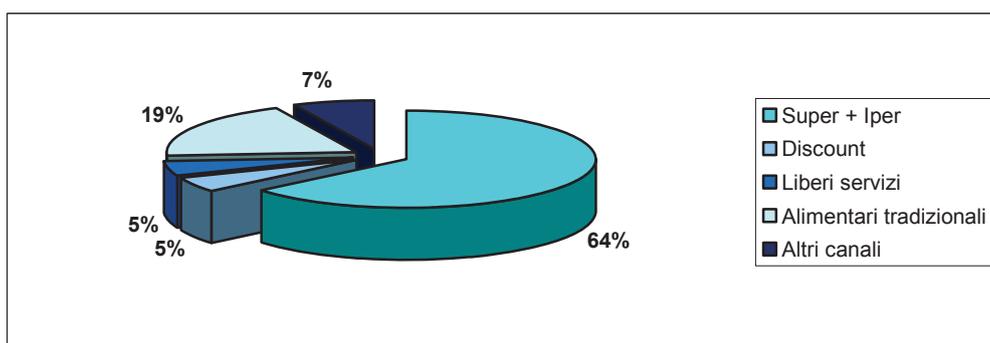
Si presenta di seguito un'analisi sui canali d'acquisto maggiormente utilizzati dai consumatori al dettaglio. Per il totale alimentare, si evidenzia una preferenza dei consumatori verso gli acquisti presso la grande distribuzione. Supermercati, ipermercati e discount coprono da soli quasi tre quarti del mercato sia in termini di volumi d'acquisto che di spesa.

Distribuzione degli acquisti alimentari per canale di vendita (2004)

A. Volumi



B. Valori



Fonte: Elaborazioni dati Ismea

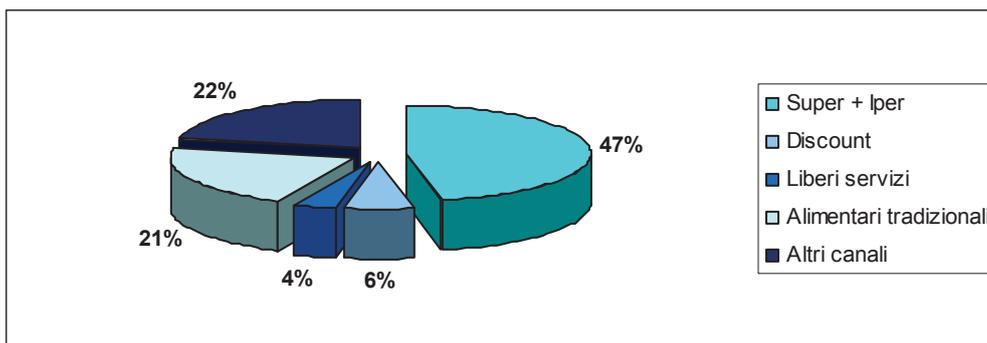
Gli acquisti fatti per mezzo di unità operanti nella GDO, oltre a rappresentare la maggioranza, hanno anche mostrato un andamento in aumento negli ultimi anni. Al contrario sono diminuiti gli acquisti presso i canali tradizionali di vendita. Il dato è confermato dal fatto che le unità della GDO, come visto nel precedente paragrafo, sono in costante incremento sia numerico che dimensionale.

Ortofrutta

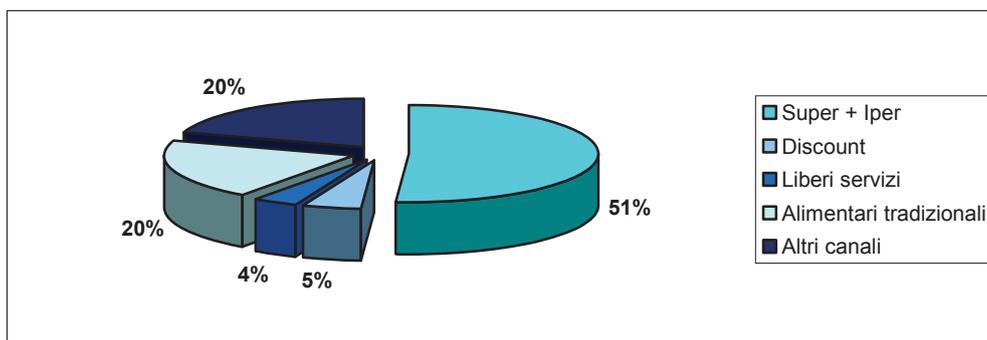
Tale comparto rappresenta una delle poche eccezioni alle tendenze che stanno investendo gli acquisti dei generi alimentari. L'ortofrutta rappresenta infatti l'unica categoria per la quale il canale d'acquisto dei supermercati e ipermercati non ha ancora raggiunto in volume il 50% di quota di mercato. Nonostante il dato sia comunque in crescita nel 2004 si attesta ancora al 47%. Considerando però lo stesso dato riferito ai valori d'acquisto, la quota del 50% è già stata superata dal 2002.

Distribuzione degli acquisti di ortofrutta per canale di vendita (2004)

A. Volumi



B. Valori



Fonte: Elaborazioni dati Ismea

Gli alimentari tradizionali detengono tuttavia ancora una quota abbastanza consistente del mercato, quota che diventa ancora maggiore se ci si sposta verso la voce “altri canali”. In questo caso per altri canali si intendono gli ambulanti mobili, quelli fissi, la produzione propria, ecc.. Attraverso tali canali transita ancora il 22% dei volumi di vendita dell’intera categoria, equivalente al 20% in valore.

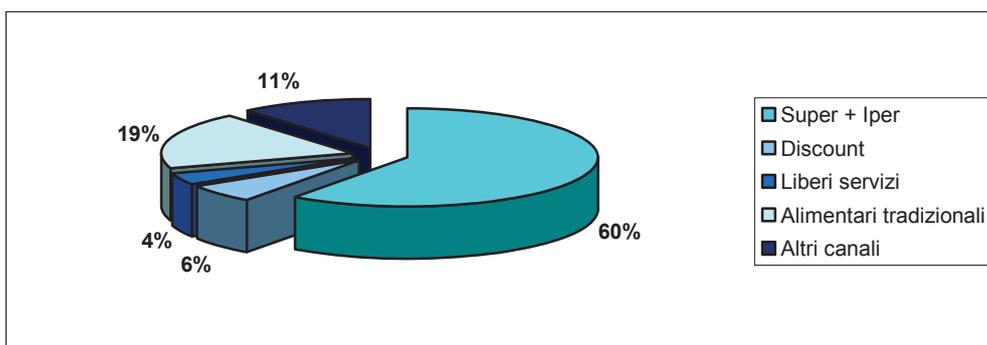
Oli

L’andamento degli acquisti di olio si avvicina di più alla media del comparto alimentare vista in precedenza. I canali della grande distribuzione tornano a detenere una quota che si avvicina al 70% del mercato in volumi e al 60% in valori di spesa.

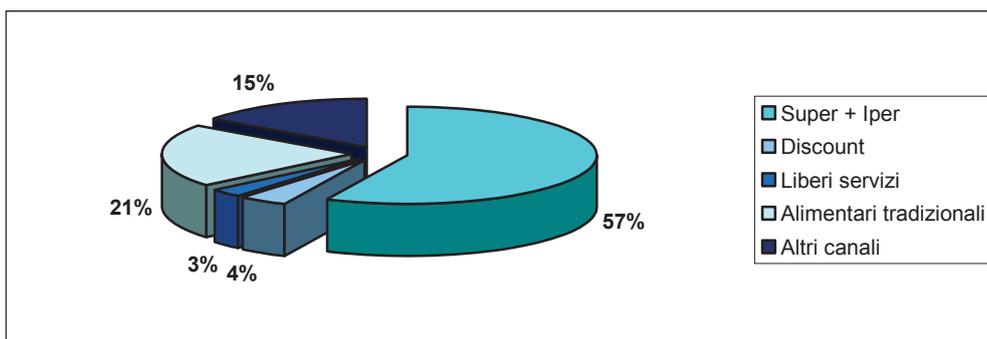
L’importanza del dettaglio tradizionale non è ancora stata intaccata in quanto la quota del 20% circa, sia in volumi che in valori, è rimasta più o meno stabile negli ultimi cinque anni. Il canale “altri” in questo caso si riferisce alla produzione propria ed il suo peso nel complesso non è da sottovalutare.

Distribuzione degli acquisti di oli per canale di vendita (2004)

A. Volumi



B. Valori



Fonte: Elaborazioni dati Ismea

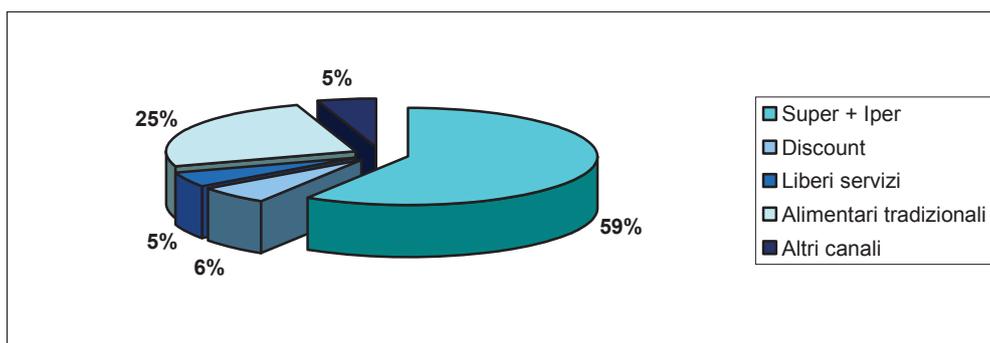
Carne

Bisogna prima di tutto precisare che la trattazione riferita a questa categoria include, oltre agli acquisti di carne fresca, anche quelli di salumi e uova.

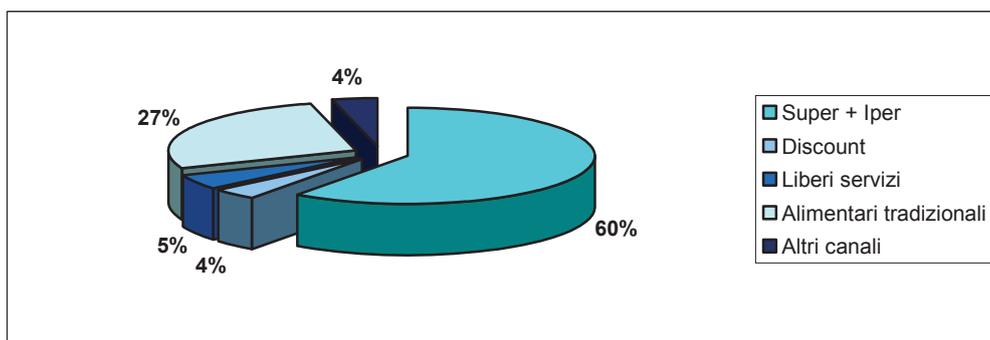
La concentrazione della spesa appare in questo caso meno concentrata verso i centri della grande distribuzione rispetto al totale alimentare. Il canale "altro", riferita in questo caso agli ambulanti nei mercati rionali, è davvero marginale. Al contrario un peso davvero rilevante lo hanno ancora gli alimentari tradizionali e soprattutto le macellerie. Tali esercizi detengono attualmente il controllo del 25% dei volumi e del 27% dei valori di spesa, una percentuale superiore a qualsiasi altra categoria del comparto alimentare. Tale percentuale è andata tuttavia gradualmente assottigliandosi, perdendo negli ultimi cinque anni quasi l'8% di quota di mercato.

Distribuzione degli acquisti di carne per canale di vendita (2004)

A. Volumi



B. Valori



Fonte: Elaborazioni dati Ismea

Dall'analisi si evince che, in generale, i canali di vendita facenti capo alla grande distribuzione organizzata rivestono un'importanza consistente e in continua crescita. La quota di mercato di questi moderni canali distributivi è tuttavia più marcata quando l'acquisto riguarda prodotti trasformati piuttosto che prodotti freschi. Nel caso ad esempio dell'ortofrutta, detengono un'importanza ancora evidente i venditori ambulanti ed il dettaglio tradizionale, lo stesso si nota nel caso della carne, dove le macellerie continuano a rappresentare un canale importante.

2.5.3 Ipotesi alternative di vendita (vendita a socio istituzioni partner o sponsor del progetto)

Alla luce di quanto evidenziato nelle analisi precedenti, si propongono nella tabella seguenti alcune variabili distributive che potrebbe essere valutate per la fattoria didattica oggetto del presente progetto.

→ associarsi a un' organizzazione di produttori e vendere ai grossisti	Canale lungo
→ vendere direttamente ai grossisti	Canale lungo
→ vendere sui mercati all'ingrosso	Canale corto
→ vendere a piattaforme di condizionamento della GDO	Canale corto
→ vendere ad alimentari specializzati (macellerie, fruttivendoli,...) o non specializzati	Canale corto
→ vendere ad ambulanti	Canale corto
→ vendere a ristoranti	Canale corto
→ vendere direttamente al pubblico nei mercati rionali	Canale ultra-corto
→ vendere direttamente al pubblico in fattoria	Canale ultra-corto
→ vendere direttamente al pubblico tramite internet	Canale ultra-corto

Si è deciso di prendere in considerazione le seguenti ipotesi:

- ✓ vendita diretta al pubblico
- ✓ vendita sul mercato ortofrutticolo all'ingrosso di Bassano del Grappa.

Vedremo poi che, per quanto riguarda la prima ipotesi in particolare, vi sono due ulteriori possibilità di attivazione. Consideriamo anche che le modalità che verranno di seguito approfondite possano anche attivarsi contemporaneamente ed essere non necessariamente alternative ma complementari. Si potrebbe ad esempio pensare di scegliere come canale primario la vendita all'ingrosso e offrire l'invenuto direttamente in fattoria, o decidere direttamente di destinare la produzione ai entrambi i canali di vendita, indipendentemente dai quantitativi rimasti invenduti. O ancora si potrebbero destinare i prodotti alla vendita diretta per mezzo di entrambe le possibilità di attivazione. O addirittura si potrebbe pensare di scegliere canali distributivi differenti a seconda del prodotto trattato. Queste sono comunque tutte scelte da effettuare in base all'andamento della domanda e da valutare momento per momento. Per il momento ci limitiamo ad analizzare le possibilità scelte, mentre le decisioni in merito ai quantitativi o ai prodotti da destinare ad ognuna delle modalità le rimandiamo ad altra trattazione.

Vendita al mercato ortofrutticolo all'ingrosso di Bassano del Grappa.

Appartiene alla categoria dei mercati all'ingrosso redistributivi e come tale si rifornisce direttamente da piccoli produttori o tramite i mercati principali, in particolare quello di Padova. Risulta essere uno dei pochi mercati ancora gestiti dal comune.

Ha un bacino di utenza molto ampio grazie anche agli orari di apertura (anche pomeridiana) che ne facilitano la partecipazione. Da questo mercato possono rifornirsi:

- commercianti all'ingrosso

- dettaglianti con o senza sede fissa (ambulanti)
- esercenti delle ristorazione
- comunità e mense
- cooperative d'acquisto
- privati

Per gli acquirenti professionali l'accesso al mercato è gratuito qualora siano forniti della tessera o a pagamento se ne fossero sprovvisti, in questo caso il costo è di 1€ a ingresso. I consumatori privati hanno invece accesso libero e gratuito, pagano 0,50 € solo nel caso siano muniti di automobile. Questi ultimi però sono soggetti a quantitativi minimi d'acquisto mentre non lo sono gli acquirenti professionali.

Un'azienda agricola che voglia entrare a far parte del mercato ortofrutticolo di Bassanom deve compilare un'autocertificazione ed ottenere una tessera che gli da diritto di accesso al mercato, il tutto al costo di soli 6 €. Una volta ottenuta la tessera per l'ingresso, vi sono due possibilità per procedere alla vendita dei propri prodotti, ognuna delle quale presuppone una differente modalità di pagamento:

- si può decidere di vendere a colli (cassette): in questo caso il produttore si impegna a pagare 0,30 € per ogni collo introdotto all'interno del mercato. Il collo deve comunque rispettare determinate norme di qualità riferite al prodotto (lavorazione, etichettatura, ecc...) e di imballaggio riferite (peso, dimensioni, ecc...).
- si può decidere di vendere per area: in questo caso il produttore si impegna a pagare una quota mensile (pari a 23.18€ per produttori singoli e 20.45€ per le cooperative/associazioni), trimestrale, semestrale o annuale e per tale durata si garantisce l'uso di un'area all'interno delle quale può disporsi liberamente.

In nessun caso il produttore è vincolato ad introdurre quantitativi minimi all'interno del mercato.

Il mercato è inoltre dotato di un ufficio statistico presso il quale vengono effettuati degli studi riguardanti sia le derrate introdotte e vendute che i prezzi effettuati, le rilevazioni dei dati sono giornalieri.

Vendita diretta ai consumatori in fattoria

Le modalità attraverso le quali si può attivare la vendita diretta, come abbiamo già detto, potrebbero essere due.

La scelta più immediata, quella che normalmente può venire in mente in questo contesto, è quella di attivare uno spazio in fattoria all'interno del quale i disabili possano vendere i prodotti da loro coltivati. Oltre ad essere un momento di guadagno, in questo modo la vendita potrebbe essere sfruttata anche come momento per socializzare. I disabili preposti alle vendite avrebbero l'occasione di relazionarsi con persone esterne alla vita quotidiana in fattoria e sentirsi utili. L'attivazione di questa tipologia distributiva deve quindi essere valutata anche alla luce di questi vantaggi, vantaggi che vanno al di là di considerazioni puramente economiche.

La seconda modalità nasce dall'esperienza del partenariato francese, di cui si è parlato nel secondo capitolo. Si tratterebbe di vendere direttamente in fattoria per mezzo di cestini dal costo unitario di circa 12 €, preconfezionati con prodotti dell'azienda o, qualora mancassero per motivi stagionali, con prodotti acquistati all'esterno. I cestini dovrebbero essere composti e venduti settimanalmente. I destinatari di questa iniziativa non sarebbero però tutti i potenziali consumatori ma solo i soci che decidano di aderirvi con costanze annuale. Il numero di soci è naturalmente dettato da motivi tecnici, secondo l'esperienza francese si aggira comunque intorno ai 120. Si dovrebbe quindi di agire anticipatamente e cercare un

numero adeguato di famiglie che siano disposte ad acquistare settimanalmente dei cestini con prodotti naturali, e che naturalmente si impegnino a farlo per un periodo di tempo continuativo ma dalla durata più o meno variabile. L'esperienza francese è testimone del successo di questa alternativa, sia dal punto di vista economico, perché consente di fare affidamento su di un introito stabile e assicurato ogni settimana, sia dal punto di vista sociale, in quanto consente ai disabili di socializzare stando a contatto con le famiglie al momento del ritiro dei cestini in fattoria.

Un'ultima considerazione in proposito: entrambe le opzioni di vendita diretta necessiterebbero, molto più che per tutti gli altri metodi distributivi, attività promozionali efficaci e mirate ai consumatori finali.

TERZA PARTE

L'ORGANIZZAZIONE DEI FATTORI PRODUTTIVI

3.1 CARATTERISTICHE DEL PROCESSO PRODUTTIVO ED ANALISI DELLE PRINCIPALI PRODUZIONI

Premesse

La costituzione di una fattoria didattica di sviluppo ed inclusione sociale rappresenta un progetto particolarmente interessante in quanto cerca di coniugare l'efficienza economica con il miglioramento della condizione di soggetti disagiati.

L'obiettivo del progetto prevede l'individuazione di una organizzazione che cerchi di autosostenersi, obiettivo che pare ambizioso tenuto conto delle caratteristiche e peculiarità delle fattorie didattiche di inclusione sociale, che presentano dei fatturati limitati ed elevati costi di produzione.

Il valore della produzione di una fattoria sociale risulta condizionato dalla capacità lavorativa delle persone disabili impiegate nella produzione.

I costi di produzione di una fattoria sociale risultano maggiori rispetto ai costi che sostiene un'azienda agricola comune, in quanto la gestione di una fattoria sociale richiede il sostenimento di costi necessari all'istruzione ed alla gestione dei disabili, i quali abbisognano di personale specializzato.

Appare però opportuno evidenziare come la fattoria sociale produca anche servizi sociali molto utili: è, infatti, provato che i soggetti disabili impiegati nell'ambito agricolo, manifestano miglioramenti nettamente superiori rispetto ad altri metodi rieducativi, in quanto l'agricoltura risulta essere particolarmente adatta a far emergere le loro capacità lavorative e di apprendimento.

L'analisi che verrà qui sviluppata cercherà di illustrare e di evidenziare i costi ed i ricavi economici che la fattoria sociale dovrebbe realizzare. Verranno inoltre brevemente illustrate le possibili attività collaterali che la fattoria sociale potrà sviluppare per aumentare il valore della produzione e che potrebbe essere promosse sfruttando l'immagine del "prodotto sociale": il consumatore, anche inconsciamente, associa a questo tipo di prodotto l'immagine di contributo ad un'organizzazione socialmente utile, e per questo è disposto a pagare un prezzo maggiore.

Non verranno viceversa analizzati né quantificati in questa sede i vantaggi di tipo sociale che la fattoria sociale è in grado di conseguire.

3.1.1 I prodotti

Il progetto Fadiesis prevede il coinvolgimento di diversi enti ed istituzioni, ai quali è attribuito il compito di sviluppare delle ricerche e degli studi volti ad individuare il modello organizzativo e le caratteristiche sociali, didattiche, economiche e produttive della fattoria sociale.

In particolare il Gruppo di Lavoro (GDL) che si occupa dell'aspetto produttivo ha il compito di sviluppare un modello agrario, il quale tenga in considerazione:

- le caratteristiche del terreno presso il quale verrà sviluppata l'iniziativa
- il numero e le capacità dei disabili che verranno impiegati nel progetto;

Il modello agrario peraltro dovrà tener conto che l'organizzazione di un'attività agricola risulta caratterizzata da decisioni di gestione sia interne sia esterne:

- le prime si riferiscono alle scelte e alle caratteristiche dell'attività produttiva, ovvero ai processi necessari all'ottenimento del prodotto finale (fattori che sono oggetto di trattazione nel presente paragrafo e nei successivi);
- le seconde sono collegate agli scambi con il mercato esterno, dagli approvvigionamenti delle materie prime alle vendite del prodotto finito.

Il modello che verrà sviluppato pertanto sarà un modello dinamico che potrà variare nel tempo in base all'andamento del mercato, alle esigenze dei partner, ed ad altri fattori di rilievo che di volta in volta verranno presi in considerazione.

Il Gruppo di Lavoro (GDL) attualmente ha individuato alcune produzioni agricole, relativamente alle quali ha stabilito prezzo e produttività.

La produzione orticola è stata così individuata:

attività di coltivazione a pieno campo, che comprende

- ⊙ fagiolo,
- ⊙ fagiolino,
- ⊙ pisello,
- ⊙ cipolla,
- ⊙ asparago,
- ⊙ broccolo,
- ⊙ cavolo
- ⊙ cappuccio,
- ⊙ lattuga,
- ⊙ zucchini e
- ⊙ patata,

coltivazioni protette sotto tunnel, tra le quali

- ⊙ pomodoro,
- ⊙ zucchini e
- ⊙ cetriolo,

coltivazioni non orticole come

- ⊙ l'olio d'oliva a pieno campo e
- ⊙ le piante aromatiche sotto serra e infine,

allevamento di

- ⊙ polli e
- ⊙ conigli.

La Superficie Agricola Utilizzata (SAU), pari a 17920 mq, è stata suddivisa tra le produzioni come segue:

Suddivisione per prodotto della Superficie Agricola Utilizzata

CULTURE ORTICOLE	SUPERFICIE / MQ	%
Primaverili		
ASPARAGO BIANCO DI BASSANO	1200	6,7%
LATTUGA DA CESPO	800	4,46%
PISELLO	1000	5,58%
CAVOLO CAPPUCCIO	800	4,46%
ZUCCHINO	800	4,46%
PATATA	800	4,46%
CIPOLLA ROSSA DI BASSANO	600	3,35%
BROCCOLO DI BASSANO	2600	14,51%
Estive		
FAGIOLO DA GRANELLA SECCA	800	4,46%
Autunnali		
FAGIOLINO MANGIATUTTO	1000	5,58%

CULTURE PROTETTE	SUPERFICIE / MQ	%
POMODORI	200	1,12%
CETRIOLI		
ZUCCHINE		
PIANTE AROMATICHE (SALVIA, ROSMARINO, TIMO, ECC...)	120 (circa 3000 piantine)	0,67%

CULTURE ARBOREE	SUPERFICIE / MQ	%
OLIVO	7200 (circa 200 alberi)	40,18%

CULTURE CEREALICOLE	SUPERFICIE / MQ	%
MAIS*	20000	

AVICUNICOLI	N° CAPI ANNUI
POLLI	400
CONIGLI	300

*= i 20000 mq ipotizzati per il mais non fanno parte del modello produttivo presentato dal GDL: per questo non sono stati considerati nel calcolo delle superfici in percentuale.

Fonte: Modello agrario portato a compimento dal gruppo di lavoro ad esso preposto.

Si riportano brevemente alcune caratteristiche delle produzioni scelte dal gruppo di lavoro e che verranno prodotte nella fattoria didattica.

- **Fagiolo da granella secca**

Il fagiolo appartiene alla famiglia botanica delle leguminose. Il genere comprende circa 200 specie di cui solo 4 sono quelle coltivate. Il centro di origine del fagiolo è stato localizzato nell'America centro-meridionale in un'area che va dal Messico al Perù. A livello mondiale, alla coltivazione del fagiolo fresco è destinata una superficie di circa 636.877 ettari: l'Asia e l'Europa risultano essere le zone nelle quali la superficie dedicata a questa coltura è più estesa. Sebbene in Italia negli ultimi anni la coltivazione di questa leguminosa ha subito un sostanziale decremento (in linea con l'andamento europeo), il nostro Paese, assieme alla Spagna, detiene il primato produttivo in Europa (22.577 ha, 193.369 t).

E' un tipo di coltura classificata come estiva: infatti, il ciclo di produzione prevede la semina ad Aprile-Maggio e la raccolta a Luglio-Agosto; per quanto riguarda la varietà scelta è indicato il Borlotto o comunque una varietà rampicante.

- **Fagiolino mangiatutto**

Il fagiolino appartiene alla famiglia del fagiolo, del quale è commestibile l'intero frutto, compreso anche il baccello che racchiude i fagioli. E' disponibile in diverse varietà differenti per colore o per forma e ne esistono con il baccello giallo, dalla forma piatta o cilindrica. Il Gruppo di Lavoro ha classificato questo ortaggio come un prodotto autunnale, il cui ciclo inizia con la semina a Luglio e termina con la raccolta nei mesi di Settembre-Ottobre. In base ai dati forniti dal sito ISTAT dal 2001 nella provincia di Vicenza, il livello di produzione annuale è abbastanza stabile e si è stanziata ad un valore di 35.290 q.

- **Pisello**

Il pisello è classificato tra le colture primaverili, la cui semina inizia nel mese di febbraio e la raccolta a maggio. E' un prodotto resistente alle basse temperature e non richiede terreni particolari; la raccolta può avvenire in due momenti diversi a seconda se si vuole un prodotto fresco o essiccato. La sua produzione ha seguito un andamento altalenante, con un calo nel 2003, e una ripresa nel 2004.

- **Cipolla Rossa di Bassano³⁹**

La cipolla è originaria delle zone montuose dell'Iran e del Pakistan ed è una delle piante bulbose più coltivate al mondo. In Italia si coltiva soprattutto in Emilia Romagna, Campania, Puglia e Sicilia, tutte regioni che alimentano l'esportazione verso i mercati del Centro Europa, mentre nelle altre zone la coltivazione è rivolta al consumo interno. La cipolla rossa di Bassano ha una certa somiglianza con quella di Tropea, ma si diversifica soprattutto per la forma che è più appiattita, per la struttura interna che la vede formata da sette strati e per alcuni aspetti organolettici. Malgrado abbia origini di grande prestigio è diventata una cipolla poco conosciuta e poco diffusa nel grande commercio, è adatta in particolare a quella fascia di consumatori attenti che amano gustare un prodotto tipico, caratterizzato da un preciso legame con il territorio e che esprime l'identità di certe tradizioni. Rientra nelle colture primaverili, la cui semina sotto serra, avviene nei mesi di Novembre e Dicembre, a Marzo-Aprile viene trapiantata a pieno campo e raccolta a Giugno-Luglio.

- **Asparago**

Appartiene alla famiglia delle Liliacee, è coltivato per raccogliere i giovani germogli commestibili detti “turioni”. La pianta dell’asparago è formata da una zampa sotterranea e da una parte di vegetazione aerea. Le radici vivono più anni, crescendo e rinnovandosi ogni stagione e sviluppandosi sopra le vecchie radici morte, cosicché la zampa ha la tendenza a salire verso la superficie con il passare del tempo.

La zona di Bassano è caratterizzata dalla produzione DOP dell’asparago bianco di Bassano, distinto per le sue caratteristiche organolettiche e per la fragranza del prodotto, è una produzione molto pregiata nella zona, tanto che la domanda supera di gran lunga l’offerta generando così un incremento notevole dei prezzi. Il prodotto è disponibile sui mercati per pochi mesi l’anno, più precisamente da Marzo a Giugno; la produzione nella zona di Bassano è drasticamente diminuita nel 2003, passando da 1.020 q nel 2002 a 521 q, manifestando una lieve ripresa nel 2004 con un livello pari a 650,8 q.

- **Broccolo di Bassano**

Il Broccolo di Bassano si può ormai ritenere un “prodotto locale”, in altre parole una varietà selezionata dall’ambiente, che si caratterizza per condizioni climatiche particolari, rispetto ad altri tipi di broccolo, in quanto appare più basso, ha foglie più numerose, con lembo stretto, di color verde, lisce e a margine intero. Per quanto riguarda i broccoli in coltivazione nel Bassanese, questi sottostanno ad una classificazione che si basa essenzialmente sulla lunghezza del ciclo biologico e l’epoca di raccolta, si distinguono in: precocissimo o “di prima mano” maturo in Ottobre, precoce o “di seconda mano” maturo dopo Novembre, tardivo o “di terza mano” che maturo a Febbraio, molto tardivo o “di quarta mano” che si raccoglie in Marzo-Aprile. E’ ovvio che le suddette categorie, legate alla precocità, hanno il pregio di garantire una prolungata catena di rifornimento dei mercati, evitando fenomeni di *surplus* che farebbero crollare i prezzi. Consentono inoltre di ripartire nel tempo l’impiego della manodopera e di poter contare su un introito economico prolungato a sostegno dell’economia dell’azienda.

Il Gruppo di Lavoro ha indicato i cicli di produzione suddivisi tra semina a Luglio, trapianto ad Agosto e raccolta a Dicembre, Gennaio, Febbraio.

- **Cavolo Cappuccio precoce**

Il cavolo cappuccio è originario dell’Europa. I maggiori produttori al mondo sono la Cina, il Giappone e l’India e in Europa è diffuso in Germania dove è utilizzato sia dal mercato fresco che dall’industria di trasformazione per la produzione dei crauti. In Italia è coltivato in tutte le regioni, anche se una maggiore diffusione si ha in Puglia, Campania, Lazio e Calabria, mentre al nord è coltivato in Veneto. Il cavolo cappuccio è una pianta erbacea alta 40-50 cm a ciclo biennale; le sue foglie larghe e lisce lo differenziano dal cavolo verza, hanno un colore verde, variabile come intensità, ma esistono anche di colore rosso violaceo.

Il ciclo di produzione prevede la semina a Marzo, il trapianto ad Aprile e la raccolta a Maggio-Giugno. La produzione annua è in lieve diminuzione a partire dal 2001 stanziandosi nel 2004 ad un valore di 16.470 q nella provincia di Vicenza.

- **Lattuga**

La lattuga è coltivata in varie parti del mondo ed è consumata in insalata; è un ortaggio che si caratterizza per cespi di varia forma e colore in base alla varietà, tra cui le più importanti sono la lattuga cappuccina con foglie lisce, la lattuga romana, con foglie allungate e nervatura mediana grossa e carnosa, la lattuga crespa, con foglie ricce. Il maggior produttore mondiale è la Cina con oltre il 30 per cento della produzione, seguono nell'ordine l'India, gli Stati Uniti, la Spagna, il Giappone, l'Italia, la Francia, la Turchia ed il Bangladesh. In Italia le regioni in cui è maggiormente presente la coltivazione di questa specie sono la Puglia, la Campania, la Sicilia, il Lazio. La produzione è abbastanza stazionaria posizionandosi ad un livello annuo nella provincia di Vicenza pari a 11.960 q; rientra nelle produzioni primaverili, la cui semina avviene a marzo, il trapianto ad Aprile e la raccolta a Maggio-Giugno.

- **Zucchini**

Lo zucchini è un ortaggio che, a seconda della specie, può avere forma allungata, tondeggiante, ricurva o appiattita. Nelle aree orticole della Puglia la sua coltivazione riveste una discreta importanza dal momento che, in queste zone, la pianta trova le condizioni climatiche ideali per dare produzioni qualitativamente ed economicamente interessanti, sia in estese coltivazioni a pieno campo, sia in orti a conduzione familiare. Negli ultimi anni il volume di produzione è in continua crescita, posizionandosi a livelli nettamente maggiori rispetto ai volumi degli altri ortaggi fin qui considerati: l'ISTAT infatti ha individuato un livello di produzione nel 2004 nella provincia di Vicenza pari 47.950 q.

Il Gruppo di Lavoro lo posiziona sia tra la produzione a pieno campo, sia tra quella sotto serra. Il ciclo di produzione prevede la semina in serra a Marzo in contenitori alveolari e il trapianto ad Aprile, per poi orientare la raccolta a Maggio-Giugno.

- **Patata**

La patata originaria dell'America centrale, per la sua ampia adattabilità ai diversi ambienti climatici, assume a livello nazionale un ruolo di primaria importanza; da tempo, infatti, occupa nel mondo la quarta posizione come coltivazione a destinazione alimentare. In Italia si realizzano quattro tipologie di coltura: da seme, precoce (primaticcia), comune, bisestile. Il Gruppo di lavoro propone la semina ad Aprile e la raccolta a Giugno; è sicuramente tra le produzioni che garantiscono i maggiori volumi, ed è in continua crescita (nel 2004 nella provincia di Vicenza si sono registrati 320.500 q).

- **Olio extra-vergine d'oliva**

L'olio d'oliva comprende in maniera generica tutti gli oli derivanti dalla lavorazione delle olive; in realtà esso racchiude una gamma di prodotti diversi per qualità e caratteristiche tra i quali quello preso in esame, l'olio d'oliva vergine, che è ottenuto dalla sola spremitura delle olive, e quindi da trattamenti dell'oliva senza che ne vengano modificate le caratteristiche organolettiche. Sulla base della concentrazione e dell'acidità è classificato in modo diverso: tra tutti spicca l'olio extra-vergine d'oliva con i livelli più bassi di acidità. La produzione di olio ha registrato un brusco calo negli anni successivi al 2001; nell'ultimo periodo ci sono stati dei segnali di ripresa tanto da registrare nel 2004, nella zona di Vicenza, circa 753 q di olio.

Il Gruppo di Lavoro ha riservato circa 320mq alla produzione sotto serra, per semplicità nell'elaborazione dei dati e per l'analisi economica, si è suddivisa la superficie tra ortaggi, ai quali sono stati attribuiti 200mq, quali pomodori, cetrioli, zucchini (ad ognuno è stata riservata una superficie di 66,6mq) e altro sotto serra, ovvero piante aromatiche, alle quali sono stati riservati 120mq.

- **Pomodoro**

Il pomodoro ha avuto origine in America Latina, oggi in Italia questa coltivazione ha una lunga tradizione ed il nostro Paese figura al terzo posto nella graduatoria mondiale per la produzione e l'esportazione. Le aree di maggior sviluppo sono quelle del Meridione, in particolare, in Puglia è stata riscontrata, negli ultimi anni, una forte espansione della coltura con la possibilità di raggiungere elevate produzioni. E' diffuso come coltura ortiva in tutta Italia, ma in pieno campo è coltivato soprattutto in Puglia, Campania, Emilia-Romagna, Calabria e Sicilia. A seconda della destinazione del prodotto si ha infatti la coltura per consumo fresco o da mensa e quella da industria per la produzione di pelati, concentrati e succhi. Il pomodoro è una pianta perenne, le foglie sono alterne, grandi, lunghe fino a 20-30 cm. Dopo un periodo di crisi nel 2003, probabilmente causato dalle condizioni climatiche poco favorevoli, la produzione del pomodoro nella provincia di Vicenza si è nuovamente stabilizzata intorno ai 30.450 q.

- **Cetriolo**

Il cetriolo è una bacca, vale a dire un frutto con una polpa che raccoglie dei semi. E' una pianta annuale erbacea, strisciante, che produce bacche lunghe dai 20 ai 30 cm, con la buccia verde scuro e liscia oppure leggermente rugosa; i cetrioli di piccola taglia sono quelli comunemente usati per la conservazione sott'aceto. Questa pianta, tipica dei climi temperati o caldi, si è diffusa prima in India, quindi in Egitto e da lì in tutta Europa.

Si tratta di un ortaggio dal basso contenuto calorico, che viene perciò molto utilizzato nelle diete dimagranti; viene consumato soprattutto fresco in insalata oppure sott'aceto. Come tutti gli ortaggi fin qui esaminati, anche il cetriolo ha subito l'ondata negativa che nel 2003 ha influenzato le produzioni; sembra però che la sua situazione stia migliorando, dato che ha segnato dal 2003 al 2004 un incremento nella produzione del 12,9%.

- **Piante aromatiche**

Le piante aromatiche comprendono un vasto gruppo di specie, in prevalenza erbacee, che contengono composti in parte volatili capaci di stimolare (a volte fortemente) i sensi del gusto e dell'olfatto. Molte piante aromatiche sono anche medicinali. A titolo puramente didattico e in modo approssimativo, possiamo dividere le piante aromatiche in tre gruppi principali: piante condimentarie, spezie e piante essenziali. Alcune tra le piante aromatiche indicate dal Gruppo di Lavoro sono: la salvia, che ha funzioni calmanti, può essere adibita ad un uso medicinale oppure culinario; il rosmarino, che a una funzione ricostituente; infine il timo, che ha capacità depurative, e oltre alla funzione medicinale ed in Italia ha un ruolo molto importante nella cucina tradizionale.

Il modello agrario si conclude con l'analisi dell'attività zootecnica svolta all'interno dell'azienda; è prevista, infatti, la presenza di un allevamento avicunicolo, che coinvolge cioè polli e conigli.

- **Coniglio**

L'allevamento italiano di conigli ha una notevole importanza anche a livello mondiale ed europeo, con 230.000 t di prodotto, pari a 100.000.000 di capi all'anno rappresenta il quarto settore della zootecnia nazionale al quale è attribuito il 9% della PLV; le aziende a carattere intensivo che operano in questo settore sono circa 8.000 con un impiego di circa 10.000 addetti. La produzione del coniglio da carne è particolarmente rilevante nel Nord, dove si sono stabilizzate le aziende di più grandi dimensioni, concentrate soprattutto in Veneto e più precisamente nelle province di Treviso e Verona, in cui vengono allevati circa 400.000 capi per una produzione annua di circa 50.000 t.

Il Gruppo di Lavoro ha previsto la presenza di 10 coniglie, che affrontano 4 parti all'anno, per ognuno dei quali ci sono 8 nati con un tasso di mortalità stimato pari al 5-6%; è quindi ipotizzabile l'introduzione di 30 capi nell'allevamento all'anno⁴⁰. La durata dell'allevamento di un capo è stata stimata in circa 3 mesi, intervallo in cui si ritiene di poter ottenere un peso per capo pari a 2 kg.

- **Pollo**

In Italia operano 6.000 allevamenti avicoli, 173 macelli, 517 imprese di prima e seconda lavorazione che danno complessivamente lavoro a 180 mila addetti per una produzione complessiva di 1,13 milioni di tonnellate di carne ampiamente superiore ai consumi interni, di cui la maggior parte è carne di pollo, pari a circa 675.000 tonnellate e con un fatturato di 3,3 milioni di euro. La maggioranza degli allevamenti è localizzata in quattro regioni dell'Italia del Nord e in particolare in Veneto (50%), in Lombardia, Emilia Romagna e Piemonte. L'allevamento avicolo è un settore che nell'ultimo decennio ha incrementato la sua produzione di circa il 17% ad eccezione di una flessione conseguente a notizie negative uscite sulla stampa nel 1996, flessione che si è ancora più accentuata a causa dell'influenza aviaria, fenomeno d'attualità che sta coinvolgendo tutto il mondo e che sta influenzando in modo negativo sia sui livelli della produzione sia su quelli degli acquisti. Il consumo di carne bianca da parte degli italiani si è ridotto del 50%, causando una caduta anche del livello dei prezzi, che, secondo l'ISMEA, hanno raggiunto la quotazione più bassa negli ultimi dodici mesi, pari 80 centesimi al chilogrammo all'origine. E' possibile inoltre, che la minaccia dell'aviaria modifichi le scelte del consumatore in modo diverso, per esempio quasi i due terzi (64%) delle persone che hanno cambiato il proprio comportamento d'acquisto ora comprano solo carne di pollo italiana. La paura rischia di travolgere anche il comparto delle uova dove sono impegnati 2.000 allevamenti con una produzione annuale di oltre 13 miliardi di uova. Il Gruppo di Lavoro ha previsto la realizzazione di un recinto di 200mq con tettoia in ondulato plastico e ombreggio con stuoia e reti, all'interno del quale dare avvio a due cicli di allevamento annui, della durata ciascuno di tre mesi, da Aprile a Giugno e da Luglio a Settembre, all'interno del quale verranno nutriti circa 200 capi, con l'obiettivo di farli crescere e da 500 g raggiungere i 2 kg per capo.

I prodotti descritti fino a questo punto sono quelli indicati dal Gruppo di Lavoro come produzioni effettive nel momento in cui l'azienda diverrà operativa, di seguito verrà esposta un'ulteriore coltivazione che rientra in quelle potenziali, quelle cioè attualmente non previste, ma che in futuro potranno incrementare l'attività svolta.

- **Mais di Marano**

Il nome di questo mais che deriva dal luogo della sua origine Marano Vicentino, è detto anche *Maranello*. Ha affrontato periodi di forte crisi a causa di numerosi mais concorrenti che offrivano una qualità inferiore ma una resa maggiore, nell'ultimo decennio, però, con la riscoperta dei prodotti di qualità e dell'importanza della tradizione, ha acquisito fama e prestigio tanto da essere definito dagli esperti una delle migliori pannocchie dalle quali ricavare la farina per la polenta. Di questa farina originale oggi se ne produce una quantità molto limitata: si tratta di un cosiddetto prodotto di nicchia, apprezzato soprattutto dai cultori della buona cucina e dai ristoratori che si impegnano a far conoscere e valorizzare i sapori veri della nostra tradizione. Esiste un Consorzio di Tutela Mais Marano che si propone, oltre a salvaguardare la qualità del prodotto, di ottenere il riconoscimento comunitario dell'Indicazione Geografica Protetta (IGP). Ha un aspetto molto particolare: i suoi chicchi assumono un colore aranciato e le pannocchie sono piccole, allungate, quasi cilindriche.

3.1.2 Gli investimenti previsti.

L'analisi sviluppata dal Gruppo di Lavoro sul modello agrario ha già individuato, come illustrato nel precedente paragrafo, i prodotti che verranno coltivati ed allevati nella fattoria didattica. In base alle produzioni individuate ed alla superficie coltivata il gruppo di lavoro ha individuato la struttura produttiva necessari all'attività della fattoria sociale.

Terreno e strutture annesse

L'attività agricola prevede come primo fattore di scelta, l'individuazione del terreno e della superficie agricola utilizzabile. Nel modello oggetto di analisi l'attività dell'impresa agricola esaminata avrà sede nel comune di Bassano del Grappa, in provincia di Vicenza, zona collinare del Veneto, caratteristica per la produzione dell'asparago bianco, della cipolla rossa e per il broccolo, tutti prodotti ai quali è stata riconosciuta una denominazioni di prodotto tipico.

L'area messa a disposizione per la realizzazione del progetto, della superficie complessiva di circa 7 Ha, è di proprietà di uno dei *partner* del progetto Fadiesis la "Fondazione Don Pirani-Cremona", la quale ha concesso in comodato tale terreno alla Associazione Conca d'Oro onlus. Per la fase successiva al progetto Fadiesis tale terreno verrà concesso in comodato alla fattoria didattica, la quale pertanto potrà disporre del terreno e delle strutture annesse (aule, alloggi, mensa ect) senza alcun costo. Si tratta di una struttura appositamente predisposta per ospitare la fattoria didattica ed i soggetti disabili.

La concessione ad uso gratuito del terreno e delle strutture annesse risulta un fattore fondamentale per la riuscita del progetto in quanto non appare possibile ritrarre dall'attività agricola risorse sufficienti per ammortizzare un investimento così ingente. Nella valutazione della replicabilità dell'iniziativa dovrà essere posto in rilievo l'importanza di poter disporre di un terreno ubicato in zona adeguata e della necessità di disporre di terreno e strutture ricettizie a titolo gratuito.

Nel modello economico che verrà sviluppato, pertanto, il costo del terreno e delle strutture annesse non verrà considerato, come non verranno considerati i costi di manutenzione delle stesse: appare infatti necessario ed opportuno prevedere che anche la manutenzione ordinaria e straordinaria delle stesse rimanga in capo al comodante, al fine di eliminare costi di struttura non economicamente sostenibili dalla

fattoria didattica.

Investimenti produttivi.

Nel piano di produzione e nella struttura organizzativa individuata dal GdL non risulta previsto l'acquisto di macchinari. Tutte le fasi di lavorazione che richiedono l'impiego di macchinari (aratura, raccolta, ect) verranno demandate a ditte specializzate. La fattoria didattica effettuerà direttamente solo le fasi nelle quali non saranno impiegati e necessari macchinari, sia per evitare di dover effettuare tali investimenti, sia perché risulterebbe molto difficile, se non impossibile, riuscire a gestire con operai disabili tali fasi di lavorazione.

Per il funzionamento dell'azienda agricola si prevede viceversa l'acquisto della seguente attrezzatura, che verrà utilizzata dai lavoratori disabili.

ATTREZZATURA	NR	COSTO	COSTO TOT
MOTOCOLTIVATORE MONOC.	1,00	5.040,00	5.040,00
MOTOCOLTIVATORE BICIL.	1,00	5.520,00	5.520,00
VANGA	12,00	9,00	108,00
ZAPPA	12,00	14,00	168,00
RASTRELLO	12,00	6,50	78,00
ZAPPETTA	12,00	9,00	108,00
FORCA	12,00	13,00	156,00
FORCONE	12,00	16,50	198,00
CARIOLA	5,00	50,00	250,00
DECESPUGLIATORE	1,00	600,00	600,00
TOTALE			

3.1.3 L'organizzazione del lavoro

Premessa

Nella fattoria didattica oggetto del presente business plan l'organizzazione del lavoro risulta inevitabilmente condizionata e legata alla mission principale dell'azienda: la formazione e l'inserimento lavorativo di soggetti disabili.

In particolare la struttura organizzativa della fattoria sociale sarà dipendente dai seguenti due fattori:

- numero di disabili da formare ed impiegare nella fattoria didattica;
- capacità di apprendimento ovvero livello di disabilità dei lavoratori.

Individuate queste due variabili appare possibile definire la composizione del personale e l'organigramma della struttura, che dipenderà poi dalla dimensione aziendale, dalla quantità e qualità attesa dei prodotti, dal numero di lavorazioni richieste, dalla tipologia di coltivazioni ed allevamenti che s'intende effettuare ed infine, dal grado di meccanizzazione dell'attività. E' opportuno inoltre, valutare anche la possibilità di esternalizzare alcune fase dell'attività produttiva.

Organizzazione del lavoro nel progetto Fadiesis

Nella fase di sperimentazione, la struttura organizzativa risulterà condizionata dalle prescrizioni previste dalla Regione Veneto, che ha richiesto di estendere il progetto a 50 disabili, che verranno suddivisi in

gruppi. Parteciperanno al programma 2 gruppi, da circa 12 persone, nel periodo che intercorre tra Marzo e Ottobre 2006, ed altri 2 gruppi tra Marzo ed Ottobre 2007. L'impegno lavorativo previsto sempre nella fase di sperimentazione per questi soggetti disabili sarà solo diurno (8.00-13.00); in seguito potrebbe essere prevista anche una forma d'accoglienza notturna.

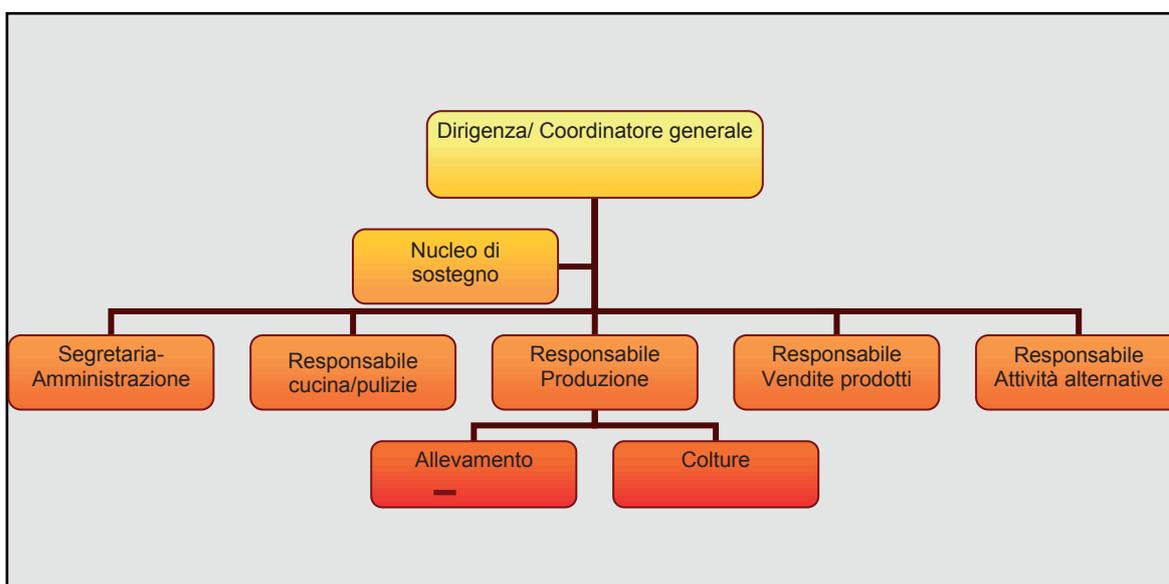
Ad ogni gruppo sono assegnati due *tutor*, uno con competenze prettamente tecniche ed uno con una preparazione psico-pedagogica; al loro fianco è prevista la presenza di un responsabile di fattoria, il cui compito è quello di stabilire il programma di lavoro (avvalendosi delle proprie conoscenze del settore agricolo e della consulenza da parte di esperti) ed individuare la capacità produttiva di ogni impiegato dell'azienda. Al fianco di questi operatori, oltre ad un'addetta di segreteria, sarà prevista la presenza di un gruppo di psicologi ed educatori, i quali faranno colloqui privati e di gruppo.

Alla fine del periodo sperimentale verrà effettuata una selezione delle persone al fine di individuare tra il personale disabile i soggetti più adatti (circa 10 o 12) all'inserimento nell'azienda agricola.

Il Gruppo di Lavoro che si occupa dell'aspetto didattico e assistenziale nei confronti dei disabili ipotizza che al termine della fase sperimentale questi siano autosufficienti e, quindi, in grado di svolgere autonomamente la propria attività.

Organigramma della struttura

L'organigramma riportato in seguito, rappresenta un'ipotetica struttura organizzativa di un'azienda agricola e sociale ed individua le principali funzioni-compiti all'interno della fattoria didattica. Esso rappresenta uno schema di massima (uno schema dettagliato verrà illustrato nella parte del business plan) utile al fine di individuare le figure professionali necessarie ad una fattoria sociale.



A capo di tutta l'organizzazione vi sarà la dirigenza, il nucleo di persone preposte alle decisioni di tipo strategico e al coordinamento delle attività. Avrà altresì la funzione di controllo, cioè la verifica che le attività vengano svolte correttamente secondo i programmi stabiliti e che l'attività aziendale rispetti gli obiettivi di redditività e sociali prefissati.

Le decisioni relative alla programmazione della produzione dovrebbero essere prese consultando il responsabile di produzione.

La dirigenza potrà essere formata da un insieme di persone, ma a capo di questa ve ne sarà comunque solo una, identificata nel nome del coordinatore generale della fattoria.

L'unità di produzione avrà a capo un responsabile tecnico che coordinerà e seguirà le attività ed eventualmente programmerà la produzione. Il responsabile tecnico potrebbe coincidere con un esperto agrario, una figura volontaria già presente anche in fase di realizzazione di Equal.

All'interno dell'unità vi potrebbero essere due divisioni, una preposta alle colture ed eventuali trasformazioni (olio e farina) ed una all'allevamento. Le due unità dovrebbero comunque sempre collaborare tra loro in quanto la natura dei compiti potrebbe poter prevedere di sfruttare delle sinergie. I compiti inoltre non dovrebbero essere fissi ma flessibili a seconda delle necessità e soprattutto a seconda del periodo dell'anno.

Accanto all'unità di produzione vi sarà quella preposta alle vendite dei prodotti dell'agricoltura e dell'allevamento. Naturalmente il modo di gestire la sua funzione varierà a seconda delle modalità di vendita decise.

Allo stesso modo l'unità preposta alla gestione delle attività alternative avrà il compito di organizzare tali attività e concordare con la direzione le strategie per pubblicizzarle in modo adeguato. Terrà i contatti con quanti saranno interessati ad utilizzare le aree di ristoro così come gestirà il calendario delle visite guidate alla fattoria didattica. Il compito poi di seguire gli ospiti nel corso delle visite spetterà ai disabili preposti allo svolgimento delle attività di produzione. Vista la carenza di personale e le risorse finanziarie limitate, il ruolo puramente organizzativo del responsabile delle attività alternative potrebbe in fase di avvio essere svolto dalla persona responsabile della gestione delle vendite o dalla segreteria/amministrazione.

Accanto a queste unità operative vi sarà quella di amministrazione, gestita probabilmente da una segretaria. Essa sarà preposta alla gestione amministrativa e sarà in costante contatto con la dirigenza per informarla sull'andamento delle attività.

In aggiunta un'ulteriore unità sarà responsabile della cucina e della pulizia dell'intera struttura. Il ruolo potrebbe essere assegnato ad un unico operatore impiegato full time in entrambe le attività di cucina e pulizia o in alternativa a due differenti persone impiegate part-time. Un'ulteriore alternativa potrebbe essere quella di esternalizzare tale servizio affidandosi a ditte specializzate.

Infine potrebbe essere utile avere a disposizione un nucleo di sostegno formato da educatori e psicologi che assistano i ragazzi a seconda delle necessità. Nel nucleo potrebbe essere inclusa un'eventuale figura che viva con disabili 24 ore su 24 nel caso in cui si prenda in considerazione l'ipotesi di ospitarli presso la fattoria.

QUARTA PARTE

DESCRIZIONE E CARATTERISTICHE DEL MODELLO PRODUTTIVO

Premessa

In questa sezione verrà sviluppata un'analisi economica previsionale della fattoria sociale al fine di individuare ed analizzare quale potrà essere l'andamento economico e quali potrebbero essere le variabili significative del modello sviluppato.

Nella prima parte verranno analizzati gli elementi che determinano il valore della produzione, sviluppando peraltro una analisi dei dati forniti dal GDL del progetto rispetto ai dati medi Istat. Nella seconda parte si analizzeranno i costi della produzione.

Infine verrà sviluppato il modello economico complessivo illustrandone le caratteristiche principali.

4.1 ANALISI DEL MODELLO PRODUTTIVO

4.1.1 Produttività e prezzi in base ai dati Istat relativi ai prodotti coltivati ed agli animali allevati

I due fattori che determinano il valore della produzione in agricoltura sono la produttività ed il prezzo. Il primo fattore che analizziamo per sviluppare l'analisi economica del progetto è la produttività, ovvero la quantità di beni e servizi prodotti con una unità di fattore produttivo; nel caso dell'attività orticola dell'impresa considerata la produttività è intesa come quantità di bene prodotto, espressa in quintali, per ogni ettaro di terreno coltivato. Per quanto riguarda l'attività zootecnica, la produttività è espressa in percentuale per ogni chilogrammo di carne allevato.

COLTIVAZIONE	QUANTITA' PRODOTTA IN QUINTALI PER ETTARO
ALLEVAMENTO	PERCENTUALE PER KG CARNE ALLEVATO

Produttività

In questo paragrafo sono riportati dati ISTAT elaborati, mediante il calcolo di medie annue e mensili. Esponiamo qui di seguito la produttività media annua relative alle colture oggetto del presente progetto.

Produttività media annua⁴¹

AGRICOLTURA q/ha	2001	2002	2003	2004	2005 ⁴²
Asparago	75,10	72,30	79,40	71,10	90,00
Fagiolino	168,50	107,50	93,70	107,30	120,00
Pisello	100,00	110,00	89,70	110,00	np
Cipolla	300,00	300,00	270,00	300,00	300,00
Cavolo broccolo	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Cavolo cappuccio	280,00	270,00	250,00	270,00	300,00
Lattuga	120,00	120,00	110,00	130,00	110,00
Zucchino	373,90	373,10	340,20	374,60	350,00
Patata	293,30	320,00	242,20	320,50	370,00
Olio extra-vergine d'oliva	3,53	2,08	1,82	2,4	np
Mais	100,00	104,90	99,80	113,10	110,00
Fagiolo	100,00	104,90	99,80	113,10	110,00
Pomodoro	10,00	8,00	6,00	8,00	np
Cetriolo	12,00	12,00	10,00	11,00	np
Zucchini	10,00	6,00	5,00	6,00	np
ZOOTECNIA % Kg	2001	2002	2003	2004	2005
Pollo	np	66,70	66,50	66,80	67,45
Coniglio	np	56,50	56,40	56,20	56,20

Dall'analisi dei dati è opportuno evidenziare come nel 2003 per quasi tutti i prodotti orticoli ci sia stato un notevole calo di produttività; questo fenomeno può essere spiegato considerando che il 2003 è stata un'annata molto negativa dal punto di vista della produzione a causa del maltempo che ha impedito la buona riuscita di molti raccolti.

Dai dati sopra riportati è possibile determinare la produttività media Istat per le produzioni che verranno realizzate nella fattoria sociale.

Produttività media annua ISTAT⁴³

ISTAT - ISMEA	MEDIA 2001-2005	
ORTAGGI A PIENO CAMPO	(q/ha)	(kg/mq)
Fagiolo da granella secca	44,00	0,44
Fagiolino mangiatutto	119,40	1,19
Pisello	102,43	1,02
Cipolla	294,00	2,94
Asparago	77,58	0,78
Cavolo broccolo	300,00	3,00
Cavolo cappuccio	274,00	2,74
Lattuga	118,00	1,18
Zucchini	362,36	3,62
Patata	309,20	3,09
ALTRO A PIENO CAMPO	(q/ha)	(kg/mq)
Olio extra-vergine d'oliva	2,46	0,02
ORTAGGI SOTTO SERRA	(q/ara)	(kg/mq)
Cetriolo	11,25	11,25
Pomodoro	8,00	8,00
Zucchini	6,75	6,75
ALTRO SOTTO SERRA	Numero totale	(n/mq)
Piante aromatiche	3000	25,00
RESE AL MACELLO %kg	Media 2002-2005	
Media polli da carne <2kg/>=2kg	66,86%	
Conigli	56,30%	

Prezzi

Con lo stesso procedimento che si è adoperato per la produttività, verranno riportati di seguito i prezzi ricavati da elaborazioni mediante il calcolo di medie annuali e mensili, di dati forniti dal sito ISMEA.

I prodotti presi in considerazione, sia gli ortaggi sia gli animali, sono beni di largo consumo.

Relativamente al prezzo è determinante la distinzione tra tre tipi di prezzi, quello all'origine (che viene pagato dal grossista al produttore) quello all'ingrosso (che il dettagliante paga al grossista) e quello al dettaglio (pagato dal consumatore finale al dettagliante).

Le tabelle proposte di seguito contengono le medie annuali dei prezzi rilevati a livello nazionale all'origine, all'ingrosso e al dettaglio, dei prodotti in questa sede presi in considerazione.

Prezzi medi annui, nazionali⁴⁴

PREZZI ALL'ORIGINE						
MEDIE ANNUE	2001	2002	2003	2004	2005	Media 2001-2005
AGRICOLTURA						
Asparago	1,93	1,76	2,37	2,53	2,66	2,25
Fagiolino	1,28	1,17	1,83	1,11	0,76	1,23
Lattuga	0,40	0,45	0,44	0,31	0,48	0,42
Patata	0,28	0,26	0,26	0,26	0,23	0,26
Pomodoro	0,78	0,99	1,01	0,75	1,05	0,92
Cipolla	0,24	0,26	0,34	0,26	0,16	0,25
Zucchina	0,69	0,78	0,81	0,61	0,83	0,75
Ortaggi freschi	0,47	0,50	0,55	0,42	0,51	0,49
Olio extra-vergine d'oliva	2,32	2,71	2,95	2,82	2,99	2,76
Mais	132,37	139,45	145,68	157,24	126,29	140,21
ZOOTECNIA						
Pollo	0,89	0,81	0,64	0,92	0,92	0,84
Coniglio	1,79	1,40	1,33	1,70	1,38	1,52
PREZZI ALL'INGROSSO						
MEDIE ANNUE	2001	2002	2003	2004	2005	Media 2001-2005
AGRICOLTURA						
Asparago	8,09	7,70	8,04	7,60	8,85	8,06
Fagiolini	1,84	1,93	2,54	1,80	1,35	1,89
Lattughe	0,92	0,99	1,00	0,84	1,09	0,97
Patate	0,43	0,40	0,45	0,44	0,43	0,43
Pomodori	1,23	1,48	1,54	1,20	1,79	1,45
Cipolle	0,45	0,58	0,62	0,59	0,45	0,54
Zucchine	1,15	1,20	1,25	1,01	1,42	1,21
Ortaggi freschi	0,83	0,89	0,99	0,79	0,99	0,90
ZOOTECNIA						
Pollo	1,49	1,36	1,62	1,65	1,81	1,59
Coniglio	4,43	3,72	4,24	4,06	3,62	4,01
PREZZI AL DETTAGLIO						
MEDIA ANNUA	2001	2002	2003	2004	2005	Media 2001-2005
AGRICOLTURA						
Fagiolini	2,33	2,44	2,92	2,26	1,90	2,37
Lattughe	1,31	1,65	1,73	1,40	1,75	1,57
Patate	0,59	0,62	0,66	0,74	0,63	0,65
Pomodori	1,47	1,92	1,93	1,59	2,34	1,85
Cipolle	0,99	1,12	1,20	1,19	1,14	1,13
Zucchine	1,62	1,86	1,97	1,52	2,11	1,82
Ortaggi freschi	1,16	1,34	1,43	1,22	1,44	1,32
Piante aromatiche	np	np	np	2,41	2,12	2,27

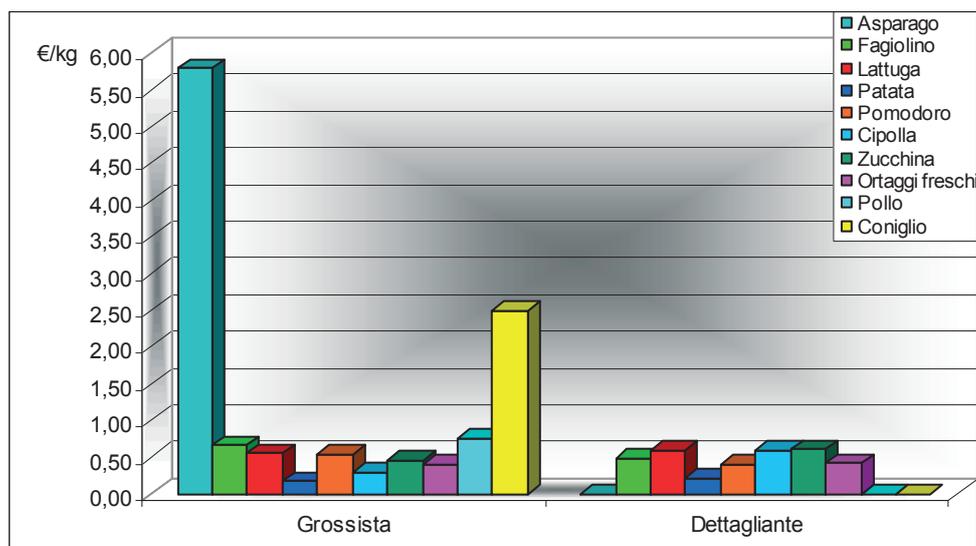
Osservando l'andamento dei prezzi è possibile sottolineare come questi non seguano un andamento lineare nel tempo poiché dipendono da molti fattori tra i quali l'andamento della domanda e dell'offerta in quel periodo e soprattutto dall'imprevedibilità del fattore climatico-atmosferico.

Altro elemento importante è analizzare l'incremento che i prezzi subiscono nelle diverse fasi di commercializzazione dei prodotti.

Analizzando i prezzi proposti, è possibile con una semplice operazione individuare quanto si incrementa

il prezzo dal produttore al grossista e poi da quest'ultimo al dettagliante, sotto è riportato un grafico che riassume gli andamenti dei margini per ogni prodotto.

Differenziale tra i prezzi: origine, ingrosso, dettaglio⁴⁵



E' visivamente evidente come i prodotti su cui c'è un rincaro maggiore per il grossista sono l'asparago e il coniglio, mentre quelli per cui è minore sono la patata e la cipolla; per quanto riguarda il dettagliante, tenendo in considerazione che non sono disponibili i dati per tutti i prodotti (mancano infatti i prezzi al dettaglio dell'asparago, del pollo e del coniglio), la situazione appare più omogenea, i livelli più alti riguardano la zucchina, la cipolla e la lattuga, mentre quelli più bassi la patata e il pomodoro.

Un'analisi di questo genere ovviamente è significativa ma non è sufficiente ad individuare la convenienza a realizzare o ad ordinare un prodotto a discapito di un altro, poiché per una corretta analisi è necessario determinare il margine di contribuzione di primo livello, il quale oltre a considerare il prezzo e la quantità prodotta prende in considerazione l'incidenza dei costi diretti, elemento che in questo tipo di rilevazione non è esaminato.

Il prezzo inoltre nel corso dell'anno subisce delle sensibili variazioni a seconda del mese di riferimento e della stagione di appartenenza, motivo per il quale non risultano sempre significativi le analisi dei dati annuali. Appare pertanto opportuno prendere in considerazione anche l'andamento delle quotazioni mensili per ogni prodotto, che riportiamo qui di seguito.

Prezzi medi mensili, nazionali

PREZZI ALL'ORIGINE												
MEDIE MENSILI	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
AGRICOLTURA	€/kg											
Asparago	np	np	2,97	2,60	1,71	1,72	np	np	np	np	np	np
Fagiolino	np	np	3,18	2,40	1,44	0,91	0,85	0,96	1,00	0,87	1,01	np
Lattuga	0,60	0,53	0,41	0,33	0,33	0,25	0,34	0,46	0,49	0,37	0,34	0,48
Patata	0,28	0,28	0,34	0,33	0,30	0,18	0,13	0,21	0,26	0,27	0,27	0,28
Pomodoro	1,35	1,15	1,10	1,20	0,83	0,55	0,48	0,58	0,77	0,86	0,82	0,91
Cipolla	0,28	0,31	0,39	0,33	0,25	0,21	0,20	0,18	0,20	0,25	0,24	0,24
Zucchini	1,26	1,25	0,88	0,68	0,44	0,32	0,30	0,37	0,70	0,61	0,76	1,18
Ortaggi freschi	0,53	0,53	0,55	0,56	0,51	0,42	0,37	0,44	0,52	0,48	0,45	0,46
Olio extra-vergine d'oliva	2,62	2,66	2,73	2,77	2,78	2,77	2,78	2,82	2,74	2,79	2,76	2,65
Mais	142,70	143,25	142,10	142,46	143,20	141,65	142,63	144,17	133,01	136,22	139,71	140,18
ZOOTECNIA												
Pollo	0,84	0,86	0,89	0,86	0,86	0,94	0,99	1,00	0,99	0,90	0,86	0,84
Coniglio	1,72	1,60	1,69	1,64	1,45	1,25	1,22	1,44	1,72	1,91	1,96	1,88
PREZZI ALL'INGROSSO												
MEDIA MENSILE	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
AGRICOLTURA	€/kg											
Asparago	np	np	10,32	7,73	6,66	np	np	np	np	np	np	np
Fagiolini	np	np	3,77	3,23	2,37	1,63	1,46	1,40	1,71	1,34	1,77	np
Lattughe	1,30	1,23	1,02	0,91	0,79	0,70	0,77	1,04	1,05	0,76	0,81	1,01
Patate	0,40	0,47	0,48	0,54	0,53	0,45	0,35	0,35	0,37	0,38	0,39	0,39
Pomodori	1,90	1,84	1,75	1,76	1,42	0,88	0,83	0,92	1,18	1,32	1,25	1,63
Cipolle	0,55	0,55	0,55	0,64	0,65	0,60	0,52	0,52	0,51	0,46	0,47	0,49
Zucchine	1,72	1,81	1,36	1,03	0,77	0,67	0,65	0,90	1,24	0,87	1,40	1,73
Ortaggi freschi	0,96	1,00	0,98	0,98	0,95	0,82	0,73	0,80	0,92	0,80	0,80	0,86
ZOOTECNIA												
Pollo	1,52	1,51	1,51	1,47	1,49	1,63	1,69	1,71	1,67	1,59	1,54	1,52
Coniglio	4,36	4,12	4,17	4,17	3,85	3,47	3,42	3,61	4,12	4,48	4,53	4,51
PREZZI AL DETTAGLIO												
MEDIA MENSILE	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
AGRICOLTURA	€/kg											
Fagiolini	np	np	3,96	3,50	2,89	2,09	2,04	2,00	2,16	1,98	2,13	np
Lattughe	1,96	1,91	1,71	1,54	1,36	1,24	1,32	1,46	1,56	1,43	1,38	1,58
Patate	0,61	0,61	0,63	0,66	0,73	0,71	0,67	0,64	0,64	0,64	0,62	0,63
Pomodori	2,18	2,18	2,13	2,20	1,90	1,45	1,28	1,22	1,40	1,60	1,65	2,01
Cipolle	1,02	1,06	1,14	1,28	1,28	1,22	1,14	1,13	1,08	1,02	1,03	1,04
Zucchine	2,43	2,56	2,21	1,82	1,40	1,17	1,16	1,30	1,60	1,52	1,74	2,26
Ortaggi freschi	1,35	1,38	1,37	1,38	1,40	1,32	1,18	1,17	1,28	1,24	1,23	1,25
Piante aromatiche	2,95	1,85	1,94	1,80	1,09	1,49	2,83	3,40	3,75	3,95	np	np

Prezzi medi al dettaglio

ISTAT - ISMEA	Media annua	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
ORTAGGI A PIENO CAMPO	(€/kg)						
Fagiolo da granella secca	1,32	1,35	1,38	1,37	1,38	1,40	1,32
Fagiolino mangiatutto	2,37	2,37	2,37	3,96	3,50	2,89	2,09
Pisello	1,32	1,35	1,38	1,37	1,38	1,40	1,32
Cipolla	1,13	1,02	1,06	1,14	1,28	1,28	1,22
Asparago	8,06			10,32	7,73	6,66	8,06
Cavolo broccolo	1,32	1,35	1,38	1,37	1,38	1,40	1,32
Cavolo cappuccio	1,32	1,35	1,38	1,37	1,38	1,40	1,32
Lattuga	1,57	1,96	1,91	1,71	1,54	1,36	1,24
Zucchini	1,82	2,43	2,56	2,21	1,82	1,40	1,17
Patata	0,65	0,61	0,61	0,63	0,66	0,73	0,71
ALTRO A PIENO CAMPO	(€/kg)						
Olio extra-vergine d'oliva	2,75	2,62	2,66	2,73	2,77	2,78	2,77
ORTAGGI SOTTO SERRA	(€/kg)						
Cetriolo	1,32	1,35	1,38	1,37	1,38	1,40	1,32
Pomodoro	1,85	2,18	2,18	2,13	2,20	1,90	1,45
Zucchini	1,82	2,43	2,56	2,21	1,82	1,40	1,17
ALTRO SOTTO SERRA	(€/piantina)						
Piante aromatiche	2,27	2,95	1,85	1,94	1,80	1,09	1,49
ZOOTECNIA	(€/kg)						
Pollo	1,59	1,52	1,51	1,51	1,47	1,49	1,63
Coniglio	4,01	4,36	4,12	4,17	4,17	3,85	3,47

ISTAT - ISMEA	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Fase di scambio
ORTAGGI A PIENO CAMPO	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	
Fagiolo da granella secca	1,18	1,17	1,28	1,24	1,23	1,25	Dettaglio
Fagiolino mangiatutto	2,04	2,00	2,16	1,98	2,13	2,37	Dettaglio
Pisello	1,18	1,17	1,28	1,24	1,23	1,25	Dettaglio
Cipolla	1,14	1,13	1,08	1,02	1,03	1,04	Dettaglio
Asparago							Ingresso
Cavolo broccolo	1,18	1,17	1,28	1,24	1,23	1,25	Dettaglio
Cavolo cappuccio	1,18	1,17	1,28	1,24	1,23	1,25	Dettaglio
Lattuga	1,32	1,46	1,56	1,43	1,38	1,58	Dettaglio
Zucchini	1,16	1,30	1,60	1,52	1,74	2,26	Dettaglio
Patata	0,67	0,64	0,64	0,64	0,62	0,63	Dettaglio
ALTRO A PIENO CAMPO	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	
Olio extra-vergine d'oliva	2,78	2,82	2,86	2,79	2,76	2,65	Origine
ORTAGGI SOTTO SERRA	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	
Cetriolo	1,18	1,17	1,28	1,24	1,23	1,25	Dettaglio
Pomodoro	1,28	1,22	1,40	1,60	1,65	2,01	Dettaglio
Zucchini	1,16	1,30	1,60	1,52	1,74	2,26	Dettaglio
ALTRO SOTTO SERRA	(€/piantina)	(€/piantina)	(€/piantina)	(€/piantina)	(€/piantina)	(€/piantina)	
Piante aromatiche	2,83	3,40	3,75	3,95	2,27	2,27	Dettaglio
ZOOTECNIA	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	
Pollo	1,69	1,71	1,67	1,59	1,54	1,52	Ingresso
Coniglio	3,42	3,61	4,12	4,48	4,53	4,51	Ingresso

Prezzi medi all'ingrosso

ISTAT - ISMEA	Media annua	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
ORTAGGI A PIENO CAMPO	(€/kg)						
Fagiolo da granella secca	0,90	0,96	1,00	0,98	0,98	0,95	0,82
Fagiolino mangiatutto	1,89	1,89	1,89	3,77	3,23	2,37	1,63
Pisello	0,90	0,96	1,00	0,98	0,98	0,95	0,82
Cipolla	0,54	0,55	0,55	0,55	0,64	0,65	0,60
Asparago	8,06			10,32	7,73	6,66	8,06
Cavolo broccolo	0,90	0,96	1,00	0,98	0,98	0,95	0,82
Cavolo cappuccio	0,90	0,96	1,00	0,98	0,98	0,95	0,82
Lattuga	0,97	1,30	1,23	1,02	0,91	0,79	0,70
Zucchini	1,21	1,72	1,81	1,36	1,03	0,77	0,67
Patata	0,43	0,40	0,45	0,48	0,54	0,53	0,45
ALTRO A PIENO CAMPO	(€/kg)						
Olio extra-vergine d'oliva	2,75	2,62	2,66	2,73	2,77	2,78	2,77
ORTAGGI SOTTO SERRA	(€/kg)						
Cetriolo	0,90	0,96	1,00	0,98	0,98	0,95	0,82
Pomodoro	1,45	1,90	1,84	1,75	1,76	1,42	0,88
Zucchini	1,21	1,72	1,81	1,36	1,03	0,77	0,67
ALTRO SOTTO SERRA	(€/piantina)						
Piante aromatiche	2,27	2,95	1,85	1,94	1,80	1,09	1,49
ZOOTECNIA	(€/kg)						
Pollo	1,59	1,52	1,51	1,51	1,47	1,49	1,63
Coniglio	4,01	4,36	4,12	4,17	4,17	3,85	3,47

ISTAT - ISMEA	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Fase di scambio
ORTAGGI A PIENO CAMPO	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	
Fagiolo da granella secca	0,73	0,80	0,92	0,80	0,80	0,86	Ingresso
Fagiolino mangiatutto	1,46	1,40	1,71	1,34	1,77	1,89	Ingresso
Pisello	0,73	0,80	0,92	0,80	0,80	0,86	Ingresso
Cipolla	0,52	0,52	0,51	0,46	0,47	0,49	Ingresso
Asparago							Ingresso
Cavolo broccolo	0,73	0,80	0,92	0,80	0,80	0,86	Ingresso
Cavolo cappuccio	0,73	0,80	0,92	0,80	0,80	0,86	Ingresso
Lattuga	0,77	1,04	1,05	0,76	0,81	1,01	Ingresso
Zucchini	0,65	0,90	1,24	0,87	1,40	1,73	Ingresso
Patata	0,35	0,35	0,37	0,38	0,39	0,39	Ingresso
ALTRO A PIENO CAMPO	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	
Olio extra-vergine d'oliva	2,78	2,82	2,86	2,79	2,76	2,65	Origine
ORTAGGI SOTTO SERRA	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	
Cetriolo	0,73	0,80	0,92	0,80	0,80	0,86	Ingresso
Pomodoro	0,83	0,92	1,18	1,32	1,25	1,63	Ingresso
Zucchini	0,65	0,90	1,24	0,87	1,40	1,73	Ingresso
ALTRO SOTTO SERRA	(€/piantina)	(€/piantina)	(€/piantina)	(€/piantina)	(€/piantina)	(€/piantina)	
Piante aromatiche	2,83	3,40	3,75	3,95	2,27	2,27	Dettaglio
ZOOTECNIA	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	(€/kg)	
Pollo	1,69	1,71	1,67	1,59	1,54	1,52	Ingresso
Coniglio	3,42	3,61	4,12	4,48	4,53	4,51	Ingresso

4.1.2 Produttività e prezzi dei prodotti coltivati e degli animali allevati

Affrontiamo ora l'analisi economica del modello oggetto del presente business plan parte.

Produttività

Il Gruppo di lavoro che ha sviluppato il modello agrario ha individuato le seguenti produttività medie dei beni coltivati e degli animali allevati.

Produttività media annua GDL

GDL		
ORTAGGI A PIENO CAMPO	(q/ha)	(kg/mq)
Fagiolo da granella secca	40,00	0,40
Fagiolino mangiatutto	80,00	0,80
Pisello	100,00	1,00
Cipolla	100,00	1,00
Asparago	50,00	0,50
Cavolo broccolo	200,00	2,00
Cavolo cappuccio	600,00	6,00
Lattuga	200,00	2,00
Zucchini	200,00	2,00
Patata	125,00	1,25
ALTRO A PIENO CAMPO	(l/ha)	(l/mq)
Olio extra-vergine d'oliva	4,67	0,05
ORTAGGI SOTTO SERRA	(q/ha)	(kg/mq)
Cetriolo	200,00	2,00
Pomodoro	200,00	2,00
Zucchini	200,00	2,00
ALTRO SOTTO SERRA	Numero totale	(n/mq)
Piante aromatiche	3000,00	25,00
RESE AL MACELLO %kg	2005	
Polli da carne <2kg	100%	
Conigli	100%	

Prezzi

Il Gruppo di lavoro che ha sviluppato il modello agrario ha individuato anche i prezzi di vendita delle produzioni. Allo stato attuale non risulta possibile determinare con precisione la politica di vendita dei prodotti che verranno coltivati. Durante la fase di sperimentazione Fadiesis verranno individuate le politiche commerciali della fattoria agraria e le modalità per incentivare l'acquisto dei prodotti.

Nella presente analisi sono presi in considerazione i seguenti prezzi di vendita che appaiono congrui rispetto a quelli di mercato.

Prezzi Gruppo di Lavoro

GDL	
ORTAGGI A PIENO CAMPO	(€/kg)
Fagiolo da granella secca	4,00
Fagiolino mangiatutto	1,50
Pisello	2,00
Cipolla	2,00
Asparago	7,00
Cavolo broccolo	1,00
Cavolo cappuccio	1,00
Lattuga	1,50
Zucchini	1,50
Patata	0,50
ALTRO A PIENO CAMPO	(€/l)
Olio extra-vergine d'oliva	10,00
ORTAGGI SOTTO SERRA	(€/kg)
Cetriolo	1,50
Pomodoro	1,50
Zucchini	1,50
ALTRO SOTTO SERRA	(€/piantina)
Piante aromatiche	1,00
ZOOTECNIA	(€/kg)
Pollo	4,00
Coniglio	6,00

4.1.3 Valore della produzione

Sulla base delle colture e degli allevamenti individuati, della produttività e del prezzo è possibile determinare il valore totale della produzione lorda vendibile che la fattoria di inclusione sociale produrrà.

Riportiamo di seguito il prospetto che evidenzia il fatturato di ogni prodotto ed il valore totale della produzione.

VALORE DELLA PRODUZIONE

ORTAGGI A PIENO CAMPO	Superficie coltivata (mq)	Produttività (kg/mq)	Produzione	Prezzo	Fatturato	
FAGIOLO DA GRANELLA SECCA	800	0,40	320,00	4,00	1.280,00	
FAGIOLINO MANGIATUTTO	1000	0,80	800,00	1,50	1.200,00	
PISELLO	1000	1,00	1000,00	2,00	2.000,00	
CIPOLLA ROSSA DI BASSANO	600	1,00	600,00	2,00	1.200,00	
ASPARAGO BIANCO DI BASSANO	1200	0,50	600,00	7,00	4.200,00	
BROCCOLO DI BASSANO	2600	2,00	5200,00	1,00	5.200,00	
CAVOLO CAPPUCCIO	800	6,00	4800,00	1,00	4.800,00	
LATTUGA DA CESPO	800	2,00	1600,00	1,50	2.400,00	
ZUCCHINO	800	2,00	1600,00	1,50	2.400,00	
PATATA	800	1,25	1000,00	0,50	500,00	
Colture protette	Superficie / Mq	Produttività (kg/mq)	Produzione(kg)			
CETRIOLI	200	2,00	133,33	1,5	200,00	
POMODORI		2,00	133,33	1,5	200,00	
ZUCCHINE		2,00	133,33	1,5	200,00	
PIANTE AROMATICHE (SALVIA, ROSMARINO, TIMO, ECC...)	120 (circa 3000 piantine)	25,00	3000,00	1	3.000,00	
Colture arboree	Superficie/ Mq	Produttività (piantine/mq)	Produzione (piantine)			
OLIVO	7200 (circa 200 alberi)	0,047	336,00	10	3.360,00	
Avicunicoli	n° capi annui	kg totali da vivi	Resa al macello	Produzione (kg)		
POLLI	380	2,00	100,00%	760,00	4	3.040,00
CONIGLI	300	2,00	100,00%	600,00	6	3.600,00
Totale						38.780,00

Il presente prospetto evidenzia l'incidenza percentuale di ogni produzione rispetto al valore totale della produzione.

Come si può vedere i prodotti di maggiore importanza sono l'asparago bianco, il broccolo di Bassano ed il cavolo cappuccio.

ORTAGGI A PIENO CAMPO	PLV	% su Plv
FAGIOLO DA GRANELLA SECCA	1.280,00	3,30%
FAGIOLINO MANGIATUTTO	1.200,00	3,09%
PISELLO	2.000,00	5,16%
CIPOLLA ROSSA DI BASSANO	1.200,00	3,09%
ASPARAGO BIANCO DI BASSANO	4.200,00	10,83%
BROCCOLO DI BASSANO	5.200,00	13,41%
CAVOLO CAPPUCCIO	4.800,00	12,38%
LATTUGA DA CESPO	2.400,00	6,19%
ZUCCHINO	2.400,00	6,19%
PATATA	500,00	1,29%
Colture protette	-	
CETRIOLI	200,00	0,52%
POMODORI	200,00	0,52%
ZUCCHINE	200,00	0,52%
PIANTE AROMATICHE (SALVIA, ROSMARINO, TIMO, ECC...)	3.000,00	7,74%
Culture arboree		
OLIVO	3.360,00	8,66%
Avicunicoli		
POLLI	3.040,00	7,84%
CONIGLI	3.600,00	9,28%
Totale	38.780,00	100,00%

4.1.4 Costo della produzione

I costi della produzione possono essere classificati e raggruppati come segue:

- a) costi diretti della produzione
- b) costo del personale
 - a. costo del personale di struttura
 - b. costo dei lavoratori disabili
- c) ammortamenti investimenti

Costi diretti della produzione

I costi diretti della produzione sono identificabili in tutti quei costi che la fattoria sociale deve sostenere e che sono direttamente connessi e necessari alla produzione. Si tratta dei costi di acquisto delle materie prime e delle lavorazioni del terreno.

- Costo acquisto delle materie prime quali sementi, concime, pacciamature, ecc: tali costi sono quantificabili pari al 15% del prodotto lordo vendibile.
- Lavorazione del terreno quali costi di aratura, fresatura ed in generale per tutte le lavorazioni che necessitano macchinari: sono quantificabili pari al 10% del prodotto lordo vendibile;
- Altri costi diretti di produzione, quali affitto macchine, manutenzione e sistemazione strutture per allevamento, ed altri costi vari diretti: tali costi sono quantificabili pari al 5% del prodotto lordo vendibile.

La determinazione dei costi diretti della produzione in percentuale rispetto al prodotto lordo vendibile ottenuto dalla lavorazione permette, seppure con una semplificazione, di determinare in modo abbastanza preciso l'effettivo onere che deve sostenere la fattoria. Il valore indicato, infatti, è il valore medio che si riscontra normalmente nelle produzioni agrari ed appare il valore più coerente per quantificare i costi diretti di produzione.

Non appare possibile determinare analiticamente per ogni coltivazione i costi diretti di produzione, in quanto tali costi variano costantemente a seguito di molteplici variabili, quali, a titolo di esempio, il prezzo di mercato delle materie prime, l'andamento meteorologico che influenza tempistiche e modalità di lavorazione, ect.. Una quantificazione specifica dei costi per ogni produzione determinerebbe un dato più analitico ma sicuramente più approssimativo, rispetto alla quantificazione percentuale indicata, che, proprio perché trattasi di media, permette una previsione più attendibile.

Per contro la determinazione di un costo totale non permette di identificare i singoli costi diretti di produzione, il loro andamento e l'incidenza di ognuno e pertanto non rende possibile una analisi dei costi al fine di individuare le produzioni più efficienti e neppure di quantificare le produzioni che permettono un maggior valore aggiunto.

Tali inconvenienti appaiono comunque accettabili sia perché una previsione di tipo diverso non appare attendibile, sia perché nel settore agricolo le scelte strategiche sono comunque strettamente collegate con l'andamento meteorologico climatico e con l'andamento di mercato.

Pertanto, pur tenendo conto dei limiti del modello proposto, la scelta di determinare forfaitariamente i costi diretti di produzione pari al 30% del prodotto lordo vendibile appare congrua per lo scopo della presente analisi.

Costo del lavoro

Il principale costo che dovrà sostenere la fattoria didattica è il costo del personale. Si tratta del costo delle persone impiegate nella struttura organizzativa e direttiva e del costo dei disabili che lavoreranno nella fattoria.

Costo del personale di struttura

L'organigramma che la fattoria sociale avrà a regime non appare determinabile in via definitiva a priori in quanto verrà definito nella fase di sperimentazione. Durante il progetto Fadiesis, infatti, verranno individuate tutte le figure necessarie per organizzare l'attività e supportare la formazione e l'attività lavorativa dei disabili.

In ogni caso è indispensabile per l'analisi economica effettuare una previsione, che seppure suscettibile di variazioni, permetta di definire i costi del personale impiegato nella struttura.

In base alle indicazioni dei vari gruppi di lavoro la fattoria didattica a regime dovrebbe avere il seguente organigramma.

Coordinatore della Fattoria: il coordinatore della fattoria dovrebbe essere un consulente esterno che in base alle scelte programmatiche dei partner del progetto, organizza l'attività della fattoria e provvede ad effettuare le scelte organizzative. Ad esso dovrebbe essere preposto il controllo ed il coordinamento di tutta l'attività della fattoria. Il coordinatore della fattoria potrebbe essere inquadrato con un contratto di collaborazione a progetto, per un paio di ore al giorno. Considerando un costo lordo per ogni ora pari ad € 30, il costo annuo sarebbe pari ad € 18.720

Consulente Agrario: il consulente agrario dovrebbe essere un esperto del settore che effettua le scelte strategiche e controlla la produzione della fattoria. Si prevede che tale figura, tenuto conto del limitato impegno in termini di tempo che dovrebbe dedicare al progetto, possa essere un volontario: pertanto nessun costo verrà previsto per tale figura professionale.

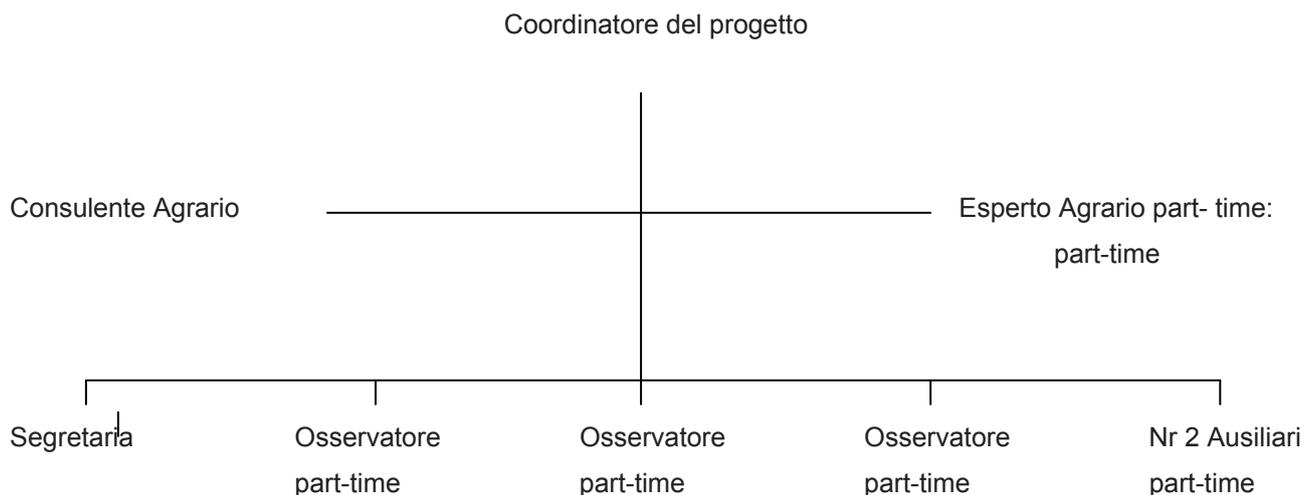
Esperto Agrario part-time: il consulente e coordinatore agrario dovrebbe essere affiancato da un esperto agrario impiegato part-time nel progetto per verificare costantemente e consigliare le modalità di produzione e lavorazione dei prodotti affiancando i lavoratori disabili e gli insegnati di sostegno. Si prevede che anche tale figura possa essere un volontario: pertanto nessun costo verrà previsto per tale figura professionale

Nr 2 Ausiliari part-time: nella gestione della fattoria dovranno inoltre essere assicurati i servizi di mensa e pulizia; per tali servizi risulteranno necessari due persone impiegate part-time. Al momento non è stato ancora deciso se esternalizzare tale servizio oppure se assumere part-time due persone che si alternino per assicurare i servizi di pulizia e mensa per i lavoratori. In ogni caso il costo preventivabile non dovrebbe variare significativamente e considerando un impegno di 4 ore al giorno appare quantificabile in € 6.240,00.

Nr 3 Osservatori – insegnati di sostegno part-time: i lavoratori disabili saranno organizzati in due squadre ognuna delle quali sarà seguita da un osservatore sia per quanto riguarda la formazione in aula che relativamente all'attività produttiva. Per tali figure appare congruo prevedere un costo orario lordo pari ad € 16,67 per un costo complessivo quantificabile in € 62.786,88.

Nr 1 Segretaria part-time: per la gestione amministrativa e la promozione dell'attività della fattoria sociale è previsto l'impiego di una segretaria part-time il cui costo all'ora è quantificabile in € 22,50, per un costo annuo di € 6.240,00.

Organigramma della fattoria didattica di inclusione sociale



Riepiloghiamo di seguito l'organigramma ed i costi preventivati connessi al personale di struttura della fattoria.

COSTO DEL PERSONALE IMPIEGATO NELLA STRUTTURA DELLA FATTORIA DIDATTICA DI INCLUSIONE SOCIALE

	NR	% TEMPO	ORE/GG	GIORNI	€/ORA	COSTO TOT
COORDINATORE/EDUCATORE	1,00	100%	2,00	312,00	30,00	18.720,00
ESPERTO AGRARIO	1,00	100%	2,00	312,00	=	0,00
ESPERTO AGRARIO PART TIME	1,00	100%	2,00	50,00	=	0,00
OPERATORI PART TIME	3,00	50%	4,00	312,00	16,77	62.786,88
SEGRETARIA PART TIME	1	50%	2,00	312,00	22,50	14.040,00
AUSILIARI PART TIME	2,00	50%	4,00	312,00	10,00	6.240,00
TOTALE						108.026,88

Costo dei lavoratori disabili

Nella Fattoria didattica si prevede di impiegare nr 8 lavoratori disabili. Potranno inoltre essere impiegati altri 12 lavoratori disabili attraverso la stipula di apposite convenzioni con l'USLL, con costi sia del personale di supporto sia dei disabili stessi che dovrebbero rimanere a diretto carico dell'Usll.

Nel modello qui analizzato il costo del personale è pertanto riferito ad 8 lavoratori disabili, con un costo stimato per ogni lavoratore è pari ad € 10 al giorno. Precisiamo che non è stata ancora deciso la modalità di remunerazione dei lavoratori disabili, anche se appare probabile un loro inquadramento quali soci lavoratori di cooperativa di lavoro agricola.

Il costo totale dei lavoratori disabili è il seguente.

COSTO LAVORATORI DISABILI	
----------------------------------	--

I GRUPPO	4,00
II GRUPPO	4,00
TOTALE LAVORATORI DISABILI	8,00
COSTO AL GIORNO - €/GIORNO	10,00
GIORNI/ANNO	312,00
TOTALE	24.960,00

Appare ora opportuno analizzare l'incidenza del costo delle diverse categorie di lavoratori all'interno della struttura lavorativa sopra descritta.

COSTO DEL LAVORO		%	
COORDINATORE/EDUCATORE	18.720,00		13,82%
ESPERTO AGRARIO	15.600,00		11,52%
ESPERTO AGRARIO PART TIME	-		0,00%
OSSERVATORI	62.400,00		46,08%
AUSILIARI PART TIME	7.488,00		5,53%
TOTALE	104.208,00		76,96%
COSTO LAVORATORI DISABILI	31.200,00	31.200,00	23,04%
COSTO TOTALE LAVORO	135.408,00	135.408,00	100,00%

Come si può vedere dalla tabella sopra riportata il costo maggiormente significativo del lavoro è rappresentato dal costo degli operatori di sostegno, personale preposto all'istruzione ed al controllo dei lavoratori disabili durante la giornata. Tale costo potrebbe variare in funzione del livello di disabilità del personale impiegato, anche se non paiono possibili delle economie importanti, in quanto appare importante e non rinunciabile, per il buon andamento della fattoria sociale, un controllo ed un sostegno costante all'attività dei lavoratori disabili.

Va peraltro evidenziato come l'impiego nella struttura di lavoratori volontari appaia importante per il contenimento dei costi e possa diventare un fattore di successo dell'iniziativa.

Ammortamento attrezzature

Come indicato nei precedenti paragrafi l'unico investimento previsto per la fattoria sociale è quello delle attrezzature di lavori che verranno utilizzate dai lavoratori disabili. Si riporta qui di seguito il costi di tale attrezzature ed l'ammortamento imputabile a ciascun esercizio.

ATTREZZATURA

	NR	COSTO	COSTO TOT	ANNI	AMM
MOTOCOLTIVATORE MONOC.	1,00	5.040,00	5.040,00	8,00	630,00
MOTOCOLTIVATORE BICIL.	1,00	5.520,00	5.520,00	8,00	690,00
VANGA	12,00	9,00	108,00	5,00	21,60
ZAPPA	12,00	14,00	168,00	5,00	33,60
RASTRELLO	12,00	6,50	78,00	5,00	15,60
ZAPPETTA	12,00	9,00	108,00	5,00	21,60
FORCA	12,00	13,00	156,00	5,00	31,20
FORCONE	12,00	16,50	198,00	5,00	39,60
CARIOLA	5,00	50,00	250,00	5,00	50,00
DECESPUGLIATORE	1,00	600,00	600,00	8,00	75,00
TOTALE					1.608,20

Si tratta di un costo esiguo che comunque deve essere ricompreso nei costi d'esercizio.

4.2 Analisi del modello economico

Sulla base dei dati sopra riportati è possibile determinare il margine lordo dell'attività oggetto del progetto.

Come sopra evidenziato i ricavi totali dell'attività della fattoria sociale sono pari ad € 38.780,00, di cui € 6.640,00 relativi all'allevamento ed € 32.140,00 relativi alle colture (nessun ricavo è stato indicato per liberalità, contributi pubblici e per attività collaterali).

Il valore della produzione è in grado di coprire il 26,52 % dei costi di produzione e di struttura.

La fattoria sociale, seppure presenti un risultato positivo di produzione (la differenza tra valore e costi della produzione è pari ad € 2.186,00), presenta un margine lordo negativo di oltre € 107.000,00.

I costi diretti di produzione hanno una incidenza molto limitata, mentre il principale costo della fattoria sociale è rappresentato dal costo del personale (oltre il 90%). In particolare il costo del personale di struttura rappresenta la voce più significativa e di maggior peso (oltre il 73%).

ANALISI ECONOMICA DEL PROGETTO

Valore della produzione	Parziale	Totale	%
Allevamento	6.640,00		4,54%
Colture	32.140,00		21,98%
Contributi attività agricola			
Liberalità			
Ricavi attività collaterali			
<i>Totale valore della produzione</i>		38.780,00	26,52%
Costi della produzione			
<i>Costi diretti di produzione</i>			
Materie prime	5.817,00		3,98%
Lavorazioni	3.878,00		2,65%
Altri costi diretti	1.939,00		1,33%
<i>Totale costi diretti produzione</i>		11.634,00	7,96%
<i>Costo diretto del personale</i>			
Costo lavoratori disabili	24.960,00	24.960,00	17,07%
Differenza tra valore e costo della produzione			2.186,00
<i>Costi di struttura</i>			
Costo osservatori/insegnanti	62.786,88		42,94%
Altri costi personale struttura	45.240,00		30,94%
(-) contributi su costo personale			0,00%
Ammortamenti	1.608,20		1,10%
<i>Totale costi struttura</i>		109.635,08	74,97%
MARGINE LORDO		- 107.449,08	-73,48%

4.3. Breve confronto tra il modello economico analizzato e le possibili proiezioni economiche basate sui dati medi Istat

La rielaborazione dei dati forniti dal GDL hanno evidenziato, come sopra illustrato, una differenza positiva tra valore e costi diretti di produzione di € 2.186,00. Tale valore non si discosta molto dal dato che è possibile ricavare dalla elaborazione dei dati medi Istat del settore. La tabella che riportiamo di seguito elaborata in base ai dati medi Istat evidenzia infatti un reddito operativo pari ad € 2.404,43 (€ 7.192,61 al netto dei contributi agricoli per € 4.788,18).

Reddito Operativo

ISTAT - ISMEA	(€)
PLV	47881,76
di cui fatturato	43093,59
di cui reimpieghi e auto-consumi	4788,18
+ Contributi	6665,31
= Totale Ricavi	54547,08
- Consumi intermedi	16300,89
= Valore aggiunto	38246,19
- Ammortamenti	2601,63
= Prodotto netto aziendale	35644,55
- Costo del lavoro	28451,94
= Reddito Operativo	7192,61

4.4. Altre fonti di reddito

I prodotti dell'agricoltura e dell'allevamento non sono le uniche fonti di reddito che la fattoria sociale potrà realizzare. Seppure nel modello illustrato i prodotti agricoli e le loro trasformazioni (es. olio di oliva) rappresentino il totale del valore della produzione, vi sono delle fonti di reddito alternative che esulano da quanto illustrato finora. Si tratta per lo più di servizi che la fattoria sarà in grado di offrire al pubblico.

Accanto all'attività principale dell'impresa agricola, potranno infatti essere organizzate tutta una serie di attività collaterali che potrebbero essere particolarmente importanti in quanto:

- permetteranno di far conoscere la struttura ai terzi;
- incrementeranno la vendita dei prodotti coltivati ed allevati;
- permetteranno ai disabili di conoscere ed entrare in contatto con nuove persone, stimolandoli positivamente;
- potranno rappresentare fonti di reddito aggiuntive importanti.

Varie possono essere le attività che potranno essere organizzate dalla struttura quali

- percorsi didattici per le scuole: in questo modo gli stessi disabili potrebbero coinvolgere direttamente gli studenti, ai quali affidare per esempio, una piccola porzione di terreno ;
- degustazioni di prodotti coltivati ed allevati: la fattoria sociale potrebbe, alcuni giorni la settimana, organizzare delle degustazioni dei prodotti agricoli;
- feste, cerimonie ed altre forme d'intrattenimento.

Altre fonti di reddito di particolare importanza per la fattoria sociale, non prese in considerazione nello sviluppo del modello economico data l'impossibilità di effettuare attualmente delle stime attendibili, potranno essere

- a) i contributi pubblici;
- b) le liberalità ricevute da privati.

Sia per la produzione agricola che l'attività di assistenza sociale che verranno sviluppate dalla fattoria sociale potrebbero infatti ottenere consistenti contributi pubblici di sostegno che permetterebbero di coprire dei costi di gestione della struttura.

QUINTA PARTE

PROIEZIONI ECONOMICO FINANZIARIE ANNUALI DELL'IMPRESA PROPONENTE CONSEGUENTI ALLA REALIZZAZIONE DELL'INIZIATIVA

5.1. ILLUSTRAZIONE DEI CRITERI ASSUNTI PER LA DETERMINAZIONE DEI DATI DI BASE ASSUNTI PER LE PROIEZIONI ECONOMICO FINANZIARIE

L'analisi dei dati sviluppata nella precedente parte permette di effettuare una rielaborazione dei dati e di ottenere il conto economico e lo stato patrimoniale relativo all'attività che verrà sviluppata dalla fattoria didattica.

I dati esaminati sono stati presi quale punto di partenza per elaborare una proiezione dell'andamento della fattoria didattica dal 2009 (primo anno dopo il progetto Fadiesis) sino al 2013 (considerando quindi 5 anni di attività).

Precisiamo che i budget elaborati presentano di per sé delle limitazioni circa la loro attendibilità in quanto determinati sulla base di dati stimati non dati storici. Ciò nonostante appare importante effettuare tale stima per valutare da un lato l'andamento previsto e dall'altro al fine di individuare gli elementi organizzativi più importanti e le variabili sulle quali appare possibile intervenire al fine di migliorare il risultato economico della fattoria sociale.

Nella elaborazione sviluppata sono stati considerati fissi i costi di struttura mentre è stato ipotizzato un andamento crescente dei ricavi e dei costi di produzione.

In particolare è stato stimato un aumento del volume della produzione del 50% il terzo anno (2011) ed un aumento dei costi dei prodotti dal quinto anno (2013).

E' stato ipotizzato infatti un aumento della produzione a seguito dell'aumento della superficie coltivata e del numero di capi allevati), ed un aumento dei prezzi applicati una volta che l'attività della fattoria didattica verrà "pubblicizzata" e conosciuta.

Riportiamo di seguito le stime relative all'andamento produttivo.

Prodotti principali	2009	2010	2011	2012	2013
Prezzo Conigli	6.000	6.000	6.000	6.000	7.000
Volume effettivo Conigli	600	600	900	900	900
Valore prod.ne Conigli	3.600	3.600	5.400	5.400	6.300
Prezzo Polli	4.000	4.000	4.000	4.000	5.000
Volume effettivo Polli	760	760	1.140	1.140	1.140
Valore prod.ne Polli	3.040	3.040	4.560	4.560	5.700
Prezzo Ortaggi	1.000	1.000	1.000	1.000	1.500
Volume effettivo Ortaggi	25.180	25.180	30.216	30.216	30.216
Valore prod.ne Ortaggi	25.180	25.180	30.216	30.216	45.324
Prezzo Culture protette	1.500	1.500	1.500	1.500	2.000
Volume effettivo Culture protette	400	400	600	600	600
Valore prod.ne Culture protette	600	600	900	900	1.200
Prezzo Culture arboree	10.000	10.000	10.000	10.000	12.000
Volume effettivo Culture arboree	336	336	504	504	504
Valore prod.ne Culture arboree	3.360	3.360	5.040	5.040	6.048
Prezzo Olio di oliva	1.000	1.000	1.000	1.000	1.500
Volume effettivo Olio di oliva	3.000	3.000	4.500	4.500	4.500
Valore prod.ne Olio di oliva	3.000	3.000	4.500	4.500	6.750

Relativamente ai costi di produzione precisiamo che:

- i costi diretti sono stati calcolati complessivamente pari al 30% del valore della produzione e pertanto hanno lo stesso andamento;
- tra i costi di struttura oltre ai costi del personale sono stati compresi i seguenti costi annuali:

costi amministrativi vari € 1.000

costi di assicurazione € 500

altri costi € 1.000

Riportiamo di seguito il conto economico previsionale 2009-2013 della fattoria sociale.

BILANCI PREVISIONALI					
Conto economico previsionale complessivo	2009	2010	2011	2012	2013
Ricavi di vendita	38.780	38.780	50.616	50.616	71.322
Variazione rimanenze prodotti finiti e semilav.					
Altri ricavi e proventi					
Contributi in conto esercizio					
Valore della produzione	38.780	38.780	50.616	50.616	71.322
Costi variabili proporzionali ai ricavi	11.634	11.634	15.185	15.185	21.397
Consumo materiali					
Lavorazioni esterne					
Altri servizi proporzionali alla produzione					
Totale costi variabili	11.634	11.634	15.185	15.185	21.397
Margine di contribuzione	27.146	27.146	35.431	35.431	49.925
Costo dipendenti diretti	24.960	24.960	24.960	24.960	37.440
Margine per la copertura dei costi indiretti	2.186	2.186	10.471	10.471	12.485
Costo dipendenti indiretti e collab. esterni					
Ammortamento immobilizzazioni materiali	1.608	1.608	1.608	1.608	1.608
Ammortamento immobilizzazioni immateriali					
Costi per servizi di struttura	109.529	109.529	109.529	109.529	109.529
Canoni di leasing					
Locazioni e godimento beni di terzi					
Accantonamenti					
Altri costi di gestione tipica	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Pubblicità e partecipazione a fiere					
Altri costi fissi discrezionali					
Totale costi fissi	112.137	112.137	112.137	112.137	112.137
Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni					
Reddito operativo di gestione caratteristica	-109.951	-109.951	-101.666	-101.666	-99.652
Proventi finanziari e patrimoniali					
Reddito della gestione complessiva	-109.951	-109.951	-101.666	-101.666	-99.652
Oneri finanziari					
Reddito di competenza	-109.951	-109.951	-101.666	-101.666	-99.652
Proventi e oneri straordinari					
Reddito ante imposte	-109.951	-109.951	-101.666	-101.666	-99.652
Imposte e tasse non sul reddito					
Imposte sul reddito di esercizio e IRAP					
Reddito netto	-109.951	-109.951	-101.666	-101.666	-99.652

Riportiamo di seguito lo stato patrimoniale previsionale 2009-2013 della fattoria sociale.

Stato patrimoniale previsionale complessivo

Attivo	2009	2010	2011	2012	2013
Disponibilità liquide					
Attività finanziarie non immobilizzate					
Crediti finanziari a breve termine					
Totale attività finanziarie correnti					
Crediti commerciali					
Altri crediti di gestione tipica					
Rimanenze					
Crediti tributari					
Totale attività circolanti di funzionamento					
Immobilizzazioni materiali	10.618	9.010	7.401	5.793	4.185
Immobilizzazioni immateriali					
Immobilizzazioni finanziarie					
Totale immobilizzazioni	10.618	9.010	7.401	5.793	4.185
Totale attivo	10.618	9.010	7.401	5.793	4.185
Passivo	2009	2010	2011	2012	2013
Debiti commerciali	17.866	17.866	18.449	18.449	19.471
Debiti previdenziali e altri debiti di gestione tipica					
Fondi TFR e quiescenza					
Altri fondi generici					
Debiti tributari					
Fondi imposte					
Utili da distribuire					
Totale passività circolanti di funzionamento	17.866	17.866	18.449	18.449	19.471
Debiti a breve vs. banche e castelletto					
Finanziamenti infragruppo a breve termine					
Altri finanziamenti a breve termine					
Totale passività correnti di finanziamento					
Debiti verso banche a m/l termine					
Obbligazioni					
Soci c.to finanziamenti	102.703	211.046	310.520	410.578	507.600
Finanziamenti infragruppo a m/l termine					
Altri finanziamenti a m/l termine					
Totale passività consolidate di finanziamento	102.703	211.046	310.520	410.578	507.600
Totale passività di finanziamento	102.703	211.046	310.520	410.578	507.600
Totale mezzi di terzi	120.569	228.912	328.969	429.027	527.071
Capitale sociale					
Conferimenti c.to capitale sociale					
Riserve non legate agli utili/perdite es. precedenti					
Riserve legate agli utili/perdite esercizi precedenti		-109.951	-219.902	-321.568	-423.234
Reddito netto non distribuito	-109.951	-109.951	-101.666	-101.666	-99.652
Totale patrimonio netto	-109.951	-219.902	-321.568	-423.234	-522.886
Totale Passività e Patrimonio netto	10.618	9.010	7.401	5.793	4.185

Dai dati e dalle elaborazioni sopra riportati si evidenzia i seguenti fattori di particolare importanza:

- il principale costo della fattoria sociale è rappresentato dal costo del personale di struttura;
- un aumento, anche considerevole, della produzione non incide in modo significativo sull'andamento della fattoria in quanto il margine di produzione diretto è troppo esiguo rispetto ai costi di struttura;
- per poter svolgere la sua attività la fattoria sociale necessita di ingenti risorse finanziarie stimabili in oltre € 110.000,00 all'anno.

Dalle considerazioni sopra riportate emerge la necessità di valutare con attenzione in primis la possibilità di ripensare la struttura organizzativa per ridurre i costi del personale di struttura; nel modello analizzato sono stati considerati due lavoratori volontari (gli esperti agrari) mentre sarebbe auspicabile l'introduzione di altre figure volontarie al fine di ridurre il costo del personale.

Andranno inoltre attentamente studiate e valutate le possibilità di ottenere dei contributi e delle sovvenzioni pubbliche per il sostenimento della attività produttiva e quale contribuzione e riconoscimento della attività sociale svolta dalla fattoria didattica.

SESTA PARTE

FATTORIE DIDATTICHE A CONFRONTO

6.1. ANALISI COMPARATA FRA FATTORIE DIDATTICHE SVILUPPATE IN ITALIA

Fadiesis si concretizza nella realizzazione di una fattoria didattica di sviluppo e inclusione sociale per giovani disabili. Varie sono le esperienze che presentano delle comunanze con il presente progetto.

6.1.1 Fattorie didattiche

Il D.L.R. n. 70/2003 le definisce come “aziende agricole o agrituristiche in grado di ospitare e svolgere attività didattiche e divulgative, prioritariamente a favore delle scuole di ogni ordine e grado e più in generale dei consumatori, allo scopo di:

- riscoprire il valore "culturale" dell'agricoltura e del mondo rurale, valorizzando il ruolo formativo e informativo dell'agricoltore;
- creare una rete di relazioni fra produttore e giovane consumatore finalizzata alla conoscenza della produzione agricola e ad uno stile di vita sano;
- consolidare i legami dei giovani con il proprio territorio.”

La carta della qualità delle fattorie didattiche venete stabilisce i seguenti requisiti e impegni per l'accreditamento:

- **Sicurezza e aspetti igienico-sanitari**
- a) Rispetto delle norme sulla sicurezza vigenti in materia, con particolare riguardo a quanto previsto dal Decreto Legislativo n. 626/94;
 - b) Obbligo di stipula di un'assicurazione di responsabilità civile;
 - c) Essere in possesso di una dotazione di base per il pronto soccorso;
 - d) Dotazione di servizi igienici a norma;
 - e) Accessi e percorsi utilizzabili da parte dei portatori di handicap;
 - f) Obbligo di mantenimento di un adeguato livello di pulizia del centro aziendale e delle sue prossimità liberandoli da materiale d'ingombro, attrezzature in disuso o altro che possa costituire ostacolo, pericolo o comunque effetto sgradevole; eventuali attrezzature in disuso impiegate a fini didattici nel percorso (es. vecchi aratri) potranno essere previste purché in buono stato di conservazione e adeguatamente protette;
 - g) Obbligo di accertamento, per il tramite degli insegnanti, della presenza di bambini con eventuali allergie e/o intolleranze alimentari, al fine di poterne tenere conto nello svolgimento del percorso didattico e nella preparazione dei pasti.

- **Logistica**

Aree aziendali aperte

- h) Disponibilità di un'area per il parcheggio dei pullman o degli altri mezzi di trasporto delle scolaresche;
- i) Dotazione di un'adeguata segnalazione dell'azienda, ricomprendente il logo regionale del progetto "Fattorie didattiche";
- j) Progettazione e realizzazione di un idoneo percorso didattico;
- k) Predisposizione e delimitazione di spazi adeguati per la colazione e/o merenda e per le attività ricreative.

Aree coperte

- a) Dotazione di ambienti coperti attrezzati per lo svolgimento dei percorsi didattici, da utilizzare nel caso si manifestino condizioni atmosferiche avverse;
- b) Predisposizione di spazi attrezzati per il consumo dei pasti.

- **Accoglienza e didattica**

- a) Accoglienza di un numero di alunni adeguato rispetto alla disponibilità degli operatori/animatori presenti nella fattoria;
- b) Predisposizione di uno o più percorsi specifici, in relazione all'età degli alunni (materna-elementare-media-media superiore);
- c) Prevedere un approccio interattivo tra operatori insegnanti e ragazzi;
- d) Concordare con gli insegnanti gli obiettivi educativi ed il percorso didattico da proporre alle classi, in funzione dell'età dei ragazzi e dei programmi dei cicli scolastici;
- e) Obbligo di distribuzione dei quaderni didattici sul percorso in fattoria e degli altri supporti forniti dalla Regione Veneto e/o da altri Enti qualificati, oltre all'eventuale materiale specifico della fattoria didattica;
- f) Utilizzazione e raccolta delle "schede di gradimento", predisposte dalla Regione Veneto, al fine di una valutazione oggettiva delle esperienze vissute da parte dei visitatori e per raccogliere suggerimenti e stimoli sui percorsi, sulle attività e sulla metodologia.

- **Formazione**

Come elemento qualificante dell'intero progetto; c'è la necessità e l'obbligo di una formazione a carattere specifico, assicurata dall'Attestato di frequenza ai Corsi di formazione base finanziati ed approvati dalla Regione Veneto nell'ambito del progetto "Fattorie didattiche".

In alternativa, potrà essere considerato equipollente, ai fini dei requisiti formativi:

- Attestato di frequenza ai corsi di analogo contenuto finanziati dalla Regione Veneto nell'ambito del P.S.R. (Misura 12);
- Attestato di frequenza a corsi di analogo contenuto, conseguiti nel corso degli ultimi 5 anni, promossi nell'ambito di progetti sulle fattorie didattiche in Veneto o in altre Regioni.

Nel caso di attività formativa a carattere equipollente, i soggetti devono impegnarsi a frequentare obbligatoriamente 2 moduli specifici (Modulo istituzionale e Modulo di didattica sistemica) - per un totale di 8 ore - ideati, progettati e realizzati dalla Regione Veneto d'intesa con le Organizzazioni Professionali.

Per tutti, c'è l'impegno a partecipare ad un aggiornamento di 1 giornata (totale 8 ore) negli anni

successivi.

- **Obblighi di comunicazione e informazione**

- Obbligo di stabilire e comunicare la tempistica di accoglienza delle classi, anche in relazione al percorso didattico offerto, definendo: periodo stagionale (es. da febbraio a giugno), giorni della settimana, orario (solo mattina; tutta la giornata), eventuale possibilità di pernottamento;
- Obbligo di comunicazione della disponibilità o meno della fattoria alla preparazione di merende o pranzo;
- Obbligo di fissare e comunicare il contributo richiesto per classe, con e senza pasto (tariffa massima);
- Obbligo di tenuta e compilazione di un registro delle classi in visita;
- Obbligo di utilizzare il logo “Fattorie didattiche” approvato dalla Regione Veneto nelle attività di comunicazione (pieghevoli, siti internet, ecc.).



Le aziende si devono inoltre impegnare ad essere soggette ad eventuali controlli da parte della Regione – o da altri soggetti dalla stessa delegati - concernenti la permanenza dei requisiti e delle condizioni per l’accreditamento nonché il monitoraggio della qualità delle proposte didattiche.

Le fattorie che rientrano in questa definizione e svolgono quindi attività di tipo educativo nel settore agricolo sono tantissime e si differenziano sostanzialmente per i tipi di percorso. Solo nella regione Veneto l’elenco aggiornato al 31 Dicembre 2004 ne conta 107, così suddivise tra le province:

BELLUNO	1
PADOVA	15
ROVIGO	18
VENEZIA	15
TREVISO	10
VERONA	13
VICENZA	35

Le fattorie didattiche sono in sintesi delle aziende agricole che, oltre alla loro attività quotidiana di impresa come fonte integrativa di reddito sono aperte al mondo della scuola grazie all’accoglienza di gruppi scolastici. L’idea è di rendere le strutture agricole direttamente protagoniste della loro attività per promuovere l’educazione alimentare nell’ottica di superare lo scollamento esistente tra il mondo della

produzione e quello del consumo. La creazione di percorsi didattici “esperienziali” permette ai ragazzi di conoscere e partecipare all’attività agricola seguendone la scansione lungo il ciclo stagionale, es.:

- Percorso didattico = percorso del miele
- Percorso didattico = percorso dell’acqua
- Percorso didattico = percorso del formaggio

Tra le esperienze più qualificanti per estensione e capillarità, si cita **Campagna Amica, la rete di fattorie per la scuola di Coldiretti**, costituita da 76 imprese agricole e agrituristiche distribuite in tutto il territorio regionale che hanno scelto di dedicarsi all’attività didattica: un servizio rivolto soprattutto alla scuola e che si colloca nel più ampio concetto di agricoltura multifunzionale. Queste fattorie si configurano come luoghi concreti di apprendimento, laboratorio vivi per esperienze dirette di osservazione, studio, manipolazione, raccolta di materiali, partecipazione a fasi di lavorazione e trasformazione, costruzione di piccoli oggetti, degustazione di prodotti, giochi.

Le offerte sono tra le più appetibili e interessanti: si va dalle esperienze di orienteering alla costruzione di antiche zattere fluviali, dai giochi tradizionali tipo il “cacciatore di fate” alla realizzazione di bambole di paglia, dai laboratori del gusto alla lavorazione ed intreccio di vimini e saggina, dai percorsi della grande guerra alla scoperta delle grotte degli gnomi.

L’obiettivo è quello di offrire ai più giovani uno strumento di avvicinamento al territorio e all’ambiente, consentendo ai ragazzi di studiare e sperimentare direttamente le relazioni che esistono tra attività agricola, consumi alimentari e salvaguardia dell’ambiente.

Nella Provincia di Vicenza sono attive 30 fattorie didattiche che operano a livello di rete di fattorie per la scuola di Coldiretti. Facendo riferimento all’area di intervento del progetto FADIESIS, si presentano di seguito le esperienze più vicine alla zona di Bassano del Grappa, località di intervento del progetto.

AZIENDA AGRICOLA - AGRITURISTICA - LA PACHAMAMA DI MAURIZIO RADIN

Via Cobalchini 5 - MAROSTICA (sita a 7 km da Bassano del Grappa)

Accoglienza massima: 50 persone

Periodo di attività: autunno – primavera tutto il giorno

L’azienda è ubicata a ridosso delle colline della fascia pedemontana Astico-Brenta e si sviluppa parte su terreno pianeggiante, parte in collina, per una superficie complessiva di circa 6 ettari. Il territorio è attraversato da un itinerario naturalistico (Sant’ Agata - San Benedetto) ed in prossimità, vi è Villa Favero-Raselli. L’azienda agricola produce con metodo biologico: olio, uva da vino, Mais Marano, ortaggi, ciliegie, albicocche e fichi. È presente un laboratorio di trasformazione per la produzione di conserve, sottoaceti, marmellate, farina di mais per polenta. Si organizzano attività didattiche e culturali. Si vendono olio, frutta, miele, ortaggi, farina di mais marano.

Percorsi/laboratori didattici

Agricoltura biologica

Obiettivi didattici: conoscere i principi dell’agricoltura con metodo biologico.

Attività e temi di lavoro: viene spiegata l’importanza della natura ed i principi su cui si basa l’agricoltura con metodo biologico. E’ possibile approfondire la tematica affrontando alcune tecniche specifiche (consociazione, rotazione...); visita all’orto biologico e alle serre per riconoscere i principali ortaggi ed i loro periodi di raccolta.

Laboratorio: è prevista una degustazione con le verdure tipiche di stagione.

Apicoltura volare tra petali e pistilli

Obiettivi didattici: conoscere le caratteristiche dell'ape e dei prodotti dell'alveare

Attività e temi di lavoro: l'utilità dell'ape in natura, nell'agricoltura (impollinazione dei frutteti) e nell'alimentazione, i prodotti dell'alveare ed il loro uso: la cera, il miele, il polline, il propolis, la pappa reale. approfondimenti sull'allevamento dell'ape: il ciclo completo dalla deposizione dell'uovo alla fecondazione dell'ape regina.

Laboratorio: visita all'apiario didattico ed al laboratorio per la smielatura e la maturazione; è prevista una degustazione con i prodotti dell'alveare.

Mais marano o maranello una polenta da riscoprire

Obiettivi didattici: conoscere le caratteristiche del mais tradizionale maranello ed il suo impiego.

Attività e temi di lavoro: la storia del mais e la sua origine; il mais marano: la storia, le caratteristiche e le proprietà nutritive; l'importanza di valorizzare un prodotto tradizionale in un mercato sempre più globale.

Laboratorio: sgranatura, macinatura, setaccio, degustazione con prodotti agroalimentari a base di farina di mais.

AZIENDA AGRICOLA - FONTANA ANGELO DI FONTANA ANGELO

Via delle Prese, 33 – NOVE (sita a 8 km da Bassano del Grappa)

Accoglienza massima: 25 persone

Periodo di attività: da ottobre a giugno dalle ore 9.00 alle 12.00

L'azienda agricola nasce nel 1952 quando il nonno Santo Fontana proveniente da Tonezza del Cimone decide di acquistare del terreno in una delle zone più belle di Nove. Si trasferisce con la famiglia e da inizio all'azienda con l'allevamento di 10 vacche da latte. L'azienda si trova lungo gli argini del fiume Brenta in una zona molto verde del comune di Nove. E' circondata da 6 ettari di terreno proprio e da 20 ettari in affitto, lavorato a fieno e mais che vengono utilizzati per l'alimentazione degli animali. Nel terreno circostante la stalla e l'abitazione sono presenti diversi alberi da frutto e una piccola pony "Dama" pascola indisturbata nel prato. Oggi il nipote Angelo, sposato con tre figli gestisce l'azienda con l'aiuto del fratello e dei genitori. Vengono allevate 100 vacche da latte a stabulazione libera e dal 1992 si produce latte di alta qualità, inoltre da gennaio 2003 si certifica il percorso di rintracciabilità di filiera.

Percorsi/laboratori didattici

Percorso del latte di qualità:

Obiettivi didattici: conoscere le caratteristiche del latte ed il suo impiego

Attività e temi di lavoro: conoscenza delle brune alpine e frisone e di cosa mangiano distinguendo tra le materie prime prodotte in azienda e quelle acquistate, conoscenza di cosa si produce nei campi, conoscenza della mungitura e della conservazione del latte.

Laboratori: costruzione di un erbario; riconoscere e classificare le piante: frutteti, piante alto fusto, arbusti; riconoscere e classificare gli animali: insetti, uccelli, mammiferi, pesci.

AZIENDA AGRICOLA - AGRITURISTICA LA CASA SUL FIUME DI A. E C. COSTA

Via Fontanazzi, 1 – SOLAGNA (sita a 8 km da Bassano del Grappa)

Accoglienza massima: 50 persone

Periodo di attività: tutto l'anno

È ubicata lungo le sponde del Brenta, in Comune di Solagna a pochi chilometri da Bassano del Grappa. Il territorio aziendale, data l'ubicazione, ha una spiccata sinergia con le più importanti sorgenti carsiche del

Grappa. L'azienda, con annesso il "Centro di documentazione fluviale" ed il Centro Ittico, organizza attività di educazione ambientale finalizzate a conoscere la flora e la fauna del territorio della Valle del Brenta. Si vendono ortaggi, frutta, miele, uova, castagne e legname.

Percorsi/laboratori didattici

Le specie ittiche del Brenta:

Obiettivi didattici: conoscere le specie ittiche del fiume Brenta; comprendere la funzione del fiume nel territorio.

Attività e temi di lavoro: il Brenta come risorsa primaria del territorio; impariamo a riconoscere la fauna ittica: imbarco presso le sorgenti dell'oliero ed arrivo al centro ittico dell'azienda agricola.

Sono uno zattiere:

Obiettivi didattici: sperimentare la costruzione della zattera fluviale.

Attività e temi di lavoro: come si costruisce una zattera, il più antico mezzo di trasporto del legname; funi e tanta abilità per dare vita ad una entusiasmante avventura; uno degli antichi mestieri della serenissima repubblica veneta.

Osservazione degli uccelli di passo e stanziali:

Obiettivi didattici: riconoscere differenti specie di uccelli stanziali e di passo

Attività e temi di lavoro: scendiamo lungo le sponde del Brenta con i gommoni e fermiamoci nei capanni di birdwatching dell'azienda per osservare la ricca e peculiare fauna del territorio.

AZIENDA AGRICOLA - PERON DI PERON FLAVIO, PAOLO E MAURIZIO SAS

Via Roncaglia Vaccheria, 38 – SCHIAVON (sita a 12 km. da Bassano del Grappa)

Accoglienza massima: 50 persone

Periodo di attività: tutto l'anno

Immersa nei prati verdi del Comune di Schiavon si trova l'Azienda Peron, un moderno allevamento di vacche da latte di sola Razza Bruna, frutto del lavoro e della selezione genetica che dura da tre generazioni. L'azienda, a conduzione familiare, produce latte di alta qualità di origine identificata con sistema UNI EN ISO 9001:2000 - Vision 2000, destinato al consumo alimentare. L'obiettivo culturale che si pone l'azienda è quello di far conoscere l'importante processo della produzione del latte, offrendo la possibilità di vedere da vicino come vivono e vengono allevate le mucche, le manzette, le vitelle e come vengano alimentate con prodotti sani, genuini e controllati. L'azienda ha scelto come sua mascotte la mucca CAROLINA, che diventerà la protagonista delle varie spiegazioni.

Percorsi/laboratori didattici

La produzione del latte:

Obiettivi didattici: conoscere le caratteristiche del latte ed il suo impiego

Attività e temi di lavoro: l'importante ciclo della produzione del latte si basa su alcuni elementi fondamentali che sono: una sana alimentazione della mucca; un ambiente sano e confortevole di vita per l'animale; la pulizia dell'animale prima della mungitura, degli ambienti di lavoro e della sala di stoccaggio del latte; la conservazione del latte munto fino al trasporto nel caseificio per la lavorazione. Per completare la spiegazione del processo di produzione del latte vengono approfonditi alcuni aspetti fondamentali quali: l'ambiente ove è collocata l'azienda: con illustrazione della collocazione territoriale con cenni storici, spiegazione del tipo di colture tipiche della zona e della conformazione territoriale, ricerca dei toponimi, come legame stretto con il territorio, l'importanza della coltivazione e della preservazione dei prati stabili.

l'alimentazione della mucca e delle vitelle: con una dettagliata spiegazione del sistema di alimentazione adottato in azienda, distinguendo tra le materie prime prodotte in azienda e quelle acquistate. illustrazione del processo di produzione del fieno e silomais. *Laboratorio*: impariamo a riconoscere i vari alimenti che compongono l'unifeed – la pappa della mucca carolina; impariamo a riconoscere le varie erbe che ci sono nel prato, distinguendo tra quelle buone e quelle cattive; sentiamo il profumo del fieno raccolto e conservato e tocchiamo con mano questo prezioso alimento naturale; diamo il latte a gelsomina, paperina & co., le nostre vitelle, che dovranno crescere e diventare come la mucca carolina per produrre buon latte sano e genuino.

Le piante e gli altri animali che vivono in azienda:

Obiettivi didattici: conoscere le caratteristiche delle piante e degli animali domestici

Attività e temi di lavoro: passeggiata lungo il corso d'acqua che delimita l'azienda, ammirando le varie piante da siepe e da frutto che ci sono. scopriamo inoltre tutti gli uccelli e gli animali notturni che popolano la nostra zona.

Laboratorio: scopriamo i colori e gli odori della frutta di stagione; scopriamo i vari tipi di piante da siepe ed il motivo per cui vengono piantate; visitiamo il grande albero popolato di notte dalle civette, dai gufi e dai pippistrelli; vediamo da vicino come si costruisce una scopa di sanguanella, simile alla Nimbus 2000 di Harry Potter.

AZIENDA AGRICOLA - IL DINDARELLO DI LUIGI SANDINI

Via Dindarello, 20 – SANDRIGO (sita a 20 km. da Bassano del Grappa)

Accoglienza massima: 50 persone

Periodo di attività: marzo-giugno e settembre-ottobre

L'azienda agricola "Il Dindarello" si trova in località Lupia di Sandrigo, vicino al fiume Astico. A nord la proprietà è delimitata dal torrente Dindarello. La siepe lungo questo corso d'acqua è stata ripristinata per recuperare quell'ambiente così caratteristico della nostra campagna e della fascia delle risorgive. Lungo il Dindarello si snoda un percorso-natura, articolato in varie tappe, ognuna delle quali è abbinata alla scoperta di una favola o di un mito.

Percorsi/laboratori didattici

Passeggiata lungo il percorso "natura del dindarello"

Obiettivi didattici: riconoscere fiori e piante; scoprire e valorizzare il proprio ambiente rurale; rapportarsi con la natura imparando a conoscerla e a rispettarla; scoprire, riconoscere e ricordare suoni, colori e profumi della campagna; respirare la natura attraverso l'incanto di una fiaba.

Attività e temi di lavoro: percorso di esplorazione ed attività attraverso le seguenti tappe: le api oltre la siepe; il grande platano e la sorgente canterina; il boschetto del tiglio; il boschetto del ciliegio; il filare di noci; il vigneto.

Percorsi di lettura nel verde

Obiettivi didattici: riscoprire il verde dell'ambiente e dei suoi valori attraverso le storie narrate; percorrere i sentieri immaginari della narrativa e passeggiare lungo quelli reali che attraversano i numerosi angoli verdi della nostra campagna; entrare attraverso le storie narrate nel bosco, nel cielo, tra gli alberi, nei prati, lungo le rive dei ruscelli come entrerebbe un essere di dimensioni ridottissime, un folletto forse.

Attività e temi di lavoro: sentieri di lettura nella foresta della letteratura; ogni itinerario proposto porterà il giovane lettore dentro lo specifico immaginario da esso espresso: animali, vegetali, favolistica, poesia,

viaggi a piedi nel verde; presentazione di libri di narrativa che trattano temi legati alla natura adatti alle varie fasce d'età.

A tu per tu con gli animali: le api e il loro mondo

Obiettivi didattici: scoprire come vivono questi meravigliosi insetti e che cosa avviene nel loro alveare; capire l'utilità dell'ape in natura e nell'agricoltura.

Attività e temi di lavoro: l'attività si articola in due momenti: uno teorico con supporto di audiovisivi e uno pratico con visita all'apiario didattico.

AZIENDA AGRICOLA - AGRITURISTICA GRUUNTAAL DI DUILLIO RODEGHIERO

Via Valle, 69 – ASIAGO (sita a 33 km da Bassano del Grappa)

Accoglienza massima: 25 persone

Periodo di attività: settembre- ottobre e da gennaio a maggio

L'azienda, situata nelle immediate vicinanze di Asiago, si affaccia su una verde conca circondata dai boschi del Monte Zebio, dove si ergono le rovine del forte interrotto. E' in una posizione ideale per effettuare interessanti escursioni nell'altopiano. Si allevano conigli, polli, anatre, capponi, faraone, cavalli e suini. E' possibile soggiornare in comodi appartamenti, degustare specialità tipiche locali, acquistare soppresse, salami, pancette, formaggi e miele. Si organizzano percorsi didattici alla scoperta degli animali e dei prati di montagna.

Percorsi/laboratori didattici

Le uova:

Obiettivi didattici: conoscere gli animali della fattoria e del bosco attraverso le uova.

Attività e temi di lavoro: impariamo a riconoscere le uova degli animali dell'altopiano di asiago; l'uovo nella tradizione popolare. semplici ricette con le uova.

Laboratori: coloriamo le uova con foglie e cartine colorate; prepariamo la pasta, l'uovo sbattuto, le frittate i dolci. utilizzare le uova in cucina: l'impasto per le crostate. l'uovo sodo, all'occhio di bue, la frittata.

Le erbe spontanee di montagna:

Obiettivi didattici: conoscere le erbe aromatiche spontanee tipiche dell'altopiano.

Attività e temi di lavoro: escursioni nei prati dell'altopiano di asiago per conoscere le erbe di montagna, la loro stagione di raccolta e il loro utilizzo di cucina; riconoscere le erbe utilizzate in cucina.

Gli animali di cortile:

Obiettivi didattici: conoscere i comportamenti e le abitudini degli animali

Attività e temi di lavoro: visita agli animali allevati in azienda: i conigli, le anatre, i capponi, i polli, i maiali e i cavalli; l'allevamento all'aperto e in ricoveri; cure e alimentazione, riconoscimento ed usi alimentari; dal pulcino all'animale adulto.

Laboratori: dipingere la fattoria.

AZIENDA AGRICOLA - AGRITURISTICA - AL RANCH DI DEVIS PASIN

Via Bernardi, 10 – VALDAGNO (sita a 45 km da Bassano del Grappa)

Accoglienza massima: 50 persone

Periodo di attività: tutto l'anno

L'azienda si trova nella valle dell'agno, si può raggiungere sia da Schio che da Valdagno seguendo la direzione passo Zovo. L'azienda posta a 600 mt. di altitudine si è specializzata nella produzione zootecnica, con l'allevamento del cavallo agricolo italiano e avelignese e l'allevamento dell'asino furlano.

Ci sono poi maiali, capre, pecore e animali di bassa corte. L'azienda produce formaggi e insaccati.

Percorsi/laboratori didattici

Conoscere i cavalli

Obiettivi didattici: riconoscere le varie razze di cavalli; apprendere le caratteristiche del loro allevamento

Attività e temi di lavoro: visita all'allevamento allo stato semibrado; le razze; l'alimentazione; i comportamenti; montare a cavallo.

Conoscere gli asini

Obiettivi didattici: riconoscere le caratteristiche degli asini; apprendere le caratteristiche del loro allevamento;

Attività e temi di lavoro: visita ai pascoli; le abitudini ed i comportamenti; l'alimentazione; l'asino e l'uomo nella storia dei luoghi; l'asino nella tradizione culinaria.

Conoscere gli animali del cortile

Obiettivi didattici: riconoscere i vari tipi di animali da cortile; apprendere le caratteristiche del loro allevamento.

Attività e temi di lavoro: anitre, oche, pavoni, galline, pulcini; riconoscerne le caratteristiche, i versi, le abitudini, l'alimentazione; le uova degli animali del cortile; i nidi e la nascita dei piccoli.

Si è proceduto inoltre a fare una analisi comparativa fra fattorie sociali e cooperative sociali agricole. Questa scelta metodologica è dipesa dal fatto che la fattoria didattica che si andrà costituire nell'ambito del progetto FADIESIS è più vicina nella sua accezione alle finalità ed ai contenuti di solidarietà tipiche delle fattorie o delle cooperative sociali impegnate in attività di sostegno e/o reintegro di persone con disagi mentali e fisici.

Nell'ambito della presente ricerca, si è proceduto a contattare direttamente 35 soggetti. Oltre una ventina di queste realtà non hanno voluto collaborare all'indagine, rifiutandosi di fornire dati e non rispondendo ai solleciti di invio del materiale.

Solo alcune di loro si sono dimostrate disponibili a collaborare ed a fornire dati e documentazione in merito alla loro attività e/o sperimentazione. Si riporta qui di seguito i risultati dell'indagine.

6.1.2 Fattorie sociali

Le fattorie sociali si presentano come vere e proprie imprese agricole impegnate nel sociale, una sorta di connubio tra impresa agricola ed impresa sociale.

Ospitando persone svantaggiate favoriscono l'apertura di un canale privilegiato di comunicazione con la realtà agricola per questa fascia di visitatori.

Queste strutture hanno lo scopo specifico di creare condizioni favorevoli e reali d'inserimento sociale e lavorativo per persone svantaggiate, nella convinzione che il lavoro sia per ognuno un diritto e una libertà irrinunciabile e, comunque un modo di vivere con dignità il proprio tempo. Le fattorie rispondono quindi al bisogno di socializzazione, lavoro e affermazione individuale di persone handicappate o svantaggiate.

Anche di fattorie sociali se ne contano diverse, tra quelle esaminate si ritiene rilevante approfondire due esperienze in particolare che più si avvicinano alla nostra:

Fondazione OLLIGNAN (fattoria sociale pilota del Progetto Neprovalter)

Neprovalter è un progetto transnazionale nell'ambito del Programma Comunitario Interreg III B "Spazio Alpino", con la partecipazione delle regioni della Val d'Aosta, Liguria, Provincia Autonoma di Bolzano, Friuli-Venezia Giulia, Veneto, Carinzia, Stiria, Slovenia.

Il progetto è attivo su diversi filoni di attività: dalla promozione dell'agricoltura biologica e delle produzioni locali, allo sviluppo delle fattorie didattiche e sociali.

Per quest'ultimo filone si intende creare una rete transnazionale di fattorie didattiche e sociali in modo da offrire all'utente la possibilità di scelta tra diverse strutture localizzate nell'area alpina. Per fare questo vuole studiare le fattorie didattiche e sociali "pilota" e promuoverne la replicabilità del modello anche in altre aree. In questo senso si avvicina molto ai fini ultimi di FADIESIS: lo sviluppo di un modello di fattoria didattica e sociale da sviluppare anche in altre realtà. In entrambi i casi la creazione delle fattorie non è fine a se stessa ma funzionale alla risoluzione dei problemi di inserimento delle persone più svantaggiate come i disabili.

Il progetto Neprovalter ha come dicevamo identificato la Fondazione Ollignan, centro a vocazione agricola ubicato nel Comune di Quart, come esempio di "fattoria sociale".

Sono soci della Fondazione l'Associazione Valdostana Famiglie Portatori di Handicap, l'Institut Agricole Régional, l'Assessorato Agricoltura, Risorse naturali e Protezione civile e l'Assessorato Sanità, Salute e Politiche sociali.

Il centro agricolo nasce nel mese di dicembre del 1999 ed inizia ad operare nel 2001. E' costituito da una struttura ricettiva, priva di barriere architettoniche, situata in zona collinare, a 700 m s.l.m con annessi 9 ettari di fondi agricoli coltivati con metodi biologici. Tale centro offre ospitalità diurna a 12 disabili psichici, mentali, sensoriali, psichiatrici, alcolisti di età superiore ai 18 anni e inferiore ai 55 anni con residue capacità lavorative e produttive e disabili gravi per lo svolgimento di attività occupazionali. Tali soggetti vengono prelevati tutti i giorni alle 8.30-9.00 dalla stazione di Aosta e riaccompagnati alle 17.00.

Gli utenti sono accolti, a regime diurno, presso il Centro su segnalazione dell'Assessorato della Sanità, Salute e Politiche Sociali. Prima dell'ammissione definitiva è obbligatorio un periodo di osservazione e di inserimento sperimentale.

Le attività svolte sono le seguenti:

- A) promozione e offerta di inserimento lavorativo;
- B) svolgimento di attività occupazionali;
- C) formazione e addestramento lavorativo in collaborazione con gli enti promotori;
- D) sede di stages per studenti e operatori agenti nel settore della disabilità;
- E) gestione di una casa per ferie.

La Fondazione esegue tutte le attività che ritiene più opportune per le persone disabili inserite nella struttura, che possono essere sia di tipo domestico che di tipo agricolo (coltivazione, confezione dei prodotti e vendita al dettaglio).

Nel centro è inoltre funzionante una Casa per ferie, di 15 posti letto, ove possono essere ospitati, a prezzi modici, anche con pensione completa, gruppi di disabili, operatori del settore e appartenenti ad associazioni. Tale casa per ferie è tuttavia destinata a chiudere a breve per essere sostituita da un centro educativo assistenziale per portatori di handicap gravi.

La Fattoria Verde

Costituita dall'Associazione Fattoria Onlus e creata per promuovere nel settore agricolo iniziative utili a persone con disabilità.

Nel luglio 2002 l'Associazione La Fattoria ONLUS ha stipulato con il Comune di Roma (Dipartimento Agricoltura) una convenzione per realizzare in partenariato, all'interno della Tenuta Albuceto a Palidoro,

pertinenza distaccata dell’Azienda Agricola Castel di Guido, un centro agricolo sperimentale con finalità sociali denominato “La Fattoria Verde”.

La fattoria offre sia prodotti da agricoltura che da allevamento. L’allevamento prevede la presenza di circa 200 galline ovaiole, oche, conigli e pecore; dalla lavorazione orticola si ricavano prodotti di stagione coltivati con metodi biologici.

In fattoria si presta particolare attenzione alla conservazione e valorizzazione della biodiversità animale e vegetale. Alcune varietà di galline sono state recuperate nel territorio nord del comune di Roma. Nella fattoria l’orto e il frutteto valorizzano le capacità percettive e lavorative e sensibilizzano al clima e al naturale passaggio delle stagioni.

6.1.3 Cooperative Sociali agricole

La Legge Regionale n.7 del 1992 -in applicazione della Legge Nazionale n.381 del 1991-definisce le Cooperative Sociali: “...quelle che hanno lo scopo di perseguire l’interesse generale della comunità alla promozione umana e all’integrazione sociale delle persone svantaggiate”.

Si distinguono le cooperative sociali di tipo A da quelle di tipo B: le prime svolgono servizi alla persona mentre le seconde si occupano del vero e proprio inserimento lavorativo della persona svantaggiata (hanno il compito di creare e riservargli almeno il 30% dei posti di lavoro). Naturalmente la categoria di persone svantaggiate è molto allargata: si includono gli invalidi fisici, psichici e sensoriali, gli ex degenti di istituti psichiatrici, i soggetti in trattamento psichiatrico, i tossicodipendenti, gli alcolisti, i minori in età lavorativa in situazioni di difficoltà familiare, i condannati ammessi alle misure alternative alla detenzione previste dalla legge, i soggetti indicati con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri...anche gli anziani, gli ex-tossicodipendenti, persone con problemi di vario tipo.

I settori in cui queste cooperative operano sono molteplici, ma noi ci concentreremo sulle cooperative sociali agricole. Di seguito le esperienze studiate.

Cooperativa Sociale Agricola AGRI SPE

Il principio basilare che guida l’operare della Cooperativa è quello di favorire il passaggio da una concezione assistenziale ad una concezione di promozione della dignità umana, riconoscendo alla persona il diritto ad autorealizzarsi ed incrementare la propria contrattualità sociale.

L’esperienza di anni di lavoro all’interno delle strutture psichiatriche da parte di alcuni operatori che si rapportano con la Cooperativa, ha portato AgriSpe a riflettere sulla possibilità di offrire ai fruitori del servizio del Dipartimento di Salute Mentale opportunità concrete di percorsi riabilitativi alternativi ed innovativi e non soltanto assistenziali come, purtroppo, troppo spesso accade per questo tipo di utenza.

L’attività principale è quella di tipo agricolo, in particolare proponendo un progetto di attività legato al mondo del “biologico”. Una scelta caratterizzata dal fatto di essere consapevoli che, da sempre, il mondo vegetale (ed in particolare quello biologico-sinergico) è il grande alleato del benessere dell’uomo.

Cooperativa Sociale Fraternità del NIBAI

La Cooperativa sociale consumo Fraternità del Nibai è una cooperativa sociale di tipo b, che gestisce un’attività commerciale che ha il suo centro nel negozio d’alimenti sito all’interno di una vecchia cascina, sita nel comune di Cernusco sul Naviglio (MI), al confine con il comune di Carugate. La cooperativa tenta

di coniugare lavoro, solidarietà con l'uomo e solidarietà con la natura. Interpreta il lavoro come occasione per valorizzare le persone e favorire l'integrazione di chi vive una situazione di disagio. Il lavoro viene utilizzato per favorire l'inserimento nella società a ragazze e ragazzi svantaggiati che altrove difficilmente potrebbero trovare un lavoro rispettoso delle proprie diversità.

Nella cascina vengono coltivati e confezionati prodotti di agricoltura biologica, che vengono commercializzati nel negozio insieme ai prodotti del commercio equo e solidale: Confetture e conserve, Patè, Miele, Salumi, Fritture e frattaglie.

Cooperativa Agricola CAPODARCO

Nel dicembre del 1966 a Fermo, nella regione Marche, un piccolo gruppo di persone disabili decide di uscire dalla condizione di emarginazione e con alcuni giovani volontari inizia un percorso di vita in una villa abbandonata, per lavorare e costruirsi un futuro. Comincia così l'avventura della Comunità di Capodarco. Dopo qualche anno, nel 1971, un nucleo di comunitari si trasferisce a Roma. Da lì prende corpo nel corso degli anni un complesso di esperienze comunitarie, di servizi, di cooperative sociali, che operano prevalentemente nella zona sud-est della città ed estendono il loro intervento alla vasta area del disagio sociale, dall'handicap fisico e mentale alla devianza giovanile, ai minori in stato di abbandono, all'immigrazione, alle fasce deboli del mondo del lavoro.

La Comunità di Capodarco è presente oggi in 10 regioni con 14 gruppi ai quali aderiscono oltre 500 soci. Ogni anno almeno 7.000 persone entrano in contatto con Capodarco.

La Cooperativa agricola Capodarco è parte integrante di questa grande comunità.

È nata nel 1978 ed ha avuto una notevole crescita negli ultimi cinque anni. Attualmente non riesce ancora a coprire i costi, ci sono però buone prospettive di crescita. La cooperativa riesce anche ad ottenere finanziamenti dalla Regione e anche mediante bandi finalizzati al reinserimento di disabili al lavoro.

Le specie orticole coltivate sulla superficie di 20 ettari variano stagionalmente: olivo, uva, miele, uova, con metodi dell'agricoltura biologica. L'allevamento avicolo include galline, polli, conigli e anatre. I prodotti sono venduti in modo diretto per mezzo di un negozio interno alla fattoria. Sono in alternativa forniti negozi diversi e mense scolastiche.

Si svolgono anche attività didattiche accessorie per diffondere la cultura rurale.

Cooperativa Sociale Lavoro e non solo

Nasce nel gennaio del 1998 come frutto di una collaborazione tra il Dipartimento Salute Mentale-ASL e l'Arci, con l'intento di favorire l'inserimento sociale e lavorativo di pazienti psichiatrici.

Il progetto, chiamato simbolicamente "Liberarci dalle spine", mira a creare e gestire un'azienda agricola nei terreni di Corleone confiscati ai boss mafiosi Marino e Lojacono, valorizzando specificità colturali siciliane, come il Fico d'india, e coltura biologiche tipiche del territorio. Attraverso queste attività, viene anche favorito l'inserimento socio-lavorativo delle persone svantaggiate (legge 381/91). Gestire terreni confiscati alla mafia con l'obiettivo di promuovere sviluppo economico e percorsi d'inclusione sociale: un impegno che coniuga la genuinità e qualità dei prodotti dell'azienda (coltivazione biologica e naturale) e il valore sociale delle attività svolte (utilizzo di beni confiscati alla mafia, inserimento lavorativo di soggetti con disagio psichico). Il progetto è realizzato in collaborazione con Arci Sicilia, Consorzio Sviluppo e Legalità, Azienda U.S.L n.6 Dipartimento Salute Mentale distretto di Corleone, Fondazione Ravasi e Banca Popolare Etica. I suoli coltivati sono strutturati e ben drenati, l'andamento climatico è tipico delle aree mediterranee con poche precipitazioni, spesso di modeste entità, e con rarissime precipitazioni nevose. Su questi terreni

vengono coltivati grano duro, pomodoro, lenticchie, ceci, meloni gialli, mandorli (nuovo impianto di circa 2 ettari) e fichi d'india (l'area coltivata è stata estesa a 4 ettari) con le tecniche dell'agricoltura biologica. Produzioni: Il grano duro biologico, unito a quello prodotto dalla Coop. Placido Rizzotto-Libera Terra, è trasformato nella Pasta Biologica Libera Terra e macinato e confezionato in Semola di Grano duro BIO Libera Terra. Il pomodoro biologico corleonese viene trasformato nella Passata di Pomodoro BIO Libera Terra. I legumi biologici, insieme a quelli prodotti dalla Coop. Placido Rizzotto-Libera Terra, vengono confezionati e distribuiti: Lenticchia, Cece e Cicerchia BIO Libera Terra.

Cooperativa agricola IL FORTETO

La storia del nucleo di persone che hanno dato vita al Forteto inizia a Prato nei primi anni Settanta quando quarantacinque persone si lasciano alle spalle una vita agiata, familiari, un lavoro sicuro per vivere e lavorare insieme in un gruppo di case coloniche da ristrutturare.

Il gruppo del Forteto ha un obiettivo: ritrovare una dimensione di vita più umana, aiutare i bambini in difficoltà, dare una chance a chi ha problemi di relazione, gli handicappati, i malati di mente. All'inizio accoglievano tutti: pazzi, minorati, bambini abbandonati con gravi turbe psichiche, chiunque avesse bisogno di aiuto. In venti anni al Forteto sono arrivate decine di bambini affidati alle venti famiglie della comunità dai tribunali dei minori.

Nel 1982 il Forteto si trasferisce a Vicchio, acquista la tenuta grazie ad un mutuo di proprietà contadina e ristruttura i casali abbandonati, la chiesetta in rovina e il castelletto settecentesco dove adesso c'è la sede principale della comunità. Intorno una distesa di terra da pascolo, frutteti, bosco, maneggi e orti.

Attualmente Il Forteto è una cooperativa agricola che si estende su 550 ettari di terreno, produce formaggi esportati in tutta Europa e, soprattutto, non nega il proprio aiuto a chiunque abbia bisogno di una mano. E' soprattutto l'attività casearia il mezzo per essere indipendenti e riuscire ad aiutare gratuitamente gli altri. L'azienda casearia non si limita a produrre ottimi pecorini, ma sperimenta continuamente nuovi formaggi, controlla attraverso il proprio laboratorio interno le fasi più delicate della produzione e la qualità del latte ovino e bovino.

L'attività agricola della cooperativa si svolge poi su una superficie di circa 451 ha complessivi, di cui 21 in affitto. I terreni ricadono in zona montana, hanno giacitura pianeggiante per il 10%, acclive per il 40% e molto acclive per il rimanente. Nel rispetto della filosofia aziendale Il Forteto, oltre che nella produzione di formaggi, è impegnato nella coltivazione di frutteti (soprattutto meli) e nella produzione di foraggi quali granelle di mais e di orzo, fieni di medica e prati politali destinati agli allevamenti di bovini da carne e cavalli da sella. Per gli allevamenti sono state operate scelte che privilegiano produzioni qualitativamente elevate.

Cooperativa Sociale LA GIUNCHIGLIA

La Cooperativa Sociale "La Giunchiglia" nasce nel 1983 come Cooperativa Agricola con forti connotazioni sociali, annoverando tra i suoi soci alcuni ospiti della Fattoria di Vigheffio provenienti dagli ospedali psichiatrici. Maturata definitivamente la scelta di rivolgere particolare attenzione al mondo del disagio, si trasforma in Cooperativa Sociale nel 1994.

La Cooperativa "La Giunchiglia" è una Organizzazione non Lucrativa di Utilità Sociale-ONLUS, che ha adottato come scopo statutario "... l'integrazione lavorativa di persone socialmente svantaggiate... attraverso attività di produzione e commercializzazione prevalentemente nel settore dell'agricoltura". Tramite percorsi personalizzati attentamente monitorati e verificati, realizza progetti di inserimento lavorativo di soggetti

che provengono, in particolare, dall'ambito carcerario, della salute mentale e delle tossicodipendenze. La Cooperativa "La Giunchiglia" è una Impresa Sociale economicamente sana che produce occupazione e reddito concretizzando i principi di mutualità e socialità che sono alla base della Cooperazione Sociale. Il numero degli addetti, tutti regolarmente assunti, è infatti passato dalle 5 unità del 1997 alle 20 del 2000 (11 delle quali in condizione di svantaggio sociale ai sensi del D.L. 381/91).

La Cooperativa opera attualmente in quattro differenti ambiti di attività:

1. Il Settore Floricoltura con 5000 mq. di serre e 18 anni di esperienza, colloca la Cooperativa tra i maggiori produttori floricoli della Provincia.
2. Il Settore Manutenzione Verde effettua la manutenzione di aree di verde pubblico nei Comuni di Parma, Collecchio, Medesano e Fornovo; inoltre effettua la manutenzione delle aree verdi dell'Università degli Studi di Parma. Infine progetta e realizza giardini e aree verdi per privati.
3. Il Settore Servizi Vari si occupa della custodia e pulizia di impianti sportivi in convenzione con la Provincia di Parma e del servizio "taxi sociale" per il comune di Collecchio.
4. Il Settore Servizi Ambientali svolge attività di gestione di Isole Ecologiche nel Comune di Collecchio, Medesano e Parma; svolge inoltre un servizio di raccolta di rifiuti ingombranti su appuntamento ed un servizio di spazzamento marciapiedi per il Comune di Collecchio ed il servizio di raccolta differenziata della frazione organica in 4 circoscrizioni del comune di Parma e 3 comuni della provincia.

Cooperativa agricola MONT FALLÈRE

E' una cooperativa agricola di tipo B, che svolge attività inerenti soprattutto al settore agricolo cercando di inserire persone disabili nel contesto lavorativo.

E' un'impresa a tutti gli effetti e come tutte le imprese cerca di autosostenersi con la sua attività. I contributi a fondo perso o inerenti all'attività specifica, inizialmente più corposi, oggi rappresentano solo lo 0.2% del fatturato. La clientela a cui si rivolge l'azienda è per l'80% costituita da privati. Se da un lato è alta la difficoltà nel reperire questo tipo di clientela, dall'altro è questo il genere di clientela che assicura un certo grado di sicurezza nei pagamenti, indispensabile per la sostenibilità. Per il resto lavora con l'ente pubblico tramite appalti. In 14 anni ci sono stati 4 inserimenti lavorativi. Può sembrare poco ma è coerente col concetto di autosostenibilità. Le assunzioni sono fatte nel rispetto delle reali possibilità economiche, anche perché gli stipendi sono regolari e non si aggirano alle poche centinaia di euro. Oltre a reali inserimenti sono concepiti anche stage, tirocini e altre attività educative.

Cooperativa sociale LO STRABELLO di Scandiano

La Cooperativa Lo Strabello è sita nella provincia di Reggio Emilia, offre ospitalità e lavoro ad un gruppo di 26 soggetti svantaggiati, tra cui disabili sia fisici che psichici, tossicodipendenti ed ex-carcerati. Oltre a gestire il lavoro caratteristico dalla coltivazione della terra, gli operatori sono impiegati nella raccolta differenziata e nello studio del verde. Una volta realizzati i prodotti, la loro distribuzione avviene mediante due canali: la vendita diretta, gestita nel negozio aperto all'interno della Cooperativa stessa e la fornitura di associazioni a scopo benefico.

Note

¹ Elenco tratto dalla COMUNICAZIONE AGLI STATI MEMBRI che stabilisce gli orientamenti dell'iniziativa comunitaria EQUAL relativa alla cooperazione transnazionale per promuovere nuove pratiche di lotta alle discriminazioni e alle disuguaglianze di ogni tipo in relazione al mercato del lavoro, 2000.

² Iniziative precedenti al periodo di programmazione 2000-2006 ma operanti nel medesimo ambito sono *Adapt* e *Occupazione*.

³ COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO, AL PARLAMENTO EUROPEO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL COMITATO DELLE REGIONI che definisce gli orientamenti per la seconda fase dell'iniziativa comunitaria EQUAL relativa alla cooperazione transnazionale per promuovere nuovi mezzi di lotta contro tutte le forme di discriminazione e di disparità connesse al mercato del lavoro, 2003.

⁴ Elenco tratto dalla COMUNICAZIONE AGLI STATI MEMBRI che stabilisce gli orientamenti dell'iniziativa comunitaria EQUAL relativa alla cooperazione transnazionale per promuovere nuove pratiche di lotta alle discriminazioni e alle disuguaglianze di ogni tipo in relazione al mercato del lavoro, 2000.

⁵ Saranno elencate e spiegate in seguito le macrofasi in cui si struttura il programma di lavoro del progetto.

⁶ Alcuni esempi di Fattorie Didattiche e Sociali già esistenti saranno presentati in seguito.

⁷ Il d. leg. n. 228 del 18 maggio 2001 definisce in realtà la nozione di imprenditore agricolo, da cui si ricava quella di impresa agricola.

L'art 1 di tale decreto apporta modifiche al relativo articolo del codice civile e cita così:

1. L'articolo 2135 del codice civile è sostituito dal seguente: "È imprenditore agricolo chi esercita una delle seguenti attività: coltivazione del fondo, selvicoltura, allevamento di animali e attività connesse. Per coltivazione del fondo, per selvicoltura e per allevamento di animali si intendono le attività dirette alla cura ed allo sviluppo di un ciclo biologico o di una fase necessaria del ciclo stesso, di carattere vegetale o animale, che utilizzano o possono utilizzare il fondo, il bosco o le acque dolci, salmastre o marine. Si intendono comunque connesse le attività, esercitate dal medesimo imprenditore agricolo, dirette alla manipolazione, conservazione, trasformazione, commercializzazione e valorizzazione che abbiano ad oggetto prodotti ottenuti prevalentemente dalla coltivazione del fondo o del bosco o dall'allevamento di animali, nonché le attività dirette alla fornitura di beni o servizi mediante l'utilizzazione prevalente di attrezzature o risorse dell'azienda normalmente impiegate nell'attività agricola esercitata, ivi comprese le attività di valorizzazione del territorio e del patrimonio rurale e forestale, ovvero di ricezione ed ospitalità come definite dalla legge".

2. Si considerano imprenditori agricoli le cooperative di imprenditori agricoli ed i loro consorzi quando utilizzano per lo svolgimento delle attività di cui all'articolo 2135 del codice civile, come sostituito dal comma 1 del presente articolo, prevalentemente prodotti dei soci, ovvero forniscono prevalentemente ai soci beni e servizi diretti alla cura ed allo sviluppo del ciclo biologico.

⁸ Definizione Istat

⁹ Sono assimilati alla proprietà: l'usufrutto, l'enfiteusi, l'assegnazione dei terreni da parte di enti di sviluppo, consorzi e simili, il beneficio parrocchiale, la colonia perpetua. Sono assimilati all'affitto: l'affitto misto e l'uso gratuito. Il tutto secondo le definizioni del Glossario Istat.

¹⁰ Dati Istat, censimento 2002.

¹¹ Il concetto di combinazione produttiva intesa come risultante dall'intreccio delle configurazioni personali e patrimoniali è tratto dal libro di Anna Maria Torquati (Cap. 3 "L'impresa agraria come sistema", a cura di Benedetto Rocchi).

¹² Fonte: Biancamaria Torquati, "Economia e gestione dell'impresa agraria", 2003, ed. Edagricole.

¹³ L'allevamento avicunicolo identifica l'allevamento di conigli, polli, faraone, anatre e oche.

¹⁴ Il valore aggiunto ai prezzi di base è il saldo tra la produzione e i consumi intermedi, in cui la produzione è valutata ai prezzi di base, cioè al netto delle imposte sui prodotti e al lordo dei contributi ai prodotti

¹⁵ Il Valore Aggiunto (VA) è l'aggregato risultante dalla differenza tra il valore dei beni e servizi conseguiti dalle singole branche produttive e il valore dei beni e servizi intermedi consumati nel periodo considerato. Ultimamente viene calcolato al prezzo base pertanto sono incluse nel prezzo base le altre imposte sulla produzione, sono invece esclusi gli altri contributi alla produzione. La produzione netta dei consumi intermedi costituisce il Valore Aggiunto al prezzo base.

Elaborazione INEA, "Appendice, Glossario", 2004.

¹⁶ I dati riportati sono stime elaborate dalla Banca Mondiale aggiornati al 2003.

¹⁷ Fonte: "Economia e agricoltura", 2003, INEA. I valori riportati sono percentuali.

¹⁸ Fonte: RICA-INEA (Istituto Nazionale di Economia Agraria).

¹⁹ Superficie agricola utilizzata

²⁰ I dati analizzati dalla RICA fanno riferimento solo a colture in pieno campo, escludendo così quelle in orto industriale o in serra.

²¹ Fonte: RICA-INEA, 2002. I valori individuati sono €/ha ed a causa della mancanza di precisione nei risultati esplicitati si ipotizzano degli arrotondamenti non espressi.

²² Fonte: ISMEA (Istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare), le rilevazioni fanno riferimento a numeri indice con base 1995=100.

²³ Fonte: ISMEA (Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo alimentare), le rilevazioni fanno riferimento a numeri indice con base 1995=100.

²⁴ Fonte: INEA (Istituto Nazionale Economia Agraria).

²⁵ L'ettaro (abbreviato in ha) è un'unità di misura di superficie, equivalente all'area di un quadrato di 100 m per lato, cioè 10.000 m².

²⁶ Le economie di scala rappresentano la caratteristica di cui gode il costo medio totale di lungo periodo, quella cioè che prevede una sua diminuzione all'aumentare della quantità prodotta.

²⁷ Food and Agriculture Organization of the united nations.

²⁸ Fonte: "Filiera agro-industriale", 2003, INEA.

²⁹ Fonte: INEA.

³⁰ Fonte: "VIII rapporto Nomisma", Coldiretti, 2000.

³¹ Fonte: Rapporto Bruntland (Our common future) della Commissione mondiale per l'Ambiente e lo Sviluppo istituita dalle Nazioni Unite.

³² Fonte: "Occupati per settore di attività economica, sesso, posizione, classe di età e ripartizione geografica - Gennaio 2004", ISTAT.

³³ La Produzione Lorda Vendibile (PLV) è il valore dei prodotti che l'azienda può vendere, destinare all'auto-consumo, alle remunerazioni dei salariati oppure alle immobilizzazioni. Prende in considerazione anche le variazioni delle giacenze di prodotto in magazzino. Nel caso di allevamenti considera anche gli incrementi di valore per i capi destinati all'ingrasso e per quelli dall'allevamento che passano di categoria. Comprende, inoltre, le sopravvenienze attive e le altre entrate aziendali tra cui anche i contributi pubblici.

Elaborazione INEA, "Appendice, Glossario", 2004.

³⁴ Fonte: Inra - Eurobarometro, i valori indicati rappresentano la percentuale dei consumatori intervistati che hanno indicato la rispettiva caratteristica come prioritaria nella scelta di un prodotto.

³⁵ L'indagine è stata realizzata dall'Inra nell'ambito del servizio permanente di monitoraggio (Eurobarometro) sulle problematiche legate al consumo e ai rapporti tra la comunità europea e le associazioni dei consumatori.

³⁶ L'indagine è stata realizzata dall'Inra nell'ambito del servizio permanente di monitoraggio - Eurobarometro - sulle problematiche legate al consumo e ai rapporti tra la comunità europea e le associazioni dei consumatori. La numerosità campionaria delle unità intervistate fa riferimento a una dimensione complessiva di 1.000 consumatori.

³⁷ Rapporto sul sistema Agroalimentare 2003, Veneto Agricoltura.

³⁸ Rapporto sul sistema Agroalimentare 2003, Veneto Agricoltura.

³⁹ A causa della mancanza di dati più specifici i dati utilizzati per questo prodotto sono quelli della cipolla comune.

⁴⁰ Il numero di capi annui introdotti nell'allevamento è ottenuto moltiplicando il numero dei nati in ogni parto (8) per il numero di parti (4), e sottraendone poi il 6% rappresentativo del tasso di mortalità.

⁴¹ Fonte: elaborazione personale da dati ISTAT. I dati considerati sono media annue rilevate nel mercato della provincia di Vicenza.

⁴² I dati riportati per il 2005 relativi agli ortaggi sono aggiornati a Settembre, mentre per gli animali ad Agosto.

⁴³ E' importante sottolineare come l'unità di misura fornita dall'ISTAT per gli ortaggi sotto serra sia q/ara, dato che 1 ara corrisponde a 100 mq, si ha che 1 q/ara corrisponde a 1 kg/mq.

⁴⁴ Elaborazione da dati forniti dall'ISTAT. La voce "Ortaggi freschi" è stata riportata come dato generico da attribuire ai prodotti di cui non è stato possibile individuare il prezzo. Inoltre non tutti i prodotti hanno un prezzo all'origine, al dettaglio, e all'ingrosso.

⁴⁵ Elaborazione dei dati forniti dall'ISTAT, i dati sono calcolati come differenza di prezzo rispetto allo stadio della catena distributiva precedente. E' opportuno ricordare che l'elaborazione non riguarda tutti i prodotti poiché sono riportati i prezzi dell'olio extravergine d'oliva e del mais solo all'ingrosso e delle piante aromatiche solo al dettaglio.