



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI CAGLIARI

DIPARTIMENTO DI SCIENZE SOCIALI E DELLE ISTITUZIONI

V.le Fra' Ignazio da Laconi, 78 09123 CAGLIARI

Tel. 070/6753750 Fax 070/6753760

Cibo e territorio

Strategie territoriali e innovazione organizzativa delle produzioni agro-alimentari locali e di qualità

1. La Cornice Teorica

Il progetto di ricerca-azione sul tema del rapporto tra cibo e territorio, nella duplice declinazione di cifra identitaria e driver di processi potenziali e/o già *in fieri* di sviluppo locale nell'ambito della Provincia di Nuoro , si colloca all'interno di una cornice teorica focalizzata su due aree tematiche principali: da una parte, la relazione sinergica tra specificità produttiva e strategie di differenziazione messe in atto dagli attori operativi in un tessuto socio-economico circoscritto; dall'altra, la composizione virtuosa di know-how tradizionale e stimoli all'innovazione nel settore agro-alimentare che fluisce attraverso l'integrazione e l'organizzazione reticolare delle imprese locali, dal punto di vista strettamente territoriale, sul piano dell'allocazione entro filiere produttive individuabili e nell'ottica – di matrice più culturale e simbolica - della circolazione dei saperi e delle informazioni.

Ad essere centrale è il concetto di qualità che, con riferimento al settore agroalimentare risulta piuttosto complesso da definire in modo netto, vista la varietà di significati attribuiti al termine.

Negli anni la qualità ha subito una profonda evoluzione, sia dal lato del consumatore, sia dal lato del produttore. Per i primi è incrementata la richiesta di prodotti sani e sicuri, ottenuti nel totale rispetto dell'ambiente, del benessere degli animali e del lavoratore. Nel corso degli ultimi anni, tuttavia, la fiducia dei consumatori nella qualità e nella sicurezza dei prodotti alimentari è stata messa a dura prova dalle crisi sanitarie verificatesi nel settore agroalimentare.

Per il produttore, nelle vesti delle industrie e della grande distribuzione, la qualità è definita in termini tecnologici e di sicurezza alimentare, avendo quale fine il raggiungimento di un maggior valore aggiunto dalla vendita di tali prodotti. Un ruolo a parte è svolto dalle istituzioni locali che

sostengono percorsi finalizzati alla valorizzazione dei prodotti di qualità in modo non sempre efficace ed efficiente.

Sarebbe, tuttavia, riduttivo analizzare la qualità prescindendo da tipicità e distinzione che rimandano ai concetti di identità e territorio. L'identità di un territorio si fonda su un insieme di valori identificabili nella storia, nella cultura, nelle produzioni, nelle competenze locali e nella sua capacità di comunicare. Dal contesto territoriale, luogo di interazione tra fattori economici, sociali e culturali, deriva la capacità di elaborare progetti e strategie.

Infine, vi sono gli attori locali le loro forme. La tipicità, infatti, la si costruisce anche attraverso le relazioni tra gli attori del sistema locale, depositari di saperi e tradizioni. La collettività locale si fa garante del mantenimento dell'autenticità del prodotto e della promozione delle risorse specifiche locali che conferiscono il carattere di unicità al prodotto.

L'area territoriale della Provincia di Nuoro, all'interno della realtà regionale della Sardegna, può essere considerata, usando una ricorrente terminologia francese, come una vera e propria culla di *produits du terroir*, ovvero di prodotti tipici, caratteristici di un determinato luogo e che devono la loro specificità all'essere legati intimamente al territorio. Sotto questo profilo, il dibattito internazionale su questi temi negli ultimi anni ha focalizzato la propria attenzione sul ruolo svolto oggi dalla classe contadina in seguito al processo di ricontadinizzazione, seguendo le teorie di J.D. Van der Ploeg, il ruralista olandese che identifica nei contadini del terzo millennio la vera forza in grado di contrastare la globalizzazione e il dominio dei grandi imperi agroalimentari.

a) Distinzione e specificità

Il fenomeno della Globalizzazione, negli ultimi decenni, ha innescato processi competitivi su scala mondiale, rispetto ai quali le nazioni e le regioni europee possono avvalersi di alcuni fattori per sostenere la concorrenza di costo: la *distinzione* e la *differenziazione*. In termini più specifici, a giocare un ruolo-chiave è la disponibilità, da parte dei territori, di beni unici e specifici – non soltanto agricoli ed enogastronomici, ma anche ambientali, archeologici, etc. – in quanto beni non facilmente riproducibili, tali da permettere loro di difendersi dalla concorrenza dei Paesi che affidano la cosiddetta “posta in gioco” al ribasso dei costi. Si può competere, quindi, *in primis* sui fronti della specificità territoriali e identificabilità d'origine dei prodotti, della qualità organolettica, dei contenuti dell'innovazione.

In particolare, le diverse comunità territoriali – soprattutto le regioni storiche – continuano anche oggi ad essere “riconoscibili” non solo attraverso le emergenze ambientali o monumentali, ma anche attraverso le produzioni agroalimentari, nel legame indissolubile tra cibo e alimentazione, che rappresentano una connessione storica, culturale ed economica con i “luoghi” e definiscono forme specifiche d'identità.

Beni collettivi localizzati, come quelli agro-alimentari di cui dispongono i territori, sono frutto di pratiche spazialmente circoscritte spesso antiche di secoli, e in questo senso incorporano il

risultato di un'agricoltura con forti caratteri identitari. Il riconoscimento del ruolo portante del radicamento territoriale delle produzioni diventa presupposto modalità di valorizzazione delle stesse. Sostanzialmente razze animali, cultivars, vitigni così come i prodotti che ne derivano, sono frutto di un lungo processo di adattamento tra uomini e territori. Quella razza, quel vitigno piuttosto che un altro, sono andati radicandosi in un determinato territorio come frutto di una lunga "attività sperimentale di adattamento". E' la sperimentazione, a volte secolare, degli agricoltori e allevatori, che ha permesso di selezionare quel determinato vitigno o quella pecora da latte in quella regione. Essi non sono interscambiabili e rappresentano, perciò, un *vantaggio comparato*. Le specificità, insieme ai saperi locali, se ben governate hanno lo stesso valore dell'innovazione, perché rappresentano una risorsa per il mercato non disponibile in altri contesti.

Questi assunti teorici convergono verso una definizione piuttosto chiara dei processi di sviluppo locale contemporaneo: la necessità di rafforzare la competitività dei territori con strumenti nuovi rispetto al passato. In questa prospettiva, si può competere soprattutto sul fronte delle specificità territoriali e dell'identificabilità d'origine dei prodotti, della qualità organolettica e dei contenuti dell'innovazione, rafforzando le capacità organizzative delle imprese e dei territori.

Nel contesto che fa da sfondo al progetto di ricerca illustrato nel presente rapporto introduttivo, la specificità agroalimentare sarda si fonda sulle differenze territoriali delle aree storiche dell'Isola, aree che hanno una genesi complessa e una storia "di lunga durata", anzitutto sotto il profilo culturale. Le specificità si possono in prima istanza suddividere in due tipologie principali: specificità legate alla materia prima e specificità legata alle metodiche di produzione.

Per fare un esempio pratico, all'interno della Comunità europea si è passati dalla "specificità" alla tutela giuridica della "specialità" (Reg. CE 2082/92), certificandola come "specialità tradizionale garantita o STG"; in particolare, per fregiarsi della certificazione STG occorre che il prodotto sia stato realizzato con materie prime tradizionali o che presenti una composizione tradizionale, ovvero abbia subito un metodo di produzione e/o di trasformazione di tipo tradizionale.

Il patrimonio agroalimentare sardo ha tutte le caratteristiche suddette, potendo contare su di una ampia biodiversità vegetale naturale e coltivata e animale, oltre che su di un complesso bagaglio di saperi locali diffusi su tutto il territorio isolano.

Il progetto di ricerca, pertanto, si propone come suo primo obiettivo cognitivo, a valenza operativa, di valorizzare il patrimonio agroalimentare della provincia di Cagliari, sia attraverso l'acquisizione di una conoscenza sistematica del complesso dei prodotti e dei produttori che punteggiano il territorio, e delle *buone pratiche* rilevabili in relazione ai territori di provenienza dei quali esprimono l'identità storica, culturale ed economica, sia mediante azioni specifiche, la cui articolazione sarà definita in termini puntuali sotto il profilo metodologico nei paragrafi successivi del presente rapporto.

b) Organizzazione e integrazione tra saperi tradizionali e strategie di innovazione: reti territoriali, produttive, delle conoscenze.

Il secondo fattore che consente ai territori locali non solo di difendersi, ma anche di avvalersi in modo vincente dei meccanismi della concorrenza globalizzata, non si lega alle singole *performance* aziendali, ma alle relazioni interne al contesto di riferimento, nella cornice di un'economia sempre più relazionale..

Il focus dell'analisi è posto su questo versante, dunque sulla cooperazione tra imprese, sull'organizzazione per filiera e per territorio, sul ruolo di co-ordinamento delle associazioni di categoria, sulla valorizzazione di 'tessuti connettivi' tra le imprese e i soggetti portatori di interessi presenti nel territorio, sotto il profilo della individuazione di tre tipologie di reti: territoriali in senso stretto, di tipo produttivo e veicolo di conoscenze. Le forme di cooperazione tra imprese possono spaziare dalle forme più strutturate di tipo consortile e cooperativo alle forme più lasche di relazione tra clienti e fornitori, imprenditori, tecnici, consulenti e ricercatori. Queste forme di cooperazione vanno indagate non solo sotto il profilo della loro efficacia nel migliorare le performance economiche delle imprese e la loro capacità di penetrazione sui mercati nazionali e internazionali ma, soprattutto, sotto il profilo dei processi di apprendimento finalizzato all'innovazione che scaturiscono dall'interazione e dalla cooperazione tra gli attori.

Il focus parallelo è posto contemporaneamente sui processi di innovazione, non solo tecnologica, ma – con pari livello di significatività - volta a rafforzare il rapporto tra specificità e territorio. Tutto ciò a fronte di nuove sfide che provengono dai cambiamenti nella domanda dei consumatori che richiedono cibi di qualità elevata e più sicuri, dalla crescente attenzione ai problemi della sostenibilità ambientale, dalle innovazioni scientifiche e tecnologiche che stanno cambiando in profondità processi e prodotti. Sotto questo profilo, gli analisti del Cedefop (2008) sottolineano che il settore agro-alimentare ha bisogno di nuove competenze che hanno a che fare con la qualità, la sicurezza alimentare e ambientale, l'internazionalizzazione, la competizione internazionale, lo sviluppo di nuove forme di commercio (dal Chilometro zero all'e-commerce), l'innovazione dei processi, l'interdisciplinarietà della ricerca. In particolare, la capacità di apprendimento dei piccoli imprenditori locali può rappresentare la chiave di volta del sistema. Orientamento all'apprendimento significa infatti passare da vecchie logiche di trasmissione dei saperi da una generazione all'altra a un atteggiamento attivo di ricerca delle informazioni e di costruzione delle relazioni con altri imprenditori, con consulenti e ricercatori per cercare insieme soluzioni innovative ai problemi che le aziende si trovano a fronteggiare. Ad essere sempre più diffusa è la consapevolezza che i processi di innovazione non siano soltanto quelli che avvengono nelle grandi imprese, a seguito di grandi investimenti e su frontiere tecnologiche di avanguardia: piuttosto, la presente ricerca si propone di identificare le modalità di funzionamento concreto dei processi di innovazione nelle piccole imprese del settore agro-alimentare della Provincia di Cagliari, evidenziando gli aspetti chiave nella gestione della conoscenza nell'impresa, tra imprese e con i soggetti del territorio, in particolare con quelli specializzati nella ricerca e nell'innovazione. L'obiettivo cognitivo, su questo fronte, è ricostruire i principali modelli di innovazione e delineare le principali linee di azione che potrebbero essere perseguite per accompagnare i processi di innovazione, potenziando "l'infrastruttura intelligente" necessaria per trasformare conoscenze tacite in conoscenze esplicite, far circolare informazioni, favorire accordi di cooperazione,

stimolare quei processi di apprendimento collettivo che possono avvenire solo in una comunità di pratiche

Fornisce solide basi teoriche al ruolo che la cooperazione tra imprese(ma anche a quella con centri di ricerca, università) ha nel favorire processi di innovazione la teoria porteriana dei *cluster* (Porter, 1990) che sottolinea l'efficacia di stretti rapporti cooperativi e competitivi tra imprese fornitrici e utilizzatrici, istituzioni pubbliche e private. Anche la teoria marshalliana dei *distretti* (Pyke et al., 1990) ha da tempo rivalutato il ruolo delle piccole imprese inserite in reti di scambio in grado di offrire esternalità positive, l'approccio del *milieu innovateur* (Camagni, 1991) che vede nel networking informale tra imprese e istituzioni non solo il luogo in cui possono realizzarsi i processi di apprendimento ma anche lo strumento per fronteggiare l'incertezza e favorire processi decisionali a rischio, quali sono quelli orientati all'innovazione. E ancora, vanno nella stessa direzione recenti costrutti teorici come quello della *learning region* (Storper, 1997;Morgan, 1997) che enfatizza il ruolo delle relazioni fiduciarie tra imprese, persone, istituzioni nel favorire processi di apprendimento e quello dei *local innovation systems* (Cooke, Heidenreich and Braczyk, 2004; Howells, 1999) secondo il quale la generazione, lo scambio e l'utilizzo delle conoscenze possono aver luogo soltanto all'interno di sistemi di interazione tra fornitori, utilizzatori, enti di ricerca sostenuti da appropriate agenzie di sviluppo locale.

La crescente convergenza di opinioni circa la rilevanza della dimensione locale e relazionale nella promozione dell'innovazione presso le PMI si fonda anche sul riconoscimento del fatto che qualunque processo di trasferimento tecnologico si configura come un processo sociale di produzione, comunicazione, condivisione di conoscenze, a più dimensioni. Se consideriamo la conoscenza come un *oggetto* che per essere trasferito deve essere codificato in un linguaggio riconoscibile da tutti gli attori coinvolti, ricercatori, tecnici e imprenditori, il problema più complesso non è quello di rendere reciprocamente comunicabili differenti linguaggi specialistici attraverso processi di codificazione, rappresentazione e conversione di conoscenze, come avviene nella predisposizione dei repertori di ricerca da parte degli *Innovation Liaison Office*, ma quello di trasformare conoscenze tacite in conoscenze esplicite (Nonaka 1994). E per le PMI l'accesso a importanti componenti di questa conoscenza tacita richiede presenza fisica nei luoghi in cui essa si produce e rapporti faccia-faccia con scienziati e ricercatori. Se consideriamo poi la conoscenza come qualcosa che è incorporato nelle *mappe cognitive* delle persone e, in quanto tale, rintracciabile nelle reti di relazione personali, ovvero nelle comunità virtuali che condividono modi di pensare, linguaggi, reciproco riconoscimento (Hansen 2002), il problema dell'innovazione si pone ancora prevalentemente in termini di predisposizione delle condizioni organizzative che possono facilitare la comunicazione interpersonale. Da ultimo, se si considera la conoscenza come una capacità generata dal lavoro degli esperti, ovvero come una *conoscenza situata* che si produce in un'interazione dinamica tra pratiche degli esperti e contesti di lavoro, innovare significa creare le condizioni di un processo di apprendimento collettivo che può avvenire solo in una comunità di pratiche (*learning by doing*).

Questi ambiti, pensati dunque come luoghi interconnessione di risorse e di saperi, possono generare vantaggi comparati ed essere assunti come altrettanti punti di forza su cui fare leva per

rendere i territori regionali competitivi. Infatti, l'idea di fondo è che la competizione si possa realizzare in modo efficiente solo laddove crescano le interconnessioni e gli addensamenti. La stessa innovazione delle singole imprese è, a questo livello, sempre più dipendente dal contesto territoriale e organizzativo.

In anni recenti, di fatto, si sono messi in luce fenomeni anche in ambito rurale e agricolo che appaiono seguire questo filo conduttore. In particolare, la produzione agroalimentare ha assistito a profonde trasformazioni, tra le quali si segnala la formazione di *sistemi locali rurali* (SLR), sostenuti da processi di *sviluppo endogeno*. I mutamenti nella produzione agroalimentare, collegati al binomio qualità-territorio, hanno fatto emergere alcune dimensioni caratteristiche dei distretti agroalimentari, tra cui il collegamento organizzativo tra le imprese e il prodotto tipico e il collegamento socio-istituzionale tra imprese, società ed enti locali. Il tutto "cementato" da un diffuso senso di appartenenza e dal riconoscimento comune in valori locali, elementi capaci di creare le condizioni per produrre fiducia e scambio di informazioni, ovvero capitale sociale. Questi processi di sviluppo si basano principalmente sulla differenziazione delle attività economiche e sulla loro integrazione in una medesima area territoriale e sono fondati sulla capacità degli SLR di garantire un'adeguata valorizzazione delle risorse impiegate e un incremento della domanda dei prodotti (beni e servizi) in essi realizzati, come nel caso dei **prodotti agroalimentari tipici**.

Le esperienze disponibili nell'ambito degli studi socio-economici di settore mettono in evidenza con una certa chiarezza come il manifestarsi delle dinamiche di sviluppo nell'ambito degli SLR, attraverso i prodotti agroalimentari tipici, dipenda in modo rilevante dalle capacità di creazione di **rendite di origine e di specificità** da parte dei territori. Tale capacità è connessa all'identificazione dei prodotti sul mercato intermedio e finale, e – nel caso dei prodotti tradizionali e tipici – è determinata **localmente** (non solo all'interno del sistema locale di produzione ma, più in generale, della società locale) e **collettivamente** (non su iniziativa di una singola impresa, a differenza di quanto accade per altre tipologie di prodotti), ed è spesso collegata alla creazione e alla gestione di **risorse specifiche di tipo immateriale e collettivo**.

Particolare rilievo assumono quindi:

1. le specificità dei beni e dei servizi (ivi compresa la specificità culturale e territoriale) caratteristici degli SLR;
2. il ruolo svolto dalle istituzioni locali (formali o informali) e dalle agenzie, nel promuovere un'adeguata valorizzazione delle risorse impiegate nei sistemi di produzione delle aree rurali, anche nella 'componente non omologata', in particolare quella legata al consumo locale di prodotti agro-alimentari di qualità.

La ricerca delineata nel presente rapporto introduttivo intende approfondire la conoscenza e la sollecitazione di connessioni potenzialmente virtuose tra il valore aggiunto incarnato nella specificità dei beni e delle risorse collettive a base territoriale, da una parte, e le istituzioni locali dall'altra, con particolare riferimento all'ambito di studio dei prodotti agroalimentari tradizionali e tipici su quattro settori: oleario, vitivinicolo, caseario e della pasta.

2. La cornice normativa.

Il consumo locale dei prodotti agro-alimentari locali e di qualità. La legge regionale n. 1/2010

Gli obiettivi cognitivi della ricerca qui articolata si inscrivono all'interno di una specifica cornice normativa, definita essenzialmente dalla Legge Regionale n. 1 del 12 gennaio 2010, che costituisce un importante strumento volto a promuovere il consumo di prodotti agro-alimentari locali e di qualità, l'informazione ai consumatori sull'origine dei prodotti, la promozione della libertà dell'offerta e l'incremento della vendita e del consumo dei prodotti agricoli regionali.

La legge è diretta, in particolare, a favorire il consumo di prodotti tipici e di qualità nei servizi di ristorazione collettiva e, a tale fine, le pubbliche amministrazioni sono chiamate a dare un congruo rilievo alla qualità dei prodotti offerti.

L'azione puntuale riguarda gli incentivi rivolti ad incoraggiare l'utilizzo di prodotti tipici e di qualità e l'attività di agriturismo, allo scopo di evitare che quest'ultima si risolva, di fatto, nello svolgimento di un'attività del tutto equiparabile a quella di ristorazione. In particolare, è istituito *l'elenco regionale dei produttori e trasformatori operanti sul territorio*, a cui le aziende agrituristiche dovranno rivolgersi per l'acquisto di quanto non prodotto direttamente.

Sono previste azioni di sensibilizzazione rispetto all'importanza dell'utilizzo delle produzioni regionali, dirette agli imprenditori che operano nel settore della ristorazione. In particolare, è definita l'istituzione di un *elenco regionale delle imprese sostenitrici dei prodotti locali*, nel quale potranno essere iscritte le imprese che si impegnino ad approvvigionarsi per almeno il 50 per cento di prodotti agro-alimentari di origine regionale.

È inoltre incentivato lo sviluppo della vendita diretta, sia attraverso la creazione di mercati appositi in cui i produttori possano vendere i loro prodotti in azienda, sia nei mercati al dettaglio già esistenti nelle aree pubbliche.

Infine, sono promosse attività di educazione alimentare di vario genere, rivolte prevalentemente al mondo della scuola.

La L.R. n. 1/2010 rappresenta, quindi, uno strumento per orientare i consumi verso le produzioni locali e per disciplinare il sistema agrituristico, ma probabilmente conseguirà i suoi effetti specificamente nel settore della ristorazione (per es. nelle mense) e della distribuzione (con particolare riferimento ai mercati di prossimità).

Gli obiettivi cognitivi della ricerca-azione

Il presente rapporto introduttivo al progetto “Cibo e territorio” illustra, in un ottica di sintesi, l'intero percorso che la ricerca azione si propone di completare, secondo una scansione ben individuata in tre fasi consecutive, ciascuna delle quali mira a uno specifico obiettivo cognitivo e operativo.

L'articolazione metodologica delle attività di analisi teorica e di rilevazione sul campo, che sarà presentata di seguito, fa riferimento in questa fase iniziale, alla prima sezione del processo di ricerca, indicata come fase A.

La sezione successiva, denominata Fase B, attiene al completamento ideale dell'indagine, in chiave prospettica, nell'ipotesi probabile che la valenza euristica dei risultati conseguiti nell'ambito del primo package di ricerca di per sé comunque dotato di autosufficienza scientifica a cui è dedicato il presente rapporto, possa sollecitare di concerto tra il committente e il team di esperti, l'avanzamento operativo dello studio in un secondo e in un terzo momento da concordare.

Di questa sezione si forniranno in questa sede alcune indicazioni di massima, al fine di conferire integrità all'intero processo di ricerca e di metterne in evidenza i potenziali sviluppi futuri.

Se il valore più alto delle produzioni agroalimentari risiede nel legame storico, culturale ed economico del territorio di Gavoi, la ricerca mira in primo luogo a valorizzare tali connessioni, anzitutto attraverso l'acquisizione di una base di conoscenza sistematica sull'articolazione del settore agroalimentare nel contesto della Provincia di Nuoro. Sotto questo profilo, la fase iniziale della ricerca condurrà alla predisposizione di un **censimento analitico delle buone pratiche** in chiave di costante sinergia tra processi di differenziazione e strategie di isomorfismo tra imprese, in particolare dei casi nei quali appaia evidente una diffusione di conoscenza situata, prodotta attraverso l'interazione tra le pratiche degli esperti e i contesti di lavoro, tale da generare le condizioni di un processo di apprendimento collettivo.

In secondo luogo gli esiti della definizione analitica delle buone pratiche presenti sul territorio confluiranno nella formulazione di una **serie di azioni specifiche** coerenti con le indicazioni della Legge regionale citata, proprie della natura operativa della ricerca in oggetto.

In quest'ottica la ricerca si focalizzerà sul tema della progettualità territoriale esistente, alla luce delle buone pratiche, al fine di mettere a fuoco:

1. **Pratiche volte alla salvaguardia della qualità e della tipicità dei prodotti agroalimentari**, a partire dalla valutazione delle esperienze pregresse maggiormente radicate nel territorio.
2. **Pratiche volte al rafforzamento delle relazioni fiduciarie tra imprese, persone, istituzioni**, in grado di generare forme di cooperazione sul territorio e favorire sia i processi di apprendimento tanto dei saperi radicati quanto dell'innovazione, sia la costituzione di

sistemi innovativi locali, all'interno dei quali abbiano luogo la generazione, lo scambio e l'utilizzo delle conoscenze in un contesto d'interazione tra fornitori, utilizzatori ed enti di ricerca, sostenuti da appropriate agenzie di sviluppo locale.

In questa prospettiva, particolare attenzione sarà dedicata all'approfondimento dei seguenti temi:

1. Definizione degli indicatori di qualità e di tipicità
2. Costruzione di indicatori di filiera
3. Ricostruzione, con sistemi di relazioni nei quali i soggetti operano sotto il profilo delle reti territoriali, delle reti produttive e delle reti delle conoscenze
4. Raccolta di informazioni circa i servizi di cui i portatori d'interesse dispongono e che utilizzano allo stato dei fatti.

Per ciò che concerne la seconda parte della ricerca, conseguente a quella di prossimo avvio, potranno essere affrontati specificamente i seguenti aspetti, che influiscono sulla qualità dell'offerta dei prodotti agroalimentari tipici:

1. **L'integrazione dei territori e delle singole produzioni alimentari** in chiave di pianificazione strategica: si fa riferimento ai distretti nelle varie versioni, sia quelle rurali, sia quelle di filiera, sia le forme intermedie (turismo rurale, enologico)
2. **L'integrazione delle filiere** (connessa alla definizione di marchi regionali, all'istituzione di un paniere, alla promozione di ristoranti tipici)
3. **L'integrazione della singola filiera**

La finalità principale di questa seconda tranche della ricerca è lo studio della messa in rete delle buone pratiche esistenti sul territorio individuate e valutate nell'ambito della fase precedente, nonché la loro promozione ed esportazione. Questa finalità si lega:

1. Al rafforzamento delle imprese a partire dalle buone pratiche e dal loro trasferimento;
2. Alla promozione dei prodotti agroalimentari tipici attraverso il potenziale della loro riconoscibilità e competitività potenziale;

I portatori d'interesse principali da coinvolgere nell'attività di ricerca sono le aziende e le organizzazioni pubbliche (enti locali, enti funzionali e agenzie regionali) e private (GAL, agenzie di sviluppo etc.) che si occupano per statuto e vocazione di valorizzazione e promozione dei sistemi rurali. Materiale e schede sui singoli prodotti e su attività finalizzate sono disponibili presso altri enti pubblici o agenzie. Da questo punto di vista è necessario assumere la progettualità precedente e, su questa scorta, innescare un nuovo inizio della ricerca sul tema.

L'attività di ricerca si svilupperà coerentemente con gli obiettivi enunciati, lungo un percorso suddiviso in due passaggi, tra loro consequenziali.

Il **primo passaggio** (cui fa riferimento il presente introduttivo), corrispondente alla Fase A, consisterà in un'analisi documentale e un'**indagine cognitiva** con questionario della durata di mesi sei, mirata a delineare gli strumenti metodologici dell'intero percorso di lavoro e a darne una prima applicazione operativa ai fini della rilevazione di una serie di dati strutturali sul settore agroalimentare del Comune di Gavoi.

Più specificamente lo studio assumerà in questa fase le declinazioni di un'analisi di tipo storico e socioeconomico del contesto territoriale di riferimento, focalizzata sull'individuazione e la valutazione delle buone pratiche esistenti già esistenti sia tramite la somministrazione di questionari e interviste semi-strutturate ai portatori d'interesse radicati nel territorio di Gavoi. L'intero materiale confluirà nella costruzione di una banca dati ad hoc, mentre la restituzione dei risultati ai soggetti portatori di interesse avverrà attraverso lo strumento del focus group.

Il secondo passaggio, comprensivo della Fase B, consisterà nella declinazione empirica degli esiti di ricerca emersi dall'analisi desk sul campo. Nel corso dei sei mesi di durata prevista si perseguirà la finalità di individuare un insieme di linee-guida condivise per la formulazione di politiche di promozione dei prodotti agroalimentari tipici, congiuntamente alla determinazione delle attività di accompagnamento alla fase di implementazione del progetto e della disseminazione dei risultati.

Di seguito si darà illustrazione analitica delle diverse attività che articoleranno le fasi della ricerca. Anche in questo caso, sarà la fase A a definire il percorso d'indagine di cui si occupa il presente rapporto introduttivo.

FASE A: ANALISI E INDAGINE CON QUESTIONARIO

- Prima Parte: Analisi Desk
1. **Censimento delle buone pratiche** nel settore agroalimentare del Comune di Gavoi e della progettualità esistente allo stato dei fatti, dal punto di vista dei progetti sulla qualità già attivati su scala territoriale e degli interventi già operativi di integrazione e interconnessione tra imprese del settore e tra esse e i portatori d'interesse principali (agenzie di sviluppo, Camera di commercio, etc)
 2. **Condizione di un'analisi di contesto** (volta a ricostruire lo stato di fatto), a partire dalla documentazione del materiale esistente sul tema della promozione dello sviluppo locale nel settore agroalimentare in ambito regionale, in collaborazione con la Camera di Commercio di Nuoro e gli enti strumentali (LAORE, Slow Food, Gal, Provincia di Nuoro)
 3. **Condizione di un'analisi comparativa delle buone pratiche** esistenti sul territorio, in questi settori produttivi, nell'ambito di riferimento del Comune di Gavoi, per individuarne tipologie, connessioni e contenuti;
 4. **Costituzione di una banca dati** basata sul censimento delle buone pratiche già note e produzione del primo rapporto di ricerca sui risultati dell'analisi desk: la raccolta del sapere

esperto disseminato sul territorio in tema di promozione della qualità e strutturazione di reti produttive e di conoscenze.

- **Seconda parte: Indagine**

1. Somministrazione via web di un **questionario generale online** a tutti gli iscritti del settore agroalimentare, individuati attraverso le indicazioni del Comune di Gavorio.
2. Preparazione, esecuzione ed elaborazione di **focus group** con la definizione delle questioni analitiche da sottoporre ad ulteriori approfondimenti: a partire dalla descrizione condivisa dell'esistente in altri termini, si definiranno le indicazioni relative al "cosa dovrebbe esserci", sotto il profilo delle strategie di innovazione per la qualità e dell'organizzazione delle imprese in reti produttive e di saperi efficienti sul territorio.
3. Somministrazione, secondo criteri di rappresentatività sulla base dei dati rilevati dall'analisi desk e dai risultati del questionario generale, di un **secondo questionario online di approfondimento** riservato agli operatori territoriali che si siano resi disponibili, in prima battuta, a partecipare alla rilevazione.
4. Produzione del **secondo rapporto di ricerca** e individuazione delle prime linee-guida per la formulazione di politiche di promozione dei prodotti agroalimentari tipici, da sottoporre alla discussione, in funzione della loro confluenza in un sistema strutturato di indicatori e indirizzi operativi che sarà oggetto del passaggio successivo del percorso di ricerca, cui il presente rapporto preliminare fa cenno in funzione del proseguimento del progetto:
5. Produzione del **Rapporto di ricerca Finale della Fase A**

Esclusivamente in funzione prospettica, orientata all'auspicabile prosecuzione del progetto di ricerca sul quale verte il presente rapporto introduttivo, si indica di seguito l'articolazione prevista dal secondo, potenziale, passaggio dell'indagine (Fase B e C)

FASE B: PROGETTO DELLE LINEE-GUIDA E LORO IMPLEMENTAZIONE

- Elaborazione del progetto operativo;
- Produzione di linee guida per la formulazione di politiche di promozione dei prodotti agroalimentari tipici. In particolare, le linee guida riguarderanno la produzione e il coordinamento delle azioni e delle attività sui tre obiettivi specifici individuati:
 - ✓ Marchio collettivo volontario
 - ✓ Paniere dei prodotti tipici
 - ✓ Ristorante tipico di qualità

- Attività di **accompagnamento progettuale** alla fase di implementazione delle attività e disseminazione dei risultati (*Focus group con i principali portatori d'interesse, tavoli partenariali etc.*)
- **Valutazione** in itinere delle attività

- **I risultati attesi**

Censimento, valutazione e gestione delle risorse di tipo materiale e di tipo immateriale e collettivo nel settore agroalimentare del Comune di Gavoi.

Il primo segmento di ricerca, cui fa riferimento il presente rapporto introduttivo, mira non solo ad offrire una mappatura completa, esaustiva e valutata analiticamente delle buone prassi produttive esistenti sul territorio del Comune di Gavoi in ambito agro-alimentare, sia rispetto ai processi produttivi sia rispetto alla qualità dei prodotti. Si propone anche di dare conto dello stato dei fatti di incentivare la creazione di risorse di tipo immateriale e collettivo, attraverso le tecniche della progettazione integrata funzionali al rafforzamento delle reti di cooperazione tra le istituzioni, i produttori e *stakeholders* e gli operatori dello sviluppo locale. Lo scopo di questa attività mira al rafforzamento delle reti di cooperazione tra le istituzioni, i produttori e *stakeholders* e gli operatori dello sviluppo locale.

Lo scopo di questa attività mira al rafforzamento della propensione dei produttori alla ricerca di un equilibrio sostenibile tra differenziazione, diffusione dei saperi e accesso all'innovazione. Infine particolare attenzione sarà dedicata alla programmazione comunitaria, nazionale e regionale rivolta a sostenere anche per via fiscale le spese per l'innovazione e a incoraggiare la cooperazione tra imprese nelle più diverse forme (network, partenariati etc.)

Potenziamento della riconoscibilità e della competitività dei prodotti agroalimentari tipici

La seconda fase del processo di ricerca, di cui il presente rapporto fornisce alcuni cenni prospettici in funzione dell'auspicabile prosecuzione del progetto, ha la finalità operativa di potenziare la rendita di origine e di specificità dei prodotti stessi, tramite la promozione di tre strumenti specifici:

1. **Il marchio collettivo volontario:** è un sistema di qualità territoriale a garanzia dei processi di produzione dell'agroalimentare, il cui scopo è dotare le piccole e medie imprese di un' **identità riconoscibile** , associata alla zona di appartenenza, incrementando la competitività dei prodotti a livello nazionale e internazionale. Il marchio, racchiudendo la storia, la cultura e le caratteristiche dei prodotti o dei servizi che ne fanno parte, rappresenta un elemento di differenziazione attraverso il quale i consumatori ricevono garanzie di **qualità e sicurezza**. Sotto questo profilo il marchio collettivo volontario dovrebbe essere funzionale a rappresentare:

- Uno strumento che faciliti ed agevoli la rete di relazioni tra soggetti privati e pubblici, economici ed istituzionali, al fine di creare e rafforzare processi collaborativi per la promozione e l'internazionalizzazione;
- Un' **ombrello** che racchiuda e rappresenti i settori maggiormente rappresentativi della Sardegna (tenendo conto della ricaduta delle produzioni tipiche dell'agroalimentare sul settore turistico ambientale e culturale)
- Un'**immagine** che identifichi la produzione agroalimentare sarda di qualità.

I prodotti e servizi che parteciperanno al marchio dovranno annoverare due aspetti essenziali:

- La conservazione di alcune caratteristiche peculiari nel tempo
- La loro associazione alla localizzazione produttiva, e quindi all'origine.

Potranno accedere al marchio tutte le piccole e medie imprese che operano nei settori:

- Agroalimentare
- Turistico
- Ristorazione

2. Il **paniere dei prodotti tipici** : si tratta di un progetto per l'identificazione di un **marchio/disciplinare di associazione tra produttori** e per la promozione e la commercializzazione dei prodotti tipici della Sardegna, a partire dal Comune di Gavoi. Il paniere consiste più specificamente, in un'associazione di produttori riuniti in un marchio che commercializza i prodotti attraverso:

- una rete di **ristoranti tipici** (che hanno siglato una carta di qualità)
- **negozi tipici** e altri piccoli e grandi punti di vendita.

I prodotti del Paniere, attraverso l'associazione/ marchio, potranno inoltre essere:

- commercializzati a livello internazionale e nazionale
- rappresentati in **fiere** di carattere regionale,nazionale, internazionale;
- utilizzati per promuovere **attività di carattere turistico/culturale** (es: Gli itinerari del Paniere, percorsi di turismo enogastronomico per fare conoscere prodotti, produttori e territori in Sardegna)

La concessione del marchio è finalizzata a:

- **Rendere visibili gli operatori della ristorazione** che adottano il Paniere dei prodotti tipici;
- Offrire agli operatori agricoli l'opportunità di **valorizzare le loro produzioni tipiche** attraverso la creazione di un collegamento diretto con la ristorazione di qualità;
- Promuovere la **salvaguardia della biodiversità**, della tutela dell'ambiente e della salute dei consumatori, attraverso la **valorizzazione e la tracciabilità delle produzioni tipiche del**

territorio, ottenute, ove possibile, con tecniche di produzione eco-compatibili, quali l'agricoltura biologica.

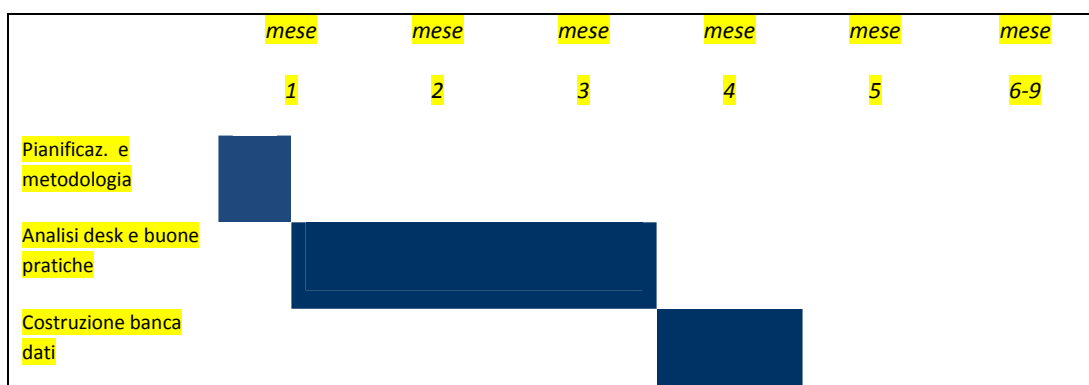
3. Il **ristorante tipico di qualità**. Il settore della ristorazione, associato ai prodotti del Paniere e al Marchio territoriale può essere articolato in:

- **Ristorazione tipica:** s'intende quella tradizionale del luogo, che include la promozione dei settori agricoli della zona e di quelli legati al turismo (es, gli alberghi e gli agriturismi). I menù saranno preparati seguendo le ricette tipiche e caratteristiche del paese nel quale il ristorante è situato e si dovranno utilizzare esclusivamente materie prime del territorio;
- **Ristorazione di qualità:** l'obiettivo è fornire al cliente un prodotto ed un servizio di alta qualità, con materie prime che rispettino pienamente i requisiti senza che sia necessario un collegamento diretto con il territorio sul quale il ristorante è localizzato.

In entrambi i casi il marchio di qualità potrà essere rilasciato sulla base del rispetto delle regole definite dal **disciplinare di riferimento**.

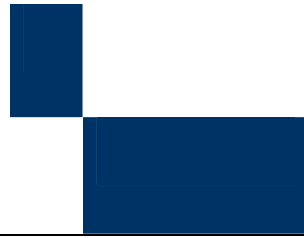
Costi e tempi Fase 1

FASE 1(Analisi)	mesi/uomo	€
Coordinamento delle attività di ricerca e produzione rapporti di ricerca	3/1	10.000
Analisi desk (comparazione buone pratiche)	2/2	4.000
n°4 focus group		8.000
Interviste con questionario ed elaborazione	1/3	10.000
TOTALE FASE 1		32.000



Focus group

Interviste
Restituzione
rapporto



Risorse Umane

Strutturate nel DISS

Prof. Benedetto Meloni, *Responsabile Scientifico della ricerca*

Prof. ssa Ester Cois, *Docente di Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi*

Contratti esterni

n. 1 ricercatore Senior esperto nel campo della ricerca sociale sulle tematiche attinenti al rapporto tra cibo, territorio e cultura

n. 1 ricercatore Junior in possesso di competenze sul tema della declinazione agroalimentare territoriale per somministrazione dei questionari e supporto alle attività di ricerca