



**UNIVERSITÀ DI PARMA**

# **UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PARMA**

**DOTTORATO DI RICERCA IN**

**Economia e Management dell'Innovazione e della Sostenibilità**

**CICLO XXXVIII**

**L'analisi della sostenibilità delle filiere alimentari corte: indicatori,  
strutture organizzative e impatto economico locale**

**Coordinatore:**

**Chiar.ma Prof.ssa Beatrice Luceri**

**Tutore:**

**Chiar.mo Prof. Filippo Arfini**

**Dottorando: Davide D'ascoli**

**Anni Accademici 2022/2023 – 2024/2025**

## *Sintesi della Tesi*

Negli ultimi decenni, i sistemi agroalimentari hanno subito profondi processi di globalizzazione con effetti rilevanti sulla sostenibilità economica delle aziende agricole, sulla coesione sociale e sulla resilienza dei territori. In questo scenario, le filiere alimentari corte si sono progressivamente affermate come modelli alternativi capaci di ricostruire relazioni di prossimità, rilocalizzare il valore economico e rafforzare la resilienza dei sistemi alimentari locali. Nonostante il riconoscimento del loro potenziale all'interno delle politiche europee, la valutazione empirica della loro sostenibilità e dei loro impatti rimane frammentata e priva di strumenti metodologici condivisi. La tesi si colloca in questo contesto, e propone un'analisi integrata delle filiere alimentari corte che combina la misurazione degli impatti sociali ed economici, lo studio delle strutture di governance e la valutazione dell'impatto economico. Il lavoro svolto si inserisce nel quadro del progetto ONFOODS e si allinea agli obiettivi dello Spoke 1 "Global Sustainability", con l'obiettivo di rafforzare la base empirica e metodologica a supporto delle politiche per la transizione dei sistemi alimentari. Un primo ambito di analisi riguarda la sistematizzazione degli indicatori economici e sociali utilizzati in letteratura per valutare le filiere alimentari corte. Attraverso una revisione sistematica della letteratura, gli indicatori individuati sono stati organizzati facendo riferimento alle SAFA Guidelines della FAO e a un approccio territoriale multilivello. L'analisi mette in evidenza la prevalenza di indicatori parziali e difficilmente comparabili e offre al contempo una base strutturata per future applicazioni empiriche e per lo sviluppo di sistemi di valutazione più robusti. Un secondo livello di approfondimento riguarda il ruolo delle strutture organizzative e dei modelli di governance nei mercati contadini. Attraverso un caso studio condotto nella città di Parma, la ricerca analizza il rapporto tra le configurazioni istituzionali che regolano i mercati contadini e le motivazioni economiche, sociali e valoriali degli agricoltori. L'analisi si concentra infine sull'impatto economico locale delle filiere alimentari corte attraverso l'applicazione del modello Local Multiplier 3 (LM3) al caso del progetto MercaTiAmo. I risultati mostrano come i mercati contadini possano generare effetti moltiplicativi positivi sull'economia locale, contribuendo alla ritenzione e alla redistribuzione della spesa all'interno del territorio con conseguente generazione di valore economico diffuso. Allo stesso tempo, emerge come tali effetti non siano automatici, ma dipendano dalle caratteristiche aziendali e dal grado di integrazione delle filiere corte nel tessuto economico locale. Il contributo principale risiede nello sviluppo di un quadro metodologico integrato per la valutazione degli impatti sociali ed economici, nell'evidenziazione del ruolo della governance come fattore chiave di sostenibilità e nella dimostrazione empirica del potenziale delle filiere corte come strumenti di sviluppo territoriale. I risultati offrono indicazioni rilevanti per la comunità scientifica e per i decisori politici impegnati nella progettazione di politiche alimentari orientate alla sostenibilità, alla resilienza economica e alla coesione dei sistemi alimentari locali. Nel complesso, la tesi propone una lettura coerente e multidimensionale delle filiere alimentari corte.

*Finanziatore: Progetto finanziato nell'ambito del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), Missione 4 Componente 2 Investimento 1.3 – Bando n. 341 del 15/03/2022 del Ministero dell'Università e della Ricerca, finanziato dall'Unione europea – NextGenerationEU.*

*Numero di concessione: Codice progetto PE0000003, Decreto di concessione n. 1550 dell'11/10/2022 adottato dal Ministero dell'Università e della Ricerca, CUP D93C22000890001,*

*Titolo del progetto: “Rete di ricerca e innovazione su sostenibilità, sicurezza e protezione alimentare – Working ON Foods (ONFoods)”.*



## **Indice della Tesi**

<b>Introduzione generale</b> .....	8
<b>Il ritorno ai modelli di prossimità: le filiere alimentari corte</b> .....	8
<b>Le politiche europee per la transizione alimentare</b> .....	9
<b>Struttura della tesi</b> .....	10
<b>Capitolo 1</b>	
<b><i>Il progetto ONFOODS e gli obiettivi della ricerca</i></b> .....	11
1.1 Il progetto ONFOODS.....	11
1.2 Gap conoscitivi e allineamento con il progetto ONFOODS.....	12
1.3 Obiettivi e domande di ricerca.....	15
1.4 Disegno metodologico .....	17
<b>Capitolo 2</b>	
<b><i>Le filiere corte nel sistema agroalimentare</i></b> .....	23
2.1 Evoluzione concettuale delle filiere alimentari corte .....	23
2.2 Definizione e caratteristiche delle filiere corte .....	25
2.3 Le principali forme di filiera corta.....	28
<b>Capitolo 3</b>	
<b><i>Sostenibilità e indicatori multidimensionali per la valutazione delle filiere alimentari corte</i></b> .....	30
3.1 Revisione sistematica della letteratura per l'identificazione di indicatori sociali ed economici.....	32
3.3 Gli studi inclusi nella revisione sistematica della letteratura .....	32
3.4 Identificazione e categorizzazione degli indicatori sociali ed economici.....	35
3.5 Indicatori sociali ed economici per la misurazione degli impatti delle filiere alimentari corte .....	36
3.6 Indicatori di resilienza economica .....	39
3.7 Indicatori di benessere sociale .....	42
3.8 Considerazioni sui risultati emersi.....	44

## **Capitolo 4**

<b><i>L'analisi delle forme di governance dei mercati contadini</i></b> .....	47
4.1 Il concetto di governance nei mercati contadini .....	48
4.2 I mercati contadini in Italia.....	50
4.3 Studiare le organizzazioni che governano i mercati contadini e la percezione degli agricoltori.....	51
4.4 Richiamo metodologico .....	52
4.5 Descrizione delle organizzazioni coinvolte nel caso studio.....	55
4.6 Descrizione degli agricoltori coinvolti nel caso studio.....	57
4.7 Categorizzazione dei driver sociali ed economici .....	60
4.8 Analisi comparativa sulla percezione degli agricoltori delle tre organizzazioni incluse nel caso studio .....	61
4.9 Considerazioni sui risultati emersi.....	68

## **Capitolo 5**

### ***L'impatto economico locale delle filiere alimentari corte: l'approccio LM3 e il caso***

<b><i>MercaTiAmo</i></b> .....	72
5.1 Il concetto di moltiplicatore locale (Local Multiplier 3) .....	74
5.2 Applicazione del modello LM3 alle filiere alimentari corte: il caso del progetto MercaTiAmo a Parma.....	76
5.3 Richiamo metodologico .....	76
5.4 Analisi dei risultati emersi .....	77
5.4.1 Caratteristiche del campione.....	78
5.4.2 Partecipazione al mercato .....	80
5.4.3 Valori LM3 delle aziende e implicazioni per l'economia locale.....	82
5.4.4 Valori LM3 in relazione al fatturato economico, alla SAU e alla categoria di prodotto....	85
5.5 Considerazioni sul potenziale delle filiere alimentari corte per lo sviluppo economico locale.....	89

## **Capitolo 6**

<b><i>Conclusioni</i></b> .....	91
6.1 Sintesi integrata dei risultati della ricerca.....	91
6.2 Considerazioni, limiti e piste di ricerca futura.....	93

6.3 Considerazioni Finali.....	94
--------------------------------	----

<b>Bibliografia</b> .....	96
---------------------------	----

<b>Appendici</b> .....	104
------------------------	-----

1 Obiettivi degli studi identificati durante la revisione sistematica della letteratura .....	104
---	-----

1.1 Indicatori di Resilienza economica .....	106
--	-----

1.2 Indicatori di Benessere sociale .....	108
---	-----

2 Fattori motivanti e limitanti per la partecipazione degli agricoltori ai mercati contadini.....	110
---	-----

2.1 Valori CV (fattori motivanti).....	111
--	-----

2.2 Valori CV (fattori limitanti).....	112
--	-----

### **Lista degli Acronimi**

CA: Campagna Amica

LC: La Corte

MT: MercaTiAmo

LM3: Local Multiplier 3

SPG: Sistema di Partecipazione Garantita

CSA: Community Supported Agriculture

AFN: Alternative Food Networks

### **Lista delle tabelle**

<i>Tabella 1- Sintesi delle domande di ricerca del progetto di dottorato e degli obiettivi del progetto ONFOODS</i> .....	16
---	----

<i>Tabella 2-Riepilogo del numero di agricoltori intervistati</i> .....	20
---	----

<i>Tabella 3- Informazioni bibliometriche degli studi inclusi nell'analisi sistematica della letteratura</i> .....	33
--	----

<i>Tabella 4- Applicazione degli indicatori di "Resilienza Economica" identificati durante l'analisi</i> .....	40
--	----

<i>Tabella 5 Applicazione degli indicatori di "Benessere Sociale" identificati durante l'analisi</i> .....	43
--	----

<i>Tabella 6 Tipologia di mercati contadini in termini di obiettivi, offerta e partecipazione dei produttori</i> .....	51
--	----

<i>Tabella 7- Sintesi comparativa delle caratteristiche delle organizzazioni (CA; MT; LC)</i> .....	56
---	----

<i>Tabella 8- Informazioni relative a: tipologia di produzione, certificazioni e dimensione economica delle aziende agricole incluse nell'analisi</i> .....	58
---	----

<i>Tabella 9- Riepilogo dei fattori motivanti per la partecipazione ai mercati contadini</i> .....	62
--	----

<i>Tabella 10-Riepilogo dei fattori limitanti per la partecipazione ai mercati contadini</i> .....	65
--	----

<i>Tabella 11- Informazioni delle aziende agricole incluse nel caso studio: SAU; % di Lavoratori familiari; Dimensione economica (Turnover/anno)</i> .....	78
--	----

<i>Tabella 12- Informazioni delle aziende agricole incluse nell'analisi: SAU; Tipologia di produzione; Livello di educazione</i>	
--	--

<i>del proprietario; Principali prodotti venduti; % di lavoratori familiari; Età degli intervistati; Sesso degli intervistati, Certificazioni .....</i>	<i>79</i>
<i>Tabella 13- Panoramica delle aziende agricole per fatturato, dimensione fondiaria, Valori LM3 e categoria di prodotto...</i>	<i>85</i>
<i>Tabella 14- Percentuale delle tipologie di costo sul fatturato.....</i>	<i>87</i>
<i>Tabella 15 Analisi della spesa locale.....</i>	<i>87</i>

## ***Lista delle figure***

<i>Figura 1 Disegno metodologico .....</i>	<i>18</i>
<i>Figura 2- Processo della revisione sistematica della letteratura.....</i>	<i>19</i>
<i>Figura 3- Frequenza degli indicatori di Resilienza Economica divisi per sotto-tema .....</i>	<i>39</i>
<i>Figura 4- Frequenza degli indicatori di Benessere sociale divisi per sotto-tema.....</i>	<i>42</i>
<i>Figura 5- Mappa digitale distribuzione territoriale dei mercati contadini inclusi nell'analisi all'interno della città di Parma .....</i>	<i>53</i>
<i>Figura 6- Valutazione dei fattori sociali ed economici motivanti per la partecipazione ai mercati contadini .....</i>	<i>63</i>
<i>Figura 7- Valutazione dei fattori sociali ed economici limitanti per la partecipazione ai mercati contadini .....</i>	<i>66</i>
<i>Figura 8- Modello Moltiplicatore Locale .....</i>	<i>75</i>
<i>Figura 9- Partecipazione delle aziende agricole nei diversi canali di mercato alternativi .....</i>	<i>81</i>
<i>Figura 10- Proporzioni delle vendite delle aziende agricole nei diversi canali di mercato.....</i>	<i>82</i>
<i>Figura 11- Valori LM3 per azienda agricola con riferimento alla media .....</i>	<i>83</i>
<i>Figura 12- Confronto dei valori LM3 in relazione al valore target.....</i>	<i>.....</i>

## ***Introduzione Generale***

Nel corso dell'ultimo secolo i processi di industrializzazione hanno impresso profonde trasformazioni ai sistemi agro-alimentari mondiali, orientandoli verso logiche di globalizzazione, integrazione verticale e concentrazione del potere economico in capo a poche multinazionali dell'agri-business e a grandi catene della distribuzione organizzata (Swinnen & Maertens, 2007). L'espansione di accordi su larga scala tra imprese transnazionali ha eroso i margini di manovra degli agricoltori, mentre i consumatori hanno progressivamente perso capacità di scelta reale lungo la filiera. I piccoli produttori, in particolare, si confrontano oggi con una competizione crescente per l'uso della terra e dell'acqua, la volatilità dei mercati delle materie prime, l'aumento dei costi di input e l'aggravarsi degli impatti climatici negativi (Hobbs, 2021), rendendo spesso insostenibile l'attività agricola su scala comunitaria (Romano et al., 2020).

Parallelamente, l'accresciuta consapevolezza collettiva sulle crisi ambientali, sulle disuguaglianze socioeconomiche e sull'aumento delle patologie correlate alla dieta ha alimentato una domanda di alimenti di qualità, sani e prodotti in modo sostenibile. Consumatori e cittadini manifestano il desiderio di conoscere l'origine dei cibi e di sostenere i produttori locali, sollecitando modelli alternativi di approvvigionamento in grado di ricostruire il nesso fra produzione e consumo (Claeys et al., 2025).

### ***Ritorno ai modelli di prossimità: le filiere alimentari corte***

La pandemia di Covid-19, con le restrizioni alla mobilità e le interruzioni della logistica globale, ha ulteriormente evidenziato la vulnerabilità delle filiere convenzionali (Hobbs, 2021). In tale congiuntura le filiere alimentari corte, reti corte che riducono la distanza fisica e relazionale tra chi produce e chi consuma (Renting et al., 2003), hanno mostrato maggiore resilienza, garantendo sbocchi commerciali ai piccoli agricoltori e continuità di approvvigionamento ai cittadini (Mengoni et al., 2025).

Le filiere alimentari corte possono generare benefici trasversali: sul piano economico valorizzano il prezzo di vendita, rafforzano il potere contrattuale del produttore e attenuano la dipendenza da mercati volatili (Marsden et al., 2000; Michel-Villarreal, 2023a); sul piano sociale promuovono capitale sociale, fiducia e coesione territoriale (European Commission. Joint Research Centre. (Institute for Prospective Technological Studies., 2013a; Vittersø et al., 2019); sul piano ambientale riducono l'impronta dei trasporti, degli imballaggi e favoriscono la tutela della biodiversità (Marino, 2016). Tuttavia, esistono alcune criticità che devono essere prese in considerazione per quanto riguarda le filiere

alimentari corte; ad esempio, spesso all'interno di queste filiere viene richiesto ai produttori di assumere funzioni aggiuntive che comportano ulteriori costi, così come per i consumatori può essere limitante il maggiore tempo di acquisto necessario o il fatto di dover organizzare la propria spesa in base alla stagionalità dei prodotti. Produttori, consumatori, attori di filiera e istituzioni pubbliche co-progettano soluzioni logistiche e commerciali condivise per l'efficienza delle filiere corte. (Galli et al., 2017). Tali iniziative trovano terreno fertile nei sistemi alimentari territoriali, contesti locali in cui le relazioni socioeconomiche, culturali e di governance consentono di integrare politiche, innovazione e partecipazione civica (Darnhofer et al., 2012).

## ***Le politiche europee per la transizione alimentare***

L'agenda politica dell'Unione Europea promuove il processo di transizione verso sistemi alimentari sostenibili, equi e resilienti. Come viene definito nel Green Deal 2019, l'obiettivo della politica Europea consiste nel raggiungimento della neutralità climatica entro il 2050, e allo stesso tempo, la strategia Farm To Fork del 2020 considera imprescindibile la trasformazione e l'innovazione delle filiere alimentari per il raggiungimento della neutralità climatica. La strategia Farm To Fork introduce altri traguardi sfidanti, come ad esempio la riduzione dell'uso di pesticidi chimici e la diminuzione del 20% dei fertilizzanti, oltre che la riduzione del 50% degli antimicrobici in zootecnica entro il 2030. Tali obiettivi impongono una riconfigurazione dei modelli produttivi e distributivi del settore agroalimentare. Alla F2F si affiancano la Biodiversity Strategy for 2030, che è orientata alla conservazione degli ecosistemi agrari, e inoltre la riforma della Politica Agricola Comune 2023-2027 che integra incentivi ed ecoschemi alle filiere corte nei piani strategici nazionali, sostenendone così la diffusione. Anche programmi quadro come Horizon Europe, hanno finanziato progetti sperimentali per la definizione di indicatori sperimentali utili a misurare la sostenibilità di tali filiere alimentari. Se spostiamo l'attenzione sulle politiche diffuse in ambito urbano, si può parlare di Urban Food Policy Coalition. Tale iniziativa promuove sistemi alimentari locali che possono favorire alcune attività di filiera corta, infatti, con la messa a disposizione di infrastrutture logistiche di quartiere e la fornitura di approvvigionamenti pubblici mirano a dare sostegno ad attività come i mercati contadini. Nel loro insieme, tali iniziative convergono verso il concetto di economia alimentare circolare territoriale, in cui le filiere alimentari corte vengono identificate come una leva importante per rilocalizzare il valore aggiunto, rafforzare la coesione sociale e ridurre l'impronta ambientale. Il progetto di ricerca su cui si basa questa tesi di dottorato si inserisce in questo contesto, cercando di contribuire empiricamente alla valutazione della sostenibilità e degli effetti sociali ed economici delle filiere alimentari corte.

## ***Struttura Della Tesi***

L'elaborato si articola in sei capitoli che rispecchiano la logica progressiva del disegno di ricerca. Il primo capitolo delinea il progetto ONFOODS e gli obiettivi previsti dallo spoke 1 "Global sustainability", definisce i gap conoscitivi nell'ambito delle filiere alimentari corte e delinea le domande di ricerca prese in considerazione per questo elaborato, successivamente viene definito il disegno metodologico adottato. Nel secondo capitolo vengono prese in considerazione le cornici teoriche di riferimento delle filiere alimentari corte e come queste si sono evolute e sviluppate negli anni, inoltre ci si sofferma sulla definizione delle diverse tipologie di filiera alimentare corta con le conseguenti caratteristiche sociali ed economiche e sui diversi modelli di governance. Il terzo capitolo presenta nei dettagli il processo di revisione sistematica della letteratura e propone una tassonomia di indicatori, costruita a partire dal protocollo FAO-SAFA, utile a misurare gli impatti sociali ed economici delle filiere corte. Il quarto capitolo approfondisce le motivazioni dei produttori nel partecipare ad attività di filiera corta e la coerenza dei modelli organizzativi di tre mercati contadini analizzati, discutendo il grado di corrispondenza fra aspettative degli agricoltori e regole di funzionamento dei mercati. Nel quinto capitolo si valuta l'impatto economico del progetto *MercatiAmo* attraverso la metodologia LM3. Il sesto capitolo integra i risultati delle fasi precedenti, proponendo una lettura olistica delle filiere alimentari corte. In questa sezione vengono sintetizzati i principali contributi, evidenziando i limiti dello studio e delineando percorsi di ricerca futura.

# *Capitolo 1*

## *Il Progetto ONFOODS e gli obiettivi della Ricerca*

### *1.1 Il Progetto ONFOODS*

In Italia, le strategie per la transizione ecologica e la trasformazione dei sistemi alimentari trovano una declinazione concreta nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), Missione 4, Componente 2, Investimento 1.3, che sostiene la creazione di ecosistemi di ricerca dedicati alla sostenibilità alimentare. In tale cornice si colloca il progetto ONFOODS – Research and Innovation Network on Food and Nutrition Sustainability, Safety and Security (codice PE00000003), con un budget di circa 114 milioni di euro per il periodo 2023-2026 e la partecipazione di 26 partner tra università, centri di ricerca e imprese. Il progetto ONFOODS si pone l’obiettivo analizzare, studiare e promuovere soluzioni innovative, mediante un approccio sistemico, per garantire la sicurezza, la resilienza e la sostenibilità dei sistemi alimentari. Il progetto ONFOODS è composto e organizzato in sette Spoke tematici. Lo Spoke tematico 1, identificato come “Global Sustainability” si propone di analizzare le performance economiche, ambientali e sociali dei sistemi alimentari italiani mediante l’utilizzo di strumenti e metodologie di analisi. Le attività di ricerca dello Spoke 1 si articolano in tre Work Package tra loro complementari. Il WP 1.1 indaga i modelli di governance oltre che gli strumenti di rendicontazione e gli impatti delle politiche alimentari. In tale contesto, il WP1 pone le basi metodologiche per l’intero spoke. Il WP 1.2 si concentra ad analizzare i sistemi di distribuzione alimentari con una particolare attenzione ai modelli di filiera corta. Infine, il WP 1.3 affronta la sfera dei consumi e si prefigge come obiettivo la promozione di diete sostenibili mediante l’utilizzo di approcci partecipativi e varie analisi sulla percezione dei consumatori rispetto alle nuove forme di alimentazione. Tra i tre WP, il Work Package 1.1 riveste un ruolo cruciale nel creare le basi concettuali e metodologiche su cui si innestano gli altri. Le attività di ricerca si articolano in quattro task principali:

- Task 1.1.1. Analisi dei modelli di governance sostenibile e delle reti organizzative.  
La ricerca si concentra sull’individuazione delle forme di governance più adatte a promuovere pratiche sostenibili lungo le filiere agroalimentari e in particolare nelle filiere corte con attenzione alle reti formali e informali che possono favorire l’adozione di pratiche innovative e l’accesso equo al cibo.
- Task 1.1.2. Rendicontazione della sostenibilità dei sistemi alimentari  
Le attività di questa task sono volte alla definizione di metodologie, strumenti e indicatori per la valutazione della sostenibilità economica, sociale ed ambientale delle filiere alimentari. Tra i vari strumenti

presi come riferimento per le analisi emergono il Life Cycle Assessment (LCA), il GHG Protocol, il framework FAO-SAFA e l'indicatore Local Multiplier 3. L'obiettivo di questa task riguarda la costruzione di sistemi monitoraggio e valutazione delle filiere alimentari.

- Task 1.1.3. Valutazione delle politiche alimentari

In questo caso le analisi si concentrano sugli scenari di policy alimentare a livello regionale, nazionale ed europeo. Tali analisi permettono di valutare gli impatti e la sostenibilità delle filiere e dei sistemi alimentari. Viene attribuito particolare rilievo all'analisi delle innovazioni in ambito alimentare.

- Task 1.1.4.

Le attività di questa task riguardano varie azioni di disseminazione e trasferimento di pratiche e innovazioni sostenibili in ambito alimentare. Inoltre, si pone l'attenzione al ruolo delle piccole e medie imprese nella transizione ecologica del sistema agroalimentare.

In tale contesto, il progetto di dottorato si inserisce con un focus sulle Task 1.1.1, 1.1.2, in coerenza con gli obiettivi generali di ONFOODS. La ricerca intende quindi contribuire a:

- individuare modelli di governance e reti di attori capaci di implementare pratiche sostenibili lungo le filiere alimentari corte;
- sviluppare e applicare strumenti di misurazione integrata della sostenibilità delle filiere corte; valutare criticamente le politiche alimentari e i loro effetti sui sistemi locali e nazionali.

Attraverso questo percorso, il progetto di dottorato si allinea pienamente alla missione dello Spoke 1, ponendosi come strumento per integrare dimensioni economiche e sociali in un quadro coerente di ricerca scientifica applicata, e contribuendo così allo sviluppo di sistemi alimentari più sostenibili, inclusivi e resilienti.

## ***1.2 Gap Conoscitivi della ricerca e allineamento con il progetto ONFOOD***

Per inquadrare il contributo della ricerca nel contesto del progetto ONFOODS, è necessario individuare i principali gap conoscitivi che caratterizzano la letteratura esistente e che orientano le attività di indagine previste dallo Spoke 1, in particolare dal WP 1.1. I sistemi agroalimentari si collocano al crocevia tra sostenibilità economica, ambientale e sociale (Latruffe et al., 2016). Tali sistemi si configurano come nodi strategici per la transizione ecologica ed equa dei modelli produttivi e distributivi. Le filiere alimentari corte sono state individuate come meccanismi privilegiati che permettono di coniugare obiettivi

globali e locali allo stesso tempo. (Marsden et al., 2000; Renting et al., 2003). La Farm to Fork Strategy (Sonnino et al., 2020) e lo Strategic Dialogue on the Future of EU Agriculture (Ilcus, 2024), riconoscono il potenziale delle filiere alimentari corte nel ridurre le intermediazioni, oltre che nel favorire inclusione sociale, rafforzare lo sviluppo territoriale e promuovere relazioni di fiducia. La letteratura scientifica ha registrato una significativa proliferazione di indicatori dedicati all'analisi della dimensione ambientale dei sistemi alimentari e più nello specifico delle filiere corte, mentre gli aspetti economici e sociali risultano meno strutturati, frequentemente affrontati con metodologie qualitative e difficilmente comparabili. Le SAFA Guidelines della FAO (Scialabba, 2014), ad esempio, forniscono un quadro teorico articolato su 21 temi e 58 sotto-temi distribuiti lungo le tre dimensioni della sostenibilità dei sistemi alimentari, ma la loro applicazione richiede adattamenti per essere calata in contesti territoriali e scale organizzative eterogenee (Arfini & Bellassen, 2019). Più recentemente, diversi studi hanno sottolineato l'importanza di approcci multilivello, dall'azienda agricola al piano globale, e della costruzione di sistemi di indicatori "annidati" spazialmente, capaci di restituire la complessità dei sistemi alimentari (Orou Sannou et al., 2023). Nonostante questi progressi, permane un gap rilevante: la mancanza di sistemi coerenti e condivisi per la valutazione degli impatti economici e sociali delle filiere alimentari corte, poiché la letteratura disponibile si limita a indicatori parziali o a evidenze qualitative non comparabili (Chiaverina et al., 2023; Malak-Rawlikowska et al., 2019; Schmutz et al., 2018). L'obiettivo centrale della Task 1.1.2 di ONFOODS è proprio quello di colmare tale lacuna.

Un secondo fronte di ricerca concerne le architetture istituzionali e i modelli di governance che regolano i mercati contadini. Questi mercati, spesso promossi da enti pubblici, associazioni di categoria o organizzazioni non profit, incorporano nelle proprie strutture organizzative visioni politiche e sociali che ne condizionano i meccanismi di funzionamento (Gantla & Lev, 2015). La teoria istituzionale, da Parsons e Simon fino a North, ha mostrato come norme, valori e cornici cognitive plasmino le decisioni economiche e organizzative delle organizzazioni (Arrighetti & Seravalli, 1999). In Italia, le PMI agricole o agroalimentari hanno storicamente tratto beneficio da reti relazionali dense, capaci di ridurre i costi di transazione e di favorire processi di diffusione della conoscenza e delle innovazioni (Arrighetti e Seravalli, 1999).

Tali reti operano come istituzioni intermedie tra attori locali e autorità centrali, svolgendo al contempo funzioni regolative e di servizio (Dervillé & Wallet, 2014). Nonostante l'attenzione crescente verso i mercati contadini, persiste un gap conoscitivo relativo all'analisi dei loro modelli di governance e delle configurazioni istituzionali che ne determinano la sostenibilità ed efficacia. Il progetto di ricerca intende affrontare tale lacuna mediante una comparazione di casi con differenti assetti organizzativi (Mengoni et al., 2025), esplorando l'allineamento tra valori delle organizzazioni promotrici, driver socioeconomici

dei produttori e impatti territoriali. Tale ambito di indagine si colloca in diretta continuità con gli obiettivi della Task 1.1.1 del WP 1.1. Questa ha l'obiettivo di studiare e sviluppare modelli di governance innovativi capaci di aumentare la resilienza dei sistemi agroalimentari.

La terza linea di ricerca trattata in questo elaborato concerne la sfera degli effetti economici locali generati dalle filiere alimentari corte, con un particolare riferimento alla capacità di trattenere ricchezza e redistribuire valore nelle comunità in cui si diffondono. La vendita diretta può essere vantaggiosa per piccoli produttori grazie all'eliminazione degli intermediari. (Bui et al., 2021; Hoang, 2021), anche se persistono incertezze sul reale grado di redditività e di scalabilità di tali iniziative (Renkema & Hilletoft, 2022). Se da un lato la letteratura riconosce alle filiere alimentari corte degli effetti di spillover positivi e un contributo migliorativo allo sviluppo locale (Kłoczko-Gajewska et al., 2024; Mikulić et al., 2023), dall'altro gli studi risultano frammentati, spesso limitati a singoli casi e privi di indicatori standardizzati che permettano comparazioni robuste tra modelli differenti. Recenti applicazioni del modello Local Multiplier 3 (LM3), come l'indagine condotta a Parma da Filippini et al., (2023), mostrano che le filiere alimentari corte hanno la capacità di trattenere parte del valore aggiunto nelle aree in cui vengono sviluppate, nello specifico emerge che la ritenzione di spesa nei territori varia in funzione del fatturato aziendale e del grado di formalizzazione dei rapporti con i fornitori locali. Ne consegue che la semplice relazione produttore-consumatore non è sufficiente a spiegare la resilienza dei sistemi locali: risulta invece necessario dotarsi di strumenti sistematici e comparabili per quantificare gli effetti economici territoriali delle filiere alimentari corte (Drottberger et al., 2021; Malagon-Zaldua et al., 2018). L'assenza di valutazioni di questo tipo costituisce un ulteriore gap, che si colloca anch'esso nell'ambito della Task 1.1.2 del WP 1.1 di ONFOODS, dedicata allo sviluppo di metodologie per la misurazione integrata della sostenibilità alimentare.

In sintesi, il progetto di dottorato si propone di colmare tre gap principali, tutti direttamente riconducibili agli obiettivi dello Spoke 1 di ONFOODS:

- l'assenza di un set coerente di indicatori economici e sociali per la valutazione degli impatti delle filiere corte, connessa alla Task 1.1.2;
- la carenza di analisi comparate sui modelli di governance e sulle architetture organizzative dei mercati contadini, collegata alla Task 1.1.1;
- la mancanza di valutazioni sistematiche e comparabili sugli effetti economici locali delle filiere corte, con applicazione del modello Local Multiplier 3, riferita alla Task 1.1.2.

Colmare tali lacune ha una rilevanza duplice: sul piano scientifico, consente di avanzare la teoria sulle trasformazioni dei sistemi agroalimentari; sul piano politico-istituzionale, fornisce strumenti operativi per orientare le politiche europee e nazionali, inclusi gli investimenti del PNRR, verso iniziative a

elevato impatto per la sostenibilità e la resilienza delle comunità e dei sistemi alimentari locali.

### ***1.3 Obiettivi e Domande di Ricerca***

La struttura concettuale della presente tesi si fonda su tre domande di ricerca, formulate per evidenziare il carattere analitico dell'indagine ed evitare approcci meramente descrittivi. Ciascuna domanda scaturisce da un gap conoscitivo individuato nella letteratura scientifica e trova un diretto allineamento con gli obiettivi e le attività dello Spoke 1 "Global Sustainability" di ONFOODS, in particolare con il WP 1.1, dedicato alla misurazione e al miglioramento delle performance economiche, sociali e ambientali dei sistemi e delle filiere alimentari.

*RQ1 Quali sono gli indicatori più utilizzati nella letteratura scientifica per misurare gli impatti economici e sociali delle filiere corte?*

Il primo quesito di ricerca cerca di colmare il gap identificato in letteratura riguardo l'assenza di un set coerente di indicatori utili alla misurazione degli impatti economici e sociali generati dalle filiere alimentari corte. L'obiettivo della prima domanda di ricerca consiste nella produzione di un repertorio sistematico di indicatori e metriche capace di risolvere l'attuale frammentazione in letteratura. Questo step di ricerca permette di costruire la base concettuale per le analisi empiriche successive. Tale approccio si colloca in pieno allineamento con la Task 1.1.2 del WP 1.1 del progetto ONFOODS, che mira a sviluppare metodologie e strumenti per la valutazione e l'analisi della sostenibilità dei sistemi alimentari e più nello specifico delle filiere alimentari corte.

*RQ2. Quali driver e quali limiti influenzano la decisione degli agricoltori di partecipare ai mercati contadini, e in che misura tali fattori risultano coerenti con i modelli di governance delle organizzazioni che li gestiscono?*

La seconda domanda di ricerca nasce dal gap legato alla limitata attenzione che la letteratura dedica ai modelli di governance dei mercati contadini. Questo tipo di approccio di analisi si pone l'obiettivo di esplorare il nesso tra le motivazioni che incentivano gli agricoltori a partecipare ai mercati contadini e i modelli di governance delle organizzazioni che gestiscono tali attività di filiera corta. Nello specifico saranno analizzate le motivazioni economiche, sociali e valoriali percepite dagli agricoltori. Questa analisi permetterà di comprendere quale configurazione organizzativa può essere più efficace nel favorire la partecipazione dei produttori e nel garantire un impatto positivo di tali attività. Tale obiettivo è pienamente allineato con la Task 1.1.1 del WP 1.1 del progetto ONFOODS, dedicata all'analisi dei modelli di governance e delle reti organizzative delle filiere alimentari.

### *RQ3 Qual è l'impatto economico locale generato dal progetto MercaTiAmo?*

La terza domanda di ricerca cerca di **colmare** il gap relativo alla scarsità di analisi sugli effetti economici locali delle filiere alimentari corte. L'obiettivo operativo di questa domanda di ricerca è quello di quantificare la ritenzione di spesa sul territorio prodotta dal progetto MercaTiAmo, mediante l'utilizzo e l'applicazione del modello LM3. In questo modo è possibile stimare il contributo dei mercati contadini alla creazione di valore economico diffuso sul territorio, oltre che comprendere quali siano le leve capaci di amplificare gli effetti a livello locale. Anche in questo caso esiste una coerenza diretta con gli obiettivi della Task 1.1.2 del WP 1.1 del progetto ONFOODS. Tale Task si pone l'obiettivo di promuovere lo sviluppo di metodologie per la valutazione degli impatti economici delle filiere alimentari corte.

In questa sezione sono anticipate e descritte le metodologie adottate per l'intero progetto di ricerca di dottorato. Per ogni fase della ricerca sono state utilizzati degli approcci di analisi differenti ma integrati tra di loro. Il disegno metodologico della presente tesi si fonda sulla consapevolezza che l'analisi delle filiere corte richiede un approccio multi-metodo, in grado di coglierne la complessità attraverso una pluralità di strumenti analitici complementari. Tale impostazione riflette la necessità di rispondere ai gap conoscitivi emersi dalla letteratura e, al tempo stesso, di collocare la ricerca all'interno degli obiettivi delineati dallo Spoke 1 "Global Sustainability" del progetto ONFOODS, con particolare riferimento alle Task 1.1.1, dedicate all'analisi dei modelli di governance sostenibile e delle reti organizzative, e 1.1.2, focalizzate sullo sviluppo di strumenti e indicatori di rendicontazione integrata. Il disegno metodologico segue una logica progressiva.

Queste tre domande di ricerca permettono di coprire un ampio spettro analitico. Si parte dalla dimensione concettuale della sostenibilità delle filiere alimentari corte con l'identificazione degli indicatori utili a misurare gli impatti sociali ed economici, per poi passare all'analisi della dimensione istituzionale e di governance, fino ad arrivare alla dimensione valutativa degli impatti economici delle filiere alimentari corte. Tale processo permette a tale progetto di dottorato di contribuire in modo significativo al rafforzamento del quadro metodologico e operativo dello Spoke 1 del progetto ONFOODS. In questo modo sarà possibile generare conoscenze di rilievo sia per la comunità scientifica sia per i decisori pubblici e privati impegnati nella progettazione di politiche e strategie a sostegno della sostenibilità dei sistemi alimentari locali.

Tabella 1- Sintesi delle domande di ricerca del progetto di dottorato e degli obiettivi del progetto ONFOODS- Elaborazione autore

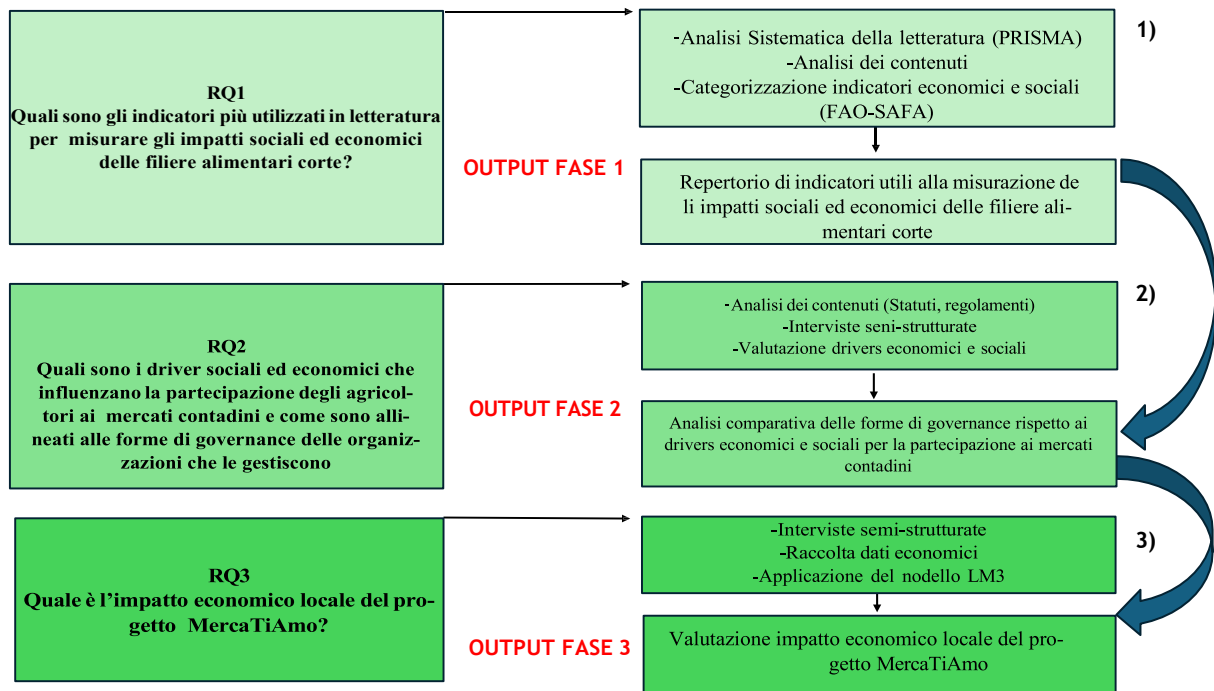
<b>Gap conoscitivo</b>	<b>References</b>	<b>Domanda di ricerca (RQ)</b>	<b>Obiettivo ONFOODS</b>	<b>Task WP 1.1</b>
Assenza di un set coerente e condiviso di indicatori economici e sociali per le filiere corte alimentari	(Chiaverina et al., 2023; Malak- Rawlikowska et al., 2019; Orou Sannou et al., 2023; Schmutz et al., 2018; Talukder & Blay-Palmer, 2017)	RQ1. Quali sono gli indicatori più utilizzati nella letteratura scientifica per misurare gli impatti economici e sociali delle filiere alimentari corte?	Sviluppare strumenti e indicatori di misurazione e rendicontazione integrata della sostenibilità per le filiere corte	Task 1.1.2
Carenza di analisi comparate sui modelli di governance e sulle architetture organizzative dei Mercati contadini	(Belletti et al., 2024; Gantla & Lev, 2015)	RQ2. Quali driver e quali limiti influenzano la decisione degli agricoltori di partecipare ai mercati contadini, e in che misura tali fattori sono coerenti con i modelli di governance delle organizzazioni che li gestiscono?	Individuare modelli di governance sostenibili e reti organizzative resilienti nei sistemi alimentari	Task 1.1.1
Mancanza di valutazioni sistematiche e comparabili sugli effetti economici locali delle filiere alimentari corte (applicazione LM3)	(Drottberger et al., 2021; Malagon- Zaldua et al., 2018)	RQ3. Qual è l'impatto economico locale generato dal progetto MercatiAmo?	Misurare gli impatti economici territoriali delle filiere corte attraverso metodologie standardizzate	Task 1.1.2

## **1.4 Disegno metodologico**

In questa sezione sono anticipate e descritte le metodologie adottate per l'intero progetto di ricerca di dottorato. Per ogni fase della ricerca sono state utilizzati degli approcci di analisi differenti ma integrati tra di loro. Il disegno metodologico della presente tesi si fonda sulla consapevolezza che l'analisi delle filiere corte richiede un approccio multi-metodo, in grado di coglierne la complessità attraverso una pluralità di strumenti analitici complementari. Tale impostazione riflette la necessità di

rispondere ai gap conoscitivi emersi dalla letteratura e, al tempo stesso, di collocare la ricerca all'interno degli obiettivi delineati dallo Spoke 1 "Global Sustainability" del progetto ONFOODS, con particolare riferimento alle Task 1.1.1, dedicate all'analisi dei modelli di governance sostenibile e delle reti organizzative, e 1.1.2, focalizzate sullo sviluppo di strumenti e indicatori di rendicontazione integrata. Il disegno metodologico segue una logica progressiva.

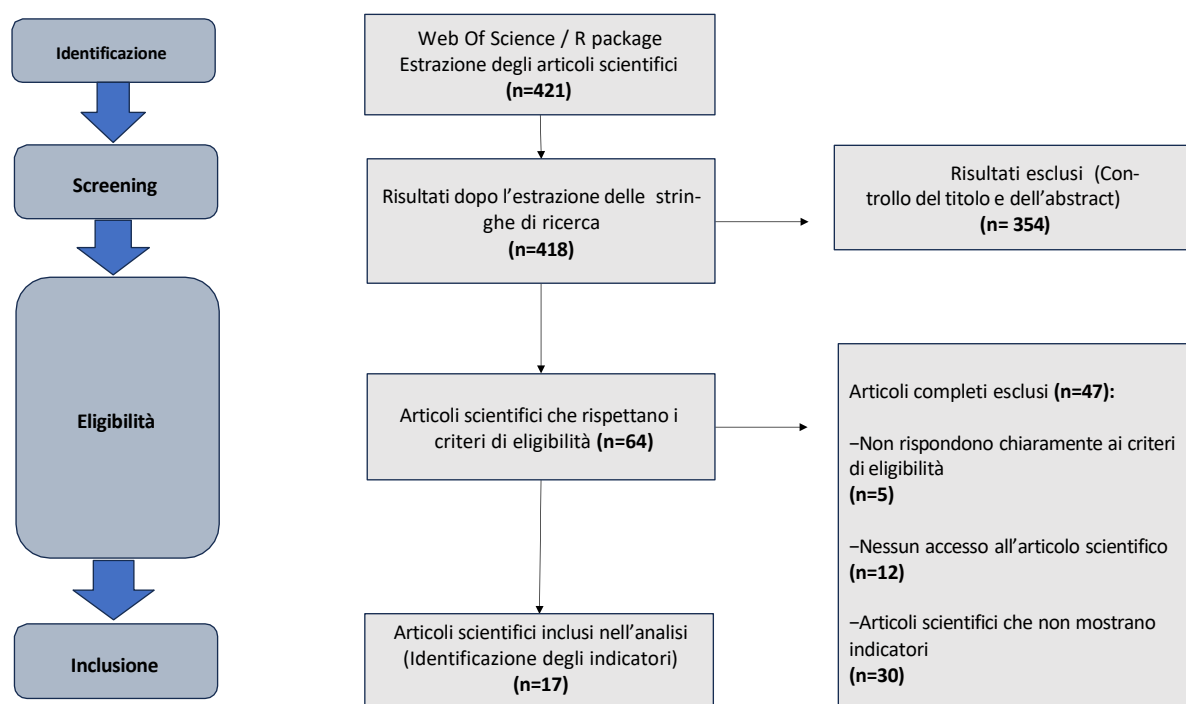
Figura 1 Disegno metodologico - Elaborazione dell'autore



Si parte dall'identificazione in letteratura degli indicatori utili alla misurazione degli impatti sociali ed economici delle filiere alimentari corte, poi si passa all'analisi della percezione degli agricoltori in merito ad alcuni fattori sociali ed economici per comprendere l'allineamento con il modello di governance delle strutture organizzative che gestiscono i mercati contadini, per poi passare alla valutazione dell'impatto economico locale generato da un'attività di filiera alimentare corta, mediante l'utilizzo del modello Local Multiplier 3. La prima fase, collegata alla RQ1, ha come obiettivo la costruzione di un repertorio sistematico di indicatori capaci di misurare in modo comparabile gli impatti economici e sociali delle filiere corte. A tale scopo è stata condotta una revisione sistematica della letteratura (Systematic Literature Review, SLR) seguendo il protocollo PRISMA (Liberati et al., 2009), integrata da analisi di contenuto e successiva categorizzazione degli indicatori. La ricerca e la selezione degli studi inclusi nell'analisi è stata effettuata sulla banca dati Web Of Science. In questo caso è stata utilizzata una stringa di ricerca che combinava i seguenti termini: "SHORT FOOD SUPPLY CHAIN\*", "ALTERNATIVE FOOD NETWORKS", "LOCAL FOOD SYSTEMS" che sono stati connessi nella seconda stringa con i termini "SUSTAINAB\*", "SOCIAL" ED "ECONOM\*", infine connessi alla terza

stringa, “ASSESSMENT”, “INDICATOR\*”, “MEASUREMENT\*” e “IMPACT\*”. Durante la fase di identificazione degli articoli è stato possibile individuarne 421, che poi sono stati ridotti per l’esclusione di pubblicazioni in lingua tedesca e ungherese, raggiungendo un numero di 418 articoli scientifici. Durante la fase di screening è stato possibile eliminare 354 articoli in quanto non pertinenti all’obiettivo di ricerca. In questa fase sono stati analizzati l’abstract e i titoli dei vari articoli scientifici. Durante la fase di elegibilità sono stati definiti i criteri di inclusione. In particolare, sono stati selezionati esclusivamente studi che: i) adottavano indicatori chiaramente definiti e misurabili; ii) utilizzavano indicatori per la misurazione degli impatti economici e sociali delle filiere alimentari corte; iii) fornivano informazioni sufficienti a ricondurre gli indicatori a specifiche dimensioni territoriali di analisi. Tale fase ha comportato l’esclusione di 47 studi (5 non chiaramente pertinenti, 12 non reperibili e 30 privi di indicatori). Il campione finale risulta essere composto da 17 articoli scientifici.

Figura 2- Processo della revisione sistematica della letteratura-Elaborazione dell’autore- Fonte: Chiaverina et al., 2023



Su questo corpus è stata condotta un’analisi di contenuto (Seuring & Gold, 2012) con il supporto del pacchetto Bibliometrix di R, che ha permesso di eseguire analisi descrittive relative alla distribuzione temporale e geografica degli studi, nonché agli autori più attivi. Parallelamente, sono stati estratti e confrontati gli obiettivi, i principali risultati e le implicazioni di ciascun lavoro, individuando le convergenze tematiche e i gap ancora irrisolti. L’analisi è stata completata da una fase di categorizzazione, finalizzata a strutturare in maniera sistematica gli indicatori rinvenuti. A tal fine, sono state adottate due cornici interpretative: da un lato, le SAFA Guidelines della FAO (2014), che distinguono le

dimensioni della “Resilienza Economica” (stabilità finanziaria, produttività, profittabilità, impatto sull’economia locale) e della “Benessere sociale” (coesione sociale, sicurezza alimentare, condizioni di lavoro, formazione, qualità e sicurezza dei prodotti), riprese anche da studi più recenti (Orou Sannou et al., 2023); dall’altro, l’approccio di Iceri e Lardon (2019), che consente di classificare gli indicatori in base al livello territoriale di applicazione (municipale, regionale o nazionale), alla tipologia di attività (mercati contadini, Community Supported Agriculture, vendite dirette, cooperative) e agli attori coinvolti (produttori, consumatori, organizzatori). Questa fase ha fornito la base concettuale e metodologica necessaria per le successive indagini empiriche.

La seconda fase, corrispondente alla RQ2, si è concentrata sull’analisi dei fattori che influenzano la partecipazione degli agricoltori ai mercati contadini e sui modelli di governance che regolano le organizzazioni. L’indagine è stata condotta nella città di Parma, in Emilia-Romagna, scelta per la combinazione di un sistema agroalimentare di alta qualità e una tradizione consolidata di pratiche di filiera corta. Durante lo svolgimento delle analisi erano attivi sette mercati contadini all’interno dell’area di Parma. Di questi mercati sono stati inclusi nella ricerca solamente mercati contadini operativi dall’ottobre 2023, quindi l’analisi si è svolta su sei dei sette mercati attivi. Tali attività (mercati contadini) sono gestite da tre diverse organizzazioni: Campagna Amica (CA), promossa da Coldiretti; MercaTiAmo (MT), promosso dall’Associazione di Promozione Sociale Parma Sostenibile; e La Corte (LC), un consorzio locale di produttori agricoli. Il campione era composto originariamente da 56 produttori attivi nei sei mercati oggetto di analisi. Dei cinquantasei produttori è stato possibile intervistarne solo cinquantadue, numero che corrisponde con il 92,86% del totale, di cui tredici su sedici in Campagna Amica, quattordici su quattordici in MercaTiAmo e venticinque su ventisei in La Corte.

*Tabella 2-Riepilogo del numero di agricoltori intervistati- Elaborazione dell'autore*

Mercati Contadini	Numero di agricoltori	Numero totale di agricoltori intervistati
CA	16	13 (81,25 %)
MT	14	14 (100 %)
LC	26	25 (96,15 %)

La raccolta dati è stata articolata su due livelli. In primo luogo, è stata condotta un’analisi documentale che ha riguardato statuti, codici etici, regolamenti interni e documentazione strategica fornita dalle tre organizzazioni, al fine di ricostruirne le architetture di governance. In secondo luogo, sono state realizzate interviste semi-strutturate, condotte tra ottobre 2023 e febbraio 2024 durante lo svolgimento dei

mercati, basate su un questionario articolato in tre sezioni. Nella prima sezione sono state raccolte informazioni sociodemografiche degli agricoltori e le caratteristiche aziendali, come ad esempio, il fatturato, la dimensione, la tipologia di produzione e i vari canali di vendita utilizzati. Nella seconda sezione del questionario sono state inclusi i driver di partecipazione, nello specifico è stato chiesto agli agricoltori di valutare la rilevanza di una serie di fattori mediante l'utilizzo di una scala Likert da 1 (completamente irrilevante) a 7 (altamente rilevante). Nella terza sezione sono stati inclusi i limiti percepiti dagli agricoltori, misurati anch'essi su scala Likert da 1 (non limitante) a 7 (altamente limitante). I fattori motivanti e limitanti la partecipazione degli agricoltori ai mercati contadini sono stati selezionati sulla base di un'approfondita analisi della letteratura scientifica e successivamente validati attraverso interviste ai responsabili dei mercati contadini coinvolti, nonché mediante discussioni all'interno del gruppo di ricerca.

Per analizzare i dati raccolti durante le interviste si è deciso di procedere con il calcolo della media, mediana, deviazione standard e con la valutazione del coefficiente di variazione per valutare la variabilità delle risposte date da agricoltori di diversi mercati contadini oggetto di analisi. Con questo approccio è stato possibile osservare come le percezioni degli agricoltori potessero essere influenzate dai differenti modelli di governance delle tre organizzazioni coinvolte nel caso studio. Questa fase si colloca pienamente nell'ambito della Task 1.1.1 del progetto ONFOODS, che mira a identificare modelli di governance sostenibili e reti organizzative resilienti

La terza fase, corrispondente alla RQ3, ha avuto come obiettivo la valutazione dell'impatto economico territoriale generato dal progetto MercaTiAmo attraverso l'applicazione del modello Local Multiplier 3 (LM3). Il modello LM3, originariamente sviluppato dalla New Economics Foundation e successivamente reso disponibile in versione digitale da Impact Measurement Ltd. (2021), rappresenta uno strumento innovativo per stimare la capacità di un'iniziativa economica di generare e trattenere ricchezza all'interno del territorio locale, calcolando il rapporto tra la spesa iniziale e i successivi tre round di redistribuzione economica.

Il progetto MercaTiAmo è promosso da Parma Sostenibile APS ed è nato nel 2015. Ad oggi è riconosciuto come una delle attività più rilevanti di economia solidale locale. Tale progetto è fondato su principi come l'agroecologia, la sovranità alimentare e l'utilizzo di sistemi di certificazione come SPG (Sistema di Partecipazione Garantita). Il campione incluso nell'analisi era composto da 14 produttori attivi nel progetto mercatiamo che sono stati selezionati sulla base della disponibilità degli agricoltori a tale iniziativa. La raccolta dati per questo progetto è stata condotta durante l'ottobre del 2024 mediante interviste semi-strutturate e la compilazione di un questionario in formato Excel, strutturato in tre sezioni. La prima sezione aveva lo scopo di raccogliere informazioni generali sulle aziende agricole coinvolte,

sulle certificazioni, sulla superficie agricola utilizzata e sulle varie tipologie produttive adottate. Nella seconda sezione venivano richieste informazioni sul fatturato delle aziende agricole per l'anno 2023 e sulle spese dei produttori per salari, input e fornitori. Nella terza sezione del questionario sono state raccolte informazioni relative alle spese personali e familiari dei produttori coinvolti nell'analisi, intese come le principali voci di spesa sostenute a livello domestico, escludendo le spese direttamente riconducibili all'attività agricola. In particolare, le categorie considerate includevano: abbigliamento, alimenti per il consumo domestico, spese per il tempo libero, mobili, affitto dell'abitazione, trasporti e carburante, utenze, istruzione dei figli (scuola), risparmi e altre spese

I dati così raccolti sono stati elaborati attraverso il software LM3, che consente di calcolare i tre round di spesa: il primo corrispondente ai ricavi aziendali (R1), il secondo alle spese locali per salari, fornitori e input (R2), il terzo alla ri-spesa locale da parte di salariati e fornitori (R3). In assenza di dati completi sulle spese personali dei fornitori, è stato applicato un proxy del 66% per le spese locali e del 33% per quelle extra-locali, coerentemente con studi precedenti (Roca et al., 2024). Durante la fase finale di analisi stato possibile stimare il valore finale di LM3 sia per le singole aziende agricole coinvolte, sia in forma aggregata. Tali valori hanno restituito una misura compresa tra uno (in questo caso tutta la spesa dei produttori esce dal territorio di riferimento) e tre (in questo caso la spesa rimane nell'area locale identificata).

Questo disegno metodologico permette di collegare in modo integrato i tre livelli di analisi del progetto di dottorato. Inizialmente viene costruito il quadro concettuale e metodologico per la misurazione degli impatti sociali ed economici delle filiere alimentari corte. Successivamente si analizzano le configurazioni organizzative che plasmano le scelte degli agricoltori nella partecipazione ad attività di filiera alimentare corte e le percezioni degli agricoltori coinvolti. Infine, viene misurato empiricamente l'impatto economico locale generato da un progetto di filiera alimentare corta mediante l'utilizzo del modello LM3. Questo percorso metodologico, che integra approcci di revisione sistematica, indagine empirica e valutazione economica, permette di colmare i principali gap identificati nella letteratura e di fornire risultati robusti e comparabili, utili sia alla comunità scientifica che ai decisori politici e agli attori locali impegnati nella costruzione di sistemi agroalimentari più sostenibili.

## **Capitolo 2**

### ***Le filiere alimentari corte nel sistema agroalimentare***

#### ***2.1 Evoluzione concettuale delle filiere alimentari corte***

Il concetto di brevità di *filiere alimentare corta* designa, nella letteratura accademica, un sistema di approvvigionamento alimentare caratterizzato da un numero limitato di intermediari, da una distanza geografica contenuta fra luogo di produzione e di consumo e, soprattutto, da una relazione diretta, o comunque trasparente, fra agricoltore e acquirente finale (Marsden et al., 2000). Una filiera alimentare corta si configura quando “il consumatore può attribuire l’origine del prodotto a un luogo, un produttore specifico o a un processo produttivo” (Goodman, 2003; Renting et al., 2003), infatti, la brevità non coincide con il “chilometro zero” in senso stretto, ma con la capacità della filiera di trasferire informazione qualificata, valore culturale, etico e territoriale, lungo il canale di vendita. In questo modo è possibile ridurre le asimmetrie informative tipiche delle catene alimentari convenzionali. Sulla base di queste enunciazioni, la letteratura individua tre attributi ricorrenti. In primo luogo, le filiere alimentari corte si contraddistinguono per un numero estremamente ridotto di passaggi commerciali, che raramente supera un intermediario fra produttore e consumatore (Marsden et al., 2000). In secondo luogo, esse garantiscono livelli elevati di trasparenza e tracciabilità, poiché il consumatore è in grado di identificare l’origine geografica, le pratiche culturali e l’identità dell’azienda agricola (Renting et al., 2003). In terzo luogo, la loro efficacia competitiva si fonda su una prossimità relazionale e su un capitale fiduciario che si alimenta di interazioni dirette oppure di narrazioni certificate, capaci di ridurre le asimmetrie informative lungo la filiera (Goodman & Goodman, 2012). Su tali premesse concettuali si innesta l’evoluzione storica del dibattito scientifico, che può essere suddivisa in quattro fasi cronologiche.

##### ***Fase Pioneristica (Anni 90)***

La letteratura inizia ad interrogarsi sulle conseguenze della globalizzazione dei sistemi alimentari alla fine del XX secolo. Ad esempio, Nygård & Storstad (Nygård & Storstad, 1998), mettono in luce la problematica della crescente distanza fra aspettative di sicurezza alimentare e standardizzazione industriale, andando a porre le basi per una nuova attenzione alla provenienza del cibo. Allo stesso tempo Murdoch e Miele (Murdoch & Miele, 1999) introducono il concetto di *worlds of production*. Tale concetto spiega che la valorizzazione degli attributi territoriali del cibo possa costituire una valida alternativa alle economie di scala. In questo contesto, Hinrichs (Hinrichs, 2000) conia il termine “embeddedness” per descrivere i mercati diretti in cui i legami fiduciari e la conoscenza “face to face” costituiscono asset sociali ed economici rilevanti.

### ***Sistematizzazione (2000-2003)***

Il momento di svolta è rappresentato dall'articolo di Marsden, Banks e Bristow (Marsden et al., 2000). Gli autori formalizzano l'idea di accorciamento della filiera come strategia di *re-valorizzazione* territoriale, evidenziando il ruolo congiunto della prossimità geografica e di quella sociale. Successivamente, gli autori Renting, Marsden e Banks (Renting et al., 2003) elaborano il concetto di accorciamento della filiera su tre livelli ben specifici: *face-to-face*, *spatial proximity* e *spatially extended*. Con questa lettura si può dedurre che la distanza fisica è solo uno degli assi delle filiere corte, infatti, la densità relazionale che consente di trasferire informazione e la fiducia lungo la filiera rappresentano altri due cardini importanti per la comprensione delle filiere alimentari corte.

### ***Consolidamento e allargamento (2003-2012)***

Nei primi anni Duemila il tema delle filiere alimentari corte si intreccia con la *quality turn* descritta da Goodman (Goodman, 2003). In questo caso viene specificato che la competizione non si comprende più esclusivamente solo sul volume di produzione e di vendita, ma anche sulla qualità degli alimenti percepita dai consumatori. Goodman e DuPuis (Goodman & Goodman, 2012) collocano le filiere alimentari corte all'interno del concetto di Alternative Food Networks, definendole come pratiche che possono riformulare e aumentare il potere di mercato contadino mediante l'utilizzo di narrazioni di sostenibilità e qualità sui prodotti, oltre che di equità e autenticità. Allo stesso tempo in Europa e in Nord America, studi empirici come quello di Holloway & Kneafsey (2000), e Lyson (2005), spiegano come i mercati contadini possano diventare degli spazi di inclusione sociale, di apprendimento e di co-produzione di competenze.

### ***Approfondimenti contemporanei (2013-oggi)***

In questa fase sono stati prodotti alcuni articoli scientifici di rilievo. Ad esempio, Il Joint Research Centre dell'Unione Europea ha pubblicato nel 2013 una rassegna sulle caratteristiche sociali ed economiche delle filiere alimentari corte nei Paesi membri (European Commission. Joint Research Centre. Institute for Prospective Technological Studies., 2013a). In questi elaborati è stata evidenziata la capacità delle filiere alimentari corte di generare sviluppo endogeno ed economico sui territori in cui sono diffuse. In questi anni, alcuni studi comparati, introducono il tema del conventionalisation risk (Watts et al., 2018). Nello specifico si può evincere che l'espansione commerciale di un'attività può innescare dinamiche di standardizzazione che andrebbero a svuotare la dimensione relazionale ed etica delle filiere delle filiere alimentari. Altre ricerche recenti, come quella (Michel-Villarreal, 2023a) analizzano la resilienza economica delle filiere alimentari corte durante un periodo di forte crisi come quello della pandemia Covid-19.

Dallo studio della letteratura emerge, quindi, una traiettoria evolutiva che definisce due nuclei

concettuali fondamentali delle filiere alimentari corte. L'accorciamento della filiera alimentare va oltre la semplice riduzione dei chilometri percorsi e della diminuzione degli intermediari. Queste implicano la costruzione di reti fiduciarie radicate nei territori dove vengono diffuse. Inoltre, le filiere alimentari corte vengono riconosciute come uno strumento di innovazione sociale ed economica, dove qualità dei prodotti, governance collaborativa e valori etici diventano leve imprescindibili per la trasformazione delle filiere alimentari convenzionali.

## ***2.2 Definizione e caratteristiche delle filiere alimentari corte***

Negli ultimi anni, il dibattito accademico e politico ha riconosciuto nelle filiere alimentari corte uno strumento chiave per contrastare la crescente polarizzazione del settore agroalimentare, caratterizzato, da un lato, dall'espansione dei grandi gruppi agroindustriali e, dall'altro, dalla vulnerabilità delle aziende di piccola scala, spesso penalizzate da costi di transazione elevati e da barriere all'ingresso sempre più onerose (European Commission. Joint Research Centre. Institute for Prospective Technological Studies., 2013a). In tale contesto, le filiere alimentari corte sono state descritte come «approcci alternativi in grado di sostenere transizioni verso la sostenibilità» (Marsden et al., 2000; Renting et al., 2003) e come strumenti capaci di offrire soluzioni concrete per facilitare l'accesso al mercato dei produttori locali e rafforzare la resilienza dei sistemi alimentari (Maye & Ilbery, 2006; Zeeuw & Drechsel, 2015).

Dal punto di vista normativo, il Regolamento (UE) n. 1305/2013 in materia di sviluppo rurale definisce una filiera corta come «una catena di approvvigionamento che coinvolge un numero limitato di operatori economici impegnati a cooperare, promuovere lo sviluppo economico locale e mantenere relazioni geografiche e sociali strette tra produttori, trasformatori e consumatori». Questa definizione istituzionale ha orientato le politiche europee successive: la strategia *Farm to Fork* (Sonnino et al., 2020) ha posto l'accorciamento delle filiere tra i pilastri di un sistema alimentare equo e sostenibile, mentre il *Strategic Dialogue on the Future of EU Agriculture* (2024) (Ilcus, 2024) ha riconosciuto le filiere alimentari corte come meccanismi «capaci di connettere i territori alle politiche alimentari locali, favorendo qualità, inclusione sociale e performance economiche competitive». In letteratura, le filiere alimentari corte appaiono sotto differenti denominazioni: *alternative food supply and consumption systems* (Marsden et al., 2000), *alternative food chains* (Maye & Ilbery, 2006), *alternative food networks* (Goodman & Goodman, 2012) o *sustainable food chains* (Roep & Wiskerke, 2012), ma condividono tre elementi comuni. Il primo riguarda la riduzione del numero degli intermediari, che riduce i passaggi lungo la filiera e

permette ai produttori di trattenere una quota maggiore del valore aggiunto, migliorando i margini nonostante costi di produzione e volumi contenuti (Brown & Miller, 2008; European Commission. Joint Research Centre. Institute for Prospective Technological Studies., 2013a). Il secondo aspetto concerne la trasparenza e la fiducia, promosse attraverso relazioni dirette o certificazioni partecipate che accrescono il capitale sociale e riducono le asimmetrie informative tipiche delle catene globali (European Commission. Joint Research Centre. Institute for Prospective Technological Studies., 2013a). Infine, l'innovazione sociale, intesa come attivazione di processi collaborativi locali capaci di generare benefici collettivi, rafforzare la coesione comunitaria e rispondere a bisogni territoriali (Filippini et al., 2023; Nicholls & Drewnowski, 2021). Oltre alla definizione, è possibile individuare una serie di caratteristiche che qualificano le filiere alimentari corte nelle tre dimensioni della sostenibilità.

### **Dimensione economica**

Le filiere alimentari corte rafforzano la redditività agricola, consentendo ai produttori di trattenere una quota maggiore del valore aggiunto grazie alla riduzione del numero di intermediari. Studi empirici stimano un incremento dei margini fino al 15–30% rispetto alle filiere alimentari lunghe per i piccoli produttori (European Commission. Joint Research Centre. Institute for Prospective Technological Studies., 2013a; Galli et al., 2017). L'effetto redistributivo generato dalle filiere alimentari corte risulta essere cruciale soprattutto per le piccole e medie aziende agricole, che altrimenti avrebbero minori opportunità di competere su mercati dominati dalla grande distribuzione (Ilbery & Maye, 2005). Le filiere alimentari corte stimolano la diversificazione produttiva e l'integrazione con attività collaterali come la trasformazione artigianale, i laboratori didattici e le attività di agriturismo, inoltre queste stabilizzano i flussi di reddito e creando nuove opportunità occupazionali (Cicatiello et al., 2015; Mastronardi et al., 2015). A livello territoriale le filiere alimentari corte generano un effetto moltiplicatore positivo sull'economia locale (European Commission. Joint Research Centre. Institute for Prospective Technological Studies., 2013b; Filippini et al., 2023). Le difficoltà principali che si riscontrano nelle attività di filiera alimentare corta riguardano la gestione dei volumi di produzione, l'organizzazione logistica e la necessità di competenze manageriali (Aubry et al., 2008; Renting et al., 2012).

### **Dimensione Sociale**

Spostando l'attenzione sulla dimensione sociale delle filiere alimentari corte, si può dire che queste forme innovative di filiera rafforzano il capitale sociale e le relazioni tra produttori e consumatori, infatti, oltre il 70% dei frequentatori dei mercati contadini dichiara di sviluppare relazioni continuative con i produttori, aspetto che fa risultare l'atto di acquisto come un processo di apprendimento e scambio culturale (Lyson & Green, 1999; Mundler & Laughrea, 2016). Alcuni strumenti e iniziative come i Gruppi di

Acquisto Solidale (GAS) o la Community Supported Agriculture (CSA) permettono di sviluppare modelli di governance partecipata e inclusiva che generano un impatto positivo sull'empowerment civico (Marsden & Murdoch, 2006; Renting et al., 2003). Le filiere alimentari corte hanno quindi un potenziale rilevante per l'inclusione sociale. Esistono numerose esperienze che dimostrano che le filiere alimentari corte favoriscono l'accesso a cibo sano e locale anche da parte di famiglie a basso reddito. In questo modo è possibile ridurre le disuguaglianze nell'accesso al mercato (Vittersø et al., 2019). In generale possiamo dire che i modelli di filiera alimentare corta potrebbero soddisfare bisogni alimentari, attivare processi di inclusione sociale e generare impatti positivi sull'ambiente e sulla comunità per il raggiungimento di un benessere collettivo di chi partecipa.

### **Dimensione ambientale**

Sul piano ambientale, le filiere alimentari corte contribuiscono alla riduzione dell'impatto ecologico delle catene di approvvigionamento. L'accorciamento delle distanze di trasporto consente una diminuzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> fino al 35% per chilometro percorso (Marino, n.d.; Watkiss, n.d.). Le aziende coinvolte sono inoltre più propense ad adottare pratiche agricole sostenibili, come l'agricoltura biologica, le rotazioni colturali e il recupero di varietà locali, con un incremento stimato della biodiversità pari al 20% (Paciarotti & Torregiani, 2021). Un beneficio aggiuntivo riguarda la riduzione degli imballaggi monouso e degli sprechi alimentari: i mercati contadini permettono di ridurre fino al 40% i rifiuti plastici e fino al 15% lo spreco di prodotto fresco invenduto (Chiffolleau & Dourian, 2020). Tuttavia, questi vantaggi non sono automatici: consegne individuali o logistiche inefficienti possono ridurre l'impatto positivo, rendendo necessarie soluzioni innovative come piattaforme collettive e sistemi di mobilità sostenibile (Galli et al., 2015a; Kiss et al., 2019).

Le politiche europee di riferimento e la letteratura scientifica riconoscono le filiere alimentari corte come leve di trasformazione per i sistemi alimentari. Queste attività sono capaci di coniugare sostenibilità ambientale, coesione sociale e impatto economico locale positivo. Le filiere alimentari corte riducono quindi la complessità delle catene alimentari convenzionali, possono incrementare la resilienza economica locale e permettono di generare opportunità di innovazione sul territorio e per la comunità. Tali elementi sono di forte interesse per il mondo accademico e per i decisori politici che progettano e disegnano strategie di trasformazione dei sistemi alimentari.

## ***2.3 Le forme principali di filiera alimentare corta***

Le filiere alimentari corte costituiscono una delle principali modalità attraverso cui i sistemi agroalimentari cercano di ricostruire un legame diretto tra produzione e consumo, opponendosi ai modelli convenzionali caratterizzati da lunghe catene di intermediazione e da una crescente distanza, fisica, sociale ed economica, tra produttore e consumatore. L'elemento comune che definisce tali esperienze è la volontà di ridurre il numero di attori coinvolti nella catena di distribuzione, garantendo una maggiore trasparenza e tracciabilità dei prodotti, nonché una più intensa interazione sociale (European Commission. Joint Research Centre. Institute for Prospective Technological Studies., 2013b).

In letteratura, la capacità delle filiere alimentari corte di creare prossimità viene analizzata su tre livelli principali. Il primo livello riguarda gli aspetti logistici, infatti attraverso la minimizzazione degli intermediari si semplificano i canali distributivi e si accorcia la distanza fisica tra produttore e consumatore (Bayir et al., 2022; Benos et al., 2022; Galli et al., 2017; Paciarotti & Torregiani, 2021). Il secondo livello riguarda aspetti sociali, dove ad esempio le relazioni sono basate sulla fiducia, sulla trasparenza e sullo scambio di informazioni tra le parti coinvolte. (Galli et al., 2015b; Marsden & Murdoch, 2006; Venn et al., 2006). Infine, il terzo livello è quello geografico, che si fonda sulla riduzione della distanza fisica tra i luoghi di produzione e di consumo, pur includendo in alcuni casi forme di commercializzazione interregionale o internazionale, come il commercio digitale, che mantengono un rapporto diretto e personalizzato nonostante l'assenza di intermediari (Bayir et al., 2022; Chi Ffoleau & Dourian, 2020; Marsden & Murdoch, 2006).

All'interno di queste cornici, le filiere alimentari corte si presentano in una varietà di forme e canali di vendita. Le filiere alimentari corte più diffuse sono i mercati agricoli, i box schemes, le esperienze di Community Supported Agriculture (CSA), le cooperative di consumo e i Gruppi di Acquisto Solidale (GAS). Questi canali alimentari privilegiano la vendita di prodotti freschi e non trasformati, come frutta e verdura, latte e derivati, miele e uova, mentre risulta meno frequenti la commercializzazione di carne, pasta, prodotti trasformati e alcune produzioni di nicchia, come il vino (Cicatiello, 2012; Tiganis et al., 2023).

In letteratura, le filiere alimentari corte vengono distinte in "tradizionali" e "innovative". Nelle forme "tradizionali" vengono incluse la vendita diretta, i mercati contadini e i negozi aziendali dove viene effettuata vendita diretta. Nella categoria "innovative" possono essere collocate invece, le comunità supportate dall'agricoltura, i Box Schemes e le esperienze "pick-your-own farms", attività dove i consumatori sono coinvolti direttamente nella raccolta dei propri prodotti (Delfosse & Bernard, 2007).

Lo sviluppo di entrambe le forme di filiera alimentare corta ha introdotto alcuni cambiamenti

significativi nei sistemi agricoli e alimentari europei. Dal punto di vista tecnico, le filiere alimentari corte richiedono agli agricoltori una maggiore diversificazione delle produzioni e la capacità di gestire in modo autonomo la distribuzione e le strategie commerciali. Dal punto di vista socio- istituzionale, esse comportano la nascita di nuove forme di cooperazione, l'ingresso di attori inediti e la diffusione di contratti alternativi, come quelli che regolano le Community Supported Agriculture (CSA). Le attività di filiera corta stimolano processi di rilocalizzazione produttiva e ridefiniscono i concetti di prossimità e distanza. Tali esperienze generano un impatto positivo sul territorio e sulla comunità in cui sono diffuse. (Aubry et al., 2008; Ilbery & Maye, 2005).

Le filiere alimentari corte vengono distinte da Kneafsey et al. (2013), che articola diverse tipologie: "sales in proximity" e "sales at a distance". La condizione essenziale per le categorie citate riguarda il fatto che i prodotti devono rimanere tracciabili lungo tutta la filiera, in questo modo si può garantire autenticità e trasparenza tra produttore e consumatore e generare così fiducia tra le due parti. Nella categoria "*sales in proximity*" sono comprese varie forme di filiera alimentare corta, come le CSA, i negozi aziendali e le attività di "pick-your-own", oltre alle varie modalità di commercializzazione collettiva quali i mercati contadini, e gli eventi organizzati da cooperative. In questo contesto anche la ristorazione collettiva può rientrare nella categoria "sales in proximity", solamente quando l'istituzione funge da consumatore finale e compra direttamente dal produttore. La categoria "*sales at a distance*" comprende canali di distribuzione in cui la prossimità geografica non è garantita, ma la relazione tra produttore e consumatore rimane in ogni caso trasparente e verificabile. In questa tipologia di filiera corta rientrano anche le vendite online, le consegne a domicilio e i Box Schemes.

Le filiere alimentari corte sono spesso discusse nel quadro più ampio degli Alternative Food Networks (AFNs) (Renting et al., 2003; Sonnino & Marsden, 2006), i quali si sono sviluppati come risposta critica ai modelli agroindustriali segnati da standardizzazione, perdita di redditività per gli agricoltori e progressiva riduzione della superficie coltivata e del numero di aziende agricole (Ilbery & Maye, 2005). Gli AFNs si caratterizzano per pratiche produttive orientate alla qualità, all'artigianalità, al biologico e alla sostenibilità e l'obiettivo per le quali si generano consiste nel creare filiere trasparenti e fortemente radicate nei territori locali. Risulta essere complicato distinguere i sistemi alimentari convenzionali dai sistemi alternativi. Ad esempio, un produttore convenzionale può decidere di vendere parte della propria produzione in un mercato contadino, allo stesso tempo un produttore orientato a modelli innovativi e sostenibili può destinare una quota della propria produzione a mercati internazionali e alla GDO (Grande Distribuzione Organizzata). Tale dettaglio mette in evidenza alcune criticità nella distinzione dei modelli convenzionali e i modelli di filiera alimentare corta (Aubry et al., 2008; Ilbery & Maye, 2005).

## *Capitolo 3*

### *Indicatori Multidimensionali per la valutazione della sostenibilità delle filiere alimentari corte*

I sistemi agroalimentari rappresentano un nodo cruciale nell'affrontare sfide globali quali sicurezza alimentare, sostenibilità ambientale ed equità sociale. Data la loro complessità, questi sistemi richiedono approcci strutturati di valutazione della sostenibilità che integrino in maniera equilibrata le dimensioni ambientali, economiche e sociali. La letteratura evidenzia come, mentre l'ambito ambientale abbia conosciuto una "proliferazione di indicatori" sostenuta da un forte interesse scientifico e politico (Latruffe et al., 2016), le dimensioni economica e sociale risultino spesso meno sviluppate, sia per la difficoltà di quantificazione sia per la prevalenza di strumenti qualitativi e frammentati.

In (Latruffe et al., 2016) viene sottolineata l'esigenza di identificare indicatori di sostenibilità capaci garantire comparabilità e validità scientifica nello studio degli impatti dei sistemi alimentari. La FAO, con la redazione delle FAO SAFA Guidelines (Scialabba, 2014) hanno fornito un quadro metodologico sistematico, articolato in 21 temi, 58 sotto-temi e 118 indicatori che coprono le tre dimensioni della sostenibilità dei sistemi alimentari. Tuttavia, come osservato da (Arfini & Bellassen, 2019), l'applicazione degli indicatori identificati dalla FAO richiede adattamenti significativi ai diversi contesti territoriali e alle varie scale di analisi che si intendono eseguire.

Negli ultimi anni si è affermata l'importanza di un approccio multilivello, capace di integrare diverse scale spaziali, dal livello di singola azienda a quello comunitario, regionale e sovranazionale. Tale prospettiva "nidificata" consente di cogliere sia gli impatti locali sia le interconnessioni globali dei sistemi agroalimentari (Orou Sannou et al., 2023). Ad esempio, Talukder & Blay-Palmer (Talukder & Blay-Palmer, 2017) focalizzano la propria ricerca sulla necessità di sviluppare analisi che siano applicabili simultaneamente a livello internazionale, nazionale e locale, proprio perché le sfide della sostenibilità dei sistemi alimentari si manifestano in maniera interdependente su piani diversi.

In questo contesto, le filiere alimentari corte costituiscono un caso particolare. Nonostante siano state studiate ampiamente sotto il profilo ambientale (Chiffolleau & Dourian, 2020; Kiss et al., 2019), permane una carenza di strumenti e indicatori per la misurazione degli impatti sociali ed economici di tali filiere alimentari. Gli studi esistenti si caratterizzano per un uso limitato e frammentario di indicatori utili a valutare l'impatto sociale ed economico delle filiere alimentari corte, infatti spesso, questi si focalizzano su variabili riduttive quali la soddisfazione economica degli agricoltori e il reddito netto, aspetti che non possono essere presi in considerazione in maniera isolata per la comprensione di queste filiere. (Chiaverina et al., 2023; Malak-Rawlikowska et al., 2019; Schmutz et al., 2018)

Risulta quindi di grande importanza colmare tali lacune. Ad esempio, la misurazione degli impatti economici permette di valutare la reale capacità delle filiere alimentari corte di garantire redditività e resilienza alle aziende agricole, nonché di migliorare la distribuzione del valore lungo la filiera (Chiaverina et al., 2023). Allo stesso tempo la dimensione sociale assume un ruolo determinante nel rafforzare la fiducia tra produttori e consumatori, nel promuovere inclusione e coesione comunitaria e nel sostenere la qualità della vita nelle aree rurali (European Commission. Joint Research Centre.

Institute for Prospective Technological Studies., 2013a; Schmutz et al., 2018). Sarebbe importante quindi sviluppare misurazioni sistematiche, così che, gli impatti economici e sociali possano essere verificabili scientificamente.

La disponibilità di indicatori affidabili ha inoltre un valore strategico per diversi attori. Sul piano delle politiche pubbliche, consente di definire strumenti mirati per lo sviluppo rurale e l'agricoltura sostenibile, come indicato dallo Strategic Dialogue on the Future of EU Agriculture (Ilcus, 2024). Sul versante della trasparenza e della tracciabilità, la misurazione contribuisce a rispondere alla crescente domanda dei consumatori di garanzie rispetto ai valori etici e sociali delle filiere (Talukder & Blay-Palmer, 2017). L'utilizzo di indicatori robusti e verificati in letteratura rappresenterebbe una grande opportunità per le comunità locali e per gli agricoltori che intendono monitorare, autovalutare e migliorare l'efficienza delle filiere alimentari corte in cui sono coinvolti e i processi di innovazione. (Orou Sannou et al., 2023).

Le indicazioni di policy richiamano con urgenza l'applicazione di strumenti operativi e sistemi di misurazione integrati capaci di orientare le strategie e le decisioni politiche, oltre che di supportare pratiche agricole sostenibili (Ilcus, 2024). Studi come quello di Sannou et al. (2023) propongono categorizzazioni multi-scala su azienda, comunità locale, regione, livello sovraregionale e globale, in grado di restituire una visione completa degli impatti delle filiere alimentari e di favorire strategie adattive rispetto alle diverse specificità territoriali.

Alla luce di tali considerazioni, risulta evidente che la misurazione della sostenibilità delle filiere corte non possa più limitarsi a strumenti utili alla misurazione delle performance ambientali già consolidati, ma debba evolvere verso framework in grado di integrare in maniera coerente le dimensioni economica e sociale. Tale evoluzione non solo rafforza la validità scientifica e comparativa degli studi, ma consolida anche la legittimità delle filiere alimentari corte come strumenti di sviluppo territoriale e di transizione sostenibile.

### ***3.1 Revisione sistematica della letteratura per l'identificazione degli indicatori sociali ed economici***

Per colmare le lacune identificate in letteratura e fornire un quadro chiaro e integrato per la misurazione degli impatti sociali ed economici delle filiere corte, si è deciso di procedere con una analisi sistematica della letteratura, integrata con una categorizzazione degli indicatori individuati. La metodologia è stata già descritta in dettaglio in un capitolo precedente; qui se ne richiama brevemente la struttura andando a sottolineare la coerenza con gli obiettivi della ricerca. La scelta di adottare un'analisi sistematica della letteratura trova fondamento nella necessità di garantire la trasparenza, rigore e replicabilità del processo di revisione. Tale approccio è stato utilizzato per sintetizzare al meglio l'insieme di conoscenze relative alla misurazione della sostenibilità e degli impatti delle filiere alimentari corte, che ancora ad oggi risulta essere frammentata e poco unificata (Seuring & Gold, 2012). L'analisi sistematica della letteratura consente infatti di combinare analisi qualitative e quantitative, offrendo una panoramica esaustiva e sistematica delle evidenze disponibili (Silvestri et al., 2024).

L'approccio sistematico è stato utilizzato con l'obiettivo di identificare le pubblicazioni scientifiche che propongono e utilizzano indicatori sociali ed economici utili alla misurazione degli impatti delle filiere alimentari corte. L'analisi degli articoli scientifici e delle fonti selezionate ha permesso di esplorare ricorrenze tematiche, obiettivi e risultati principali, in questo modo è stato possibile evidenziare le lacune nella letteratura esistente sulle filiere alimentari corte (Brandenburg et al., 2014). Successivamente, la categorizzazione degli indicatori ha consentito di strutturare le informazioni raccolte secondo due prospettive complementari: da un lato, la tipologia dell'impatto (economico o sociale), seguendo i riferimenti proposti da FAO (Scialabba, 2014) e da Sannou et al. (2023); dall'altro, le modalità di applicazione degli indicatori, considerando i contesti territoriali, le attività e gli attori coinvolti, sulla base del modello elaborato da Iceri e Lardon (2019).

### ***3.2 Gli studi inclusi nell'analisi***

Successivamente, la categorizzazione degli indicatori ha consentito di strutturare le informazioni raccolte secondo due prospettive complementari: da un lato, la tipologia dell'impatto (economico o sociale), seguendo i riferimenti proposti da FAO (Scialabba, 2014) e da Sannou et al. (2023); dall'altro, le modalità di applicazione degli indicatori, considerando i contesti territoriali, le attività e gli attori coinvolti, sulla base del modello elaborato da Iceri e Lardon (2019).

Tabella 3- Informazioni bibliometriche degli studi inclusi nell'analisi sistematica della letteratura-

Descrizione	Risultati
<b>Informazioni Principali sui dati</b>	
Arco temporale	2015:2023
Fonte (Riv scientifiche, Libri, etc)	15
Documenti	17
Tasso di crescita annuale	9.05
Età media del documento	4.53
Media citazioni per documento	26.47
Riferimenti bibliografici	863
<b>Contenuti dei documenti</b>	
Parole chiave Plus (ID)	63
Parole chiave autore (DE)	68
<b>AUTORI</b>	
Autori	66
Autori di documenti con un solo autore	2
<b>Collaborazione tra autori</b>	
Documento da autore singolo	2
Co-autori per documento	4.53
Co-authorships internazionale%	29.41
<b>TIPOLOGIA DOCUMENTO</b>	
Articolo scientifico	16

I diciassette contributi identificati e analizzati in questa ricerca sono stati pubblicati da quindici fonti differenti. Possiamo citare alcune riviste di riferimento sull'agricoltura e sullo sviluppo rurale, come "Journal of rural studies", "Sustainability", "Agriculture and human values" e "British Food Journal". La distribuzione delle riviste testimonia la crescente rilevanza scientifica interdisciplinare che stanno assumendo le filiere alimentari corte. Nel campione sono presenti due articoli di forte natura concettuale, che si focalizzano sulla costruzione di strumenti metodologici utili per la valutazione della sostenibilità sociale ed economica di tali filiere, e altri quindici, che sono studi empirici nei quali vengono applicate varie metodologie e strumenti su contesti territoriali ben distinti.

La produzione scientifica, per la tematica presa in riferimento, si concentra prevalentemente in Europa, più nello specifico gli studi sono concentrati in Italia, Francia e Regno Unito. Il maggior numero di

contributi scientifici su questa tematica è da attribuire all'Italia, seguita dalla Francia e dal Regno Unito, mentre la Polonia e la Germania contribuiscono in parte minore.

La tematica viene trattata ampiamente anche in altri contesti globali, in particolare, in Nord America e in Asia, dove sono pubblicati articoli scientifici che arricchiscono il panorama di indagine offrendo una prospettiva comparativa delle filiere alimentari corte a livello internazionale. Gli articoli scientifici inclusi nell'analisi sono stati consultati. Possono essere evidenziati diversi orientamenti di ricerca ricorrenti e in linea con la tematica da analizzare. Borsotto et al., (2023) e Matronardi et al., (2015) hanno affrontato la sostenibilità delle filiere alimentari corte in maniera integrata, infatti, gli autori propongono un set di indicatori che vengono applicati al contesto italiano. In questo modo è stato possibile fornire un quadro sistematico in grado di mettere in relazione le dimensioni economiche, sociali e ambientali delle filiere alimentari corte e più nello specifico dei mercati contadini. Altri studi pongono l'attenzione sull'impatto sociale delle filiere alimentari corte. Possiamo citare Corvo et al. (2021), che ha sviluppato un modello per la valutazione dell'innovazione sociale e Doernberg et al. (2022), che ha elaborato e testato un framework di Social Impact Assessment applicabile a diverse tipologie di filiere alimentari corte.

Per quanto riguarda la dimensione degli impatti economici, sono state prese in considerazione ricerche come quelle di Filippini et al. (2023) e Kłoczko-Gajewska et al. (2024), che hanno utilizzato il metodo Local Multiplier 3 (LM3) per misurare i flussi finanziari generati dalle filiere alimentari corte in diversi contesti territoriali, rispettivamente all'interno del progetto MercaTiAmo e in un campione di aziende agricole distribuite in cinque Paesi europei. Altri autori, come Enjolras e Aubert (2018), hanno approfondito il rapporto tra filiere alimentari corte e lo sviluppo territoriale, approfondendo le dimensioni ecologica e sociale nella produzione frutticola francese, mentre Mundler e Laughrea (2016), hanno valutato i contributi delle filiere alimentari corte allo sviluppo regionale del Québec.

Nell'analisi sono stati inclusi anche studi eterogenei. Ad esempio, Hoang (2021) ha elaborato un quadro concettuale per le filiere orticole corte in Vietnam, andando ad individuare le barriere operative e le criticità, mentre Tsai (2019) ha provato ad integrare prospettive economiche e sociali per studiare il benessere dei consumatori nei mercati contadini. Allo stesso tempo, Koutsou e Sergaki (2019) hanno analizzato un modello cooperativo innovativo in Grecia, valutandone le performance economiche e il grado di accettazione da parte dei consumatori di tale innovazione.

Malak-Rawlikowska et al. (2019), Rossi et al. (2017) e Schmutz et al. (2018), hanno studiato rispettivamente la sostenibilità dei canali distributivi in diversi Paesi, le differenze degli impatti economici tra produzioni locali e convenzionali negli Stati Uniti, e analizzato le diverse forme urbane di filiere alimentari corte a Londra. Per concludere, Tudisca et al. (2015) hanno studiato il ruolo delle vendite dirette

nelle aziende agricole siciliane, con un focus particolare sulla valorizzazione delle risorse locali e all'aumento del reddito degli agricoltori. I risultati della revisione sistematica della letteratura mostrano come le filiere alimentari corte vengono indagate e studiate tramite l'utilizzo di metodologie differenti, sia qualitative che quantitative e soprattutto in contesti geografici molto variabili. Tale eterogeneità aiuta a delineare un quadro multidimensionale delle filiere alimentari corte. Questo mette in luce sia le potenzialità che le criticità legate alla capacità di poter valutare in maniera efficace il reale contributo di tali attività alla sostenibilità sociale ed economica.

L'analisi degli articoli inclusi nella revisione della letteratura ha reso necessario un processo di categorizzazione degli indicatori al fine di garantire una lettura sistematica e comparabile dei diversi approcci adottati. La classificazione è stata sviluppata con un duplice obiettivo: da un lato comprendere la tipologia di impatto considerata, distinguendo tra la dimensione sociale e quella economica; dall'altro chiarire le modalità applicative degli indicatori stessi, con riferimento agli attori coinvolti, alle attività analizzate e al livello territoriale di riferimento. Nella prima fase di categorizzazione è stato possibile distinguere la natura dell'impatto delle filiere alimentari corte, in questo caso si è distinto tra impatto economico e sociale. Gli indicatori sono stati organizzati in macroaree e sotto-temi. Si è deciso di seguire il modello adottato dal framework proposto dalla FAO (2014), ovvero il *Sustainability Assessment of Food and Agriculture systems Guidelines (SAFA)*. In questo modo è stato possibile fornire una categorizzazione dettagliata degli indicatori identificati in letteratura

### ***3.2 Identificazione e categorizzazione degli indicatori sociali ed economici***

L'analisi degli articoli inclusi nella revisione della letteratura ha reso necessario un processo di categorizzazione degli indicatori al fine di garantire una lettura sistematica e comparabile dei diversi approcci adottati. La classificazione è stata sviluppata con un duplice obiettivo: da un lato comprendere la tipologia di impatto considerata, distinguendo tra la dimensione sociale e quella economica; dall'altro chiarire le modalità applicative degli indicatori stessi, con riferimento agli attori coinvolti, alle attività analizzate e al livello territoriale di riferimento. Nella prima fase di categorizzazione è stato possibile distinguere la natura dell'impatto delle filiere alimentari corte, in questo caso si è distinto tra impatto economico e sociale. Gli indicatori sono stati organizzati in macroaree e sotto-temi. Si è deciso di seguire il modello adottato dal framework proposto dalla FAO (2014), ovvero il *Sustainability Assessment of Food and Agriculture systems Guidelines (SAFA)*. In questo modo è stato possibile fornire una categorizzazione dettagliata degli indicatori identificati in letteratura.

Sono state identificate le due macroaree di categorizzazione, ovvero, la resilienza economica e il benessere sociale. Per categorizzare gli indicatori della macroarea “resilienza economica” si è deciso di adottare la classificazione definita nel documento della FAO, che comprende dimensioni tematiche quali la produttività, la stabilità finanziaria, la redditività, l’impatto sull’economia locale e le relazioni di mercato. In questo modo è stato possibile organizzare i vari indicatori economici in sottocategorie omogenee, andando a facilitare il confronto tra gli studi identificati. Per la dimensione sociale, l’analisi ha seguito l’approccio proposto da Sannou et al. (2023), che identifica nel “Benessere sociale” l’area cardine della sostenibilità sociale. Questa viene articolata in sottodimensioni tematiche quali, condizioni di vita dignitose, coesione sociale, sicurezza alimentare, condizioni di lavoro, qualità e sicurezza dei prodotti e formazione degli agricoltori.

In un secondo momento, la categorizzazione è stata estesa alle modalità di applicazione degli indicatori, seguendo lo schema proposto da Lardon et al., 2019. Sono state considerate tre livelli di analisi: il livello territoriale di applicazione degli indicatori, la tipologia di filiera corta analizzata e gli attori coinvolti. Per quanto concerne la dimensione territoriale, è stato possibile distinguere indicatori applicati in contesti municipali, regionali o nazionali. Nella seconda dimensione è stato possibile osservare l’applicazione degli indicatori in base all’attività di filiera corta presa in esame, con particolare attenzione a tipologie consolidate come i mercati contadini, le iniziative di Community Supported Agriculture (CSA), le vendite dirette e le cooperative.

Tale categorizzazione ha permesso di restituire un quadro analitico più articolato della letteratura oggetto di revisione, evidenziando sia le differenze concettuali nella definizione degli impatti sociali ed economici, sia la varietà dei contesti applicativi in cui tali indicatori sono stati testati. L’approccio adottato si è rivelato utile per superare l’eterogeneità dei contributi esaminati e per individuare convergenze e divergenze nella valutazione della sostenibilità delle filiere corte.

### ***3.4 Indicatori sociali ed economici per la misurazione degli impatti delle filiere alimentari corte***

La revisione sistematica ha consentito di individuare complessivamente 169 indicatori, dei quali 95 (56%) con finalità economica e 74 (44%) con finalità sociale. Gli indicatori sono stati organizzati all’interno di due macroaree, “Resilienza economica” e “Benessere sociale”.

Gli indicatori della sfera economica (*vedi Appendice I*) sono stati raggruppati in sei sotto-temi principali: “Profittabilità”, “Produttività”, “Qualità del prodotto”, “Mercato e relazioni”, “Economia locale” e “Stabilità finanziaria”. Questa suddivisione consente di cogliere sia gli aspetti legati alle performance

aziendali, sia quelli riferiti alla capacità delle filiere corte di generare valore economico a livello territoriale.

Il primo sotto-tema, “Profittabilità”, raccoglie indicatori finalizzati a misurare la capacità delle filiere alimentari corte di generare margini economici e redditività nel tempo. Tra questi si trovano misure quali il reddito netto, i costi totali, i costi fissi e variabili, i costi intermedi e di produzione, il valore aggiunto, il margine lordo e netto, i margini sulle vendite, la redditività operativa, la redditività di lungo termine e anche il livello di spreco alimentare, considerato come variabile capace di incidere sulla sostenibilità economica complessiva.

Il secondo sotto-tema, “Produttività”, raggruppa indicatori riferiti alla produzione agricola, come ad esempio l’output standardizzato delle produzioni agricole. Possiamo citare indicatori utili a misurare la produttività di varie produzioni, nello specifico quelle cerealicola, di ortaggi, frutta, prati e pascoli, ulivi, vigneti, bestiame da carne, pollame e ovini. Questi indicatori permettono di valutare la capacità produttiva delle aziende agricole impegnate nelle filiere alimentari corte e per poterle confrontare con altri modelli di filiera alimentare.

Il terzo sotto-tema, identificato come “Qualità dei prodotti”, include alcuni indicatori specifici associabili a sfere tematiche quali la superiorità del prodotto, la differenza di prezzo dei prodotti rispetto ad altri canali commerciali e il premium price. La qualità del prodotto rappresenta una dimensione cruciale nell’analisi della competitività delle filiere alimentari corte in quanto si instaurano relazioni dirette e quindi la percezione del valore del cibo venduto aumenta.

Il quarto sotto-tema, “Mercato e relazioni”, comprende indicatori che sono utili a misurare il grado di fiducia nelle relazioni commerciali tra i diversi attori delle filiere alimentari corte. Tra questi possiamo citare la frequenza e quantità di acquisto, la nascita di legami personali, la diversificazione dei canali di vendita, il potere contrattuale degli agricoltori, la distribuzione equa del valore, la comunicazione trasparente, la stabilità e durata delle relazioni economiche.

Il quinto sotto-tema, “Economia Locale”, è uno dei più rilevanti e raccoglie indicatori che valutano il contributo delle filiere alimentari corte allo sviluppo economico locale. In questo sotto-tema rientrano indicatori che toccano dimensioni come l’occupazione lungo la filiera, il numero vendite ai clienti locali e alle comunità, la competitività delle aree rurali, l’efficienza nei trasporti, rinnovamento degli impianti agricoli, il possesso e assicurazione dei terreni, effetti moltiplicatori sull’economia locale, attività di agro-turismo, le connessioni con l’economia del territorio, la disponibilità del cibo locale, valorizzazione territoriale, le vendite regionali e la creazione di posti di lavoro locali.

Infine, il sesto sotto-tema, “Stabilità finanziaria”, include indicatori mirati a valutare la solidità

finanziaria delle aziende agricole di piccole dimensioni che fanno parte delle filiere alimentari corte. Tra questi figurano indicatori come l'accesso al credito, i ricavi, il valore aggiunto della filiera, i costi di distribuzione, il supporto finanziario, la riduzione dei costi di produzione e di approvvigionamento, il reddito agricolo, oltre che indici di bilancio come il debito/capitale proprio, la rotazione dei crediti e degli attivi, l'incremento del reddito d'impresa, l'accesso alle tecnologie ICT, e indicatori di performance come EBITDA, il fatturato, il costo del venduto, il ritorno sul capitale e sulle vendite, fino a indicatori generici di reddito.

Gli indicatori individuati, riferiti alla dimensione sociale, sono stati categorizzati sotto-temi, considerati come particolarmente rilevanti per analizzare l'impatto delle filiere alimentari corte: *sostentamento adeguato, formazione degli agricoltori, sicurezza alimentare, prodotti sani e sicuri, lavoratori e condizioni di lavoro e la coesione sociale*. Con questi indicatori è possibile misurare non solo la qualità delle condizioni di lavoro e di vita degli attori coinvolti, bensì anche il contributo delle filiere alimentari corte al rafforzamento della coesione sociale, alla sicurezza alimentare e alla diffusione di pratiche produttive e di consumo più eque e inclusive.

L'analisi degli studi che utilizzano indicatori riconducibili all'area del benessere sociale evidenzia una notevole eterogeneità di approcci e dimensioni di valutazione, che riflettono la complessità intrinseca delle filiere alimentari corte e del loro impatto sulle comunità e sugli attori coinvolti. Gli indicatori identificati sono riportati in *Appendice 1.1*. Il sotto-tema "sostentamento dignitoso" comprende indicatori che puntano a valutare le condizioni di vita degli agricoltori e dei lavoratori che partecipano a tali attività. Nello specifico possiamo citare indicatori come: il bilanciamento redistributivo dei salari e la capacità di attivare meccanismi di pooling produttivo.

Il sotto-tema "formazione degli agricoltori" si concentra sulla dimensione formativa e culturale delle filiere alimentari corte. Questo include indicatori quali la presenza di fattorie didattiche e di attività ricreative, la partecipazione ad attività educative e culturali, il livello di formazione degli agricoltori e l'esistenza di iniziative volte a diffondere conoscenze legate alla vendita diretta.

Il sotto-tema della "Sicurezza alimentare" è rappresentata da indicatori che misurano l'accesso al cibo, la sicurezza alimentare e la sovranità alimentare, nonché l'influenza esercitata dalle filiere corte su tali aspetti. Questi indicatori si rivelano cruciali per valutare la capacità delle filiere alimentari corte di garantire disponibilità, accessibilità e stabilità delle risorse alimentari per le comunità locali.

Il sotto-tema "Prodotti sani e sicuri" raccoglie indicatori connessi alla sfera della sicurezza alimentare e alla qualità nutrizionale dei prodotti. Tra questi possiamo citare: l'adozione di standard di sicurezza alimentare, l'impatto dei prodotti sulla salute umana, la trasparenza e la tracciabilità lungo la filiera e

l'informazione rivolta ai consumatori sul valore nutrizionale dei prodotti.

Particolarmente articolato risulta il sotto-tema “Condizioni di lavoro”. Questo include una vasta gamma di indicatori finalizzati a misurare la qualità delle condizioni lavorative e la capacità delle filiere corte di garantire equità, inclusione e benessere occupazionale. Rientrano in questa categoria indicatori come: la parità salariale e di genere, il ricambio generazionale nei luoghi di lavoro, l'inclusione di soggetti svantaggiati in attività di filiere, e la presenza di welfare aziendale. Ulteriori indicatori si riferiscono al numero e alla composizione della forza lavoro (dipendenti, donne, giovani, lavoratori con disabilità, membri della famiglia), alla resilienza occupazionale e al ruolo specifico delle donne nelle aziende agricole.

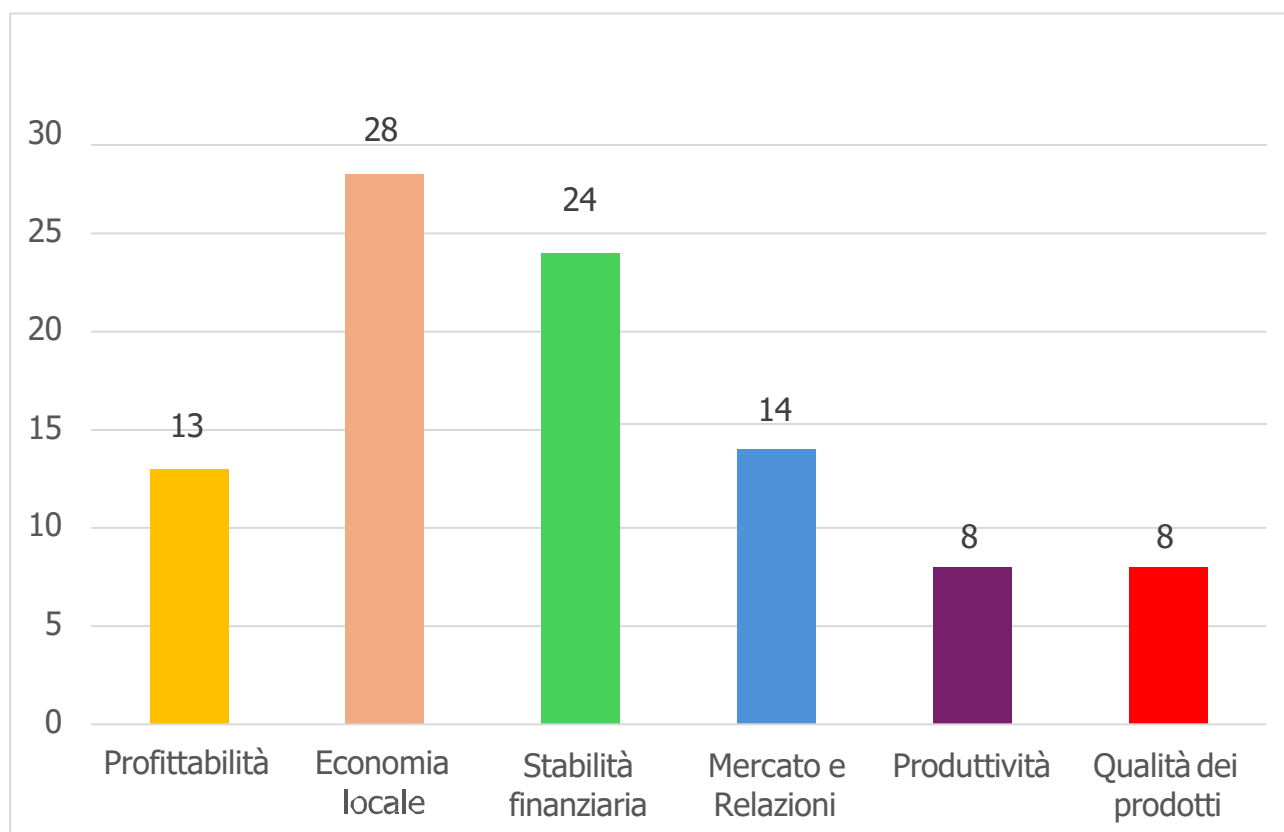
Infine, il sotto-tema “Coesione Sociale” raggruppa indicatori che indagano il contributo delle filiere alimentari corte alla creazione e al rafforzamento dei legami sociali. Sono compresi indicatori riferiti alla valutazione dell'interazione diretta tra produttori e consumatori, dello sviluppo di reti locali, della fiducia e della consapevolezza dei consumatori, oltre che alla partecipazione attiva di attori locali nei processi produttivi e di trasformazione e la promozione di tradizioni e culture alimentari.

Ulteriori indicatori inclusi riguardano la soddisfazione dei partecipanti alle varie attività di filiere, la presenza di nuove relazioni e forme di coinvolgimento comunitario, nonché la riduzione degli sprechi alimentari nelle famiglie.

Nelle sezioni seguenti verranno analizzati gli indicatori delle aree “Resilienza Economica” e “Benessere sociale”. In particolare, saranno presi in considerazione il contesto territoriale, la filiera corta presa in esame e gli attori coinvolti nei vari studi, seguendo l'approccio proposto da Lardon.

### 3.6 Indicatori di resilienza economica

Figura 3- Frequenza degli indicatori di Resilienza Economica divisi per sotto-tema- Elaborazione dell'autore



Come si può evincere dalla *Figura 3*, nel contesto della resilienza economica delle filiere alimentari corte, l'analisi dei dati evidenzia come la maggior parte degli indicatori presenti in letteratura si concentri sulle aree della economia locale e della stabilità finanziaria. In particolare, il sotto-tema "Economia locale" emerge come quello più analizzato. In questo caso possiamo citare indicatori come l'occupazione lungo la filiera, le vendite ai clienti locali e l'effetto moltiplicatore locale, che consentono di valutare il contributo delle filiere alimentari corte all'occupazione, al sostegno delle comunità e al rafforzamento dell'impatto economico locale. Parallelamente il sotto-tema "stabilità finanziaria" risulta fortemente rappresentato mediante l'applicazione di indicatori come l'accesso al credito e il ritorno sul capitale, i quali misurano la capacità delle filiere alimentari corte di mantenere un equilibrio economico e garantire redditività agli attori coinvolti. In questo sotto-tema sono stati identificati altri indicatori, come i ricavi, i costi di distribuzione e la riduzione dei costi di produzione, che forniscono ulteriori informazioni sull'efficienza operativa e sulla performance economico-finanziaria delle filiere corte. Sebbene i sottotemi: "Profittabilità", "Produttività", "Mercato e Relazioni" e "Qualità del prodotto" rivestano un ruolo importante, la predominanza degli indicatori identificati dall'analisi sono riferiti ai sotto-temi "Economia locale" e "Stabilità Finanziaria". Questo dato riflette un'attenzione mirata della

letteratura nel comprendere come le filiere alimentari corte possano mantenere stabilità economica e, al tempo stesso, sostenere lo sviluppo delle economie locali.

Gli indicatori di resilienza economica individuati nella letteratura sono stati classificati in base alle differenti scale territoriali, alle tipologie di filiere alimentari corte e ai gruppi di attori su cui sono stati applicati. Tale approccio consente di evidenziare non solo la frequenza con cui i diversi sotto-temi vengono indagati, ma anche il livello a cui essi si manifestano con maggiore rilevanza.

Tabella 4- Applicazione degli indicatori di "Resilienza Economica" identificati durante l'analisi.

CATEGORIA FAO	N° Indicatori	Applicazione territoriale			Filiera corta				Agenti		
		Mun.	Reg.	Naz.	CS A	VD	MC	Coop	Agri.	Cons.	Orga.
<b>RESILIENZA ECONOMICA</b>											
Stabilità finanziaria	24	12	1	5	3	4	5	9	4	10	1
Economia locale	28	8	17	1	10	14	12		23	6	5
Mercato e relazioni	14	6		7	3	5	9		5	3	
Qualità dei prodotti	8	4	1	4	2	4	6		4	4	2
Produttività	8	8				8	8	8	8		
Profittabilità	13	9	2		2	3	9	1	11	3	
Totale	95	45	20	13	18	34	45	18	51	24	6

Legenda: Applicazione territoriale- Mun.= Municipale; Reg.=Regionale; Naz.= Nazionale // Filiera Corta: CSA= Community Supported Agriculture; VD= Vendita diretta; MC= Mercati Contadini; Coop=Cooperative// Agenti: Agri.=Agricoltori; Cons.=Consumatori; Orga.=Organizzatori

Come si può evincere dalla *Tabella 4*, l'analisi degli indicatori di resilienza economica applicati in letteratura rivela una significativa concentrazione di applicazione di tali strumenti a livello municipale, con un totale di 45 indicatori utilizzati. Gli indicatori identificati rientrano nei sotto-temi di "stabilità finanziaria", frequentemente utilizzati (12 indicatori), seguiti da quelli di "redditività" (9 indicatori), di "produttività" (9 indicatori) e di "economia locale" (8 indicatori). Ciò evidenzia come la letteratura esplori principalmente gli impatti diretti e misurabili delle filiere alimentari corte nei contesti locali.

A livello regionale sono stati identificati 20 indicatori facenti parte al sotto-tema economia locale (17 indicatori). Questo testimonia un interesse dei ricercatori per le dinamiche economiche su scala intermedia. A livello nazionale, invece, gli indicatori più utilizzati sono associabili ai sotto-temi di "stabilità finanziaria" e di "mercato e relazioni". Questo dato suggerisce un interesse limitato della letteratura per le implicazioni macroeconomiche a livello nazionale delle filiere alimentari corte.

Tra le diverse tipologie di filiere alimentari corte, i mercati contadini sono il modello più frequentemente analizzato, con un totale di 45 indicatori applicati. Tra gli indicatori identificati, quelli riferiti al sotto-

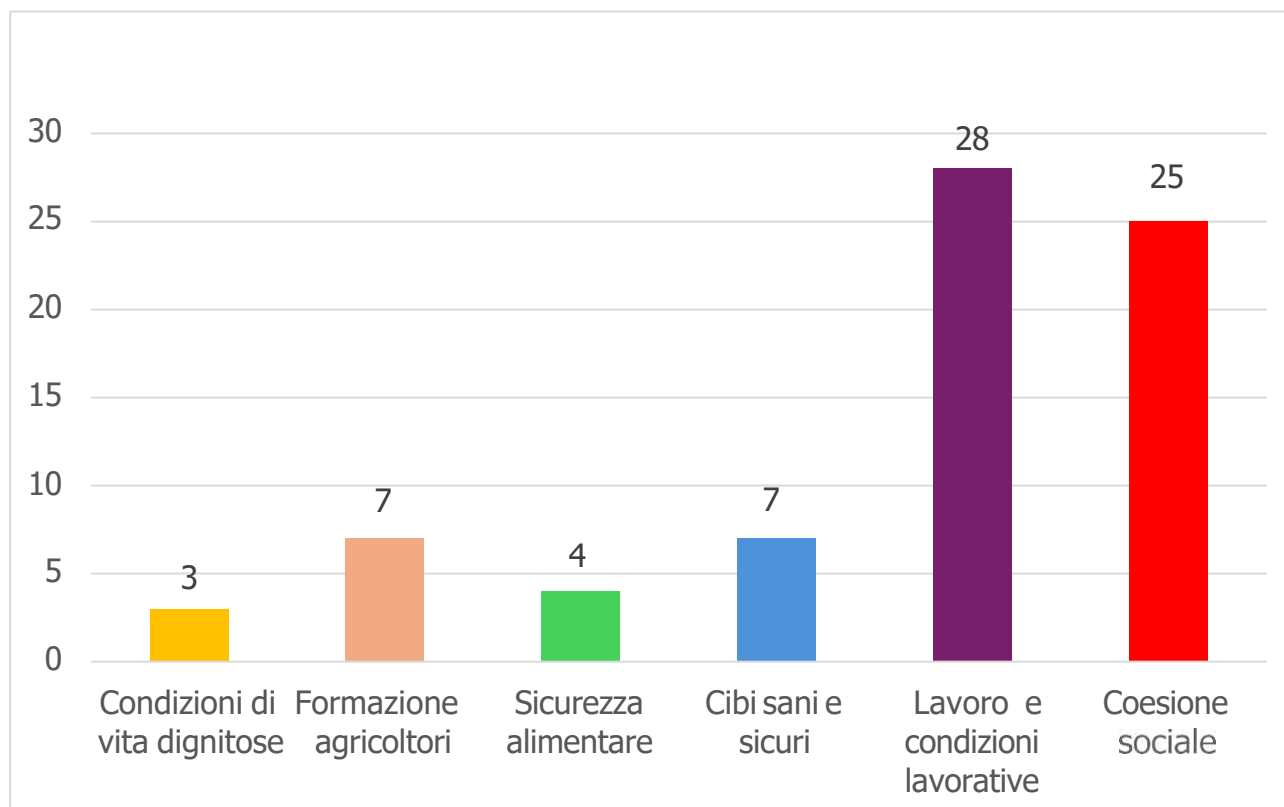
tema “economia locale” risultano essere i più utilizzati (12 indicatori), seguiti da indicatori di redditività (9 indicatori), di mercato e relazioni (9 indicatori) e di produttività (8 indicatori). Le vendite dirette rappresentano la seconda tipologia di filiera alimentare corta maggiormente studiata, con l’identificazione di 34 indicatori, la maggior parte dei quali sono associabili a sotto-temi come l’economia locale (14 indicatori) e la produttività (8 indicatori). Le cooperative (Coop.), sono analizzate in letteratura con 18 indicatori associabili ai sotto-temi stabilità finanziaria (9 indicatori) e di produttività (8 indicatori), mentre il modello di Community Supported Agriculture (CSA), viene analizzato con 18 indicatori. In questo caso gli indicatori utilizzati fanno parte del sotto-tema economia locale (10 indicatori).

Passiamo ora all’analisi degli attori coinvolti negli studi identificati in letteratura. I produttori (agricoltori) rappresentano il gruppo più analizzato, questi sono studiati con un totale di 51 indicatori utilizzati. In questo caso gli attori vengono studiati con l’applicazione di indicatori associabili a sotto-temi quali l’economia locale (23 indicatori) e la redditività (11 indicatori). I consumatori vengono studiati con 24 indicatori che sono relazionati a sotto-temi come la stabilità finanziaria (10 indicatori) e l’economia locale (6 indicatori). Gli organizzatori delle filiere alimentari corte costituiscono il gruppo di attori meno indagato. In questo caso sono stati identificati solo 6 indicatori che mirano ad analizzare sotto-temi come l’economia locale (5 indicatori), la qualità del prodotto (2 indicatori) e la stabilità finanziaria (1 indicatore). La distribuzione degli indicatori applicati sugli attori delle filiere alimentari corte suggerisce una tendenza in letteratura di studiare gli impatti economici diretti soprattutto per produttori e consumatori, rispetto ai ruoli strategici degli organizzatori delle filiere corte.

L’analisi degli articoli scientifici inclusi nella ricerca evidenzia una prevalente applicazione degli indicatori identificati per l’analisi di contesti locali e di tipologie di filiera alimentare corta che facilitano l’interazione diretta, come i mercati contadini e le vendite dirette. Gli indicatori del sotto-tema “Economia locale” sono i più utilizzati e applicati su diverse tipologie di filiera alimentare corta e su molteplici attori coinvolti. Gli indicatori vengono utilizzati maggiormente per analizzare livelli territoriali locali e regionali, mentre il livello nazionale e gli organizzatori delle filiere vengono presi meno in considerazione. Questo può indicare un limite nell’applicazione degli indicatori nell’indagare dinamiche più complesse ed estese a contesti territoriali più ampi.

### 3.7 Indicatori di benessere sociale

Figura 4- Frequenza degli indicatori di Benessere sociale divisi per sotto-tema. Elaborazione dell'autore



Dalla *Figura 4* emerge che nel contesto del benessere sociale all'interno delle filiere alimentari corte, l'analisi evidenzia che la maggior parte degli indicatori impiegati in letteratura riguarda i sotto-temi "Condizioni di lavoro" e "Coesione sociale". Per quanto riguarda il sotto-tema "Condizioni di lavoro", gli indicatori utilizzati sono, l'uguaglianza di genere, il rapporto lavoro/produzione e la presenza di misure di welfare aziendale.

Il sotto-tema della coesione sociale è ampiamente rappresentata mediante l'utilizzo di indicatori come l'interazione faccia a faccia, la presenza comunicazione reciproca e lo sviluppo di nuove reti locali. L'utilizzo di tali indicatori permette di analizzare fino a che punto le filiere alimentari corte possano favorire la costruzione di legami sociali, il coinvolgimento comunitario e la soddisfazione di vita e della felicità dei partecipanti.

Gli indicatori dei sotto-temi come "Esistenza dignitosa", "Formazione degli agricoltori" e "Sicurezza alimentare" risultano meno utilizzati rispetto ad indicatori dei sotto-temi "Condizioni di lavoro" e "Coesione sociale". Questo fa presagire la crescente attenzione della letteratura nei confronti di analisi delle

strutture sociali e sul miglioramento della vita degli attori coinvolti all'interno di filiere alimentari corte.

Tabella 5. Applicazione degli indicatori di "Benessere Sociale" identificati durante l'analisi.

CATEGORIA FAO	N° Indicatori	Applicazione territoriale			Tipologia di filiera corta				Agenti		
		Mun.	Reg.	Naz.	CSA	VD	MC	Coop.	Agri.	Cons.	Orga.
<b>BENESSERE SOCIALE</b>											
Esistenza dignitosa	3	1	1	1			1		1	2	
Formazione agricoltori	7	5	2		5	2	2		4		3
Sicurezza alimentare	4	1	1		2	2	2		2	2	2
Prodotti sani e sicuri	7	4	2		3	3	4		3	3	2
Condizioni di lavoro	28	11	4	5	3	13	13	8	17		
Coesione sociale	25	10	4	7	4	2	9		5	8	3
Tot	74										

Legenda: Applicazione territoriale Mun.= Municipale; Reg.=Regionale; Naz.= Nazionale// Filiera Corta CSA.= Community Supported Agriculture; VD= Vendita diretta; MC= Mercati Contadini; Coop=Cooperative// Agenti=Agricoltori; Cons.=Consumatori; Orga.=Organizzatori

L'analisi degli indicatori di benessere sociale riportata nella *Tabella 5* evidenzia una prevalente applicazione di tali strumenti a livello municipale. In totale vengono applicati 32 indicatori. Tra i sotto-temi le "condizioni di lavoro" risultano le più frequentemente analizzate (11 indicatori), seguite poi da tematiche di "coesione sociale" (10 indicatori) e dalla "formazione degli agricoltori" (5 indicatori).

Ben quattordici indicatori vengono applicati a livello regionale, nello specifico, tali strumenti sono utilizzati per comprendere le dinamiche relazionate alle condizioni di lavoro (4 indicatori) e alla coesione sociale (4 indicatori). A livello nazionale vengono applicati 13 indicatori, principalmente riferiti al tema della coesione sociale (7 indicatori) e alle condizioni di lavoro (5 indicatori). Questi risultati suggeriscono come la letteratura privilegia l'analisi degli impatti sociali su scala locale.

Tra le tipologie di filiera alimentare corta più analizzata troviamo i mercati contadini, dove vengono applicati un totale di 31 indicatori, seguiti dalla vendita diretta con 22 indicatori e dai modelli cooperativi con 8 indicatori. I mercati contadini vengono studiati maggiormente in merito alle condizioni di lavoro (13 indicatori) e alla coesione sociale (9 indicatori). Anche l'analisi della vendita diretta mostra una forte attenzione sulla comprensione delle condizioni di lavoro (13 indicatori), e della coesione sociale (2 indicatori). Le cooperative, sebbene meno analizzate, vengono studiate per comprendere le dinamiche delle condizioni di lavoro (8 indicatori). Le Community Supported Agriculture vengono studiate con l'applicazione di 17 indicatori, tutti associabili a tematiche quali la formazione degli agricoltori (5 indicatori) e la coesione sociale (4 indicatori).

Gli agricoltori sono gli attori che vengono studiati di più mediante l'utilizzo di 32 indicatori. Tale

categoria viene analizzata soprattutto per le condizioni di lavoro (17 indicatori) e la formazione (4 indicatori). I consumatori, con 15 indicatori, sono invece analizzati principalmente con indicatori (15) che mirano a studiare la coesione sociale (8 indicatori) e la disponibilità di prodotti sani e sicuri (3 indicatori). Gli organizzatori delle filiere alimentari corte rientrano nella categoria meno studiata. In questo caso vengono applicati solo 10 indicatori, prevalentemente legati alla comprensione delle condizioni di lavoro (3 indicatori) e della coesione sociale (3 indicatori). Tale distribuzione conferma la priorità attribuita dalla letteratura agli attori diretti, come agricoltori e consumatori, a fronte di una limitata considerazione del ruolo strategico degli organizzatori.

Nel complesso, la distribuzione degli indicatori di benessere sociale mette in luce l'attenzione data dalla letteratura alla comprensione degli impatti locali delle filiere alimentari corte, in particolare attraverso l'applicazione su modelli come i mercati contadini e la vendita diretta. La limitata analisi a livello nazionale e la sottorappresentazione di analisi svolte sugli organizzatori delle filiere alimentari corte suggeriscono ambiti di ricerca futuri che potrebbero contribuire a una comprensione più completa delle dimensioni sociali delle filiere corte.

### ***3.8 Considerazioni sui risultati emersi***

Risulta importante specificare che non tutti i 169 indicatori selezionati in letteratura sono stati applicati. Nello specifico, 25 indicatori individuati da Borsotto et al. (2023) non sono stati implementati, ma lo studio è stato comunque considerato significativo per l'individuazione di indicatori utili a misurare l'impatto sociale ed economico delle filiere corte.

L'analisi condotta mostra come l'applicazione degli indicatori di *Resilienza Economica* e di *Benessere Sociale* si concentri prevalentemente a livello municipale, evidenziando una forte attenzione agli impatti locali delle filiere corte. I mercati contadini e le Vendite Dirette risultano i modelli di filiera alimentare corta più frequentemente analizzati.

Gli agricoltori emergono come la categoria più indagata. Questi vengono analizzati mediante l'utilizzo di indicatori utili ad indagare tematiche quali la redditività, le condizioni di lavoro e il contributo all'economia locale. I consumatori sono invece analizzati principalmente su aspetti legati alla coesione sociale e alla qualità dei prodotti, infine gli organizzatori delle filiere alimentari corte ricevono una minore attenzione di analisi.

Gli indicatori identificati sono applicati maggiormente in contesti locali e per analizzare filiere che favoriscono rapporti diretti, nello specifico i mercati contadini. Le analisi a livello nazionale e gli attori che hanno un ruolo organizzativo sono invece meno approfondite e analizzate.

Tale applicazione degli indicatori in letteratura, evidenzia la necessità di **estendere** le analisi su scale più ampie e a categorie di attori meno esplorate, così da poter cogliere al meglio le dinamiche sistemiche delle filiere alimentari corte.

I risultati di questa analisi offrono un contributo rilevante alla comprensione degli impatti sociali ed economici delle filiere alimentari corte e mettono a disposizione un quadro strutturato da indicatori utilizzati in letteratura per la loro valutazione. La presente analisi, mediante l'identificazione e la classificazione sistematica di 169 indicatori, tenta di colmare un vuoto significativo nella letteratura, tradizionalmente incentrata su analisi eterogenee o su casi specifici. In questo modo è possibile restituire una visione ampia e comparabile delle diverse dimensioni delle filiere alimentari corte che vengono analizzate, quindi una base metodologica da cui partire per lo sviluppo di ricerche future e per il monitoraggio di tali attività.

Tali risultati sono in coerenza con i principali obiettivi strategici dell'Unione Europea, come si può evincere dalla Farm to Fork Strategy del Green Deal e dal Dialogo Strategico sul Futuro dell'Agricoltura europea, che promuovono l'analisi e lo sviluppo di sistemi alimentari più equi, sani e sostenibili. Le categorie di indicatori individuate riflettono, infatti, le aree di interesse richiamate da tali politiche, consentendo di tradurre in strumenti di valutazione aspetti centrali quali la trasparenza, l'empowerment economico locale, la resilienza delle aree rurali, l'inclusione sociale e la competitività territoriale.

L'analisi della letteratura permette di mettere in evidenza le principali dimensioni che vengono analizzate nel contesto delle filiere alimentari corte. L'applicazione dei 95 indicatori di resilienza economica mostrano l'attenzione dei ricercatori verso tematiche quali la creazione di occupazione, la stabilità finanziaria, la performance produttiva e la vitalità delle economie locali. I 74 indicatori sociali identificati, sono stati applicati per studiare aspetti legati all'equità nelle pratiche agricole, al miglioramento delle condizioni di lavoro, alla coesione sociale, alla parità di genere, al coinvolgimento delle comunità e alla fiducia dei consumatori.

L'analisi sistematica della letteratura presenta alcune limitazioni. In questo caso sono stati inclusi un numero limitato di studi (17). Tale aspetto riflette la limitata disponibilità di ricerche accademiche sul tema degli impatti sociali ed economici delle filiere alimentari corte. Esiste quindi la necessità di condurre ulteriori indagini empiriche basate su raccolte di dati primari e su un ampliamento dei contesti geografici analizzati, in questo modo sarà possibile così da validare il quadro di indicatori proposto per l'analisi delle filiere alimentari corte.

Un ulteriore elemento emerso riguarda la diversa attenzione riservata alle forme di filiera corta. I mercati contadini e le vendite dirette sono le esperienze più studiate e, al tempo stesso, quelle più diffuse a

livello territoriale.

Al contrario, modelli come la Community Supported Agriculture (CSA) e le cooperative risultano ancora poco esplorati. Un aspetto particolarmente rilevante riguarda poi il ruolo degli organizzatori, attori finora marginalmente analizzati dalla letteratura, ma fondamentali per il coordinamento, la gestione delle attività e la definizione delle regole di funzionamento delle filiere corte, nonché per l'allineamento con obiettivi di sostenibilità.

Queste considerazioni rappresentano il punto di partenza per la seconda parte della ricerca. Considerato che i mercati contadini non solo costituiscono la forma di filiera corta più diffusa, ma anche quella più indagata dalla letteratura, appare coerente approfondirne i meccanismi di governance. Analizzare come tali mercati vengono organizzati e gestiti consente infatti di completare il quadro costruito nella prima parte, spostando l'attenzione dalla definizione degli indicatori utili a misurare gli impatti sociali ed economici al funzionamento delle strutture organizzative che li sostengono. Questo passaggio permette di comprendere più a fondo i fattori sociali ed economici che spingono gli agricoltori a partecipare, oltre che il grado di allineamento con i valori e le strategie delle associazioni che gestiscono i mercati contadini.

## *Capitolo 4*

### *L'analisi delle forme di governance nei mercati contadini*

Tra tutte le forme di filiera corta, i mercati contadini sono ampiamente riconosciuti come i più diffusi (Arabska, 2018; Filippini et al., 2023) e rappresentano una risposta concreta ai limiti dei sistemi agroalimentari convenzionali, spesso caratterizzati da pratiche meno sostenibili (Belletti et al., 2024; Feagan & Morris, 2009; Mengoni et al., 2025). La loro peculiarità consiste nella possibilità di rafforzare le relazioni dirette tra produttori e consumatori in spazi fisici condivisi, creando occasioni di scambio basate sulla fiducia e sulla trasparenza (Corvo et al., 2021; Enthoven & Van Den Broeck, 2021; Renting et al., 2003; J. D. Rossi et al., 2017). In tal modo, i mercati contadini non si configurano soltanto come luoghi di vendita, ma come spazi di coesione comunitaria, in cui i cittadini possono accedere a prodotti freschi e minimamente trasformati (Enthoven & Van Den Broeck, 2021), mentre gli agricoltori beneficiano di maggiore visibilità, stabilità economica e riconoscimento sociale.

Secondo Torre (Torre, 2014) l'innovazione nelle filiere alimentari corte può essere interpretata come un'azione collettiva tradotta in iniziative civiche volte a rafforzare la prossimità geografica e organizzativa, facendo leva sulla qualità delle risorse territoriali. In modo analogo, (Martens et al., n.d.) analizzano il ruolo delle forme innovative di collaborazione nella trasformazione sostenibile dei sistemi agroalimentari locali attraverso le diverse dimensioni della prossimità: geografica, sociale, organizzativa, istituzionale e cognitiva. La prossimità geografica riguarda la distanza fisica nei sistemi localizzati che articolano i flussi rurali e urbani in uno specifico territorio. La prossimità sociale si riferisce all'intensità delle relazioni tra gli attori della filiera, fondate su valori di riconoscimento, fiducia, solidarietà e reciprocità. La prossimità organizzativa riguarda la dimensione e la struttura dell'azione collettiva all'interno della filiera. La prossimità istituzionale concerne le norme e le regole, sia formali che informali, nelle iniziative collettive locali, si veda anche (Loconto et al., 2016), mentre la prossimità cognitiva si attiene al background di conoscenze degli attori coinvolti. Per queste ragioni, i mercati contadini sono ampiamente interpretati anche come forme di innovazione sociale, in grado di contribuire alla trasformazione dei sistemi agroalimentari e di favorire modelli più resilienti e radicati nel territorio (Filippini et al., 2023; J. D. Rossi et al., 2017).

La letteratura empirica mostra che le motivazioni che spingono gli agricoltori a partecipare ai mercati contadini sono di natura tanto sociale quanto economica (Chiaverina et al., 2023; Enthoven & Van Den Broeck, 2021). Sul piano sociale, i mercati contadini offrono l'opportunità di instaurare relazioni dirette e durature con i consumatori, basate sulla condivisione di valori e sulla costruzione di rapporti fiduciari (Migliore et al., 2014; Sellitto et al., 2018), ma anche di rafforzare i legami con altri produttori e creare

reti di collaborazione tra pari (Vittersø et al., 2019). Le interazioni con i consumatori si accompagnano spesso a processi di educazione alimentare e alla promozione di abitudini alimentari più salutari (Beingessner & Fletcher, 2020; Michel-Villarreal, 2023a), contribuendo inoltre al rafforzamento dei legami comunitari e all'inclusione sociale (Montri et al., 2021; Vittersø et al., 2019). È stato osservato, tuttavia, che laddove l'attività agricola rappresenti la principale fonte di reddito, le motivazioni sociali tendano a ridursi a favore di considerazioni economiche più immediate (Montri et al., 2021).

Dal punto di vista economico, i mercati contadini offrono vantaggi significativi: consentono di ridurre i costi logistici e le barriere di accesso ai mercati (Kupke & Page, 2015; Sellitto et al., 2018), permettono di ampliare le reti commerciali e di consolidare il posizionamento degli agricoltori all'interno delle economie locali (Michel-Villarreal, 2023b). Accanto a queste motivazioni, emergono anche spinte di carattere politico-economico: per alcuni produttori, infatti, la partecipazione ai mercati contadini rappresenta una forma di resistenza ai modelli dominanti dell'agrobusiness e alle logiche neoliberiste, rafforzando l'idea dei mercati contadini come spazi alternativi e più equi (Beingessner & Fletcher, 2020).

#### ***4.1 Il concetto di governance nei mercati contadini***

La questione della governance emerge come aspetto centrale nelle filiere alimentari corte, in quanto strumento fondamentale per organizzare, gestire e rafforzare in modo coerente le diverse forme di prossimità tra gli attori. È infatti attraverso la governance che avvengono le interazioni tra i vari stakeholder e che si generano e si gestiscono i processi di innovazione. Nei mercati contadini, la governance si riferisce all'insieme di regole, strutture e processi che ne guidano e regolano la nascita e il funzionamento, implicando meccanismi di gestione strategica e decisionale, strutture organizzative e politiche che determinano come il mercato viene gestito, con l'obiettivo di assicurare equità, trasparenza ed efficienza operativa.

L'analisi della governance nelle filiere alimentari corte, e in particolare nei mercati contadini, non dovrebbe limitarsi alla dimensione interna legata alla pianificazione, all'organizzazione e alla gestione dei mercati, bensì dovrebbe concentrarsi sulla comprensione delle relazioni tra i mercati e l'ambiente esterno e tra gli attori coinvolti a livello locale. In questa prospettiva, l'analisi degli stakeholder come processo di creazione di valore e di formulazione strategica (Brugha, 2000) diventa un elemento centrale per comprendere come si possano costruire forme di coordinamento vincenti nei mercati contadini. Nonostante tale rilevanza, la letteratura ha finora dedicato ancora scarsa attenzione al tema della governance, e solo di recente la ricerca sta cercando di colmare questa lacuna, indagando come le interazioni tra produttori, consumatori e altri stakeholder, su scala interna, locale ed extra-locale, siano modellate e organizzate attraverso processi di governance multilivello (Belletti et al., 2024; Mengoni et al., 2025).

Il concetto stesso di governance, del resto, si caratterizza per una natura ampia e poco univoca, tanto da essere stato definito un concetto “ombrello” (Porras, 2025). Questo concetto si è progressivamente configurato come un “processo di coordinamento tra una pluralità di attori con obiettivi e interessi differenti” (Peters & Pierre, 2001). Nel tempo, la governance è stata intesa come una modalità di gestione capace di favorire la cooperazione e la coesione sociale in contesti complessi (Ostrom, 2014).

All'interno dei sistemi alimentari locali, di cui i mercati contadini rappresentano una delle espressioni più significative, la governance assume la forma di gestione condivisa delle risorse locali e di costruzione di accordi multilivello, in grado di promuovere capitale sociale, partecipazione democratica e accountability (Muchnik, 2006; Sanz-Cañada et al., 2023; Torres-Salcido & Sanz-Cañada, 2018). In questa prospettiva, i mercati contadini non appaiono come semplici luoghi di scambio economico, ma come veri strumenti di coordinamento territoriale, basati su fiducia e relazioni sociali.

La letteratura individua tre direttrici principali attraverso cui i mercati contadini contribuiscono a innovare i modelli di governance locale: in primo luogo, attraverso l'embeddedness del cibo e le relazioni dirette tra produttori e consumatori (Brinkley, 2017; Chiffolleau & Dourian, 2020; Hinrichs, 2000); in secondo luogo, mediante strategie collettive di valorizzazione delle produzioni di origine e il loro impatto sullo sviluppo territoriale (Vandecastelaere et al., 2010); e infine attraverso il riconoscimento del cibo come leva strategica nelle agende e nelle politiche pubbliche (Sage, 2003).

Lo studio delle organizzazioni offre un ulteriore livello di analisi utile a comprendere le dinamiche delle filiere alimentari corte. Già dagli anni '40 e '50, la ricerca economica ha iniziato ad affrontare tale tema attraverso la prospettiva istituzionale (Scott & Richardson, 2021). Parsons, ad esempio, ha messo in luce il ruolo delle strutture istituzionali e normative nel legittimare e rafforzare valori culturali condivisi, mentre Simon ha interpretato le organizzazioni come strumenti che facilitano i processi decisionali (Scott & Richardson, 2021). North, in Arrighetti e Seravalli, 1999 ha evidenziato come i contesti istituzionali radicati nella comunità, composti da norme, diritti e valori etici possano influenzare profondamente i meccanismi economici delle attività.

Un ruolo cruciale nella gestione e nello sviluppo di filiere alimentari corte efficienti e resilienti viene svolto dalle cosiddette “istituzioni intermediarie”, ovvero enti locali, associazioni, consorzi e organizzazioni settoriali, che mediano tra autorità centrali e attori locali, adattando funzioni regolative e servizi pubblici alle specificità territoriali e alle comunità (Arrighetti e Seravalli, 1999).

Leblebici et al., in (Arrighetti e Seravalli, 1999) hanno infine superato una lettura meramente isomorfica dei processi organizzativi, evidenziando come essi possano seguire anche tendenze allomorfe: gli attori economici, infatti, modellano ciclicamente i propri assetti organizzativi sulla base delle risorse e

conoscenze disponibili, adattandoli ai contesti e riducendo rischi e incertezze (Arrighetti e Seravalli, 1999; (Dervillé & Wallet, 2014).

Applicare questa prospettiva ai mercati contadini significa considerarli come spazi governati da organizzazioni che svolgono un ruolo di mediazione tra valori sociali, strategie economiche e obiettivi di sviluppo territoriale. Nonostante ciò, la letteratura mostra ancora un gap nell'analisi dei mercati contadini dal punto di vista organizzativo, in particolare riguardo al ruolo delle istituzioni intermedie che ne determinano la gestione, le attività promozionali e il coinvolgimento degli stakeholder (Belletti et al., 2024).

In tale cornice, la governance nei mercati contadini assume una chiara dimensione multilivello, che coinvolge attori pubblici e privati nella creazione di valore economico e sociale in modo inclusivo. Essa si caratterizza per forme decisionali che possono svilupparsi secondo approcci top-down, bottom-up o ibridi, a seconda delle specifiche condizioni storiche e sociali (Dunsire, 1993).

## ***4.2 I mercati contadini in Italia***

In Italia, l'esperienza dei mercati contadini affonda le proprie radici nella tradizione, essendo da sempre parte integrante della cultura alimentare nazionale, anche a fronte dei processi di modernizzazione dei sistemi agroalimentari (Brunori et al., 2010). Secondo gli stessi autori, le prime iniziative sono state avviate da piccoli produttori animati da valori sociali, etici e politici, in contrapposizione rispetto alle Organizzazioni di Produttori (POs). Con il tempo, i mercati si sono progressivamente diffusi, coinvolgendo amministrazioni locali, policy maker, associazioni agricole e movimenti sociali, ciascuno portatore di interessi e obiettivi differenti.

In questa fase di consolidamento, i mercati contadini hanno iniziato a essere promossi da organizzazioni professionali agricole, associazioni di produttori e gruppi legati al biologico, con l'intento di ristabilire un legame diretto tra produzione e consumo. Se le prime esperienze erano fortemente ancorate a valori ecologici, etici e politici, la letteratura evidenzia come tali principi abbiano progressivamente ceduto il passo a obiettivi di natura più strettamente economica, determinando una notevole eterogeneità tra i diversi mercati (Brunori et al., 2010). Alcuni si caratterizzano per un orientamento più culturale e valoriale, volti a promuovere un approccio alternativo alla produzione e al consumo, mentre altri si focalizzano prevalentemente sull'efficacia commerciale, con o senza una specializzazione esclusiva sul biologico.

Tabella 6 Tipologia di mercati contadini in termini di obiettivi, offerta e partecipazione dei produttori

<b> Mercati Contadini</b>	<b> Descrizione</b>
<b> Obiettivi dei Mercati Contadini:</b>	
a. Valorizzazione dell'agricoltura su piccola scala	Concentrarsi sulla comunicazione e sulla creazione di una cultura e di un approccio alternativi alla produzione, all'acquisto e al consumo di cibo.
b. Valorizzazione commerciale delle produzioni locali/tradizionali	Funzionano principalmente come momenti di promozione commerciale, integrati nelle strategie di marketing territoriale, rivolti sia ai consumatori locali che ai turisti
<b> Offerta dei Mercati Contadini:</b>	
a. Mercati Biologici	Esclusivamente per i produttori che adottano tecniche di produzione biologiche o biodinamiche, per valorizzarle rispetto a quelle convenzionali.
b. Mercati misti	Coinvolgere i produttori locali, indipendentemente dalle pratiche di produzione.

Fonte: Bazzani et al., 2023

Oggi i mercati contadini italiani sono generalmente avviati e gestiti da enti pubblici o privati, associazioni e organizzazioni non profit, che imprimono le proprie visioni politiche e sociali all'interno delle strutture di governance. Tali strutture non incidono solamente sulle decisioni operative, ma contribuiscono anche a definire obiettivi e valori etici dei mercati contadini (Gantla & Lev, 2015). Il ruolo delle associazioni di agricoltori e delle organizzazioni collettive coinvolte nella promozione e gestione dei mercati si rivela quindi cruciale, infatti attraverso scelte strategiche e di marketing, esse influenzano non solo la struttura e la visibilità dei mercati, ma anche la loro attrattività. Le modalità con cui vengono gestite l'organizzazione, le attività promozionali e il coinvolgimento degli stakeholder hanno un impatto diretto sulla sostenibilità economica dei mercati contadini e sul grado di soddisfazione dei produttori, rafforzandone o indebolendone la percezione come canali di vendita efficaci e come spazi di interazione sociale (Mengoni et al., 2025).

### ***4.3 Studiare le organizzazioni che governano i mercati contadini e le percezioni degli agricoltori***

Dall'analisi della letteratura scientifica condotta su Scopus e Web of Science emerge un evidente gap conoscitivo riguardo ai mercati contadini, in particolare per quanto concerne la loro analisi dal punto di vista organizzativo. Mentre diversi studi si sono concentrati sulle motivazioni dei produttori o sugli aspetti socioeconomici dei mercati contadini, rimane ancora poco esplorato il ruolo svolto dai modelli di governance e dalle istituzioni intermedie che li gestiscono (Mengoni et al., 2025).

Considerando tale lacuna, questa sezione della tesi di dottorato si propone di comprendere la relazione tra i produttori agricoli e le organizzazioni che gestiscono i mercati contadini. L'obiettivo di questa sezione consiste nell'analizzare come i valori, le strategie e le regole definite dalle organizzazioni

possano influenzare le scelte degli agricoltori di aderire e partecipare alle iniziative di filiera corta come i mercati contadini.

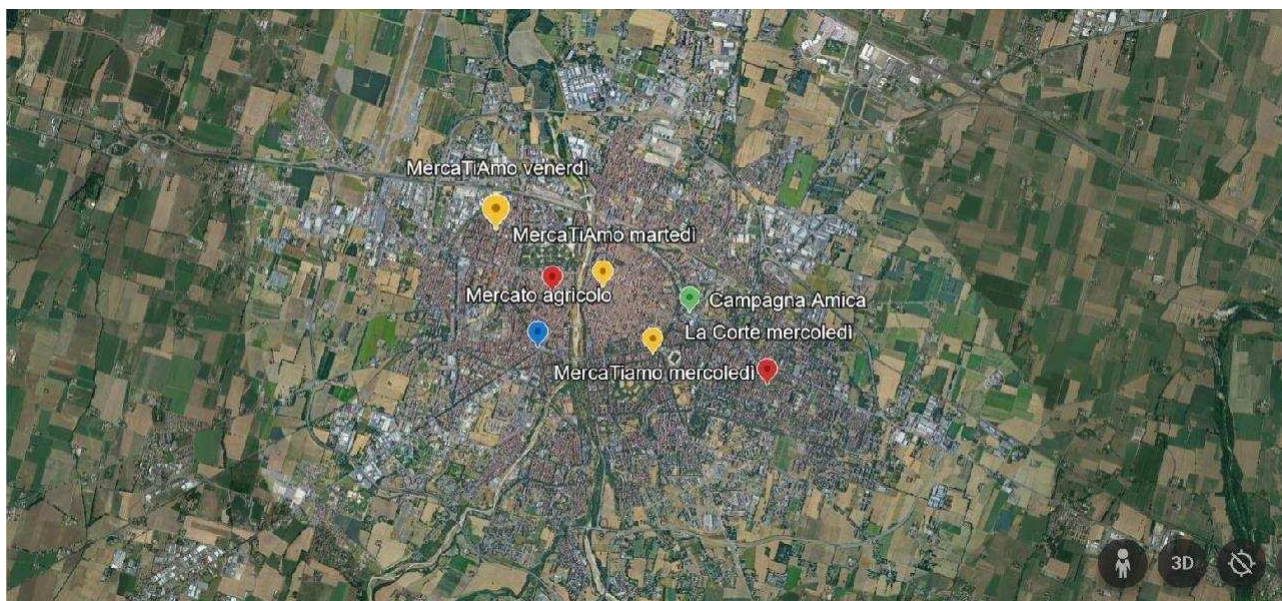
A tal fine, sono stati selezionati tre mercati contadini caratterizzati da differenti tipologie di organizzazione e assetti istituzionali. In questo modo è stato possibile condurre un'analisi comparativa che ha permesso di cogliere eventuali differenze legate ai differenti modelli di governance. La ricerca parte dall'assunto che le organizzazioni con i propri modelli organizzativi, responsabili della gestione dei mercati contadini, delle attività promozionali e del coinvolgimento degli stakeholder, possano costituire un elemento chiave nel determinare la partecipazione degli agricoltori al mercato. La corrispondenza tra i valori sociali, le strategie di marketing e l'efficacia economica percepita dai produttori si configura quindi come un fattore cruciale di scelta.

#### ***4.4 Richiamo metodologico***

La città di Parma, situata nella regione Emilia-Romagna, è stata selezionata come area di studio per la presente ricerca. Questa scelta è stata dettata da una duplice motivazione. Da un lato, il territorio parmense si caratterizza per un forte radicamento delle attività di filiere corta, grazie a un tessuto agricolo dinamico e a una tradizione consolidata di iniziative orientate alla sostenibilità e alla valorizzazione delle produzioni locali. Dall'altro, la città presenta un elevato livello di partecipazione e di impegno comunitario nelle pratiche di consumo responsabile. Un dato significativo in questo senso è rappresentato dal fatto che proprio nella provincia di Parma, già alla fine degli anni '90, è stato fondato uno dei primi Gruppi di Acquisto Solidale (GAS) in Italia (Brunori et al., 2010).

Nonostante si tratti di una città di medie dimensioni, al momento della raccolta dati erano attivi sette mercati contadini, distribuiti nell'arco della settimana e con una copertura complessiva di quattro giorni. L'indagine ha preso in considerazione sei dei sette mercati attivi effettivamente operativi dal mese di ottobre 2023. La raccolta dati è iniziata in tale periodo. I sei mercati analizzati vengono gestiti da tre diverse organizzazioni, che si distinguono per la loro struttura formale, per i valori etici e per le diverse strategie adottate sul mercato. All'interno del campione di analisi sono state coinvolte le organizzazioni: Campagna Amica (CA), promossa da *Coldiretti*; MercaTiAmo (MT), iniziativa dell'Associazione di Promozione Sociale *Parma Sostenibile*, orientata a principi agroecologici e a sistemi di garanzia partecipata; e La Corte (LC), organizzata dall'omonimo consorzio locale di produttori agricoli. Questa eterogeneità ha consentito di effettuare un confronto tra modelli organizzativi differenti e di analizzare come questi si riflettano sulle motivazioni e sulle percezioni dei produttori, permettendo di indagare in profondità le relazioni tra governance e partecipazione.

Figura 5- Mappa digitale distribuzione territoriale dei mercati contadini inclusi nell'analisi all'interno della città di Parma- Google Maps



Le tre organizzazioni incluse nel caso studio sono rappresentate da diversi modelli organizzativi con strategie ben delineate e da valori e orientamenti specifici. La loro struttura formale, l'orientamento strategico e i principi etici ed ambientali adottati determinano la capacità di ciascuna di conciliare obiettivi di sostenibilità economica, sociale e territoriale. Per comprendere a fondo tali differenze e i quadri organizzativi di riferimento, è stata condotta un'analisi documentale basata su un insieme di materiali forniti dai rappresentanti delle tre organizzazioni. Per lo studio della Fondazione Campagna Amica, sono stati analizzati il *Codice Etico di Comportamento*, i report di progetto e di attività dell'associazione e il *Rapporto 2023 su partnership e collaborazioni*. I documenti definiscono i principi, i valori etici, le modalità operative e la struttura organizzativa delle organizzazioni oggetto di analisi. Per quanto riguarda il Consorzio La Corte, sono stati studiati sia il *Regolamento Comunale del Comune di Parma*, che stabilisce il quadro giuridico e amministrativo di riferimento per i mercati contadini urbani nel Comune di Parma, sia il *Regolamento Interno del Consorzio*, che descrive in dettaglio la struttura di governance e le responsabilità attribuite ai soci e agli organi decisionali del Consorzio stesso. Per il caso del progetto MercaTiAmo, promosso dall'associazione Parma Sostenibile, sono stati consultati lo *Statuto dell'Associazione*, il *Curriculum Vitae istituzionale*, e la *Carta d'Identità di MercaTiAmo*, documenti che illustrano l'identità, la missione dell'organizzazione, i valori, gli obiettivi e l'allineamento del progetto ai principi del Distretto di Economia Solidale di Parma (DES Parma).

L'analisi dei documenti condotta ha costituito la base per comprendere come i diversi sistemi di regole, valori e strategie di ciascuna organizzazione possano influenzare sia la gestione dei mercati sia la

percezione dei produttori che vi partecipano.

Il campione di agricoltori intervistati è stato costruito seguendo alcuni criteri. Nello specifico sono stati inclusi nel caso studio solo i produttori che partecipavano ai mercati selezionati da almeno tre mesi consecutivi. Questo aspetto è stato fondamentale per garantire che i partecipanti avessero una percezione consolidata e realistica del funzionamento del mercato e delle dinamiche relazionali che lo caratterizzano. Complessivamente, sono stati individuati cinquantasei produttori aventi i requisiti richiesti. Ben cinquantadue agricoltori, corrispondenti a un tasso di risposta pari al 92,86%, hanno accettato di prendere parte alla ricerca, mentre la restante parte si è rifiutata.

La raccolta dei dati si è basata su un questionario strutturato, sviluppato a partire da un'attenta revisione della letteratura, che ha permesso di individuare i principali driver e limiti che influenzano la partecipazione degli agricoltori ai mercati contadini (*Vedi Appendice 1. Tab.2*). Le interviste semi-strutturate sono state condotte durante lo svolgimento dei mercati nel periodo compreso tra ottobre 2023 e febbraio 2024. Il questionario utilizzato durante le interviste è stato articolato in tre sezioni principali. Nella prima sezione venivano raccolte informazioni di carattere generale, come ad esempio: dati sociodemografici dei produttori, caratteristiche strutturali delle aziende agricole, tipologie di produzione e principali canali di vendita utilizzati. Nella seconda sezione sono stati indagati i fattori motivazionali che spingono i produttori a partecipare ai mercati contadini. In questo caso veniva richiesto agli intervistati di valutare la rilevanza di una serie di affermazioni mediante l'applicazione di una scala likert a sette punti, dove 1 corrispondeva a *completamente irrilevante* e 7 ad *altamente rilevante*. Nella terza sezione si esaminavano i limiti percepiti dagli agricoltori per la partecipazione al mercato. In questo caso veniva richiesto ai partecipanti di indicare in che misura i fattori limitanti proposti potessero rappresentare un ostacolo alla loro partecipazione, con valori di 1 = *per nulla limitante* e 7 = *fortemente limitante*.

I dati raccolti sono stati successivamente sottoposti ad un test statistico non parametrico (Kruskal-wallis test) per verificare le differenze statistiche significative. Una volta svolto tale test si è proceduto con delle analisi statistiche descrittive, come il calcolo della media aritmetica, della mediana e della deviazione standard per ciascun item. Per valutare la variabilità relativa delle risposte date dagli agricoltori e cogliere le differenze di percezione tra i gruppi di produttori appartenenti alle tre organizzazioni, è stato calcolato anche il coefficiente di variazione (CV), ottenuto come rapporto tra la deviazione standard e la media (*Vedi Appendice 2. Tab 2.1 e Tab 2.2*).

L'impiego congiunto delle statistiche descrittive ha permesso di analizzare le percezioni degli agricoltori. Si è cercato di evidenziare come le differenze nelle strategie di governance possano riflettere le motivazioni, i benefici percepiti e i fattori limitanti nella partecipazione ai mercati. Tale approccio

metodologico ha inoltre consentito di mettere in relazione i valori e le strategie delle organizzazioni promotrici con le dinamiche comportamentali dei produttori, ponendo le basi per una riflessione critica sul ruolo delle istituzioni intermedie nella gestione e nello sviluppo dei mercati contadini.

#### ***4.5 Descrizione delle organizzazioni coinvolte nel caso studio***

In questa sezione vengono presentate le informazioni relative alle tre organizzazioni che gestiscono i mercati contadini analizzati nello studio, con l'obiettivo di delinearne la struttura, i principi valoriali e le modalità di governance. La comprensione di questi elementi è essenziale per interpretare le dinamiche di partecipazione degli agricoltori e il funzionamento complessivo dei mercati, in quanto la struttura formale, l'orientamento strategico e i principi etici ed ambientali adottati da ciascuna organizzazione influenzano direttamente la capacità di conciliare obiettivi di sostenibilità economica, sociale e territoriale.

La Fondazione Campagna Amica (CA), istituita nel 2008 dall'Organizzazione di Produttori *Coldiretti*, si caratterizza per una struttura di governance centralizzata e verticale. La struttura organizzativa di Campagna Amica è composta dall'Assemblea dei Fondatori della fondazione che definisce le linee guida strategiche generali e dal Consiglio di Amministrazione nazionale che risulta essere responsabile della definizione dei protocolli di qualità e della supervisione dei coordinatori territoriali che supervisionano i mercati contadini. La configurazione organizzativa di Campagna Amica può garantire uniformità di standard nei mercati contadini, nei punti vendita diretti e nelle piattaforme digitali. CA risulta essere diffusa su scala nazionale. L'approccio adottato dalla fondazione è prevalentemente "market-oriented", in quanto mira alla valorizzazione delle produzioni locali e a migliorare l'efficienza commerciale attraverso una rete ampia e coordinata di attori che lavorano per lo stesso obiettivo comune. Parallelamente, CA integra sistematicamente iniziative sociali ad alto impatto, come il programma solidale "*Spesa So-spesa*" e attività di educazione alimentare. CA è caratterizzata da un modello ibrido che si propone di bilanciare la redditività con la responsabilità sociale. Inoltre, l'impegno etico di Campagna Amica si manifesta nell'adesione ai principi delle Nazioni Unite sui diritti umani e agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), nonché nella promozione di filiere etiche a livello internazionale.

L'Associazione di Promozione Sociale Parma Sostenibile, promotrice del progetto MercaTiAmo, rappresenta un modello fortemente "social-oriented". L'associazione viene fondata nel 2017 ed è strutturata da un'Assemblea dei Soci, un Consiglio Direttivo eletto con cadenza triennale e un Collegio dei Revisori dei Conti. L'identità dell'associazione viene definita maggiormente dall'adozione del Sistema di Partecipazione Garantita (SPG) del Distretto di Economia Solidale di Parma (DES). Gli SPG sono sistemi di garanzia della qualità, basati sulla partecipazione attiva di produttori, consumatori ed

organizzatori, i quali si fondano su valori come la fiducia reciproca e lo scambio di conoscenze (IFOAM, 2018). Tale sistema di certificazione consente ai produttori di auto-certificare le proprie pratiche colturali e le condizioni di lavoro attraverso visite incrociate e processi di valutazione condivisi. L'applicazione del sistema SPG rende i mercati contadini, gestiti dal progetto MercaTiAmo, degli spazi dedicati all'economia solidale e all'educazione ambientale e alimentare. I mercati contadini promossi dall'associazione seguono delle regole ben precise, in particolare che permettono di far rispettare ai partecipanti dei principi legati alla riduzione degli sprechi, alla conservazione della biodiversità, alla promozione dell'agroecologia e all'inclusione sociale. Inoltre, il progetto MercaTiAmo promuove attivamente l'equità di genere, la giustizia sociale e la cooperazione locale. Il Consorzio La Corte di Parma (LC) è organizzato secondo una struttura partecipativa che prevede il coinvolgimento attivo dei soci nella gestione e nello sviluppo del mercato agricolo. Il Consiglio di Amministrazione coordina le attività operative e decisionali, mentre l'assemblea dei soci è chiamata a ratificare le principali scelte strategiche. La partecipazione è ulteriormente rafforzata dalla costituzione di gruppi di lavoro su progetti specifici, ai quali i produttori possono aderire volontariamente, contribuendo in modo diretto alla governance del mercato e alle attività di promozione territoriale.

Tabella 7- Sintesi comparativa delle caratteristiche delle organizzazioni (CA; MT; LC) - Elaborazione dell'autore

<b>Caratteristiche Organizzazione</b>	<b>Campagna Amica (CA)</b>	<b>La Corte di Parma (LC)</b>	<b>Parma Sostenibile – MercaTiAmo (MT)</b>
<b>1) Origine e natura giuridica</b>	Fondazione senza scopo di lucro costituita da Coldiretti PO nel 2008, strutturata con enti pubblici e partner privati	Consorzio di produttori agricoli, costituito per tutelare la qualità e l'autonomia dei propri soci	Associazione di Promozione Sociale (APS), fondata per promuovere eventi locali e sostenibilità
<b>2) Obiettivi principali e Valori etici</b>	Per promuovere filiere alimentari corte, produzione locale, autenticità e trasparenza; con il supporto di Coldiretti per la tracciabilità	Per promuovere i prodotti con indicazioni geografiche (IG), le filiere alimentari corte e la tutela ambientale	Promuovere stili di vita sostenibili, agroecologia, inclusione e partecipazione della comunità
<b>3) Governance</b>	<i>Top-Down Approach</i>  Assemblea dei Fondatori (inclusa Coldiretti) e Comitato Direttivo con rappresentanti regionali	<i>Bottom-Up Approach</i>  Assemblea dei soci (scrutinio segreto, fino a tre preferenze) e Consiglio direttivo eletti dall'Assemblea	<i>Bottom-Up Approach</i>  Assemblea dei soci e Comitato direttivo (3 membri, mandato triennale), incentrato sulla partecipazione attiva dei soci

<b>4) Procedure di accesso e partecipazione ai mercati</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iscrizione a Coldiretti (quota variabile in base al fatturato)</li> <li>- Accredimento al marchio "Campagna Amica" tramite domanda</li> <li>- Verifica e iscrizione all'albo nazionale dei mercati Campagna Amica</li> <li>- Corso di formazione obbligatorio</li> <li>- Assegnazione di un'area di vendita al mercato</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Domanda di adesione, autocertificazioni, verifica e approvazione da parte del Consiglio Direttivo</li> <li>- Quota associativa e contributo annuale</li> <li>- Quota di partecipazione al mercato, calcolata sui canoni di concessione del suolo pubblico (COSAP)</li> <li>- Contributo spese variabili (utenze, promozione, gestione),</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iscrizione a Parma Sostenibile tramite quota annuale di autofinanziamento</li> <li>- Iscrizione obbligatoria al Distretto di Economia Solidale (DES) di Parma e al Sistema di Garanzia Partecipativa (SPG)</li> <li>- Eventuali contributi richiesti dal sistema SPG</li> <li>- Certificazioni obbligatorie per partecipare: biologico o SPG e "rifiuti zero"</li> </ul>
--	--	---	---

Nella *Tabella 7* vengono incluse le caratteristiche delle organizzazioni oggetto del caso studio. Il confronto tra i tre modelli organizzativi presi in considerazione evidenzia approcci profondamente diversi nella gestione e nello sviluppo dei mercati contadini. Queste differenze riflettono strategie divergenti che plasmano gli obiettivi di mercato e le percezioni degli agricoltori. La struttura organizzativa centralizzata di Campagna Amica favorisce la rapida creazione di reti uniformi su scala nazionale, garantisce standard qualitativi costanti e mostra una significativa capacità di coordinamento a livello nazionale. La struttura partecipativa del Consorzio La Corte valorizza il radicamento territoriale e l'empowerment dei produttori. In questo caso si predilige la promozione di processi decisionali inclusivi e partecipativi. Per quanto riguarda l'associazione Parma Sostenibile si può evidenziare la priorità verso l'impegno comunitario, l'approccio partecipativo dal basso e la sperimentazione di pratiche agricole orientate all'agroecologia e alla sostenibilità sociale ed ambientale.

## ***4.6 Descrizione del campione di agricoltori coinvolti nel caso studio***

Gli agricoltori coinvolti nella presente ricerca sono stati intervistati con l'obiettivo di analizzare le loro percezioni rispetto ai driver sociali ed economici che motivano la partecipazione ai mercati contadini, nonché i limiti che possono ostacolare o condizionare tale partecipazione. Questa fase ha permesso di approfondire come le dinamiche relazionali, le strategie di mercato e i valori organizzativi influenzino l'esperienza quotidiana degli agricoltori, mettendo in luce il ruolo che i diversi modelli di governance delle organizzazioni esercitano nel modellare comportamenti e aspettative. Il campione totale era costituito da 52 produttori agricoli, distribuiti tra i mercati organizzati dalle tre realtà analizzate: tredici afferenti ai mercati di Campagna Amica (CA), venticinque ai mercati gestiti dal Consorzio La Corte (LC)

e quattordici ai mercati del progetto MercaTiAmo (MT) promosso da Parma Sostenibile.

*Tabella 8- Informazioni relative a: tipologia di produzione, certificazioni e dimensione economica delle aziende agricole incluse nell'analisi- Elaborazione dell'autore*

<b>Informazioni Agricoltore-Azienda</b>	<b>CA (13) 81%</b>	<b>LC (25) 96%</b>	<b>MT (14) 100%</b>
Rispondenti genere femminile (%)	61,50%	48%	35,71%
Frutta e verdura primarie e/o trasformate	38,46%	32%	64,29%
Latte e/o latticini	23,08%	36%	21,43%
Carne e/o prodotti processati	7,69%	8%	21,43%
Cereali e/o prodotti cerealicoli	0,00%	12%	7,14%
Miele e/o prodotti derivati dal miele	23,08%	8%	21,43%
Foraggio	7,69%	4%	0,00%
Vino	15,38%	12%	0,00%
Olio di oliva	7,69%	4%	7,14%
Uova	15,38%	4%	7,14%
SPG	0%	4%	64%
Dop/Igp	30,77%	16%	0%
Biologico	30,77%	40%	50,00%
Dimensione (Piccola <20 ha) (Media 20-50 ha) (Grande > 50 ha)	30,77% Piccola/ Media, 38,46% Grande	30,77% Piccola/ Media/ 16% Grande	60% Piccola/ 24% Grande
			78,57% Piccola/ 21,43% Media

L'analisi delle caratteristiche del campione, riportate nella *Tabella 8*, evidenzia alcune differenze tra i tre gruppi di agricoltori intervistati, riconducibili alle peculiarità organizzative dei mercati contadini analizzati.

Il tasso di risposta è stato complessivamente molto elevato, rispettivamente pari all'81%, 96% e 100%. È opportuno precisare che la quota femminile indicata si riferisce alla percentuale di donne tra le persone che hanno risposto all'intervista, senza necessariamente coincidere con la titolarità delle aziende agricole. Sotto questo aspetto è possibile confermare che la presenza femminile risulta più elevata nei mercati Campagna Amica (61,50%), intermedia nei mercati La Corte (48,00%) e più contenuta nei mercati

MercaTiAmo (35,71%).

Per quanto riguarda le caratteristiche produttive delle aziende coinvolte nell'analisi si evidenzia una chiara differenziazione tra i gruppi coinvolti. Nei mercati contadini gestiti dal progetto MercaTiAmo emerge una forte specializzazione nella produzione di ortofrutta fresca e trasformata, che rappresenta oltre il 64% del totale. Questo conferma l'impostazione produttiva agroecologica che caratterizza il progetto. Nei mercati gestiti dal Consorzio La Corte si osserva una maggiore diversificazione della produzione. In questo caso la distribuzione delle produzioni è più equilibrata, in particolare si evidenziano produzioni ortofrutticole (32%), produzione di prodotti lattiero-caseari (36%) e altre come cereali e derivati (12%) e vino (12%). Campagna Amica presenta un profilo intermedio, con una prevalenza di produttori di frutta e verdura (38,46%), seguiti da latte e derivati (23,08%) e miele (23,08%), mentre le altre categorie, come carne, uova e vino, registrano una presenza più contenuta. Risulta necessario evidenziare alcuni aspetti per le diverse tipologie di produzione: ad esempio la carne e i derivati risultano maggiormente rappresentati in MercaTiAmo (21,43%), mentre la produzione di miele trova la sua incidenza più elevata in Campagna Amica (23,08%) e MercaTiAmo (21,43%), rimanendo marginale nei mercati del Consorzio La Corte (8%).

I foraggi compaiono esclusivamente nei mercati Campagna Amica (7,69%) e La Corte (4%), mentre la produzione vitivinicola è assente in MercaTiAmo, pur rappresentando una quota significativa in Campagna Amica (15,38%) e La Corte (12%). Un aspetto distintivo riguarda la presenza di certificazioni, che rispecchia in modo diretto i modelli organizzativi e i sistemi di governance descritti nella sezione precedente. Nei mercati gestiti dal progetto MercaTiAmo, il sistema di garanzia partecipata (SPG), fondato su principi di fiducia e reciprocità, rappresenta la forma predominante di certificazione che viene adottata. In questo caso vengono coinvolti il 64% degli agricoltori. Il progetto MercaTiAmo presenta una significativa quota di produttori biologici (50%). Allo stesso tempo all'interno del progetto non sono inclusi produttori che aderiscono a marchi di qualità come DOP o IGP. Nei mercati gestiti dal Consorzio La Corte prevalgono produttori che adottano la certificazione biologica (40%), mentre i marchi DOP/IGP sono adottati in misura più contenuta (16%). In questo caso si evidenzia un orientamento verso la qualità territoriale dei prodotti, ma meno legato a sistemi di riconoscimento formali come il sistema SPG. Campagna Amica presenta una configurazione diversa, con una distribuzione equilibrata delle certificazioni tra produttori biologici (30,7%) e certificati DOP/IGP (30,7%). Questo dato risulta essere in linea con la missione dell'organizzazione di garantire standard elevati di qualità e tracciabilità per rafforzare la competitività commerciale su tutto il territorio nazionale. Questa variabilità riflette tre approcci distinti all'adozione delle certificazioni: uno istituzionale e orientato al mercato, tipico di Campagna Amica; uno ibrido proprio del Consorzio La Corte; e uno partecipativo e comunitario specifico

del progetto MercaTiAmo.

Anche la dimensione aziendale conferma la presenza di modelli produttivi differenti. Campagna Amica include aziende di tutte le fasce dimensionali, con una distribuzione piuttosto equilibrata tra piccole aziende (30,7%, meno di 20 ettari), medie (30,7%, tra 20 e 50 ettari) e grandi (38,5%, oltre 50 ettari). Nei mercati La Corte prevalgono nettamente le piccole aziende, che rappresentano il 60% del totale, seguite dalle medie (24%) e da una quota residuale di grandi aziende (16%).

All'interno del progetto MercaTiAmo si evidenzia una elevata concentrazione di piccole realtà agricole (78,6%), mentre le medie coprono il restante 21,4%. Tale distribuzione rispecchia chiaramente la missione sociale di MercaTiAmo, che privilegia il coinvolgimento di piccoli produttori radicati nel territorio.

Nel complesso, i dati presentati delineano tre configurazioni ben distinte per le organizzazioni analizzate. Campagna Amica attrae una base produttiva eterogenea, aziende di dimensioni diverse e un'ampia gamma di certificazioni adottate. Questo aspetto è coerente con la struttura centralizzata di Campagna Amica. Il Consorzio La Corte è caratterizzato da una forte connessione con il territorio e da una provenienza degli agricoltori coinvolti prevalentemente locale.

In questo contesto prevale la partecipazione di piccole aziende familiari. Il progetto MercaTiAmo, infine, rappresenta un modello incentrato sulla fiducia, sulla certificazione partecipata e su un impegno marcato verso l'agroecologia e la sostenibilità sociale e ambientale. Queste differenze costituiscono un elemento fondamentale per l'interpretazione dei risultati delle sezioni successive, dove saranno analizzate le percezioni degli agricoltori rispetto ai driver e ai limiti alla partecipazione ai mercati contadini. Sarà possibile mettere in relazione le percezioni individuali degli agricoltori con le logiche organizzative delle strutture che gestiscono le attività di filiera corta e più nello specifico dei mercati contadini.

#### ***4.7 Categorizzazione dei driver sociali ed economici***

In questo contesto prevale la partecipazione di piccole aziende familiari. Il progetto MercaTiAmo rappresenta un modello incentrato sulla fiducia, sulla certificazione partecipata e su un impegno marcato verso l'agroecologia e la sostenibilità sociale e ambientale. Queste differenze costituiscono un elemento fondamentale per l'interpretazione dei risultati delle sezioni successive, dove saranno analizzate le percezioni degli agricoltori rispetto ai driver e ai limiti alla partecipazione ai mercati contadini. Sarà possibile mettere in relazione le percezioni individuali degli agricoltori con le logiche organizzative delle strutture che gestiscono le attività di filiera corta e più nello specifico dei mercati contadini.

Complessivamente, sono state individuate nove categorie che consentono di raggruppare i 29 item nelle macrocategorie sopra descritte. All'interno degli aspetti sociali rientrano *l'interazione consumatore-agricoltore* (Q1, Q2, Q13, Q6), *le finalità etiche* (Q4) e *l'interazione tra agricoltori* (Q8, Q9, Q10, Q12). Tra gli aspetti economici si collocano *la redditività* (Q14, Q15) e *le barriere finanziarie e burocratiche* (L4, L6, L9). Infine, per quanto riguarda gli aspetti di marketing, sono comprese *la localizzazione del mercato* (Q5, Q7, Q11, L5), *l'offerta del mercato* (L7, L8), *la definizione dei prezzi e la promozione* (Q18, Q19, Q20, L1) e *la gestione dell'offerta* (Q3, Q16, Q17, L2, L3).

Sono stati calcolati, per ciascun item e per tipologia di mercato contadino, i valori di media (X), mediana (M), deviazione standard (s) e coefficiente di variazione (CV), al fine di individuare eventuali discrepanze tra i driver e i limiti rilevati nei tre mercati e di valutare il grado di omogeneità delle valutazioni sia intra, che inter-mercato.

#### ***4.8 Analisi comparativa sulla percezione degli agricoltori delle tre organizzazioni coinvolte nel caso studio***

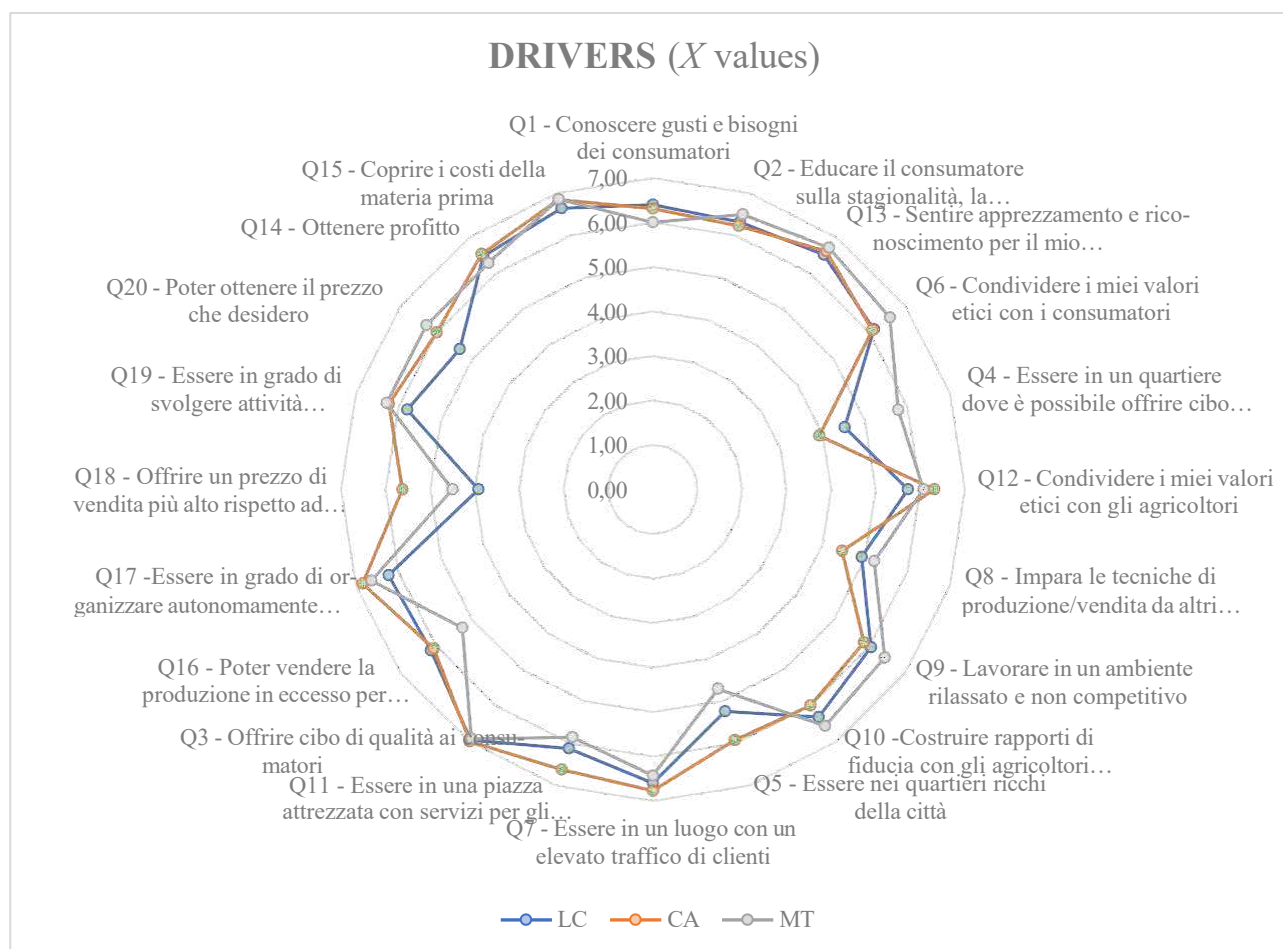
In questa sezione vengono analizzati i dati raccolti sulle percezioni degli agricoltori che partecipano ai mercati contadini nelle tre organizzazioni incluse nel caso di studio. Il test non parametrico di Kruskal-Wallis non ha evidenziato differenze statisticamente significative tra i gruppi, suggerendo un sostanziale grado di omogeneità nelle risposte. Tuttavia, un'analisi più dettagliata dei valori medi e dei coefficienti di variazione (Vedi "APPENDICE 2.1 e APPENDICE 2.2") mette in luce alcune divergenze, seppur contenute, che sembrano riflettere l'influenza dei differenti modelli di governance e il grado di coerenza tra le percezioni degli agricoltori e le caratteristiche organizzative delle tre realtà considerate. Nella *Tabella 9* sono riportati i fattori motivanti su cui sono stati interrogati gli agricoltori che hanno scelto di partecipare alle interviste semi-strutturate.

*Tabella 9- Riepilogo dei fattori motivanti per la partecipazione ai mercati contadini- Elaborazione dell'autore*

<b>Macro Categoria</b>	<b>Categoria</b>	<b>Items</b>
Sociale		Q1 - Conoscere gusti e bisogni dei consumatori
	Interazione consumatore-agricoltore	Q2 - Educare il consumatore sulla stagionalità, la biodiversità e le pratiche agricole
		Q13 - Sentire apprezzamento e riconoscimento per il mio lavoro
		Q6 - Condividere i miei valori etici con i consumatori

	Finalità etiche	Q4 - Essere in un quartiere dove è possibile offrire cibo di qualità alle categorie svantaggiate della popolazione
	Interazione agricoltore-agricoltore	Q12 - Condividere i miei valori etici con gli agricoltori
		Q8 - Impara le tecniche di produzione/vendita da altri agricoltori
		Q9 - Lavorare in un ambiente rilassato e non competitivo
		Q10 -Costruire rapporti di fiducia con gli agricoltori della stessa piazza
Mercato	Posizione del mercato	Q5 - Essere nei quartieri ricchi della città
		Q7 - Essere in un luogo con un elevato traffico di clienti
		Q11 -Essere in una piazza attrezzata con servizi per gli agricoltori (acqua, energia)
	Gestione dell'offerta	Q3 - Offrire cibo di qualità ai consumatori
		Q16 - Poter vendere la produzione in eccesso per evitare sprechi di prodotto
		Q17 -Essere in grado di organizzare autonomamente l'approvvigionamento e la diversificazione del prodotto
	Prezzo e promozioni	Q18 - Offrire un prezzo di vendita più alto rispetto ad altri canali commerciali
		Q19 - Essere in grado di svolgere attività promozionali dirette
		Q20 - Poter ottenere il prezzo che desidero
Economica	Profittabilità	Q14 - Ottenere profitto
		Q15 - Coprire i costi della materia prima

Figura 6- Valutazione dei fattori sociali ed economici motivanti per la partecipazione ai mercati contadini- Elaborazione dell'autore



Il grafico radar dei valori medi (X) relativi agli item dei driver (Figura 1) mostra un andamento complessivamente coerente delle valutazioni tra i tre mercati contadini, CA, LC e MT, con punteggi medi compresi prevalentemente tra 5 e 6 e coefficienti di variazione (CV) bassi, indicativi di una dispersione minima. Tale ampia convergenza evidenzia un impegno condiviso, in particolare, nei confronti della conoscenza del consumatore (Q1) e dell'educazione alimentare (Q2), del riconoscimento e dell'apprezzamento degli agricoltori (Q13), dell'affluenza dei clienti ai mercati (Q7), dell'offerta di prodotti di qualità (Q3), dell'allineamento etico dei produttori (Q12), dell'autonomia nella selezione dell'offerta (Q17) e della redditività (Q14, Q15).

In altri item emergono differenze minime che riflettono tuttavia l'influenza dei diversi modelli organizzativi. È il caso, ad esempio, della costruzione di relazioni di fiducia tra agricoltori (Q10), dove MT registra i valori medi più elevati e omogenei ( $X = 6,57$ ;  $CV = 0,08$ ), a testimonianza della sua governance partecipativa che favorisce legami diretti e basati sulla fiducia tra i membri.

Seguono LC ( $X = 6,32$ ) e CA ( $X = 6,00$ ), con valori comunque alti. Per quanto riguarda le infrastrutture

e i servizi disponibili durante lo svolgimento dei mercati (Q11), CA presenta il valore più elevato ( $X = 6,62$ ), probabilmente grazie alle maggiori risorse a disposizione, anche in termini di supporto logistico e di localizzazione delle piazze, generalmente centrali e ben servite. Infine, in relazione alla capacità promozionale (Q19), MT ( $X = 6,29$ ) e CA ( $X = 6,23$ ) mostrano valori leggermente superiori, confermando rispettivamente l'orientamento di MT verso un approccio solidale e accogliente nei confronti della comunità locale e la vocazione più marcatamente commerciale di CA, diversamente da LC.

Alcuni fattori, tuttavia, mostrano divergenze più pronunciate tra i tre mercati, che evidenziano chiaramente le differenze nei modelli organizzativi: tra questi figurano la *finalità etica* (Q4), l'*apprendimento tra pari* (Q8), l'*atmosfera distesa* (Q9), il *livello dei prezzi di vendita* (Q18), la *localizzazione del mercato* (Q5), la *gestione degli scarti* (Q16) e l'*autonomia nella definizione dei prezzi* (Q20).

Nel caso di CA, i fattori Q4 ( $X = 3,92$ ;  $CV = 0,59$ ) e Q8 ( $X = 4,46$ ;  $CV = 0,57$ ) presentano medie basse o intermedie e un'elevata variabilità, suggerendo che l'assenza di un approccio partecipativo porti a un coinvolgimento eterogeneo nelle attività di sensibilizzazione sociale e di scambio tra pari. Le risposte degli agricoltori di CA appaiono quindi più diversificate, a indicare interpretazioni divergenti degli obiettivi sociali di Coldiretti. Al contrario, MT evidenzia un'elevata omogeneità nei medesimi fattori (Q4 = 5,79;  $CV = 0,17$ ; Q8 = 5,21;  $CV = 0,25$ ), a conferma del ruolo della *certificazione partecipativa* e delle *assemblee periodiche* nel rafforzare un atteggiamento etico e collaborativo condiviso. LC mostra valori intermedi sia in termini di media sia di dispersione per i fattori (Q4 = 4,52;  $CV = 0,43$ ; Q8 = 4,92;  $CV = 0,36$ ).

Per quanto riguarda l'item Q18 (offrire un prezzo di vendita superiore rispetto ad altri canali commerciali), sia LC ( $X = 3,92$ ;  $CV = 0,55$ ) sia MT ( $X = 4,5$ ;  $CV = 0,46$ ) presentano una maggiore dispersione. In questo caso tale dispersione potrebbe essere legata alla libertà decisionale sui prezzi e al posizionamento di nicchia che consente agli agricoltori di adottare strategie di prezzo diversificate. In CA, al contrario, la media più elevata e la minore variabilità ( $X = 5,62$ ;  $CV = 0,34$ ) indicano un'attenzione più uniforme al beneficio economico, coerente con le strategie di branding promosse dall'organizzazione. Alcune dinamiche organizzative si evidenziano anche in altri item, come ad esempio in Q5 (essere in quartieri ricchi e benestanti), dove la selezione centralizzata delle sedi di mercato da parte di CA garantisce posizioni privilegiate che vengono percepite positivamente dagli agricoltori che ne partecipano ( $X = 5,92$ ;  $CV = 0,24$ ), in linea con LC ( $X = 5,24$ ;  $CV = 0,36$ ) ma differente da MT ( $X = 4,71$ ;  $CV = 0,30$ ). Anche in Q16, la capacità amministrativa di CA ( $X = 6,08$ ;  $CV = 0,32$ ) e di LC ( $X = 6,16$ ;  $CV = 0,21$ ) consente una gestione più coordinata degli scarti, mentre MT ( $X = 5,29$ ;  $CV = 0,41$ ) presenta una media comunque alta ma inferiore, con una dispersione maggiore. Ciò suggerisce che non tutti gli agricoltori di MT sperimentino in modo uniforme la gestione delle eccedenze, probabilmente a causa della

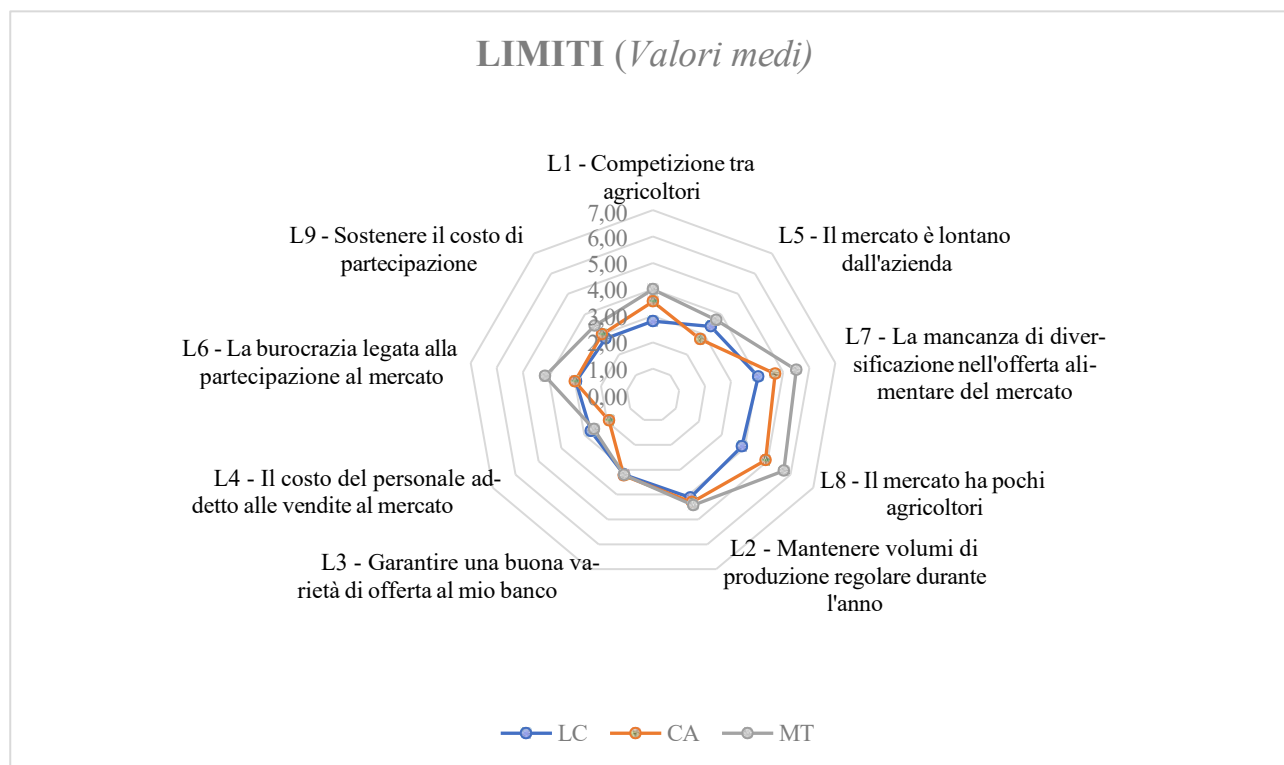
localizzazione meno centrale dei mercati e della natura di nicchia dei prodotti offerti.

Infine, in Q20, sia CA ( $X = 6,00$ ;  $CV = 0,26$ ) sia MT ( $X = 6,29$ ;  $CV = 0,18$ ) mostrano come i produttori riescano a sfruttare la reputazione del marchio e le narrazioni etiche per esercitare un'elevata autonomia nella definizione dei prezzi, mentre LC ( $X = 5,36$ ;  $CV = 0,28$ ) presenta valori più moderati, espressione di un equilibrio tra negoziazione consortile e discrezionalità individuale. Nel complesso, questi risultati dimostrano come le modalità di governance, centralizzata, ibrida o partecipativa, siano strettamente correlate alla variabilità delle percezioni degli agricoltori riguardo ai driver etici, collaborativi, localizzativi, logistici e di prezzo. Nel complesso, questi risultati dimostrano come le modalità di governance, centralizzata, ibrida o partecipativa, siano strettamente correlate alla variabilità delle percezioni degli agricoltori riguardo ai driver etici, collaborativi, localizzativi, logistici e di prezzo.

Tabella 10-Riepilogo dei fattori limitanti per la partecipazione ai mercati contadini- Elaborazione dell'autore

<b>Macro Categoria</b>	<b>Categoria</b>	<b>Items</b>
<i>Mercato</i>	<i>Prezzo e promozioni</i>	<i>L1 - Competizione tra agricoltori</i>
	<i>Posizione del mercato</i>	<i>L5 - Il mercato è lontano dall'azienda</i>
	<i>Offerta del mercato</i>	<i>L7 - La mancanza di diversificazione nell'offerta alimentare del mercato</i>
		<i>L8 - Il mercato ha pochi agricoltori</i>
	<i>Gestione dell'offerta</i>	<i>L2 - Mantenere volumi di produzione regolare durante l'anno</i>
		<i>L3 - Garantire una buona varietà di offerta al mio banco</i>
<i>Economica</i>		<i>L4 - Il costo del personale addetto alle vendite al mercato</i>
		<i>L6 - La burocrazia legata alla partecipazione al mercato</i>
	<i>Barriere burocrat- iche e finanziarie</i>	<i>L9 - Sostenere il costo di partecipazione</i>

Figura 7- Valutazione dei fattori sociali ed economici limitanti per la partecipazione ai mercati contadini- Elaborazione dell'autore



Per quanto riguarda le percezioni dei limiti (Figura 7), gli unici item valutati in modo omogeneo tra gli agricoltori dei tre mercati contadini sono la continuità produttiva (L2) e la diversità dell'assortimento (L3). Entrambi derivano dalla natura produttiva delle singole aziende agricole piuttosto che da vincoli organizzativi, poiché il mantenimento di volumi costanti e l'assicurare varietà dipendono da fattori tecnici, dalla stagionalità e dalle risorse interne. Diversamente dai driver, nelle percezioni dei limiti si osserva una maggiore variabilità delle valutazioni, sia tra i mercati sia all'interno degli stessi, come evidenziato dai valori del coefficiente di variazione (CV) riportati in Appendice 2.

Con riferimento al peso della burocrazia (L6), in MT ( $X = 4,14$ ;  $CV = 0,49$ ) il limite viene percepito come un vincolo più gravoso rispetto a LC e CA. Ciò può essere conseguenza diretta della struttura. Con riferimento al peso della burocrazia (L6), in MT ( $X = 4,14$ ;  $CV = 0,49$ ) il limite viene percepito come un vincolo più gravoso rispetto a LC e CA. Ciò può essere conseguenza diretta della struttura autogestita di MT, priva di un supporto amministrativo dedicato e di un coordinamento centrale, basata prevalentemente sul volontariato. Al contrario, la struttura centralizzata di CA, con personale amministrativo dedicato e impiegato direttamente da Coldiretti, attenua la percezione limitante di tale barriera da parte degli agricoltori ( $X = 3,00$ ;  $CV = 0,56$ ), mentre in LC vengono mostrati valori intermedi

( $X = 2,96$ ;  $CV = 0,57$ ), riflettendo una parziale mitigazione della complessità procedurale grazie al funzionamento consortile e alla buona interazione tra coordinamento dal basso e impiego di personale per la gestione del carico amministrativo.

Le limitazioni riconducibili all'offerta dei mercati, in particolare la scarsa diversificazione dell'offerta (L7) e il numero limitato di agricoltori partecipanti (L8), vengono percepite in modo più accentuato in MT (L7:  $X = 5,50$ ;  $CV = 0,29$ ; L8:  $X = 5,71$ ;  $CV = 0,22$ ). Tali vincoli potrebbero derivare dai rigorosi criteri ecologici e dalle restrizioni nel numero di posteggi previste dal sistema PGS. Al contrario, CA sfrutta protocolli di iscrizione standardizzati e una rete estesa per mantenere una maggiore varietà di prodotti e una base di venditori più ampia, con valori medi inferiori o medi (L7 = 4,69; L8 = 4,92), ma con dispersioni più elevate (L7 = 0,44; L8 = 0,38) rispetto a MT, suggerendo differenze tra le varie piazze del mercato. LC, infine, registra i valori medi più bassi (L7 = 4,04; L8 = 3,88), indicativi di vincoli moderati sull'offerta, ma con coefficienti di variazione elevati (L7 = 0,46; L8 = 0,56), analogamente a CA.

In coerenza con i valori sopra riportati, relativamente alla concorrenza interna (L1) MT mostra i valori più elevati ( $X = 4,00$ ;  $CV = 0,49$ ). Possiamo dedurre che minore è la diversificazione dell'offerta tra i banchi degli agricoltori, maggiore risulta la competizione percepita. Nel caso di CA, l'assegnazione fissa delle quote modera la percezione di tale limite ( $X = 3,54$ ;  $CV = 0,62$ ), mentre le politiche flessibili e rotazionali di LC generano una pressione competitiva più equilibrata ( $X = 2,80$ ;  $CV = 0,65$ ).

Infine, per quanto riguarda fattori come la localizzazione del mercato (L5), i costi del personale addetto alla vendita (L4) e i costi di partecipazione (L9) i risultati mostrano pattern chiaramente influenzati dalla struttura organizzativa. I partecipanti di MT percepiscono maggiori limitazioni legati alla distanza tra il mercato e la propria azienda agricola (L5 = 3,71;  $CV = 0,63$ ) e riferiti ai costi di partecipazione al mercato (L9 = 3,43;  $CV = 0,60$ ), mentre per quanto riguarda CA possiamo dire che gli investimenti infrastrutturali e il sistema di quote proporzionato ai ricavi riescono a mitigare la percezione di tali barriere (L5 = 2,77;  $CV = 0,69$ ; L9 = 3,00;  $CV = 0,59$ ). Le disposizioni consortili di LC offrono un certo supporto logistico, ma senza le risorse di CA, generando percezioni intermedie sui vincoli di distanza e di costo (L5 = 3,40;  $CV = 0,63$ ; L9 = 2,80;  $CV = 0,56$ ). In generale, si registrano valori elevati di CV per questi item in tutti i mercati, a indicare che i costi diretti (quota di partecipazione) e indiretti (trasporti) incidono in modo differente sui singoli agricoltori. Ciò può essere collegato al diverso grado di soddisfazione economica che ciascun produttore trae dal mercato, in funzione di fattori specifici e diversificati. Analogamente, per quanto riguarda il costo del personale addetto alla vendita (L4), gli agricoltori appartenenti a MT ( $X = 2,57$ ;  $CV = 0,87$ ) e LC ( $X = 2,72$ ;  $CV = 0,72$ )

percepiscono una limitazione leggermente superiore rispetto a quelli di CA ( $X = 1,92$ ;  $CV = 0,81$ ).

Nel complesso, questi risultati mostrano che una governance di tipo bottom-up favorisce coesione etica e partecipazione, ma accentua le limitazioni di natura procedurale e spaziale, mentre i modelli top-down riducono le barriere operative a scapito della profondità partecipativa. Il modello ibrido di LC rappresenta un compromesso parziale tra tali trade-off, ma può mancare dell'efficacia piena di entrambi gli approcci puri.

## ***4.9 Considerazioni sui risultati emersi***

I risultati del caso studio rivelano una marcata omogeneità, per un ampio numero di item, nelle percezioni degli agricoltori che partecipano ai mercati contadini delle tre organizzazioni analizzate, CA, LC e MT, un fenomeno riconducibile principalmente al contesto territoriale condiviso. La provincia di Parma, infatti, è caratterizzata da una consolidata cultura associativa e da una fitta rete di istituzioni intermedie, analogamente al più ampio contesto dell'Emilia-Romagna, che da tempo favorisce la fiducia reciproca, riduce i costi di transazione e contribuisce all'allineamento delle pratiche agricole (Arrighetti e Seravalli, 1999).

Tali risultati sono coerenti con la letteratura esistente e riflettono i principi sanciti nei codici etici di ciascuna organizzazione, mostrando un'armonica convergenza di aspettative e valutazioni sui principali driver dei mercati contadini, in particolare l'educazione del consumatore, la qualità dei prodotti e la redditività (European Commission. Joint Research Centre. Institute for Prospective Technological Studies., 2013a; Renting et al., 2003). Inoltre, essi evidenziano un impegno condiviso verso la valorizzazione del patrimonio locale e la trasparenza lungo l'intera filiera, in linea con quanto stabilito nei rispettivi regolamenti interni.

Per quanto riguarda l'area sociale si può evidenziare ad esempio che i punteggi di MT risultano spesso superiori a quelli di CA e LC, sottolineando una coerenza tra le finalità dell'organizzazione e le aspettative e i valori degli agricoltori. Questo dato riflette l'efficacia del sistema SPG utilizzato da MT nell'istituzionalizzare pratiche di autocertificazione collettiva e di decisione democratica.

Questo approccio bottom-up è in linea con quanto sostenuto da (Marsden et al., 2000), secondo cui le strutture partecipative incorporano più profondamente l'etica della sostenibilità, e con la teoria di Simon (Scott & Richardson, 2021), che riconosce nella partecipazione attiva dei membri un rafforzamento dei valori organizzativi. Al contrario, la configurazione di CA, orientata a obiettivi di efficienza commerciale, mostra punteggi inferiori per i fattori sociali che riflettono la graduale erosione delle originarie finalità sociali a favore di una maggiore orientazione al mercato (Brunori et al., 2010; J. D. Rossi et al., 2017). Il modello ibrido consortile di LC, che integra meccanismi formali e un approccio partecipativo,

si colloca in una posizione intermedia tra gli altri due.

Per quanto riguarda la dimensione economica, gli agricoltori di MT riportano il peso burocratico più elevato, confermando il paradosso evidenziato da Kneafsey et al. (2013): le filiere alimentari corte, pur consentendo una maggiore cattura del valore, impongono al contempo costi di transazione più alti in assenza di un supporto amministrativo centralizzato. La presenza di un ufficio tecnico dedicato e di personale specializzato di Coldiretti in CA contribuisce a ridurre tali oneri, coerentemente con l'assunto di Parsons (Scott & Richardson, 2021), secondo cui le strutture organizzative formali riducono l'incertezza e i rischi per i membri che fanno parte di una organizzazione. In questo contesto LC si posiziona in maniera intermedia. Questo può suggerire una governance "ibrida" possa in parte alleviare la complessità procedurale senza tuttavia replicare appieno l'efficienza amministrativa di un sistema centralizzato.

Nella dimensione di marketing, i rigorosi protocolli ecologici e la limitata disponibilità di posteggi e varietà di offerta in MT determinano le percezioni più elevate di vincoli nella gestione dell'offerta dei mercati. Inoltre, l'omogeneità dell'offerta tra gli agricoltori di MT accentua la concorrenza interna, evidenziando il trade-off tra integrità ecologica e efficienza gestionale (A. Rossi et al., 2008). Al contrario, CA sfrutta protocolli di iscrizione standardizzati e una rete territoriale estesa per ridurre tali barriere, in linea con quanto rilevato da Feagan e Morris (2009) sui benefici della scala, mentre i risultati intermedi di LC mostrano il potenziale delle istituzioni intermedie nel bilanciare i criteri ecologici con la flessibilità operativa (Arrighetti & Seravalli, 1999). Anche l'autonomia sui prezzi e l'orientamento verso prodotti ad alto valore aggiunto variano in funzione della governance: le narrazioni etiche di MT e la reputazione del marchio di CA favoriscono strategie di prezzo premium (O'Kane & Wijaya, 2015; Renting et al., 2003), mentre i punteggi più bassi di LC indicano un margine di sviluppo nelle strategie di marketing e nelle attività promozionali.

Queste divergenze complessivamente evidenziano che la struttura organizzativa e l'orientamento strategico, dal modello partecipativo, a quello ibrido, fino a quello gerarchico, svolgono un ruolo determinante nel plasmare le motivazioni sociali, le percezioni dei costi e i comportamenti di mercato degli agricoltori all'interno dei mercati contadini. Riconoscere tali differenze nelle dinamiche organizzative potrebbe essere utile per consentire di progettare e proporre modelli di governance capaci di valorizzare l'identità collettiva riducendo al contempo i vincoli operativi che ne conseguono.

In conclusione, questa sezione della tesi contribuisce a una comprensione più approfondita dei fattori trainanti e limitanti che influenzano la partecipazione degli agricoltori ai mercati contadini, con una particolare attenzione al ruolo delle organizzazioni che promuovono e gestiscono tali attività.

L'analisi ha evidenziato come i tre mercati esaminati possano essere considerati prototipi di differenti

modelli organizzativi. In particolare, MT e CA rappresentano due estremi: il primo con una forte connotazione sociale (*social-oriented*), il secondo con una marcata orientazione al mercato (*market-oriented*). Il modello LC, invece, si configura come una forma intermedia e più moderata (*ibrida*), che condivide alcune criticità con MT a causa della similarità del modello organizzativo, ma beneficia al tempo stesso di un approccio più vicino alle logiche di mercato.

I risultati, derivanti dalle percezioni degli agricoltori in merito a fattori comuni e condivisi legati alla partecipazione ai mercati contadini, si dimostrano coerenti con le scelte di governance adottate dalle tre organizzazioni analizzate. Tali evidenze sottolineano la capacità delle organizzazioni intermedie di catalizzare gli stakeholder, in questo caso gli agricoltori, attorno a un sistema di valori e strategie condivisi (Rossi et al., 2008; Scott & Richardson, 2021). Emerge dunque il ruolo centrale delle organizzazioni nel determinare il posizionamento strategico dei mercati contadini e nel plasmare le percezioni degli agricoltori, sia in termini di driver che di vincoli, configurandosi come elementi identitari in grado di orientare concretamente le scelte e le dinamiche di mercato.

In linea con quanto sostenuto da Rossi et al. (2008), secondo cui all'aumentare dell'efficienza economica si verifica una progressiva perdita dei valori ecologici, politici ed etici, anche l'analisi condotta in questo studio mostra come, in un contesto di libero e volontario associazionismo, maggiore è l'orientamento del mercato contadino verso valori etici, solidali ed ecologici, maggiori risultano le difficoltà in termini di efficienza economica ed efficacia delle strategie di marketing.

Le evidenze emerse offrono spunti di riflessione rilevanti per i decisori politici. Nel più ampio panorama delle filiere corte agroalimentari, i mercati contadini emergono come strumenti efficaci di connessione e integrazione tra dimensione rurale e urbana, generatori di effetti positivi non solo per gli agricoltori, ma anche per i consumatori, che mediante tali canali riescono in prima persona a favorire dello scambio di conoscenze che si genera all'interno di queste forme innovative di filiere alimentari. Allo stesso tempo, i mercati contadini promuovono un impegno concreto verso la sostenibilità e l'agroecologia, che in alcuni casi diviene anche criterio di selezione, con l'obiettivo di offrire ai consumatori alimenti sani e rispettosi dell'ambiente.

Tutti questi elementi collocano i mercati contadini in una posizione di forte coerenza con gli obiettivi strategici del Green Deal europeo e, in particolare, con la strategia "Farm to Fork", volta a favorire la transizione verso sistemi alimentari sostenibili lungo l'intera filiera, dalla produzione alla trasformazione, distribuzione e consumo, nonché alla prevenzione degli sprechi alimentari (Sonnino et al., 2020). Il caso di Parma testimonia, da un lato, la crescente attenzione di alcune organizzazioni verso tali obiettivi, e dall'altro, il concreto impegno di numerosi agricoltori nel perseguire un percorso di transizione ecologica e sostenibile, sostenuto dall'azione delle organizzazioni di cui fanno parte.

Un tale supporto, come sottolineato da Dervillé e Wallet (2014), riguarda diversi aspetti. In primo luogo, quello normativo, ad esempio attraverso l'introduzione di sistemi di certificazione partecipativi e collettivi in grado di definire standard minimi di qualità (Dervillé & Wallet, 2014). Un esempio significativo è rappresentato dal SPG, che tuttavia soffre della mancanza di riconoscimento politico (Cuéllar-Padilla et al., 2022). In secondo luogo, sostegni di natura finanziaria potrebbero permettere alle organizzazioni intermedie di promuovere programmi di formazione e divulgazione finalizzati a consolidare i processi di sensibilizzazione già avviati.

## Capitolo 5

### *L'impatto economico locale delle filiere alimentari corte: il modello LM3 e il caso il MercaTiAmo*

In questa sezione del progetto di ricerca si approfondisce la dimensione economica locale delle filiere alimentari corte, con l'obiettivo di valutare il contributo concreto che tali filiere generano nei territori in cui operano. Le filiere agroalimentari convenzionali presentano infatti diversi limiti, tra cui l'incertezza economica che colpisce in particolare i piccoli produttori, il deterioramento ambientale e la disconnessione sociale tra produttori e consumatori (Tsoulfas et al., 2023). La letteratura pone una crescente attenzione al concetto di innovazione sociale, inteso come approccio teorico e operativo volto a sviluppare modelli alternativi di produzione, distribuzione e consumo (Bock, 2012; Cattivelli & Rusciano, 2020). Tra le principali forme di innovazione sociale dal basso, le filiere alimentari corte rappresentano un meccanismo attraverso il quale è possibile riconnettere produttori e consumatori (Filippini et al., 2023; Renting et al., 2003). Le filiere alimentari corte possono essere considerate strumenti per “ri-socializzare” e “ri-spazializzare” il cibo (Bayir et al., 2022), in quanto riducono la distanza fisica e organizzativa tra i diversi attori della filiera. Secondo Michel-Villarreal et al. (2021), esse costituiscono reti di attori interconnessi ma indipendenti che collaborano per gestire, regolare e migliorare il flusso di prodotti, servizi e risorse lungo la catena del valore, minimizzando il numero di intermediari e mantenendo il valore economico il più possibile nel territorio locale.

Le filiere alimentari corte producono impatti positivi in molteplici ambiti, ambientale, culturale, di governance e soprattutto economico, nei contesti in cui sono radicate (Renting et al., 2012; Wang et al., 2022). Dal punto di vista ambientale, contribuiscono a ridurre il consumo energetico, l'impronta di carbonio e l'inquinamento, migliorando la biodiversità (McClenachan et al., 2014). Sul piano culturale e di governance, rafforzano il senso di comunità, la trasmissione intergenerazionale di conoscenze e la partecipazione dei cittadini al sistema alimentare locale (Giampietri et al., 2018; Sage, 2003).

La dimensione economica riveste tuttavia un ruolo cruciale per la sostenibilità complessiva delle filiere alimentari corte. Attraverso la disintermediazione, i produttori possono recuperare una quota maggiore del valore generato lungo la filiera, stabilizzare i prezzi e incrementare i margini di redditività (Bui et al., 2021; Wang et al., 2022). Esiste tuttavia una criticità sulla reale scalabilità di tali modelli, poiché questi richiedono investimenti rilevanti in manodopera e infrastrutture (Aouinait et al., 2022), e la reale redditività economica delle filiere alimentari corte resta talvolta oggetto di dibattito (Charatsari et al.,

2018; Chiaverina et al., 2023).

La letteratura recente, nonostante tali criticità, evidenzia come le filiere alimentari corte generino effetti moltiplicativi positivi sull'economia locale, contribuendo allo sviluppo territoriale e alla mobilitazione delle risorse endogene (Kłoczko-Gajewska et al., 2024; Mikulić et al., 2023). In tal senso le filiere alimentari corte non solo rappresentano un modello economico alternativo, ma anche uno strumento di sviluppo locale. Tali filiere mostrano la capacità di trattenere valore economico nei luoghi di produzione e di rafforzare la resilienza delle economie rurali (Renting et al., 2012).

Tra gli strumenti proposti per misurare l'impatto economico delle filiere alimentari corte sul territorio, il Local Multiplier 3 (LM3) è particolarmente utile per stimare il valore che rimane e circola all'interno dell'economia locale di una determinata area territoriale. Vari studi come quello condotto a Parma da Filippini et al. (2023), hanno dimostrato che le aziende agricole con volumi di vendita minori tendono a generare impatti economici locali superiori, suggerendo che la struttura della spesa e la localizzazione dei fornitori influenzano in modo sostanziale la capacità moltiplicativa delle attività di filiera alimentare corta.

In continuità con le analisi condotte nei capitoli precedenti della tesi, in questa sezione si intendono approfondire gli impatti economici locali delle filiere alimentari corte attraverso lo studio del caso MercaTiAmo, progetto promosso dall'Associazione Parma Sostenibile. L'obiettivo dell'analisi è quello di quantificare l'effetto moltiplicatore locale (LM3) generato dalle aziende agricole coinvolte all'interno del progetto MercaTiAmo. In questo modo è possibile comprendere quanto le attività di filiera corta possano contribuire al mantenimento e alla crescita dell'economia territoriale.

La rilevanza di questa analisi risiede nella possibilità di fornire evidenze empiriche a supporto delle politiche di sviluppo locale e delle strategie di rafforzamento e promozione delle filiere alimentari corte. In tal modo, la presente sezione della tesi intende contribuire al percorso complessivo della ricerca offrendo un'ulteriore prospettiva sul ruolo economico delle filiere alimentari corte e sul loro potenziale di generare valore diffuso a livello locale.

## ***5.1 Il concetto di moltiplicatore locale (Local Multiplier 3)***

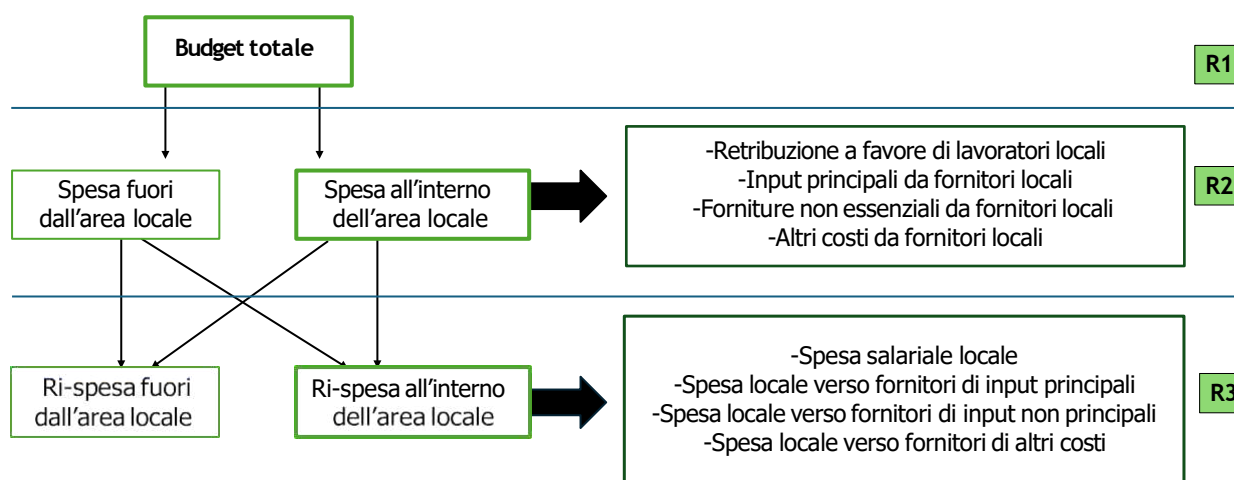
Nel corso degli anni, la letteratura ha sviluppato diversi modelli per analizzare i flussi economici delle imprese e dei settori produttivi. Tuttavia, solo pochi studi si sono concentrati sull'analisi delle economie locali e, in particolare, sulle relazioni economiche che caratterizzano il settore agroalimentare (Donati et al., 2021; Filippini et al., 2023). Il concetto di moltiplicatore locale nasce proprio per colmare questa lacuna, fornendo un quadro analitico

utile a comprendere l'impatto economico generato dal denaro speso e ri-speso all'interno di un'economia territoriale. Originariamente impiegato in ambito macroeconomico per valutare l'effetto della spesa pubblica sull'economia aggregata (Keynes, 1936), il moltiplicatore è stato successivamente adattato al livello microeconomico, con l'obiettivo di misurare l'impatto della spesa di imprese e organizzazioni sull'economia locale e sulla loro capacità di generare e trattenere ricchezza nel territorio (Roca et al., 2024). Derivato dal modello keynesiano, il moltiplicatore locale consente di stimare la variazione proporzionale della crescita economica determinata da un aumento o da una riduzione della spesa, permettendo di quantificare la ricaduta economica di una determinata iniziativa (Kłoczko-Gajewska et al., 2024).

Il Local Multiplier 3 (LM3) viene sviluppato dalla New Economics Foundation (NEF) e successivamente perfezionato nella versione digitale dalla Impact Measurement Ltd. (2021). Questo strumento viene riconosciuto come uno dei più efficaci per misurare e monitorare gli impatti economici delle reti alimentari corte. Il modello LM3 è stato utilizzato in diversi ambiti applicativi: dal caso del Comune di Barcellona, dove ha permesso di valutare gli effetti moltiplicativi della spesa pubblica in euro e in valute complementari (Roca et al., 2024), agli studi sulle filiere alimentari corte in cinque Paesi europei (Filippini et al., 2023; Kłoczko-Gajewska et al., 2024), fino alle analisi relative alla distribuzione online di prodotti locali nel mercato di Harborough (Mitchell & Lemon, 2019). Tale metodologia è stata applicata anche per misurare l'impronta economica dei servizi pubblici locali, ciò dimostra la sua versatilità di applicazione per la valutazione degli impatti territoriali riferiti a diversi settori economici (Roca et al., 2024).

Come osservato da Roca et al. (2024), il metodo LM3 calcola il rapporto tra l'output economico generato dai cicli successivi di spesa e l'importo iniziale investito, articolando l'analisi in tre fasi o "round" di spesa successiva. In ciascuna fase, viene misurata la quota di spesa che rimane all'interno dell'area locale rispetto a quella che fuoriesce, consentendo di monitorare la circolazione del valore economico nel territorio e la capacità di ritenzione della ricchezza.

Figura 8- Modello Moltiplicatore Locale- Elaborazione dell'autore



Il primo round (R1) corrisponde ai ricavi iniziali dell'impresa o dell'azienda agricola, che costituiscono la base finanziaria del calcolo. Il secondo round (R2) comprende le spese sostenute a livello locale, distinguendo tra costi per il personale e pagamenti ai fornitori, sia locali che esterni. Questa fase è fondamentale per comprendere in che misura le risorse economiche vengano allocate all'interno del contesto territoriale. Infine, il terzo round (R3) analizza il denaro speso localmente dai lavoratori e dai fornitori, stimando come il reddito da essi percepito venga redistribuito o speso all'interno o al di fuori dell'area considerata. Il valore complessivo del LM3 è determinato da una formula che aggrega i tre round di spesa, fornendo un indicatore sintetico dell'impatto economico complessivo sul territorio.

Il valore LM3 può rappresentare quindi un indicatore cruciale per la stima dell'effetto moltiplicatore locale. Un valore pari a 1 indica che l'intero reddito generato è stato speso al di fuori dell'area locale, mentre un valore pari a 3 segnala che tutto il denaro speso nelle tre fasi è rimasto nel territorio (Sacks, 2002). Di conseguenza, valori più elevati di LM3 sono considerati positivi, in quanto esprimono una maggiore capacità dell'economia locale di trattenere e rigenerare ricchezza. A differenza di altri strumenti di misurazione, il modello LM3 si distingue per la sua attenzione alla dimensione territoriale e per la capacità di fornire una stima diretta dell'impatto economico locale. Questa caratteristica lo rende particolarmente adatto allo studio delle filiere alimentari corte, proprio perché questo strumento consente di quantificare in modo oggettivo quanto valore economico rimanga effettivamente nel territorio di riferimento. Inoltre, il metodo permette di individuare le categorie di spesa più rilevanti per la circolazione della ricchezza e, di conseguenza, di orientare strategie mirate a rafforzare la sostenibilità economica dei sistemi locali (Filippini et al., 2023).

## ***5.2 Applicazione del modello LM3 sulle filiere alimentari corte (Il progetto MercaTiAmo a Parma)***

Questa sezione illustra i metodi e le procedure adottate per determinare il Local Multiplier 3 (LM3), al fine di valutare l'impatto economico locale generato dai produttori agricoli appartenenti al progetto *MercaTiAmo* all'interno dell'area in cui operano. L'analisi è stata condotta attraverso un approccio di tipo qualitativo-quantitativo, basato su uno studio di caso.

La presente analisi si colloca in continuità con precedenti ricerche che hanno valutato l'impatto economico del progetto *MercaTiAmo*, un'attività di filiera alimentare corta, sull'economia locale (Filippini et al., 2023). In questa fase, lo studio mira ad approfondire la capacità del progetto di generare valore economico nel territorio, migliorando la partecipazione dei produttori locali e l'efficacia del processo di raccolta dati. A tal fine, è stata impiegata la versione online della metodologia LM3, sviluppata da

Impact Measurement Ltd. (2021), che consente un'elaborazione più efficiente dei dati e una maggiore accuratezza nell'inserimento delle informazioni economiche.

Il progetto *MercaTiAmo* nasce nel 2015 su iniziativa dell'Associazione di Promozione Sociale Parma Sostenibile, in Emilia-Romagna. L'iniziativa ha avuto origine come un evento locale promosso da un gruppo di consumatori e attivisti con l'obiettivo di accorciare e rafforzare il legame tra domanda e offerta di prodotti agroalimentari sostenibili. Nel corso del tempo, l'iniziativa si è evoluta in un mercato settimanale al coperto, consolidandosi progressivamente fino a costituirsi come associazione formalmente riconosciuta.

L'associazione si fonda sui principi dell'agroecologia e della sovranità alimentare. In quanto iniziativa di innovazione sociale, i produttori e i consumatori che partecipano a *MercaTiAmo* aderiscono al Sistema di Partecipazione Garantita (SPG), promosso dal Distretto di Economia Solidale di Parma e dai Gruppi di Acquisto Solidale. Tale sistema di certificazione promuove fiducia reciproca e trasparenza, inoltre garantisce il rispetto di principi condivisi di equità, solidarietà, tutela ambientale e legame con la comunità locale. Attualmente, l'associazione Parma Sostenibile riunisce all'interno del progetto *MercaTiAmo* circa trenta aziende agricole di piccole dimensioni e a conduzione familiare, oltre che un gruppo di consumatori attivi. Sono ben tre i mercati contadini che vengono organizzati e gestiti dal progetto *MercaTiAmo*.

### ***5.3 Richiamo metodologico***

Nel mese di ottobre 2024 sono stati raccolti dati primari tramite interviste semi-strutturate a quattordici produttori del progetto *MercaTiAmo*. La dimensione del campione è stata determinata dalla disponibilità dei partecipanti e dalla loro capacità di fornire dati economici completi e verificabili. Alcuni agricoltori sono stati esclusi a causa delle ridotte dimensioni produttive o del basso fatturato annuo. Prima dell'avvio dell'indagine, i partecipanti sono stati informati sugli obiettivi dello studio dal referente dell'associazione.

Il questionario di rilevazione è stato costruito sulla base di una revisione della letteratura e di un'analisi documentale della piattaforma LM3. Questo è stato strutturato in tre sezioni principali. La prima parte illustrava gli obiettivi e il contesto della ricerca, le motivazioni della selezione del caso di studio, l'impatto atteso e le informazioni generali sul progetto e sull'ente di riferimento. La seconda parte raccoglieva informazioni di carattere generale sulle aziende, come denominazione, dati sociodemografici, certificazioni, tipologia di filiera, metodo di produzione e superficie agricola utilizzabile. La terza parte, infine, era dedicata agli aspetti economici di ciascuna impresa inclusa nel progetto e comprendeva domande relative al fatturato 2023, alla struttura occupazionale, alla struttura dei fornitori di input e alle principali voci di spesa sostenute dalle aziende agricole.

I dati raccolti durante questa fase sono stati verificati per assicurarne la coerenza. In caso di risposte incomplete, è stato possibile contattare direttamente i produttori per ottenere chiarimenti o integrazioni sulle informazioni fornite. I dati validati sono stati poi inseriti e analizzati mediante l'applicativo online del modello LM3 sviluppato da Impact Measurement Ltd. (2021).

Il primo passaggio dell'analisi ha previsto la definizione del nome del progetto e della zona di riferimento, identificata in questo caso nella provincia di Parma. Lo strumento consente l'inserimento dell'indirizzo di ciascuna azienda con l'aggiornamento automatico della mappatura e della posizione delle stese all'interno dell'area locale o all'esterno. All'interno del sistema sono stati inseriti i dati relativi al fatturato aziendale e alle principali voci di spesa sostenute dalle aziende, comprese le spese per il personale, per i fornitori e per altri costi diretti. Per quanto riguarda l'inserimento dei dati sui fornitori è stato utilizzato un file Excel preimpostato, il quale richiedeva informazioni sui costi sostenuti dalle aziende agricole verso i fornitori stessi. Ottenute tutte le informazioni, e successivamente all'inserimento di queste all'interno del file è stato possibile caricare quest'ultimo sulla piattaforma e i dati sono stati automaticamente aggiornati per ciascuna azienda.

In questa fase della ricerca, lo studio ha permesso di rispondere alla terza domanda di ricerca (RQ3i) del progetto, ovvero determinare l'effetto moltiplicatore locale del progetto MercaTiAmo sull'economia del territorio di Parma. La presente sezione è articolata in tre parti. Nella prima viene illustrata la composizione e le principali caratteristiche del campione analizzato; nella seconda si descrivono gli aspetti relativi alla partecipazione delle aziende agricole ai mercati locali; infine, nella terza parte vengono presentati e discussi i valori LM3 calcolati per ciascuna azienda e il loro impatto complessivo sull'economia locale

## ***5.4 Analisi dei risultati emersi***

In questa fase della ricerca, lo studio ha permesso di rispondere alla terza domanda di ricerca (RQ3i) del progetto, ovvero determinare l'effetto moltiplicatore locale del progetto MercaTiAmo sull'economia del territorio di Parma. La presente sezione è articolata in tre parti. Nella prima viene illustrata la composizione e le principali caratteristiche del campione analizzato; nella seconda si descrivono gli aspetti relativi alla partecipazione delle aziende agricole ai mercati locali; infine, nella terza parte vengono presentati e discussi i valori LM3 calcolati per ciascuna azienda e il loro impatto complessivo sull'economia locale.

### ***5.4.1 Caratteristiche del campione***

La *Tabella 11* presenta una panoramica del campione analizzato, definito sulla base di specifici criteri di identificazione delle aziende agricole di piccola scala, quali dimensione fondiaria, disponibilità di manodopera e dimensione economica. (Bizikova et al., 2020).

Dall'analisi dei dati emerge che tutte le aziende del campione commercializzano i propri prodotti, e nessuna di esse produce esclusivamente per l'autoconsumo. Con riferimento alla struttura del lavoro, circa il 72% delle aziende (F1, F2, F3, F5, F7, F8, F10, F12, F13 e F14) si basa interamente su manodopera familiare; il 7% (F6) impiega esclusivamente lavoratori non familiari, mentre il restante 21% (F4, F9 e F11) adotta una combinazione di lavoro familiare e non familiare. Le aziende F9, F6, F11, F4, presentano dimensioni economiche relativamente maggiori rispetto alle altre imprese del campione.

Dal punto di vista della Superficie Agricola Utilizzata (SAU), circa il 36% delle aziende (F1, F8, F14 e F5) dispone di una superficie di circa 5 ettari, configurandosi come realtà agricole di piccola scala, secondo la definizione proposta da Eurostat (2018, p.2).

**Tabella 11** - Informazioni delle aziende agricole incluse nell'analisi: Tipologia di produzione; Livello di educazione del proprietario; Principali prodotti venduti; Età degli intervistati; Sesso degli intervistati, Certificazioni; SAU; % di Lavoratori familiari; Dimensione economica (Turnover/anno) - Elaborazione dell'autore

<b>Id</b>	<b>Produzione</b>	<b>Educazione</b>	<b>Prodotti venduti</b>	<b>Età</b>	<b>Sesso</b>	<b>Cert.</b>	<b>SAU</b>	<b>Lav. (FL%)</b>	<b>Turnover (€)</b>
F1	Apiario	LM	Miele e prodotti a base di miele	55	M	SPG	1	100	30.000
F2	Praterie permanenti	LT	Tartufo	29	M	SPG	13	100	7.000
F3	Cereali	LM	Cereali e prodotti a base di cereali	46	F	SPG & BIOLOGICO	12	100	30.000
F4	Orticoltura	LT	Frutta e/o verdura fresca e/o processata	32	M	SPG & BIOLOGICO	13,5	33,33	180.000
F5	Orticoltura	S	Frutta e/o verdura fresca e/o processata	40	F	SPG	5	100	8.575
F6	Orticoltura	LM	Frutta e/o verdura fresca e/o processata	54	F	SPG & BIOLOGICO	0,23	0	274.000
F7	Allevamento	S	Latte e/o latticini	39	F	SPG & BIOLOGICO	40	100	35.000
F8	Orticoltura	LT	Frutta e/o verdura fresca e/o processata	58	M	SPG & BIOLOGICO	2,5	100	35.000
F9	Allevamento (Latte)	LT	Latte e/o latticini	67	M	BIOLOGICO	300	50	1.500.000

F10	Allevamento (Latte)	S	Latte e/o latticini	42	M	SPG	21	100	69.000
F11	Cereals	LM	Cereali e prodotti a base di cereali	32	M	SPG & BIOLOGICO	29	50	230.750
F12	Orticoltura	LT	Frutta e/o verdura fresca e/o proces- sata	28	M	SPG	6	100	70.000
F13	Allevamento	LT	Carne e/o salumi	43	F	SPG & BIOLOGICO	78	100	69.857
F14	Orticoltura	D	Frutta e/o verdura fresca e/o proces- sata	40	M	SPG & BI- OLOGICO	2,5	100	25.118

È interessante notare che l'azienda F6, pur operando su una superficie limitata, mostra una dimensione economica superiore rispetto alle altre imprese di pari estensione, in quanto svolge prevalentemente attività di intermediazione commerciale acquistando e rivendendo prodotti ortofrutticoli biologici provenienti da altri agricoltori. Per questo motivo, F6 non può essere considerata un'azienda agricola di piccola scala in senso stretto, ma piuttosto un fornitore di servizi a supporto di altri produttori. Inoltre, la stessa azienda è impegnata in attività di agricoltura sociale, offrendo opportunità lavorative a persone svantaggiate.

Le restanti aziende (F12, F2, F3, F4, F7, F9, F10, F11 e F13) presentano una SAU superiore ai 5 ettari, rientrando quindi in una categoria produttiva di dimensioni leggermente maggiori, pur mantenendo le caratteristiche tipiche delle aziende familiari di piccola scala che operano in contesti di filiera corta.

La Superficie Agricola Utilizzata (SAU) media delle aziende analizzate è di circa 37 ettari. Le imprese con estensioni maggiori (F7, F9, F10 e F13) sono prevalentemente impegnate nella produzione zootecnica, mentre quelle con superfici più ridotte si concentrano principalmente sulla produzione orticola e frutticola. Per le aziende dedite all'allevamento, una parte consistente dei terreni è destinata a prati permanenti o pascoli per l'alimentazione del bestiame.

L'età media dei partecipanti è pari a 43 anni, e il 64% dei produttori ha un'età inferiore a tale valore. Questo dato evidenzia una forte presenza di giovani agricoltori all'interno del progetto *MercaTiAmo*, elemento particolarmente significativo nel contesto delle filiere corte e delle pratiche agroecologiche, dove l'innovazione e la continuità generazionale rappresentano fattori chiave per la sostenibilità. Tuttavia, emerge anche una prevalenza di partecipanti di sesso maschile rispetto alle donne.

Dal punto di vista del livello di istruzione, la maggior parte dei produttori possiede un titolo di laurea triennale, indice di una popolazione agricola mediamente più istruita rispetto alla media nazionale del

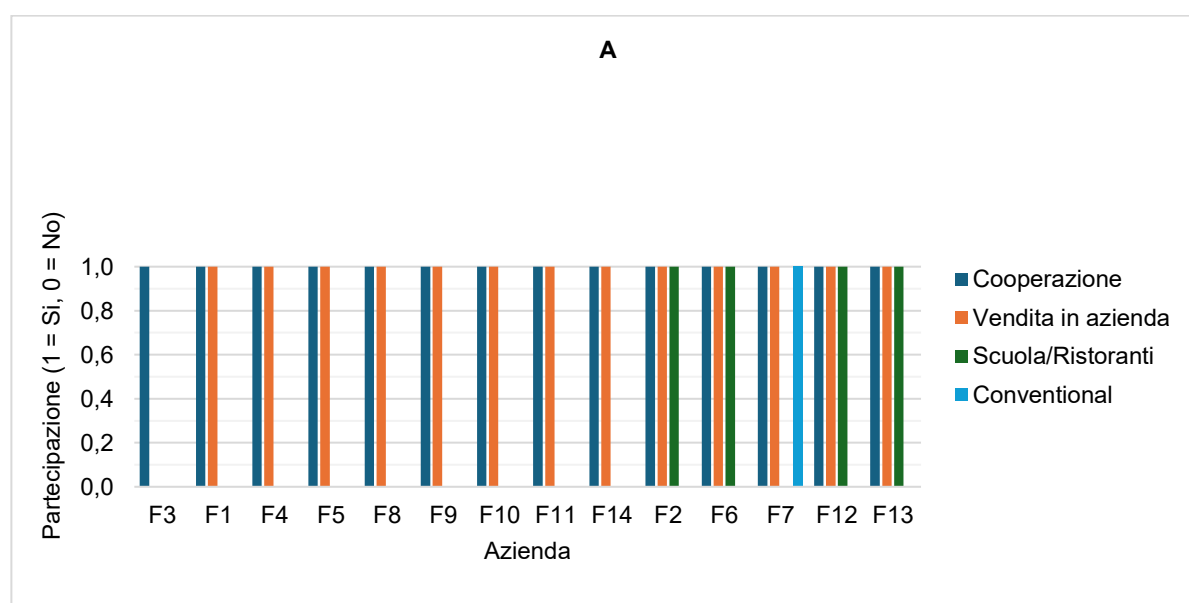
settore. Per quanto riguarda le certificazioni, la quasi totalità delle aziende è in possesso sia della certificazione biologica sia del Sistema di Partecipazione Garantita (PGS), questo dimostra l'impegno concreto dei produttori coinvolti nel progetto verso pratiche di produzione sostenibile e trasparente

Per i produttori coinvolti nel progetto MercaTiAmo, il mercato contadino non rappresenta soltanto un luogo di vendita, ma anche uno spazio di incontro e di scambio, fondamentale per la costruzione di relazioni e per la condivisione di esperienze. Ciò risulta particolarmente rilevante se si considera che la maggior parte degli agricoltori non risiede nel comune di Parma, dove si svolgono i mercati, ma proviene da altri comuni della provincia. Solo un produttore (F11) proviene da fuori provincia, precisamente da Reggio Emilia, a testimonianza della capacità attrattiva del progetto *MercaTiAmo* anche oltre i confini territoriali immediati.

### 5.4.2 Partecipazione al mercato

Il progetto MercaTiAmo non rappresenta l'unico canale di vendita attraverso il quale operano le aziende agricole analizzate. Tutti i produttori partecipano infatti anche ad altre forme di filiere alimentari corte e di Networks Alimentari Alternativi, come altri mercati contadini (in forma di cooperazioni e collaborazioni) e vendite dirette in azienda. Alcuni agricoltori forniscono inoltre i propri prodotti a organizzazioni pubbliche e private, tra cui ristoranti e istituti scolastici, contribuendo così alla diffusione di pratiche di approvvigionamento sostenibile anche al di fuori dei circuiti strettamente legati al consumo domestico.

Figura 9 Partecipazione delle aziende agricole nei diversi canali di mercato alternativi- Elaborazione autore

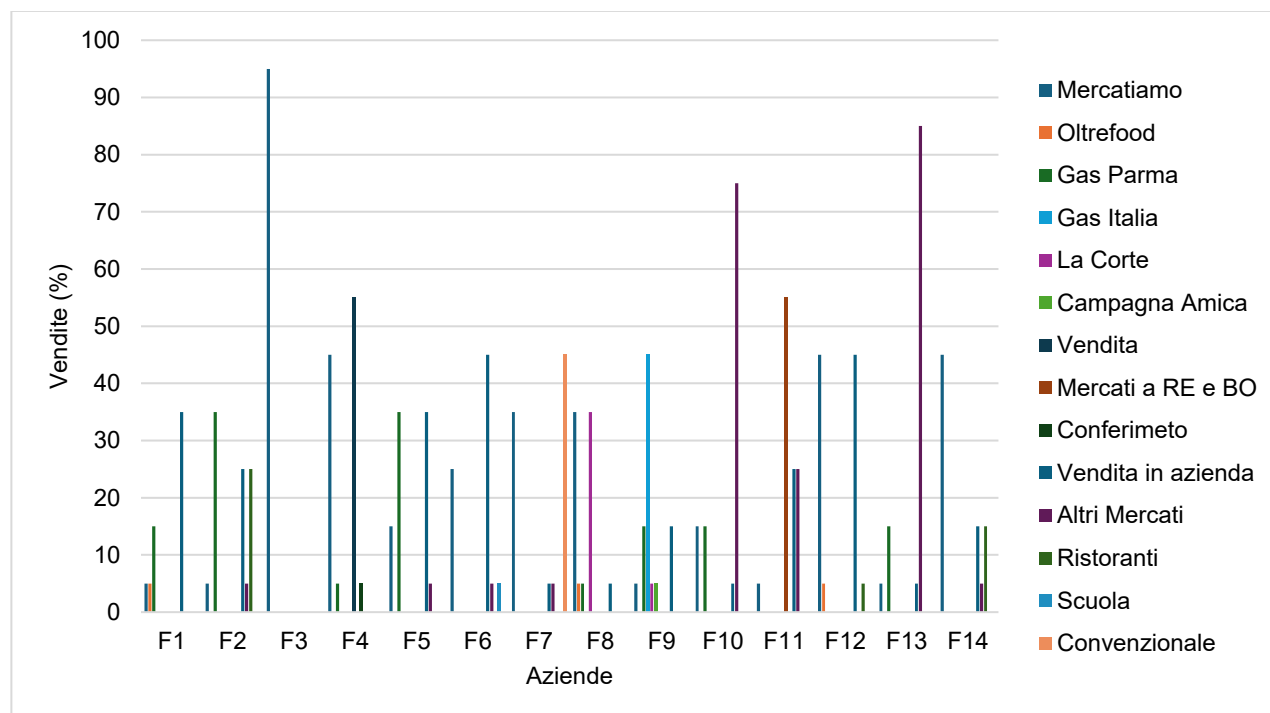


Alcune aziende, come F2, F6, F7, F12 e F13, mostrano un coinvolgimento più costante in una pluralità di canali di mercato, come indicato dai valori più elevati ("1") registrati nelle diverse categorie. Questo

dato suggerisce che tali aziende adottano strategie di commercializzazione più diversificate, capaci di favorire un maggior benessere economico dei produttori e una maggiore stabilità dell'economia locale. Al contrario, aziende come F1, F4, F5, F8, F9, F10, F11 e F14 presentano una partecipazione più selettiva, concentrata principalmente sui canali di cooperazione e sulla vendita diretta in azienda. L'azienda F3 risulta essere l'unica a partecipare esclusivamente a iniziative di cooperazione.

Nel complesso, come si può evincere dalla *Figura 9*, la maggioranza delle aziende evidenzia una forte partecipazione ai canali di cooperazione e alla vendita diretta in azienda, che si configurano come le strategie di commercializzazione più diffuse e predominanti tra i produttori del progetto *MercaTiAmo*. Ciò risulta comprensibile poiché tali canali rappresentano forme attive di partecipazione alle filiere alimentari corte in linea con gli obiettivi di prossimità e sostenibilità che caratterizzano il progetto. La *figura 10* mostra, per ciascuna azienda (F1-F14), la distribuzione percentuale delle vendite per i differenti sui diversi canali di commercializzazione. La proporzione è stata calcolata sul valore delle vendite. Emergono forti differenze tra aziende, con alcuni canali chiaramente dominanti (in particolare vendita diretta, GAS e mercati alternativi), mentre altri risultano marginali o sporadici. Nel complesso, il grafico evidenzia un'elevata eterogeneità delle strategie di vendita e un uso differenziato dei canali su tutto il campione analizzato.

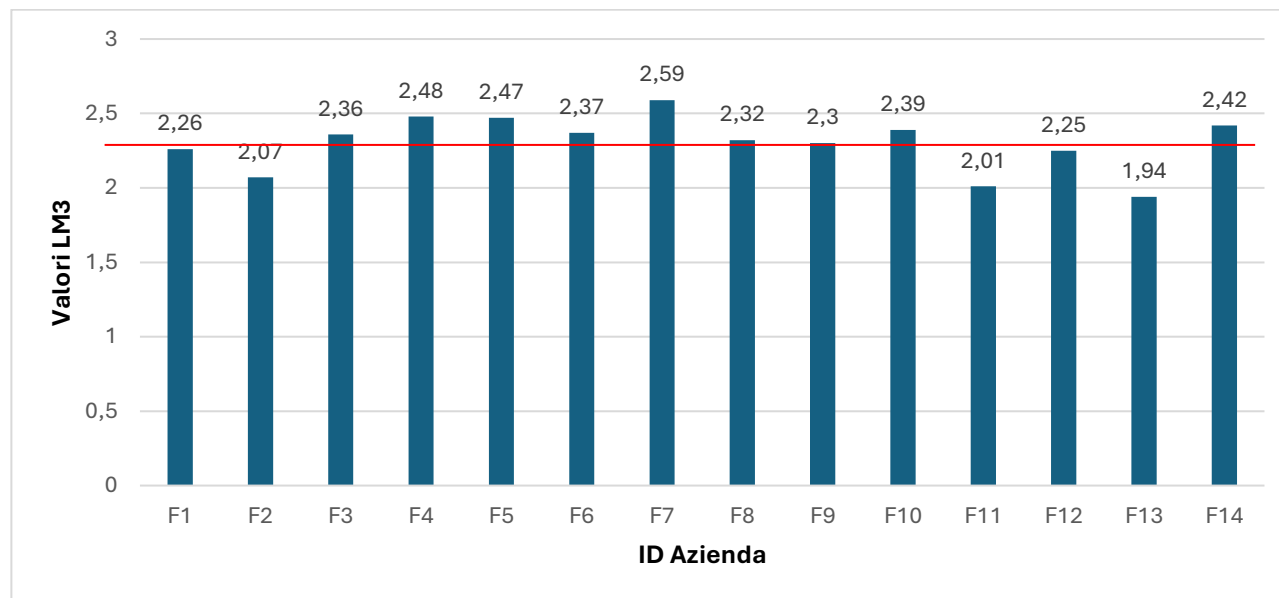
*Figura 10* Proporzione delle vendite delle aziende agricole (nei diversi canali di mercato) - Elaborazione dell'autore



### 5.3 Valori LM3 delle aziende coinvolte nel caso studio e implicazioni per l'economia locale

Questa sezione presenta i risultati relativi all'effetto moltiplicatore locale (LM3) generato da ciascuna azienda agricola sull'economia del territorio.

Figura 11 Valori LM3 per azienda agricola con riferimento alla media- Elaborazione dell'autore



Come illustrato nella *Figura 11*, i valori LM3 calcolati per le diverse aziende (da F1 a F14) evidenziano un valore medio pari a circa 2,3. Ciò significa che, per ogni 1 euro di reddito lordo generato complessivamente dal progetto *MercaTiAmo*, vengono prodotti in media ulteriori 2,30 euro all'interno dell'economia locale.

Questo risultato testimonia la capacità del progetto di attivare un effetto moltiplicatore significativo, contribuendo in modo rilevante alla creazione e alla circolazione di valore economico nel territorio. Tale dinamica conferma il potenziale delle filiere alimentari corte nel rafforzare la resilienza economica locale, attraverso il mantenimento della spesa e del reddito entro il contesto territoriale in cui operano i produttori.

L'analisi dei risultati evidenzia che le aziende F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9, F10 e F14 presentano valori di LM3 pari o superiori alla media complessiva di 2,3.

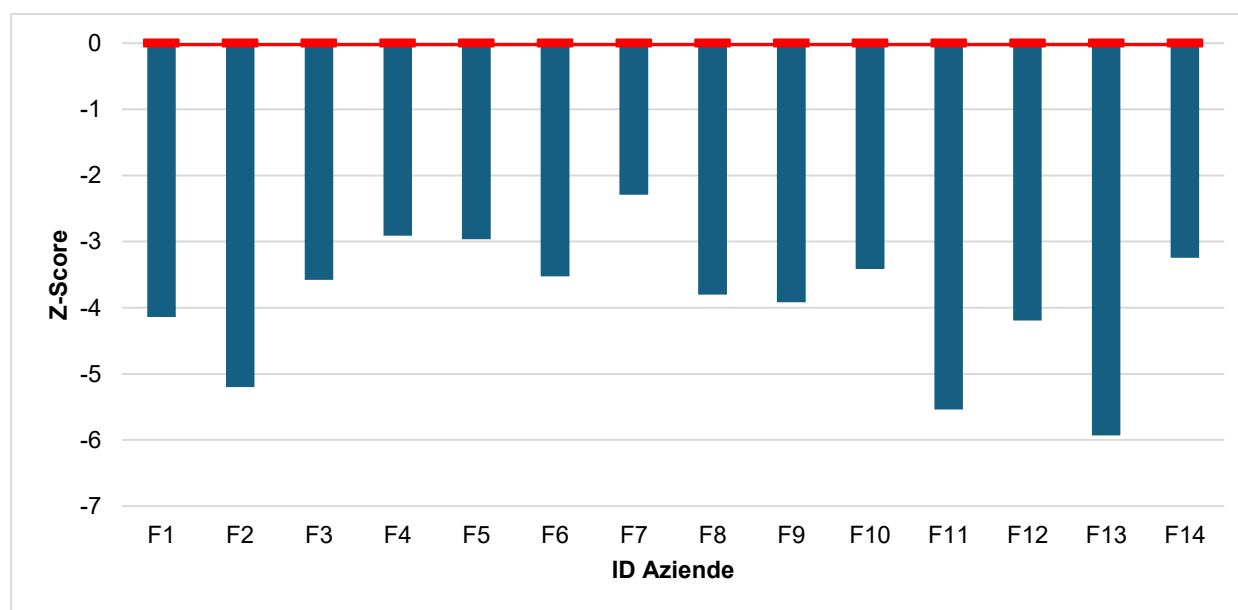
Tra queste, l'azienda F7 si distingue per il valore LM3 più elevato (2,59), superando tutte le altre realtà analizzate. Tale risultato può essere attribuito alla diversificazione dei canali di mercato adottata dall'azienda, che opera non solo all'interno delle filiere alimentari corte, ma anche in contesti di filiere alimentari lunghe. Si tratta, infatti, dell'unica impresa del campione a partecipare simultaneamente a entrambe le tipologie di filiera. Questo elemento è particolarmente interessante se confrontato con

quanto rilevato da Kłoczko-Gajewska et al. (2023), secondo cui l'effetto moltiplicatore locale generato dalle filiere alimentari lunghe può risultare paragonabile o addirittura superiore a quello delle filiere alimentari corte, a seconda del contesto e della struttura delle spese. Al contrario, le aziende F1, F2, F11, F12 e F13 si collocano al di sotto della media.

Questo può evidenziare una minore capacità di generare ricadute economiche locali. In particolare, le imprese F2 (LM3 = 2,07) e F13 (LM3 = 1,94) registrano i valori più bassi del campione, indicando una performance inferiore rispetto alle altre. Le aziende F3, F9 e F8, invece, si posizionano in prossimità della linea di riferimento, con valori LM3 prossimi alla media complessiva, e dunque prestazioni intermedie.

Come ricordato in precedenza, un valore di LM3 pari a 1 indica che l'intero reddito generato è stato speso al di fuori dell'area locale, mentre un valore pari a 3 corrisponde a una situazione ideale, in cui tutta la spesa rimane nel territorio attraverso i tre round di circolazione del denaro.

Figura 12- Confronto dei valori LM3 in relazione al valore target (3) - Elaborazione dell'autore



La Figura 12 rappresenta i punteggi dello Z-score calcolati per i valori di LM3 delle aziende agricole (da F1 a F14). La linea rossa di riferimento, corrispondente a  $Z = 0$ , indica il valore target di LM3 pari a 3.

In nessun caso le aziende analizzate hanno raggiunto o superato tale valore soglia. Le imprese F2 e F13 presentano gli Z-score più negativi (circa -5 o inferiori), evidenziando valori di LM3 significativamente al di sotto dell'obiettivo, e pertanto risultano le più distanti dal valore desiderato.

Le aziende F3, F5, F6, F7, F8, F9 e F10 mostrano invece Z-score più prossimi allo zero. Questo suggerisce che i loro valori di LM3 si avvicinano maggiormente al target, pur non raggiungendolo.

pienamente. L'ampiezza complessiva degli Z-score tra le aziende evidenzia una notevole eterogeneità nelle performance economiche rispetto al valore di riferimento. Le aziende con Z-score inferiori a -4, come F2 e F13, risultano le meno performanti, poiché i loro valori LM3 sono sensibilmente inferiori sia alla media del campione sia al valore obiettivo. Al contrario, le aziende con valori più vicini allo zero, come F5 e F6, evidenziano una capacità relativamente migliore di generare ricadute economiche locali, pur mostrando margini di miglioramento rispetto al livello ottimale di riferimento.

Un'ulteriore analisi è stata condotta al fine di confrontare i valori LM3 di ciascuna azienda in relazione a categoria di prodotto, fatturato economico e superficie agricola utilizzata (SAU), con l'obiettivo di individuare eventuali correlazioni tra caratteristiche aziendali e capacità di generare impatto economico locale.

#### ***5.4.4 Valori LM3 in relazione al fatturato, alla SAU e alla categoria di prodotto***

La *Tabella 13* riporta i dati relativi alle aziende agricole analizzate, includendo il fatturato economico, la Superficie Agricola Utilizzata (SAU), i valori LM3 e le rispettive categorie produttive.

*Tabella 13- Panoramica delle aziende agricole: fatturato, dimensione fondiaria, Valori LM3 e categoria di prodotto- Elaborazione dell'autore*

<b>Azienda</b>	<b>Turnover (€/anno)</b>	<b>Dimensione terreno (SAU, ha)</b>	<b>Valori LM3</b>	<b>Categoria prodotto</b>
F7	35,000	40	2.59	Latte e/o derivati
F4	180,000	13.5	2.48	Frutta e verdura
F5	8,575	5	2.47	Frutta e verdura
F14	25,118	2.5	2.42	Frutta e verdura
F10	69,000	21	2.39	Latte e/o derivati
F6	274,000	0.23	2.37	Frutta e verdura
F3	30,000	12	2.36	Cereali
F8	35,000	2.5	2.32	Frutta e verdura
F9	1,500,000	300	2.30	Latte e/o derivati
F1	30,000	1	2.26	Miele
F12	7000	6	2.25	Frutta e verdura
F2	7000	13	2.07	Tartufi

F11	230,750	29	2.01	Cereali
F13	69,857	78	1.94	Carne

Il valore di LM3 più elevato è pari a 2,59, registrato dall'azienda F7 appartenente alla categoria lattiero-casearia, mentre il valore più basso è di 1,94, associato all'azienda F13, specializzata nella produzione di carne.

L'azienda F9, anch'essa appartenente alla categoria di prodotto latte e/o derivati, presenta sia il fatturato più alto (€1.500.000) sia la superficie agricola più estesa (300 ettari). Questo dato può evidenziare una struttura aziendale di dimensioni e capacità produttiva superiori rispetto al resto del campione. Al contrario, l'azienda F6 (categoria ortofrutta), che funge anche da intermediario per altre aziende agricole, si distingue per un fatturato particolarmente elevato (€274.000) a fronte di una superficie estremamente ridotta (0,23 ettari).

L'azienda F2 (categoria tartufo) registra uno dei fatturati più bassi (€7.000), pur disponendo di una superficie agricola di 13 ettari, il che riflette una scala economica più modesta e una minore intensità produttiva rispetto ad altre realtà del campione.

L'analisi mostra che un maggiore fatturato economico non corrisponde necessariamente a valori più elevati di LM3. Ad esempio, l'azienda F9 (categoria *latte e/o derivati*) registra il fatturato più alto del campione (€1.500.000), ma presenta un valore LM3 di soli 2,30. Al contrario, l'azienda F7, anch'essa facente parte della categoria *latte e/o derivati*, pur con un fatturato moderato (€35.000), ottiene il valore LM3 più elevato dell'intero gruppo (2,59).

Questi risultati contraddicono parzialmente quanto emerso dallo studio di Filippini et al. (2023), secondo cui esisterebbe una correlazione positiva tra fatturato e valore LM3, tale per cui all'aumentare del fatturato aumenterebbe anche la capacità di trattenere valore economico nel territorio.

Lo studio evidenzia inoltre che una maggiore estensione fondiaria non implica necessariamente valori LM3 più elevati, confermando anche in questo caso quanto osservato da Filippini et al. (2023). Ad esempio, l'azienda F9 (300 ettari, *latte e/o derivati*) raggiunge un LM3 di 2,30, mentre F6 (0,23 ettari, *frutta e ortaggi*) presenta un valore più alto, pari a 2,37. Questo suggerisce che le aziende di piccole dimensioni, con una gestione più intensiva e radicata nel territorio, possono conseguire un impatto economico locale relativamente maggiore rispetto alle aziende più grandi. L'elemento chiave che emerge è che, mentre le aziende "*latte e/o derivati*" tendono a operare su scala più ampia, le aziende ortofrutticole risultano più efficienti nell'uso del suolo. Tuttavia, il valore medio di LM3 per la categoria *latte e/o derivati* risulta comunque più alto rispetto a quello registrato per le aziende ortofrutticole, in linea con quanto riscontrato da Donati et al. (2021).

In sintesi, dai risultati preliminari emerge che le categorie di prodotto, il fatturato economico e la Superficie Agricola Utilizzata (SAU) non esercitano un'influenza diretta o evidente sui valori LM3. Ciò suggerisce che altri fattori, quali la tipologia di spesa, la localizzazione dei fornitori o la struttura organizzativa delle aziende, potrebbero incidere maggiormente sulla capacità delle imprese di generare e mantenere ricchezza all'interno del territorio locale.

Tabella 14- Percentuale delle tipologie di costo sul fatturato- Elaborazione dell'autore

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14
% retribuzione sul fatturato	0	0	0	13	0	43	0	0	7	0	6	0	0	0
% costi di input principali sul fatturato	15	86	3	11	15	1	45	13	24	13	4	13	60	32
% costi di input non core sul fatturato	13	43	30	23	58	3	23	0.57	33	22	11	3	17	113
% servizi sul fatturato	25	14	15	16	60	7	17	11	1	15	13	6	23	9
% altri costi	47	0	52	38	0	46	15	75	36	50	66	78	0.37	0

Tabella 15 Analisi della spesa locale- Elaborazione dell'autore

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	FG	F10	F11	F12	F13	F14
% totale stipendi dei residenti nell'area locale	0	0	0	100	0	100	0	0	100	0	100	0	0	0
% costi di input principali spesi all'interno dell'area locale	58	3	100	100	100	34	99	100	15	66	0	51	4	9
% costi di input non core spesi nell'area locale	100	100	100	100	95,0 7	100	100	100	100	100	0	100	15	96
% servizi spesi all'interno dell'area locale	47	100	56	90	100	81	100	95	100	100	0	100	100	65
% altri costi sostenuti nell'area locale	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66

Nella *Tabella 14* e *Tabella 15* vengono riportati i dati sulla percentuale dei costi sul fatturato e sull'analisi della spesa locale delle aziende agricole incluse nell'analisi. Le principali evidenze sui costi di manodopera (*Tabella 18*) mettono in luce alcune tendenze significative. Le aziende che riportano costi di manodopera pari allo 0% (F1, F2, F3, F5, F7, F8, F10, F12, F13 e F14) indicano una dipendenza prevalente dal lavoro familiare oppure dal ricorso a servizi esternalizzati. In questo studio, tuttavia, i costi del lavoro familiare sono classificati tra gli altri costi diretti. Le aziende F6 (43%) e F4 (13%) presentano invece spese salariali rilevanti. Per queste aziende, la manodopera rappresenta una quota significativa dei costi operativi complessivi. È interessante notare come entrambe presentino valori di LM3 relativamente elevati, a conferma di quanto sostenuto da (Kazekami, 2017), secondo cui le aziende caratterizzate da un maggiore afflusso di lavoro tendono a generare effetti moltiplicatori locali più consistenti. Per quanto riguarda i costi degli input principali (core input), l'azienda F2 (86%) registra il valore più alto, indicando una forte dipendenza da input essenziali quali fertilizzanti, sementi, piantine da vivaio e piante micorriziche. Anche le aziende F7 (45%) e F13 (60%) mostrano quote elevate di input principali, legate a sementi, mangimi, farmaci veterinari e materiali per l'imballaggio rivelando modelli produttivi ad alta intensità di input agricoli e con un notevole fabbisogno di investimenti. Al contrario, l'azienda F6 (1%) presenta i costi di core input più bassi dell'intero campione, poiché acquista prodotti ortofrutticoli biologici da altri agricoltori per la rivendita, piuttosto che produrli direttamente. In relazione ai costi per input non essenziali (non-core input), l'azienda F14 (113%) registra valori eccezionalmente alti, in quanto l'impresa opera in perdita, spendendo più del proprio fatturato per l'acquisizione di input. Le aziende F5 (58%) e F9 (33%) mostrano anch'esse costi significativi per input non essenziali, che comprendono spese per energia elettrica, carburante, utenze, materiali amministrativi e servizi di stoccaggio esterno. Le imprese F8 (0,57%) e F6 (3%) evidenziano invece costi marginali per input non essenziali, a conferma di un modello produttivo snello e di una gestione centrata sulle attività principali.

Per quanto concerne i costi di servizio, l'azienda F5 (60%) presenta la quota più elevata, segnalando una forte dipendenza da servizi esternalizzati quali lavorazioni, consulenze e servizi amministrativi. L'azienda F9 (1%), invece, mostra i costi di servizio più bassi, limitati ai soli servizi amministrativi, indice di una maggiore autosufficienza e di una filiera più diretta, con un minore ricorso a supporti esterni.

Infine, per la categoria "altri costi", le aziende F12 (78%) e F11 (66%) registrano valori elevati, riconducibili a spese specifiche, come lavoro familiare, investimenti o attività di diversificazione aziendale. Al contrario, le aziende F2 e F5 riportano valori pari a 0%, segnalando una struttura finanziaria più semplificata e con minori spese accessorie.

Nel complesso, la distribuzione dei costi evidenzia modelli gestionali differenziati: le aziende F6 e F4 concentrano una parte significativa della spesa sui costi di manodopera, mentre altre, come F5 e F9, dipendono maggiormente dai servizi esterni. Le imprese con elevati costi di input principali (F2, F7, F13) mostrano una maggiore focalizzazione sulle attività produttive essenziali, mentre quelle con alti costi non-core (F14, F5) potrebbero riflettere processi di espansione o investimenti in infrastrutture e marketing. In sintesi, emerge che il valore di LM3 è influenzato dalla tipologia di spesa sostenuta dalle aziende: gli investimenti destinati a input locali, siano essi principali, non-core, servizi o altri costi diretti, contribuiscono a rafforzare l'effetto moltiplicatore locale, generando un maggiore impatto economico positivo sul territorio.

## ***5.5 Considerazioni sul potenziale delle filiere alimentari corte per lo sviluppo economico locale***

In conclusione, questa parte della ricerca ha esaminato l'impatto economico delle filiere alimentari corte sul territorio locale, concentrandosi sul caso studio del progetto *MercaTiAmo*, attraverso l'applicazione della metodologia Local Multiplier 3 (LM3).

I risultati mostrano che l'effetto moltiplicatore locale delle aziende analizzate varia da 1,94 a 2,59, con un valore medio pari a 2,3 per l'intero progetto. Ciò significa che, per ogni euro di reddito lordo generato complessivamente dai produttori aderenti a *MercaTiAmo*, vengono attivati in media ulteriori 2,30 euro all'interno dell'economia locale. Tale evidenza conferma la capacità delle filiere corte agroalimentari di trattenere e redistribuire ricchezza nel territorio, contribuendo alla resilienza e alla sostenibilità economica delle comunità rurali.

I risultati ottenuti sottolineano l'importanza di rafforzare i legami con i fornitori locali di input al fine di massimizzare i benefici economici per la comunità e amplificare l'effetto moltiplicatore sul territorio. La metodologia LM3 si dimostra come uno strumento efficace, accessibile e replicabile per l'analisi dell'impatto economico delle filiere alimentari corte e offre una misura tangibile e comparabile degli effetti economici locali generati da tali iniziative. Il suo utilizzo consente ai decisori politici di disporre di un indicatore operativo per valutare e comunicare i risultati economici positivi delle politiche di sostegno alle filiere corte, incoraggiandone la diffusione come modello di sviluppo territoriale sostenibile nel settore agroalimentare.

Le evidenze emerse forniscono spunti rilevanti per la progettazione di strategie di sviluppo locale, orientate a promuovere catene di fornitura di prossimità, a rafforzare la cooperazione tra imprese agricole e attori locali, oltre che a favorire la circolazione del valore economico all'interno delle aree locali.

Per quanto riguarda gli sviluppi futuri, si suggerisce di estendere l'analisi includendo la ri-spesa dei lavoratori non residenti verso altri Paesi, al fine di valutare l'effetto delle fuoriuscite di capitale dalle aree locali. Inoltre, sarebbe opportuno considerare il peso dell'economia informale nelle aziende agricole, come ad esempio, i flussi di denaro contante non dichiarati, per ottenere una stima più completa e realistica dell'impatto economico effettivo rispetto alla sola considerazione del fatturato aziendale. Infine, ricerche longitudinali e analisi comparative tra differenti progetti o regioni potrebbero consentire di osservare l'evoluzione temporale dei valori LM3, individuando tendenza di crescita o di contrazione dell'impatto locale nel tempo e contribuendo a consolidare ulteriormente l'applicazione di questo approccio come strumento di monitoraggio e valutazione delle politiche agricole territoriali di sostenibilità economica.

## **Capitolo 6**

### **Conclusioni**

Il progetto di ricerca sviluppato in questa tesi si colloca all'interno del programma nazionale ON-FOODS, Research and Innovation Network on Food and Nutrition Sustainability, Safety and Security, e intende contribuire in modo diretto agli obiettivi dello Spoke 1, dedicato alla transizione verso sistemi alimentari sostenibili e resilienti.

In tale cornice, la tesi ha perseguito l'obiettivo generale di analizzare dimostrare che le filiere alimentari corte possono fungere da strumenti di innovazione socioeconomica e territoriale, capaci di generare benefici economici e sociali a livello locale e di rafforzare la sostenibilità complessiva dei sistemi agroalimentari.

L'intero percorso di ricerca è stato articolato in tre analisi complementari e interconnesse, concepite come fasi di un unico progetto coerente con le tre domande di ricerca individuate: la prima volta a individuare gli indicatori più utilizzati nella letteratura scientifica per la misurazione degli impatti economici e sociali delle filiere corte (RQ1); la seconda orientata a comprendere quali driver e quali limiti influenzano la decisione degli agricoltori di partecipare ai *mercati contadini* e quanto tali fattori risultino coerenti con i modelli di governance delle organizzazioni che li gestiscono (RQ2); la terza finalizzata a valutare l'impatto economico territoriale generato dal progetto *MercaTiAmo* (RQ3).

#### **6.1 Sintesi integrata dei risultati emersi**

La prima parte della ricerca, corrispondente alla RQ1, ha avuto l'obiettivo di ricostruire il quadro teorico e metodologico entro cui collocare le analisi successive, attraverso una revisione sistematica della letteratura internazionale. Tale ricognizione ha consentito di individuare i principali indicatori economici e sociali utilizzati negli studi sulle filiere alimentari corte e di evidenziare la marcata eterogeneità degli approcci e delle metriche adottate.

È emerso come la letteratura risulti particolarmente ricca sul versante degli impatti economici generati, con misure legate al reddito, alla redditività, all'occupazione e alla distribuzione del valore lungo la filiera, mentre la dimensione sociale venga spesso affrontata in modo frammentario, mediante indicatori qualitativi o descrittivi riferiti alla fiducia, alla coesione comunitaria, alla reciprocità e al capitale sociale.

La revisione ha dunque confermato la presenza di un vuoto metodologico nel campo delle valutazioni integrate, suggerendo la necessità di un approccio capace di unire dimensioni economiche e sociali in una prospettiva sistemica. Questo risultato risponde pienamente agli obiettivi dello Spoke 1 di

ONFOODS, che promuove lo sviluppo di metriche condivise e comparabili per misurare la sostenibilità dei sistemi alimentari e per rafforzare la base conoscitiva su cui fondare interventi di policy. Pur non essendo stati applicati tutti gli indicatori individuati, ad eccezione dell'indicatore LM3, utilizzato per la stima dell'impatto economico locale in questo progetto di ricerca, tali strumenti hanno comunque rappresentato un riferimento metodologico per i partner del progetto ONFOODS.

La seconda parte della ricerca, corrispondente alla RQ2, ha approfondito le motivazioni, le percezioni e le barriere che influenzano la partecipazione degli agricoltori ai mercati contadini, andando ad analizzare tre differenti esperienze della provincia di Parma (CA, LC, MT) gestite da differenti strutture organizzative con diverse strategie di governance.

L'analisi ha mostrato come le motivazioni alla partecipazione derivino da un intreccio di ragioni economiche e sociali: da un lato la possibilità di aumentare il margine di redditività e la stabilità del reddito, dall'altro la costruzione di relazioni di fiducia, l'identificazione con valori etici condivisi e la ricerca di appartenenza a una comunità produttiva.

Parallelamente sono emersi limiti riconducibili a fattori strutturali e gestionali presenti nei mercati contadini, come la complessità burocratica, i costi di partecipazione e la limitata capacità di promozione, che incidono sulla continuità e sull'efficacia della presenza nei mercati.

Il confronto tra i tre modelli organizzativi ha rivelato una chiara relazione tra strategia di governance e percezione associata degli agricoltori. Nel caso di MT, la struttura partecipativa e il ricorso al *Sistema di Partecipazione Garantita* rafforzano la coerenza tra principi etici e pratiche agricole, favorendo il coinvolgimento e la fiducia reciproca. Nel caso di CA, il modello centralizzato assicura maggiore efficienza e visibilità, ma tende a ridurre il senso di appartenenza e la componente relazionale all'interno dei mercati. LC, invece, rappresenta una forma intermedia in cui la dimensione cooperativa si combina con elementi di coordinamento più formale.

Nel complesso, questa parte della ricerca ha confermato che la governance rappresenta un elemento determinante per la sostenibilità e la stabilità delle filiere alimentari corte, poiché modella non solo i meccanismi organizzativi, ma anche le percezioni, le motivazioni e i comportamenti degli attori coinvolti.

Nella terza parte della ricerca, collegata alla RQ3, è stato possibile analizzare l'impatto economico locale del progetto *MercaTiAmo* mediante l'applicazione del modello Local Multiplier 3 (LM3), uno strumento derivato dalla teoria keynesiana e oggi ampiamente utilizzato per misurare la capacità di un sistema locale di trattenere e moltiplicare il valore economico generato internamente. I risultati ottenuti mostrano un valore medio del moltiplicatore pari a 2,3, con variazioni comprese tra 1,94 e 2,59. Ciò significa che per ogni euro generato dai produttori aderenti al progetto MercaTiamo, in media ulteriori

2,30 euro restano e circolano nell'economia locale. Questo risultato conferma il ruolo strategico delle filiere alimentari corte come leve di sviluppo endogeno, capaci di promuovere la resilienza economica dei territori attraverso la prossimità relazionale. Inoltre, l'analisi ha evidenziato che il valore del moltiplicatore non è direttamente correlato al fatturato o alla dimensione fondiaria, ma alla natura delle spese e alla localizzazione dei fornitori.

Considerate nel loro insieme, le tre analisi effettuate all'interno del progetto di ricerca forniscono una visione olistica e integrata delle filiere corte come sistemi socioeconomici multilivello, nei quali le dimensioni organizzative, sociali, economiche e territoriali si connettono in modo circolare.

La ricerca contribuisce così a colmare un duplice gap nella letteratura: da un lato, la mancanza di un modello interpretativo unitario per analizzare gli impatti delle filiere alimentari corte; dall'altro, la scarsità di strumenti empirici capaci di quantificare gli impatti locali derivanti dalle relazioni di prossimità economica e sociale.

In piena coerenza con gli obiettivi del progetto ONFOODS, la tesi dimostra che la sostenibilità dei sistemi alimentari locali deriva dalla combinazione tra governance inclusiva, capitale relazionale e capacità di generare valore economico diffuso, elementi che nel loro insieme configurano le filiere alimentari corte come motori concreti di transizione verso un modello agroalimentare più sostenibile e resiliente.

## ***6.2 Considerazioni, limiti e piste di ricerca futura***

L'integrazione dei risultati consente di riflettere criticamente sul contributo teorico, metodologico e applicativo del lavoro. Le evidenze raccolte mostrano che le filiere alimentari corte costituiscono laboratori di innovazione sociale ed economica, in cui la produzione agricola si combina con forme di partecipazione civica, cooperazione e coinvolgimento locale. Esse rappresentano, quindi, un modello alternativo di organizzazione dei sistemi alimentari, fondato sulla prossimità e sulla reciprocità, capace di generare benefici collettivi che travalicano la dimensione puramente economica.

Dal punto di vista teorico, la tesi propone una cornice concettuale integrata che unisce economia locale, sociologia rurale e aspetti della governance partecipativa, cercando di fornire una prospettiva sistemica sulla sostenibilità delle filiere alimentari corte. Dal punto di vista metodologico, il percorso di ricerca ha sperimentato un approccio misto, infatti, sono stati applicati strumenti quantitativi (come il modello LM3) e qualitativi (analisi dei driver e limiti, percezioni, interviste semi-strutturate).

Infine, dal punto di vista empirico, l'analisi dei casi studio della provincia di Parma e del progetto *MercaTiAmo* ha permesso di validare empiricamente la capacità delle filiere alimentari corte e in particolare dei mercati contadini di generare valore economico locale, evidenziando la centralità delle istituzioni intermedie come attori di coordinamento e facilitazione per tali forme di innovazione.

Il lavoro presenta tuttavia alcuni limiti. Il primo riguarda il numero limitato di articoli inclusi nella revisione sistematica, che riflette la frammentazione della letteratura e la mancanza di un linguaggio metodologico comune. Il secondo limite concerne la raccolta dei dati economici nelle analisi empiriche, condotta in un contesto in cui gli agricoltori mostrano comprensibile riservatezza nel condividere informazioni finanziarie dettagliate. Infine, l'applicazione del modello LM3 applicato ad un campione ristretto di quattordici aziende riduce la possibilità di generalizzare i risultati, pur offrendo un'indicazione significativa delle dinamiche in atto.

Questi limiti aprono tuttavia prospettive di approfondimento future. Sarà utile estendere la ricerca ad altri contesti territoriali e a un campione più ampio, così da poter replicare il modello e aumentare la comparabilità dei risultati. In prospettiva, l'integrazione tra il modello LM3 e strumenti di Social Network Analysis potrebbero consentire di esplorare in modo più approfondito il legame tra intensità delle relazioni sociali e capacità di generare valore economico a livello locale. Inoltre, future ricerche potrebbero includere l'analisi delle dinamiche che muovono l'economia informale che caratterizza tali filiere e studi longitudinali volti a osservare l'evoluzione del moltiplicatore locale nel tempo.

Un ulteriore campo di indagine potrà riguardare la combinazione di indicatori economici, sociali e ambientali, per giungere a una valutazione integrata della sostenibilità delle filiere alimentari corte e contribuire così allo sviluppo di metriche unitarie per la misurazione degli impatti locali.

### ***6.3 Considerazioni finali***

Nel complesso, la tesi propone una lettura sistemica degli impatti delle filiere alimentari corte. Queste vengono riconosciute come strumenti di innovazione e generazione di valore economico e sociale a livello territoriale e locale. Il lavoro svolto dimostra che la sostenibilità non è il risultato di una sola dimensione, economica, ambientale o sociale, ma il frutto dell'interazione tra queste.

In coerenza con la missione del progetto ONFOODS e con gli obiettivi dello Spoke 1, la ricerca conferma che le filiere alimentari corte possono essere considerate laboratori territoriali di innovazione, nei quali si sperimentano pratiche di produzione e consumo fondate sulla responsabilità, sull'etica e sulla prossimità. Anche in contesti locali di piccola scala, come quello analizzato, tali esperienze dimostrano la capacità di attivare processi di sviluppo endogeno in grado di rafforzare le economie locali, consolidare la coesione sociale e generare capitale a livello territoriale.

Le filiere alimentari corte, nel loro intreccio di relazioni economiche, sociali e istituzionali, rappresentano dunque un'infrastruttura strategica per l'attuazione delle politiche del Green Deal europeo e della strategia Farm to Fork, che mirano a una trasformazione profonda dei sistemi alimentari in chiave di sostenibilità, sicurezza e sovranità alimentare. Affinché questo potenziale possa pienamente esprimersi,

è necessario promuovere politiche pubbliche di sostegno stabili e coerenti, capaci di sostenere i processi di cooperazione tra produttori agricoli, istituzioni e cittadini, mediante investimenti in infrastrutture e in formazione, per il raggiungimento di una trasformazione verso sistemi e filiere alimentari sempre più trasparenti e sostenibili.

In conclusione, la tesi ribadisce che la transizione verso sistemi alimentari sostenibili richiede una prospettiva multidimensionale e integrata, nella quale il cibo non è soltanto un bene economico, ma un bene comune attorno al quale si costruiscono comunità, identità e futuro. Le filiere alimentari corte, nella loro capacità di coniugare valore economico, sociale, etico e territoriale, rappresentano una via concreta per ripensare l'agricoltura, l'alimentazione e i sistemi agroalimentari in generale.

## Bibliografia

- Arrighetti, A., & Seravalli, G. (Eds.). (1999). *Istituzioni intermedie e sviluppo locale*. Donzelli Editore.
- Aouinait, C., Chang, B., Braun, S., Janssen, F., Kuitems, J., Lameris, M., Santa Cruz, E., Alfaro, B., Petropoulou, E., Gawlik, D., Aouinait, C., Fricz, Á. S., Major, Á., Kujáni, K., Hegyi, A., Hieke, S., Reipurth, M., Massri, C., Carlen, C., & Christen, D. (2022). Barriers and facilitators of purchasing from short food supply chains in Europe: Insights from a stakeholder perspective. *International Journal of Food Studies*, *11*(3), 196–207. <https://doi.org/10.7455/ijfs/11.si.2022.a6>
- Arabska, E. (2018). Farmers' Markets as a Business Model Encouraging Sustainable Production and Consumption. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*, *7*(1), 2–6. <https://doi.org/10.2478/vjbsd-2018-0001>
- Arfini, F., & Bellassen, V. (Eds.). (2019). *Sustainability of European Food Quality Schemes: Multi-Performance, Structure, and Governance of PDO, PGI, and Organic Agri-Food Systems*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-27508-2>
- Aubry, C., Kebir, L., & Pasquier, C. (2008). *SHORT SUPPLY CHAINS IN PERIURBAN ZONES: A WAY TO MAINTAIN RURALITY NEAR THE CITY? SOME EXAMPLES TAKEN IN THE ÎLE-DE-FRANCE REGION*.
- Bayir, B., Charles, A., Sekhari, A., & Ouzrout, Y. (2022). Issues and Challenges in Short Food Supply Chains: A Systematic Literature Review. *Sustainability*, *14*(5), 3029. <https://doi.org/10.3390/su14053029>
- Beingessner, N., & Fletcher, A. J. (2020). “Going local”: Farmers' perspectives on local food systems in rural Canada. *Agriculture and Human Values*, *37*(1), 129–145. Scopus, Web of Science. <https://doi.org/10.1007/s10460-019-09975-6>
- Belletti, G., Torres Salcido, G., Scarpellini, P., Mengoni, M., & Marescotti, A. (2024). Multilevel governance in farmers' markets: A stakeholder analysis in Tuscany. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, *8*, 1401488. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2024.1401488>
- Benos, T., Burkert, M., Hüttl-Maack, V., & Petropoulou, E. (2022). When mindful consumption meets short food supply chains: Empirical evidence on how higher-level motivations influence consumers. *Sustainable Production and Consumption*, *33*, 520–530. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.07.028>
- Bizikova, L., Nkonya, E., Minah, M., Hanisch, M., Turaga, R. M. R., Speranza, C. I., Karthikeyan, M., Tang, L., Ghezzi-Kopel, K., Kelly, J., Celestin, A. C., & Timmers, B. (2020). A scoping review of the contributions of farmers' organizations to smallholder agriculture. *Nature Food*, *1*(10), 620–630. <https://doi.org/10.1038/s43016-020-00164-x>
- Bock, B. (2012). Social innovation and sustainability; how to disentangle the buzzword and its application in the field of agriculture and rural development. *Studies in Agricultural Economics*, *114*(2), 57–63. <https://doi.org/10.7896/j.1209>
- Borsotto, P., Cagliero, R., Giare, F., Giordani, G., Iacono, R., Manetti, I., & Sardone, R. (2023). Measuring Short Food Supply Chain Sustainability: A Selection of Attributes and Indicators through a Qualitative Approach. In *AGRICULTURE-BASEL* (Vol. 13, Issue 3). MDPI. <https://doi.org/10.3390/agriculture13030646>
- Brandenburg, M., Govindan, K., Sarkis, J., & Seuring, S. (2014). Quantitative models for sustainable supply chain management: Developments and directions. *European Journal of Operational Research*, *233*(2), 299–312. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2013.09.032>
- Brinkley, C. (2017). Visualizing the social and geographical embeddedness of local food systems. *Journal of Rural Studies*, *54*, 314–325. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.06.023>
- Brown, C., & Miller, S. (2008). The Impacts of Local Markets: A Review of Research on Farmers Markets and Community Supported Agriculture (CSA). *American Journal of Agricultural Economics*, *90*(5), 1298–1302. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8276.2008.01220.x>
- Brugha, R. (2000). Stakeholder analysis: A review. *Health Policy and Planning*, *15*(3), 239–246. <https://doi.org/10.1093/heapol/15.3.239>

- Brunori, G., Rossi, A., Cerruti, R., & Guidi, F. (2010). Nicchie produttive e innovazione di sistema: Un'analisi secondo l'approccio delle transizioni tecnologiche attraverso il caso dei farmers' markets in Toscana. *ECONOMIA AGRO-ALIMENTARE*, 3, 143–170. <https://doi.org/10.3280/ECAG2009-003008>
- Bui, T. N., Nguyen, A. H., Le, T. T. H., Nguyen, V. P., Le, T. T. H., Tran, T. T. H., Nguyen, N. M., Le, T. K. O., Nguyen, T. K. O., Nguyen, T. T. T., Dao, H. V., Doan, T. N. T., Vu, T. H. N., Bui, V. H., Hoa, H. C., & Lebailly, P. (2021). Can a Short Food Supply Chain Create Sustainable Benefits for Small Farmers in Developing Countries? An Exploratory Study of Vietnam. *Sustainability*, 13(5), 2443. <https://doi.org/10.3390/su13052443>
- Cattivelli, V., & Rusciano, V. (2020). Social Innovation and Food Provisioning during Covid-19: The Case of Urban–Rural Initiatives in the Province of Naples. *Sustainability*, 12(11), 4444. <https://doi.org/10.3390/su12114444>
- Charatsari, C., Kitsios, F., Stafyla, A., Aidonis, D., & Lioutas, E. (2018). Antecedents of farmers' willingness to participate in short food supply chains. *British Food Journal*, 120(10), 2317–2333. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2017-0537>
- Chiffolleau, Y., & Dourian, T. (2020). Sustainable food supply chains: Is shortening the answer? a literature review for a research and innovation agenda. *Sustainability (Switzerland)*, 12(23), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su12239831>
- Chiaverina, P., Drogue, S., Jacquet, F., Lev, L., & King, R. (2023). Does short food supply chain participation improve farm economic performance? A meta-analysis. In *AGRICULTURAL ECONOMICS* (Vol. 54, Issue 3, pp. 400–413). WILEY. <https://doi.org/10.1111/agec.12764>
- Chiffolleau, Y., & Dourian, T. (2020). Sustainable Food Supply Chains: Is Shortening the Answer? A Literature Review for a Research and Innovation Agenda. *Sustainability*, 12(23), 9831. <https://doi.org/10.3390/su12239831>
- Cicatiello. (n.d.). *1810p3p3\_r4.pdf*.
- Cicatiello, C., Pancino, B., Pascucci, S., & Franco, S. (2015). Relationship Patterns in Food Purchase: Observing Social Interactions in Different Shopping Environments. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 28(1), 21–42. <https://doi.org/10.1007/s10806-014-9516-9>
- Claeys, P., Dumont, A., & Saxena, L. P. (2025). Linking food sovereignty and social economy: Rebalancing farmers' position and addressing power relations in multi-stakeholder food cooperatives. *Agricultural and Food Economics*, 13(1), 68. <https://doi.org/10.1186/s40100-025-00357-7>
- Corvo, L., Pastore, L., Antonelli, A., & Petruzzella, D. (2021). Social impact and sustainability in short food supply chains: An experimental assessment tool. In *NEW MEDIT* (Vol. 20, Issues 3, SI, pp. 175–189). BONONIA UNIV PRESS. <https://doi.org/10.30682/nm21031>
- Cuéllar-Padilla, M., Haro-Pérez, I., & Begiristain-Zubillaga, M. (2022). Participatory Guarantee Systems: When People Want to Take Part. *Sustainability*, 14(6), 3325. <https://doi.org/10.3390/su14063325>
- Darnhofer, I., Gibbon, D., & Dedieu, B. (Eds.). (2012). *Farming Systems Research into the 21st Century: The New Dynamic*. Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1007/978-94-007-4503-2>
- Dervillé, M., & Wallet, F. (2014). Institutionalizing short food supply chains for sustainable resource management: challenging issues.
- Doernberg, A., Piorr, A., Zasada, I., Wascher, D., & Schmutz, U. (2022). Sustainability assessment of short food supply chains (SFSC): Developing and testing a rapid assessment tool in one African and three European city regions. *AGRICULTURE AND HUMAN VALUES*, 39(3), 885–904. <https://doi.org/10.1007/s10460-021-10288-w>
- Donati, M., Wilkinson, A., Veneziani, M., Antonioli, F., Arfini, F., Bordini, A., Amilien, V., Csillag, P., Ferrer-Pérez, H., Gkatsikos, A., Gauvrit, L., Gil, C., Hoàng, V., Knutsen Steinnes, K., Lilavanichakul, A., Mattas, K., Napasintuwong, O., Nguyễn, A., Nguyen, M., Bellassen, V. (2021). Economic Spill-Over of Food Quality Schemes on Their Territory. *Journal of Agricultural & Food Industrial Organization*, 19(2), 95–111. <https://doi.org/10.1515/jafio-2019-0046>

- Drottberger, A., Melin, M., & Lundgren, L. (2021). Alternative Food Networks in Food System Transition—Values, Motivation, and Capacity Building among Young Swedish Market Gardeners. *Sustainability*, *13*(8), 4502. <https://doi.org/10.3390/su13084502>
- Dunsire, A. (n.d.). *Manipulating social tensions: Collibration as an alternative mode of government intervention*.
- Enjolras, G., & Aubert, M. (2018). Short food supply chains and the issue of sustainability: A case study of French fruit producers. In *INTERNATIONAL JOURNAL OF RETAIL & DISTRIBUTION MANAGEMENT* (Vol. 46, Issue 2, pp. 194–209). EMERALD GROUP PUBLISHING LTD. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-08-2016-0132>
- Enthoven, L., & Van Den Broeck, G. (2021). Local food systems: Reviewing two decades of research. *Agricultural Systems*, *193*, 103226. Scopus, Web of Science. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2021.103226>
- European Commission. Joint Research Centre. Institute for Prospective Technological Studies. (2013a). *Short food supply chains and local food systems in the EU: A state of play of their socio-economic characteristics*. Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2791/88784>
- European Commission. Joint Research Centre. Institute for Prospective Technological Studies. (2013b). *Short food supply chains and local food systems in the EU: A state of play of their socio-economic characteristics*. Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2791/88784>
- Feagan, R. B., & Morris, D. (2009). Consumer quest for embeddedness: A case study of the Brantford Farmers' Market. *International Journal of Consumer Studies*, *33*(3), 235–243. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2009.00745.x>
- Filippini, R., Arfini, F., Baldi, L., & Donati, M. (2023). Economic Impact of Short Food Supply Chains: A Case Study in Parma (Italy). In *SUSTAINABILITY* (Vol. 15, Issue 15). MDPI. <https://doi.org/10.3390/su151511557>
- Galli, F., Bartolini, F., Brunori, G., Colombo, L., Gava, O., Grandi, S., & Marescotti, A. (2015a). Sustainability assessment of food supply chains: An application to local and global bread in Italy. *Agricultural and Food Economics*, *3*(1), 21. <https://doi.org/10.1186/s40100-015-0039-0>
- Galli, F., Bartolini, F., Brunori, G., Colombo, L., Gava, O., Grandi, S., & Marescotti, A. (2015b). Sustainability assessment of food supply chains: An application to local and global bread in Italy. *Agricultural and Food Economics*, *3*(1), 21. <https://doi.org/10.1186/s40100-015-0039-0>
- Galli, F., Venturi, F., Bartolini, F., Gava, O., Zinnai, A., Chiara, S., Andrich, G., & Brunori, G. (2017). Shaping food systems towards improved nutrition: A case study on Tuscan Bread Protected Designation of Origin. *INTERNATIONAL FOOD AND AGRIBUSINESS MANAGEMENT REVIEW*, *20*(4), 533–552. <https://doi.org/10.22434/IFAMR2015.0174>
- Gantla, S., & Lev, L. (2015). Farmers' Market or Farmers Market? Examining How Market Ownership Influences Conduct and Performance. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, *49*–63. <https://doi.org/10.5304/jafscd.2015.061.005>
- Giampietri, E., Verneau, F., Del Giudice, T., Carfora, V., & Finco, A. (2018). A Theory of Planned behaviour perspective for investigating the role of trust in consumer purchasing decision related to short food supply chains. *Food Quality and Preference*, *64*, 160–166. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.09.012>
- Goodman, D. (2003). The quality 'turn' and alternative food practices: Reflections and agenda. *Journal of Rural Studies*, *19*(1), 1–7. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(02\)00043-8](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(02)00043-8)
- Goodman, D., DuPuis, E. M., & Goodman, M. K. (2012). *Alternative food networks: Knowledge, practice, and politics*. Routledge.
- Hinrichs, C. C. (2000). Embeddedness and local food systems: Notes on two types of direct agricultural market. *Journal of Rural Studies*.

- Hoang, V. (2021). Modern Short Food Supply Chain, Good Agricultural Practices, and Sustainability: A Conceptual Framework and Case Study in Vietnam. In *AGRONOMY-BASEL* (Vol. 11, Issue 12). MDPI. <https://doi.org/10.3390/agronomy11122408>
- Hobbs, J. E. (2021). Food supply chain resilience and the COVID-19 pandemic: What have we learned? *Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue Canadienne d'agroeconomie*, 69(2), 189–196. <https://doi.org/10.1111/cjag.12279>
- Holloway, L., & Kneafsey, M. (2000). Reading the Space of the Framers 'Market: A Case Study from the United Kingdom. *Sociologia Ruralis*, 40(3), 285–299. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00149>
- Hyland, J. J., & Macken-Walsh, Á. (2022). Multi-Actor Social Networks: A Social Practice Approach to Understanding Food Hubs. *Sustainability*, 14(3), 1894. <https://doi.org/10.3390/su14031894>
- Iceri, V., & Lardon, S. (2019). L'organisation socio-spatiale, un commun pour le développement territorial. Le cas d'une communauté faxinal au Brésil: *Espaces et sociétés*, n° 175(4), 87–104. <https://doi.org/10.3917/esp.175.0087>
- Ilbery, B., & Maye, D. (2005). Food supply chains and sustainability: Evidence from specialist food producers in the Scottish/English borders. *Land Use Policy*, 22(4), 331–344. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2004.06.002>
- Ilcus, C. (2024). *Strategic Dialogue on Agriculture*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4913171>
- Kazekami, S. (2017). Local Multipliers, Mobility, and Agglomeration Economies. *Industrial Relations: A Journal of Economy and Society*, 56(3), 489–513. <https://doi.org/10.1111/irel.12183>
- Kiss, K., Ruskai, C., & Takács-György, K. (2019). Examination of Short Supply Chains Based on Circular Economy and Sustainability Aspects. *Resources*, 8(4), 161. <https://doi.org/10.3390/resources8040161>
- Kłoczko-Gajewska, A., Malak-Rawlikowska, A., Majewski, E., Wilkinson, A., Gorton, M., Tocco, B., Waş, A., Saïdi, M., Török, Á., & Veneziani, M. (2024). What are the economic impacts of short food supply chains? A local multiplier effect (LM3) evaluation. *European Urban and Regional Studies*, 31(3), 281–301. <https://doi.org/10.1177/09697764231201572>
- Koutsou, S., & Sergaki, P. (2019). Producers' cooperative products in short food supply chains: Consumers' response. In *BRITISH FOOD JOURNAL* (Vol. 122, Issue 1, pp. 198–211). EMERALD GROUP PUBLISHING LTD. <https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2018-0297>
- Kupke, V., & Page, G. (2015). Does the farmer want a market? Factors impacting on participation by local producers in farmers markets. *Pacific Rim Property Research Journal*, 21(1), 61–75. Scopus, Web of Science. <https://doi.org/10.1080/14445921.2015.1026199>
- Latruffe, L., Diazabakana, A., Bockstaller, C., Desjeux, Y., Finn, J., Kelly, E., Ryan, M., & Uthes, S. (2016). Measurement of sustainability in agriculture: A review of indicators. In *STUDIES IN AGRICULTURAL ECONOMICS* (Vol. 118, Issue 3, pp. 123–130). AGRARGAZDASAGI KUTATO & INFORMATIKAI INTEZET. <https://doi.org/10.7896/j.1624>
- Liberati, A., Altman, D. G., Tetzlaff, J., Mulrow, C., Gøtzsche, P. C., Ioannidis, J. P., ... & Moher, D. (2009). The PRISMA statement for reporting systematic reviews and meta-analyses of studies that evaluate healthcare interventions: explanation and elaboration. *Bmj*, 339.
- Loconto, A., Poisot, A. S., Santacoloma, P., FAO, & Institut national de la recherche agronomique (Eds.). (2016). *Innovative markets for sustainable agriculture: How innovations in market institutions encourage sustainable agriculture in developing countries*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Lyson, T. A. (2005). Civic Agriculture and Community Problem Solving. *Culture & Agriculture*, 27(2), 92–98. <https://doi.org/10.1525/cag.2005.27.2.92>
- Lyson, T. A., & Green, J. (1999). The Agricultural Marketscape: A Framework for Sustaining Agriculture and Communities in the Northeast. *Journal of Sustainable Agriculture*, 15(2–3), 133–150. [https://doi.org/10.1300/J064v15n02\\_12](https://doi.org/10.1300/J064v15n02_12)

- Malagon-Zaldua, E., Begiristain-Zubillaga, M., & Onederra-Aramendi, A. (2018). Measuring the Economic Impact of Farmers' Markets on Local Economies in the Basque Country. *Agriculture*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.3390/agriculture8010010>
- Malak-Rawlikowska, A., Majewski, E., Was, A., Borgen, S. O., Csillag, P., Donati, M., Freeman, R., Hoang, V., Lecoeur, J.-L., Mancini, M. C., Nguyen, A., Saidi, M., Tocco, B., Toeroek, A., Veneziani, M., Vitterso, G., & Wavresky, P. (2019). Measuring the Economic, Environmental, and Social Sustainability of Short Food Supply Chains. *SUSTAINABILITY*, 11(15). <https://doi.org/10.3390/su11154004>
- Marino, Davide. "Agricoltura urbana e filiere corte: un quadro della realtà italiana." (2016): 1-351.
- Marsden, T., Banks, J., & Bristow, G. (2000). Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 424–438. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00158>
- Marsden, T., & Murdoch, J. (Eds.). (2006). *Between the local and the global: Confronting complexity in the contemporary agri-food sector* (1st ed). Elsevier JAI. [https://doi.org/10.1016/S1057-1922\(2006\)12](https://doi.org/10.1016/S1057-1922(2006)12)
- Martens, K., Rogga, S., Borderieux, J., Walthall, B., Vicente-Vicente, J. L., & Piorr, A. Identifying Transformative Collective Action within the Agri-Food-System Transformation using the Proximity Approach: Six Pathways to Progress. *Available at SSRN 5747849*.
- Mastronardi, L., Marino, D., Cavallo, A., & Giannelli, A. (2015). Exploring the Role of Farmers in Short Food Supply Chains: The Case of Italy. *INTERNATIONAL FOOD AND AGRIBUSINESS MANAGEMENT REVIEW*, 18(2), 109–129.
- Mastronardi, L., Marino, D., Giaccio, V., Giannelli, A., Palmieri, M., & Mazzocchi, G. (2019). Analyzing Alternative Food Networks sustainability in Italy: A proposal for an assessment framework. In *AGRICULTURAL AND FOOD ECONOMICS* (Vol. 7, Issue 1). SPRINGER NATURE. <https://doi.org/10.1186/s40100-019-0142-8>
- Maye, D., & Ilbery, B. (2006). Regional Economies of Local Food Production Tracing Food Chain Links Between 'Specialist' Producers and Intermediaries in The Scottish–English Borders. *European Urban and Regional Studies - EUR URBAN REG STUD*, 13, 337–354. <https://doi.org/10.1177/0969776406068588>
- McClenahan, L., Neal, B. P., Al-Abdulrazzak, D., Witkin, T., Fisher, K., & Kittinger, J. N. (2014). Do community supported fisheries (CSFs) improve sustainability? *Fisheries Research*, 157, 62–69. <https://doi.org/10.1016/j.fishres.2014.03.016>
- Medici, M., Canavari, M., & Castellini, A. (2023). An analytical framework to measure the social return of community-supported agriculture. *AGROECOLOGY AND SUSTAINABLE FOOD SYSTEMS*. <https://doi.org/10.1080/21683565.2023.2236989>
- Mengoni, M., Belletti, G., & Marescotti, A. (2025). Short food supply chains. In *Reference Module in Food Science* (p. B9780443159763001288). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-443-15976-3.00128-8>
- Michel-Villarreal, R. (2023a). Towards sustainable and resilient short food supply chains: A focus on sustainability practices and resilience capabilities using case study. *British Food Journal*, 125(5), 1914–1935. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2021-1060>
- Michel-Villarreal, R. (2023b). Towards sustainable and resilient short food supply chains: A focus on sustainability practices and resilience capabilities using case study. *British Food Journal*, 125(5), 1914–1935. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2021-1060>
- Migliore, G., Caracciolo, F., Lombardi, A., Schifani, G., & Cembalo, L. (2014). Farmers' Participation in Civic Agriculture: The Effect of Social Embeddedness. *Culture, Agriculture, Food and Environment*, 36(2), 105–117. <https://doi.org/10.1111/cuag.12038>
- Mikulić, D., Lovrinčević, Ž., & Keček, D. (2023). Economic effects of food supply chain re-localization on the Croatian economy. *Agricultural and Food Economics*, 11(1), 36. <https://doi.org/10.1186/s40100-023-00281-8>

- Mitchell, A., & Lemon, M. (2019). Using the LM3 method to evaluate economic impacts of an on-line retailer of local food in an English market town. *Local Economy: The Journal of the Local Economy Policy Unit*, 34(1), 51–67. <https://doi.org/10.1177/0269094219826569>
- Montri, D., Chung, K., & Behe, B. (2021). Farmer perspectives on farmers markets in low-income urban areas: A case study in three Michigan cities. *Agriculture and Human Values*, 38(1), 1–14. Scopus. <https://doi.org/10.1007/s10460-020-10144-3>
- Muchnik, J. (2006). Nourrir... Le corps humain et le corps social. In B. Hubert & O. Clément (Eds.), *Le monde peut-il nourrir tout le monde?* (pp. 25–42). IRD Éditions. <https://doi.org/10.4000/books.irdeditions.432>
- Mundler, P., & Laughrea, S. (2016). The contributions of short food supply chains to territorial development: A study of three Quebec territories. *Journal of Rural Studies*, 45, 218–229. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2016.04.001>
- Murdoch, J., & Miele, M. (1999). ‘Back to Nature’: Changing ‘Worlds of Production’ in the Food Sector. *Sociologia Ruralis*, 39(4), 465–483. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00119>
- Nicholls, J., & Drewnowski, A. (2021). Toward Sociocultural Indicators of Sustainable Healthy Diets. *Sustainability*, 13(13), 7226. <https://doi.org/10.3390/su13137226>
- Nygård, B., & Storstad, O. (1998). De-globalization of Food Markets? Consumer Perceptions of Safe Food: The Case of Norway. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 35–53. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00062>
- O’Kane, G., & Wijaya, S. Y. (2015). Contribution of Farmers’ Markets to More Socially Sustainable Food Systems: A Pilot Study of a Farmers’ Market in the Australian Capital Territory (ACT), Australia. *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 39(10), 1124–1153. Scopus, Web of Science. <https://doi.org/10.1080/21683565.2015.1081858>
- Orou Sannou, R., Kirschke, S., & Günther, E. (2023). Integrating the social perspective into the sustainability assessment of agri-food systems: A review of indicators. *Sustainable Production and Consumption*, 39, 175–190. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2023.05.014>
- Ostrom, E. (2014). Do institutions for collective action evolve? *Journal of Bioeconomics*, 16(1), 3–30. <https://doi.org/10.1007/s10818-013-9154-8>
- Paciarotti, C., & Torregiani, F. (2021). The logistics of the short food supply chain: A literature review. *Sustainable Production and Consumption*, 26, 428–442. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.10.002>
- Peters, B. G., & Pierre, J. (2001). Developments in intergovernmental relations: Towards multi-level governance. *Policy & Politics*, 29(2), 131–135. <https://doi.org/10.1332/0305573012501251>
- Porras, F. (2025). *Governance theories and digitalisation: Four conjectures for the Mexican case* (Version 1.0). German Institute of Development and Sustainability. <https://doi.org/10.23661/IDP27.2025>
- Renkema, M., & Hilletoft, P. (2022). Intermediate short food supply chains: A systematic review. In *BRITISH FOOD JOURNAL* (Vol. 124, Issue 13, pp. 541–558). EMERALD GROUP PUBLISHING LTD. <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2022-0463>
- Renting, H., Marsden, T. K., & Banks, J. (2003). Understanding Alternative Food Networks: Exploring the Role of Short Food Supply Chains in Rural Development. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 35(3), 393–411. <https://doi.org/10.1068/a3510>
- Renting, H., Schermer, M., & Rossi, A. (2012). Building Food Democracy: Exploring Civic Food Networks and Newly Emerging Forms of Food Citizenship. *The International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 19(3), 289–307. <https://doi.org/10.48416/ij saf.v19i3.206>
- Roca, M., Segura, M., Puig, J., & Martín Belmonte, S. (2024). The local multiplier of income support paid in a complementary currency: Comparative evaluation in the city of Barcelona. *Urban Studies*, 61(1), 95–111. <https://doi.org/10.1177/00420980231177138>

- Roep, D., & Wiskerke, J. S. C. (2012). On Governance, Embedding and Marketing: Reflections on the Construction of Alternative Sustainable Food Networks. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 25(2), 205–221. <https://doi.org/10.1007/s10806-010-9286-y>
- Romano, S., Vanni, F., & Viaggi, D. (2020). Economics of culture and food in evolving agri-food systems and rural areas. *Bio-Based and Applied Economics*, 127-136 Pages. <https://doi.org/10.13128/BAE-9959>
- Guidi, F. (2008). I mercati contadini: un'esperienza di innovazione di fronte ai dilemmi della crescita. *Rivista di diritto alimentare*.
- Rossi, J. D., Johnson, T. G., & Hendrickson, M. (2017). THE ECONOMIC IMPACTS OF LOCAL AND CONVENTIONAL FOOD SALES. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 49(4), 555–570. <https://doi.org/10.1017/aae.2017.14>
- Sage, C. (2003). Social embeddedness and relations of regard: Alternative ‘good food’ networks in south-west Ireland. *Journal of Rural Studies*.
- Sanz-Cañada, J., Sánchez-Hernández, J. L., & López-García, D. (2023). Reflecting on the Concept of Local Agroecological Food Systems. *Land*, 12(6), 1147. <https://doi.org/10.3390/land12061147>
- Schmutz, U., Kneafsey, M., Kay, C. S., Doernberg, A., & Zasada, I. (2018). Sustainability impact assessments of different urban short food supply chains: Examples from London, UK. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 33(6), 518–529. <https://doi.org/10.1017/S1742170517000564>
- Scialabba, N. E.-H. (with Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture). (2014). *SAFA guidelines: Sustainability assessment of food and agriculture systems version 3.0*. FAO.
- Scott, C., & Richardson, R. (2021). Farmer social connectedness and market access: A case study of personal networks among emerging farmers. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 1–23. <https://doi.org/10.5304/jafscd.2021.102.024>
- Sellitto, M. A., Vial, L. A. M., & Viegas, C. V. (2018). Critical success factors in Short Food Supply Chains: Case studies with milk and dairy producers from Italy and Brazil. *Journal of Cleaner Production*, 170, 1361–1368. Scopus, Web of Science. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.09.235>
- Seuring, S., & Gold, S. (2012). Conducting content-analysis based literature reviews in supply chain management. *Supply Chain Management: An International Journal*, 17(5), 544–555. <https://doi.org/10.1108/13598541211258609>
- Silvestri, C., Silvestri, L., Piccarozzi, M., & Ruggieri, A. (2024). Toward a framework for selecting indicators of measuring sustainability and circular economy in the agri-food sector: A systematic literature review. *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 29(8), 1446–1484. <https://doi.org/10.1007/s11367-022-02032-1>
- Sonnino, R., Callenius, C., Lähteenmäki, L., Joao Breda, Cahill, J., Caron, P., Damianova, Z., Gurinovic, M., Lang, T., Lapperrière, A., Mango, C., Ryder, J., Verburg, G., Achterbosch, T., Alanya C.L. Den Boer, Kok, K. P. W., B. Regeer, Broerse, J. E. W., Tomris Cesuroglu, & Gill, M. (2020). *Policy Brief 3: Research and Innovation Supporting the Farm to Fork Strategy of the European Commission*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10891.23840>
- Sonnino, R., & Marsden, T. (2006). Alternative Food Networks in the South West of England: Towards a New Agrarian Eco-Economy?. *Research in Rural Sociology and Development*, 12, 299–322. [https://doi.org/10.1016/S1057-1922\(06\)12012-0](https://doi.org/10.1016/S1057-1922(06)12012-0)
- Swinnen, J. F. M., & Maertens, M. (2007). Globalization, privatization, and vertical coordination in food value chains in developing and transition countries. *Agricultural Economics*, 37(s1), 89–102. <https://doi.org/10.1111/j.1574-0862.2007.00237.x>
- Talukder, B., & Blay-Palmer, A. (2017). Comparison of Methods to Assess Agricultural Sustainability. In E. Lichtfouse (Ed.), *SUSTAINABLE AGRICULTURE REVIEWS 25* (Vol. 25, pp. 149–168). [https://doi.org/10.1007/978-3-319-58679-3\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-319-58679-3_5)

- Tiganis, A., Grigoroudis, E., & Chrysochou, P. (2023). Customer satisfaction in short food supply chains: A multiple criteria decision analysis approach. *Food Quality and Preference*, *104*, 104750. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104750>
- Torre, A. (2014). L'agriculture de proximité face aux enjeux fonciers. Quelques réflexions à partir du cas francilien: *Espaces et sociétés*, *n° 158*(3), 31–48. <https://doi.org/10.3917/esp.158.0031>
- Torres-Salcido, G., & Sanz-Cañada, J. (2018). Territorial Governance. A Comparative Research of Local Agro-Food Systems in Mexico. *Agriculture*, *8*(2), 18. <https://doi.org/10.3390/agriculture8020018>
- Tsai, B.-K. (2019). Determinants of Consumers' Retention and Subjective Well-Being: A Sustainable Farmers' Market Perspective. *Sustainability*, *11*(22), Article 22. <https://doi.org/10.3390/su11226412>
- Tsoufas, G. T., Trivellas, P., Reklitis, P., & Anastasopoulou, A. (2023). A Bibliometric Analysis of Short Supply Chains in the Agri-Food Sector. *Sustainability*, *15*(2), 1089. <https://doi.org/10.3390/su15021089>
- Tudisca, S., Di Trapani, A. M., Sgroi, F., & Testa, R. (2015). Socio-economic assessment of direct sales in Sicilian farms. *Italian Journal of Food Science/Rivista Italiana di Scienza degli Alimenti*, *27*(1).
- Venn, L., Kneafsey, M., Holloway, L., Cox, R., Dowler, E., & Tuomainen, H. (2006). Researching European 'alternative' food networks: Some methodological considerations. *Area*, *38*(3), 248–258. <https://doi.org/10.1111/j.1475-4762.2006.00694.x>
- Vittersø, G., Torjusen, H., Laitala, K., Tocco, B., Biasini, B., Csillag, P., de Labarre, M. D., Lecoeur, J.-L., Maj, A., Majewski, E., Malak-Rawlikowska, A., Menozzi, D., Török, Á., & Wavresky, P. (2019). Short Food Supply Chains and Their Contributions to Sustainability: Participants' Views and Perceptions from 12 European Cases. *Sustainability*, *11*(17), Article 17. <https://doi.org/10.3390/su11174800>
- Wang, M., Kumar, V., Ruan, X., Saad, M., Garza-Reyes, J. A., & Kumar, A. (2022). Sustainability concerns on consumers' attitude towards short food supply chains: An empirical investigation. *Operations Management Research*, *15*(1–2), 76–92. <https://doi.org/10.1007/s12063-021-00188-x>
- Watkiss, P. (n.d.). *The Validity of Food Miles as an Indicator of Sustainable Development*.
- Watts, D., Little, J., & Ilbery, B. (2018). 'I am pleased to shop somewhere that is fighting the supermarkets a little bit'. A cultural political economy of alternative food networks. *Geoforum*, *91*, 21–29. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2018.02.013>
- Zeeuw, H. de, & Drechsel, P. (2015). *Cities and agriculture: Developing resilient urban food systems*. Routledge.

## Appendice

### 1.1 Obiettivi degli studi identificati durante la revisione sistematica della letteratura

Autore	Obiettivo
(Borsotto et al., 2023)	L'obiettivo di questo studio è di identificare un gruppo di attributi e indicatori per valutare la sostenibilità complessiva delle filiere alimentari corte per le tre principali dimensioni considerate in letteratura (economia, ambiente, questioni sociali).
(Corvo et al., 2021)	La ricerca si propone di individuare un modello di valutazione per cogliere il livello di innovazione sociale nella filiera alimentare corta tenendo in considerazione gli indicatori sociali e di sostenibilità
(Doernberg et al., 2022)	Il documento presenta un approccio per lo sviluppo di un framework SIA per diverse tipologie di filiere alimentari corte. Inoltre, viene testata un'applicazione pratica dello strumento in quattro regioni metropolitane.
(Enjolras & Aubert, 2018)	Lo scopo del documento è quello di indagare le manifestazioni e le interazioni in atto tra le dimensioni ecologica, ambientale e sociale dello sviluppo sostenibile e lo sviluppo di filiere alimentari corte nella produzione di frutta francese.
(Filippini et al., 2023)	Viene analizzato l'impatto economico del progetto MercaTiamo, mediante l'utilizzo del Moltiplicatore Locale (LM3).
(Hoang, 2021)	Questo studio mira a proporre un quadro concettuale per l'analisi delle filiere alimentari corte, valutare la filiera corta degli ortaggi in Vietnam, identificare le sue barriere e sfide ed esplorare gli interventi e il supporto come fattori chiave di successo di questo tipo di filiere, utilizzando metodi sia qualitativi che quantitativi.
(Kłoczko-Gajewska et al., 2024)	Per affrontare questo problema, l'articolo quantifica l'impatto delle filiere alimentari corte sulle economie locali, utilizzando il metodo keynesiano del Moltiplicatore Locale 3 (LM3), applicato a un set di dati unico di 122 aziende agricole di cinque paesi dell'Unione Europea.
(Koutsou & Sergaki, 2019)	Lo scopo di questo articolo è quello di analizzare un'innovazione riguardante una filiera alimentare corta creata da una cooperativa di produttori di recente costituzione in Grecia che vende latte fresco ai consumatori tramite distributori automatici; la risposta dei consumatori a questa innovazione; e la performance finanziaria della cooperativa.
(Malak-Rawlikowska et al., 2019)	Questo studio valuta la sostenibilità dei canali di distribuzione nelle filiere alimentari corte e lunghe basandosi su 208 produttori alimentari in sette paesi
(Mastronardi et al., 2015)	L'obiettivo di questo articolo è esplorare il ruolo degli agricoltori in Italia coinvolti nelle filiere corte, prestando particolare attenzione alla sostenibilità nelle sue dimensioni sociali, economiche e ambientali.

(Mastronardi et al., 2019)	L'obiettivo di questa ricerca consiste nel valutare la sostenibilità delle Reti Alimentari Alternative in Italia mediante la costruzione di un indicatore composito, ovvero il Global Sustainability Index.
(Medici et al., 2023)	Lo scopo di questo articolo è quello di indagare lo stato attuale e l'evoluzione delle Comunità supportate dall'agricoltura. Lo studio mira a identificare i benefici economici, ambientali e sociali per i membri CSA e la comunità locale.
(Mundler & Laughrea, 2016)	Questo articolo si propone di valutare il contributo delle filiere alimentari corte allo sviluppo rurale in tre contesti territoriali del Quebec.
(J. D. Rossi et al., 2017)	In questo studio, viene stimato l'impatto economico locale del cibo prodotto e commercializzato localmente rispetto a quello prodotto e commercializzato in modo convenzionale in due regioni del Missouri e una regione del Nebraska
(Schmutz et al., 2018)	Questo articolo riporta una ricerca esplorativa che ha utilizzato esempi di filiera alimentare corta di Londra per comprendere più dettagliatamente i diversi tipi contesti urbani e le loro prestazioni rispetto agli altri.
(Tsai, 2019)	Questo studio mirava a integrare le prospettive economiche e sociali e ad analizzare le relazioni tra valutazione delle prestazioni del prodotto, capitale relazionale, intenzione di riacquisto e benessere soggettivo dei consumatori nei mercati agricoli dopo le loro esperienze di acquisto.
(Tudisca et al., n.d.)	L'obiettivo di questo studio è stato quello di analizzare il ruolo che la vendita diretta svolge nelle aziende agricole siciliane e come la filiera corta sia in grado di valorizzare le risorse endogene delle aree rurali e di aumentare il reddito netto degli agricoltori.

## 1.2 Indicatori di resilienza economica

Tema	Sotto-tema	Frequenza indicatore	Definizione Indicatore
Resilienza economica	Profittabilità	13	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Utile netto</li> <li>-Costi totali</li> <li>-Costi fissi</li> <li>-Costi variabili</li> <li>-Costi intermedi</li> <li>-Costi di produzione</li> <li>-Valore aggiunto</li> <li>-Utile lordo</li> <li>-Utile netto</li> <li>-Margine lordo delle vendite</li> <li>-Margine operativo</li> <li>-Redditività a lungo termine</li> <li>-Spredo alimentare</li> </ul>
Resilienza economica	Produttività	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produzione standard di bovini</li> <li>- Produzione standard di cereali</li> <li>- Produzione standard di alberi da frutto</li> <li>- Produzione standard di prati/pascoli</li> <li>- Produzione standard di ulivi/vite</li> <li>- Produzione standard di pollame</li> <li>- Produzione standard di ovini</li> <li>- Produzione standard di ortaggi</li> </ul>
Resilienza economica	Qualità dei prodotti	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualità del prodotto (3)</li> <li>- Superiorità del prodotto</li> <li>- Differenza di prezzo alla fattoria</li> <li>- Prezzo premium (2)</li> <li>- Prezzo del prodotto rispetto a filiere convenzionali</li> </ul>
Resilienza economica	Mercato e relazioni	14	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Frequenza di riacquisto</li> <li>- Quantità di riacquisto</li> <li>- Priorità di riacquisto</li> <li>- Rapporto con i clienti</li> <li>- Rapporto con i fornitori</li> <li>- Creazione di un rapporto personale con i clienti</li> <li>- Diversificazione dei canali di vendita</li> <li>- Prezzi più elevati rispetto ad altri</li> <li>- Potere contrattuale (2)</li> <li>- Distribuzione equa del valore</li> <li>- Comunicazione trasparente</li> <li>- Rapporto economico stabile e duraturo</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Percezione di sostenibilità economica e adattabilità</li> </ul>

Resilienza economica	Economia locale	27	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Occupazione lungo la filiera alimentare</li> <li>- Vendita a clienti locali</li> <li>- Vendita di prodotti agricoli alla comunità locale</li> <li>- Riduzione delle perdite e degli sprechi alimentari lungo la filiera alimentare</li> <li>- Vitalità e competitività rurale</li> <li>- Efficienza dei trasporti</li> <li>- Gli agricoltori rinnovano i loro frutteti a causa dell'invecchiamento</li> <li>- Gli agricoltori rinnovano i loro frutteti per ampliarli</li> <li>- Gli agricoltori sono proprietari di tutti i terreni coltivati</li> <li>- Gli agricoltori hanno assicurato i loro raccolti</li> <li>- Effetto moltiplicatore locale (2)</li> <li>- Agriturismo con ristorante</li> <li>- Miglioramento delle prospettive di crescita delle aziende agricole</li> <li>- Intensificazione dei collegamenti con l'economia locale</li> <li>- Peso della filiera alimentare corta</li> <li>- Dimensioni dell'azienda agricola</li> <li>- Disponibilità alimentare locale</li> <li>- Valorizzazione territoriale</li> <li>- Vendite regionali</li> <li>- Posti di lavoro locali (2)</li> <li>- Contributo al PIL (Valore aggiunto)</li> <li>- Vitalità e competitività regionale</li> <li>- Acquisto e vendita locale</li> <li>- Approvvigionamento locale</li> <li>- Valutazione della filiera</li> </ul>
Resilienza economica	Stabilità finanziaria	24	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Accesso al credito (2)</li> <li>-Ricavi</li> <li>-Valore aggiunto di filiera</li> <li>-Costi di distribuzione</li> <li>-Supporto finanziario</li> <li>-Riduzione dei costi di produzione</li> <li>-Riduzione dei costi di fornitura</li> <li>-Reddito degli agricoltori</li> <li>-Rapporto corrente</li> <li>-Rapporto debito/patrimonio netto</li> <li>-Rapporto di rotazione dei crediti</li> <li>-Rapporto di rotazione delle attività totali</li> <li>-Aumento del reddito d'impresa</li> <li>-Effetto sui costi</li> <li>-Investimenti avviati dagli attori delle filiere alimentari corte</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>-Accesso alle ICT</li> <li>-EBIDTA</li> <li>-Fatturato (milioni)</li> <li>-Costo del venduto</li> <li>-Rendimento del capitale proprio</li> <li>-Rendimento delle vendite</li> <li>-Reddito (2)</li> </ul>
--	--	--	---

### ***1.3 Indicatori di benessere sociale***

<b>Tema</b>	<b>Sotto tema</b>	<b>Frequenza indicatori</b>	<b>Definizione indicatori</b>
Benessere sociale	Sostentamento adeguato	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stato di salute autodichiarato</li> <li>- Condivisione della produzione</li> <li>- Saldo redistributivo (stipendio)</li> </ul>
Benessere sociale	Formazione agricoltori	7	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Fattoria didattica/attività ricreative</li> <li>-Attività culturali</li> <li>-Partecipazione ad attività didattiche</li> <li>-Partecipazione ad attività ricreative</li> <li>-Visite in fattoria didattica</li> <li>-Livello di formazione</li> <li>-Esistenza di attività didattiche in fattoria</li> </ul>
Benessere sociale	Sicurezza alimentare	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maggiore accesso al cibo</li> <li>- Sicurezza alimentare (2)</li> <li>- Influenza della filiera alimentare corta</li> <li>- Sicurezza e sovranità alimentare</li> </ul>
Benessere sociale	Prodotti sani e sicuri	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Standard per la sicurezza alimentare</li> <li>- Sicurezza alimentare e salute umana (2)</li> <li>- Trasparenza e tracciabilità (2)</li> <li>- Informare i consumatori sul valore nutrizionale dei prodotti</li> </ul>
Benessere sociale	Condizioni di lavoro	29	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Parità di retribuzione (di genere)</li> <li>- Parità di genere (2)</li> <li>- Ricambio generazionale</li> <li>- Inclusione di persone svantaggiate</li> <li>- Rapporto lavoro/produzione</li> <li>- Nessuna disparità di trattamento per lo stesso ruolo</li> <li>- Presenza di welfare aziendale</li> <li>- Valutazione di filiera</li> <li>- Numero di pensionati occupati</li> <li>- Numero di dipendenti con disabilità (2)</li> <li>- Numero di familiari</li> <li>- Numero di dipendenti donne (2)</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero di contadine</li> <li>-Numero di giovani agricoltori e giovani dipendenti (2)</li> <li>-Numero totale di dipendenti</li> <li>-Rapporto SAT e/SAU</li> <li>-Livello di soddisfazione lavorativa</li> <li>-Lavoro nelle aziende agricole</li> <li>-Ruolo delle operatrici agricole</li> <li>-Percentuale di operatrici agricole</li> <li>-Lavoratori svantaggiati</li> <li>-Resilienza occupazionale</li> <li>-Wellness aziendale</li> </ul>
Benessere sociale	Coesione sociale	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interazione faccia a faccia</li> <li>- Comunicazione e comprensione</li> <li>- Esperienza di apprendimento</li> <li>- Sviluppo di rapporti di amicizia</li> <li>- Soddisfazione di vita</li> <li>- Felicità</li> <li>- Soddisfazione</li> <li>- Partecipazione di clienti e produttori</li> <li>- Nuove reti locali</li> <li>- Coinvolgimento proattivo degli attori delle filiere alimentari corte</li> <li>- Maggiore impegno lavorativo a seguito della partecipazione all'AFN</li> <li>- Famiglie con riduzione degli sprechi alimentari</li> <li>- Iscrizione</li> <li>- Storia dell'azienda agricola</li> <li>-Coesistenza armoniosa agricoltori/residenti</li> <li>- Coinvolgimento e mobilitazione dei cittadini nelle filiere alimentari corte</li> <li>- Partecipazione degli attori locali alla produzione e alla trasformazione</li> <li>- Fiducia dei clienti</li> <li>- Consapevolezza dei clienti</li> <li>- Nuove relazioni</li> <li>-Coinvolgimento e attivazione della comunità</li> <li>- Promozione della conoscenza e della diffusione delle filiere alimentari corte</li> <li>- Spazi/luoghi e servizi condivisi</li> <li>- Vitalità delle tradizioni e della cultura alimentare 2)</li> </ul>

## 2 *Fattori motivanti e limitanti per la partecipazione degli agricoltori ai mercati contadini*

Macro Categoria	Categoria	Items
Sociale	Interazione agricoltore-consumatore	Q1 - Conoscere i gusti e le esigenze dei consumatori
		Q2 - Educare il consumatore sulla stagionalità, la biodiversità e le pratiche agricole
		Q6 – Condividere I miei valori etici con i consumatori
		Q13 - Provare apprezzamento e riconoscimento per il mio lavoro
	Finalità etiche	Q4 - Essere in un quartiere dove è possibile offrire cibo di qualità alle categorie svantaggiate della popolazione
	Interazione agricoltore-agricoltore	Q8 - Impara le tecniche di produzione/vendita da altri agricoltori
		Q9 - Lavorare in un ambiente rilassato e non competitivo
		Q10 - Costruire rapporti di fiducia con gli agricoltori della stessa piazza
Q12 - Condividere i miei valori etici con gli agricoltori		
Economica	Profittabilità	Q14 – Ottenere profitto
		Q15 - Coprire i costi delle materie prime
	Barriere burocratiche e finanziarie	L4 - Il costo del personale addetto alle vendite al mercato
		L6 - La burocrazia legata alla partecipazione al mercato
		L9 - Sostenere il costo della partecipazione
Mercato	Posizione del mercato	Q5- Essere nei quartieri ricchi della città
		Q7 - Essere in un luogo con un elevato traffico di clienti
		Q11 - Essere in una piazza attrezzata con servizi per gli agricoltori (acqua, energia)
		L5 – Il mercato è lontano dalla mia azienda
	Offerta del mercato	L7 - La mancanza di diversificazione nell'offerta alimentare del mercato
		L8 - Il mercato ha pochi agricoltori
	Prezzo e promozioni	Q18 - Offrire un prezzo di vendita più alto rispetto ad altri canali commerciali
		Q19 - Essere in grado di svolgere attività promozionali dirette
		Q20 - Poter ottenere il prezzo che desidero
		L1 – Competizione tra agricoltori
	Gestione dell'offerta	Q3 – Offrire cibo di qualità ai consumatori
		Q16 - Poter vendere la produzione in eccesso per evitare sprechi di prodotto

## 2.1 CV fattori motivanti

FMs	LC				CA				MT			
	X	M	s	CV	X	M	s	CV	X	M	s	CV
Q1	6,40	7,00	0,82	0,13	6,31	7,00	0,85	0,13	6,00	6,50	1,24	0,21
Q2	6,32	7,00	1,07	0,17	6,23	7,00	1,54	0,25	6,50	7,00	1,09	0,17
Q3	6,96	7,00	0,20	0,03	7,00	7,00	0,00	0,00	6,93	7,00	0,27	0,04
Q4	4,52	5,00	1,96	0,43	3,92	4,00	2,33	0,59	5,79	6,00	0,97	0,17
Q5	5,24	6,00	1,90	0,36	5,92	7,00	1,44	0,24	4,71	5,00	1,44	0,30
Q6	6,12	7,00	1,45	0,24	6,08	7,00	1,75	0,29	6,57	7,00	0,65	0,10
Q7	6,60	7,00	0,58	0,09	6,77	7,00	0,60	0,09	6,43	7,00	0,76	0,12
Q8	4,92	5,00	1,78	0,36	4,46	4,00	2,54	0,57	5,21	5,00	1,31	0,25
Q9	6,04	6,00	1,27	0,21	5,85	7,00	1,95	0,33	6,43	7,00	1,02	0,16
Q10	6,32	7,00	0,90	0,14	6,00	6,00	1,15	0,19	6,57	7,00	0,51	0,08
Q11	6,12	6,00	1,01	0,17	6,62	7,00	0,96	0,15	5,86	7,00	1,66	0,28
Q12	5,72	6,00	1,46	0,26	6,31	7,00	1,11	0,18	6,07	6,00	1,14	0,19
Q13	6,52	7,00	0,71	0,11	6,62	7,00	1,12	0,17	6,71	7,00	0,47	0,07
Q14	6,48	7,00	0,71	0,11	6,54	7,00	0,78	0,12	6,29	7,00	0,91	0,15
Q15	6,64	7,00	0,64	0,10	6,85	7,00	0,58	0,08	6,86	7,00	0,36	0,05
Q16	6,16	7,00	1,31	0,21	6,08	7,00	1,93	0,32	5,29	6,00	2,16	0,41
Q17	6,24	7,00	1,23	0,20	6,85	7,00	0,38	0,06	6,64	7,00	0,63	0,10
Q18	3,92	4,00	2,16	0,55	5,62	6,00	1,89	0,34	4,50	5,00	2,07	0,46
Q19	5,80	6,00	1,41	0,24	6,23	7,00	1,69	0,27	6,29	6,50	0,83	0,13
Q20	5,36	5,00	1,52	0,28	6,00	7,00	1,53	0,26	6,29	7,00	1,14	0,18

## 2.2 CV Fattori Limitanti

<b>FMs</b>	<b>LC</b>				<b>CA</b>				<b>MT</b>			
<b>ITEM S</b>	<b>X</b>	<b>M</b>	<b>s</b>	<b>CV</b>	<b>X</b>	<b>M</b>	<b>s</b>	<b>CV</b>	<b>X</b>	<b>M</b>	<b>s</b>	<b>CV</b>
<b>L1</b>	<b>2,80</b>	<b>2,00</b>	<b>1,83</b>	<b>0,65</b>	<b>3,54</b>	<b>4,00</b>	<b>2,18</b>	<b>0,62</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>1,96</b>	<b>0,49</b>
<b>L2</b>	<b>4,12</b>	<b>5,00</b>	<b>2,17</b>	<b>0,53</b>	<b>4,31</b>	<b>4,00</b>	<b>2,06</b>	<b>0,48</b>	<b>4,43</b>	<b>4,50</b>	<b>1,95</b>	<b>0,44</b>
<b>L3</b>	<b>3,20</b>	<b>3,00</b>	<b>2,06</b>	<b>0,64</b>	<b>3,23</b>	<b>2,00</b>	<b>2,20</b>	<b>0,68</b>	<b>3,21</b>	<b>3,00</b>	<b>1,81</b>	<b>0,56</b>
<b>L4</b>	<b>2,72</b>	<b>2,00</b>	<b>1,97</b>	<b>0,72</b>	<b>1,92</b>	<b>1,00</b>	<b>1,55</b>	<b>0,81</b>	<b>2,57</b>	<b>1,00</b>	<b>2,24</b>	<b>0,87</b>
<b>L5</b>	<b>3,40</b>	<b>3,00</b>	<b>2,14</b>	<b>0,63</b>	<b>2,77</b>	<b>2,00</b>	<b>1,92</b>	<b>0,69</b>	<b>3,71</b>	<b>4,00</b>	<b>2,33</b>	<b>0,63</b>
<b>L6</b>	<b>2,96</b>	<b>2,00</b>	<b>1,70</b>	<b>0,57</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>1,68</b>	<b>0,56</b>	<b>4,14</b>	<b>4,00</b>	<b>2,03</b>	<b>0,49</b>
<b>L7</b>	<b>4,04</b>	<b>4,00</b>	<b>1,86</b>	<b>0,46</b>	<b>4,69</b>	<b>5,00</b>	<b>2,06</b>	<b>0,44</b>	<b>5,50</b>	<b>6,00</b>	<b>1,61</b>	<b>0,29</b>
<b>L8</b>	<b>3,88</b>	<b>4,00</b>	<b>2,24</b>	<b>0,58</b>	<b>4,92</b>	<b>5,00</b>	<b>1,89</b>	<b>0,38</b>	<b>5,71</b>	<b>6,00</b>	<b>1,27</b>	<b>0,22</b>
<b>L9</b>	<b>2,80</b>	<b>2,00</b>	<b>1,58</b>	<b>0,56</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>1,78</b>	<b>0,59</b>	<b>3,43</b>	<b>3,00</b>	<b>2,06</b>	<b>0,60</b>