



Master: Sostenibilità socio ambientale delle reti agroalimentari

**Abstract Elaborato Finale Anno Accademico 2018/2019**

**Titolo:**

**AGRICOLTURA BIOLOGICA: CRITICITA' E SCENARI FUTURI DI UN MODELLO GESTIONALE SOSTENIBILE**

**CANDIDATO: Alessio Frolloni**

**RELATORE: Gabriele Loris Beccaro**

L'elaborato costituisce una ricerca informativa in merito all'agricoltura biologica, finalizzata a cogliere ed esplicitare i principi, le modalità operative e le dimensioni raggiunte da un modello di produzione divenuto da "fenomeno di nicchia" a vero e proprio comparto del settore agricolo. Evidenziando le maggiori problematiche emergenti dall'attuale contesto sociale, economico ed ambientale, si vaglieranno le prospettive future di sviluppo e le criticità che caratterizzano quello che ad oggi sembra essere uno dei più validi modelli di agricoltura sostenibile. Nello specifico si farà riferimento al Manifesto IFOAM sull'agricoltura biologica 3.0, quale implementazione ed apertura dell'attuale sistema agricolo biologico ad innovazioni di processo, tecniche e tecnologiche. Quindi verranno individuate ed indagate in maniera particolare le criticità inerenti la sua fase produttiva, che più delle altre manifesta delle difficoltà in termini qualitativi e quantitativi.

La ricerca proseguirà analizzando il valore di mercato dei prodotti biologici e le nuove forme di consumo alimentare, cercando di identificare i principali *driver* che portano i consumatori ad acquistare tali beni. Si paleserà quindi il carattere critico dei consumi, tale per cui i prodotti alimentari vengono scelti considerandone le esternalità a livello sociale ed ambientale. Così come una situazione di asimmetria informativa: ovvero una scarsa ed approssimativa conoscenza del modello biologico da parte del consumatore, che dimostra di basare le proprie scelte di consumo sulla sua rappresentazione condivisa di un sistema associato alla tutela dell'ambiente e al rispetto dei diritti degli operatori. Da tale quadro si evincerà come ad oggi sia l'etichetta il principale canale attraverso cui il consumatore acquisisce le maggiori informazioni sul prodotto, dunque lo strumento più efficace per comunicarne e valorizzarne gli aspetti qualitativi, nonché i valori e la sostenibilità dei processi produttivi dell'azienda.

Nella trattazione verrà scelto come “modello aziendale” il Consorzio Marche Biologiche: una realtà, costituitasi nel 2010, volta alla gestione di una filiera cerealicola biologica che racchiude oltre 300 aziende. Presentandone i principali progetti di sviluppo, si sottolineerà l’impegno aziendale nel perfezionare ed incrementare la sostenibilità della propria filiera, cercando di superare le criticità del modello biologico e scommettendo sulle innovazioni di processo possibili grazie ai nuovi strumenti tecnologici.

*This product is an informative research on organic agriculture aimed at understanding and explaining the principles, operating methods and the dimensions achieved by a production model that, started as “a niche in the market”, has become a real agriculture division. Focusing on the main problems arising from the actual social, economical and environmental context, the future prospects of development and the critical issues, that characterize what today seems to be one of the most valid models of sustainable agriculture, will be examined. Specifically, it will be referred to the IFOAM Manifest on organic farming 3.0 which is implementing and is opening up the actual organic agriculture system to process, technical and technological innovations. Therefore the criticalities inherent its productive phase, that more than the others shows some difficulties in qualitative and quantitative terms, will be individualized and analyzed.*

*The research will continue analyzing the market value of organic products and the new forms of food consumption trying to identify the main drivers that lead consumers to buy such goods.*

*The critical nature of consumption will therefore be evident such that food is chosen considering the externalities at social and environmental level. As well as an informative asymmetry situation: the consumer has a poor and approximate knowledge of the organic model and he demonstrates that he bases his consumption choices on his shared representation of a system associated with the protection of the environment and the respect for the operators' rights. From this picture it will be deduced that nowadays the label is the main channel through which the consumer acquires the greater information on the product, therefore the most effective instrument in order to communicate and to value of the qualitative aspects as well as the values and sustainability of the company's productive processes.*

*During the treatment it will be chosen as “business model” the Consorzio Marche Biologiche: a reality established in 2010, aimed at the management of an organic cereal chain that encompasses more than 300 establishments. Presenting the main development projects, it will underline the company's commitment to improve and increase the sustainability of its sector, trying to overcome the critical aspects of the organic model and betting on the process innovations that are possible thanks to the new technological tools.*