

Campania 2020

I'Agricoltura si muove



SALERNO, 19 febbraio 2020

Competitività e territori

Come rafforzare le filiere, i distretti, le aggregazioni e l'export?

Il contesto

Dopo l'agricoltura tradizionale del secondo dopoguerra, la rivoluzione verde degli anni '60-'70, l'agricoltura industriale degli anni 1960-1980, l'agricoltura multifunzionale e di qualità degli anni 1990-2000, l'agricoltura sostenibile degli ultimi 10 anni, oggi e nel prossimo futuro la parola chiave sarà smart, un'agricoltura smart, una PAC smart, villaggi rurali smart. La caratteristica fondamentale di un'agricoltura smart è la conoscenza; le imprese agricole smart puntano sulla conoscenza. La produzione agricola competitiva punterà contemporaneamente alla quantità e alla sostenibilità, con standard qualitativi di altissimo livello, fornendo al consumatore una molteplicità di informazioni. Tutto ciò si ottiene con più conoscenza per ettaro, più dati per ettaro, non più input come avveniva nel passato. La conoscenza e l'innovazione saranno i fattori vincenti.

Secondo i dati ISTAT al 2017 in Campania sono presenti 136.000 aziende agricole. Di queste, circa il 60% ha una superficie aziendale inferiore alla media regionale (4 ettari); il restante 40% è rappresentato da aziende con una superficie media superiore alla media regionale. Se guardiamo alla dimensione economica, anziché alla superficie, il dualismo è ancora più accentuato: il 70% circa delle aziende campane ha una produzione standard inferiore a 8.000 euro, mentre solo il 20% delle aziende supera i 15.000 euro.

La realtà effettiva del contesto produttivo regionale è però fortemente differenziato e non riconducibile tout – court a categorie nettamente distinte in base a dati statistici: esistono imprese di piccole dimensioni che hanno saputo valorizzare le proprie produzioni, aumentandone il valore percepito e riconosciuto dai consumatori, e che hanno saputo attuare strategie di diversificazione, adeguamento, adozione di innovazioni tali da renderle competitive o almeno resilienti; così come esistono imprese di grandi dimensioni (in termini di produzioni standard e di superficie) che non riescono ad essere competitive, dovendosi confrontare sul mercato delle commodities e quindi risentendo della competizione con i prodotti provenienti dalle agricolture emergenti europee ed extraeuropee.

Esistono senza dubbio piccole aziende (nella dimensione fisica ed economica) che vivono enormi difficoltà di sopravvivenza e prospettiva, ma costituiscono ancora il presidio essenziale delle aree collinari e montane della regione. In queste aree l'abbandono agricolo è uno degli

aspetti principali del declino demografico e socio-economico, oltre a contribuire a generare dissesto idrogeologico, aumento dei rischi, come quello d'incendio, scadimento dei valori paesaggistici; così come aziende agricole con superficie e dimensione economica maggiore hanno orizzonti e prospettive più incoraggianti; tutte devono essere aiutate a incrementare efficienza economica e livelli qualitativi, all'interno di filiere e territori più integrati e competitivi.

Classificare le aziende utilizzando esclusivamente la dimensione media, sia quella fisica o economica, risulta, in una realtà come quella campana, francamente limitante. Collegare la dimensione fisica in modo diretto alle potenzialità economiche dell'azienda senza usare come mediatori gli elementi socio-territoriali esogeni e la dimensione organizzativa (reale o potenziale) restituisce uno scenario privo delle peculiarità campane. Un esempio è fornito dalle aziende limonicole della Penisola Sorrentina, dove la nascita di un network costruttivo, ha restituito alla Campania il settore del Limone di Sorrento. Questo è caratterizzato da una cooperativa fra agricoltori, da un consorzio con i produttori di limoncello ecc.: la base produttiva è formata da piccole aziende, molte con difficoltà di successione. Di esempi simili se ne possono fare altri, le cooperative di grani antichi, le cooperative olivicole cilentane (Nuovo Cilento). La sfida è creare il network e la partecipazione delle popolazioni locali ad un progetto, è formare e valorizzare l'innescò del processo. Una sfida questa che va oltre l'approccio economico e invade quello sociologico e politico. Per questa ragione, le filiere devono ampliare le proprie dimensioni e raggiungere non solo i consumatori ma anche i cittadini, non solo i produttori ma anche le istituzioni, in altre parole devono trasformarsi in sistemi territoriali ed economici, acquisendo una visione dell'impresa agricola che al di là del mero risultato economico ha cambiato il rapporto fra i cittadini ed il mondo agricolo in modo sostanziale.

In Campania, in modo particolare, si rileva un ventaglio di possibili sistemi di mercato, ognuno con una specifica competitività da valorizzare e sostenere con politiche differenziate. Gli interventi devono essere basati su una analisi rigorosa e multidisciplinare che riesca a descrivere, in modo efficace realtà regolate da fattori non solo economici e demografici ma anche e soprattutto sociologici e psicologici. Esempi estremi sono il sistema di mercato prodotto dal settore orticolo moderno, capitalizzato ed orientato all'esportazione che si è sviluppato nella Piana del Sele e le numerosissime declinazioni delle filiere corte. Queste, in particolare, mostrano un livello organizzativo crescente e una competitività tale da sviluppare veri e propri esempi di resilienza sociale ed economica di piccole e piccolissime imprese agricole in aree, fino a qualche anno fa, considerate marginali socialmente ed economicamente.

Per quanto detto sulle differenze territoriali esistenti, disegnare politiche efficaci per la Campania necessita di un'analisi di contesto innovativa. Questa deve tener conto non solo delle dimensioni fisiche ed economiche del comparto analizzato ma anche delle connessioni esistenti fra questo e gli altri attori del sistema economico, non ultimi Istituzioni e società civile. In sintesi, le differenze rinvenibili nel comparto agricolo regionale, unite alle molteplici funzioni affidate all'agricoltura, hanno dato vita a diversi sistemi di mercato che finiscono per caratterizzare il settore primario nel suo complesso.

L'imprenditore agricolo è sempre più consapevole del suo ruolo ed il fattore determinante è il progetto d'impresa che viene perseguito. Questo non vuol dire che le dimensioni aziendali non siano importanti, e che non vadano adottate tutte le politiche necessarie al recupero dei terreni abbandonati, all'accorpamento aziendale, all'aumento della dimensione media: ma una seria valutazione della competitività di una impresa passa per la verifica della coerenza fra il progetto di impresa, l'individuazione di un mercato di riferimento adeguato, la giusta combinazione di fattori produttivi, l'accesso all'informazione ed all'innovazione, la crescita delle competenze

imprenditoriali, definendo i ruoli di formazione professionale e consulenza, che ad esempio nella nuova programmazione dovranno avere un ruolo centrale nell'intervento.

Ragionare in termini di sistemi di mercato significa chiedersi come favorire i processi di integrazione orizzontali e verticali, agevolando non solo le reti tra i produttori, ma anche le reti che coinvolgono anche le comunità locali nel quadro di un nuovo ruolo propulsivo delle istituzioni pubbliche.

Nella definizione delle strategie di rafforzamento della competitività delle aziende agricole e dei territori rurali, è importante tenere conto dei diversi aspetti della competitività:

- competitività basata sull'efficienza economica
- competitività fondata sul carattere della qualità delle attività svolte
- competitività centrata sulla diversificazione di prodotto e di processo
- competitività legata sull'integrazione di filiera
- competitività derivante dall'integrazione di sistema.

L'intervento su ciascuno degli aspetti della competitività richiede il ricorso ad un mix di strumenti differenziati, in funzione della tipologia aziendale, della propensione imprenditoriale e del contesto territoriale di riferimento.

Efficienza economica

La competitività basata sull'efficienza economica, fondamentale nel contesto di competizione globale in cui si opera chiama le aziende agricole regionali a confrontarsi con realtà produttive e strutture dei costi assai diverse dalla nostra. Una maggiore efficienza può essere ricercata attraverso innovazioni di processo, organizzative e gestionali che vanno declinate secondo le specificità del territorio e dei diversi contesti in cui le imprese agricole della Campania si trovano ad operare.

Secondo i dati ISMEA, l'export del settore agroalimentare della Campania ha raggiunto un valore di 3,2 miliardi di euro nel 2018, pari al 7,6% delle esportazioni nazionali del settore. Con un trend in crescita nell'ultimo decennio (3,5%), più basso di quello nazionale (6%). La bilancia commerciale agroalimentare della Campania è stata positiva anche nel 2018, con un surplus commerciale di 593 milioni di euro. L'incidenza del valore dell'export agroalimentare sull'export totale regionale è pari al 29,2%, stabile rispetto al 2016, ma decisamente superiore dell'incidenza media italiana (circa 9%). L'industria alimentare contribuisce all'85% del valore delle esportazioni agroalimentari campane. Un esempio di successo è rappresentato dalla mozzarella di bufala campana DOP, che esporta il 32% della sua produzione.

È importante che la nuova strategia agricola regionale consideri questi punti di forza dell'agroalimentare campano non come risultati acquisiti, ma come base di partenza per un ulteriore rafforzamento.

Qualità, sicurezza, legame con il territorio

Altra leva competitiva è basata sulla qualità del prodotto seguendo i principi di specialità e tipicità, di salubrità e sicurezza alimentare, di tracciabilità e certificazione dei prodotti; da questo

punto di vista la Campania dal punto di vista della tipicità ha risorse ancora largamente inesprese che possono utilmente diventare un valore; dall'altra a fronte di un sistema di controlli capillare l'immagine dei prodotti campani è ancora offuscata dalla comunicazione negativa generata dalla "terra dei fuochi".

Il fatturato all'origine dei prodotti IG campani (food e vino) è di 610 milioni di euro, con un'incidenza del 10% sul fatturato agroalimentare complessivo della regione. La Campania si configura come la prima regione del Mezzogiorno in questo ambito, con il 30% del valore dell'area, con 53 prodotti a marchio, di cui 24 del comparto food e 29 del vino. La quota principale del fatturato deriva dai prodotti Food: 510 milioni di euro, 7,3% del valore nazionale; nel Food IG è la terza regione italiana per impatto economico.

Tra il 2014 e il 2017 il trend del fatturato del segmento IG Food è stato fortemente crescente, rispetto a quello nazionale; questo grazie soprattutto alla Mozzarella di bufala campana DOP, che da sola pesa per il 76% del fatturato. Meno impattante il comparto del vino: 100 milioni di euro è il fatturato origine, pari all'1,2% del totale nazionale; dodicesima regione per impatto economico.

Da questi dati emerge un quadro della realtà agroalimentare campana, caratterizzato da produzioni di qualità e da un ricco patrimonio agronomico da valorizzare. Un ruolo sempre più importante è ricoperto dai "consorzi di tutela" che assolvono un compito fondamentale di garanzia e di riduzione delle asimmetrie informative esistenti tra azienda e consumatore sulla qualità del prodotto.

Diversificazione di prodotto e di processo

Una strategia competitiva orientata alla diversificazione e alla multifunzionalità dell'impresa agricola può essere determinante ormai non soltanto per le piccole imprese operanti nelle aree interne: lo dimostra la crescita ed il successo di attività di diversificazione avviate da grandi marchi della vitivinicoltura di pregio o di un crescente numero di allevamenti bufalini di medie e grandi dimensioni, in una regione dove il turismo ha recuperato, o sta recuperando, vaste aree un tempo soltanto sfiorate dai flussi turistici tradizionali (si pensi alla città di Napoli, ma anche al Sannio ed al turismo enogastronomico in crescita in Irpinia e Sannio): ormai all'innovazione di prodotto, all'agricoltura biologica, alla trasformazione esperta ed artigianale delle materie prime devono collegarsi servizi offerti dalle imprese nel campo dei servizi di turismo rurale, di gestione ambientale del territorio, di erogazione di servizi sociali e culturali.

Integrazione di filiera

L'integrazione di filiera consente di migliorare l'efficienza e l'efficacia del percorso compiuto dal prodotto agricolo per giungere dal produttore al consumatore finale ed è anche uno strumento per permettere la comunicazione dei valori relativi alla provenienza, alla certificazione, alla sicurezza alimentare. È fondamentale che il valore dei prodotti agricoli non sia disperso lungo questo percorso, e questo può essere realizzato attraverso la creazione di filiere corte, il rafforzamento delle forme cooperative e associative tra produttori, lo sviluppo di relazioni contrattuali eque e di una logistica efficiente e ecocompatibile. L'integrazione di filiera intesa in senso lato permette di perseguire gli obiettivi che l'Unione Europea si sta dando nell'ambito del

Green Deal per quanto riguarda l'agricoltura, la pesca e lo sviluppo rurale: nel documento preliminare "dal produttore al consumatore" (farm to fork) la Commissione definisce obiettivi quali la garanzia di disponibilità di prodotti alimentari sostenibili a costi contenuti, la resilienza dei contesti produttivi al cambiamento climatico, la protezione degli ecosistemi e della biodiversità, ed al potenziamento dell'agricoltura biologica; obiettivi che dovranno essere raggiunti sviluppando sistemi di economia circolare, che prevedano una migliore informazione dei cittadini, un sistema di produzione alimentare più efficiente, sostenibilità della logistica e dell'agroindustria, anche in termini di contrasto allo spreco alimentare ed alle frodi alimentari.

L'agricoltura campana deve integrare le sfide che vengono dall'economia circolare soprattutto in riferimento alla simbiosi industriale e alla gestione sostenibile degli scarti di lavorazione come materia prima secondaria di altri processi produttivi, ed è altrettanto rilevante la questione della efficienza della rete di infrastrutturazione logistica in un'ottica di una maggiore interconnessione, di una più adeguata fruibilità da parte degli operatori economici, degli obiettivi di sostenibilità da perseguire anche attraverso l'apporto dell'innovazione (non solo digitale).

Dal punto di vista della società civile, in connessione agli obiettivi di sicurezza alimentare ma in generale per assicurare un ruolo attivo dei cittadini, le politiche strategiche per l'agricoltura devono convergere anche su azioni mirate di comunicazione, informazione ed educazione alimentare. Questo permette una maggiore conoscenza della qualità (e conseguentemente una maggiore capacità di scelta) dei prodotti agroalimentari e dei relativi processi produttivi e consente nel medio periodo di sviluppare un nuovo modello produttivo in cui il consumatore, meglio informato sulla qualità dei prodotti, partecipa attivamente alla valorizzazione delle risorse del territorio di riferimento.

Nell'ottica della sostenibilità, le economie rurali devono anche tenere conto delle opportunità legate alle fonti energetiche rinnovabili, sia per l'utilizzo degli scarti agricoli come biomasse, sia per la produzione ecocompatibile di energia (ad esempio serre che integrano pannelli fotovoltaici), sia per la trasformazione della trazione dei mezzi meccanici da fonti fossili a fonti rinnovabili, sia a forme aziendali di produzione energetica (piccoli impianti eolici, fotovoltaici, idroelettrici).

L'importanza di una programmazione integrata plurifondo

Una impostazione organizzativa moderna deve determinare, come logica conseguenza, anche una innovazione procedurale data l'importanza di rendere realmente operativa la programmazione integrata con la possibilità di impiegare congiuntamente per il sostegno agli interventi con risorse provenienti dai diversi fondi da quello agricolo (FEASR) a quello sociale (FSE plus) e di sviluppo regionale (FESR).

La proposta di regolamento UE n. (2018) 375 final del 29.05.2018, recante le disposizioni comuni applicabili a FERS, FSE plus, Fondo di Coesione, FEAMP ed altri già prevede di fatto (articolo 22) il sostegno congiunto di FESR e FSE plus a programmi relativi all'obiettivo "investimenti a favore dell'occupazione e della crescita" per il periodo di programmazione 2021 – 2027; all'articolo 22 di detto regolamento si prevede di attuare lo sviluppo territoriale integrato nelle forme di Investimenti Territoriali Integrati, di programmi di Sviluppo Locale di tipo Partecipativo, altri strumenti territoriali a sostegno di iniziative programmate dallo stato membro nell'ambito del

FESR ai fini dell'obiettivo strategico "un'Europa più vicina ai cittadini attraverso la promozione dello sviluppo sostenibile e integrato delle zone urbane, rurali e costiere e delle iniziative locali".

L'attuazione in particolare di programmi di Sviluppo Locale di tipo Partecipativo viene attuato da organismi intermedi che sono definiti, in analogia a quanto previsto dal programma LEADER per il FEASR, Gruppi di Azione locale che possono essere designati quali organismi intermedi.

I gruppi di azione locale svolgono in esclusiva tutti i compiti seguenti:

- (a) sviluppare la capacità degli operatori locali di elaborare e attuare operazioni;
- (b) redigere una procedura e criteri di selezione non discriminatori e trasparenti, che evitino conflitti di interessi e garantiscano che nessun singolo gruppo di interesse controlli le decisioni in materia di selezione;
- (c) preparare e pubblicare gli inviti a presentare proposte;
- (d) selezionare le operazioni e fissare l'importo del sostegno e presentare le proposte all'organismo responsabile della verifica finale dell'ammissibilità prima dell'approvazione;
- (e) sorvegliare i progressi compiuti verso il conseguimento degli obiettivi della strategia;
- (f) valutare l'attuazione della strategia.

Non sfugge l'analogia fra i Gruppi di Azione Locale così come definiti dalla proposta di regolamento con i GAL LEADER ed i Distretti del Cibo, che così come definiti dell'art. 13 del D. lgs. 228/2001 rappresentano una maggiore articolazione rispetto ai GAL tradizionali, ancorati alle "aree interne" intese in senso classico, e quindi possono più utilmente essere utilizzati come base per definire i diversi sistemi di mercato presenti in Regione Campania e, nello stesso tempo, diventare strumenti per avviare politiche di programmazione negoziata che uniscano, in modo moderno, interventi di tipo strutturale e produttivo ad interventi di tipo infrastrutturale, partendo dall'analisi di contesto di cui al punto precedente, anche realizzando l'integrazione fra fondi auspicata da tutti ma finora mai realizzata compiutamente.

I Programmi Integrati di Distretto, partendo da un puntuale identificazione del sistema di mercato di riferimento, potrebbero infatti essere un efficace strumento, coordinato, di attuazione dei fondi europei (FERS; FEASR e FSE), promuovendo la realizzazione di interventi sia pubblici che privati (miglioramento aziendale, riorganizzazione fondiaria, realizzazione di infrastrutture a supporto dell'attività delle imprese, attivazione di specifici percorsi formativi e di idonee attività di consulenza sulla base di rilevazioni puntuali dei fabbisogni, diffusione di innovazioni "tailor made", attivazione di network e di reti di imprese, miglioramento del capitale sociale, etc.) rispondenti ad obiettivi comuni e basati su una unica strategia.

Dal punto di vista dell'intervento pubblico, poter distinguere ed analizzare i diversi sistemi di mercato consentirà anche una migliore sinergia fra pagamenti diretti, misure di mercato e sviluppo rurale, nonché l'introduzione degli innovativi strumenti finanziari del FEASR. Inoltre, una conoscenza aggiornata permetterà di inserire nella strategia complessiva non solo politiche per favorire l'orientamento al mercato delle filiere ma un'offerta alle imprese di servizi reali moderni per meglio gestire i scenari competitivi locali, nazionali ed esteri.

La diversificazione descritta dalle proposte di individuazione dei distretti rurali in Campania, attualmente in istruttoria, è forte non solo quando si considera la differenza fra pianure ed aree

interne ma anche quando si guarda all'interno della ruralità. Le aree rurali regionali sono state oggetto di un forte processo di cambiamento che le ha interessate con intensità diversa e spesso indipendente dalla mera caratterizzazione geografica in aree omogenee. Questo ha fatto sì che oggi parlare di aree rurali significa riferirsi ad un insieme diversificato di territori, di tipologie di imprese, di economie e di strutture sociali.

L'analisi di queste specificità e le conseguenti scelte che verranno attivate non possono prescindere da una analisi dei progetti e finanziamenti già attivati con i diversi fondi su un determinato territorio. Solo questo approccio può garantire l'attivazione di iniziative che permettano di mettere in rete, valorizzare e implementare azioni (es. Borghi storici restaurati, ricerche storiche, architettoniche e naturalistiche prodotte, progetti di cooperazione e innovazione che presentano elementi di successo) già realizzate nelle precedenti programmazioni evitando, altresì, inopportune duplicazioni. Tale approccio potrà, in generale, garantire una spinta diversa alle azioni poste in essere nella prossima programmazione.

Vi sono territori in cui il legame virtuoso fra agricoltura e turismo, ad esempio, è già operativo e sta dando i suoi frutti in termini di crescita e sviluppo e, ugualmente, vi sono aree in cui tale processo ancora stenta a partire. Ma anche nello stesso territorio coesistono realtà produttive che sono pienamente inserite in un contesto che potremo definire "sistema di accoglienza locale" ed imprese che, al contrario, non ne hanno alcun vantaggio. In tutti i casi, quindi, favorire la "vendita" dei territori ad una fruizione turistica più ampia diventa elemento cardine per la crescita e la resilienza.

Sotto l'aspetto dello sviluppo turistico dei territori, va inoltre valutata l'opportunità di prevedere interventi per la redazione di disciplinari volontari, ma riconoscibili da turisti e consumatori attraverso l'uso di un marchio, che certifichino l'uso dei prodotti agricoli locali nella gastronomia turistica.

La differenziazione va fatta anche sulla base della struttura organizzativa delle filiere e su come le filiere in senso classico si inseriscono nei diversi sistemi di mercato. Non va dimenticato che la Campania si caratterizza per una presenza importante di una viticoltura di qualità che anche nelle aree interne appare bene organizzata ed innesco di sviluppo moderno e di riqualificazione del capitale umano. Produzioni comunque potenzialmente interessanti come grani antichi, olio di oliva extra-vergine, castagne e nocciole, produzioni zootecniche di qualità, rappresentano realtà con necessità diverse, che sono presenti anche se in modo disomogeneo e con caratteristiche strutturali diverse, in buona parte del territorio regionale, e soprattutto nelle aree interne. Sul tema delle filiere occorre tener conto anche dei tavoli di lavoro tematici attivati dalla Regione Campania per approfondire le questioni d'interesse, stabilire strategie condivise, attivare percorsi virtuosi dedicati alle specificità della filiera stessa.

La competitività ed il lavoro

Il futuro dell'agricoltura in Campania è strettamente connesso ai temi della legalità, del ricambio generazionale, della sicurezza sul lavoro e dell'immigrazione.

Di fondamentale interesse è valutare la forza lavoro come fattore di competitività. Si dovrebbe discutere la possibilità di inserire il lavoro tra i criteri di condizionalità nella concessione dei contributi europei alle aziende, associando per un verso gli aiuti al mantenimento dell'occupazione e alla creazione di posti di lavoro duraturi e per altro escludendo dai pagamenti

dei premi PAC le aziende che violano le leggi e non rispettano i CCNL. Di particolare interesse sono le politiche giovanili per possono assicurare un adeguato ricambio generazionale e accrescere le capacità di innovazione del settore.

Attualmente lo strumento del primo insediamento è di interesse soprattutto per giovani che già dispongono di aziende agricole e pertanto lo strumento coglie l'obiettivo del ricambio generazionale. La messa a disposizione di terre recuperate all'abbandono, anche nelle aree periurbane, potrebbe offrire una reale possibilità lavorativa nelle diverse sfaccettature che l'agricoltura multifunzionale propone: dalla produttiva all'ambientale ed infine sociale.

In tal senso indispensabile è definire un pacchetto di strumenti che possano accompagnare i giovani nell'avvio dell'attività aziendale in termini di competenza tecnica ma anche di accesso all'innovazione tecnologica non esclusa lo scambio di esperienze operative.

È rilevante analizzare, inoltre, il ruolo che l'agricoltura può avere come ammortizzatore per la forza lavoro che perde l'occupazione a seguito della crisi economica (o dei mutamenti del lavoro negli altri settori produttivi).

Inoltre è cruciale per la regione Campania individuare strategie opportune relativamente al tema della legalità sia in termini di sicurezza sul lavoro che di lotta al caporalato ed emersione del lavoro nero.

Il coinvolgimento legale e qualificato di forza lavoro composta da migranti può diventare un fattore di competitività per le imprese agricole e nel contempo rafforzare le reti sociali.

Gli interventi sul Lavoro presuppongono un'adeguata revisione dei modelli e degli interventi legati alla formazione (dal sistema dell'istruzione scolastica superiore alla formazione professionale). Sotto questo aspetto il catalogo delle competenze per l'agricoltura in Campania può costituire uno strumento di cambiamento e di innovazione del sistema agricolo regionale.

Il coraggio delle scelte

L'indicazione principale scaturita dal tavolo è la necessità di effettuare delle scelte. È necessario comprendere quali dei diversi aspetti della competitività debbano essere sostenuti nella nuova programmazione, con riferimento alle diverse tipologie aziendali, e ai diversi sistemi rurali della Campania, quelli dell'agricoltura di mercato della fascia costiera ad alta densità urbana e demografica, come quelli dei paesaggi multifunzionali della fascia collinare e montana in spopolamento. Quindi, non più una gamma generica di misure e interventi, ma un paniere personalizzato, gestito con procedure e strumenti differenziati.

Infine, discutere di sistema di mercato inteso come insieme delle connessioni tra filiere produttive, società civile e istituzioni pubbliche presuppone un ruolo rafforzato della partecipazione della Campania ai processi decisionali nazionali e europei afferenti l'agricoltura, affinché si possano rappresentare al meglio le istanze e le esigenze dell'intero Sistema Regione. Questo consente non solo di incidere sulla definizione delle policy che riguardano l'agricoltura, ma anche di accrescere le possibilità di usufruire al massimo dell'attuazione delle policy stesse.

Obiettivi:

- Definizione dei diversi sistemi di mercato con riferimento alla strutturazione delle filiere, alla redistribuzione del valore aggiunto lungo le filiere, fabbisogni normativi e di innovazione, caratteristiche del mercato di riferimento e profilazione del consumatore/target;
- Conoscenza adeguata della situazione strutturale del comparto agroalimentare campano;
- Definizione di strategie promozionali e di comunicazione ad hoc;
- Sviluppo di sistemi di economia circolare che coinvolgano imprese, cittadini, P.A. nelle politiche della sostenibilità;
- Valorizzazione dell'agricoltura urbana;
- Rafforzamento della fiducia dei consumatori verso le produzioni alimentari campane;
- Favorire la costituzione di forme di partecipazione delle imprese agricole al mercato dei mezzi tecnici e delle innovazioni in forma associata;
- Diffusione dell'agricoltura di precisione;
- Sviluppo della filiera corta e dei marchi come strumento per il rafforzamento del ruolo dell'imprenditore agricolo;
- Sviluppo di sistemi di accoglienza locale, prioritariamente nelle aree interessate dai 12 distretti turistici identificati in Campania;
- Valorizzazione delle filiere del legno attraverso la attivazione di sistemi di certificazione della gestione forestale e delle catene di custodia (FSC, PEFC)
- Definizione di politiche per l'inserimento dei giovani e degli espulsi dal mondo del lavoro nell'agricoltura
- Miglioramento del capitale umano
- Definizione di politiche per l'inclusione dei migranti nel sistema produttivo agroalimentare

OS2. Migliorare l'orientamento al mercato e aumentare la competitività

		Fattori positivi	Fattori negativi	
Fattori interni	PUNTI DI FORZA	<ul style="list-style-type: none"> • PRESENZA DI TIPOLOGIE DI IMPRESE AGRICOLE E FORESTALI COMPETITIVE CON ELEVATA REDDITIVITÀ • DIFUSA PROPENSIONE ALLA DIVERSIFICAZIONE ECONOMICA DELLE AZIENDE AGRICOLE E FORESTALI • PRESENZA DI SISTEMI AZIENDALI LOCALI E SETTORIALI CON MARCATÀ TIPICITÀ, QUALITÀ E SOSTENIBILITÀ E BUON LIVELLO TECNOLOGICO E DI SPECIALIZZAZIONE • MIGLIORAMENTO DEL POSIZIONAMENTO COMPETITIVO DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI ITALIANI SUI MERCATI INTERNAZIONALI E REPUTAZIONE POSITIVA DEL MADE IN ITALY SIA IN AMBITO ALIMENTARE CHE FORESTALE • CRESCITA DELL'EXPORT, IN PARTICOLARE DI ALCUNI SETTORI 	<ul style="list-style-type: none"> • RIDUZIONE DELLA PRODUTTIVITÀ NEL SETTORE AGRICOLO E FORESTALE CHE LIMITA LO SVILUPPO DEI SETTORI • INSTABILITÀ DEL LIVELLO DEGLI INVESTIMENTI E INSUFFICIENTE LIVELLO DI AMMODERNAMENTO E DI INVESTIMENTI INNOVATIVI IN AGRICOLTURA E NELLA TRASFORMAZIONE • PROBLEMI DI LIQUIDITÀ OPERATIVA E BASSO RICORSO AL CREDITO PER INVESTIMENTI • SCARSA CONOSCENZA E LIMITATO RICORSO AGLI STRUMENTI FINANZIARI • RIDOTTE DIMENSIONI AZIENDALI E BASSA COMPETITIVITÀ PER ALCUNI SETTORI E IMPRESE • BASSA PROPENSIONE DI ALCUNI SETTORI E DELLE IMPRESE PIÙ PICCOLE AD ESPORTARE E INSUFFICIENTE DIVERSIFICAZIONE DEI MERCATI DI SBocco • DIFFICOLTÀ AD ASSICURARE CONTINUITÀ NEI VOLUMI E NELLA QUALITÀ DELL'OFFERTA DI ALCUNE FILIERE • INADEGUATE INFRASTRUTTURE PER LA VIABILITÀ IN PARTICOLARE SECONDARIA CON CONSEGUENTI PROBLEMI DI ACCESSO ALLE AZIENDE AGRICOLE E FORESTALI 	
	Fattori esterni	OPPORTUNITÀ	<ul style="list-style-type: none"> • OPPORTUNITÀ DI CRESCITA DELLE ESPORTAZIONI NEI PAESI EMERGENTI (DOMANDA MONDIALE PIÙ ORIENTATA VERSO PRODOTTI TIPICI DEL MADE IN ITALY) • NUOVI POSSIBILI CANALI DI VENDITA E CRESCENTE ATTENZIONE DEI CONSUMATORI PER PRODOTTI DI QUALITÀ E TRACCIATI O CON CERTIFICAZIONI AMBIENTALI • SVILUPPO TECNOLOGICO VERSO PROCESSI ECO-COMPATIBILI E MAGGIORE CONSAPEVOLEZZA AMBIENTALE E DEL BENESSERE ANIMALE • DISPONIBILITÀ DI STRUMENTI COME LE CERTIFICAZIONI AMBIENTALI E I CONTRATTI COLLETTIVI DI RETE • DISPONIBILITÀ DI INNOVAZIONI (PROCESSO, PRODOTTI, MARCHI, COMMERCIALIZZAZIONE, NUOVE TECNOLOGIE, BIOECONOMIA...) • DIFFUSIONE E SVILUPPO DI PIATTAFORME WEB PER LA PROMOZIONE E DISTRIBUZIONE A LIVELLO GLOBALE DELLE PRODUZIONI LOCALI 	MINACCE

Figura 1. SWOT relativa all'obiettivo strategico 2 (Migliorare l'orientamento al mercato e aumentare la competitività)

OS3. Migliorare la posizione degli agricoltori nella catena del valore

		Fattori positivi	Fattori negativi
Fattori interni	PUNTI DI FORZA	<ul style="list-style-type: none"> ELEVATA PRESENZA DI PRODUZIONI DI QUALITÀ, DI RICONOSCIMENTI IG E PRODOTTI BIOLOGICI PRESENZA DI SOGGETTI INTERMEDI (COOPERATIVE, OP, CONSORZI) PER LA CONCENTRAZIONE DELL'OFFERTA E DELLA VENDITA DEL PRODOTTO IN ALCUNI SETTORI E REGIONI CRESCITA DELLA TRASFORMAZIONE DIRETTA E DELL'UTILIZZO DEI CANALI BREVI DI COMMERCIALIZZAZIONE PRESENZA DI IMPRESE AGROALIMENTARI IN DIVERSI SETTORI E TERRITORI ESPERIENZE DISTRETTUALI IN TALUNE AREE 	<p>PUNTI DI DEBOLEZZA</p> <ul style="list-style-type: none"> 'DISTANZATA LA POTENZIALITÀ' DEL TERRITORIO ED EFFETTIVO RICORSO ALLE CERTIFICAZIONI (IG, BIO, ALTRE CERTIFICAZIONI VOLONTARIE E AMBIENTALI) IN ALCUNE AREE E PER ALCUNI PRODOTTI ELEVATA FRAMMENTAZIONE DELL'OFFERTA E CARENZA DI RELAZIONI VERTICALI O DI FILIERA DEBOLEZZA OPERATIVA DI ALCUNI CONSORZI DI TUTELA DELLE IG ED EROSIONE DELLA BASE SOCIALE NEL SISTEMA COOPERATIVO INADEGUATA CAPACITÀ DI VALORIZZAZIONE E TRASFORMAZIONE DEL PRODOTTO AGRICOLO IN ALCUNI TERRITORI E SETTORI INDIVIDUALISMO, SCARSA DIFFUSIONE DI STRUMENTI INNOVATIVI DI AGGREGAZIONE (CONTRATTI DI FILIERA, ACCORDI QUADRO, RETI DI IMPRESE ECC.) IN ALCUNI TERRITORI MANCATO COORDINAMENTO CON ALTRE ATTIVITÀ E ASSENZA DI AZIONI DI SISTEMA (AGROINDUSTRIA, FILIERA LEGNO, COMMERCIO, TERZO SETTORE E TURISMO) NON EQUA DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO LUNGO LA FILIERA E INADEGUATA REMUNERAZIONE PER I PRODOTTI DI BASE ECESSIVA FRAMMENTAZIONE E COMPLESSITÀ' DELLE REGOLE DI PRODUZIONE INDOTTE DA P.A., GDO, TRASFORMATORI
	Fattori esterni	OPPORTUNITÀ'	<ul style="list-style-type: none"> MAGGIORE ATTENZIONE DEI CONSUMATORI VERSO CANALI BREVI DI COMMERCIALIZZAZIONE (ANCHE ON LINE) CRESCENTE INTERESSE TRA OPERATORI PER LO SVILUPPO DI AZIONI DI COORDINAMENTO E INTEGRAZIONE (ANCHE PER AZIONI DI MARKETING, EXPORT, INNOVAZIONE, ECC.) CRESCENTE ATTENZIONE DEI CONSUMATORI PER L'ORIGINE, LA TRACCIABILITÀ' E I METODI DI PRODUZIONE SOSTENIBILI DISPONIBILITÀ' DI STRUMENTI PER LA VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI COME LE CERTIFICAZIONI AMBIENTALI E FORESTALI STRUMENTI NORMATIVI E AZIONI PER AUMENTARE LA TRASPARENZA DEL MERCATO IN TUTTA LA FILIERA E RIDUZIONE PRATICHE UNFAIR

Figura 2. SWOT relativa all'obiettivo strategico 3 (Migliorare la posizione degli agricoltori nella catena del valore)