

## Nuovi modelli di business per la sostenibilità delle filiere delle aree interne

### Riferimenti

Tipo di progetto

Gruppo Operativo - Leader

Acronimo

BUSFAI

Tematica

Aree svantaggiate

Filiere agroalimentari

Mercati locali e filiere corte

Sviluppo rurale

Focus Area

3a) Migliore integrazione dei produttori primari nella filiera agroalimentare attraverso i regimi di qualità, mercati locali e filiere corte

Informazioni

Periodo

2023 - 2024

Durata

18 mesi

Partner (n.)

3

Regione

Campania

Comparto

Multifiliera

Costo totale

€100.000,00

Fonte di finanziamento principale

Programma di sviluppo rurale

Programma di sviluppo rurale

2014IT06RDRP019: Italy - Rural Development

Programme (Regional) - Campania

Parole chiave

Competitività e diversificazione agricola e forestale

Filiera, marketing e consumo

Qualità, trasformazione e nutrizione

Sito web

<https://www.progettobusfai.it/>

Stato del progetto



### Obiettivi

L'obiettivo principale del progetto BUSFAI è quello di scalare l'innovazione maturata all'interno di una azienda altamente innovativa, che ha saputo incrociare ed intercettare le dinamiche della domanda, nell'intero territorio delimitato dal GAL IRPINIA. Perché ciò sia possibile occorre che dell'innovazione passi attraverso una formalizzazione su base scientifica affinché si possa estrarre un modello di business ben identificato e definito. Questo idealtipo sarà poi condiviso con gli altri soggetti dell'ecosistema e reso idoneo ad essere trasferito in altre aziende che, per caratteristiche strutturali, di mercato o organizzative, potrebbero adottarla al proprio interno.

### Risultati

L'obiettivo, inoltre, è quello di valutare la presenza di innovazioni tecnologiche che siano utili e applicabili al contesto. La rassegna di modelli di business e il richiamo alle tecnologie digitali che sono apparse più utili ai fini della ricerca, hanno evidenziato alcuni punti chiave, ovvero:

- la necessità di coinvolgere la comunità (cittadini e abitanti del territorio) e gli attori delle filiere produttive tutte. Il coinvolgimento, nella forma della cooperazione, consente di rafforzare il tessuto della rete di produttori e agricoltori, aumentando le capacità resilienti di resistere agli urti e alle sfide poste dai fattori sfidanti richiamati poc'anzi;
- la necessità di adeguarsi agli standard di sostenibilità e circolarità sia per far fronte alle richieste che provengono dal mercato, dai consumatori e dalle istituzioni, ma anche per migliorare i livelli di performance dell'azienda, nonostante le piccole dimensioni;
- partendo dalla manifesta esigenza del consumatore di essere più consapevole e attento rispetto a ciò che arriva sulle tavole quotidianamente, adottare sistemi di tracciabilità del prodotto e diversificazione delle abitudini di consumo legate ai prodotti;
- digitalizzare i processi e le attività, facendo attenzione all'effettiva necessità dell'azienda e prestando attenzione agli "eccessi digitali" e tutte quelle innovazioni che, seppur dirompenti e performanti, potrebbero non avere gli effetti desiderati sulla produzione.

In definitiva, alla luce degli incontri svolti e dei dati raccolti tramite l'attività

completato

di ricerca, di ritiene di poter affermare che un miglioramento delle condizioni delle filiere agricole e produttive delle aree interne dell'Irpinia, sia possibile e necessario a fronte di un investimento di tempo, risorse ed energia verso la costruzione di una fitta rete di legame tra imprese (anche di filiere diverse) e comunità, al fine di salvaguardare e valorizzare un territorio unico e caratteristico, attraverso i suoi stessi prodotti di qualità e le tradizioni secolari che ne consentono la differenziazione e l'unicità, agli occhi del consumatore e del mercato, soprattutto globale e appesantito da una feroce concorrenza anche internazionale

#### Attività

Il progetto si articola in tre task principali. Task 2.1: analisi e definizione del modello di business innovativo dell'Azienda Agricola Serro Croce, con focus su elementi organizzativi, asset, investimenti e strategie per le relazioni con fornitori e consumatori. Task 2.2: sviluppo di varianti adattabili del modello per altri comparti agroalimentari locali, favorendone la trasferibilità. Task 2.3: verifica della proposta di valore tramite il feedback dei consumatori, raccolto e analizzato attraverso un questionario mirato.

#### Contesto

Il progetto BUSFAI intende accrescere la competitività delle imprese agricole del Gal IRPINIA che operano in un contesto difficile sotto il profilo ambientale caratterizzato da sistemi fragili e vincoli di protezione. Collateralmente si accompagnerà il sistema territoriale coinvolto verso l'adozione di un protocollo capace di contribuire al rinnovamento del sistema agricolo tradizionale locale e alla tutela del patrimonio culturale legato alle produzioni agricole delle aree protette ad alto valore ambientale come quelle del GAL IRPINIA.

L'innovazione proposta con il progetto *BUSFAI - Nuovi modelli di business per la sostenibilità delle filiere delle aree interne* - è indirizzata alle tipologie di impresa maggiormente diffuse nell'area protetta del GAL, come quelle viticole, olivicole, zootecniche, caratterizzate da una scala di produzione ridotta ma orientate al perseguimento di elevata qualità e a basso impatto ambientale. Per queste imprese il ricorso a modelli di business come quello proposto rappresenta una opportunità per accrescere il valore aggiunto dei propri prodotti e, soprattutto, per trattenerlo all'interno della comunità di appartenenza promuovendo effetti moltiplicatori.

Partenariato

Ruolo	Azienda	Address	Telefono	E-mail
Capofila	MEDES Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile del Mediterraneo	C.da San Licandro, 1 84029 Sicignano degli Alburni SA Italia	+3908281897221	medes@medes.eu

Ruolo	Azienda	Address	Telefono	E-mail
Partner	AZIENDA AGRICOLA SERRO CROCE DI VITO PAGNOTTA	CONTRADA PIAZZE N.4 83049 MONTEVERDE AV Italia		vpagnotta@serrocroce.it
Partner	FEDERAZIONE PROVINCIALE COLDIRETTI AVELLINO	VIA CRISTOFORO COLOMBO N.31 83100 AVELLINO AV Italia		

## Innovazioni

### Descrizione

L'obiettivo del presente progetto è quello di operare una rivalutazione del territorio delle aree interne del GAL Irpinia, attraverso nuovi modelli di business per la sostenibilità delle filiere produttive. Il punto di partenza è costituito dall'esempio che l'azienda agricola Serrocroce rappresenta per mezzo della "birra di paese", ovvero la birra artigianale "Monteverde". L'interesse che scaturisce da tale prodotto si deve al modello di funzionamento ad esso associato. Il modello "Monteverde" vede il prodotto finale, la birra, come un mezzo strategico di legame con il territorio attraverso un'innovazione incentrata sul canale di distribuzione del prodotto. L'innovazione, situata a valle del processo produttivo, vede una significativa esclusività di vendita del prodotto nel territorio di Monteverde (AV), presso le principali strutture ricettive, agriturismi e attività di vendita presenti. La scelta che potrebbe sembrare azzardata, di fatto ha dato vita ad un circolo virtuoso che, partendo da un prodotto artigianale e certificato, vuole stimolare il turismo e lo sviluppo della comunità e del territorio che ne ospita l'attività produttiva. Il modello "monteverde" consta di alcuni fattori abilitanti che sono di seguito riportati:

- prodotto artigianale certificato
- processo produttivo sostenibile
- collaborazione e rete nella comunità di Monteverde (AV)

I fattori così presentati hanno fatto sì che il prodotto fosse un successo e che il modello di business dietro la vendita della birra Monteverde dell'azienda agricola Serrocroce si qualificasse come un "benchmark" di innovazione per le altre attività produttive delle filiere che costituiscono il tessuto produttivo del territorio dell'Irpinia.

### Settore/comparto

Carni ovine e caprine

Carni suine

Cereali

Latte e prodotti lattiero-caseari

Olio di oliva e olive da tavola

Settore vitivinicolo

### Effetti attesi

Miglioramento qualità prodotto

Incremento dei margini di redditività aziendali

Miglioramento commercializzazione

### Risultati

L'obiettivo, inoltre, è quello di valutare la presenza di innovazioni tecnologiche che siano utili e applicabili al contesto. La rassegna di modelli di business e il richiamo alle tecnologie digitali che sono apparse più utili ai fini della ricerca, hanno

evidenziato alcuni punti chiave, ovvero:

- la necessità di coinvolgere la comunità (cittadini e abitanti del territorio) e gli attori delle filiere produttive tutte. Il coinvolgimento, nella forma della cooperazione, consente di rafforzare il tessuto della rete di produttori e agricoltori, aumentando le capacità resilienti di resistere agli urti e alle sfide poste dai fattori sfidanti richiamati poc'anzi;
- la necessità di adeguarsi agli standard di sostenibilità e circolarità sia per far fronte alle richieste che provengono dal mercato, dai consumatori e dalle istituzioni, ma anche per migliorare i livelli di performance dell'azienda, nonostante le piccole dimensioni;
- partendo dalla manifesta esigenza del consumatore di essere più consapevole e attento rispetto a ciò che arriva sulle tavole quotidianamente, adottare sistemi di tracciabilità del prodotto e diversificazione delle abitudini di consumo legate ai prodotti;
- digitalizzare i processi e le attività, facendo attenzione all'effettiva necessità dell'azienda e prestando attenzione agli "eccessi digitali" e tutte quelle innovazioni che, seppur dirompenti e performanti, potrebbero non avere gli effetti desiderati sulla produzione.

In definitiva, alla luce degli incontri svolti e dei dati raccolti tramite l'attività di ricerca, si ritiene di poter affermare che un miglioramento delle condizioni delle filiere agricole e produttive delle aree interne dell'Irpinia, sia possibile e necessario a fronte di un investimento di tempo, risorse ed energia verso la costruzione di una fitta rete di legame tra imprese (anche di filiere diverse) e comunità, al fine di salvaguardare e valorizzare un territorio unico e caratteristico, attraverso i suoi stessi prodotti di qualità e le tradizioni secolari che ne consentono la differenziazione e l'unicità, agli occhi del consumatore e del mercato, soprattutto globale e appesantito da una feroce concorrenza anche internazionale

---