

## Proposta di Progetto

### **“Consumer preferences for fruit and vegetables with voluntary sustainability standards in Mediterranean supply chains”**

#### **Background**

Le filiere ortofrutticole nella regione mediterranea sono esposte alla complessità del mercato globale odierno. L'Unione Europea è infatti un importatore netto di ortofrutta, che attualmente rappresenta un terzo di tutto il valore delle importazioni di materie prime alimentari primarie, e i paesi del Sud Mediterraneo rappresentano una delle principali fonti di approvvigionamento. Sebbene la globalizzazione dei sistemi alimentari abbia rappresentato un'importante opportunità di sviluppo dell'intero settore agricolo mediterraneo, essa pone anche notevoli sfide agli attori dell'economia locale a causa dell'elevata dinamica e dell'incertezza della domanda e dell'offerta, dell'ambiguità sulla qualità dei prodotti freschi, della disponibilità di volumi adeguati nel tempo e in un luogo specifico. Questo è vero soprattutto per quelle strutture produttive frammentate composte principalmente da piccoli produttori: da un lato sono attori fondamentali responsabili della sicurezza alimentare e dell'occupazione locali, ma dall'altro non sono ancora adeguatamente collegati ai mercati a causa di carenze informative e asimmetrie, volumi di produzione bassi e geograficamente frammentati, lontananza e costi di trasporto e difficoltà nel soddisfare elevati requisiti di sicurezza alimentare e tracciabilità.

Il consumatore da parte sua manifesta sempre più il desiderio di valutare la qualità e la sostenibilità dei prodotti alimentari - e in particolare di quelli freschi - attraverso l'acquisizione di elementi come l'origine e la certificazione dei sistemi produttivi e distributivi.

Tuttavia, gli operatori, per difficoltà interne e per dinamiche di mercato, non sempre riescono a comunicare i diversi significati del termine sostenibilità al consumatore finale, così come alcune peculiarità del ciclo produttivo.

Vi è dunque un generale bisogno di aumentare la consapevolezza rispetto al tema e i *claim* di sostenibilità riportati sulle etichette possono essere uno strumento per ridurre tale asimmetria, diffondere conoscenza sul tema e dunque valorizzare il prodotto.

#### **Obiettivi specifici**

La ricerca in oggetto rientra nel progetto “MED-LINKS”<sup>1</sup>, il cui obiettivo è di fornire ai piccoli produttori soluzioni efficaci e su misura che migliorino l'efficienza, la sostenibilità e l'equità lungo le filiere ortofrutticole nei paesi del Mediterraneo.

Lo scopo della ricerca oggetto del bando è valutare gli atteggiamenti, le preferenze e il comportamento d'acquisto dei consumatori nazionali ed internazionali riguardo a determinati prodotti ortofrutticoli all'interno di specifici sistemi di filiera, in modo che i vari attori possano rispondere al meglio alle esigenze di mercato.

In particolare, si intende valutare le preferenze dei consumatori concentrandosi sul loro orientamento verso prodotti sostenibili e di qualità e sulla loro disponibilità a pagare per questi attributi, nell'ambito di tre circuiti commerciali (o filiere di interesse), ritenuti fondamentali per i paesi del Mediterraneo,

---

<sup>1</sup> Il progetto “Data-enabled Business Models and Market Linkages Enhancing Value Creation and Distribution in Mediterranean Fruit and Vegetable Supply Chains” (MED-LINKS) è finanziato dal programma PRIMA-MED 2020 Section 2 Multi-topic 2020, Thematic area 3: “Agrofood chain” Topic 2.3.1 RIA - New optimization models of the agro food supply chain system to fair price for consumers and reasonable profit share for farmers.

vale a dire: i) filiere corte locali, ii) acquisti verdi della pubblica amministrazione (Green Public Procurement - GPP) e iii) filiere orientate all'esportazione.

La ricerca dovrà fornire sia un quadro teorico che una valutazione empirica dei fattori determinanti le preferenze dei consumatori, focalizzando l'attenzione in particolare sul loro apprezzamento per l'adozione di standard di qualità e sostenibilità volontari - possibilmente mediante approcci partecipativi (es. certificazioni 'etiche') - da parte dei piccoli e medi produttori presenti in specifici cluster territoriali nei Paesi oggetto di studio: Egitto, Francia, Grecia, Italia e Marocco.

## **Piano delle attività**

La ricerca prevede lo svolgimento delle seguenti attività:

- Analisi critica della letteratura in relazione all'individuazione dei principali driver che influenzano le condizioni e le tendenze del mercato dei prodotti ortofrutticoli nel mediterraneo.
- Costruzione di un modello teorico-descrittivo di tali driver e dei fattori individuali che determinano i comportamenti di acquisto, con particolare riferimento agli standard di qualità e sostenibilità;
- Progettazione di indagini dirette volta a quantificare l'intensità di tali relazioni in contesti specifici, riconducibili ai tre sistemi di filiera di interesse sopra citati (filiera corte, GPP e filiere di esportazione). Le indagini saranno di natura sia qualitativa che quantitativa, basandosi sia su focus group che su indagini dirette mediante questionari strutturati, e saranno volte a valutare i principali attributi preferiti dai consumatori e la loro disponibilità a pagare per questi attributi. Oltre alle caratteristiche socioeconomiche degli intervistati, per segmentare i mercati verranno utilizzati altri fattori che influenzano le scelte alimentari dei consumatori (ad esempio lo stile di vita, le abitudini degli intervistati, ecc.). Il Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agro-Alimentari dell'Università di Bologna sarà responsabile dello sviluppo di strumenti di ricerca e analisi dei dati e tutti i partner del progetto parteciperanno alla raccolta dei dati dei consumatori nei loro paesi.
- Supervisione della realizzazione delle indagini da parte dei partner di progetto, validazione.
- Elaborazione delle informazioni raccolte con metodi di statistica multivariata da identificare in funzione delle caratteristiche del modello teorico e del disegno di ricerca di cui ai punti precedenti.
- Redazione del deliverable di progetto D1.3 – “Report on consumer attribute appreciation and willingness to pay”, contenente i risultati ottenuti nei cinque paesi oggetto di studio (Egitto, Francia, Grecia, Italia e Marocco) e proposta di orientamenti strategici di marketing a vantaggio delle piccole e medie imprese nei contesti appena richiamati;
- Presentazione dei risultati mediante partecipazione a convegni nazionali e/o internazionali e/o pubblicazione su riviste scientifiche di settore.

Inoltre, è prevista una attività di supporto al Principal Investigator in relazione ad aspetti più generali di coordinamento e data management del progetto MED-LINKS.