

Cosa sono i COFAMI

Partner nel progetto di ricerca



La ricerca analizza una serie di iniziative aventi le seguenti caratteristiche comuni:

- › focalizzazione sull'azione collettiva
- › coinvolgimento attivo degli agricoltori
- › orientamento al marketing
- › forme innovative di prodotto, di strategie e di organizzazione.

Esempi di COFAMI sono:

- › l'aggregazione di prodotti agricoli e di risorse ambientali per il marketing collettivo
- › gruppi di agricoltori che producono insieme prodotti locali o biologici
- › la promozione collettiva di assortimenti di prodotti regionali
- › l'investimento collettivo in impianti per la trasformazione di biomasse
- › la fornitura in comune di prestazioni (turismo, assistenza agli handicappati ecc.) o di servizi alla collettività (tutela ambientale, gestione delle risorse idriche ecc.).

- › Rural Sociology Group, Wageningen University, The Netherlands, henk.renting@wur.nl (co-ordinator)
- › Research Institute for Organic Agriculture (FiBL), Switzerland, juern.sanders@fibl.ch
- › QAP Decision, France, Gerald.assouline@upmf-grenoble.fr
- › Institute for Rural Development Research (IfLS), Germany, knickel@em.uni-frankfurt.de
- › Centre for Mountain Agriculture, Innsbruck University, Austria, markus.schermer@uibk.ac.at
- › Baltic Studies Centre, Latvia, tt@lza.lv
- › Research Centre on Animal Production (CRPA Spa), Italy, k.de.roest@crpa.it
- › Danish Institute of Agricultural Sciences, Denmark, egon.noe@agrsci.dk
- › Institute for Political Sciences, Hungarian Academy of Sciences, Hungary ikovach@mtapti.hu
- › Faculty of Economics and Management, Czech University of Agriculture in Prague, Czech Republic, lostak@pef.czu.cz



Il progetto Cofami è stato reso possibile mediante un finanziamento dalla Commissione Europea



Promozione di iniziative di commercializzazione collettiva dei prodotti agricoli



Centro Ricerche Produzioni Animali
C.so Garibaldi, 42
42100 Reggio Emilia
Italia

Tel +39 0522 43 69 99

www.cofami.org

Obiettivi



L'azione collettiva degli agricoltori ha sempre giocato un ruolo di primo piano nella storia e nello sviluppo rurale dell'Europa. Durante il ventesimo secolo ciò ha portato alla creazione delle cooperative agricole, che hanno permesso un miglior accesso al mercato e un aumento dei redditi aziendali e dell'occupazione locale. In anni più recenti l'azione collettiva degli agricoltori ha dato un importante contributo alla diffusione dei metodi produttivi più sostenibili.

Oggi l'agricoltura europea deve affrontare nuove sfide. Gli agricoltori hanno progressivamente perso il controllo sulle filiere dei prodotti agricoli a causa del crescente potere della distribuzione organizzata e devono far fronte al calo generale dei sostegni e al riorientamento delle politiche di supporto al settore. Nel contempo cresce la necessità di rispondere alle richieste formulate dai consumatori di maggiore sicurezza alimentare, di qualità dei prodotti e di tutela del territorio. Anche in questo contesto l'azione collettiva degli agricoltori può essere utile per trovare risposte adeguate ai nuovi scenari.

All'interno di questo quadro generale, il progetto COFAMI studia il ruolo potenziale delle iniziative collettive di marketing (i COFAMI) nel trovare risposte adeguate al cambiamento della domanda e delle condizioni politiche. In modo più specifico il progetto si pone l'obiettivo di individuare i fattori sociali, economici, culturali e politici che favoriscono od ostacolano tali iniziative.

Fasi della ricerca



- › All'inizio della ricerca è stato sviluppato un **quadro concettuale** per analizzare i COFAMI. Un'indagine della bibliografia scientifica e un "analisi di sintesi" di otto ricerche europee condotte nel recente passato costituiscono la base di questa prima parte della ricerca.
- › Per ogni nazione partecipante al progetto viene fotografato lo **«stato dell'arte»** delle iniziative collettive di marketing e del contesto socio-economico in cui sono nate. Questo studio comporta un'analisi delle iniziative esistenti, dei loro obiettivi, delle loro forme organizzative e delle loro strategie, dei rapporti con altre imprese della filiera in cui operano e dell'ambiente politico ed economico entro il quale si sviluppano.
- › Viene valutata una serie di 18 **casì di studio** relativi a diverse tipologie di iniziative. Questi studi produrranno una visione più analitica dell'influenza dei fattori che favoriscono od ostacolano lo sviluppo e le performance dei COFAMI. Verrà in particolare analizzato il rendimento delle iniziative in termini sociali, economici e ambientali
- › **I risultati** delle varie ricerche verranno integrati nelle conclusioni generali sull'importanza relativa dei fattori favorevoli e sfavorevoli alle iniziative di marketing collettivo, tenendo conto delle differenti tipologie di COFAMI e del contesto in cui si sono sviluppate.

Risultati del progetto e consultazione



Metodi di partecipazione diretta dei portatori di interesse giocano un ruolo chiave nelle diverse fasi del progetto, per garantire che i risultati della ricerca si radichino nelle esperienze dirette degli interessati e nel dibattito politico. Per tale motivo si terrà in ogni nazione un Forum Nazionale dei Portatori di Interesse. A livello europeo verrà inoltre formato un gruppo di esperti sia scientifici che di campo, per estendere la copertura geografica del progetto oltre le dieci nazioni partecipanti.

La ricerca fornirà a gruppi di agricoltori, alle loro organizzazioni e alle agenzie di governo una visione sulle diverse tipologie di marketing collettivo, sui fattori di successo e insuccesso, oltre che proposte per misure di sostegno a favore dei COFAMI.

Inoltre, il progetto contribuirà al dibattito scientifico e politico sul ruolo delle iniziative di marketing collettivo e sui nuovi accordi di filiera capaci di promuovere uno sviluppo rurale sostenibile e un'offerta di alimenti sicuri e di qualità.

Tutti i risultati del progetto verranno resi disponibili attraverso il sito web www.cofami.org