



UNIONE EUROPEA



knowledge  
intensive  
business  
services



Région Autonome  
Vallée d'Aoste



Regione Autonoma  
Valle d'Aosta

Roma Aprile 2024

REGIONE VALLE D'AOSTA

**SERVIZIO DI VALUTAZIONE DEL PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE 2014-2020 DELLA REGIONE AUTONOMA VALLE D'AOSTA CIG 7086184805**

**Rapporto di Valutazione Annuale 2023**



# INDICE

## Premessa 1

<b>1. La valutazione delle traiettorie delle aziende agricole valdostane al 31.12.2023 .....</b>	<b>2</b>
1.1 L'approccio metodologico .....	2
1.2 L'estrazione del campione e la strategia di campionamento.....	5
1.3 L'analisi dei dati raccolti.....	6
1.3.1 La struttura del campione: cluster di appartenenza e di arrivo e caratteristiche del conduttore	6
1.3.2 Le caratteristiche economiche e i fattori di sostenibilità del reddito familiare	11
1.3.3 Le strategie di sviluppo delle aziende e il ruolo del PSR	15
1.3.4 Principali evidenze di natura qualitativa emerse	20
<b>2. Attività in corso e pianificate .....</b>	<b>23</b>
2.1 Il supporto all'autovalutazione dei GAL: il focus sulla comunicazione .....	23
2.2 Le attività pianificate per la valutazione ex post.....	25
<b>3. Analisi delle informazioni raccolte e formulazione delle conclusioni, rispetto ai fenomeni osservati, e delle raccomandazioni utili a rafforzare la qualità complessiva del PSR.....</b>	<b>26</b>
 <b>Allegato 1 – Documento di sintesi del Rapporto Annuale.....</b>	<b>27</b>

---

## Premessa

Il presente Rapporto di Valutazione Annuale (di seguito RVA) è incentrato sull'analisi delle traiettorie delle aziende agricole regionali.

Il Valutatore<sup>1</sup> ha proseguito le attività di indagine diretta sui beneficiari del PSR, già avviate nel 2020, come previsto dell'approccio metodologico descritto nel Par. 1.1. Le indagini hanno coinvolto altre 60 aziende beneficiarie, che si sono aggiunte alle precedenti, per un totale di 170 aziende analizzate. Le indagini continueranno nelle annualità successive sino a coprire l'intera ampiezza del campione di aziende (300 aziende), rappresentativo della popolazione delle aziende beneficiarie del PSR.

Rispetto a quanto previsto da Capitolato (Art. 8) i contenuti minimi della relazione (andamento del programma, performance, sinergie e complementarità) sono trattati all'interno della valutazione della traiettorie aziendali.

Il rapporto è articolato nelle seguenti sezioni:

1. il Capitolo 1 contiene un breve richiamo all'approccio metodologico utilizzato per la valutazione delle traiettorie aziendali e presenta i risultati dell'indagine condotta; in particolare, nel paragrafo 1.1 è descritto il metodo delle traiettorie, nel paragrafo 1.2 viene illustrata la strategia di campionamento, mentre il paragrafo 1.3 contiene gli esiti dell'analisi dei dati condotta. Nel paragrafo 1.3.1 sono descritte le caratteristiche sociografiche dei conduttori delle aziende incluse nei gruppi identificati, nel paragrafo 1.3.2 i profili produttivi ed economici dei gruppi, nel paragrafo 1.3.3 le strategie di sviluppo dei gruppi di aziende e il contributo del PSR al loro dispiegarsi, nell'ultimo paragrafo sono valorizzate le risposte aperte in una logica più qualitativa;
2. il Capitolo 2 illustra le attività in corso e pianificate; in particolare l'attività condotta sulla valutazione della comunicazione istituzionale condotta dal GAL Valle d'Aosta e le attività future finalizzate ad approfondire come il Covid e i conflitti in atto stanno influenzando l'agricoltura valdostana e se il PSR è stato ed è in grado di incidere sulle criticità;
3. il Capitolo 3 riporta, infine, sotto forma di "Diario di Bordo", le conclusioni e raccomandazioni emerse, utili a rafforzare la qualità complessiva del PSR;

---

<sup>1</sup> Il presente rapporto è stato curato da Fabrizio Tenna, sulla parte di coordinamento, analisi dei dati e reportistica e da Roberto Avetrani sulla parte di interviste e restituzione delle evidenze qualitative

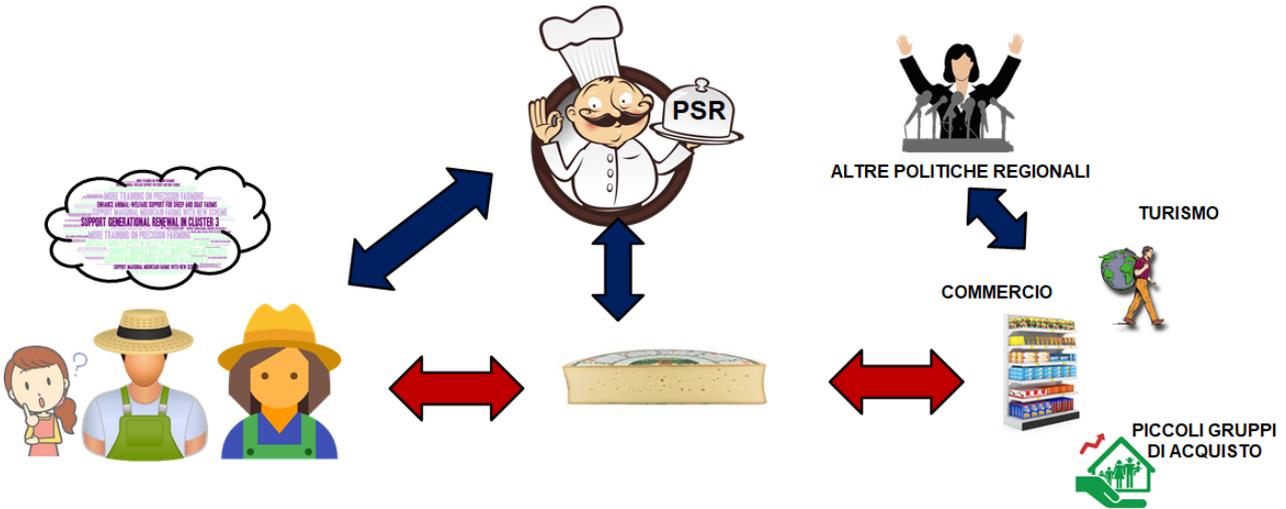
# 1. La valutazione delle traiettorie delle aziende agricole valdostane al 31.12.2023

## 1.1 L'approccio metodologico

L'oggetto della valutazione consiste nell'osservazione del cambiamento dei comportamenti indotto dal PSR, all'interno di un contesto sociale fluido, caratterizzato dall'interazione tra gli agricoltori, le imprese di trasformazione, le istituzioni e tutti gli altri soggetti che vivono i territori (residenti, turisti, imprese legate a monte e valle con l'azienda agricola).

Come rappresentato nella figura seguente, il PSR fornisce un "menù" di Misure che consente all'agricoltore valdostano di consolidare o stimolare la sua strategia di sviluppo aziendale in base alla lettura che dà alle dinamiche del contesto (i movimenti generati dagli altri attori alla destra della figura).

Figura 1 La logica dell'analisi delle traiettorie: comprensione delle intenzioni, atteggiamenti e comportamenti degli agricoltori



L'azienda agricola è il centro gravitazione della PAC che trova nel PSR gli strumenti per incidere sui fabbisogni ritenuti prioritari dai portatori di interesse (decisori politici e rappresentanze) del sistema agricolo e agroalimentare regionale (vedi figura seguente). Il 92% delle risorse interessa direttamente le aziende.

Figura 2 Le risorse del PSR che gravitano intorno alla azienda agricola



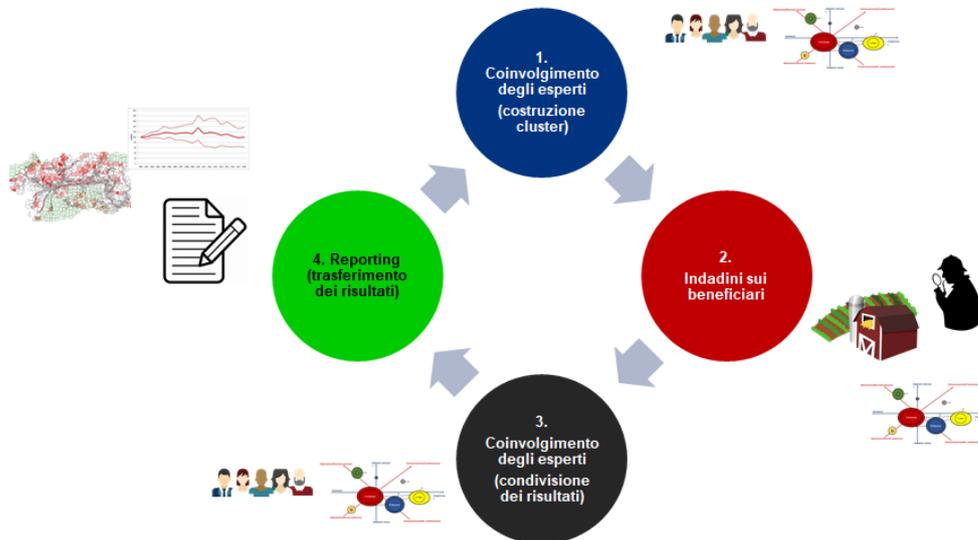
Le Misure non rivolte alle aziende agricole hanno comunque un peso rilevante per le aziende agricole sia in termini di opportunità di diversificazione che di creazione di reti (piccole aziende) che di qualità della vita per la famiglia dell'agricoltore/trice.

Il nostro approccio è fondato sul consenso, una parola che contiene due elementi rilevanti ai fini della utilizzo della valutazione:

- la co-costruzione di un senso condiviso rispetto all'oggetto della valutazione (costruzione dei *cluster* delle aziende agricole regionali)
- la condivisione dei risultati e un consenso sugli elementi che connotano le scelte future.

Come raffigurato nello schema seguente, l'approccio è circolare, e prevede il coinvolgimento degli esperti regionali all'inizio e alla fine del processo.

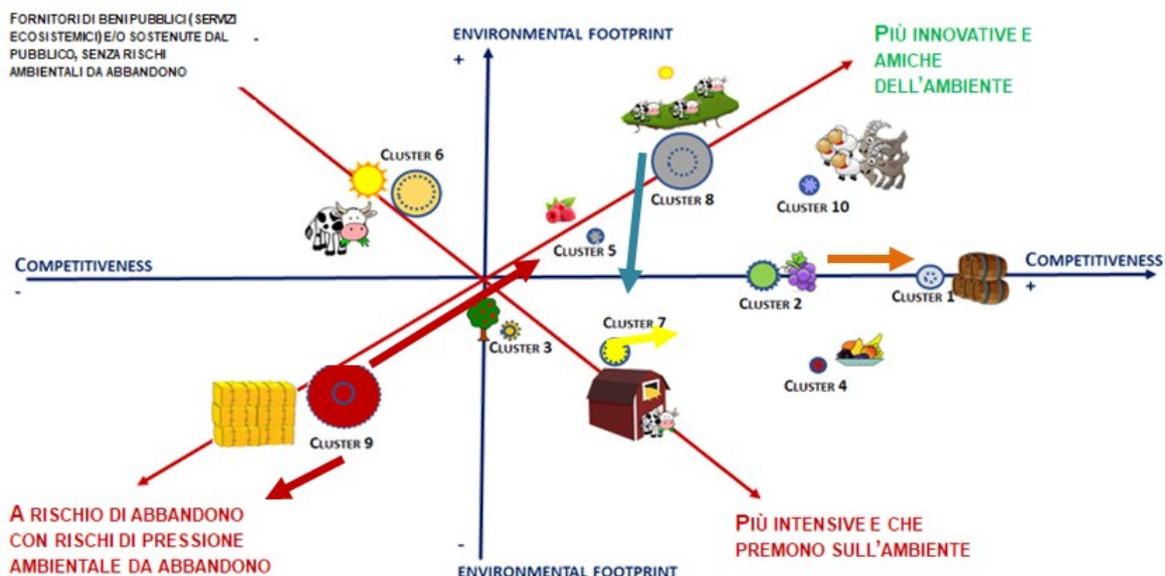
Figura 3 Il processo valutativo dell'analisi delle traiettorie aziendali



Nel corso delle precedenti annualità si è lavorato sulla costruzione dei cluster, sulla identificazione della strategia campionaria e sulla definizione degli strumenti.

L'esito del coinvolgimento degli esperti (realizzata attraverso una tecnica di *group concept mapping*) si è conclusa con l'identificazione dei cluster di aziende regionale e la loro rappresentazione all'interno dello spazio delle traiettorie (competitività, impronta ecologica), come illustrato nella figura seguente<sup>2</sup>.

Figura 4 Lo spazio delle traiettorie tra competitività e impronta ambientale



<sup>2</sup> La figura è stata aggiornata tenendo conto delle indicazioni degli esperti coinvolti, nel corso del 2021, nella restituzione degli esiti della prima indagine.

I cluster, nella figura sopra, sono connotati da un doppio cerchio: uno con la linea continua e l'altro con la linea tratteggiata. Il cerchio tratteggiato esprime il peso numerico delle aziende incluse nel cluster rispetto al totale delle aziende regionali, ne misura la loro diffusione; mentre il cerchio continuo rappresenta il peso della PLV regionale generata dalle aziende del cluster. Ad esempio, il cluster n.9 (nella figura il cerchio rosso in alto a sinistra), che include le aziende marginali foraggicole, comprende il 35% delle aziende agricole regionali che generano il 6% della PLV regionale.

Nella tabella seguente viene riportato il dettaglio dei cluster e dei relativi pesi in termini numerici e di PLV. I pesi dei cluster sono stati dapprima proposti dagli esperti regionali e successivamente validati con i dati dell'OP Agea<sup>3</sup>. Eventuali approssimazioni sono frutto della necessità di rappresentare al meglio graficamente l'esito del processo di costruzione del *cluster* e potrebbero subire delle modifiche nel corso della valutazione, anche tenendo conto della naturale evoluzione delle aziende agricole regionali.

Tabella 1 Le caratteristiche dei cluster all'interno del contesto regionale (incidenza numerica e peso della PLV)

Clusters of farms	% Sul totale delle aziende	% sul totale della PLV Regionale
<b>Cluster 1:</b> Aziende vitivinicole	<b>1,7%</b>	<b>9,2%</b>
<b>Cluster 2:</b> Aziende Viticole	<b>16,6%</b>	<b>13,5%</b>
<b>Cluster 3:</b> Aziende Frutticole che conferiscono	<b>3,3%</b>	<b>1,2%</b>
<b>Cluster 4:</b> Aziende Frutticole che vendono	<b>0,4%</b>	<b>2,3%</b>
<b>Cluster 5:</b> Aziende colture minori specializzate	<b>1,2%</b>	<b>1,9%</b>
<b>Cluster 6:</b> Fondovalle cedenti Estive	<b>18,7%</b>	<b>22,0%</b>
<b>Cluster 7:</b> Fondovalle 365 giorni	<b>8,3%</b>	<b>10,0%</b>
<b>Cluster 8:</b> Integrato monticazione tradizionale	<b>12,4%</b>	<b>30,0%</b>
<b>Cluster 9:</b> Aziende Marginali foraggicole	<b>35,3%</b>	<b>5,9%</b>
<b>Cluster 10:</b> Ovicaprino	<b>2,1%</b>	<b>4,0%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

<sup>3</sup> Si ringrazia Area VdA per il supporto nella fornitura dei dati

## 1.2 L'estrazione del campione e la strategia di campionamento

La popolazione di riferimento oggetto dell'indagine sulle traiettorie aziendali è rappresentata da tutte le aziende agricole beneficiarie del PSR al 31.12.2019. La popolazione di riferimento è stata suddivisa su più sottopopolazioni tenendo conto del numero di operazioni di cui hanno beneficiato (► tabelle seguenti):

- una sola operazione (37% delle aziende beneficiarie);
- due operazioni (32%);
- tre operazioni (14%);
- quattro e più operazioni (17%).

Tabella 2 Popolazione di riferimento, numerosità campionaria ed errore campionario

Segmentazione	Popolazione di riferimento	campione numerosità	errore campionario
<b>TUTTA LA POPOLAZIONE</b>	<b>1.761</b>	<b>300</b>	5,4%

La numerosità campionaria che consente di osservare le proprietà oggetto di indagine<sup>4</sup> con un errore campionario ridotto (5,4%) è di 300 aziende agricole. La strategia di campionamento è stata strutturata in maniera tale da contenere l'errore al di sotto del 10% nelle varie sotto-popolazioni.

Tabella 3 Segmentazione della popolazione in sotto-popolazioni, campioni ed errori

Segmentazione	Numerosità	Peso sulla popolazione	campione numerosità	errore campionario
<b>Sotto-popolazione Una Misura</b>	650	36,9%	84	10,0%
<b>Sotto-popolazione Due Misure</b>	560	31,8%	82	10,0%
<b>Sotto-popolazione Tre Misure</b>	246	14,0%	69	10,0%
<b>Sotto-popolazione Quattro e più</b>	305	17,3%	65	10,8%
<b>TOTALE</b>	<b>1761</b>	<b>100,0%</b>	<b>300</b>	

La strategia di campionamento prevede la rilevazione delle informazioni su un arco temporale pluriennale 2020-2025 (► tabelle seguente) su una frazione incrementale del campione previsto.

Tabella 4 Strategia di campionamento per annualità, grado di copertura del campione e accuratezza delle stime

	ANNI					TOT
	2020	2021	2022-2023	2024	2025	
<b>numerosità</b>	50	60	60	65	65	300
<b>Copertura Campione</b>	17%	37%	57%	78%	100%	
<b>accuratezza</b>	molto bassa	bassa	media	medio-alta	Alta	

Nel corso del 2023, oggetto di questo rapporto, sono state intervistate 60 aziende estratte casualmente. L'accuratezza dei risultati si colloca dunque in una fascia intermedia di attendibilità. La restituzione degli esiti delle indagini è dunque riferita a 170 aziende.

<sup>4</sup> Atteggiamiento nei confronti del contributo del PSR, propensione ad innovare, diversificare, giudizio sulla capacità dell'attività agricola di rispondere alle esigenze della famiglia... etc.

### 1.3 L'analisi dei dati raccolti

#### 1.3.1 La struttura del campione: cluster di appartenenza e di arrivo e caratteristiche del conduttore

La prima parte dell'intervista è dedicata al posizionamento dell'azienda all'interno di uno dei gruppi identificati dagli esperti regionali; l'intervistato viene guidato nella scelta del gruppo che meglio è in grado di rappresentare le caratteristiche della propria realtà aziendale, riservando la possibilità di connotare l'azienda all'interno di un nuovo cluster.

Nella tabella seguente (► Tab. 5) viene riportata la distribuzione delle aziende incluse nel campione per *cluster* di appartenenza. Nella penultima colonna è espresso il peso del *cluster* all'interno del contesto regionale, mentre nell'ultima la differenza tra il peso assunto nel campione e quello del contesto regionale. È così possibile constatare come le aziende sin qui estratte tendano a sovra-campionare alcuni cluster a scapito di altri. In **grigio chiaro** sono evidenziati i cluster la cui numerosità non consente, al momento, di fare inferenze che possano essere estese alla popolazione di riferimento dei beneficiari regionali e al contesto regionale, in **grigio scuro** i cluster che non sono ancora rappresentati.

Il gruppo 5 è stato modificato in “Aziende colture minori e apistiche specializzate” in modo da includere nell'analisi anche le aziende apistiche specializzate.

Tabella 5 Composizione del campione 2020-2023 per cluster di appartenenza

Cluster di appartenenza	Aziende nel campione	Peso nel campione	Peso nel contesto regionale	Delta Campione/Regione
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -	7	4,12%	1,70%	4,66%
Gruppo 2: Aziende Viticole	12	7,06%	16,60%	-5,69%
Gruppo 3: Aziende Frutticole che conferiscono		0,00%	3,30%	-3,30%
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono	2	1,18%	0,40%	1,42%
Gruppo 5: Aziende colture minori e apistiche specializzate	12	7,06%	1,20%	9,71%
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	36	21,18%	18,70%	14,03%
Gruppo 7: Fondovalle 365	21	12,35%	8,30%	10,79%
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	39	22,94%	12,40%	23,05%
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	34	20,00%	35,30%	-4,39%
Gruppo 10: Ovicaprino	7	4,12%	2,10%	4,26%
<b>Totale</b>	<b>170</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Non sono ancora incluse nel campione 2020-2023 le aziende che appartengono al gruppo 3 ‘Aziende frutticole che conferiscono’<sup>5</sup>, mentre il peso nel campione delle aziende viticole e foraggicole è molto ridotto a favore del gruppo di aziende zootecniche: ‘monticazione tradizionale’ (23%), del ‘Cedenti estive’ (21%) e Fondovalle 365 (12%).

Al fine di connotare le caratteristiche specifiche di ogni cluster di seguito sono proposti una serie di approfondimenti sulle caratteristiche del titolare e della azienda. L'obiettivo è di identificare dei profili tipologici per ogni cluster che vadano ad integrare quanto già dichiarato dal panel di esperti in fase di costruzione dei gruppi, soprattutto rispetto all'interazione tra gruppi tipologici e PSR.

Il primo elemento preso in esame è la composizione dei cluster per età del conduttore (► tabella 6), tenendo presente che i dati dei *cluster* con una numerosità esigua vanno trattati con cautela. Le percentuali indicate per ogni riga rappresentano la distribuzione dei titolari per fascia di età all'interno di ogni gruppo, mentre, nella penultima colonna, è riportata l'età media. In verde sono indicati i valori ‘positivi’ rispetto alla media regionale

<sup>5</sup> Sarà necessario valutare con gli esperti se non sia il caso di eliminare questo cluster, riconducendolo ad un cluster come il 5 che contiene al suo interno anche aziende con piccoli appezzamenti con alberi da frutta.

(ultima riga: **52,8 anni**), mentre in giallo quelli che presentano valori ‘da attenzionare’ superiori alla media regionale.

L'ultima riga (Totale), mostra che solo il 4% delle aziende incluse nel campione è condotta da giovani con meno di 30 anni e, allo stesso tempo, che le aziende con titolari over 71 rappresentano il 12% delle aziende incluse nel campione. Il 44% dei beneficiari inclusi nel campione ha meno di 50 mentre il 56% è over 51 anni, le classi modali (che racchiudono il maggior numero di unità) sono la '30-40' e la '51-60' anni.

Tabella 6 Classi di età del titolare ed età media per cluster di appartenenza (ultima riga percentuali del campione)

Cluster di appartenenza	18-29 anni	30-40 anni	41 50 anni	51-60 anni	61-70 anni	over 71	Età Media	TOTALE
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -		14%	43%	14%	14%	14%	53,1	7
Gruppo 2: Aziende Viticole	17%	17%	17%	25%	17%	8%	50,3	12
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono		50%	50%				42,0	2
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate	17%	42%	8%	25%	8%		42,7	12
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive		31%	22%	25%	11%	11%	50,4	36
Gruppo 7: Fondovalle 365		29%	14%	19%	33%	5%	52,7	21
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	8%	21%	23%	28%	18%	3%	49,2	39
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole		6%	6%	24%	29%	35%	65,1	34
Gruppo 10: Ovicaprino		29%	29%		29%	14%	50,4	7
<b>Totale</b>	<b>4%</b>	<b>22%</b>	<b>18%</b>	<b>23%</b>	<b>20%</b>	<b>12%</b>	<b>52,8</b>	<b>170</b>

Il cluster 9, con una media pari a 65 anni, è quello che presenta un fabbisogno di ricambio generazionale più accentuato: le aziende condotte da over 60 rappresentano il 64% del totale delle aziende del Gruppo. Il Gruppo 10 Ovicaprino (50,4) e 7 'Fondovalle 365' (52,7 anni) presentano anch'essi profili sfavorevoli per età con una quota di aziende condotte da over 60 pari rispettivamente al 43% e al 38% del totale. I Gruppi che mostrano una distribuzione per età più favorevole sono l'1 'Vitivinicole', il 5 'Colture minori' e l'8 'Integrato monticazione tradizionale'.

Il 29% delle aziende è condotta da imprenditrici (► tabella 7), la percentuale di imprenditrici al di sopra della media campionaria si riscontra nei cluster delle 'colture minori apistiche specializzate' (33% gruppo 5), nei cluster zootecnici, il Gruppo 7 'Fondovalle 365' (48%) e le 'cedenti estive (31%) o a supporto della filiera, nelle 'marginali foraggicole' (32% gruppo 9).

Tabella 7 Genere del conduttore per cluster di appartenenza

Cluster di appartenenza	F	M	Totale	Peso della componente femminile sul totale
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole	3	4	7	43%
Gruppo 2: Aziende Viticole		12	12	0%
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono	1	1	2	50%
Gruppo 5: Aziende colture minori apistiche specializzate	4	8	12	33%
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	11	25	36	31%
Gruppo 7: Fondovalle 365	10	11	21	48%
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	10	29	39	26%
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	11	23	34	32%
Gruppo 10: Ovicaprino		7	7	0%
<b>Totale</b>	<b>50</b>	<b>120</b>	<b>170</b>	<b>29%</b>

Rispetto al percorso formativo degli intervistati, il 34% delle aziende ha un titolare con il titolo di licenza media, mentre un altro 47% con diploma di maturità o un diploma da istituto professionale, tra questi il 18% ha un diploma di indirizzo agrario. Solo il 2% possiede una laurea in scienze agrarie forestali o naturali. Si può riscontrare una tendenza comune nei cluster zootecnici (Cluster 6, 7, 8, 10) a possedere titoli di studio medio-bassi (► tabella 8).

Tabella 8 Titolo di studio del conduttore per cluster di appartenenza

Cluster	Licenza elementare	Licenza media	Diploma di maturità	Diploma ad indirizzo agronomico	Diplomi professionali	Laurea specialistica generica	Laurea ad indirizzo agrario	totale
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -		14%	29%	29%		14%	14%	7
Gruppo 2: Aziende Viticole		25%	17%	33%	8%	0%	17%	12
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono		50%	50%			0%	0%	2
Gruppo 5: Aziende colture minori ap. specializzate		25%	33%	17%	17%	8%	0%	12
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	17%	33%	28%	17%	3%	0%	3%	36
Gruppo 7: Fondovalle 365	24%	38%	19%	14%	5%	0%	0%	21
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	10%	44%	26%	13%	5%	3%	0%	39
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	29%	29%	24%	18%		0%	0%	34
Gruppo 10: Ovicaprino		43%	29%	29%		0%	0%	7
<b>Totale</b>	<b>15%</b>	<b>34%</b>	<b>25%</b>	<b>18%</b>	<b>4%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>170</b>

Il dato sul titolo di studio, tuttavia, nel contesto dell'agricoltura, continua ad avere un valore che va commisurato all'esperienza. Quanto evidenziato rispetto all'età dei titolari indica come una gran parte delle aziende agricole valdostane sia ancora nelle mani di generazioni, i cosiddetti *boomer*, che subito dopo la fine della guerra, beneficiarono del boom economico (► tabella 6). Altro dato interessante è rappresentato dall'anzianità dell'azienda: tale informazione va ad integrare quanto appena sottolineato rispetto all'esperienza pratica del lavoro in agricoltura (► tabella 9).

Tabella 9 Aziende per cluster di appartenenza e per fascia di avvio delle attività

Cluster	meno di 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	più di 21 anni	Totale
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -		71%			29%	7
Gruppo 2: Aziende Viticole	8%	33%		8%	50%	12
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono	50%			50%		2
Gruppo 5: Aziende colture minori ap. specializzate	17%	50%	8%		25%	12
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	17%	8%	22%	8%	44%	36
Gruppo 7: Fondovalle 365	10%		5%	33%	52%	21
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	13%	13%	18%	13%	44%	39
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	3%		15%		82%	34
Gruppo 10: Ovicaprino		43%	14%	29%	14%	7
<b>Totale</b>	<b>11%</b>	<b>15%</b>	<b>14%</b>	<b>11%</b>	<b>49%</b>	<b>170</b>

Il 49% delle aziende del campione è attiva da più di 21 anni, il 26% da meno di 10. Le aziende 'storiche' sono in larga predominanza quelle della filiera zootecnica (dal Gruppo 6 al Gruppo 9), con un picco importante per le aziende del gruppo 9, le marginali foraggicole (82%), che, come già evidenziato, sono quelle che sono a maggior rischio di cessazione di attività.

A tal proposito, un ulteriore dato da prendere in considerazione riguarda, la modalità di avvio dell'azienda. La tabella seguente evidenzia per ogni Gruppo la modalità di avvio delle attività, identificando anche come il PSR abbia contribuito all'insediamento, ma non limitandosi all'attuale programmazione. Le aziende incluse nel

campione che hanno avviato l'azienda da zero, non subentrando in un'azienda esistente condotta da un familiare, sono il 39% del totale. Il 61% degli imprenditori agricoli ha quindi 'ereditato' un'azienda, già esistente, condotta da un familiare (► tabella 10). Il PSR nelle varie programmazioni, con la misura di insediamento dei giovani agricoltori, ha contribuito al subentro per il 24% delle aziende incluse nel campione. Si tratta di un dato rilevante, soprattutto se ci si sofferma sui cluster dove è tale incidenza è più alta media rispetto alla media regionale (il 24%): nel Gruppo 5 due terzi dei subentri è stata finanziata dai PSR, mentre per il Gruppo 7 'Fondovalle 365' il PSR ha sostenuto un subentro ogni tre.

Tabella 10 Aziende per cluster di appartenenza e per tipologia di avvio delle attività

Cluster	Ex novo/storiche	Subentrano in esistenti senza PSR	Subentrano in esistenti con PSR	Totale
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -	57%	29%	14%	7
Gruppo 2: Aziende Viticole	33%	42%	25%	12
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono	0%	0%	100%	2
Gruppo 5: Aziende colture minori ap. specializzate	17%	17%	67%	12
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	42%	33%	25%	36
Gruppo 7: Fondovalle 365	33%	29%	38%	21
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	36%	44%	21%	39
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	47%	50%	3%	34
Gruppo 10: Ovicaprino	57%	29%	14%	7
<b>Totale</b>	<b>39%</b>	<b>37%</b>	<b>24%</b>	<b>170</b>

I Gruppi, dove le aziende non hanno subito subentri ('Ex novo/storiche'), sono le aziende del Gruppo 1 e 10 'Vitivinicole' e 'Ovicaprino' e Gruppo 9 'Aziende marginali foraggicole'. Queste ultime, come già rimarcato, sono quelle condotte da agricoltori over 80 a rischio di cessazione.

Un ultimo elemento in termini prospettici è rappresentato dalla traiettoria aziendale, eleme

nto che è stato desunto dalle prospettive che i titolari hanno esplicitato nel corso dell'intervista. Tale aspetto fornisce una indicazione rilevante ai fini delle politiche regionali perché consente di visualizzare quali possano essere i cambiamenti futuri in termini di composizione delle aziende regionali.

Tabella 11 Aziende per cluster di appartenenza e per cluster futuro (traiettorie)

Cluster attuale	Cluster futuro											Totale numero	Totale %	DELTA FUTURO/PASSATO
	a rischio cessazione	Cessate	1	2	4	5	6	7	8	9	10			
Gruppo 1: Vitivinicole -			100,0%									7	4%	29%
Gruppo 2: Viticole	8,3%		16,7%	75,0%								12	7%	-17%
Gruppo 4: Frutticole che vendono					100,0%							2	1%	0%
Gruppo 5: colture minori						100,0%						12	7%	8%
Gruppo 6: Fondovalle ced Estive	2,8%			2,8%		2,8%	69,4%	5,6%	11,1%	5,6%		36	21%	-25%
Gruppo 7: Fondovalle 365							4,8%	90,5%	4,8%			21	12%	0%
Gruppo 8: Int. mont. Trad.	2,6%						2,6%		94,9%			39	23%	8%
Gruppo 9: Marginali foragg.	23,5%	8,8%								64,7%	2,9%	34	20%	-29%
Gruppo 10: Ovicaprino	14,3%										85,7%	7	4%	0%
<b>Totale %</b>	<b>7,1%</b>	<b>1,8%</b>	<b>5%</b>	<b>6%</b>	<b>1%</b>	<b>8%</b>	<b>16%</b>	<b>12%</b>	<b>25%</b>	<b>14%</b>	<b>4%</b>		<b>170</b>	
<b>Totale numerico</b>			<b>9</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>28</b>	<b>21</b>	<b>42</b>	<b>24</b>	<b>7</b>			

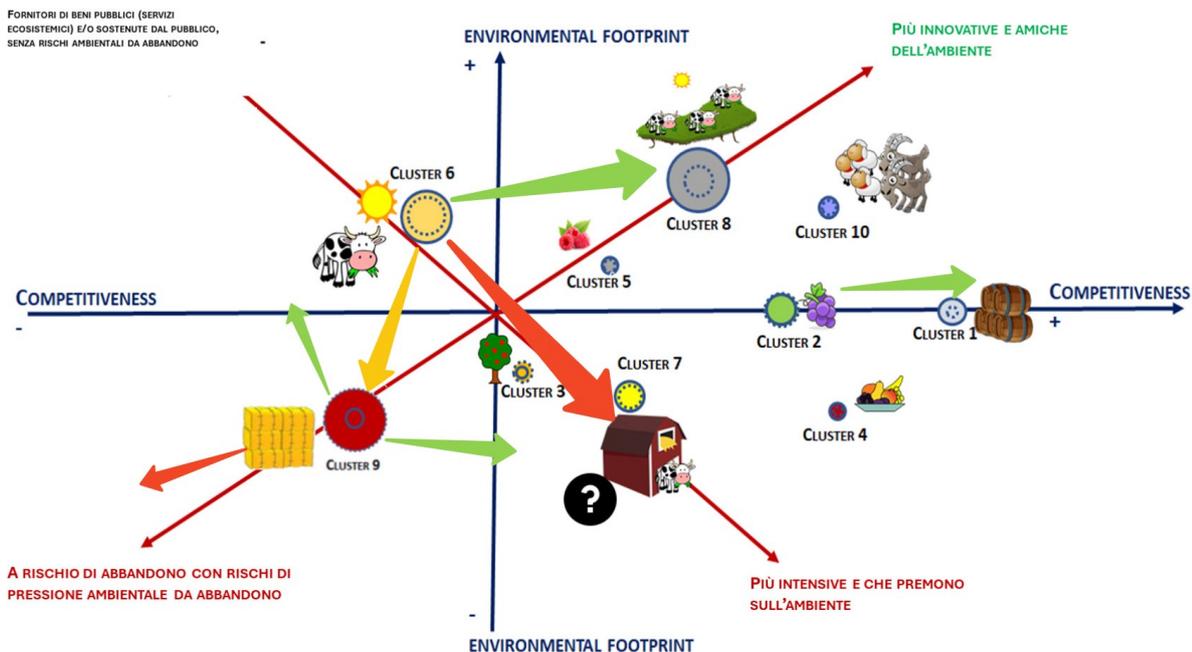
Il 7,1% delle aziende del campione sono a rischio di cessazione, mentre l'1,8% ha cessato le attività. Le aziende più a rischio appartengono ai Gruppi 2, 9 e 10, mentre le aziende cessate appartengono tutte al cluster delle marginali foraggicole. Per quanto riguarda le aziende già cessate, la causa principale è legata all'età del titolare (tutte over 71) e alla mancata possibilità di subentro familiare. Anche se formalmente cessate i terreni sono

stati dati in affitto a vicini che hanno aumentato la loro SAU, le superfici non sono fuoriuscite dal sistema dello scambio fieno-letame della filiera zootecnica. Per quelle a rischio di cessazione l'età del titolare rappresenta il fattore di criticità più rilevante combinato con l'assenza di familiari che possano raccogliere il testimone. In più casi al decesso del titolare è subentrata la coniuge, anch'essa anziana, che ha prospettato la cessazione delle attività in mancanza di subentro. Una delle aziende a rischio, appartenente al cluster 10, ed è condotta da un under 40 che è stato assunto come dipendente da una ditta che opera in un altro settore. Per tale motivo l'attività rimarrà residuale, e, vista anche la superficie a disposizione, ritiene di non avere prospettive se non quella del mantenimento del valore fondiario.

In prospettiva (vedi ultima colonna), le aziende che si contrarranno di più numericamente risultano essere le viticole (-17%), le cedenti estive (-25%) e le marginali foraggicole (-29%). Ma mentre per le marginali il rischio di cessazione è alto, per le altre risulta essere più contenuto, con la prospettiva di 'alimentare' altri cluster. Ad esempio, circa il 17% delle viticole ambisce a trasformarsi in vitivinicole, mentre l'11% delle cedenti estive aspira a tornare a praticare la monticazione tradizionale.

I cluster più solidi fanno riferimento alle aziende vitivinicole (Gruppo 1), alle colture minori ed apistiche specializzate (Gruppo 5), alle integrate che praticano la monticazione tradizionale (Gruppo 8) e alle 'fondovalle 365' (Gruppo 7). Queste ultime dovranno essere monitorate per i fattori di pressione ambientale che possono generare sul fondovalle: in prospettiva, infatti, sono destinate a rimanere stabili numericamente (vedi delta ultima colonna). Nella figura seguente si vuole offrire una rappresentazione grafica delle traiettorie aziendali.

Figura 5 Le traiettorie delle aziende agricole valdostane (Campione 2020-2023)



### 1.3.2 Le caratteristiche economiche e i fattori di sostenibilità del reddito familiare

La rappresentazione dei cluster per classi di SAU restituisce un quadro della differenti specificità tra gruppi rispetto al capitale fondiario (► tabella 12). Il 40% delle aziende del campione ha una SAU inferiore ai 5 ettari, mentre il 24% sopra i 30 ettari.

Tabella 12 Classi di SAU e SAU media per cluster di appartenenza

Cluster	meno di un ettaro	da 1 a 2 ettari	da 2,1 a 5 ha	da 5 a 10 ha	da 10 a 20 ha	da 20 a 30 ha	da 30 a 60 ha	da 60 a 100 ha	più di 100 ha	Totale
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -		57%	43%							7
Gruppo 2: Aziende Viticole	17%	25%	42%	17%						12
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono				100%						2
Gruppo 5: Aziende colture minori ap. specializzate	33%	25%	33%	8%						12
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive		6%	11%	25%	31%	19%	8%			36
Gruppo 7: Fondovalle 365		5%	5%	14%	52%	14%	5%	5%		21
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale			5%	3%	5%	3%	10%	18%	56%	39
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	6%	26%	47%	15%	6%					34
Gruppo 10: Ovicaprino		29%	14%		29%			29%		7
<b>Totale</b>	<b>5%</b>	<b>14%</b>	<b>21%</b>	<b>14%</b>	<b>16%</b>	<b>6%</b>	<b>5%</b>	<b>6%</b>	<b>13%</b>	<b>170</b>

I gruppi zootecnici sono quelli che presentano profili di SAU con dimensioni maggiori mentre il gruppo 1 delle Vitivinicole, 2 delle viticole e 5 delle Colture minori si collocano sotto i 5 ha. Solo il 17% delle aziende viticole e l'8% delle specializzate ha una SAU che oscilla dai 5 ai 10 ettari. Le aziende foraggicole sono per lo più collocate sotto i 5 ettari (73%).

La distribuzione dei cluster per dimensione economica (► tabella 13) consente invece di mettere a fuoco la differenti profili di redditività, solo in parte correlati all'estensione delle superfici. Il primo dato rilevante è che ben il 47% dei titolari afferma di avere un giro di affari inferiore agli 8 mila euro. In questa classe ricadono il 100% delle aziende incluse nel Gruppo 9 foraggicole marginali, il 67% delle aziende viticole (Gruppo 2, quelle che conferiscono le uve), il 58% delle aziende del Gruppo 5 "Aziende colture minori specializzate", il 30% circa delle aziende incluse nei Gruppi 6 e 7 (Cedenti estive e 365 giorni l'anno) e il 21% delle aziende che praticano la monticazione tradizionale (Gruppo 8).

Tabella 13 Classe di dimensione economica per cluster di appartenenza

Cluster	Piccola - meno di 8.000	Piccola - da 8 a 15.000	Piccola - da 15 a 25.000	Medio piccola - da 25 a 50.000	Media - da 50 a 100.000	Medio grande - da 100 a 250.000	grande - da 250 a 500.000	Totale
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -	14%	14%	14%	14%	29%	14%		7
Gruppo 2: Aziende Viticole	67%	17%		8%	8%			12
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono					50%	50%		2
Gruppo 5: Aziende colture min. ap. specializzate	58%		17%		17%	8%		12
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	33%	3%	3%	33%	22%	6%		36
Gruppo 7: Fondovalle 365	29%		19%	24%	24%		5%	21
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	21%	5%	13%	10%	33%	18%		39
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	100%							34
Gruppo 10: Ovicaprino	57%		29%	14%				7
<b>Totale</b>	<b>47%</b>	<b>4%</b>	<b>9%</b>	<b>19%</b>	<b>14%</b>	<b>7%</b>	<b>1%</b>	<b>170</b>

Le aziende con un giro di affari più alto (dai 100.000 euro in su) includono:

- il 43% delle aziende vitivinicole (Gruppo 1);
- il 25% delle aziende colture minori e apistiche specializzate (Gruppo 5);
- il 28% delle cedenti estive (Gruppo 6);
- il 29% delle fondovalle 365 all'anno (Gruppo 7);
- il 51% delle aziende che fanno monticazione tradizionale.

Analizzando i comportamenti dei conduttori in merito alla trasformazione, alla vendita diretta e alla diversificazione (► tabella 14), è possibile mettere a fuoco le opzioni che in ogni cluster gli agricoltori possono esercitare per aumentare il reddito aziendale. Dalla lettura della tabella emergono alcune linee di tendenze che aiutano ad inquadrare meglio le caratteristiche delle aziende incluse nei cluster:

- il gruppo delle vitivinicole, oltre ad essere (ovviamente) orientato alla trasformazione delle uve, persegue in prevalenza una strategia di vendita di diretta senza intermediari (71%), mentre solo il 14% delle aziende offrono ospitalità e ristorazione;
- per le viticole c'è una piccolissima quota che ha iniziato a trasformare le uve, mentre il 17% vende anche altri prodotti da altre colture e/o piccoli allevamenti avicoli;
- nel gruppo delle colture minori, apistiche specializzate, oltre la quota di aziende che producono e vendono miele, alcune coltivano anche cereali e li trasformano in farine. Rilevante il dato sul 92% di aziende che vende i prodotti senza intermediazione (piccoli frutti, ortaggi, patate, farine, etc.) così come il fatto che un'azienda su 4 fa anche attività agrituristica;
- il gruppo delle cedenti estive appare forse il meno dinamico e presenta una bassa propensione alla trasformazione, alla vendita diretta e alla trasformazione;
- nel gruppo di chi pratica la zootecnia dei bovini da latte nel fondovalle tutto l'anno, ben il 33% trasforma, una su tre, mentre una su quattro vende senza intermediari; solo una su dieci è diversificata e fa ospitalità o ristorazione;
- per quanto riguarda il Gruppo 8, quasi una su due trasforma i propri prodotti, ma la vendita diretta è praticata solo da una su cinque, una su sette ha anche attività agrituristica.
- nel gruppo delle marginali foraggicole non si osservano dinamiche di alcun tipo, mentre nel gruppo 10 Ovicaprino, quasi la metà trasforma e vende i prodotti.

Tabella 14 Cluster che trasformano, fanno vendita diretta e diversificano (Ospitalità, affitta camere, pernottamento, ristorazione)

Cluster	Trasformazione dei prodotti animali	Trasformazione dei prodotti vegetali	Vendita diretta	Ospitalità e/o ristorazione	Totale
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -		100%	71%	14%	7
Gruppo 2: Aziende Viticole		8%	17%		12
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono		100%	100%		2
Gruppo 5: Aziende colture minori ap.specializzate	17%	42%	92%	25%	12
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	11%		8%	8%	36
Gruppo 7: Fondovalle 365	33%		24%	10%	21
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	46%		23%	15%	39
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole					34
Gruppo 10: Ovicaprino	43%		43%		7
<b>Totale</b>	<b>20%</b>	<b>9%</b>	<b>24%</b>	<b>9%</b>	<b>170</b>

Solo per i Gruppi legati alla filiera Fontina e all'ovicaprino si presenta di seguito, un approfondimento sulla consistenza zootecnica (► tabella 15). Il gruppo 8, come era lecito aspettarsi, presenta la consistenza media più elevata, con circa 26 vacche e 55 capi per azienda. I gruppi delle cedenti estive e di chi pratica l'allevamento nel fondovalle tutto l'anno presentano dei profili simili. Per quanto concerne l'ovicaprino, la consistenza media di capre adulte in produzione è pari a 4 unità, con una consistenza media di capi (al momento dell'indagine) elevata, 57, dovuta all'orientamento produttivo carne o all'elevata incidenza del giovane bestiame improduttivo in aziende relativamente "giovani" all'inizio dell'attività. Per quanto riguarda il Gruppo 10 vale la pena sottolineare come sia rilevante la quota di capi destinati alla macellazione sotto il marchio dell'AREV.

Tabella 15 Cluster zootecnici della filiera fontina e ovicaprino, consistenza zootecnica per classe di numerosità

Cluster	Consistenza media vacche/capre	Consistenza media capi	Totale
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	18	41	36
Gruppo 7: Fondovalle 365	17	36	21
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	26	55	39
Gruppo 10: Ovicaprino	4	57	7
<b>Totale</b>			<b>103</b>

Per quanto riguarda la filiera della Fontina, vedi tabella seguente, per le aziende che praticano l'allevamento tradizionale con monticazione (Gruppo 8), il conferimento di latte o forme fresche da stagionare al sistema cooperativistico non prevale rispetto alla trasformazione aziendale mentre, sia per il gruppo 6 delle cedenti estive che per il gruppo delle aziende di fondovalle 365 è lo sbocco principale della produzione primaria. Anche se residuale rispetto ai primi due canali, è da rilevare il consolidamento di un canale di commercializzazione alternativo alla cooperazione rappresentato da caseifici privati.

Tabella 16 Cluster zootecnici della filiera fontina, trasformazione e conferimento

Cluster	Trasforma direttamente	Conferisce a centrali (caseifici, latterie, etc.)	Conferisce a privati
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	11%	78%	11%
Gruppo 7: Fondovalle 365	33%	57%	10%
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	46%	46%	8%

In chiave di sostenibilità delle produzioni, tenendo conto delle peculiarità delle "agricolture" valdostane, si riporta di seguito un quadro di sintesi sull'adozione di pratiche sostenibili. Dalla lettura della tabella emerge come l'agricoltura biologica sia poco diffusa, mentre quella integrata è pressoché la norma per il settore vitivinicolo e delle colture minori specializzate.

Tabella 17 Livello di adozione dei disciplinari di agricoltura biologica ed integrata

Cluster	Nessuna	Agricoltura biologica	Agricoltura integrata
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -	29%	0%	71%
Gruppo 2: Aziende Viticole	8%	0%	92%
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono	0%	50%	50%
Gruppo 5: Aziende colture minori ap. specializzate	50%	17%	33%
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	89%	6%	6%
Gruppo 7: Fondovalle 365	95%	5%	0%
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	95%	5%	0%
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	100%	0%	0%
Gruppo 10: Ovicaprino	100%	0%	0%
<b>Totale complessivo</b>	<b>82%</b>	<b>5%</b>	<b>14%</b>

Nel corso delle interviste alcuni agricoltori hanno dichiarato come l'agricoltura biologica sia poco applicabile nel contesto dell'agricoltura di montagna per una questione di oneri eccessivi che non sono compensati dai ricavi: i prodotti a marchio già in essere sono di per sé salubri e rispettosi dell'ambiente e molti agricoltori ritengono che tale debba essere la strada della valorizzazione dei prodotti e la direzione del sostegno pubblico.

In tal senso, la tabella seguente (Tabella 18) offre una panoramica della diffusione dei prodotti a marchio di qualità tra i vari gruppi identificati. A livello complessivo il 55% delle aziende ha un prodotto a marchio, tale percentuale è molto elevata nel settore vitivinicolo grazie alla pressoché totale adesione delle aziende al disciplinare DOC, mentre si osserva una quota rilevante di aziende zootecniche del gruppo 7 (365 giorni) e 8 (integrato) che commercializzano derivati del latte senza utilizzare marchi di qualità, di conseguenza non producono Fontina.

Tabella 18 Diffusione di marchi di qualità sulle produzioni

Cluster	Nessun marchio di qualità	DOP, IGP, STG, a marchio AREV, etc.
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -	14%	86%
Gruppo 2: Aziende Viticole	8%	92%
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono	0%	100%
Gruppo 5: Aziende colture minori ap. specializzate	42%	58%
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	25%	75%
Gruppo 7: Fondovalle 365	48%	52%
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	33%	67%
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	91%	9%
Gruppo 10: Ovicaprino	56%	44%
<b>Totale complessivo</b>	<b>45%</b>	<b>55%</b>

Un ultimo elemento preso in esame per cercare di comprendere quali ‘agricolture’ siano presenti nella Regione fa riferimento alle esigenze del nucleo familiare. In particolare, è stato chiesto al conduttore/trice se il reddito aziendale fosse sufficiente per sostenere le esigenze della famiglia. Il livello di ‘copertura’ delle esigenze suggerisce anche quale ruolo sia assegnato all’attività agricola all’interno dell’economia familiare, se sia principale e rilevante ovvero più secondario.

Tabella 19 Grado di copertura dell’esigenze della famiglia attraverso l’attività agricola

Cluster	Non sa/non risponde	Molto bassa	Bassa	Appena sufficiente	Discreta	Ottima	Totale
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -		14%	29%	29%	29%		7
Gruppo 2: Aziende Viticole		58%	25%		17%		12
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono					50%	50%	2
Gruppo 5: Aziende colture minori ap. specializzate			67%	25%		8%	12
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	3%	17%	31%	6%	36%	8%	36
Gruppo 7: Fondovalle 365		14%	33%	19%	29%	5%	21
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale		8%	15%	31%	18%	28%	39
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	6%	79%	6%	9%			34
Gruppo 10: Ovicaprino		71%		29%			7
<b>Totale</b>	<b>2%</b>	<b>31%</b>	<b>23%</b>	<b>16%</b>	<b>18%</b>	<b>10%</b>	<b>170</b>

La lettura della tabella consente di mettere a fuoco le seguenti tendenze:

- per il **58% delle aziende vitivinicole** l’attività agricola da sola consente di **coprire le esigenze della famiglia** dell’imprenditore;
- per le aziende viticole, **più dell’80% ricava una fonte di reddito solo marginale**;
- per le colture minori apistiche specializzate, un’azienda su tre genera un livello di reddito sufficiente a sostenere le esigenze familiari;
- per le cedenti estive e per le Fondovalle 365, **un’azienda su due** riesce a **coprire le esigenze familiari**;
- per le aziende del gruppo 8, **due aziende su tre** vivono dei ricavi della zootecnia;
- per la quasi totalità delle foraggicole, l’attività non garantisce minimamente la copertura delle esigenze familiari, mentre **quasi un’azienda su 3 del gruppo 10** riesce a generare un reddito sufficiente a soddisfare i fabbisogni familiari.

A livello generale, escludendo il 2% che non sa e non risponde, per il 45% delle aziende incluse nel campione le esigenze della famiglia del conduttore sono “coperte” dall’attività agricola.

### 1.3.3 Le strategie di sviluppo delle aziende e il ruolo del PSR

Il quadro appena delineato si arricchisce, in questo paragrafo delle scelte che i titolari delle aziende affermano di aver intrapreso o di voler intraprendere guardando alle prospettive di sviluppo della propria azienda. Il primo elemento osservato prende in esame la dimensione della competitività (► tabella 20). Il 32% delle aziende incluse nel campione non ha una strategia chiara sulla competitività. La competitività dell'azienda non è un elemento cardine nella gestione quotidiana; questo atteggiamento è diffuso nelle aziende del Gruppo 9 'marginali foraggicole' (79%), nelle 'aziende di fondovalle' (38%) e nelle cedenti estive (25%).

Tabella 20 Atteggiamento del titolare sullo sviluppo competitivo della sua azienda

Cluster	Gru ppo 1	Gru ppo 2	Gru ppo 4	Gru ppo 5	Gru ppo 6	Gru ppo 7	Gru ppo 8	Gru ppo 9	Gru ppo 10	Totale complessivo
Focalizzato solo su vendita diretta				17%	6%	5%				3%
Presta solo attenzione alla qualità delle produzioni		8%			3%	5%	3%	9%		4%
Focalizzato su qualità e trasformazione in azienda e vendita diretta	29%	17%		17%	3%	14%	15%			9%
Focalizzato su qualità, conferimento ed attività extra-agricola					11%	10%	3%			4%
Focalizzato su trasformazione ed extra-agricolo					3%	5%	8%			3%
Focalizzato su trasformazione in azienda e vendita diretta	14%				6%		8%			4%
Focalizzato su trasformazione in azienda, vendita diretta ed extra agricolo				8%			8%			2%
Focalizzato su diversificazione produttiva, innovazione ed attività extra-agricola			50%	8%		5%	10%			4%
Strategia a 360 gradi, qualità, innovazione, trasformazione, vendita in azienda ed extra-agricolo	43%	8%	50%	17%	8%	10%	10%		43%	11%
Ha un'attenzione alla qualità delle produzioni ed ha accordi per il conferimento però non ha altre ambizioni		25%		17%	28%	10%	18%		14%	15%
Ha un'attenzione alla qualità e alla diversificazione delle produzioni, ha accordi per il conferimento però non ha altre ambizioni	14%	25%			6%		5%		14%	5%
Ha una strategia di sviluppo aziendale ancora abbozzata				8%	3%			12%		4%
Non ha una strategia sulla competitività dell'azienda		17%		8%	25%	38%	13%	79%	29%	32%
<b>Totale complessivo</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>36</b>	<b>21</b>	<b>39</b>	<b>34</b>	<b>7</b>	<b>170</b>



Simbolo che sarà utilizzato per il grafico finale

Specularmente, le aziende che hanno in essere una strategia di sviluppo ampia (360 gradi), che coinvolge più opzioni, ad esempio sulla qualità delle produzioni, l'innovazione, la trasformazione, la diversificazione... etc., sono l'11%. Chi comunque dimostra di avere una strategia focalizzata, su vendita, trasformazione, qualità e/o diversificazione rappresenta il 41% delle aziende. I cluster più dinamici si confermano essere i Gruppi 1, 5, 7 e 8. Un 20% di aziende mostra un'attenzione sulla qualità delle produzioni nell'ottica del conferimento maggiormente remunerativo grazie a incentivi sulla qualità della materia prima, ma poi non dichiara alcun'altra ambizione.

Per quanto riguarda la componente ambientale (► tabella 21), il 28% ha una bassa consapevolezza sulle esternalità positive dell'attività nei confronti dell'ambiente. Una maggiore consapevolezza si osserva nei gruppi delle colture minori apistiche specializzate e dell'integrato monticazione tradizionale.

Tabella 21 Atteggiamento del titolare sullo sviluppo ambientale della sua azienda

Cluster	Gr 1	Gr 2	Gr 4	Gr 5	Gr 6	Gr 7	Gr 8	Gr 9	Gr 10	Totale complessivo
Focalizzato solo su agricoltura di precisione	14%									1%
Focalizzato solo su incremento SOI	14%	8%		25%	39%	43%	21%	35%	29%	29%
Focalizzato sul risparmio idrico				8%	6%		8%	6%	14%	5%
Focalizzato solo su sistemi di alimentazione		8%	50%	17%	6%	10%	13%	3%	14%	9%
Focalizzato su incremento SOI e sistemi irrigui		17%		8%	6%	5%	8%	9%		7%
Focalizzato su SOI e agricoltura di precisione	29%					1				2%
Strategia ampia a 360 gradi	14%	42%	50%	25%	17%	5%	33%	6%	14%	19%
Non ha una strategia ambientale definita	29%	25%		17%	28%	33%	18%	41%	29%	28%
<b>Totale complessivo</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>36</b>	<b>21</b>	<b>39</b>	<b>34</b>	<b>7</b>	<b>170</b>



Simbolo che sarà utilizzato per il grafico finale

È interessante cogliere l'attenzione verso l'agricoltura di precisione nel 43% delle aziende vitivinicole (Gruppo 1). L'incremento della sostanza organica nei suoli rappresenta un obiettivo diffuso nel 49% delle aziende (considerando tale obiettivo nelle sue combinazioni con altri), in particolare nei gruppi delle filiere zootecniche; il risparmio idrico e l'efficientamento dei sistemi irrigui sono obiettivi meno sentiti e interessano in misura residuale il 12% delle aziende incluse nel campione. Nella filiera dell'allevamento il 9% delle aziende incluse nel campione sta avviando o ha avviato investimenti e sta adottando procedure volte al miglioramento dei sistemi di alimentazione (nuovo obiettivo della PAC sulla salute pubblica).

L'ultimo elemento preso in considerazione è il legame con il territorio (► tabella 22). Circa il 69% delle aziende non vede nelle reti di prossimità, nelle filiere corte e nella promozione locale una chiave per aumentare la redditività e le opportunità di sviluppo dell'azienda. Questo elemento è più marcato nelle realtà che tendono a conferire le loro produzioni, come il Gruppo 2 delle viticole (75%), il gruppo 6 'Cedenti estive' (81%), e il gruppo 7 'Fondovalle 365' (71%), anche se oltre al conferimento hanno anche una parte di commercializzazione diretta che sembra essere più indirizzata ai canali territoriali (19%). Per le aziende marginali che fanno foraggi (91% non è interessato), la spiegazione invece è più ancorata al ruolo residuale dell'attività agricola all'interno dell'"economia familiare". Una più spiccata propensione a trovare nei mercati locali ulteriori sbocchi di redditività si osserva pertanto nelle aziende dei gruppi 1 'Vitivinicole' (43%), gruppo 5 'Colture minori' (58%), il Gruppo 8 "integrato monticazione tradizionale" (23%) e le oviceprine (43%). Da mettere in evidenza come alcuni gruppi esprimano l'intenzione di cercare legami e alleanze a livello locale per aumentare la redditività dell'impresa (Gruppo 1, Gruppo 2, Gruppo 7, Gruppo 8).

Tabella 22 Atteggiamento del titolare sul legame territoriale nello sviluppo della sua azienda

Cluster	Gr 1	Gr 2	Gr 4	Gr 5	Gr 6	Gr 7	Gr 8	Gr 9	Gr 10	Totale complessivo
fa già parte di reti territoriali	43%		100%	58%	14%	19%	23%	3%	43%	20%
Ha intenzione di legarsi a filiere corte	14%	8%			3%		3%	3%		3%
Ha intenzione di partecipare ad azioni di rete nel territorio	14%	17%		8%	3%	10%	15%	3%		8%
Non è interessato ad azioni di rete nel territorio	29%	75%		33%	81%	71%	59%	91%	57%	69%
<b>Totale complessivo</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>36</b>	<b>21</b>	<b>39</b>	<b>34</b>	<b>7</b>	<b>170</b>



Simbolo che sarà utilizzato per il grafico finale

Il ruolo del PSR (► tabella 23) nel contribuire al dispiegarsi delle strategie aziendali appena descritte, è stato indagato chiedendo agli intervistati di esprimere un giudizio sulla capacità del PSR di affrontare le 'sfide' con le quali l'azienda si cimenta.

Tabella 23 Capacità del PSR 2014-2022 a sostenere le sfide delle aziende per cluster di appartenenza

Cluster	molto rilevante	rilevante	poco rilevante	non sa	Totale complessivo
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -	57%	14%	14%	14%	7
Gruppo 2: Aziende Viticole	17%	25%	58%	0%	12
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono	100%	0%	0%	0%	2
Gruppo 5: Aziende colture minori ap. specializzate	58%	8%	25%	8%	12
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	33%	50%	17%	0%	36
Gruppo 7: Fondovalle 365	52%	19%	29%	0%	21
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	59%	23%	15%	3%	39
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	6%	24%	65%	6%	34
Gruppo 10: Oviceprino	14%	14%	71%	0%	7
<b>Totale complessivo</b>	<b>38%</b>	<b>26%</b>	<b>33%</b>	<b>3%</b>	<b>170</b>



Simbolo che sarà utilizzato per il grafico finale

Il 33% delle aziende del campione asserisce che il PSR non è uno strumento rilevante per affrontare le 'sfide' che le loro realtà aziendali si trovano a dover fronteggiare. Queste aziende comprendono più dei due terzi delle

aziende del Gruppo 9 “marginali foraggicole” (71%), e delle aziende del Gruppo 10 Ovicaprino; per quest’ultimo gruppo, nel corso dell’intervista gli imprenditori lamentano una bassa attenzione delle politiche nei confronti del loro settore, rispetto a quella riservata ai bovini da latte. Tra le cause di mancata efficacia del PSR si sottolinea:

- per il 65% la prospettiva di sviluppo è quella di mantenere vitale l’azienda senza fare investimenti, utilizzando soprattutto i premi per coprire le spese,
- per il 17% ci sono vincoli di accesso alle misure di investimento che non rendono possibile e conveniente sostenere investimenti;
- per il 17%, l’azienda vive una fase di evoluzione, tra possibile chiusura e/o cessione; quindi, l’intervistato ritiene che il contributo del PSR sia irrilevante, al momento, nella scelta di continuare l’attività.

Per quanto riguarda il 64%, degli intervistati che affermano che il contributo del PSR è importante, la tabella seguente mette a sistema gli effetti più rilevanti (► tabella 24).

Tabella 24 Capacità del PSR 2014-2020 a sostenere le principali direttrici di sviluppo nelle aziende per cluster di appartenenza

Cluster	Gr 1	Gr 2	Gr 4	Gr 5	Gr 6	Gr 7	Gr 8	Gr 9	Gr 10	Tot
Percezione di un miglioramento globale sia sulla componente economica che su quella ambientale	40%	40%	100%	38%	43%	53%	56%		50%	45%
Percezione di un miglioramento globale solo sulla componente ambientale		20%		13%						2%
Percezione di un miglioramento globale solo sulla componente economica	40%			13%	10%	7%	13%			10%
Percezione solo su ricadute ambientali sull'erosione del suolo		20%					9%	40%		7%
Percezione di un sostentamento decisivo al proseguimento delle attività	20%	20%		38%	47%	40%	22%	60%	50%	36%
<b>Totale complessivo</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>32</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>109</b>

Il 45% riconosce al PSR un contributo significativo allo sviluppo di tutta l’azienda (prima riga), mentre il 36% assegna al PSR un ruolo decisivo nel sostenere la prosecuzione dell’attività; la quota è più elevata (38%, 47%, 40% e 60%) nei cluster delle colture minori (gruppo 5), delle cedenti estive (gruppo 6), delle fondovalle 365 giorni (gruppo 7) e delle marginali foraggicole (Gruppo 9). I cluster che presentano un maggior profilo di consapevolezza del contributo del PSR sullo sviluppo aziendale sono il cluster 1 delle vitivinicole, il cluster 2 delle viticole e il gruppo 8 della monticazione tradizionale.

A tal proposito può essere interessante il comportamento dei cluster rispetto all’adesione delle misure PSR (► tabella 25, 26). Nella tabella seguente sono rappresentati i cluster per numero di Misure rispetto alle quali le aziende hanno ottenuto un sostegno da parte del PSR.

Tabella 25 Adesione alle misure del PSR 2014-2022 per cluster di appartenenza

Cluster	1 misura	2 Misure	3 Misure	4 e più Misure	Totale complessivo
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -	29%	57%	14%	0%	7
Gruppo 2: Aziende Viticole	67%	25%	8%	0%	12
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono	100%	0%	0%	0%	2
Gruppo 5: Aziende colture minori ap. specializzate	25%	42%	33%	0%	12
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	17%	14%	33%	36%	36
Gruppo 7: Fondovalle 365	10%	14%	43%	33%	21
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	21%	8%	23%	49%	39
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	32%	53%	15%	0%	34
Gruppo 10: Ovicaprino	57%	14%	14%	14%	7
<b>Totale complessivo</b>	<b>27%</b>	<b>25%</b>	<b>25%</b>	<b>24%</b>	<b>170</b>

La distribuzione delle aziende incluse nel campione per numero di Misure alle quali hanno aderito è piuttosto omogenea ed equipartita tra le quattro classi. Nonostante questa omogeneità che è frutto del disegno di campionamento, si evidenziano le seguenti tendenze:

- i gruppi della filiera delle bovine da latte (Fontina e altro) presentano una distribuzione più sbilanciata sull'adesione a tre e più misure; il 76% delle fondovalle 365 (Gruppo 7), il 72% della monticazione tradizionale (Gruppo 8) e il 69% delle cedenti estive (Gruppo 6);
- i gruppi delle marginali foraggicole (Gruppo 9), delle viticole (Gruppo 2) e dell'ovicaprino (Gruppo 10), presentano invece profili con adesione a una e due Misure; il 92% delle viticole, l'85% delle foraggiere e il 71% dell'ovicaprino;
- gli altri due gruppi mostrano invece una tendenza ad assestarsi tra le due e le tre Misure; il 75% delle aziende con colture minori apistiche specializzate (Gruppo 5) e il 72% delle vitivinicole (Gruppo 1).

Se invece si osservano le combinazioni di Misure a cui aderiscono (► tabella 26), è possibile mettere a fuoco altre tendenze, che confermano quanto già descritto rispetto al ruolo che il PSR svolge nello sviluppo aziendale: in particolare si è scelto di colorare le celle in modo da evidenziare all'interno delle combinazioni la presenza, in ordine gerarchico, dell'insediamento (in giallo), degli investimenti (in arancione), del benessere animale (rosso) e delle misure a superficie (in verde chiaro).

Tabella 26 Combinazioni delle misure del PSR 2014-2022 per cluster di appartenenza

Numero Misure	Cluster	Gr 1	Gr 2	Gr 4	Gr 5	Gr 6	Gr 7	Gr 8	Gr 9	Gr 10	Tot
1	Mis 4.1.1							3%			1%
1	Mis 6.1.1					8%					2%
1	Mis 13	29%	67%	100%	25%	8%	10%	18%	32%	57%	25%
2	Mis 4.1.1 - 6.1.1				17%						1%
2	Mis 13 - 4.1.1	43%									2%
2	Mis 13 - 4.1.2				8%						1%
2	Mis 13 - 6.1.1	14%			8%						1%
2	Mis 13 - 10.1.1		17%		8%	11%	10%	3%	53%	14%	17%
2	Mis 13 - 14.1.1		8%			3%	5%	5%			3%
3	Mis 13 - 4.1.1 - 6.1.1	14%	8%		8%						2%
3	Mis 13 - 4.1.2 - 6.1.1				17%						1%
3	Mis 13 - 4.1.1 - 10.1.1							3%			1%
3	Mis 13 - 4.1.1 - 14.1.1					6%	14%	3%			4%
3	Mis 13 - 10.1.1 - 10.1.2							3%			1%
3	Mis 13 - 10.1.1 - 10.1.4					6%		5%	6%		4%
3	Mis 13 - 10.1.1 - 14.1.1				8%	14%	19%	8%	9%	14%	10%
3	Mis 13 - 10.1.4 - 14.1.1					8%	10%	3%			4%
4	Mis 13 - 4.1.1 - 10.1.4 - 14.1.1					3%	5%	5%			2%
4	Mis 13 - 4.1.1 - 10.1.1 - 14.1.1					6%				14%	2%
4	Mis 13 - 10.1.1 - 10.1.2 - 14.1.1							8%			2%
4	Mis 13 - 10.1.1 - 10.1.4 - 14.1.1					19%	24%	10%			9%
4	Mis 13 - 10.1.2 - 10.1.4 - 14.1.1							5%			1%
5	Mis 13 - 4.1.1 - 10.1.1 - 10.1.2 - 14.1.1							3%			1%
5	Mis 13 - 4.1.1 - 10.1.2 - 10.1.4 - 14.1.1					3%					1%
5	Mis 13 - 4.1.1 - 10.1.1 - 10.1.4 - 14.1.1					6%		3%			2%
5	Mis 13 - 4.1.2 - 6.1.1 - 10.1.4 - 14.1.1							3%			1%
5	Mis 13 - 10.1.1 - 10.1.2 - 10.1.4 - 14.1.1						5%	10%			3%
6	Mis 13 - 4.1.1 - 10.1.1 - 10.1.2 - 10.1.4 - 14.1.1							3%			1%
<b>Totale complessivo</b>		<b>7</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>36</b>	<b>21</b>	<b>39</b>	<b>34</b>	<b>7</b>	<b>170</b>

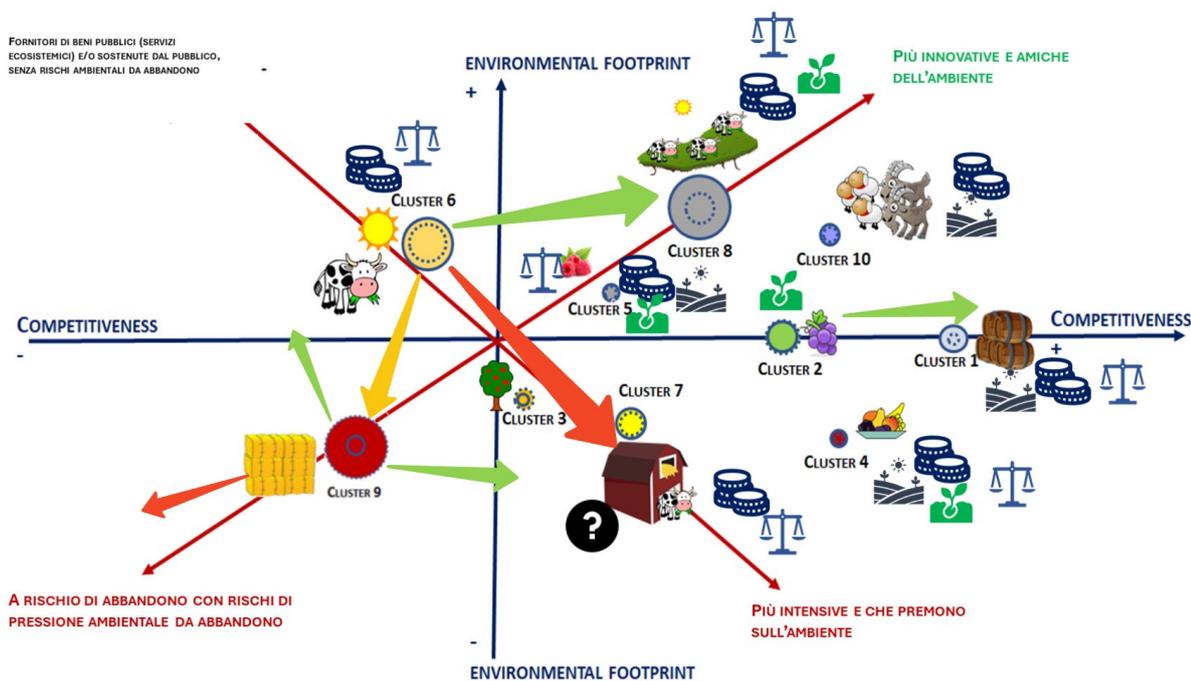
Dalla lettura della tabella è possibile mettere in risalto i seguenti elementi:

- le combinazioni di misure con percentuali di adesione più elevate (ultima colonna) sono la sola Misura 13 sull'indennità compensativa (25% aziende del campione), la combinazione tra Misura 13 e Misura 10.1.1 sulla gestione estensiva delle superfici foraggiere di fondovalle (17%). la combinazione precedente con la 14.1.1 sul benessere animale (10%), la combinazione precedente con l'aggiunta della Misura 10.1.4 sulla salvaguardia di razze in via d'estinzione. Tutte le altre combinazioni non superano il 4%;

- la misura di insediamento è intercettata in misura maggiore dal cluster 1 ‘viticole’ (28%) ma soprattutto dal cluster 5 ‘colture minori apistiche specializzate’ (il 50% delle aziende incluse nel campione), in misura residuale il cluster 6 ‘cedenti estive’ (8%) e il cluster 8 ‘integrato monticazione tradizionale’ (3%);
- la misura di investimento (4.1.1 e 4.1.2) interessa in prevalenza i cluster vitivinicoli (43%), ma percentuali significative si osservano per i cluster delle zootecniche di fondovalle 365 (19%), delle cedenti estive e dell’ovicaprino (entrambe al 14%) e per il gruppo 8 della monticazione tradizionale (13%);
- il benessere animale coinvolge ovviamente i gruppi zootecnici, le fondovalle 365 (62%), la monticazione tradizionale (56%), le cedenti estive (53%) e l’ovicaprino (14%), oltre che, in misura minore, il gruppo 5 delle colture minori e il gruppo 2 delle viticole, che presentano in alcuni casi orientamenti produttivi misti con la presenza di una piccola attività zootecnica.

La figura seguente, infine, mette a sistema le informazioni appena descritte all’interno dello spazio delle traiettorie in modo da restituire un quadro più immediato delle dinamiche all’interno di ogni cluster.

Figura 6 Le traiettorie delle aziende agricole valdostane (Campione 2020-2023) strategie e il contributo del PSR



I simboli introdotti sono assegnati quando un gruppo si colloca in una posizione più virtuosa rispetto ad una strategia di sviluppo o rispetto al contributo del PSR.

Ad esempio, il simbolo sui legami territoriali  viene associato al cluster che presenta una strategia che prevede alleanze territoriali superiore alla media regionale. Discorso analogo sul differenti strategie di sviluppo (competitività e ambiente) e sul contributo del PSR alla strategia di sviluppo aziendale.

È possibile così visualizzare come il gruppo 5, colture minori apistiche specializzate, sebbene il campione sia ridotto e non ancora significativo, abbia comunque associate tutte le immagini utilizzate per rappresentare la presenza di una strategia su competitività, ambiente e territorio e la presenza di un contributo rilevante del PSR nell’accompagnare tali strategie.

### 1.3.4 Principali evidenze di natura qualitativa emerse

L'analisi seguente si basa in via prevalente sulla valorizzazione del campo "suggerimenti" e "note" collocato alla fine del questionario. La funzione di questi due campi è quella di dare la possibilità all'intervistato di fornire suggerimenti all'amministrazione e all'intervistatore di ampliare con sue riflessioni l'ampiezza sintattica del questionario restituendone una cornice semantica. Le considerazioni emerse sono frutto della disponibilità delle/gli intervistate/i al dialogo e al confronto.

In linea generale, le osservazioni provenienti dal terzo campione di agricoltori non si discostano molto rispetto a quelle espresse durante le prime due tornate di interviste (2020-2021); l'elemento nuovo che ha connotato quasi tutte le risposte riguarda tuttavia un mutato atteggiamento, in particolare per ciò che riguarda le prospettive future, come evidente conseguenza del periodo di crisi e guerre che ha caratterizzato l'ultimo biennio incidendo in modo rilevante e negativo in particolare sui costi delle attività.

A tal riguardo, un elemento di riflessione riguarda la capacità di fare sintesi e offrire delle strategie di sistema: un progetto collettivo, diffuso e condiviso sul percorso da intraprendere che dovrebbe essere maggiormente trainato da Associazioni e Consorzi. È un mondo in fermento che sembra trovare più risposte singole che collettive alle sollecitazioni e alle oscillazioni dei mercati, del clima, dei costi degli input e delle materie prime.

#### I suggerimenti

##### 1. *Innovazione e investimenti nelle infrastrutture agricole*

Gli agricoltori rimarcano l'importanza degli investimenti in infrastrutture agricole, in particolare per facilitare la meccanizzazione e l'irrigazione in risposta al cambiamento climatico. Si avverte un certo immobilismo e una insufficiente o mancata pianificazione degli investimenti collettivi da parte dei Consorzi di miglioramento e di bonifica che dovrebbero invece svolgere un ruolo essenziale per dare una solida ed efficiente base di infrastrutture e servizi a beneficio delle attività agricole per tutti i settori; sono infatti i Consorzi a distribuire preziose risorse come l'acqua e garantire la viabilità reale principale oltre che a sviluppare i piani di riordino fondiario.

*"Il problema maggiore è avere cessato quasi del tutto gli investimenti sulle superfici per migliorare il grado di meccanizzazione, la viabilità in parole povere, bisogna investire di più in infrastrutture e bonifiche."*

##### 2. *Sostenibilità e gestione ambientale*

Il tema della sostenibilità è cruciale, con un focus sull'importanza di gestire le risorse naturali, come l'acqua, in modo più efficace. *"Il cambiamento climatico deve comportare investimenti per prevenire i danni da carenza/mancanza di acqua quindi politiche di ricerca, accumulo e razionale utilizzo soprattutto per la zootecnia che richiede grandi volumi di acqua."*

Questo tema è strettamente correlato con il precedente punto 1)

##### 3. *Disparità e supporto per le piccole aziende*

Vi è una preoccupazione evidente per le piccole aziende, che spesso si trovano in posizione svantaggiata rispetto alle grandi imprese, sia in termini di accesso agli aiuti sia nella capacità di gestire le sfide operative e burocratiche.

Le piccole aziende sostengono, non senza ragione, che in molti casi solo loro possono garantire il presidio di parti di territorio che per vari motivi, principalmente la difficile meccanizzazione delle operazioni colturali. le aziende di maggiori dimensioni non possono e non potranno che trascurare o abbandonare e che questo fenomeno è già in atto.

Politiche mirate per il sostegno alle piccole aziende sono perciò l'unico argine all'abbandono: *"Migliore redistribuzione delle risorse in agricoltura per salvaguardare maggiormente le aziende di dimensioni meno rilevanti che trovano ostacoli per aderire alle misure relative ai finanziamenti."*

##### 4. *Problemi di burocrazia e accesso ai fondi*

Gli agricoltori mettono in luce le difficoltà burocratiche e i ritardi nell'accesso ai fondi, che impediscono alle aziende agricole di rispondere tempestivamente alle necessità operative. *"Le Regole del PSR sono talvolta"*

*poco chiare. Abbiamo saputo a posteriori della impossibilità di ricevere i finanziamenti correlati al Piano giovani con gravi problemi finanziari."*

## **5. Valorizzazione dei prodotti di qualità**

Un altro tema importante è il sostegno alla valorizzazione dei prodotti di qualità, l'importanza di sostenere le filiere per garantire una remunerazione adeguata agli agricoltori. *"Da produttore di Fontina (trasformazione in alpeggio, conferimento latte a cooperativa in inverno NdR) solleva il tema del prezzo insufficiente e delle carenze in ordine alle politiche commerciali delle organizzazioni soprattutto cooperative."*

Questi temi evidenziano le complessità e le sfide interconnesse tra investimenti infrastrutturali, sostenibilità, supporto alle piccole imprese, problematiche burocratiche e valorizzazione dei prodotti nel settore agricolo.

### **Una lettura più ampia emersa dalle note dell'intervistatore**

#### ***1. Le aspettative degli agricoltori: il presente e il futuro***

Le aziende più competitive mostrano una chiara consapevolezza delle sfide e delle opportunità presenti e future nel settore agricolo. Le aspettative riguardano non solo la sostenibilità economica, ma anche l'adattabilità alle mutevoli condizioni del mercato e del clima. Un esempio significativo si trova nel caso dell'azienda che ha ricevuto in affitto superfici nella zona "mayen", la cui titolare enfatizza la necessità che *"la politica agricola regionale dovrebbe porre queste aree intermedie tra il fondovalle e l'alpeggio al centro di specifiche azioni di intervento coordinato"*. Ciò suggerisce una richiesta di supporto per la filiera zootecnica e per il presidio del territorio attraverso un sostegno mirato alle fasce altitudinali di mezza montagna, rispecchiando l'attesa per politiche che sostengano il tradizionale sistema di zootecnica "verticale" che segue le stagioni e sfrutta in modo armonico e ambientalmente corretto le risorse foraggiere alle varie quote e che in fondo è l'immagine stessa dell'agricoltura tradizionale valdostana e alpina in generale.

#### ***2. Il ruolo della famiglia nell'agricoltura valdostana: quali agricolture e quali scelte***

Il tessuto familiare svolge un ruolo cruciale nelle aziende agricole della regione, con molte di esse che passano di generazione in generazione. Un esempio lampante di questo fenomeno è descritto quando si menziona l'impegno della *"più giovane socia, figlia dell'intervistato"* in un progetto di agriturismo. Questo dimostra non solo il passaggio generazionale, ma anche come le nuove generazioni stiano diversificando e innovando le attività tradizionali per adattarsi alle nuove esigenze del mercato e della società.

#### ***3. L'innovazione***

L'innovazione nell'agricoltura valdostana si manifesta attraverso l'introduzione di pratiche sostenibili e l'uso di tecnologie avanzate. Un agricoltore illustra la propria visione futura, sperando di concretizzare l'uso di *"strumenti di gestione innovativi come GPS al pascolo"*. Questo esempio rappresenta un passaggio importante verso una zootecnica di precisione più efficiente, che monitori il carico di bestiame al pascolo e sia funzionale al piano di pascolamento riducendo l'impatto ambientale e aumentando la produttività ma anche la dimostrazione che molti allevatori, spesso i più giovani, sono ben diversi dallo stereotipo dell'allevatore tradizionalista e ostile all'innovazione.

#### ***4. Mercati e strategie di commercializzazione***

La capacità di adattarsi a mercati in evoluzione è fondamentale per le aziende agricole più competitive. Un esempio eloquente si trova nell'approccio di un'azienda che ha trasformato il proprio latte in derivati, *"incrementando notevolmente i ricavi"* grazie alla vendita diretta in un contesto turistico. Questo evidenzia l'importanza di strategie di commercializzazione che sfruttano le peculiarità locali, come l'alta presenza turistica, per migliorare la redditività. Anche se non riproducibili in tutte le situazioni, questi esempi di successo, se fatti opportunamente conoscere, possono orientare altri imprenditori verso modelli organizzativi più razionali e redditizi.

#### ***5. Ambiente e territorio***

La sostenibilità ambientale e la gestione del territorio sono temi di grande rilievo. Gli agricoltori, soprattutto quelli del cluster delle marginali foraggicole che pure sono tra quelle con minori prospettive di continuità e di sviluppo, sono spesso in prima linea nel gestire le risorse naturali in modo responsabile. Un esempio in questo senso è dato dalla testimonianza di un agricoltore che, operando solo, cerca di preservare il territorio grazie al

sostegno delle indennità, riflettendo un impegno personale e professionale verso la cura e la valorizzazione dell'ambiente naturale che lo circonda.

Questi esempi mostrano come gli agricoltori valdostani siano profondamente legati alle loro radici, al loro ambiente e alle tradizioni, ma molti sono anche aperti all'innovazione e alle nuove opportunità di mercato, sempre con il forte senso di responsabilità verso il futuro del settore agricolo e delle loro comunità tipico delle aziende a gestione familiare.

## 2. Attività in corso e pianificate

### 2.1 Il supporto all'autovalutazione dei GAL: il focus sulla comunicazione

Nel corso del 2023 è stato realizzato un approfondimento tematico sulla comunicazione del GAL. Il rapporto analizza gli effetti della comunicazione istituzionale del GAL sul suo pubblico target.

Sulla base dell'avanzamento del PSL e dell'effettiva possibilità di osservare il manifestarsi degli effetti della programmazione sul contesto territoriale nel quale insiste la strategia di sviluppo locale, l'analisi della comunicazione istituzionale del GAL è affrontata da due prospettive rispetto ai pubblici di riferimento:

- la comprensione dell'efficacia della comunicazione veicolata attraverso i principali media utilizzati dal GAL, in termini di comprensione dei messaggi, loro utilità, salienza e capacità di ritenzione;
- la percezione che gli attori locali hanno maturato rispetto all'azione condotta dal GAL nel corso della programmazione.

Sulla base delle indagini condotte sono emersi i seguenti elementi che sono stati oggetto di discussione con il GAL.

Una richiesta da parte degli attori locali di maggiore attenzione su una comunicazione rivolta a;

- accrescere l'identità del GAL
- stimolare il coinvolgimento e la partecipazione
- assistere gli attori locali;

Interrogarsi sul perché i Comuni su ruolo e sulla sussidiarietà diano meno credito al GAL. Il GAL potrebbe essere visto come un soggetto che entra in competizione con i Comuni? Il suo compito dovrebbe essere limitato alla programmazione di risorse FEASR e all'erogazione dei fondi?

**In linea generale sia la struttura tecnica che il Direttivo rimarca** come la partecipazione dei Comuni alle Assemblee del GAL sia rarefatta e che la delega dei Comuni è chiara: **il GAL deve essere una struttura a servizio del territorio nell'erogazione di risorse comunitarie**, senza andare a sovrapporsi con altri attori nella governance locale.

Come sottolinea il **Direttivo del GAL** "il compito che ci è stato affidato è quello di spendere e spendere bene le risorse assegnate". In tal senso i giudizi negativi riflettono questa scelta di cui il GAL sembra essere consapevole.

**Il Valutatore** ritiene tuttavia necessario che sia sempre più ricercata la partecipazione dei Comuni ai processi decisionali del GAL, curandone la partecipazione alle Assemblee e attraverso la comunicazione del GAL.

I libero professionisti mostrano una prevalenza di asserti positivi rispetto ai negativi su ogni dimensione, il delta si riduce su sussidiarietà e qualità dei progetti. Il GAL dovrebbe interrogarsi coinvolgendo i tecnici che curano la progettazione per i beneficiari, per valutare se l'assistenza del GAL sia vista da loro come meno efficace.

**L'opinione della struttura tecnica** è che le competenze locali nella progettazione e assistenza ai beneficiari siano ridotte. Se nella nuova programmazione si è pensato ad una task force per accompagnare i progetti dei pubblici, dovrà essere realizzata per i privati un'attività di animazione specifica (soprattutto informativa) sulla progettazione e sulle modalità di rendicontazione.

Nel caso delle imprese vi è una diffusa prevalenza di asserti negativi rispetto ai positivi. Il GAL dovrebbe riflettere ed interrogarsi se tale aspetto non sia da imputare ai fondi messi a disposizione per le imprese sulla SSL, al finanziamento in prevalenza di progetti pubblici.

**La struttura tecnica e il direttivo del GAL** ritengono che le scelte strategiche del 2014-2022, in particolare l'aver circoscritto le misure di sostegno solo ad alcuni settori, possa essere la causa di giudizi così negativi sul GAL. La nuova strategia va nella direzione di favorire una maggiore integrazione tra attività economiche e maggiori ricadute a livello di area. Sarà data la possibilità anche alle aziende agricole di investire: si ragiona in ottica di filiera.

Sulle Unioni di Comuni, così come per i Comuni, si ravvisano alcune criticità che potrebbero essere legate ad una percezione del GAL come soggetto che entra in competizione con tali Enti su alcuni aspetti. A differenza dei Comuni, vi sono meno criticità sul ruolo del GAL e sulla sussidiarietà, elementi che potrebbero essere anche “concessi” al GAL, mentre la programmazione, la rappresentazione degli interessi locali sembrano appartenere di più al mandato che le UC dovrebbero assolvere. Anche in questo caso il GAL dovrebbe riflettere su come affrontare questa criticità, cosa si aspettano le UC, che il GAL sia esclusivamente un erogatore di fondi e faccia assistenza ai potenziali beneficiari? Senza alcun tentativo di “sconfinamento” sulla parte della governance?

Nelle **riunioni del Direttivo** si riflette spesso della funzione del GAL, che per ora deve essere prevalentemente amministrativa.

In questa fase storica c'è una sensibilità differente: con il covid gli interventi straordinari regionali hanno ridotto le risorse. C'è bisogno di cercare ulteriori risorse e il GAL potrebbe essere un soggetto che “recupera” altre risorse per il territorio sul FSE+, su Interreg e su altri programmi

## 2.2 Le attività pianificate per la valutazione ex post

Nel corso del 2024 verrà prodotto un Rapporto volto ad analizzare come il sistema agricolo, agroalimentare e forestale abbia reagito a due crisi: quella innescata dalla **pandemia Covid-19** e quella legata al **conflitto in Ucraina**. In particolare, saranno analizzati gli effetti delle Misure straordinarie introdotte nel PSR: la Misura 21 e la Misura 22, nonché gli strumenti introdotti dalla Regione attraverso aiuti di stato regionali<sup>6</sup>.

Un focus specifico riguarderà anche la dimensione rurale intercettata dal LEADER, che ha sostenuto progetti a favore dell'attrattività, della diversificazione economica e dell'integrazione tra filiere nelle aree rurali della regione.

A tal fine si procederà a:

- la verifica degli strumenti per l'analisi quantitativa e qualitativa;
- la raccolta ed elaborazione dei dati e delle informazioni qualitative e quantitative.

Seguendo la timeline delle rilevazioni, nel corso del 2024 saranno intervistate 65 aziende, appartenenti al campione 2024, tuttavia queste interviste saranno valorizzate all'interno del RAV che sarà consegnato nel 2025, come indicato nella tabella seguente<sup>7</sup>.

	ANNI					TOT
	2020	2021	2022-2023	2024	2025	
<b>numerosità</b>	50	60	60	65	65	300
<b>Copertura Campione</b>	17%	37%	57%	78%	100%	
<b>accuratezza</b>	molto bassa	bassa	media	medio-alta	alta	
<b>Annualità di restituzione</b>	2021 (RAV)	2022 (RAV)	2024 (RAV -covid)	2025 (RAV)	2026 (Ex post)	

Sempre nel corso dell'anno, in accordo con il GAL, saranno identificati ed eseguiti dei casi di studio, per avviare una riflessione sulle ricadute territoriali del Covid e della guerra.

Nella fase di **analisi**, le attività si incentreranno sul processo di disamina dei dati empirici rilevati. Si procederà dunque con l'analisi statistica per i dati quantitativi raccolti attraverso le indagini, per i dati relativi alle misure del PSR, mentre procedure di analisi qualitativa verranno eseguite per i dati testuali, sia primari che secondari.

Nella fase di **giudizio**, si darà conto delle analisi effettuate al fine di rispondere alle esigenze informative dell'AdG definite dal mandato valutativo iniziale, in conformità con quanto previsto dal quadro normativo europeo sulla valutazione dello sviluppo rurale.

Nel corso dell'anno potranno essere realizzati workshop valutativi con un panel di esperti regionali e rappresentanti dell'AdG per discutere i risultati delle attività di indagine sulle aziende agricole e potranno essere avviate delle tecniche Delphi per raccogliere scenari condivisi sugli effetti del Covid e della guerra.

<sup>6</sup> Si fa riferimento, ad esempio, alle disposizioni applicative per la concessione dei contributi a favore del settore agricolo previsti dall'articolo 11, della Legge regionale 16 giugno 2021, n. 15

<sup>7</sup> Con l'estensione contrattuale che sposta il termine del Servizio di Valutazione al 2026, la pianificazione delle rilevazioni potrà essere oggetto di revisione.

### 3. Analisi delle informazioni raccolte e formulazione delle conclusioni, rispetto ai fenomeni osservati, e delle raccomandazioni utili a rafforzare la qualità complessiva del PSR

Di seguito viene presentato, sotto la forma di un *Diario di Bordo*, una sintesi delle principali raccomandazioni emerse nella descrizione degli esiti degli approfondimenti valutativi. Si fa presente che quanto osservato fa riferimento ad un campione di aziende che ancora non è pienamente rappresentativo delle aziende agricole beneficiarie del PSR e pertanto quanto viene riportato va nella direzione di fornire degli spunti di riflessione, anche in vista del coinvolgimento del panel degli esperti regionali.

SEZIONE DEL RVA	ELEMENTI OSSERVATI	RACCOMANDAZIONE
1.4	<p>L'analisi condotta attraverso i gruppi ha evidenziato come coesistano più 'agricolture' e come il ruolo della famiglia agricola sia ancora il perno dell'organizzazione del lavoro. A fronte di modelli, aspettative e strategie diverse, è necessario soffermarsi per comprendere quali strumenti del I e del II Pilastro possano essere più adatti nel sostenere le differenti agricolture regionali, proseguendo quanto già fatto nelle annualità precedenti.</p> <p>Il contributo del PSR nello sviluppo di strategie aziendali e/o nella prosecuzione dell'attività agricola è percepito come rilevante da quasi due terzi delle aziende finanziate (64%).</p> <p>Rispetto alle traiettorie future, i cluster più stabili includono le aziende vitivinicole (Gruppo 1), le colture minori ed apistiche specializzate (Gruppo 5), le integrate che praticano la monticazione tradizionale (Gruppo 8) e le 'fondovalle 365' (Gruppo 7).</p> <p>Una particolare attenzione deve essere posta al cluster dell'ovicaprino, che è quello che sembra essere meno intercettato dalle Misure del PSR e con una percentuale significativa di aziende a rischio di cessazione (15%).</p> <p>Problemi di tenuta e continuazione dell'attività agricola sono presenti nei gruppi delle viticole e delle marginali foraggicole, rispetto a queste ultime dovrà essere avviata una riflessione su come gli aiuti di stato possano intervenire per garantire piccoli investimenti, dal momento che lamentano la presenza di una barriera di accesso alle misure di investimento che non rendono possibile e conveniente sostenere le spese.</p> <p>Suggerimenti da parte gli agricoltori fanno riferimento in particolare alle infrastrutture a servizio degli agricoltori, lamentando una diminuzione dell'efficacia delle azioni svolte a livello consortile.</p> <p>A tal riguardo, un elemento di riflessione riguarda la capacità di fare sintesi e offrire delle strategie di sistema: un progetto collettivo, diffuso e condiviso sul percorso da intraprendere che dovrebbe essere maggiormente trainato da Associazioni e Consorzi. È un mondo in fermento che sembra trovare più risposte singole che collettive alle sollecitazioni e alle oscillazioni dei mercati, del clima, dei costi degli input e delle materie prime.</p>	<p>Le raccomandazioni verranno formulate in maniera partecipativa attraverso il coinvolgimento dei referenti di Misura e del Panel di esperti in occasione del rapporto che verrà consegnato a fine anno.</p>

**ALLEGATO 1: DOCUMENTO DI SINTESI DEL RAPPORTO ANNUALE**

Il presente Rapporto di Valutazione Annuale (di seguito RVA) è incentrato sull'analisi delle traiettorie delle aziende agricole regionali e sul processo di accompagnamento alla auto-valutazione dell'unico GAL valdostano.

Il Valutatore ha proseguito il percorso avviato nel 2020 come previsto dall'approccio metodologico introdotta nel corso del Rapporto di Valutazione "rinforzato"<sup>8</sup> del 2018. Le indagini hanno coinvolto 170 aziende beneficiarie e continueranno nelle annualità successive sino a coprire l'intera ampiezza del campione di aziende rappresentativo della popolazione di aziende beneficiarie del PSR (300 aziende). L'analisi dei dati raccolti sulle aziende agricole beneficiarie è stata condotta tenendo conto dei gruppi di aziende identificate dal panel di esperti regionali del 2019.

Le aziende intervistate riescono a rappresentare quasi tutti i gruppi identificati (► tabella seguente), non sono incluse nel campione 2023 aziende che appartengono al gruppo 3, mentre il gruppo 5 include anche le aziende apistiche specializzate.

Cluster di appartenenza	Aziende nel campione	Peso nel campione	Peso nel contesto regionale	Delta Campione/Regione
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -	7	4,12%	1,70%	4,66%
Gruppo 2: Aziende Viticole	12	7,06%	16,60%	-5,69%
Gruppo 3: Aziende Frutticole che conferiscono		0,00%	3,30%	-3,30%
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono	2	1,18%	0,40%	1,42%
Gruppo 5: Aziende colture minori e apistiche specializzate	12	7,06%	1,20%	9,71%
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	36	21,18%	18,70%	14,03%
Gruppo 7: Fondovalle 365	21	12,35%	8,30%	10,79%
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	39	22,94%	12,40%	23,05%
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	34	20,00%	35,30%	-4,39%
Gruppo 10: Ovicaprino	7	4,12%	2,10%	4,26%
<b>Totale</b>	<b>170</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

L'analisi condotta attraverso i gruppi ha evidenziato come coesistano più 'agricolture' e come il ruolo della famiglia agricola sia ancora il perno dell'organizzazione del lavoro. A fronte di modelli, aspettative e strategie diverse, è necessario soffermarsi per comprendere quali strumenti del I e del II Pilastro possano essere più adatti nel sostenere le differenti agricolture regionali, proseguendo quanto già fatto nelle annualità precedenti.

Solo il 4% delle aziende incluse nel campione è condotta da giovani con meno di 30 anni mentre le aziende con titolari over 71 rappresentano il 12% delle aziende. Il 44% dei beneficiari ha meno di 50 mentre il 56% è over 51 anni, le classi modali (che racchiudono il maggior numero di unità) sono la '30-40' e la '51-60' anni.

Il *cluster* 9, con una media pari a 65 anni, è quello che presenta un fabbisogno di ricambio generazionale più accentuato: le aziende condotte da over 60 rappresentano il 64% del totale delle aziende del Gruppo. Il Gruppo 10 Ovicaprino (50,4) e 7 'Fondovalle 365' (52,7 anni) presentano anch'essi profili sfavorevoli per età con una quota di aziende condotte da over 60 pari rispettivamente al 43% e al 38% del totale. I Gruppi che mostrano una distribuzione per età più favorevole sono l'1 'Vitivinicole', il 5 'Colture minori' e l'8 'Integrato monticazione tradizionale'.

Il 29% delle aziende è condotta da imprenditrici (► tabella 7), la percentuale di imprenditrici al di sopra della media campionaria si riscontra nei cluster delle 'colture minori apistiche specializzate' (33% gruppo 5), nei cluster zootecnici, il Gruppo 7 'Fondovalle 365' (48%) e le 'cedenti estive (31%) o a supporto della filiera, nelle 'marginali foraggicole' (32% gruppo 9).

<sup>8</sup> perché contenente anche la risposta alle domande di valutazione previste dal Quadro Comune di Monitoraggio e Valutazione del FEASR

Il 49% delle aziende del campione è attiva da più di 21 anni, il 26% da meno di 10. Le aziende ‘storiche’ sono in larga predominanza quelle della filiera zootecnica (dal Gruppo 6 al Gruppo 9), con un picco importante per le aziende del gruppo 9, le marginali foraggicole (82%), che sono quelle che sono a maggior rischio di cessazione di attività.

I gruppi zootecnici sono quelli che presentano profili di SAU con dimensioni maggiori mentre il gruppo 1 delle Vitivinicole, 2 delle viticole e 5 delle Colture minori si collocano sotto i 5 ha. Solo il 17% delle aziende viticole e l’8% delle specializzate ha una SAU che oscilla dai 5 ai 10 ettari. Le aziende foraggicole sono per lo più collocate sotto i 5 ettari (73%).

In termini di dimensione economica, il 47% dei titolari afferma di avere un giro di affari inferiore agli 8 mila euro. In questa classe ricadono il 100% delle aziende incluse nel Gruppo 9 foraggicole marginali, il 67% delle aziende viticole (Gruppo 2, quelle che conferiscono le uve), il 58% delle aziende del Gruppo 5 “*Aziende colture minori specializzate*”, il 30% circa delle aziende incluse nei Gruppi 6 e 7 (Cedenti estive e 365 giorni l’anno) e il 21% delle aziende che praticano la monticazione tradizionale (Gruppo 8).

Per quanto riguarda la filiera della Fontina, il sistema cooperativistico risulta essere l’alternativa principale alla trasformazione aziendale per le aziende che praticano l’allevamento tradizionale (Gruppo 8), mentre, sia per il gruppo 6 delle cedenti estive che per il gruppo delle aziende di fondovalle 365 è la fonte principale di conferimento. Anche se residuale rispetto ai primi due canali, da rilevare il consolidamento di un sistema alternativo alla cooperazione composto da caseifici privati.

In chiave di sostenibilità delle produzioni, tenendo conto delle peculiarità delle “agricolture” valdostane, l’agricoltura biologica è poco diffusa, mentre l’integrata sia molto presente nel settore vitivinicolo e delle colture minori specializzate.

In termini di qualità delle produzioni, il 55% delle aziende ha un prodotto a marchio, tale percentuale è molto elevata nel settore vitivinicolo, mentre nella filiera della fontina, si osserva una quota rilevante di aziende del gruppo 7 (365 giorni) e 8 (integrato) che commercializzano senza marchio di qualità.

Nell’ottica della sostenibilità economica e sociale dei nuclei familiari agricoli, per il 45% delle aziende incluse nel campione le esigenze della famiglia del conduttore sono “coperte” dall’attività agricola.

In termini di competitività, il 32% delle aziende incluse nel campione non ha una strategia chiara sulla competitività. La competitività dell’azienda non è un elemento cardine nella gestione quotidiana; questo atteggiamento è diffuso nelle aziende del Gruppo 9 ‘marginali foraggicole’ (79%), nelle ‘aziende di fondovalle’ (38%) e nelle cedenti estive (25%). I cluster più dinamici si confermano essere i Gruppi 1 (vitivinicole), 5 (colture minori), 7 (fondovalle 365) 8 (monticazione tradizionale) e 10 (Ovicaprino).

Per quanta riguarda la componente ambientale, il 28% ha una bassa consapevolezza sulle esternalità positive dell’attività nei confronti dell’ambiente. Una maggiore consapevolezza si osserva nei gruppi delle colture minori apistiche specializzate e dell’integrato monticazione tradizionale.

Rispetto alla dimensione territoriale, circa il 69% delle aziende non vede nelle reti di prossimità, nelle filiere corte e nella promozione locale una chiave per aumentare la redditività e le opportunità di sviluppo dell’azienda. Questo elemento è più marcato nelle realtà che tendono a conferire le loro produzioni, mentre una più spiccata propensione a trovare nei mercati locali ulteriori sbocchi di redditività si osservano nelle aziende dei gruppi 1 ‘Vitivinicole’(43%), gruppo 5 ‘Colture minori’ (58%), il Gruppo 8 “integrato monticazione tradizionale” (23%) e le ovicaprine (43%).

Il contributo del PSR nello sviluppo di strategie aziendali e/o nella prosecuzione dell’attività agricola è percepito come rilevante da quasi due terzi delle aziende finanziate (64%).

Rispetto alle traiettorie future, i cluster più stabili includono le aziende vitivinicole (Gruppo 1), le colture minori ed apistiche specializzate (Gruppo 5), le integrate che praticano la monticazione tradizionale (Gruppo 8) e le ‘fondovalle 365’ (Gruppo 7).

Una particolare attenzione deve essere posta al cluster dell’ovicaprino, che è quello che sembra essere meno intercettato dalle Misure del PSR e con una percentuale significativa di aziende a rischio di cessazione (15%).

Problemi di tenuta e continuazione dell'attività agricola sono presenti nei gruppi delle viticole e delle marginali foraggicole, rispetto a queste ultime dovrà essere avviata una riflessione su come gli aiuti di stato possano intervenire per garantire piccoli investimenti, dal momento che lamentano la presenza di una barriera di accesso alle misure di investimento che non rendono possibile e conveniente sostenere le spese.

Suggerimenti da parte gli agricoltori fanno riferimento in particolare alle infrastrutture a servizio degli agricoltori, lamentando una diminuzione dell'efficacia delle azioni svolte a livello consortile.

A tal riguardo, un elemento di riflessione riguarda la capacità di fare sintesi e offrire delle strategie di sistema: un progetto collettivo, diffuso e condiviso sul percorso da intraprendere che dovrebbe essere maggiormente trainato da Associazioni e Consorzi. È un mondo in fermento che sembra trovare più risposte singole che collettive alle sollecitazioni e alle oscillazioni dei mercati, del clima, dei costi degli input e delle materie prime.

#### *Attività pianificate*

Nel corso del 2024 saranno realizzate attività specifiche per cogliere gli effetti combinati del Covid e delle guerre attualmente in corso (conflitto ucraino-russo e israelo-palestinese).