



knowledge  
intensive  
business  
services



Région Autonome  
Vallée d'Aoste



Regione Autonoma  
Valle d'Aosta

## 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 2021

Roma Maggio 2022

## INDICE

<b>Premessa</b> .....	<b>2</b>
<b>1. La valutazione delle traiettorie delle aziende agricole valdostane al 31.12.2021</b> .....	<b>3</b>
1.1 L’approccio metodologico.....	3
1.2 L’estrazione del campione e la strategia di campionamento .....	6
1.3 L’analisi dei dati raccolti .....	7
1.3.1 La struttura del campione: cluster di appartenenza e caratteristiche del conduttore.....	7
1.3.2 Le caratteristiche economiche e i fattori di sostenibilità del reddito familiare.....	11
1.3.3 Le strategie di sviluppo aziendale e il contributo del PSR.....	13
1.3.4 Principali evidenze di natura qualitativa emerse.....	16
<b>2. Attività in corso e pianificate</b> .....	<b>22</b>
2.1 Il supporto all’autovalutazione dei GAL .....	22
2.2 Le attività pianificate sulle traiettorie aziendali.....	23
<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>24</b>
 <b>Allegato 1 – Documento di sintesi del Rapporto Annuale</b> .....	 <b>25</b>

---

## **Premessa**

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

Il Valutatore ha proseguito le attività di indagine diretta sui beneficiari del PSR, già avviate nel 2020, come previsto dell'approccio metodologico descritto nel corso del Rapporto di Valutazione annuale del 2020. Le indagini hanno coinvolto 60 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.

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 dunque 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;
2. il Capitolo 2 illustra le attività in corso e pianificate rispetto alle traiettorie aziendali;
3. il Capitolo 3 riporta sotto forma di "Diario di Bordo", le conclusioni e raccomandazioni emerse, utili a rafforzare la qualità complessiva del PSR;

L'approssimarsi della programmazione 2023-2027 hanno spinto l'AdG e il valutatore a valorizzare gli esiti dei risultati emersi dall'analisi delle traiettorie. Gli esiti dell'indagine del 2020, benché avessero un livello di generalizzabilità basso, sono stati utilizzati per riflettere con il panel di esperti ed i funzionari dell'Assessorato sulle scelte future. Tale attività proseguirà nel corso del 2022, soprattutto coinvolgendo il partenariato, per supportare la Regione nell'affrontare le sfide della programmazione 2023-2027.

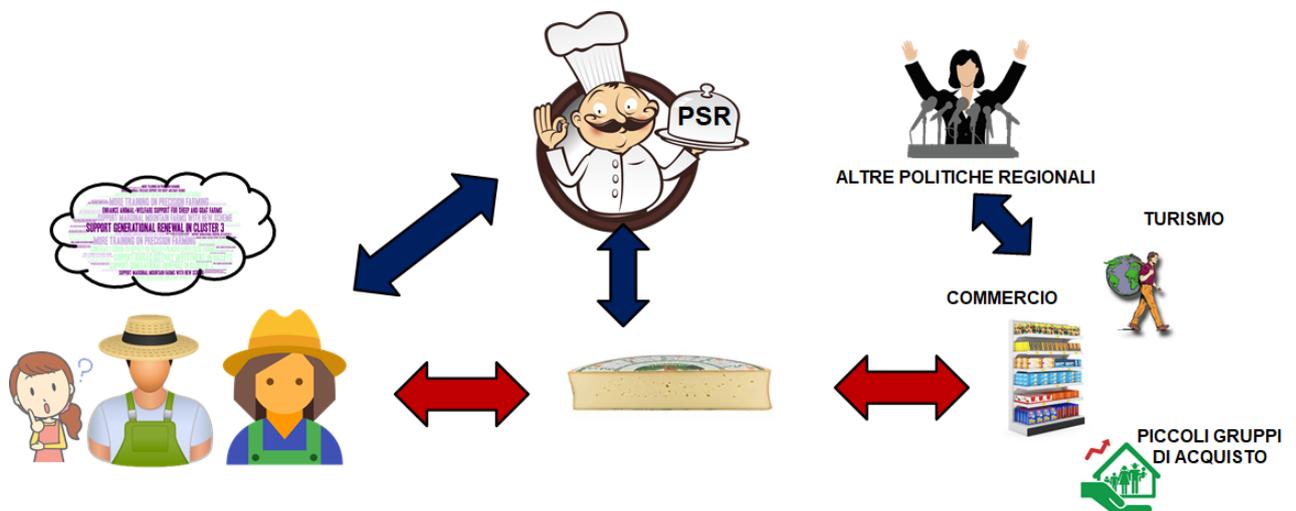
## 1. La valutazione delle traiettorie delle aziende agricole valdostane al 31.12.2021

### 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).

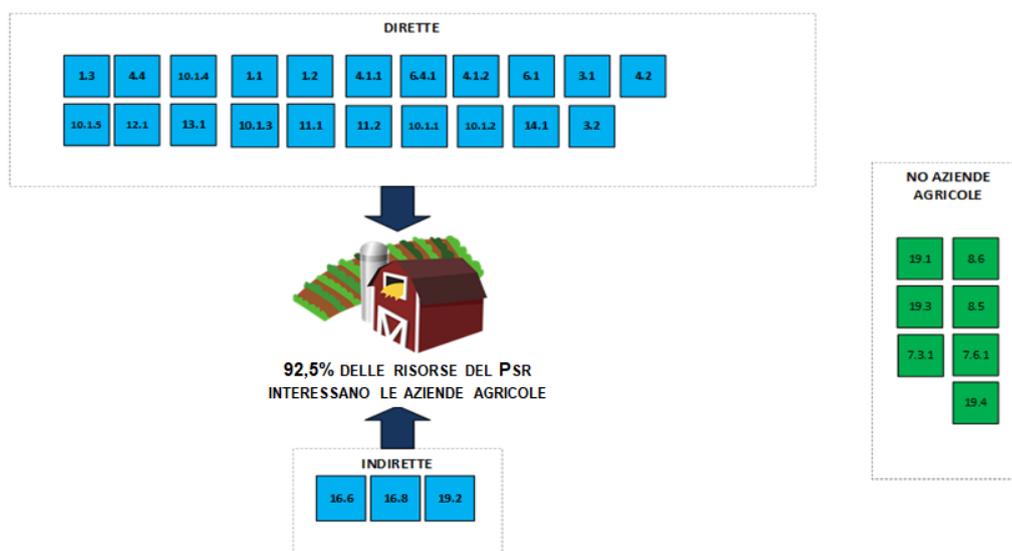
Come rappresentato nella figura seguente, il PSR fornisce un "menù" di Misure che consente all'agricoltore valdostano di consolidare o stimolare la sua strategia di sviluppo aziendale in base alla lettura che dà alle dinamiche del contesto (i movimenti generati dagli altri attori alla destra della figura).

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



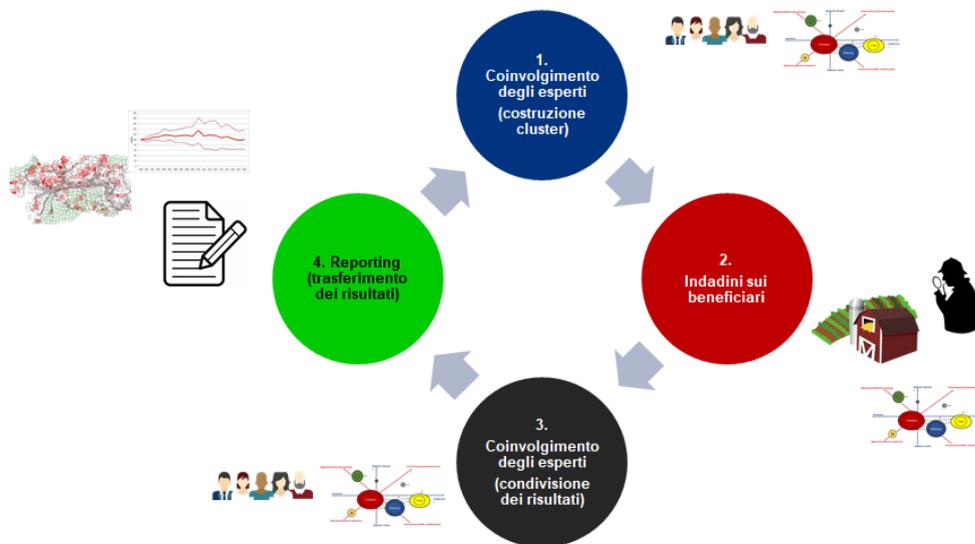
Le Misure non rivolte alle aziende agricole hanno comunque un peso rilevante per le aziende agricole sia in termini di opportunità di diversificazione che di creazione di reti (piccole aziende) che di qualità della vita per la famiglia dell'agricoltore/trice.

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

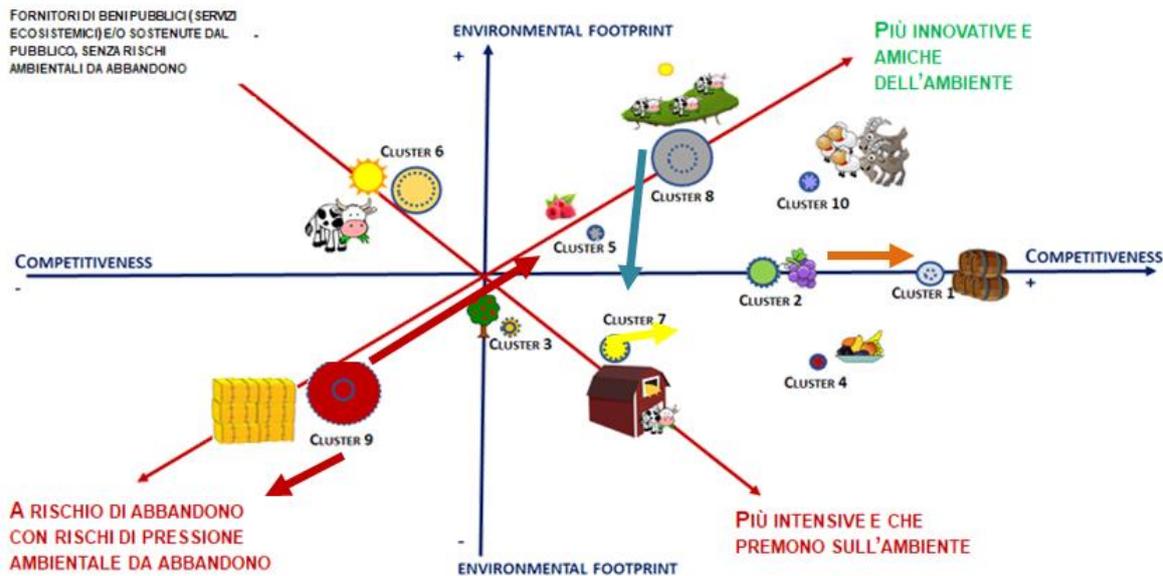


Nel corso delle precedenti annualità si è lavorato sulla costruzione dei cluster, sulla identificazione della strategia campionaria e sulla definizione degli strumenti.

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>1</sup>.

Figura 4 - Lo spazio delle traiettorie tra competitività e impronta ambientale

<sup>1</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>2</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	1,7%	9,2%
<b>Cluster 2:</b> Aziende Viticole	16,6%	13,5%
<b>Cluster 3:</b> Aziende Frutticole che conferiscono	3,3%	1,2%
<b>Cluster 4:</b> Aziende Frutticole che vendono	0,4%	2,3%
<b>Cluster 5:</b> Aziende colture minori specializzate	1,2%	1,9%
<b>Cluster 6:</b> Fondovalle cedenti Estive	18,7%	22,0%
<b>Cluster 7:</b> Fondovalle 365 giorni	8,3%	10,0%
<b>Cluster 8:</b> Integrato monticazione tradizionale	12,4%	30,0%
<b>Cluster 9:</b> Aziende Marginali foraggicole	35,3%	5,9%
<b>Cluster 10:</b> Ovicaprino	2,1%	4,0%
<b>TOTALE</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

<sup>2</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>3</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 2020-2024 (► 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	
<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 2021, oggetto di questo rapporto, sono state intervistate 60 aziende estratte casualmente. L'accuratezza dei risultati è dunque anch'essa progressiva, e tenderà a stabilizzarsi nel 2022. La restituzione degli esiti delle indagini è dunque condotta su 110 aziende.

<sup>3</sup> Atteggiamento 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 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.

Tra i cluster con solo due unità vi è anche un nuovo cluster che include le aziende apistiche specializzate. L'opportunità o meno di considerare tale cluster come oggetto di interesse delle politiche regionali, ovvero di includerlo all'interno di cluster esistenti, sarà approfondito con il panel di esperti e con l'AdG. Ad esempio, il nuovo gruppo può essere fatto confluire in un nuovo gruppo, un Gruppo 5 modificato che potrebbe cambiare nome in "Aziende colture minori e altri allevamenti specializzati".

Tabella 5 - Composizione del campione 2020 per cluster di appartenenza

Cluster di appartenenza	Aziende nel campione	Peso nel campione	Peso nel contesto regionale	Delta Campione/Regione
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -	4	3,64%	1,70%	1,94%
Gruppo 2: Aziende Viticole	9	8,18%	16,60%	-8,42%
Gruppo 3: Aziende Frutticole che conferiscono		0,00%	3,30%	-3,30%
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono	2	1,82%	0,40%	1,42%
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate	7	6,36%	1,20%	5,16%
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	19	17,27%	18,70%	-1,43%
Gruppo 7: Fondovalle 365	12	10,91%	8,30%	2,61%
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	30	27,27%	12,40%	14,87%
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	20	18,18%	35,30%	-17,12%
Gruppo 10: Ovicaprino	5	4,55%	2,10%	2,45%
Gruppo NEW Apistiche specializzate	2			
<b>TOT</b>	<b>110</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Non sono ancora incluse nel campione 2020-2021 le aziende che appartengono al gruppo 3 'Aziende frutticole che conferiscono', mentre il peso nel campione delle aziende marginali foraggicole viene dimezzato a favore delle aziende zootecniche che praticano la monticazione tradizionale (27%), del gruppo 5 (6%) e del Gruppo 7 Fondovalle 365 (11%). Come per il nuovo gruppo delle apistiche, sarà posto al vaglio del panel di esperti e dell'AdG l'opzione di mantenere il Gruppo 3 ovvero di farlo confluire in un altro gruppo esistente.

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 (ultima riga), mentre in giallo quelli che presentano valori 'da attenzionare' superiori alla media regionale.

L'ultima riga (Totale), mostra che solo il 5% 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 7% delle aziende incluse nel campione. Il 49% dei beneficiari inclusi nel campione ha meno di 50 mentre il 51% è over 51 anni, le classi modali (che racchiudono il maggior numero di unità) sono la '41-50' 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 -		25%	50%	25%			44,3	4
Gruppo 2: Aziende Viticole	11%	22%	22%	11%	22%	11%	51,4	9
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono		50%	50%				42,0	2
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate	29%	14%	14%	29%	14%		45,1	7
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive		26%	26%	21%	16%	11%	50,8	19
Gruppo 7: Fondovalle 365		17%	25%	25%	25%	8%	54,2	12
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	10%	20%	27%	27%	13%	3%	47,9	30
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole		10%	10%	30%	35%	15%	60,2	20
Gruppo 10: Ovicaprino		20%	40%		40%		50,0	5
Gruppo NEW Apistiche specializzate		50%		50%			48,0	2
<b>Totale</b>	5%	20%	24%	24%	20%	7%		<b>110</b>

Il cluster 9, con una media pari a 60 anni, è quello che presenta un fabbisogno di ricambio generazionale più accentuato, insieme al Gruppo 7 'Fondovalle 365' (54 anni), mentre i Gruppi 1 'Vitivinicole', 5 'Colture minori' e 8 'Integrato monticazione tradizionale' mostrano una distribuzione per età più favorevole.

Il 26% 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 specializzate' (29% gruppo 5), nei cluster zootecnici, il Gruppo 7 'Fondovalle 365' (33%) e l'integrato tradizionale' (30%) o a supporto della filiera, nelle 'marginali foraggicole' (35% 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	1	3	4	25%
Gruppo 2: Aziende Viticole		9	9	0%
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono	1	1	2	50%
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate	2	5	7	29%
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	5	14	19	26%
Gruppo 7: Fondovalle 365	4	8	12	33%
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	9	21	30	30%
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	7	13	20	35%
Gruppo 10: Ovicaprino		5	5	0%
Gruppo NEW Apistiche specializzate		2	2	0%

Cluster di appartenenza	F	M	Totale	Peso della componente femminile sul totale
<b>Totale</b>	<b>29</b>	<b>81</b>	<b>110</b>	<b>26%</b>

Rispetto alla formazione, il 50% delle aziende ha un titolare con il titolo di licenza media, mentre un altro 46% con diploma di maturità o un diploma da istituto professionale, tra questi il 15% ha un diploma di indirizzo agrario. Solo il 3% possiede una laurea in scienze agrarie o forestali. 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	Licenze elementari	Licenza media	Diploma di maturità	Diploma ad indirizzo agronomico	Diplomi professionali	Laurea specialistica generica	Laurea ad indirizzo agrario	totale
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -			25%	25%		25%	25%	4
Gruppo 2: Aziende Viticole		33%	22%	22%	11%		11%	9
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono		50%	50%	0%				2
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate		29%	29%	29%	14%			7
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	21%	32%	16%	21%	5%		5%	19
Gruppo 7: Fondovalle 365	25%	25%	25%	17%	8%			12
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	17%	47%	20%	7%	10%			30
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	20%	35%	30%	15%				20
Gruppo 10: Ovicaprino		40%	40%	20%				5
Gruppo NEW Apistiche specializzate			100%					2
<b>Totale</b>	<b>15%</b>	<b>35%</b>	<b>25%</b>	<b>15%</b>	<b>6%</b>	<b>1%</b>	<b>3%</b>	<b>110</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. 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 -		100%				4
Gruppo 2: Aziende Viticole	11%	33%		11%	44%	9
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono	50%			50%		2
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate	14%	57%			29%	7
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	26%	11%	11%	11%	42%	19
Gruppo 7: Fondovalle 365	8%		8%	25%	58%	12
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	17%	7%	23%	3%	50%	30

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 9: Aziende Marginali foraggicole	5%		25%		70%	20
Gruppo 10: Ovicaprino		40%	20%	40%		5
Gruppo NEW Apistiche specializzate		50%				2
<b>Totale</b>	<b>14%</b>	<b>16%</b>	<b>15%</b>	<b>9%</b>	<b>46%</b>	<b>110</b>

Il 46% delle aziende del campione è attiva da più di 21 anni, il 30% da meno di 10. Le aziende ‘storiche’ sono in larga predominanza quelle della filiera zootecnica (dal Gruppo 6 al Gruppo 9).

Un ultimo dato da prendere in considerazione riguarda, infine, la modalità di avvio dell’azienda. La tabella seguente evidenzia per ogni Gruppo la modalità di avvio delle attività, identificando anche come il PSR ha contribuito non limitandosi solo 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 20% del totale. L’80% delle aziende 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 più della metà 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	Start-up	Subentrano in esistenti senza PSR	Subentrano in esistente con PSR	Totale
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -	50%	50%	0%	4
Gruppo 2: Aziende Viticole	22%	56%	22%	9
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono	0%	0%	100%	2
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate	29%	14%	57%	7
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	16%	58%	26%	19
Gruppo 7: Fondovalle 365	17%	50%	33%	12
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	20%	57%	23%	30
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	10%	85%	5%	20
Gruppo 10: Ovicaprino	60%	40%	0%	5
Gruppo NEW Apistiche specializzate	0%	50%	50%	2
<b>Totale</b>	<b>20%</b>	<b>56%</b>	<b>24%</b>	<b>110</b>

I Gruppi al contrario, dove si assiste ad un maggior dinamismo (start-up) sono le aziende del Gruppo 1 e 10 ‘Vitivinicole’ e ‘Ovicaprino’ e Gruppo 5 ‘Aziende colture minori specializzate’.

### 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 11). Il 37% delle aziende del campione ha una SAU inferiore ai 5 ettari, mentre il 31% sopra i 30 ettari.

Tabella 11 - 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 -		25%	75%							4
Gruppo 2: Aziende Viticole	22%	11%	44%	22%						9
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono				100%						2
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate	29%	14%	43%	14%						7
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive		5%	11%	21%	32%	16%	16%			19
Gruppo 7: Fondovalle 365			8%	8%	58%	25%				12
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale			3%	3%	7%	3%	10%	17%	57%	30
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole		40%	40%	15%	5%					20
Gruppo 10: Ovicaprino		20%	20%		20%			40%		5
Gruppo NEW Apistiche specializzate	100%									2
<b>Totale</b>	<b>5%</b>	<b>12%</b>	<b>21%</b>	<b>13%</b>	<b>15%</b>	<b>6%</b>	<b>5%</b>	<b>6%</b>	<b>15%</b>	<b>110</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 22% delle aziende viticole e il 14% delle specializzate ha una SAU che oscilla dai 5 ai 10 ettari. Le aziende foraggicole sono quasi bipartite tra chi ha meno di due ettari (40%) e chi ha meno di 5 ettari (40%).

La distribuzione dei cluster per dimensione economica (► tabella 12) evidenzia invece come il 42% dei titolari affermi di avere una 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 71% delle aziende del Gruppo 5 “Aziende colture minori specializzate”, il 25% delle aziende incluse nei Gruppi 6 e 7 (Cedenti estive e 365 giorni l’anno) e il 13% delle aziende che praticano la monticazione tradizionale (Gruppo 8).

Tabella 12 - 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 -			25%		50%	25%		4
Gruppo 2: Aziende Viticole	67%	22%		11%				9
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono					50%	50%		2
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate	71%		14%		14%			7
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	26%		5%	32%	26%	11%		19

Cluster	Piccol a - meno di 8.000	Piccol a - da 8 15.000	Piccol a - da 15 a 25.000	Medio piccol a - da 25 a 50.000	Media - da 50 a 100.000	Medio grande - da 100 a 250.000	grande - da 250 a 500.000	Total e
Gruppo 7: Fondovalle 365	25%		17%	25%	25%		8%	12
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	13%	3%	17%	13%	37%	17%		30
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	100%							20
Gruppo 10: Ovicaprino	60%		40%					5
Gruppo NEW Apistiche specializzate			50%			50%		2
<b>Totale</b>	<b>42%</b>	<b>3%</b>	<b>12%</b>	<b>13%</b>	<b>21%</b>	<b>9%</b>	<b>1%</b>	<b>110</b>

Le aziende con un giro di affari più elevato appartengono ai cluster delle zootecniche (6,7,8) e delle vitivinicole (1), sono da prendere invece con più cautela i dati sui cluster meno numerosi, le frutticole che vendono (Gruppo 4) e le Apistiche (Gruppo NEW). Il dato sul giro di affari è, d'altra parte, uno degli aspetti più complessi da rilevare nelle interviste per reticenza da parte degli imprenditori. A tal proposito, le affermazioni dei conduttori appena descritte sono state integrate con altri dati sulle attività aziendali ed extra-aziendali.

Analizzando i comportamenti dei conduttori in merito alla trasformazione, alla vendita diretta e alla diversificazione (► tabella 13), è possibile mettere a fuoco il dinamismo dei cluster: dalla lettura della tabella emerge come siano sempre di più i cluster per i quali l'attività agricola risulta essere la principale fonte di sostentamento (► tabella 15) a ricercare maggiore redditività nella chiusura della filiera aziendale. Se questa propensione è più connaturata alle aziende del Gruppo delle vitivinicole e frutticole che vendono, è interessante soffermarsi sulle aziende del Gruppo 5, dove la vendita diretta e la diversificazione coinvolge rispettivamente l'86% e il 46% delle aziende. Tale evidenze suggeriscono, pertanto, di prendere con le dovute accortezze il dato sul giro d'affari dichiarato dai conduttori del gruppo 5 (► tabella 12).

Tabella 13 - Cluster che trasformano, fanno vendita diretta e diversificano (Ospitalità, affitta camere, pernottamento, ristorazione)

Cluster	Prima lavorazio ne dei prodotti agricoli	Trasformazio ne dei prodotti animali	Trasformazio ne dei prodotti vegetali	Vendit a diretta	Ospitali tà	Total e
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -			100%	100%		4
Gruppo 2: Aziende Viticole			11%	22%		9
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono			100%	100%		2
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate	14%		14%	86%	43%	7
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive		16%		11%	16%	19
Gruppo 7: Fondovalle 365		25%		25%	8%	12
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale		50%		27%	20%	30
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole				0%		20
Gruppo 10: Ovicaprino		40%		40%		5
Gruppo NEW Apistiche specializzate		100%		100%		2
<b>Totale</b>	<b>1%</b>	<b>23%</b>	<b>7%</b>	<b>28%</b>	<b>12%</b>	<b>110</b>

Solo per i Gruppi legati alla filiera Fontina si presenta di seguito, un approfondimento sulla consistenza zootecnica (► tabella 14). Il gruppo 8, come era lecito aspettarsi, presenta la consistenza media più elevata, con circa il 47% delle aziende incluse nella classe ‘più di 30 vacche’. Tale percentuale scende al 25% nel gruppo 6 delle cedenti estive e al 16,7% nel gruppo 7 ‘Fondovalle 365’.

Tabella 14 - Cluster zootecnici della filiera fontina, consistenza zootecnica per classe di numerosità di vacche da latte

Cluster della filiera bovini da latte	Meno di 10 vacche	tra 10 a 30 vacche	Più di 30 vacche	Consistenza media delle vacche
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	30,0%	45,0%	25,0%	21,2
Gruppo 7: Fondovalle 365	33,3%	50,0%	16,7%	19,6
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	16,7%	36,7%	46,7%	28,0

Un ultimo elemento che è stato 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 15 - Grado di copertura dell’esigenze della famiglia attraverso l’attività agricola

Cluster	MOLTO BASSA	BASSA	APPENA SUFFICIENTE	PIU' CHE SUFFICIENTE	ALTA	Non sa non risponde	Totale
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -		25%	25%	50%			4
Gruppo 2: Aziende Viticole	67%	22%		11%			9
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono				50%	50%		2
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate		86%	14%				7
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	16%	11%	5%	47%	11%	11%	19
Gruppo 7: Fondovalle 365	8%	42%	25%	8%	8%	8%	12
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	3%	10%	33%	23%	30%		30
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	85%		5%			10%	20
Gruppo 10: Ovicaprino	80%		20%				5
Gruppo NEW Apistiche specializzate		50%			50%		2
<b>Totale</b>	29%	18%	16%	19%	13%	5%	110

La tabella mostra come per la maggior parte dei Cluster non legati alla filiera della Fontina, i Gruppi 2, 9 e 10, che non trasformano e vendono prodotti, il grado di copertura sia basso o appena sufficiente. A livello generale, escludendo il 5% che non sa e non risponde, il 32% delle aziende incluse nel campione riescono a sostenere le esigenze della famiglia (Si rimanda al paragrafo ► 1.1.4 per un approfondimento sul ruolo della famiglia).

### 1.3.3 Le strategie di sviluppo aziendale e il contributo 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 16). Il 31% delle aziende incluse nel campione (prime tre righe dell’ultima colonna) 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’ (85%) e nelle ‘aziende di fondovalle’ (33%).

Tabella 16 - Atteggiamento del titolare sullo sviluppo competitivo della sua azienda

Tipologie di strategie	Gruppo 1	Gruppo 2	Gruppo 4	Gruppo 5	Gruppo 6	Gruppo 7	Gruppo 8	Gruppo 9	Gruppo 10	Gruppo new	Grand Total
Non ha una strategia sulla competitività dell'azienda		11%		14%	16%	25%	10%	70%	20%		24%
Presta solo attenzione alla qualità delle produzioni		11%			5%	8%		15%			5%
Strategia sulla competitività poco definita, prevede di ripiegare sull'extra-agricolo								10%			2%
Focalizzato solo su extra-agricolo							3%				1%
Focalizzato solo su vendita diretta				29%	5%			5%			4%
Ha un'attenzione alla qualità e alla diversificazione delle produzioni, ha accordi per il conferimento però non ha altre ambizioni	25%	33%			11%		7%				8%
Ha un'attenzione alla qualità delle produzioni, ha accordi per il conferimento sta trasformando in azienda					5%						1%
Ha un'attenzione alla qualità delle produzioni ed ha accordi per il conferimento però non ha altre ambizioni		22%		14%	26%	17%	20%	0%	20%	50%	16%
Ha in mente una strategia a 360 gradi ma ancora da consolidare					5%						1%
Ha in mente una strategia ampia focalizzata solo sulla parte agricola ma ancora da consolidare				14%							1%
Focalizzato su diversificazione produttiva ed innovazione							3%				1%
Focalizzato su diversificazione produttiva, innovazione ed attività extra-agricola			50%			8%	7%				4%
Focalizzato su qualità e trasformazione in azienda e vendita diretta		11%		14%		25%	13%			50%	9%
Focalizzato su qualità e vendita diretta		11%									1%
Focalizzato su qualità, conferimento ed attività extra-agricola					16%						3%
Focalizzato su trasformazione ed extra-agricolo						8%	7%				3%
Focalizzato su trasformazione in azienda e vendita diretta	25%				0%	0%	7%				3%
Focalizzato su trasformazione in azienda, vendita diretta ed extra agricolo					0%	0%	10%				3%
Strategia ampia, qualità, innovazione vendita in azienda ed extra-agricolo				14%	5%						2%
Strategia a 360 gradi, qualità, innovazione, trasformazione, vendita in azienda ed extra-agricolo	50%		50%		5%	8%	13%		40%		10%
<b>Totale</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>19</b>	<b>12</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>110</b>

Specularmente (ultime due righe), le aziende che hanno in essere una strategia di sviluppo ampia, che coinvolge più opzioni sono il 12% delle aziende, ad esempio sulla qualità delle produzioni, l'innovazione, la trasformazione... etc. Più nello specifico, il complesso di strategie focalizzate su vendita, trasformazione, qualità e/o diversificazione investe il 41% delle aziende regionali. I cluster più dinamici si confermano essere i Gruppi 1, 5, 6, 7 e 8. Per quanto riguarda la componente ambientale (► tabella 17), il 28% ha una bassa consapevolezza della direzione che l'attività può svolgere per generare esternalità positive sull'ambiente. Nei gruppi più orientati alla competitività, nella filiera Fontina, si osservano percentuali superiori alla media campionaria, il 37% del Gruppo 6 e il 50% del Gruppo 7.

Tabella 17 - Atteggiamento del titolare sullo sviluppo ambientale della sua azienda

Tipologie di strategie	Gruppo 1	Gruppo 2	Gruppo 4	Gruppo 5	Gruppo 6	Gruppo 7	Gruppo 8	Gruppo 9	Gruppo 10	Gruppo new	Grand Total
Non ha una strategia ambientale definita		22%		29%	37%	50%	23%	30%	20%		28%
Focalizzato solo su agricoltura di precisione	25%										1%
Focalizzato solo su incremento SOI	25%	11%		29%	11%	17%	17%	45%	20%		21%
Focalizzato solo su sistemi di alimentazione		11%	50%		5%	17%	17%		20%	100%	12%
Focalizzato sul risparmio idrico				14%	11%		10%	10%	20%		8%
Focalizzato su incremento sostanza organica e sistemi irrigui		11%		14%	11%	8%	10%	15%			10%
Focalizzato su sostanza organica e agricoltura di precisione	50%					8%					3%
Strategia ampia (almeno tre tra: SOI, agr. conservativa, risparmio idrico... Etc.)		44%	50%	14%	26%		23%		20%		17%
<b>Grand Total</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>19</b>	<b>12</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>110</b>

L'incremento della sostanza organica nei suoli rappresenta un obiettivo diffuso per il 51% delle aziende, in particolare nei gruppi della filiera zootecniche, così come il risparmio idrico (18%), nel 12% delle aziende incluse nel campione, gli imprenditori stanno lavorando sul miglioramento dei sistemi di alimentazione (nuovo obiettivo della PAC sulla salute pubblica). Sono direttrici di sviluppo ambientale ancora residuali l'agricoltura di precisione, da sola e combinata con l'incremento di SOI, che coinvolge il 4% delle aziende, soprattutto le aziende incluse nel Gruppo 1.

L'ultimo elemento preso in considerazione è il legame con il territorio (► tabella 18). Circa il 65% 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

realità che tendono a conferire le loro produzioni, come il Gruppo 2 delle viticole (78%), il gruppo 6 ‘Cedenti estive’ (74%), 7 ‘Fondovalle 365’ (75%) o che fanno foraggi (90%). Una più spiccata propensione a trovare nei mercati locali ulteriori sbocchi di redditività si osservano pertanto nelle aziende dei gruppi 1 ‘Vitivinicole’, 4 ‘Frutticole che vendono’, gruppo 5 ‘Colture minori’ e Gruppo 8 (integrato monticazione tradizionale).

Tabella 18 - Atteggiamento del titolare sul legame territoriale nello sviluppo della sua azienda

Tipologie di strategie	Gruppo 1	Gruppo 2	Gruppo 4	Gruppo 5	Gruppo 6	Gruppo 7	Gruppo 8	Gruppo 9	Gruppo 10	Gruppo new	Totale
Non è interessato ad azioni di rete nel territorio		78%		57%	74%	75%	53%	90%	60%		65%
Ha intenzione di legarsi a filiere corte	25%	11%			5%		3%	5%			5%
Ha intenzione di partecipare ad azioni di rete nel territorio	25%	11%		14%	5%	17%	17%				10%
fa già parte di reti territoriali	50%		100%	29%	16%	8%	27%	5%	40%	100%	21%
<b>Grand Total</b>	4	9	2	7	19	12	30	20	5	2	110

Il ruolo del PSR (► tabella 19) 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 19 - Capacità del PSR 2014-2020 a sostenere le sfide delle aziende per cluster di appartenenza

Cluster	Sì completamente	Sì ma solo in parte	No	Totale
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -	50%	50%		4
Gruppo 2: Aziende Viticole		67%	33%	9
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono		100%		2
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate	29%	71%		7
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	5%	84%	11%	19
Gruppo 7: Fondovalle 365	17%	75%	8%	12
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	30%	60%	10%	30
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole		5%	95%	20
Gruppo 10: Ovicaprino	20%	40%	40%	5
Gruppo NEW Apistiche specializzate	50%	0%	50%	2
<b>Totale</b>	16%	55%	28%	110

Il 28% delle aziende del campione asserisce che attraverso il PSR non siano in grado di affrontare le ‘sfide’ che le loro realtà aziendali si trovano a dover fronteggiare. Queste aziende comprendono la quasi totalità delle aziende del Gruppo 9 “marginali foraggicole” (95%), in parte le aziende del Gruppo 10 Ovi-caprino e delle Apistiche specializzate; per questi ultimi due gruppi, nel corso dell’intervista gli imprenditori lamentano una bassa attenzione delle politiche nei confronti del loro settori, rispetto a quella riservata alle filiere più importanti (bovini da latte e viticoltura). Tra le cause di mancata efficacia del PSR si sottolinea che (► tabella 20):

- per il 65% la dimensione economica dell’azienda è troppo esigua per pensare anche solamente a un minimo sviluppo,
- per il 19% i costi amministrativi sono rilevanti rispetto a quanto ricevono;
- per il 16%, l’azienda vive una fase di evoluzione, tra possibile chiusura e/o cessione, e quindi l’intervistato non sa riesce a cogliere quale possa essere il contributo.

Tabella 20 - Cause principali per le aziende che assegnano un contributo basso al PSR

Cluster	Azienda in evoluzione	Poche prospettive di sviluppo	Pochi fondi e costi amministrativi eccessivi	Totale
Gruppo 2: Aziende Viticole	33%	67%		3
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive		50%	50%	2
Gruppo 7: Fondovalle 365		100%		1
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale		67%	33%	3
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	16%	63%	21%	19
Gruppo 10: Ovicaprino	50%	50%		2
Gruppo NEW Apistiche specializzate		100%		1
<b>Grand Total</b>	16%	65%	19%	31

Per quanto riguarda il restante 72%, degli intervistati che affermano che il contributo del PSR è importante, la tabella seguente mette a sistema gli effetti più rilevanti (► tabella 20).

Tabella 21 - Capacità del PSR 2014-2020 a sostenere le principali direttrici di sviluppo nelle aziende per cluster di appartenenza

Tipologie di ricadure	Gruppo 1	Gruppo 2	Gruppo 4	Gruppo 5	Gruppo 6	Gruppo 7	Gruppo 8	Gruppo 9	Gruppo 10	Gruppo new	Totale
Mette a fuoco il contributo finanziario per sostenere l'attività		17%			6%						3%
Mette a fuoco contributo su trasformazione e vendita				29%					33%		4%
Mette a fuoco il contributo del PSR solo sulla componente economica					6%		4%				3%
Mette a fuoco il contributo sull'incremento della sostanza organica		17%					4%				3%
Mette a fuoco il contributo su benessere ed erosione dei suoli				14%			4%	100%	33%		5%
Mette a fuoco il contributo su benessere ed erosione genetica						9%	4%				4%
Mette a fuoco il contributo su benessere, erosione genetica e dei suoli					6%			7%			4%
Mette a fuoco il contributo su produzioni, macchine ed erosione genetica delle razze allevate					6%		4%				3%
Mette a fuoco il contributo sulla ristrutturazione dell'azienda		17%			6%		7%				5%
Mette a fuoco il contributo sulle produzioni ed i mezzi aziendali					6%	18%					4%
Mette a fuoco il contributo sullo sviluppo globale dell'azienda	100%	50%	100%	57%	65%	73%	67%		33%	100%	66%
<b>Totale</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>17</b>	<b>11</b>	<b>27</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>79</b>

Il 66% riconosce al PSR un contributo significativo allo sviluppo di tutta l'azienda (ultima riga prima del totale), solo il 3% assegna al PSR il ruolo di sostenere l'attività, tale posizione è più alta (17%) nel cluster delle viticole. L'analisi dei dati si conclude con un accenno alle traiettorie future delle aziende (► tabella 22).

Tabella 22 - Capacità del PSR 2014-2020 a sostenere le principali direttrici di sviluppo nelle aziende per cluster di appartenenza

Cluster attuale	Cluster futuro											Totale
	a rischio cessazione	Gruppo 1	Gruppo 2	Gruppo 4	Gruppo 5	Gruppo 6	Gruppo 7	Gruppo 8	Gruppo 9	Gruppo 10	Gruppo NEW	
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -		100%										4
Gruppo 2: Aziende Viticole	11,1%	11%	67%			11%						9
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono				100%								2
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate					100%							7
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	5,3%				5%	74%	11%	5%				19
Gruppo 7: Fondovalle 365						8%	92%					12
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	3,3%					3%		93%				30
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	30,0%								65%	5%		20
Gruppo 10: Ovicaprino	20,0%									80%		5
Gruppo NEW Apistiche specializzate											100%	2
<b>Grand Total</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>17</b>	<b>13</b>	<b>29</b>	<b>13</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>110</b>

Dieci aziende sulle 110 incluse nel campione (il 9%) sono a rischio di cessazione. Le aziende più a rischio appartengono ai Gruppi 2, 9 e 10.

Il Cluster più dinamico sembra essere, invece, il gruppo 6 'Cedenti estive', sia come cluster di uscita (per riga) che come cluster di arrivo (per colonna). In uscita, parte delle attuali 'cedenti estive' sembrano volersi trasformare in 'Fondovalle 365' (11%) e, in misura minore, (5%) nel Gruppo 8 (integrato monticazione tradizionale). In entrata, sono le Aziende viticole (11%), di Fondovalle (8%) e di monticazione tradizionale (3%) a voler diventare 'Cedenti estive'. Un ultimo possibile passaggio tra gruppi riguarda le aziende viticole (11%) che si trasformano in vitivinicole, avendo intenzione di realizzare una cantina aziendale.

### 1.3.4 Principali evidenze di natura qualitativa emerse

L'analisi seguente si basa in via prevalente sulla valorizzazione del campo "note" collocato alla fine del questionario. La funzione di questo campo è quella di dare la possibilità 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 secondo campione di agricoltori non si discostano molto rispetto a quelle espresse durante la prima tornata di interviste (2020). 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, sia pure indiretta, del periodo di crisi non solo economica che ha caratterizzato l'ultimo biennio e della pandemia, che appare fortunatamente in corso di attenuazione.

È emersa una generale prudenza ma soprattutto si è colta la volontà, molto diffusa, di dare maggiore peso alle scelte ponderate, frutto indubbiamente di un'incertezza che condiziona i progetti di sviluppo; a questo proposito va sottolineato che in un'economia così fortemente legata al turismo, molte famiglie di agricoltori con reddito non solo agricolo hanno subito anche la crisi di questo settore, che forse veniva percepito come più solido e che invece, a fronte di eventi impreveduti, si è invece dimostrato fragile, forse ancor più di quello agricolo.

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

Da qui derivano la meno vivace propensione agli investimenti emersa durante i colloqui e la maggiore attenzione per le conseguenze economiche e finanziarie degli investimenti da realizzare, frutto di una riflessione più approfondita sul futuro e su come affrontarlo; non a caso quasi tutti hanno manifestato, tra le righe o esplicitamente, una richiesta di maggiore chiarezza sugli indirizzi della prossima programmazione (quali misure) e la necessità di linee guida (semplificazione).

Per queste ragioni, se tra gli imprenditori agricoli si conferma anche in questo campione la crescita di consapevolezza del ruolo e dell'importanza del PSR come spinta al miglioramento delle prestazioni, emerge anche un crescente disagio per la rigidità delle procedure che il PSR impone e prevede. Non è un caso che questo atteggiamento appaia ancor più diffuso, considerato che nel corso del lungo periodo di crisi generale - che del resto perdura - sono stati varati numerosi provvedimenti emergenziali di sostegno finanziario di cui le aziende hanno potuto usufruire con procedure accelerate e, sostanzialmente, senza vincoli (Misura Covid).

Le aziende sono consapevoli che tali interventi hanno carattere provvisorio, ma tutto ciò ha alimentato il sentimento di disagio per le procedure del PSR e, sia pure senza tornare all'eccessiva facilità con cui in passato si accedeva a questo tipo di finanziamenti, gli intervistati si augurano che in futuro si possano adottare procedure più snelle e rapide anche all'interno di uno strumento così strutturato dal punto di vista amministrativo come il PSR.

Va anche detto che le criticità riguardano in particolare le Misure strutturali di sostegno agli investimenti, perché per ciò che riguarda i premi a superficie è invece generale opinione che si siano fatti grandi passi in avanti almeno in termini di costanza e tempestività nell'erogazione, mentre permane la generale insofferenza per il funzionamento del sistema dei controlli che ogni anno danno luogo a lunghe e snervanti azioni di adeguamento dei Fascicoli aziendali, con frequenti richieste di revisione per il mancato riconoscimento di superfici, anche di quelle foraggere e di pascolo che da decenni non subiscono alcuna variazione né di estensione, né di caratteristiche, né di utilizzo.

Si tratta tuttavia di una criticità che non viene attribuita all'organizzazione regionale o ai Centri di Assistenza Agricola, ma semmai all'Organismo Pagatore.

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

Dal secondo giro di interviste, emerge con ancora maggiore chiarezza che l'agricoltura valdostana è ancora basata su imprese di tipo familiare dove le fonti di reddito si integrano e molto sovente giustificano un impegno in un'attività che da sola non darebbe la garanzia di sostentamento economico, in particolare nel settore zootecnico e ancora più in particolare per i cluster aziende (6) cedenti e aziende 365 (7).

Alcuni tra gli intervistati, sollecitati a pronunciarsi su questo punto che emergeva tra le righe in molti colloqui, hanno descritto questa situazione come "fisiologica" al punto di teorizzare, o meglio, proporre, di dare maggiore rilievo alle aziende che si basano su questa organizzazione di lavoro: chi gestisce l'azienda con forme di part-time, dove accanto all'impegno praticamente totale di uno dei componenti della famiglia, vi sono altri famigliari che svolgono lavori dipendenti, o nel terziario amministrativo o nel turismo. Così facendo non solo si riesce a organizzare meglio i fattori produttivi, in particolare il

lavoro, ma anche ad assorbire il peso di impegni finanziari determinati dagli investimenti necessari per lo sviluppo.

Inoltre, questi titolari mostrano una conoscenza approfondita delle dinamiche anche sociali che caratterizzano la zootecnia e rivendicano tale assetto organizzativo familiare perché capace di assicurare il presidio di parti di territorio dove è difficile creare realtà competitive al punto da essere completamente autonome e redditizie. Secondo questa visione solo aziende di questo tipo possono ad esempio garantire una maggiore attenzione verso le aree “mayen” dove per ragioni strutturali e fondiariale la redditività non può essere la medesima delle aree di fondovalle più favorite.

Questa visione appare di interesse generale perché interroga su quali scelte chiare e lungimiranti la Regione potrà mettere in atto, sia sul piano degli obiettivi, sia sul piano delle scelte operative, ad esempio nella definizione di soglie di Produzione Standard per accedere agli investimenti o ad altre misure che riducono la pressione ambientale (vedi lo spazio delle traiettorie).

In questo senso dai colloqui sembra emergere la possibilità che nel breve periodo le aziende zootecniche che non dispongono di superfici di alpeggio (o le posseggano senza diritti) e che abbiano sede operativa in aree più favorevoli rispetto ad altre possano orientarsi sempre più verso il cluster delle aziende di fondovalle 365, in modo da gestire lungo tutto l’arco dell’anno le lattifere e massimizzarne le rese produttive, a scapito, a volte, della più sostenibile e tradizionale attività di “aziende cedenti estive”. Ne deriverebbe probabilmente un incremento delle aziende competitive sotto l’aspetto economico ma un’ulteriore pressione ambientale sul fondovalle principale; naturalmente tale tematica è molto meno rilevante per aziende di altri cluster “non zootecnici” che per natura stessa dell’attività (viticola, frutticola, orticola, di colture minori e miste) tendono a occupare parti di fondovalle dove già erano presenti e che semmai tendono ad ampliare, ma pur sempre con superfici non certo eccessive.

Su quest’ultimo aspetto, che può condizionare le attività delle aziende nel (o nei) fondovalle, sono emerse a più riprese nei colloqui le difficoltà crescenti di convivenza tra i diversi orientamenti produttivi; è inevitabile che in ambienti fortemente antropizzati si possa assistere a crescenti conflitti tra residenti e operatori agricoli, ma durante le interviste sono emerse anche difficoltà di rapporti tra le diverse tipologie di aziende, alimentate purtroppo dal cronico e purtroppo sempre presente fenomeno della frammentazione fondiaria.

Nei fatti le aziende zootecniche che debbono provvedere a gestire superfici foraggere sempre più ridotte e di difficile accesso ai mezzi meccanici, si trovano anche a dover subire la concorrenza di aziende specializzate con colture permanenti che possono contare su una redditività molto più elevata per unità di superficie e per le quali la frammentazione spesso non rappresenta un problema insormontabile, anzi, a volte permette di valorizzare ancor più le produzioni trasformate (ci si riferisce in particolare alla viticoltura di qualità DOP).

Dal punto di vista valutativo non si intende entrare nel merito delle questioni sollevate, ma si sottolinea il fatto che questi temi sono molto dibattuti e sentiti tra gli operatori agricoli a dimostrazione che esiste un ampio margine di confronto da approfondire con il partenariato per definire non tanto gli obiettivi generali, che sono ormai definiti, quanto per modulare nel modo più efficace possibile gli strumenti operativi, in particolare i bandi, in funzione dei risultati auspicati.

È naturale che tale contesto, in cui molte aziende non hanno come obiettivo prioritario la redditività ma piuttosto la salvaguardia del patrimonio in funzione di possibili - ma non certi - subentri di eredi nella gestione, cui spesso si aggiungono esigenze di natura previdenziale, gli investimenti innovativi appaiono secondari e non necessari; di conseguenza la forte propensione all’acquisto di macchine e attrezzi deriva non tanto dalla volontà di migliorare la gestione aziendale nel suo complesso o una fase specifica del processo produttivo, ma piuttosto di procrastinare il più possibile nel tempo il ricorso a manodopera salariata per fare fronte alla minore disponibilità di manodopera familiare dovuta all’invecchiamento.

In questo senso può essere utile segnalare che, probabilmente a causa proprio della difficoltà, o dell’impossibilità per alcune aziende, di ottenere aiuti per l’acquisto di macchine e attrezzi, sembra crescere la propensione a ricorrere a prestazioni di terzi (contoterzisti o altri agricoltori che effettuano

prestazioni come attività connessa), scelta che in passato era considerata “normale” solamente in caso di fabbisogni di trasporto con mezzi speciali (bestiame in particolare).

In ogni caso tutti i soggetti intervistati, anche se impegnati nella gestione di aziende di dimensioni più rilevanti, operano le proprie scelte in funzione principalmente della possibilità di continuare l’attività senza necessariamente ricorrere a manodopera non familiare.

Di conseguenza nel breve periodo non ci si può attendere che cresca la capacità del settore agricolo di generare occupazione, tanto meno stabile, per lavoratori e lavoratrici non familiari; non a caso uno solo tra gli intervistati ha dichiarato di avere in azienda un dipendente a tempo indeterminato mentre tutti coloro che hanno necessità di integrare la manodopera familiare ricorrono a personale assunto con contratti a termine.

### ***L’innovazione***

Le aziende intervistate del settore zootecnico hanno mostrato un certo interesse, verso le tematiche dell’innovazione, se non inatteso ma sicuramente non scontato, almeno per ciò che riguarda l’innovazione di prodotto, anche a causa del prevalere dell’indirizzo volto a ottenere latte crudo per la filiera DOP Fontina che presuppone il rispetto di un disciplinare che se non ostacola, certo non favorisce l’innovazione di prodotto.

Più articolato è l’atteggiamento verso l’innovazione di processo, perché molte aziende iniziano a considerare con maggiore attenzione le tematiche legate alla semplificazione, al miglioramento e alla maggiore efficacia delle varie fasi di processo, come la mungitura e il cantiere di fienagione.

Solo 2 tra le aziende zootecniche hanno manifestato interesse verso l’innovazione di processo e soluzioni che permettano anche una maggiore sostenibilità ambientale, sia per la gestione delle deiezioni, sia per il benessere animale non limitato all’utilizzo di lettiera o di tappetini per cuccetta, ci si riferisce all’agricoltura cosiddetta “di precisione”, che in campo zootecnico si esprime soprattutto in programmi di gestione dell’attività che permettano un costante controllo delle prestazioni individuale e della mandria, delle quantità e qualità delle produzioni primarie (latte e carne) e dei fenomeni fisiologici come l’asciutta, le fecondazioni ecc.

Come già prima si rilevava, le aziende sono più interessate all’innovazione di prodotto, ma il termine va inteso più come “diversificazione” produttiva in quanto si traduce nella trasformazione del latte in derivati diversi dalla Fontina, ma pur sempre del tutto convenzionali, tanto più che quasi sempre nascono dall’introduzione in azienda di macchinari automatici che permettono produzioni impeccabili sotto l’aspetto igienico sanitario ma del tutto analoghe a quelle di altri concorrenti.

Passando ad altri orientamenti produttivi, appare singolare che gli intervistati non abbiano manifestato un grande interesse per le tematiche dell’innovazione; probabilmente ciò è dovuto al fatto che, pur se ugualmente interessati, evidentemente non la percepiscono come una priorità, forse perché ritengono di operare in settori ritenuti a priori e per definizione già in sé innovativi, confondendo forse gli aspetti tecnologici con l’innovazione più ampiamente intesa.

Questo tema sarà certamente necessario da approfondire per tradurre l’obiettivo in elementi concreti e comprensibili, anche in funzione degli obiettivi di innovazione che si vorrebbero trasferire nel settore delle macchine e delle attrezzature (sensoristica a terra e satellitare), soprattutto attraverso i bandi, e che le aziende non sono in grado di percepire con chiarezza, essendo spesso orientate solamente a rinnovare elementi del parco macchine e attrezzi esistente per fare fronte a necessità più o meno urgenti.

### ***Mercati e strategie di commercializzazione***

Molte tra le aziende zootecniche e vitivinicole più strutturate (Gruppo 1, 7 e 8) hanno scelto di chiudere la filiera aziendale trasformando la loro produzione primaria (latte e uve in primis) e commercializzando i prodotti ottenuti, derivati del latte, principalmente formaggi e vini.

Le aziende zootecniche lo hanno fatto negli anni addietro per ovviare alla remunerazione, allora ritenuta insufficiente, del latte conferito nella filiera DOP Fontina; le aziende viticole lo hanno fatto quasi sempre

come scelta già al momento dell'avvio dell'attività, al momento dell'insediamento del titolare o del subentro in azienda familiare, come obiettivo specifico irrinunciabile.

Tra quelle intervistate che hanno fatto questa scelta, in genere da tempo, non vi è uniformità di giudizio sugli effetti di tale diversificazione; per tutte, la trasformazione ha comportato ingenti investimenti e un impegno molto più elevato di manodopera, ma non sempre i ricavi sono giudicati soddisfacenti ed emergono con chiarezza le difficoltà soprattutto delle aziende localizzate in aree più marginali e non turistiche o troppo lontane dai centri con maggiore presenza e concentrazione di potenziali consumatori.

Inoltre, molte aziende intervistate, in particolare quelle zootecniche, hanno esplicitamente dichiarato che in passato erano assolutamente convinte di dover valorizzare le produzioni primaria attraverso trasformazione e commercializzazione, ma che attualmente questo non è più un loro obiettivo.

Dai colloqui è emerso che questa decisione ha due motivazioni principali: la prima riguarda il fatto che, anche attraverso un confronto con altre realtà simili, la diversificazione avrebbe comportato un impegno eccessivo in termini di manodopera e di investimenti cui si aggiunge la aleatorietà del risultato in termini di reale penetrazione di mercato e di riconoscimento gli prezzi remunerativi, che per essere tali devono comunque essere simili se non inferiori a quelli della concorrenza

La seconda riguarda, almeno per ciò che riguarda per ciò che concerne le aziende che operano nel settore nella filiera di qualità DOP Fontina, la constatazione che nel biennio appena trascorso vi è stato un sensibile incremento del prezzo riconosciuto a chi conferisce latte crudo

Sulla base di queste considerazioni molte aziende intervistate hanno manifestato l'intenzione di rimanere, almeno per il momento, ancorate all'attuale sistema organizzativo che prevede appunto il conferimento della produzione primaria a caseifici privati o a cooperative anche se, proprio nel periodo delle interviste, l'inflazione rilevante e il livello di prezzi in particolare di mangimi e carburanti, hanno di fatto vanificato se non se non superato in valore totale, i precedenti incrementi di prezzo del latte conferito

Tra le aziende orientate alle viticoltura non vi sono aziende che trasformano in senso proprio anche se commercializzano in forma diretta: per le aziende vitivinicole la propensione alla trasformazione appare fisiologica, mentre per le piccole aziende viticole estese su superfici limitate e gestite principalmente da un titolare che ha altre attività, si osserva una resistenza nel modificare l'organizzazione produttiva preferendo il conferimento che garantisce comunque ricavo certo.

### ***Ambiente e territorio***

La sostenibilità ambientale dell'attività è un obiettivo che gran parte delle persone intervistate naturalmente condivide, ma si coglie anche una certa propensione a considerarlo come acquisito perché connesso all'attività agricola in sé; ad esempio, molte aziende non conoscono con chiarezza le tematiche legate alle aree protette o la rete Natura 2000 e alcune non sanno neppure che stanno operando, per alcune parti della SAU, al loro stesso interno. Si tratta di un tema che richiede un confronto molto approfondito, anche in relazione alle opportunità di attività connesse alla fruizione turistico naturalistica di molte tra le aree protette, in cui le aziende agricole potrebbero trovare, qualora fossero opportunamente formate in tal senso, occasioni di sviluppo anche senza particolari investimenti.

A questo proposito, anche l'adesione alle reti locali e alle azioni di promozione dei prodotti o del territorio nel suo insieme è generalmente poco frequente e anche nei casi in cui le aziende hanno aderito, ad esempio, a progetti GAL, non ne percepiscono l'importanza al punto che le ricordano solo se sollecitate alla risposta; oltre a una certa diffidenza per la collaborazione con altre aziende, emerge anche la scarsa conoscenza del fatto che anche le azioni sul territorio gestite dal GAL sono parte integrante del PSR.

Infine, esiste un interesse crescente per la produzione di energia da fonti rinnovabili, quanto meno per fare fronte ai suoi costi crescenti, ma le buone intenzioni sono fortemente ostacolate dalle difficoltà amministrative e dai vincoli di natura paesaggistica o urbanistica; si ritiene in generale che, a fronte di impianti, soprattutto fotovoltaici, che non hanno ancora le rese auspiccate in rapporto al costo degli

investimenti, le regole per ottenere gli opportuni finanziamenti sono troppo rigide e questo ostacola un maggiore sviluppo di questo settore.

---

## 2. Attività in corso e pianificate

---

### 2.1 Il supporto all'autovalutazione dei GAL

Il percorso di avvicinamento alla autovalutazione intrapreso con il GAL<sup>4</sup> si è posto sin dall'inizio l'obiettivo di aumentare "capacitazione" valutativa della struttura tecnica e del partenariato. Nell'assolvere al mandato valutativo, il Valutatore supporterà il GAL ad avviare un processo di autovalutazione che consentirà al GAL stesso di essere il beneficiario più prossimo degli esiti della valutazione, e che da tali esiti riesca per primo a comprendere se e cosa può essere fatto meglio per generare impatti migliori nelle comunità di riferimento.

L'attività di coaching si è soffermata sull'esplicitazione della domanda di valutazione, sulla mappatura del contesto e sulla sovrapposizione con i progetti finanziati.

Il GAL era riuscito a mettere a fuoco tre direttrici principali sulle quali il PSL intende incidere:

1. la costruzione di reti nei territori, in particolare, tale concetto si connota ulteriormente su due aspetti; la costruzione di reti tra attori che traggano da tale appartenenza un beneficio economico immediato e la costruzione di reti tra attori che si aggregano per un beneficio economico di lungo periodo. Il primo elemento viene ricondotto all'azione delle Misure 16.3.1 16.3.2 e 16.4.1, mentre il secondo viene colto dalle Misure 7.5 e 7.6;
2. l'aumento dell'attrattività dei territori, anch'esso osservato da due prospettive, per il turista e per il cittadino. Concorrono all'attrattività turistica le Misure 7, la misura di diversificazione e quella di commercializzazione dei prodotti turistici, mentre per l'attrattività residenziale le sole Misure 7;
3. il contributo alla sostenibilità economica dei contesti territoriali rispetto alla quale concorrono direttamente tutte le misure di cooperazione e diversificazione e indirettamente le due Misure 7.

Nel corso del 2022 le attività di auto-valutazione entreranno nel merito dei progetti conclusi, supportando il GAL nella analisi degli effetti visibili sulle dimensioni relazionali, aziendali e territoriali.

---

<sup>4</sup> Sono stati realizzati quattro incontri di coaching con il Coordinatore tecnico del GAL Dott.ssa Marta Anello

## 2.2 Le attività pianificate sulle traiettorie aziendali

Anche nel corso del 2022 l'analisi delle traiettorie aziendali proseguirà su due livelli:

- gli esiti emersi dalle indagini 2020-2021 contenuti in questo rapporto saranno discussi con il panel di esperti regionali al fine di trarne delle ulteriori indicazioni per il prosieguo della programmazione in corso e per la nuova;
- le indagini sul campione incrementale di aziende vedranno coinvolte altre 60 aziende, in modo da poter analizzare complessivamente 170 interviste il 57% del campione previsto così da poter restituire gli esiti con una validità più elevata.



Dal lavoro che sarà svolto con il panel di esperti sarà possibile riflettere in maniera più puntuale e condivisa sulle traiettorie aziendali. Ulteriori attività saranno legate alla programmazione 2023-2027 e saranno concordate con la AdG nell'ultimo semestre del 2022.

### 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
1.1.4 2.2	<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>Osservazioni più puntuali saranno fornite dopo la realizzazione delle tecniche previste a chiusura delle attività di indagine. Tecniche che saranno effettuate nei prossimi mesi e che vedranno coinvolti gli esperti regionali e il partenariato.</p> <p>L'approccio valutativo utilizzato è fondato sulla partecipazione e sul coinvolgimento degli stakeholder a supporto all'interpretazione dei dati.</p>	Al momento non si formulano raccomandazioni

**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>5</sup>" del 2018. Le indagini hanno coinvolto 110 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 2021 aziende che appartengono al gruppo 3, mentre viene segnalato un nuovo gruppo che include le aziende apistiche specializzate.

Cluster di appartenenza	Aziende nel campione	Peso nel campione	Peso nel contesto regionale	Delta Campione/Regione
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -	4	3,64%	1,70%	1,94%
Gruppo 2: Aziende Viticole	9	8,18%	16,60%	-8,42%
Gruppo 3: Aziende Frutticole che conferiscono		0,00%	3,30%	-3,30%
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono	2	1,82%	0,40%	1,42%
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate	7	6,36%	1,20%	5,16%
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	19	17,27%	18,70%	-1,43%
Gruppo 7: Fondovalle 365	12	10,91%	8,30%	2,61%
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	30	27,27%	12,40%	14,87%
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	20	18,18%	35,30%	-17,12%
Gruppo 10: Ovicaprino	5	4,55%	2,10%	2,45%
Gruppo NEW Apistiche specializzate	2			
<b>TOT</b>	<b>110</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

In linea generale, le osservazioni provenienti dal secondo campione di agricoltori non si discostano molto rispetto a quelle espresse durante la prima tornata di interviste (contenute nel RVA 2020). 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, sia pure indiretta, del periodo di crisi non solo economica che ha caratterizzato l'ultimo biennio e della pandemia, che appare fortunatamente in corso di attenuazione.

È emersa una generale prudenza ma soprattutto si è colta la volontà, molto diffusa, di dare maggiore peso alle scelte ponderate, frutto indubbiamente di un'incertezza che condiziona i progetti di sviluppo; a questo proposito va sottolineato che in un'economia così fortemente legata al turismo, molte famiglie di agricoltori con reddito non solo agricolo hanno subito anche la crisi di questo settore, che forse veniva percepito come più solido e che invece, a fronte di eventi imprevisti, si è invece dimostrato fragile, forse ancor più di quello agricolo.

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

Da qui derivano la meno vivace propensione agli investimenti emersa durante i colloqui e la maggiore attenzione per le conseguenze economiche e finanziarie degli investimenti da realizzare, frutto di una riflessione più approfondita sul futuro e su come affrontarlo; non a caso quasi tutti hanno manifestato,

<sup>5</sup> perché contenente anche la risposta alle domande di valutazione previste dal Quadro Comune di Monitoraggio e Valutazione del FEASR

tra le righe o esplicitamente, una richiesta di maggiore chiarezza sugli indirizzi della prossima programmazione (quali misure) e la necessità di linee guida (semplificazione).

Per queste ragioni, se tra gli imprenditori agricoli si conferma anche in questo campione la crescita di consapevolezza del ruolo e dell'importanza del PSR come spinta al miglioramento delle prestazioni, emerge anche un crescente disagio per la rigidità delle procedure che il PSR impone e prevede. Non è un caso che questo atteggiamento appaia ancor più diffuso, considerato che nel corso del lungo periodo di crisi generale - che del resto perdura - sono stati varati numerosi provvedimenti emergenziali di sostegno finanziario di cui le aziende hanno potuto usufruire con procedure accelerate e, sostanzialmente, senza vincoli (Misura Covid).

Le aziende sono consapevoli che tali interventi hanno carattere provvisorio, ma tutto ciò ha alimentato il sentimento di disagio per le procedure del PSR e, sia pure senza tornare all'eccessiva facilità con cui in passato si accedeva a questo tipo di finanziamenti, gli intervistati si augurano che in futuro si possano adottare procedure più snelle e rapide anche all'interno di uno strumento così strutturato dal punto di vista amministrativo come il PSR.

Va anche detto che le criticità riguardano in particolare le Misure strutturali di sostegno agli investimenti, perché per ciò che riguarda i premi a superficie è invece generale opinione che si siano fatti grandi passi in avanti almeno in termini di costanza e tempestività nell'erogazione, mentre permane la generale insofferenza per il funzionamento del sistema dei controlli che ogni anno danno luogo a lunghe e snervanti azioni di adeguamento dei Fascicoli aziendali, con frequenti richieste di revisione per il mancato riconoscimento di superfici, anche di quelle foraggere e di pascolo che da decenni non subiscono alcuna variazione né di estensione, né di caratteristiche, né di utilizzo.

Si tratta tuttavia di una criticità che non viene attribuita all'organizzazione regionale o ai Centri di Assistenza Agricola, ma semmai all'Organismo Pagatore.

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

Dal secondo giro di interviste, emerge con ancora maggiore chiarezza che l'agricoltura valdostana è ancora basata su imprese di tipo familiare dove le fonti di reddito si integrano e molto sovente giustificano un impegno in un'attività che da sola non darebbe la garanzia di sostentamento economico, in particolare nel settore zootecnico e ancora più in particolare per i cluster aziende (6) cedenti e aziende 365 (7).

Alcuni tra gli intervistati, sollecitati a pronunciarsi su questo punto che emergeva tra le righe in molti colloqui, hanno descritto questa situazione come "fisiologica" al punto di teorizzare, o meglio, proporre, di dare maggiore rilievo alle aziende che si basano su questa organizzazione di lavoro: chi gestisce l'azienda con forme di part-time, dove accanto all'impegno praticamente totale di uno dei componenti della famiglia, vi sono altri famigliari che svolgono lavori dipendenti, o nel terziario amministrativo o nel turismo. Così facendo non solo si riesce a organizzare meglio i fattori produttivi, in particolare il lavoro, ma anche ad assorbire il peso di impegni finanziari determinati dagli investimenti necessari per lo sviluppo.

Inoltre, questi titolari mostrano una conoscenza approfondita delle dinamiche anche sociali che caratterizzano la zootecnia e rivendicano tale assetto organizzativo familiare perché capace di assicurare il presidio di parti di territorio dove è difficile creare realtà competitive al punto da essere completamente autonome e redditizie. Secondo questa visione solo aziende di questo tipo possono ad esempio garantire una maggiore attenzione verso le aree "mayen" dove per ragioni strutturali e fondiarie la redditività non può essere la medesima delle aree di fondovalle più favorite.

Questa visione appare di interesse generale perché interroga su quali scelte chiare e lungimiranti la Regione potrà mettere in atto, sia sul piano degli obiettivi, sia sul piano delle scelte operative, ad esempio nella definizione di soglie di Produzione Standard per accedere agli investimenti o ad altre misure che riducono la pressione ambientale (vedi lo spazio delle traiettorie).

In questo senso dai colloqui sembra emergere la possibilità che nel breve periodo le aziende zootecniche che non dispongono di superfici di alpeggio (o le posseggano senza diritti) e che abbiamo sede operativa

in aree più favorevoli rispetto ad altre possano orientarsi sempre più verso il cluster delle aziende di fondovalle 365, in modo da gestire lungo tutto l'arco dell'anno le lattifere e massimizzarne le rese produttive, a scapito, a volte, della più sostenibile e tradizionale attività di "aziende cedenti estive". Ne deriverebbe probabilmente un incremento delle aziende competitive sotto l'aspetto economico ma un'ulteriore pressione ambientale sul fondovalle principale; naturalmente tale tematica è molto meno rilevante per aziende di altri cluster "non zootecnici" che per natura stessa dell'attività (viticola, frutticola, orticola, di colture minori e miste) tendono a occupare parti di fondovalle dove già erano presenti e che semmai tendono ad ampliare, ma pur sempre con superfici non certo eccessive.

Su quest'ultimo aspetto, che può condizionare le attività delle aziende nel (o nei) fondovalle, sono emerse a più riprese nei colloqui le difficoltà crescenti di convivenza tra i diversi orientamenti produttivi; è inevitabile che in ambienti fortemente antropizzati si possa assistere a crescenti conflitti tra residenti e operatori agricoli, ma durante le interviste sono emerse anche difficoltà di rapporti tra le diverse tipologia di aziende, alimentate purtroppo dal cronico e purtroppo sempre presente fenomeno della frammentazione fondiaria.

Nei fatti le aziende zootecniche che debbono provvedere a gestire superfici foraggere sempre più ridotte e di difficile accesso ai mezzi meccanici, si trovano anche a dover subire la concorrenza di aziende specializzate con colture permanenti che possono contare su una redditività molto più elevata per unità di superficie e per le quali la frammentazione spesso non rappresenta un problema insormontabile, anzi, a volte permette di valorizzare ancor più le produzioni trasformate (ci si riferisce in particolare alla viticoltura di qualità DOP).

Dal punto di vista valutativo non si intende entrare nel merito delle questioni sollevate, ma si sottolinea il fatto che questi temi sono molto dibattuti e sentiti tra gli operatori agricoli a dimostrazione che esiste un ampio margine di confronto da approfondire con il partenariato per definire non tanto gli obiettivi generali, che sono ormai definiti, quanto per modulare nel modo più efficace possibile gli strumenti operativi, in particolare i bandi, in funzione dei risultati auspicati.

È naturale che tale contesto, in cui molte aziende non hanno come obiettivo prioritario la redditività ma piuttosto la salvaguardia del patrimonio in funzione di possibili - ma non certi - subentri di eredi nella gestione, cui spesso si aggiungono esigenze di natura previdenziale, gli investimenti innovativi appaiono secondari e non necessari; di conseguenza la forte propensione all'acquisto di macchine e attrezzi deriva non tanto dalla volontà di migliorare la gestione aziendale nel suo complesso o una fase specifica del processo produttivo, ma piuttosto di procrastinare il più possibile nel tempo il ricorso a manodopera salariata per fare fronte alla minore disponibilità di manodopera familiare dovuta all'invecchiamento.

In questo senso può essere utile segnalare che, probabilmente a causa proprio della difficoltà, o dell'impossibilità per alcune aziende, di ottenere aiuti per l'acquisto di macchine e attrezzi, sembra crescere la propensione a ricorrere a prestazioni di terzi (contoterzisti o altri agricoltori che effettuano prestazioni come attività connessa), scelta che in passato era considerata "normale" solamente in caso di fabbisogni di trasporto con mezzi speciali (bestiame in particolare).

In ogni caso tutti i soggetti intervistati, anche se impegnati nella gestione di aziende di dimensioni più rilevanti, operano le proprie scelte in funzione principalmente della possibilità di continuare l'attività senza necessariamente ricorrere a manodopera non familiare.

Di conseguenza nel breve periodo non ci si può attendere che cresca la capacità del settore agricolo di generare occupazione, tanto meno stabile, per lavoratori e lavoratrici non familiari; non a caso uno solo tra gli intervistati ha dichiarato di avere in azienda un dipendente a tempo indeterminato mentre tutti coloro che hanno necessità di integrare la manodopera familiare ricorrono a personale assunto con contratti a termine.

### ***L'innovazione***

Le aziende intervistate del settore zootecnico hanno mostrato un certo interesse, verso le tematiche dell'innovazione, se non inatteso ma sicuramente non scontato, almeno per ciò che riguarda

l'innovazione di prodotto, anche a causa del prevalere dell'indirizzo volto a ottenere latte crudo per la filiera DOP Fontina che presuppone il rispetto di un disciplinare che se non ostacola, certo non favorisce l'innovazione di prodotto.

Più articolato è l'atteggiamento verso l'innovazione di processo, perché molte aziende iniziano a considerare con maggiore attenzione le tematiche legate alla semplificazione, al miglioramento e alla maggiore efficacia delle varie fasi di processo, come la mungitura e il cantiere di fienagione.

Solo 2 tra le aziende zootecniche hanno manifestato interesse verso l'innovazione di processo e soluzioni che permettano anche una maggiore sostenibilità ambientale, sia per la gestione delle deiezioni, sia per il benessere animale non limitato all'utilizzo di lettiera o di tappetini per cuccetta, ci si riferisce all'agricoltura cosiddetta "di precisione", che in campo zootecnico si esprime soprattutto in programmi di gestione dell'attività che permettano un costante controllo delle prestazioni individuale e della mandria, delle quantità e qualità delle produzioni primarie (latte e carne) e dei fenomeni fisiologici come l'asciutta, le fecondazioni ecc.

Come già prima si rilevava, le aziende sono più interessate all'innovazione di prodotto, ma il termine va inteso più come "diversificazione" produttiva in quanto si traduce nella trasformazione del latte in derivati diversi dalla Fontina, ma pur sempre del tutto convenzionali, tanto più che quasi sempre nascono dall'introduzione in azienda di macchinari automatici che permettono produzioni impeccabili sotto l'aspetto igienico sanitario ma del tutto analoghe a quelle di altri concorrenti.

Passando ad altri orientamenti produttivi, appare singolare che gli intervistati non abbiano manifestato un grande interesse per le tematiche dell'innovazione; probabilmente ciò è dovuto al fatto che, pur se ugualmente interessati, evidentemente non la percepiscono come una priorità, forse perché ritengono di operare in settori ritenuti a priori e per definizione già in sé innovativi, confondendo forse gli aspetti tecnologici con l'innovazione più ampiamente intesa.

Questo tema sarà certamente necessario da approfondire per tradurre l'obiettivo in elementi concreti e comprensibili, anche in funzione degli obiettivi di innovazione che si vorrebbero trasferire nel settore delle macchine e delle attrezzature (sensoristica a terra e satellitare), soprattutto attraverso i bandi, e che le aziende non sono in grado di percepire con chiarezza, essendo spesso orientate solamente a rinnovare elementi del parco macchine e attrezzi esistente per fare fronte a necessità più o meno urgenti.

### ***Mercati e strategie di commercializzazione***

Molte tra le aziende zootecniche e vitivinicole più strutturate (Gruppo 1, 7 e 8) hanno scelto di chiudere la filiera aziendale trasformando la loro produzione primaria (latte e uve in primis) e commercializzando i prodotti ottenuti, derivati del latte, principalmente formaggi e vini.

Le aziende zootecniche lo hanno fatto negli anni addietro per ovviare alla remunerazione, allora ritenuta insufficiente, del latte conferito nella filiera DOP Fontina; le aziende viticole lo hanno fatto quasi sempre come scelta già al momento dell'avvio dell'attività, al momento dell'insediamento del titolare o del subentro in azienda familiare, come obiettivo specifico irrinunciabile.

Tra quelle intervistate che hanno fatto questa scelta, in genere da tempo, non vi è uniformità di giudizio sugli effetti di tale diversificazione; per tutte, la trasformazione ha comportato ingenti investimenti e un impegno molto più elevato di manodopera, ma non sempre i ricavi sono giudicati soddisfacenti ed emergono con chiarezza le difficoltà soprattutto delle aziende localizzate in aree più marginali e non turistiche o troppo lontane dai centri con maggiore presenza e concentrazione di potenziali consumatori.

Inoltre, molte aziende intervistate, in particolare quelle zootecniche, hanno esplicitamente dichiarato che in passato erano assolutamente convinte di dover valorizzare le produzioni primaria attraverso trasformazione e commercializzazione, ma che attualmente questo non è più un loro obiettivo.

Dai colloqui è emerso che questa decisione ha due motivazioni principali: la prima riguarda il fatto che, anche attraverso un confronto con altre realtà simili, la diversificazione avrebbe comportato un impegno eccessivo in termini di manodopera e di investimenti cui si aggiunge la aleatorietà del risultato in termini di reale penetrazione di mercato e di riconoscimento gli prezzi remunerativi, che per essere tali devono comunque essere simili se non inferiori a quelli della concorrenza

La seconda riguarda, almeno per ciò che riguarda per ciò che concerne le aziende che operano nel settore nella filiera di qualità DOP Fontina, la constatazione che nel biennio appena trascorso vi è stato un sensibile incremento del prezzo riconosciuto a chi conferisce latte crudo

Sulla base di queste considerazioni molte aziende intervistate hanno manifestato l'intenzione di rimanere, almeno per il momento, ancorate all'attuale sistema organizzativo che prevede appunto il conferimento della produzione primaria a caseifici privati o a cooperative anche se, proprio nel periodo delle interviste, l'inflazione rilevante e il livello di prezzi in particolare di mangimi e carburanti, hanno di fatto vanificato se non se non superato in valore totale, i precedenti incrementi di prezzo del latte conferito

Tra le aziende orientate alle viticoltura non vi sono aziende che trasformano in senso proprio anche se commercializzano in forma diretta: per le aziende vitivinicole la propensione alla trasformazione appare fisiologica, mentre per le piccole aziende viticole estese su superfici limitate e gestite principalmente da un titolare che ha altre attività, si osserva una resistenza nel modificare l'organizzazione produttiva preferendo il conferimento che garantisce comunque ricavo certo.

### ***Ambiente e territorio***

La sostenibilità ambientale dell'attività è un obiettivo che gran parte delle persone intervistate naturalmente condivide, ma si coglie anche una certa propensione a considerarlo come acquisito perché connesso all'attività agricola in sé; ad esempio, molte aziende non conoscono con chiarezza le tematiche legate alle aree protette o la rete Natura 2000 e alcune non sanno neppure che stanno operando, per alcune parti della SAU, al loro stesso interno. Si tratta di un tema che richiede un confronto molto approfondito, anche in relazione alle opportunità di attività connesse alla fruizione turistico naturalistica di molte tra le aree protette, in cui le aziende agricole potrebbero trovare, qualora fossero opportunamente formate in tal senso, occasioni di sviluppo anche senza particolari investimenti.

A questo proposito, anche l'adesione alle reti locali e alle azioni di promozione dei prodotti o del territorio nel suo insieme è generalmente poco frequente e anche nei casi in cui le aziende hanno aderito, ad esempio, a progetti GAL, non ne percepiscono l'importanza al punto che le ricordano solo se sollecitate alla risposta; oltre a una certa diffidenza per la collaborazione con altre aziende, emerge anche la scarsa conoscenza del fatto che anche le azioni sul territorio gestite dal GAL sono parte integrante del PSR.

Infine, esiste un interesse crescente per la produzione di energia da fonti rinnovabili, quanto meno per fare fronte ai suoi costi crescenti, ma le buone intenzioni sono fortemente ostacolate dalle difficoltà amministrative e dai vincoli di natura paesaggistica o urbanistica; si ritiene in generale che, a fronte di impianti, soprattutto fotovoltaici, che non hanno ancora le rese auspiccate in rapporto al costo degli investimenti, le regole per ottenere gli opportuni finanziamenti sono troppo rigide e questo ostacola un maggiore sviluppo di questo settore.

### ***Attività pianificate***

Il panel di esperti sarà riattivato nel corso del 2022 per riflettere in maniera più puntuale e condivisa sugli esiti delle indagini sulle traiettorie aziendali. Ulteriori attività saranno legate alla programmazione 2023-2027 e saranno concordate con la AdG nell'ultimo semestre del 2022.