



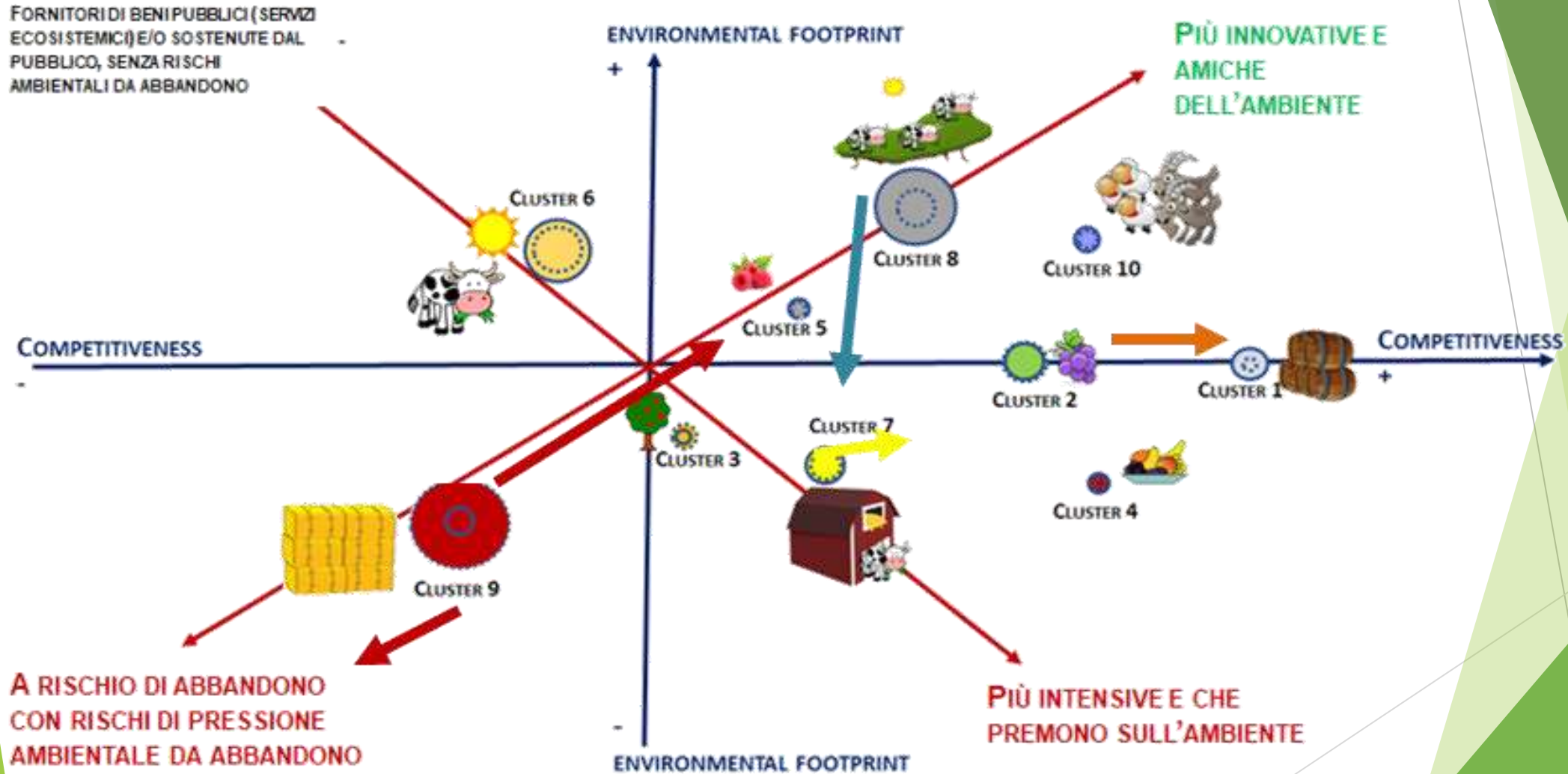
# **CONFRONTO COL PARTENARIATO PER LA NUOVA PROGRAMMAZIONE 2023/2027 DELLA POLITICA AGRICOLA COMUNE**

**13 maggio 2022**

Titolo intervento: Come il PSR ha orientato le scelte aziendali e come può indirizzare quelle future

Relatore: Fabrizio Tenna

# I gruppi aziendali della Valle d'Aosta e lo spazio delle traiettorie



## Il disegno di campionamento: stratificato riproporzionato - incrementale

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

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



## Il Campione intervistato

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>

## Le caratteristiche salienti dei gruppi: età dei titolari

Cluster di appartenenza	18-29 anni	30-40 anni	41-50 anni	51-60 anni	61-70 anni	over 71	Età Media	TOTAL E
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>

## Le caratteristiche salienti dei gruppi: anno di costituzione

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
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>	14%	16%	15%	9%	46%	110

## Le caratteristiche salienti dei gruppi: classi di SAU

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>	5%	12%	21%	13%	15%	6%	5%	6%	15%	110

## Le caratteristiche salienti dei gruppi: classi di dimensione economica\*

Cluster	Piccola - meno di 8.000 euro	Piccola - da 8.000 euro a meno di 15.000 euro	Piccola - da 15.000 euro a meno di 25.000 euro	Media - da 50.000 euro a meno di 100.000 euro	Medio piccola - da 25.000 euro a meno di 50.000 euro	Medio grande - da 100.000 euro a meno di 250.000 euro	Medio grande - da 250.000 euro a meno di 500.000 euro	Grand Total
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%	26%	32%	11%		19
Gruppo 7: Fondovalle 365	25%		17%	25%	25%		8%	12
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	13%	3%	17%	37%	13%	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>	42%	3%	12%	21%	13%	9%	1%	110

\*Senza considerare i premi



## Le caratteristiche salienti dei gruppi: Aziende che trasformano

Cluster	NO	Prima lavorazione dei prodotti agricoli	Trasformazione dei prodotti animali	Trasformazione dei prodotti vegetali	Totale
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -				100%	4
Gruppo 2: Aziende Viticole	89%			11%	9
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono				100%	2
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate	71%	14%		14%	7
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	84%		16%		19
Gruppo 7: Fondovalle 365	75%		25%		12
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	50%		50%		30
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	100%				20
Gruppo 10: Ovicaprino	60%		40%		5
Gruppo NEW Apistiche specializzate			100%		2
<b>Totale</b>	<b>69%</b>	<b>1%</b>	<b>23%</b>	<b>7%</b>	<b>110</b>

## Le caratteristiche salienti dei gruppi: aziende che fanno vendita diretta\*

Cluster	NO	Vendita diretta al consumatore	Totale
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -	0%	100%	4
Gruppo 2: Aziende Viticole	78%	22%	9
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono	0%	100%	2
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate	14%	86%	7
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	89%	11%	19
Gruppo 7: Fondovalle 365	75%	25%	12
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	73%	27%	30
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	100%	0%	20
Gruppo 10: Ovicaprino	60%	40%	5
Gruppo NEW Apistiche specializzate	0%	100%	2
<b>Totale</b>	<b>72%</b>	<b>28%</b>	<b>110</b>

\*Sopra la media regionale (ultima riga)

## Le caratteristiche salienti dei gruppi: percezione del titolare rispetto alla capacità del reddito da attività agricola di coprire le esigenze della famiglia

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

\*Sopra la media regionale (ultima riga)

## Le caratteristiche salienti dei gruppi: atteggiamento del titolare nei confronti dello 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>	4	9	2	7	19	12	30	20	5	2	110

\*Sopra la media regionale (ultima colonna)

## Le caratteristiche salienti dei gruppi: atteggiamento del titolare nei confronti della dimensione ambientale connessa allo sviluppo aziendale

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>	4	9	2	7	19	12	30	20	5	2	110

\*Sopra la media regionale (ultima colonna)

## Le caratteristiche salienti dei gruppi: atteggiamento del titolare nei confronti della dimensione territoriale connessa allo sviluppo aziendale

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

\*Sopra la media regionale (ultima colonna)

## Le caratteristiche salienti dei gruppi: misura prevalente del PSR attivata per cluster

Cluster	INDENNITA'	INDENNITA'/ BENESSERE	INDENNITA'/B ENESSERE/PAS COLO	INVESTIMENTI	INVESTIMENTI- ricambio	Totale
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -				50%	50%	4
Gruppo 2: Aziende Viticole	78%			22%		9
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono	50%				50%	2
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate	43%			14%	43%	7
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive	21%		32%	37%	11%	19
Gruppo 7: Fondovalle 365	8%		50%	33%	8%	12
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale	17%		40%	30%	13%	30
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole	100%					20
Gruppo 10: Ovicaprino	60%	20%	20%			5
Gruppo NEW Apistiche specializzate	50%				50%	2
<b>Totale</b>	41%	1%	23%	23%	13%	110

\*Sopra la media regionale (ultima riga)

## Le caratteristiche salienti dei gruppi: percezione del titolare sulla capacità del PSR di contribuire allo sviluppo della propria azienda

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

\*Sopra la media regionale (ultima riga)



## Le caratteristiche salienti dei gruppi: principali motivazioni di chi non percepisce come utile il contributo del 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

\*da analizzare le marginali foraggicole che sono le più numerose

## Le caratteristiche salienti dei gruppi: gli effetti principali del PSR (chi ha risposto sì e sì ma solo in parte)

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>	4	6	2	7	17	11	27	1	3	1	79

\*Sopra la media regionale (ultima colonna)

## Cluster passati-Cluster presenti

Cluster attuale	Cluster passato										Totale
	Gruppo 1	Gruppo 2	Gruppo 4	Gruppo 5	Gruppo 6	Gruppo 7	Gruppo 8	Gruppo 9	Gruppo 10	non sa	
Gruppo 1: Aziende Vitivinicole -	75%									25%	4
Gruppo 2: Aziende Viticole		56%			11%		11%			22%	9
Gruppo 4: Aziende Frutticole che vendono			100%							0%	2
Gruppo 5: Aziende colture minori specializzate				14%				14%		71%	7
Gruppo 6: Fondovalle cedenti Estive					84%	5%	11%				19
Gruppo 7: Fondovalle 365					33%	42%				25%	12
Gruppo 8: Integrato monticazione tradizionale					13%		87%				30
Gruppo 9: Aziende Marginali foraggicole					15%	15%		50%	15%	5%	20
Gruppo 10: Ovicaprino							20%		80%		5
Gruppo NEW Apistiche specializzate										100%	2
<b>Grand Total</b>	3	5	2	1	28	9	30	11	7	14	110

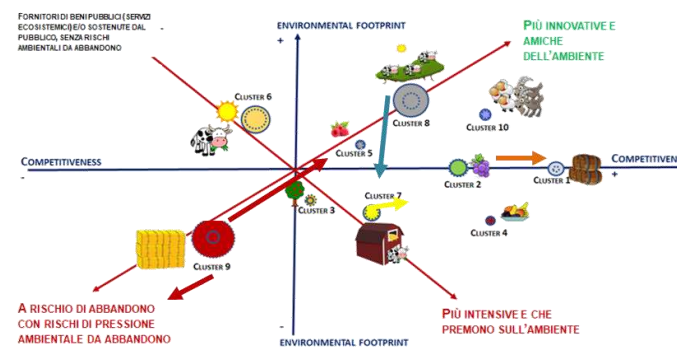
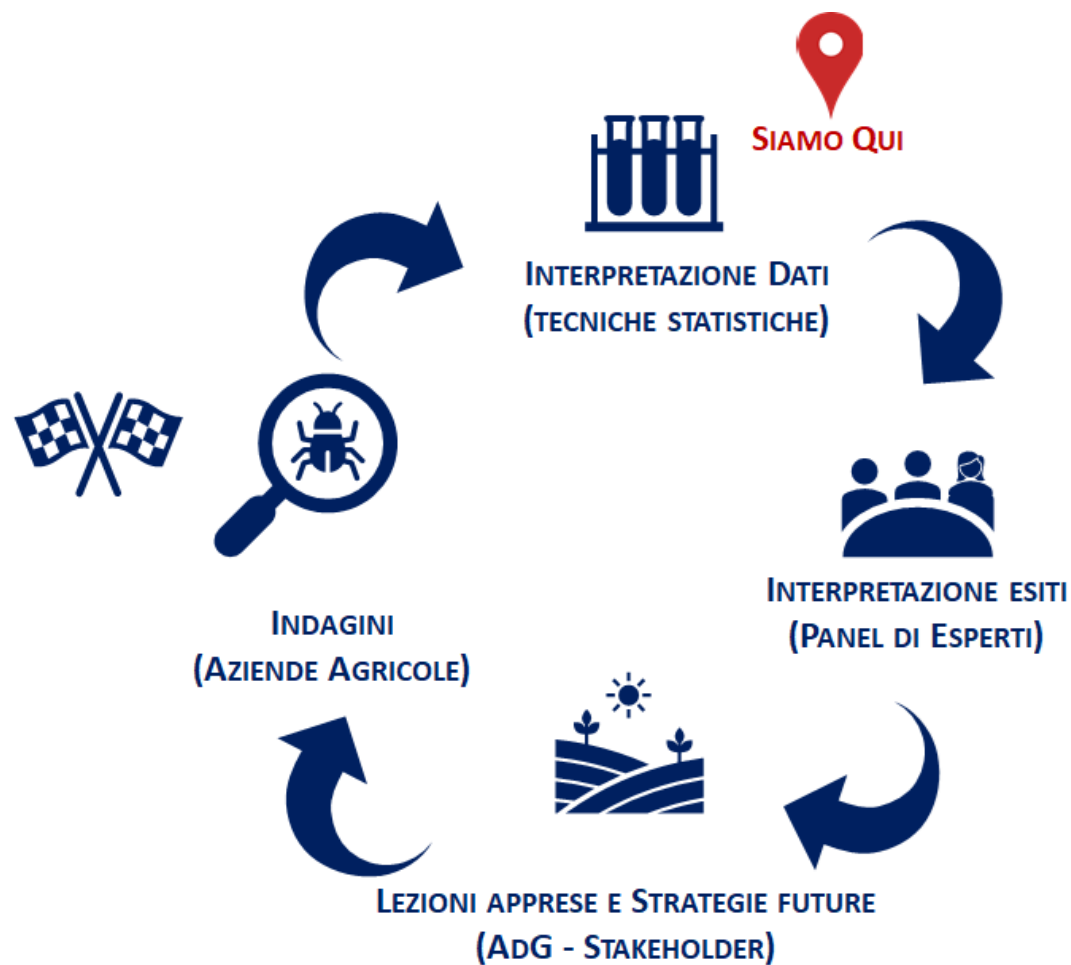
\*In diagonale i cluster stabili - evidenziati gli spostamenti

## Cluster presenti - Cluster futuri

Cluster attuale	Cluster futuro											Totale
	a rischio cessazio ne	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>	10	5	6	2	8	17	13	29	13	5	2	110

\*In diagonale i cluster stabili - evidenziati gli spostamenti

# La conclusione del percorso valutativo per il 2022



Condividere la lettura dei dati e trasformarli in indicazioni utili per la prossima programmazione (incontro del 18/06/2022)

**GRAZIE PER L'ATTENZIONE**

The background features abstract, overlapping geometric shapes in various shades of green, ranging from light lime to dark forest green. The shapes are primarily triangles and polygons, creating a dynamic, layered effect. The overall composition is clean and modern, with the text centered in the white space.