Ripensare i sistemi agroalimentari

Innovazione, sostenibilità e creazione di valore per le imprese e i territori



Silvia Scaramuzzi · DAGRI, Università di Firenze

Ortobioattivo, coltivare il cambiamento · Firenze, 25 novembre 2026

Pressioni strutturali sui sistemi alimentari europei

Nonostante gli incrementi di produttività, i sistemi alimentari europei restano lontani dagli obiettivi di sostenibilità. Le pressioni sono interdipendenti e una parte rilevante dei costi ambientali e sanitari non si riflette nei prezzi.

Ambientale

34%

dei gas serra globali dai sistemi alimentari (IPCC: 21–37%).

60–70%

dei suoli UE in condizioni non sane.

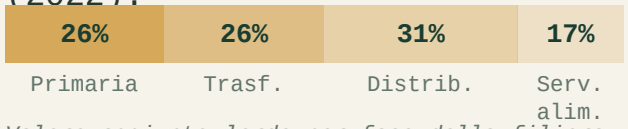
32%

della popolazione UE colpita da scarsità idrica in almeno una stagione (2023).

Economica

26%

del valore aggiunto agroalimentare UE è generato dalla produzione primaria (2022).



Valore aggiunto lordo per fase della filiera, UE, 2022

Posizione negoziale debole

Produttori agricoli frammentati, con poca influenza su prezzi e contratti.

Sociale e sanitaria

8,5%

della popolazione UE non può permettersi un pasto adeguato a giorni alterni (2025).

≈ 120 mld €/anno

costi sanitari della malnutrizione legata a malattia (SAPEA, 2020).

Lavoro

Sfruttamento grave di migranti documentato in agricoltura (FRA, 2019).

Interdipendenze

Suoli e acqua → rese e redditi

Squilibri di valore → minori investimenti

Dieta e accesso → costi sanitari e sociali

Fonti: Crippa et al. (2021); IPCC (2019); Commissione europea (2023); EEA (2025); DG AGRI/EU CAP Network (2026, quote elaborate su dati 2022); Eurostat (2025); SAPEA (2020); FRA (2019).

Dalla pratica al sistema agroalimentare

Il cambiamentoriguardal’interosistemaalimentare, dal campo alle sceltequotidiane e alle regoleche lo orientano.

01

Mangiare

Rendere più accessibili diete sane e sostenibili.

02

Trasformare e distribuire

Innovare prodotti, processi e filiere.

03

Connettere

Rafforzare fiducia, relazioni e trasparenza.

04

Governare

Coordinare attori, politiche e responsabilità.



L’OrtoBioattivorichiamal’attenzionesul modo di produrre. La domandasuccessivaè come collegarequellapratica alle altredimensioni.

Fonte: FutureFoodS Partnership, “Vision” e Strategic Research and Innovation Agenda.

Bando Progetti Integrati di Filiera - PIF - PSR 2014-2020

SOTTOMISURE: 16.2 - 4.1.3 - 4.2 - 6.4.1

Inizio del progetto APRILE 2016

FLORA AROMATICA SANTA LUCE

E LA VALLE DEI PROFUMI:

"Sperimentazione di un modello per la valorizzazione del territorio"





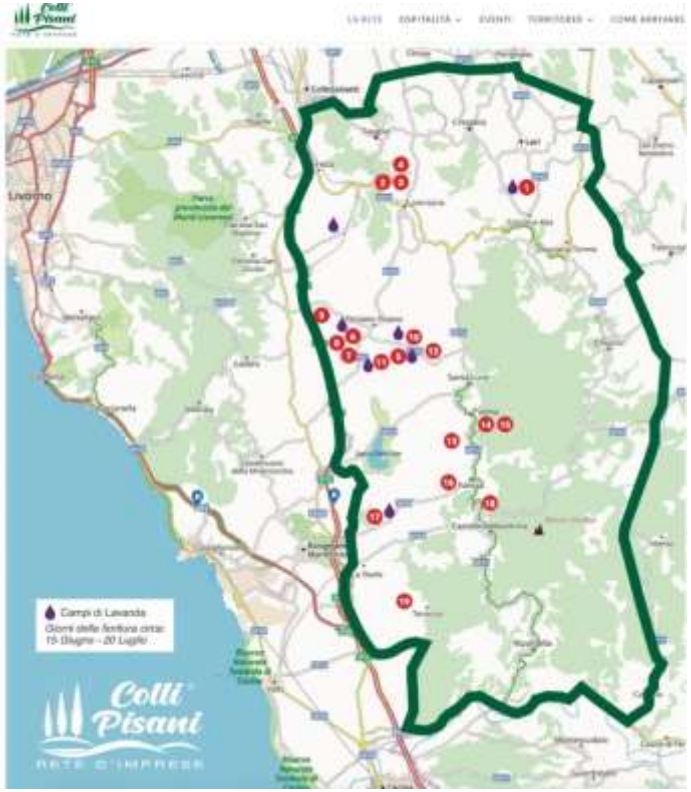




Santa Luce: una nuova filiera e un sistema territoriale

Il progetto Flora Aromatica ha costruito una nuova filiera locale attorno alle piante aromatiche e alla lavanda.

1. **Coltivare**
   Lavanda e altre piante officinali
2. **Trasformare**
   Oli essenziali e cosmetici
3. **Coordinare**
   Aziende agricole, ricerca e imprese
4. **Collegare**
   Prodotti, paesaggio e turismo



Campi di lavanda nel territorio dei Colli Pisani

Scaramuzzi, S., Belletti, G. & Biagioni, P. (2020), Agric Econ 8, 5. DOI: 10.1186/s40100-019-0150-8

Il Pif “Flora Aromatica” Santa Luce

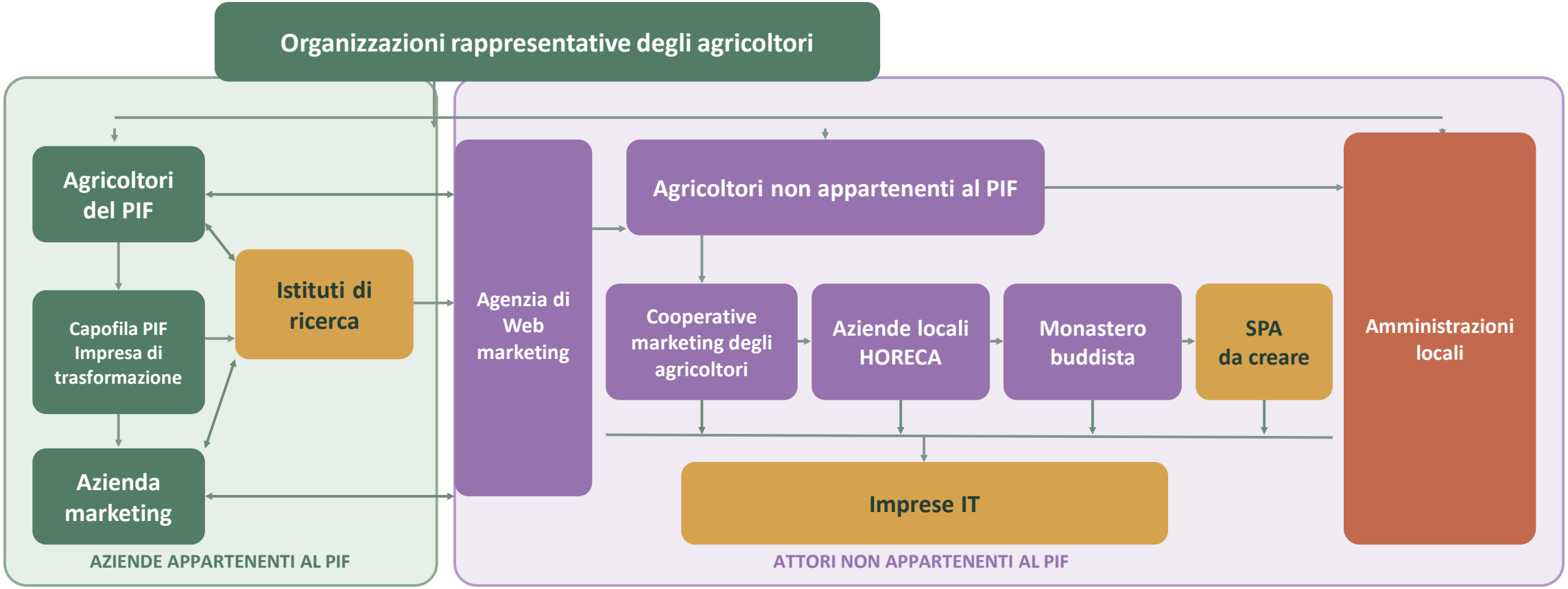








Attori coinvolti nel progetto e nelle relazioni



Fonte: nostra elaborazione dell'indagine

PRODOTTI TIPICI

Tutto | PRODOTTI TIPICI


Il Tartufo


La Ciliegia di Lari


Erbe officinali ed oli essenziali


Il Miele







Translate »



visittuscany.com Destinations



Lo spettacolo dei campi di lavanda in tv - VIDEO

Mi piace 0 Condividi Tweet Condividi



A "C'è Tempo per" Beppe Convertini e Anna Falchi hanno intervistato Sonia De Angelis e Rosario Rizzi, marito e moglie titolari di un'azienda agricola

SANTA LUCE — Gli spettacolari campi di lavanda in fiore di Santa Luce sono stati protagonisti a C'è Tempo per, programma di Rai 1 condotto da Beppe Convertini e Anna Falchi, nella puntata andata in onda mercoledì 1 luglio.

I campi di lavanda di Santa Luce presi d'assalto: l'attrazione turistica del 2020

MARIA MEINI

02 LUGLIO 2020





▲ Immagini spettacolari scattate nei campi di lavanda alla Pieve di Santa Luce, a sinistra uno scatto di Gabriella Lorenzoni (tratto da Instagram) a destra un'altra foto da Instagram, di Daiana Castellini

Scaling up: ciascun territorio ha la propria identità







Edicola Km0: un modello di connessione città-campagna









Edicola Km0 mira a **valorizzare il patrimoniobioculturale**della Toscana, **rivitalizzando**edicole e librerie fiorentine.

Offreun'opportunità di sviluppoattraverso la vendita di **prodottitipici**toscani ed **esperienzeautentiche**

01 **sostegno** e **rinnovamento**dei chioschi

02 **valorizzazione**dei prodotti di qualità di origine toscana

03 **coinvolgimento della comunità locale** nell'acquisto di prodotti e servizi che valorizzino il territorio toscano

04 supporto all'**educazione alimentare** dei consumatori e **sensibilizzazione** sui prodotti Km0

DOVE ACQUISTARE

➔ In edicola

➔ Shop online con ritiro in edicola il giorno successivo senza costi di spedizione

EDICOLA Km 0

Il sistema degli attori di Edicola Km0

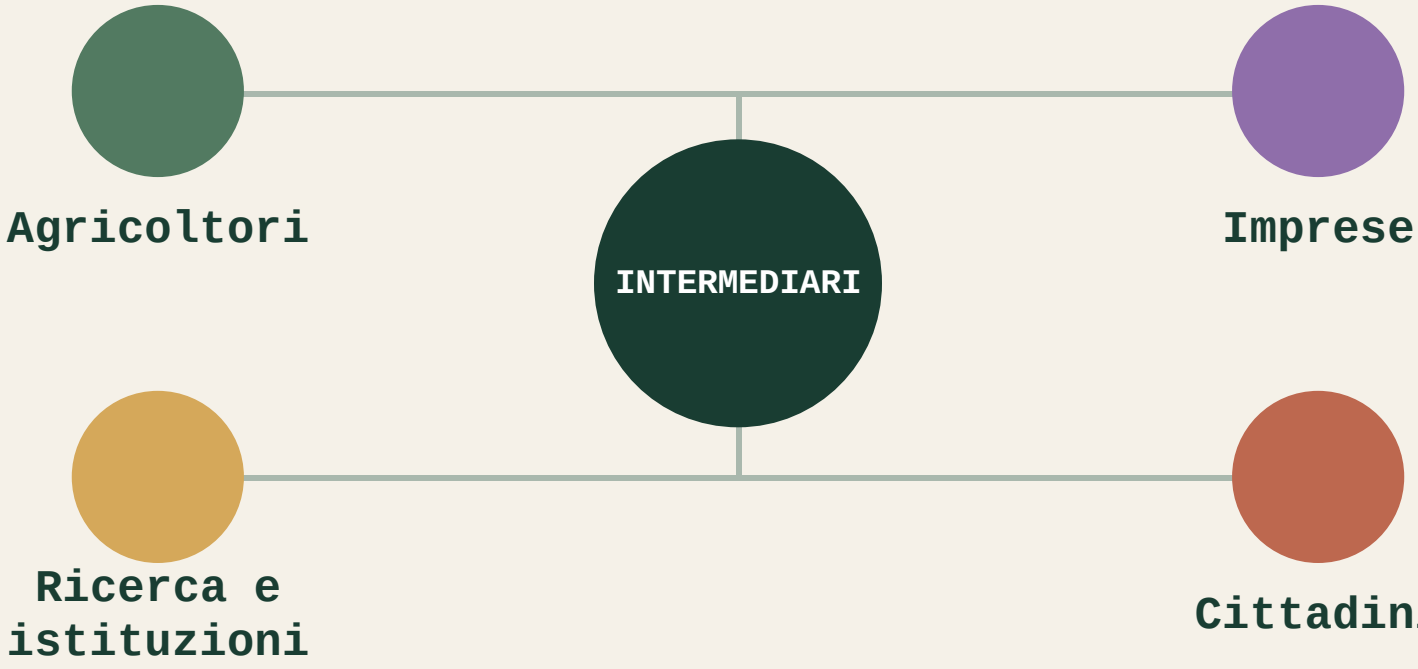
Produzione, punti vendita, servizi e istituzioni sostengono il collegamento con i consumatori.



Fonte: presentazione “Strategie di valorizzazione delle produzioni locali: il caso Edicola Km0”; Scaramuzzi et al. (2025).

Governance tra gli attori

Gli intermediari mettono in relazione, traducono e facilitano il lavoro tra attori diversi: la collaborazione non nasce da sola.



Tre domande: chi crea il valore? chi ne sostiene i costi? chi ne beneficia?

Due casi, tre domande

Le stesse domande, applicate a Santa Luce e a Edicola Km0.

SANTA LUCE

- Crea valore: agricoltori del PIF, capofila, ricerca, imprese di marketing e IT
- Sostieneicosti: sostegnopubblico (PSR) e investimenti delle imprese
- Beneficia: aziende e territorio

EDICOLA KM0

- Crea valore: produttorilocali, edicole, logistica e servizidigitali
- Sostieneicosti: vendite e finanziamentopubblico
- Beneficia: piccoliagricoltori, edicolanti, consumatori

Fonti deicasi: Scaramuzzi et al. (2020; 2025)

Trasferire, senza copiare

Santa Luce ed Edicola Km0 mostrano percorsi diversi. Si possono condividere gli apprendimenti, non presumere condizioni identiche.

DA IMPARARE

- coinvolgere attori diversi
- consolidare relazioni di filiera
- costruire relazioni sistemiche tra attori e livelli
- verificare costi, benefici e accesso

DA ADATTARE AL CONTESTO

- risorse e competenze disponibili
- prodotti e imprese locali
- bisogni di cittadini e consumatori
- ruolo delle istituzioni e regole

Fonti dei casi: Scaramuzzi et al. (2020; 2025).

Misurare il valorecreato

Il prezzoraccontaunaparte della storia

Per la FAO icostinascostideisistemiagroalimentarivalgono quasi il 10% del PIL mondiale.

Imprese

Il reddito e la continuitàmigliorano?

Ambiente

Suolo, acqua e biodiversità sono tutelati?

Persone

Il cibo è sano, sicuro e accessibile?

Territorio

Chi partecipa e come si distribuiscono i benefici?

Sono dimensioni da osservare e misurarenel tempo

Riferimenti: FAO (2023), FutureFoodS Partnership (2026) The State of Food and Agriculture

Tre idee da portare a casa

01 La sostenibilitàpartedallepratiche, ma riguardatutto il sistema.

02 Il territorio collega imprese, persone, città e campagna.

03 La creazione delvalorevaanalizzata: chi lo genera, chi ne sostieneicosti, chi ne beneficia.

Grazie