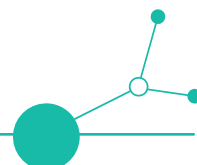


# BENCHMARK TRANSNAZIONALE DELLA LOGISTICA DELLE FILIERE CORTE ALIMENTARI





Food4CE

## Esclusione di responsabilità

Le opinioni e i pareri espressi in questo documento sono esclusivamente quelli dell'autore o degli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione Europea o di Interreg Central Europe. L'Unione Europea e l'Autorità di Gestione non sono responsabili di eventuali errori od omissioni nel contenuto del presente documento.

Sebbene sia stato fatto ogni sforzo per assicurare l'accuratezza delle informazioni contenute in questo documento, gli autori e ogni altro partecipante al consorzio Food4CE non forniscono alcun tipo di garanzia, espressa o implicita, incluse, ma non solo, le garanzie di commerciabilità e di idoneità per uno scopo particolare.

Il consorzio Food4CE e i suoi membri, compresi i loro funzionari, dipendenti e agenti, non saranno ritenuti responsabili per negligenza o altro per eventuali imprecisioni o omissioni nel presente documento. Inoltre, il consorzio Food4CE e i suoi membri non saranno responsabili di eventuali perdite o danni diretti, indiretti o conseguenti derivanti dall'uso o dall'affidamento su informazioni o consigli contenuti nel presente documento.

## AUTORI E AUTRICI

Contributi al Deliverable		
Tipo di autrice	Nome e Cognome	Organizzazione
Autore principale	Lorenzo Cello	ITL
Contributrice	Eleonora Morganti	ITL

Template v2.0

### Messaggio di copyright

©Consortio Food4CE. Il contenuto di questo documento è opera originale del Consorzio Food4CE, se non diversamente indicato. Sono state utilizzate citazioni e/o riferimenti appropriati per riconoscere il materiale pubblicato in precedenza e il lavoro di altri. La riproduzione di questo documento è consentita a condizione che la fonte sia adeguatamente citata.



## Indice dei Contenuti

1. SOMMARIO .....	3
2. CARATTERISTICHE E BISOGNI DELLE FILIERE CORTE ALIMENTARI .....	4
2.1. LA RICERCA .....	5
2.2. UN'ANALISI DELLE CARATTERISTICHE E BISOGNI LOGISTICI DELLE FILIERE CORTE ALIMENTARI .....	5
2.2.1. ORDINI .....	6
2.2.2. MAGAZZINO .....	7
2.2.3. TRASPORTO .....	8
2.2.4. COMPETENZE DIGITALI .....	9
2.2.5. PRATICHE AZIENDALI .....	9
2.3. SFIDE E OPPORTUNITÀ PER LE FILIERE CORTE ALIMENTARI .....	10
2.3.1. POLONIA .....	10
2.3.2. SLOVENIA .....	11
2.3.3. AUSTRIA .....	11
2.3.4. ITALIA .....	12
2.3.5. UNGHERIA .....	12
2.3.6. SFIDE E OPPORTUNITÀ COMUNI .....	13

[www.interreg-central.eu/food4ce/](http://www.interreg-central.eu/food4ce/)



Food4CE



## 1. Sommario

Le Filiere Corte Alimentari (SFSCs) rappresentano un approccio semplificato alla produzione, trasformazione, distribuzione e vendita di alimenti che minimizza gli intermediari e riduce le distanze geografiche tra produttori e consumatori. Concentrandosi sull'approvvigionamento locale o regionale, le SFSCs pongono l'accento su trasparenza, tracciabilità e comunicazione diretta tra produttori e consumatori, favorendo una connessione più stretta con il cibo che le persone consumano. Questo modello sostiene le economie locali, riduce l'impatto ambientale dovuto al trasporto su lunghe distanze e offre ai consumatori alimenti più freschi e vari.

Questo benchmark transnazionale raccoglie informazioni dai rapporti regionali sulle SFSCs nell'Europa Centrale, in particolare in Slovenia, Austria, Italia, Ungheria e Polonia, fornendo una panoramica essenziale delle dinamiche di mercato, delle aspettative dei clienti e delle pratiche di filiera corta in queste regioni. Gioca un ruolo fondamentale nella Piattaforma di Trasferimento di Conoscenze, identificando pratiche condivise e differenze specifiche all'interno delle Reti Alimentari Alternative (AFNs). Questo rapporto non solo evidenzia le aree di miglioramento, ma presenta anche le migliori pratiche, fungendo da risorsa strategica per il potenziamento e l'ottimizzazione delle filiere corte alimentari nell'Europa Centrale.

### **Su Food4CE:**

Food4CE è un progetto europeo finanziato dal Programma INTERREG Central Europe, finalizzato a sostenere le Reti Alimentari Alternative (AFN) nei loro sforzi per creare sistemi di approvvigionamento alimentare sostenibili e resilienti. Nell'ambito di Food4CE verranno istituiti 5 Innovation Hub (IH) locali e 1 transnazionale, che si concentreranno sul miglioramento dell'efficienza logistica delle AFN attraverso lo sviluppo di strumenti e soluzioni innovative.

Nell'ambito del progetto saranno sviluppati due strumenti innovativi, la Knowledge Transfer Platform e la Matchmaking Platform. La prima è destinata alla condivisione delle migliori pratiche e soluzioni logistiche, mentre la seconda è destinata alla creazione di nuove soluzioni e servizi logistici B2B. L'obiettivo è quello di facilitare il trasferimento di conoscenze e lo scambio tra regioni e attori diversi e di creare una rete di supporto reciproco unica per le AFN dell'Europa centrale.

Food4CE fornirà inoltre piani d'azione regionali sviluppati congiuntamente per ogni regione partecipante e linee guida transnazionali (CE) per il sostegno alle AFN. Il progetto mira a stabilire un meccanismo di sostegno alle AFN sostenibile e duraturo, che continuerà a funzionare anche dopo la fine del progetto.

Attraverso la creazione di Innovation Hub locali e transnazionali e lo sviluppo di strumenti e soluzioni innovative, il progetto Food4CE mira a facilitare lo scambio di conoscenze e la cooperazione tra diversi attori e regioni, portando a un meccanismo di supporto AFN sostenibile e duraturo.



## 2. Caratteristiche e bisogni delle Filiere Corte Alimentari

La Filiera Corta Alimentare (SFSC) si riferisce a un sistema diretto e semplificato di produzione, trasformazione, distribuzione e vendita di prodotti alimentari, che coinvolge un numero limitato di intermediari e riduce al minimo le distanze geografiche tra produttori e consumatori. Nella filiera corta, l'obiettivo è ridurre gli intermediari e le fasi del processo produttivo e distributivo, privilegiando l'approvvigionamento e il consumo locali o regionali. Questo approccio mira a migliorare la trasparenza, la tracciabilità e la comunicazione tra produttori e consumatori, promuovendo così una connessione più forte tra le persone e il cibo che consumano. Le SFSC possono contribuire a sostenere le economie locali, ridurre l'impatto ambientale associato ai trasporti a lunga distanza e offrire ai consumatori prodotti più freschi e potenzialmente più diversificati.

In **Slovenia**, le filiere corte alimentari sono caratterizzate da **rapporti diretti tra produttori e consumatori**, con un focus particolare sulla **produzione alimentare locale e sostenibile**. Queste caratteristiche e necessità nelle filiere corte evidenziano l'importanza di soluzioni logistiche efficienti, in grado di supportare i rapporti diretti, gestire produzioni di piccola scala e facilitare le reti di distribuzione locali. L'obiettivo principale delle SFSC è ristabilire una connessione più stretta tra produttori e consumatori, migliorando così la trasparenza, la qualità alimentare e la sostenibilità economica per i produttori locali.

In **Ungheria**, le filiere corte alimentari sono caratterizzate da **legami diretti tra produttori e consumatori**, con un forte focus sulla **produzione alimentare locale e sostenibile**. L'obiettivo principale delle SFSC è ristabilire una connessione più stretta tra produttori e consumatori, migliorando così la trasparenza, la qualità dei prodotti alimentari e la sostenibilità economica dei produttori locali.

In **Polonia**, le filiere corte alimentari presentano un notevole potenziale di sviluppo, dovuto al **crescente interesse dei consumatori e alla disponibilità dei produttori a collaborare**. Tuttavia, le reti alimentari alternative (AFN) devono affrontare diverse sfide, principalmente legate alla logistica, come il trasporto e il confezionamento. Fattori chiave per il futuro sviluppo delle AFN in Polonia sono l'educazione e la cooperazione tra produttori e consumatori, che possono contribuire a costruire un sistema alimentare più resiliente e sostenibile.

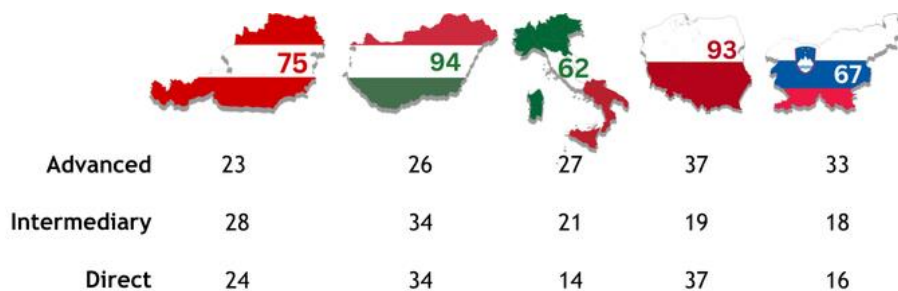
A causa del forte interesse dei consumatori austriaci per l'agricoltura biologica, **l'Austria offre un mercato versatile per le reti alimentari alternative (AFN)**. Sviluppi sociali e politici recenti, come la pandemia di Covid-19, i problemi delle catene di approvvigionamento e le crisi internazionali, hanno ulteriormente aumentato la domanda di prodotti regionali e il desiderio di tracciabilità dell'origine. Quasi ogni austriaco ha acquistato almeno una volta cibo biologico negli ultimi sei mesi, con un incremento costante sia nella frequenza che nella quantità dei prodotti biologici acquistati. Di conseguenza, è essenziale che i produttori alimentari nazionali abbiano un elevato livello di conoscenza logistica per gestire le complessità dell'amministrazione e della distribuzione. Solo se le aspettative dei consumatori in termini di qualità del servizio vengono soddisfatte, continueranno a supportare la transizione dei produttori verso un'agricoltura più sostenibile.

L'Emilia-Romagna (**Italia**) rappresenta un mercato favorevole per le AFN grazie alle **ricche tradizioni gastronomiche** della regione, caratterizzate da una cultura di prodotti alimentari locali e di alta qualità. Inoltre, l'aspetto di un sistema alimentare localizzato e delle filiere corte ha una lunga tradizione in questa regione, radicata nella cultura contadina della popolazione. I recenti cambiamenti sociali e politici hanno incrementato la domanda di prodotti locali e salutari, portando a una trasformazione del settore agroalimentare. La pandemia di Covid-19 ha dato una spinta straordinaria alla consegna di cibo e ai mercati online, che tuttavia, dalle interviste condotte, sembrano aver perso parte del loro appeal e competitività negli ultimi anni.



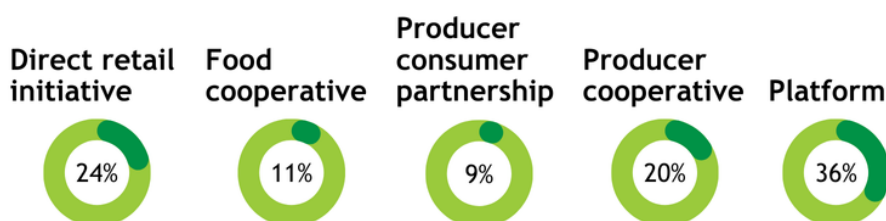
## 2.1. La ricerca

Per valutare le regioni di progetto in base al livello di complessità, sono state identificate le reti alimentari alternative (AFN) per paese. Durante la ricerca documentale sono state **identificate 391 AFN**, di cui 146 considerate avanzate. Il numero totale di AFN, così come la percentuale di AFN avanzate, varia significativamente tra i paesi.



*Geographical location, level of complexity*

La forma più comune di AFN sono le **piattaforme** (36%), seguite dalle **iniziative di vendita diretta al dettaglio** (24%), dalle **cooperative di produttori** (20%), dalle **cooperative alimentari** (11%) e dai **partenariati tra produttori e consumatori** (9%).



Il funzionamento delle filiere corte di approvvigionamento (SFSC) all'interno delle reti alimentari alternative si distingue per una specificità unica, che deriva principalmente dalla focalizzazione sulle relazioni dirette tra produttori e consumatori. In particolare, si evidenzia una scala di operazione inferiore rispetto alle grandi coltivazioni, ma soprattutto una particolare attenzione alla qualità del cibo locale e alla coltivazione naturale o ecologica. Questo approccio richiede la creazione di condizioni adeguate per il flusso delle merci - "dal campo alla tavola". Allo stesso tempo, i destinatari hanno aspettative specifiche riguardo ai prodotti.

Le analisi sul funzionamento delle filiere corte di approvvigionamento alimentare nelle regioni partecipanti sono state effettuate tenendo conto di un'ampia gamma di aspetti logistici, tra cui la gestione degli ordini, lo stoccaggio, il trasporto, le competenze digitali, le pratiche commerciali, nonché le sfide e le opportunità.

Le analisi sono presentate nel proseguimento.

## 2.2. Un'analisi delle caratteristiche e bisogni logistici delle filiere corte alimentari

Un totale di **70 AFN** provenienti da cinque paesi (Austria, Polonia, Ungheria, Italia e Slovenia) ha partecipato ai sondaggi. La maggior parte degli AFN proviene dalla Slovenia (16), seguita da Austria e Ungheria con 15 ciascuna, e Polonia e Italia con 12 ciascuna.



### 2.2.1. Ordini

Nelle regioni analizzate è emersa una varietà di approcci per l'accettazione degli ordini. Di solito, ogni AFN utilizza diverse soluzioni in parallelo. I metodi più frequenti per effettuare ordini sono tramite **sito web o piattaforma online** (68%), **e-mail** (63%), **telefono** (55%), **messaggistica istantanea** (ad es. Messenger, WhatsApp, Telegram) - 34%, **social media** e **in negozio** (26% ciascuno).

Tra gli AFN, le piattaforme online o i siti web sono il metodo più comune per effettuare ordini. Tuttavia, esistono differenze significative tra i paesi: in Polonia, gli ordini vengono generalmente effettuati via e-mail; in Italia, la messaggistica istantanea è il metodo preferito; mentre in Slovenia la maggior parte degli ordini viene effettuata per telefono.

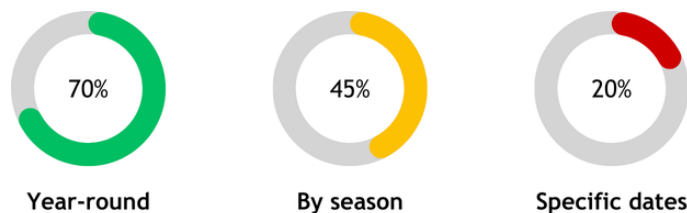


La frequenza di accettazione degli ordini varia notevolmente tra gli AFN. L'accettazione giornaliera degli ordini è la più comune, riportata dal 57% degli AFN. Un altro 21% degli AFN accetta ordini più volte a settimana, mentre il 15% gestisce gli ordini su base settimanale. Una porzione più piccola, il 7%, elabora ordini solo alcune volte al mese.



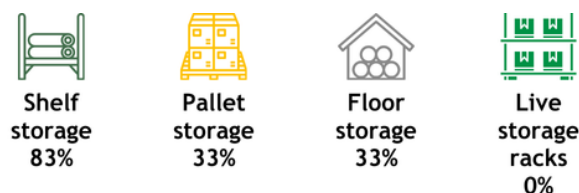
Questa variazione potrebbe essere gestita attraverso canali meno frequentemente utilizzati ma comunque disponibili, come la messaggistica istantanea e i social media, che offrono flessibilità per interazioni meno frequenti. In media, gli AFN analizzati ricevono **264 ordini a settimana**. Per quanto riguarda la disponibilità dei prodotti, in particolare, il **70% degli AFN garantisce una disponibilità stabile durante tutto l'anno**, mentre il **45% offre disponibilità stagionale**, evidenziando una maggiore variabilità e un impatto stagionale più ampio sui prodotti. Ciò suggerisce che un numero significativo di AFN adatta l'offerta dei prodotti in risposta alle variazioni stagionali. I **prodotti disponibili solo in date o periodi specifici rappresentano la quota media più bassa - solo il 20%**, indicando che solo alcuni AFN si concentrano su prodotti legati a tempi o eventi specifici. Questa tendenza si riscontra in quasi tutti i paesi, ad eccezione dell'Italia, dove la maggior parte dei prodotti è disponibile stagionalmente.

Considerando che alcuni prodotti sono disponibili tutto l'anno, molti degli AFN intervistati danno priorità strategica alle relazioni con i produttori principali, mentre altri si relazionano con loro solo stagionalmente o per eventi specifici. Questo approccio evidenzia la flessibilità degli AFN nell'adottare strategie di mercato e operative diversificate per soddisfare la domanda dei consumatori e mantenere l'efficienza.



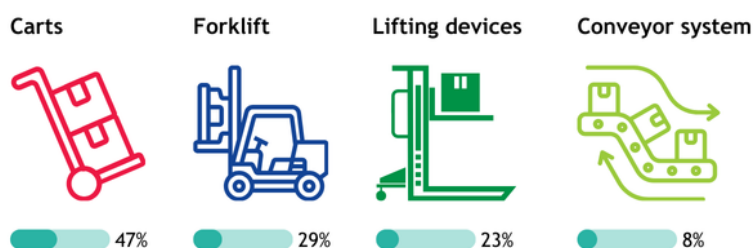
## 2.2.2. Magazzino

Esaminando le strategie di magazzinaggio delle imprese, è fondamentale riconoscere i diversi tipi di soluzioni di stoccaggio che utilizzano. Lo **stoccaggio su scaffale** emerge come il metodo predominante, preferito dall'83% delle AFN, probabilmente per la sua versatilità ed efficacia in varie situazioni di stoccaggio. Lo **stoccaggio su pallet**, utilizzato dal 33%, soddisfa la necessità di ospitare prodotti più grandi o pesanti. Lo **stoccaggio a terra**, anche preferito dal 33%, viene scelto in base alle caratteristiche specifiche degli articoli da immagazzinare. È importante notare che le **scaffalature a stoccaggio attivo** non sono state utilizzate dalle AFN analizzate.

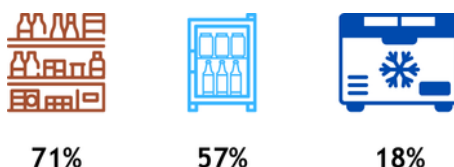


La maggior parte delle AFN analizzate (73%) utilizza principalmente lo stoccaggio su scaffale, una tendenza comune nella maggior parte dei paesi indagati. Le AFN italiane, tuttavia, adottano i metodi di stoccaggio più vari, utilizzando prevalentemente lo stoccaggio su scaffale e su pallet, con alcune che impiegano anche lo stoccaggio a terra per maggiore flessibilità.

La varietà di soluzioni di attrezzature per magazzino o stoccaggio utilizzate dalle AFN evidenzia la diversità nelle loro operazioni di magazzinaggio. I carrelli sono la soluzione più frequentemente utilizzata (47%), seguita dai carrelli elevatori (29%), dai dispositivi di sollevamento (23%) e l'8% delle AFN utilizza sistemi di trasporto a nastro.



Le informazioni sulle strutture di stoccaggio delle AFN rivelano che lo **stoccaggio convenzionale** (senza controllo della temperatura) è l'opzione più comunemente utilizzata, con il 71% delle AFN che indicano di possedere tali strutture. Lo **stoccaggio a temperatura controllata** è anche frequentemente utilizzato dal 57% delle AFN. Lo **stoccaggio congelato** viene utilizzato dal 18% delle AFN.







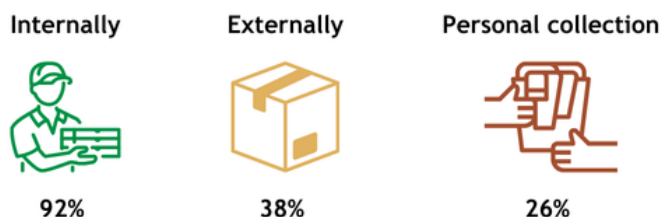
Le AFN generalmente utilizzano lo stoccaggio convenzionale o stoccaggio a temperatura controllata, o una combinazione dei due, dimostrando un approccio personalizzato allo stoccaggio che risponde alle particolari esigenze dei loro prodotti e alle aspettative dei loro segmenti di mercato.

### 2.2.3. Trasporto

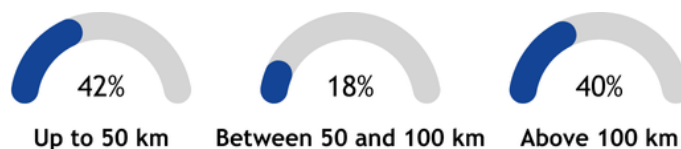
Esaminando la logistica e la gestione della catena di approvvigionamento delle AFN, un elemento cruciale da affrontare è il loro metodo di gestione dei processi di trasporto. Questo aspetto è fondamentale poiché ha un effetto diretto sull'efficienza e sull'efficacia della distribuzione dei prodotti, che a sua volta influisce sia sul successo operativo che sulla soddisfazione del cliente. I dati riguardanti i processi di trasporto offrono importanti spunti su come queste reti gestiscono il movimento delle merci dalla loro origine al consumatore finale.

Il **71% delle AFN intervistate include i processi di trasporto come parte dei loro servizi**, evidenziando l'importanza della logistica e del movimento delle merci come elementi chiave delle loro operazioni, tra cui spedizione, consegna e distribuzione. Al contrario, il 29% delle AFN non offre processi di trasporto.

Per quanto riguarda le pratiche di gestione delle consegne, il **92% delle AFN gestisce internamente le consegne**, utilizzando risorse, personale e infrastrutture proprie. I **fornitori terzi vengono utilizzati dal 38% delle AFN**. La **raccolta autonoma** è una pratica meno frequente, segnalata solo **dal 26% delle AFN**, probabilmente a causa della natura specifica dei prodotti o delle preferenze dei clienti.



L'analisi delle aree di copertura rivela tendenze interessanti riguardo alla portata del cliente. La percentuale più alta ha indicato consegne fino a **50 km (42%)**, seguita dal **40% delle AFN**, che coprono **distanze superiori ai 100 km**. La **distanza tra i 50 e i 100 km è stata indicata dal 18% delle AFN**. In generale, i risultati mostrano che le AFN presentano una diversità di ambito geografico, con un forte focus sui mercati locali e una parte significativa che opera in un'area più ampia.



Nelle regioni analizzate, il numero medio di consegne per settimana è 270. Il numero medio di punti di consegna per ogni consegna è 178. Le AFN austriache effettuano il maggior numero di consegne (e quindi anche il maggior numero di punti di consegna per ogni consegna). Le AFN impiegano generalmente una combinazione di metodi di consegna, tra cui furgoni e auto o furgoni e camion, a seconda del volume di vendite e della sensibilità dei prodotti.

Il fatto che il 69% delle AFN garantisca la continuità della catena del freddo sottolinea l'importanza della regolazione della temperatura per alcuni prodotti. D'altra parte, il 31% che non adotta gli standard della catena del freddo potrebbe indicare un focus su beni non deperibili. Questo scenario dimostra la capacità delle AFN di adattarsi a diversi tipi di prodotti e alle richieste dei clienti, presentando sia sfide che opportunità per migliorare i modelli di consegna al fine di ottimizzare l'efficienza e la soddisfazione del cliente.



## 2.2.4. Competenze digitali

Le soluzioni IT rivestono un'importanza fondamentale nelle reti alimentari alternative (AFN), come confermato dalle analisi del loro impiego in queste organizzazioni. Le soluzioni IT sono più frequentemente utilizzate nei processi relativi agli ordini, sottolineando il loro ruolo cruciale nella gestione efficace di questa area. Altri processi importanti in cui vengono utilizzate tecnologie IT sono la **gestione dei trasporti, la gestione del magazzino e la pianificazione della domanda**, il che indica la necessità di ottimizzare le singole fasi della catena di approvvigionamento.

Le soluzioni IT sono meno comuni in ambiti come la visibilità della catena di approvvigionamento, la logistica inversa e le tecnologie relative al passaporto alimentare. La bassa frequenza del loro utilizzo in queste aree potrebbe suggerire che le AFN abbiano ancora un ampio margine di sviluppo in termini di integrazione completa delle tecnologie IT, il che potrebbe contribuire a una maggiore efficienza operativa e a un miglioramento della qualità dei servizi.

L'uso delle soluzioni IT nelle AFN è un elemento chiave del loro funzionamento, e ulteriori investimenti in tecnologie moderne possono aiutare a ottimizzare i processi e a soddisfare le esigenze dei consumatori in un mercato alimentare in rapido cambiamento.

## 2.2.5. Pratiche aziendali

Un approccio strategico in **Austria** prevede la definizione del veicolo giusto in base al volume degli ordini, all'area di consegna e al tipo di trazione, con un'enfasi sulle opzioni sostenibili come i furgoni elettrici. Il raffreddamento del magazzino è ottimizzato tramite l'isolamento e pratiche energetiche efficienti, mentre una gestione efficace della domanda aiuta a bilanciare l'uso delle risorse e la pianificazione delle consegne.

Le AFN **ungheresi** sfruttano il processo decisionale basato sui dati per effettuare aggiustamenti in tempo reale nella logistica, concentrandosi su metriche come il costo per consegna e le prestazioni dei vettori. Le pratiche eco-compatibili includono l'uso di biciclette da carico per le consegne urbane, l'installazione di distributori automatici di cibo e l'impiego del backhauling per migliorare l'efficienza della flotta e ridurre l'impatto ambientale.

In **Italia**, l'accento è posto sulla collaborazione tra produttori locali, operatori logistici e autorità per creare catene di approvvigionamento alimentare regionali sostenibili. Le AFN italiane offrono opzioni di consegna flessibili come il ritiro in sede e gli armadietti digitali, adottando pratiche sostenibili come l'uso di veicoli elettrici. L'imballaggio riutilizzabile sostiene ulteriormente un'economia circolare e riduce i costi.

Le AFN **polacche** concentrano la domanda stabilendo mercati settimanali nelle aree urbane, semplificando la distribuzione e l'interazione con i clienti. Consolidano anche gli ordini attraverso piattaforme di terze parti, riducendo le rotte di consegna e le emissioni. Le piattaforme di acquisto online multi-produttore semplificano gli ordini e forniscono informazioni dettagliate sui prodotti, migliorando l'accesso dei consumatori ai beni locali.

Le AFN **slovene** danno priorità alla digitalizzazione per migliorare l'elaborazione degli ordini e la visibilità del marchio, a beneficio delle transazioni B2B e della sostenibilità ambientale. I comuni supportano le cooperative tramite sovvenzioni, attività promozionali e risorse condivise. Il commercio locale enfatizza la trasparenza e la tracciabilità, favorendo la fiducia tra produttori e consumatori e migliorando la sostenibilità attraverso relazioni dirette e una lavorazione minima.



## 2.3. Sfide e opportunità per le filiere corte alimentari

Le conclusioni riguardo alle sfide affrontate dalle AFN nelle regioni analizzate indicano che i **processi di trasporto sono le aree più problematiche**, riscontrate dal 52% delle AFN. È importante sottolineare che queste sono aree chiave che hanno un impatto diretto sull'efficienza operativa e sulla soddisfazione del cliente. Il 31% delle AFN ha indicato **problemi legati al processo di magazzino**, il che suggerisce che la gestione del magazzino richiede anch'essa attenzione e ottimizzazione. Gli **strumenti IT** sono stati segnalati dal 30% degli intervistati, il che potrebbe indicare la necessità di investire nella tecnologia e di migliorare la gestione degli spazi di magazzino. I **processi di imballaggio** hanno ricevuto il 22% delle indicazioni, con l'aspetto principale rappresentato dal basso livello di digitalizzazione di questi processi. Infine, i **processi di logistica inversa** sono stati raramente menzionati (19%), il che potrebbe indicare una loro minore importanza nelle attività attuali delle AFN.



Nella continuazione, vengono descritte le sfide e le opportunità delle SFSC in base ai paesi partecipanti.

### 2.3.1. Polonia

Le sfide e le opportunità per le SFSC in Polonia riguardano principalmente:

- **Riduzione dei costi e efficienza:** la collaborazione tra diversi attori delle AFN porta a economie di scala e alla concentrazione dei servizi logistici, riducendo i costi per le piccole imprese e promuovendo la sostenibilità.
- **Potere di mercato dei consumatori:** la crescente domanda di prodotti biologici e regionali influisce sui prezzi e stimola cambiamenti nella produzione agricola e nell'approvvigionamento alimentare, evidenziando l'importanza delle preferenze dei consumatori.
- **Promozione e riconoscimento:** molte AFN affrontano la difficoltà di una bassa consapevolezza e riconoscimento da parte dei consumatori, ostacolando il loro potenziale di crescita. I processi interni di gestione degli ordini, come i metodi laboriosi, possono limitare l'adesione e la portata di mercato.
- **Promozione e riconoscimento:** la bassa consapevolezza delle AFN nella società polacca evidenzia la necessità di un maggiore investimento in strategie di marketing per aumentare la consapevolezza e ampliare l'impatto. I centri di supporto agricolo nazionali e locali possono giocare un ruolo cruciale nel supporto allo sviluppo delle AFN.
- **Estensione delle conoscenze:** educare sia i produttori che i consumatori sui benefici e sulle opportunità delle AFN è fondamentale per il loro sviluppo sostenibile ed espansione.
- **COVID-19 e obiettivi ESG:** le sfide attuali, tra cui la pandemia di COVID-19 e l'attenzione sugli obiettivi ambientali, sociali e di governance (ESG), offrono opportunità per una maggiore collaborazione tra imprese, consumatori e policy maker per rafforzare le AFN.
- **Esigenze dei consumatori:** soddisfare la domanda di prodotti di alta qualità e sostenibili crea opportunità per le AFN di espandersi e prosperare nel mercato.

In conclusione, cooperazione, potere di mercato dei consumatori, riconoscimento e estensione delle conoscenze sono fondamentali per lo sviluppo sostenibile delle AFN in Polonia. Affrontare le sfide attuali e



sfruttare le opportunità può stabilire le AFN come componenti integrali di un sistema alimentare resiliente e sostenibile per il futuro.

### 2.3.2. Slovenia

Le sfide e le opportunità per le SFSC in Slovenia riguardano principalmente:

- **Modelli di business diversificati:** le AFN operano con vari modelli, dalla produzione e fornitura diretta ai consumatori all'utilizzo di piattaforme online per vendite e consegne. Tuttavia, tutte affrontano sfide complesse nella distribuzione dei prodotti e nella logistica.
- **Abitudini di acquisto dei consumatori:** comprendere i modelli di acquisto variabili e i volumi degli ordini, soprattutto per i prodotti deperibili, è cruciale. Le domande stagionali influenzano le decisioni relative alla gestione dei magazzini e delle flotte, evidenziando la necessità di strategie adattabili.
- **Raggio di consegna:** molte AFN consegnano entro i 50 km, con alcune che si estendono oltre i 100 km, il che richiede processi logistici ben organizzati. Il rispetto degli standard di sicurezza alimentare, in un contesto di forte concorrenza da parte di fornitori più grandi, aggiunge complessità.
- **Opportunità nel targeting e nel marketing:** definire gruppi target e affinare le strategie di marketing può migliorare la fiducia dei clienti e portare a partnership a lungo termine. La stipula di contratti pluriennali con le istituzioni offre stabilità per la pianificazione e le operazioni.
- **Reti collaborative:** le AFN possono ottimizzare le risorse favorendo la cooperazione tra produttori locali, intermediari e fornitori di logistica. Le soluzioni digitali per l'elaborazione degli ordini e la visibilità della supply chain possono favorire la crescita e l'efficienza.
- **Iniziative di sostenibilità:** adottare pratiche ecologiche nell'imballaggio e nell'agricoltura soddisfa la domanda dei consumatori di sostenibilità. Queste iniziative aprono nuove opportunità di mercato e sono in linea con le preferenze dei consumatori in evoluzione.

In conclusione, le AFN in Slovenia affrontano sfide logistiche e una forte concorrenza, ma hanno anche significative opportunità di crescita attraverso la collaborazione, l'innovazione e le iniziative di sostenibilità. Questo ambiente dinamico richiede strategie adattabili per navigare attraverso le tendenze in evoluzione dei consumatori e i paesaggi normativi.

### 2.3.3. Austria

Le sfide e le opportunità per le SFSC in Austria riguardano principalmente:

- **Benefici della cooperazione:** le collaborazioni tra le AFN offrono economie di scala, consentendo la condivisione di risorse finanziarie e umane, migliorando l'efficacia dei costi, la sostenibilità e l'accesso al finanziamento. La cooperazione aiuta anche a mitigare gli effetti stagionali nell'agricoltura arabile.
- **Potere di mercato dei consumatori:** la crescente domanda di prodotti biologici e regionali da parte dei consumatori sta guidando l'evoluzione delle AFN. Le preferenze dei consumatori stanno influenzando sempre più i prezzi, portando a cambiamenti nella produzione agricola e nella fornitura alimentare.
- **Marketing e consapevolezza:** le AFN soffrono spesso di bassa consapevolezza da parte dei consumatori, ostacolando il riconoscimento dei prodotti di alta qualità e sostenibili. Investire in strategie di marketing è cruciale per aumentare la visibilità e il coinvolgimento dei consumatori.
- **Influenza politica:** la pandemia di COVID-19 sottolinea la necessità di sistemi alimentari resilienti e sostenibili, spingendo il supporto politico per le AFN. Gli obiettivi ESG a livello UE enfatizzano la sostenibilità ambientale, la responsabilità sociale e una buona governance, richiedendo aggiustamenti e supporto da parte degli attori politici.



- **Ruolo delle politiche nazionali:** i ministeri nazionali, come il Ministero Federale per l'Agricoltura e il Ministero Federale per l'Azione Climatica, svolgono un ruolo cruciale nel plasmare le condizioni per le AFN. Tuttavia, la conformità alle normative e gli oneri burocratici pongono sfide per le risorse e le operazioni delle AFN.

In sintesi, la cooperazione, il potere di mercato dei consumatori, il miglioramento del marketing, il supporto politico e l'infrastruttura adeguata sono fondamentali per lo sviluppo sostenibile delle AFN. Nonostante le sfide poste dalla pandemia di COVID-19 e gli obiettivi ESG, queste presentano opportunità per un aumento della collaborazione tra imprese, consumatori e attori politici per stabilire sistemi alimentari resilienti e sostenibili.

#### 2.3.4. Italia

Le sfide e le opportunità per le SFSC in Emilia-Romagna riguardano principalmente:

- **Domanda dei consumatori:** la crescente domanda di cibo locale e sano rappresenta un'opportunità significativa di crescita per le AFN nella regione.
- **Sfide nella catena di approvvigionamento:** le AFN affrontano difficoltà nel mantenere la coerenza della catena di approvvigionamento a causa delle variazioni stagionali e della produzione frammentata.
- **Produzione frammentata:** la presenza di numerosi produttori su piccola scala e la mancanza di cooperazione contribuiscono a inefficienze logistiche.
- **Logistica e distribuzione:** organizzare la distribuzione di cibo locale per soddisfare le diverse esigenze dei consumatori può risultare complesso per le AFN.
- **Opportunità attraverso la collaborazione:** la collaborazione tra AFN, produttori, fornitori di logistica e rivenditori può semplificare le catene di approvvigionamento, mitigare le fluttuazioni stagionali e ridurre i costi.
- **Integrazione tecnologica:** l'implementazione di piattaforme digitali e strumenti di comunicazione può migliorare la coordinazione e l'efficienza all'interno delle AFN, sebbene siano necessari una riflessione sulla resistenza culturale e la sostenibilità economica.
- **Espansione del mercato e marketing:** diversificare i gruppi di acquirenti e adottare strategie di marketing innovative può aumentare la competitività e ottenere economie di scala.
- **Consapevolezza e coinvolgimento dei consumatori:** promuovere la consapevolezza sui benefici di supportare sistemi alimentari locali e sostenibili può rafforzare la fedeltà dei consumatori e il coinvolgimento della comunità.
- **Supporto del governo e delle politiche:** sostenere politiche favorevoli, l'accesso a finanziamenti, sovvenzioni e quadri normativi a livello regionale e nazionale può creare un ambiente favorevole alla crescita e allo sviluppo delle AFN.

In sintesi, affrontare le sfide strutturali attraverso la collaborazione, l'integrazione tecnologica, l'espansione del mercato, il coinvolgimento dei consumatori e il supporto governativo può aiutare le AFN in Emilia-Romagna a prosperare in un panorama competitivo, rispondendo al crescente bisogno di cibo locale e sostenibile.

#### 2.3.5. Ungheria

Le sfide e le opportunità per le SFSC in Ungheria riguardano principalmente:



- **Partnership limitate:** senza lo sviluppo di partenariati, sia le SFSC moderne che quelle tradizionali affrontano una sostenibilità incerta, influenzando l'accessibilità per consumatori e produttori.
- **Difficoltà per le piccole aziende agricole:** le piccole aziende agricole, soprattutto quelle prive di competitività autonoma, faticano a rispondere alle sfide e ai miglioramenti all'interno delle SFSC.
- **Accettazione sociale:** rafforzare l'accettazione sociale richiede aumentare la consapevolezza e il riconoscimento dei produttori e acquirenti delle SFSC.
- **Invecchiamento della popolazione e gap di competenze:** dal lato produttivo, l'invecchiamento della popolazione e la carenza di competenze professionali ostacolano il ricambio generazionale e le attività di marketing.
- **Cambiamento nelle abitudini dei consumatori:** la domanda si è spostata verso prodotti a basso prezzo dalle catene di approvvigionamento globali, a causa dei cambiamenti nelle abitudini dei consumatori influenzati da vincoli economici.
- **Consapevolezza e coinvolgimento dei consumatori:** potenziare le SFSC dipende fortemente dal miglioramento della consapevolezza e del coinvolgimento dei consumatori; la domanda guida l'offerta.
- **Supporto finanziario:** il sostegno finanziario, unito a un storico investimento nel settore agricolo, rappresenta un'opportunità per la crescita delle SFSC.
- **Supporto normativo e politico:** il continuo supporto normativo e politico può affrontare le sfide e facilitare lo sviluppo delle SFSC.

In conclusione, le SFSC in Ungheria affrontano sfide significative legate all'accettazione sociale, all'invecchiamento della popolazione e ai cambiamenti nelle abitudini dei consumatori. Superare queste sfide richiede sforzi congiunti per aumentare la consapevolezza dei consumatori, colmare le lacune di competenze tra i produttori e garantire il supporto finanziario e normativo da parte del governo. Nonostante le difficoltà, le SFSC offrono opportunità per sistemi alimentari sostenibili in Ungheria, a condizione che vengano sviluppati i sistemi di supporto necessari per affrontare le necessità di sviluppo individuate.

### 2.3.6. Sfide e opportunità comuni

In Polonia, Slovenia, Austria, Italia e Ungheria, le sfide e le opportunità nelle Short Food Supply Chains (SFSC) presentano un paesaggio variegato ma interconnesso che evidenzia la complessità e le potenzialità di miglioramento delle SFSC.

Le sfide comuni delle regioni partecipanti includono:

- **Consapevolezza dei consumatori e marketing:** Una sfida ricorrente è il basso livello di consapevolezza dei consumatori e il riconoscimento delle Reti Alimentari Alternative (AFN). Questa mancanza di visibilità ostacola il potenziale di crescita e richiede un significativo investimento in strategie di marketing in tutti i paesi per educare e coinvolgere i consumatori sui benefici del supporto ai sistemi alimentari locali e sostenibili.
- **Logistica e gestione della catena di approvvigionamento:** Gestire in modo efficiente la catena di approvvigionamento, in particolare per quanto riguarda la distribuzione e la logistica, è una sfida notevole. Le variazioni stagionali, il raggio di consegna e la necessità di conformità agli standard di sicurezza alimentare complicano le operazioni, richiedendo soluzioni logistiche adattabili e innovative.
- **Collaborazione e cooperazione:** La necessità di una maggiore collaborazione e cooperazione tra i vari attori, inclusi produttori, consumatori, fornitori di logistica e decisori politici, viene evidenziata come un fattore critico per superare le sfide operative e raggiungere economie di scala.





- **Sostegno normativo e politico:** Navigare tra gli ambienti normativi e garantire un adeguato supporto politico sono sfide comuni. La conformità alle normative in evoluzione, gli oneri burocratici e la necessità di supporto finanziario e infrastrutturale sono aree cruciali che richiedono ulteriore attenzione.

Accanto alle sfide condivise, emergono anche diverse opportunità comuni, tra cui:

- **Crescita della domanda dei consumatori:** La crescente domanda di cibo biologico, regionale e prodotto in modo sostenibile in questi paesi rappresenta un'opportunità significativa per le AFN di espandersi e prosperare.
- **Evoluzione tecnologica:** Sfruttare le piattaforme digitali e le soluzioni tecnologiche offre una via per migliorare l'efficienza della catena di approvvigionamento, migliorare il coordinamento tra gli attori e aumentare la portata del mercato e l'engagement dei consumatori.
- **Sostenibilità e obiettivi ESG:** Il focus globale sugli obiettivi ambientali, sociali e di governance (ESG) e l'impulso verso pratiche alimentari più sostenibili aprono nuove opportunità per le AFN di innovare e attrarre il supporto dei consumatori e dei decisori politici.
- **Modelli collaborativi:** Sviluppare reti e partnership collaborative può affrontare le sfide logistiche, ridurre i costi e facilitare lo scambio di conoscenze e le migliori pratiche, migliorando la resilienza e la competitività complessiva delle AFN.

Nonostante i diversi paesaggi socio-economici di Polonia, Slovenia, Austria, Italia e Ungheria, le SFSC in questi paesi affrontano un insieme di sfide e opportunità condivise che sottolineano l'importanza di interventi mirati e sforzi collaborativi. Affrontare questi problemi comuni richiede un approccio multidimensionale che include il miglioramento della consapevolezza dei consumatori, il miglioramento della gestione della logistica e della catena di approvvigionamento, la promozione della cooperazione tra gli attori e la difesa di politiche e normative di supporto. Sfruttando queste opportunità e superando le sfide, le SFSC possono contribuire in modo significativo allo sviluppo di sistemi alimentari più resilienti, sostenibili e equi nell'Europa centrale.

In sintesi, l'analisi delle SFSC evidenzia le sfide e le opportunità diverse ma interconnesse nelle diverse regioni. Dall'importanza di una logistica e gestione dei magazzini efficiente al ruolo della consapevolezza dei consumatori e dell'integrazione tecnologica, il successo delle AFN in Europa centrale dipende dall'affrontare sia gli ostacoli specifici delle singole regioni che quelli comuni. Sebbene il trasporto, la gestione dei magazzini e la conformità normativa pongano sfide significative, esiste un'opportunità condivisa nella crescente domanda di prodotti locali e sostenibili, così come nel potenziale della tecnologia per ottimizzare i processi.

In Polonia, Slovenia, Austria, Italia e Ungheria, favorire la cooperazione tra produttori, fornitori di logistica, consumatori e decisori politici emerge come un componente critico del successo. Le reti collaborative possono migliorare l'efficienza delle risorse, soddisfare la domanda dei consumatori e aumentare la resilienza a interruzioni esterne. Un supporto strategico da parte dei governi, insieme agli investimenti nel marketing e negli strumenti digitali, consentirà alle AFN di soddisfare meglio la domanda di cibo di alta qualità e sostenibile, favorendo al contempo lo sviluppo economico e gli obiettivi di sostenibilità nelle regioni. Attraverso interventi mirati e la continua collaborazione tra gli stakeholder, le SFSC possono diventare centrali nello sviluppo di sistemi alimentari sostenibili e resilienti nell'Europa centrale.