

# Editoriale

I contributi presentati in questo numero di *Economia Agro-Alimentare* presentano una caratteristica comune che già avevamo anticipato nell'editoriale che accompagnava il precedente volume e cioè di affrontare tematiche innovative rispetto a quelle tradizionali. Sembra, questa, una tendenza che si sta rinforzando e che induce ad un duplice ordine di riflessioni. Da un lato irrompono nel comune patrimonio culturale e metodologico argomenti che evidentemente destano un crescente interesse scientifico, dall'altro ne passano in secondo piano altri che, pur importanti, sembrano suscitare un minore interesse. Tutto ciò, se dovesse trovare conferma, pone rilevanti problemi alla definizione stessa degli economisti agro-alimentari, della loro comunità scientifica, del corredo metodologico di cui devono dotarsi.

Idda, Furesi e Madan sviluppano un'analisi sul comportamento del consumatore per quanto riguarda i consumi di prodotti biologici e sul ruolo della Grande Distribuzione nel promuoverne e sostenerne il crescente sviluppo. Lo studio si concentra sull'obiettivo di verificare in che misura tre aspetti caratterizzanti la Grande Distribuzione e cioè assortimento, prezzi e servizi informativi possano determinare una maggiore propensione all'acquisto specifico. Lo strumento impiegato è un'indagine sviluppata su di un campione di 1000 famiglie rappresentativo dell'intera popolazione italiana. Il campione è stato successivamente stratificato per renderlo rappresentativo dell'universo. I risultati sono stati poi analizzati avvalendosi di un modello statistico logit-linear per valutare quali fra le variabili socio-economiche siano più sensibili a ciascun fattore strategico.

Gaviglio, Licitra e Pirani hanno affrontato un tema analogo studiando i rapporti fra le marche commerciali della Grande Distribuzione Organizzata e i prodotti biologici. L'indagine sviluppata nell'area urbana milanese in tre punti vendita si è rivolta ad un campione di oltre 500 consumatori di prodotti

biologici. I risultati individuano le principali cause di fedeltà alle marche commerciali nell'acquisto di questi prodotti e in particolare il duplice rapporto di fedeltà all'insegna ed al singolo punto di vendita rispetto alle altre variabili prese in considerazione.

Caccetta e Platania intervengono con uno studio che si propone di approfondire le conoscenze sui consumatori dei prodotti di IV gamma che hanno dimostrato negli ultimi anni una forte dinamica evolutiva in tutto il paese, anche se con modalità territorialmente diversificate. L'indagine si è sviluppata su un campione casuale di consumatori di 100 unità costruito con l'obiettivo di rappresentare la popolazione residente nel comune di Reggio Calabria. I risultati sottoposti a valutazione statistica permettono di tracciare i profili del consumatore, le motivazioni e i comportamenti in relazione alle caratteristiche del campione.

Battaglini, Di Nunzio, Marino e Rugiero affrontano un tema molto sentito dall'opinione pubblica e cioè quello della sicurezza alimentare, occupandosi della percezione del rischio da parte del consumatore e dei conseguenti comportamenti di consumo. L'approccio seguito è di carattere interdisciplinare ed ha coinvolto sociologi ed economisti. Sulla base della ridefinizione del concetto di rischio alimentare è stato costruito un modello di analisi valutato successivamente con la tecnica del focus group. In seguito, è stato elaborato un questionario somministrato a 800 consumatori e finalizzato alla identificazione dei comportamenti alimentari delle diverse tipologie di consumatori che emergono.

Mauracher e Valentini si occupano del tema della convergenza alimentare, un argomento che si propone con rinnovato interesse in Europa dopo il recente allargamento dell'UE e mentre emerge con crescente rilievo la tendenza dei mercati alimentari a divenire sempre più segmentati. L'analisi sviluppata utilizzando la cluster analysis mostra un crescente processo di omogeneizzazione dei consumi fra i due blocchi di paesi che formano l'attuale UE per quanto riguarda i nutrienti fondamentali ed anche, sia pure con alcune differenziazioni, alcune micro categorie di consumi.

Perito dedica la sua attenzione alle forme di organizzazione dei canali di distribuzione della GDO in relazione agli acquisti realizzati nei paesi terzi del bacino del mediterraneo. La metodologia seguita prende in considerazione l'approccio neo-istituzionale dei costi di transazione applicato al canale di distribuzione con global sourcing. Dal lavoro emergono le diverse modalità seguite e in particolare il fatto che la durata dei contratti realizza, di fatto, una sorta di arbitraggio fra prodotto nazionale e prodotto importato.

Brugnoli e Fantuzzi, infine, esaminano il rischio occupazionale nei sistemi agroalimentari dell'Emilia Romagna. Una tematica che può influenzare anche l'immagine della produzione agro-alimentare nel contesto delle altre attività produttive. Lo studio individua i sistemi agro-alimentari della regione ed elabora un set di indicatori statistici analizzati con lo strumento dell'analisi delle componenti principali. Ad essa è poi seguita una cluster analysis sviluppata a partire da queste ultime e finalizzata alla descrizione ed interpretazione dei sistemi.