

Editoriale

Con il numero 2/2010 la Rivista prosegue nell'impegno di migliorare la regolarità delle uscite per conferire alla pubblicazione un migliore livello di soddisfazione degli obiettivi che la Società Italiana di Economia Agroalimentare si è proposta di conseguire. Questo numero inoltre, segna il passaggio dal precedente Comitato di redazione, formato da Aldo Bertazzoli, Paolo Cupo e Pietro Pulina che desidero ringraziare per l'impegno, le capacità e il grande spirito di collaborazione, al nuovo Comitato che è costituito dai componenti del Consiglio di Presidenza della Società a ulteriore conferma dell'impegno al rafforzamento del ruolo della Rivista nel panorama delle sedi editoriali proprie degli Economisti agrari. La direzione scientifica rimane invariata.

Il numero si apre con un contributo di Sisto, De Meo e Lopolito che affronta un tema come il concetto di reputazione, il meccanismo che consente di pervenire alla remunerazione delle risorse impiegate nell'ottenimento di un prodotto legato ad un determinato territorio. Lo studio, esaminati gli aspetti teorici, si rivolge al caso di studio sviluppato con un'indagine effettuata nel territorio.

Bracco e Riccardi esaminano il settore del Commercio Equo e solidale dei prodotti agroalimentari considerato in genere come uno strumento in grado di generare effetti positivi sia per i produttori sia per i consumatori con una disamina delle tematiche interessate e delle prospettive di sviluppo dello stesso anche in relazione agli impatti sulle produzioni locali.

Chironi e Ingrassia affrontano le problematiche connesse alla comunicazione come strumento di supporto alla competitività delle imprese vinicole. Lo studio analizza l'orientamento di aziende siciliane nei confronti dell'investimento in comunicazione cercando di individuare, mediante la Cluster Analysis, comportamenti e scelte.

Economia agro-alimentare, n. 2-2010

De Blasi, De Boni e Roma esaminano la questione degli alimenti di qualità attraverso la valutazione del benessere e del surplus del consumatore con l'obiettivo di proporre un approccio alle scelte tramite gli effetti che la condizione di benessere e il livello di soddisfazione percepito hanno sui comportamenti di consumo.

Giuca ritorna sull'ambiguità del concetto di qualità affrontando il tema della coerenza/incoerenza delle norme comunitarie su prodotti di qualità particolari come quelli biologici.

Gaviglio e Pirani si occupano della tematica della conoscenza del consumatore attraverso l'analisi delle componenti negative nelle scelte di acquisto di alcuni prodotti agroalimentari partendo dall'analisi delle componenti negative del fenomeno di scelta.

Naspetti, considerate le incertezze e l'indeterminazione dei criteri relativi alla definizione di qualità, dopo un'ampia rassegna introduce nuove proposte idonee in particolare ai prodotti zootecnici ottenuti col metodo biologico.

Donia e Sgroi nel loro studio affrontano le problematiche di una delle maggiori marinerie, quella di Mazara del Vallo, valutando anche sul piano economico consistenza e prospettive, in particolare in relazione al tema di grande attualità dello sviluppo sostenibile della pesca nel Mediterraneo e suggerendo un modello organizzativo di tipo distrettuale.