



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

DISEI
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE PER L'ECONOMIA
E L'IMPRESA

App di autovalutazione della sostenibilità: criteri decisionali e indicatori di impatto

Autori:

Andrea Marescotti, Giovanni Belletti e Matteo Mengoni (Università degli Studi di Firenze, Italia)

Indice dei contenuti

ELENCO DEI SETTE CRITERI DECISIONALI	2
ELENCO DEI 33 INDICATORI DI IMPATTO	3
CORRISPONDENZA CRITERI-IMPATTI.....	4



Questo documento fa parte di un progetto che ha ricevuto un finanziamento dal programma di ricerca e innovazione Horizon 2020 dell'Unione Europea con l'accordo di sovvenzione n. 101000918.

LISTA DEI SETTE CRITERI DECISIONALI

Ai rispondenti viene chiesto di valutare l'importanza, utilizzando una scala Likert a 5 punti (da *estremamente importante* a *poco importante*), di una lista di criteri rilevanti che i produttori prendono abitualmente in considerazione quando prendono decisioni sulla loro attività produttiva e sui loro canali di commercializzazione. I sette criteri decisionali sono i seguenti:

AUMENTO DEL REDDITO
SICUREZZA E STABILITÀ DEL REDDITO
EQUITÀ E GIUSTIZIA SOCIALE
SOSTENERE LA COMUNITÀ LOCALE
SODDISFAZIONE DEI CONSUMATORI
RIDUZIONE DELL'INQUINAMENTO
PRESERVARE LE RISORSE LOCALI (CULTURA, RISORSE TRADIZIONALI, KNOW-HOW)

LISTA DEI 33 INDICATORI DI IMPATTO

Agli intervistati viene chiesto di indicare, su una scala Likert a 5 punti (da *molto positivo* a *molto negativo*), qual è l'impatto secondo loro dell'iniziativa di filiera corta (FC) in cui sono impegnati e di un altro canale di commercializzazione a loro disposizione (corto o lungo, chiamato "canale di distribuzione *benchmark*") su una lista di 33 aspetti economici, sociali e ambientali.

INDICATORI ECONOMICI

- EC1) Livello del prezzo di vendita.
- EC2) Livello di reddito/remunerazione del lavoro.
- EC3) Prevedibilità dei volumi venduti.
- EC4) Possibilità di accesso al mercato.
- EC5) Potere contrattuale e autonomia decisionale.
- EC6) Possibilità di diversificare i prodotti venduti e le attività generatrici di reddito.
- EC7) Possibilità di vendere prodotti non adatti ad altri canali di distribuzione.
- EC8) Possibilità di ottenere termini di pagamento favorevoli.
- EC9) Possibilità di condividere il rischio con altri produttori, clienti/consumatori e altri attori.
- EC10) Possibilità di condividere risorse (beni, conoscenze, ecc.) con altri produttori, clienti/consumatori e altri attori.
- EC11) Distribuzione equa del valore aggiunto lungo la filiera.
- EC12) Crescita dell'economia locale.
- EC13) Soddisfazione dei consumatori/clienti (freschezza, qualità, varietà, rapporto qualità/prezzo).
- EC14) Resilienza al perturbazioni della filiera dovute a shock esterni.

INDICATORI SOCIALI

- S1) Fiducia e relazioni sociali tra produttori e consumatori/clienti.
- S2) Cooperazione tra produttori.
- S3) Creazione e/o mantenimento di posti di lavoro nella comunità locale.
- S4) Opportunità di lavoro per i gruppi marginali (persone con disabilità, in stato di detenzione, con disturbi da gioco d'azzardo/sostanze, ecc.)
- S5) Benessere personale dei produttori (ad esempio, realizzazione, autostima, equilibrio tra lavoro e vita privata, ecc.)
- S6) Empowerment femminile.
- S7) Empowerment, vitalità e coesione delle comunità locali.
- S8) Conservazione dei saperi e della cultura tradizionali e locali.
- S9) Consapevolezza e conoscenza dei prodotti alimentari e sui relativi processi di produzione da parte dei consumatori.
- S10) Accessibilità per i consumatori a basso reddito.
- S11) Capacità di mantenere l'occupazione durante gli shock esterni.

INDICATORI AMBIENTALI

- EN1) Riduzione dell'inquinamento dovuto al trasporto.
- EN2) Riduzione dell'inquinamento dovuto all'imballaggio.
- EN3) Riduzione dello spreco alimentare lungo la filiera.
- EN4) Riduzione dell'uso di pesticidi, prodotti agrochimici, conservanti e altri input chimici.
- EN5) Preservazione dell'agrobiodiversità (ad esempio, varietà e razze tradizionali).
- EN6) Benessere degli animali.
- EN7) Rigenerazione delle risorse naturali e dei paesaggi.
- EN8) Consapevolezza di produttori e consumatori sull'impatto ambientale della produzione e del consumo di alimenti.

CORRISPONDENZA CRITERI-IMPATTI

Lo strumento converte le risposte alla prima parte sui criteri decisionali in "pesi" numerici. Quindi, abbina i 33 impatti economici, sociali e ambientali ai sette criteri decisionali e i pesi generati dai criteri vengono utilizzati per pesare le risposte della valutazione d'impatto. Questa procedura consente di generare degli "impatti ponderati", in grado di cogliere non soltanto l'impatto percepito dei due canali di distribuzione (FC e Benchmark) sugli aspetti economici, sociali e ambientali considerati, ma anche l'importanza relativa di ciascun aspetto nel processo decisionale dei rispondenti.

Di seguito, la corrispondenza tra gli indicatori di impatto (riportati in forma completa e in etichetta semplificata) e i criteri decisionali.

<u>IMPATTI ECONOMICI</u>		
<u>INDICATORI</u>	<u>ETICHETTE SEMPLIFICATE</u>	<u>CRITERI DECISIONALI</u>
EC1) Livello del prezzo di vendita.	LIVELLO DI PREZZO	AUMENTO DEL REDDITO
EC2) Livello di reddito/retribuzione del lavoro.	LIVELLO DI REDDITO	AUMENTO DEL REDDITO
EC3) Prevedibilità dei volumi venduti.	PREVEDIBILITÀ DELLE VENDITE	SICUREZZA E STABILITÀ DEL REDDITO
EC4) Possibilità di accesso al mercato.	ACCESSO AL MERCATO	AUMENTO DEL REDDITO
EC5) Potere contrattuale e autonomia decisionale.	POTERE E AUTONOMIA	EQUITÀ E GIUSTIZIA SOCIALE
EC6) Possibilità di diversificare i prodotti venduti e le attività generatrici di reddito.	PRODOTTI E DIVERSIFICAZIONE DEL REDDITO	SICUREZZA E STABILITÀ DEL REDDITO
EC7) Possibilità di vendere prodotti non adatti ad altri canali	PRODOTTI NON IDONEI	SICUREZZA E STABILITÀ DEL REDDITO

di distribuzione.		
EC8) Possibilità di ottenere condizioni di pagamento favorevoli.	TERMINI DI PAGAMENTO FAVOREVOLI	SICUREZZA E STABILITÀ DEL REDDITO
EC9) Possibilità di condividere il rischio con altri produttori, clienti/consumatori, altri attori.	CONDIVISIONE DEL RISCHIO	SICUREZZA E STABILITÀ DEL REDDITO
EC10) Possibilità di condividere risorse (beni, conoscenze, ecc.) con altri produttori, clienti/consumatori, altri attori.	CONDIVISIONE DELLE RISORSE	AUMENTO DEL REDDITO
EC11) Distribuzione equa del valore aggiunto lungo la catena del valore.	EQUITÀ DISTRIBUTIVA	EQUITÀ E GIUSTIZIA SOCIALE
EC12) Crescita dell'economia locale.	CRESCITA DELL'ECONOMIA LOCALE	SOSTENERE LA COMUNITÀ LOCALE
EC13) Soddifazione dei consumatori/clienti (freschezza, qualità, varietà, rapporto qualità/prezzo).	SODDISFAZIONE DEI CONSUMATORI	SODDISFAZIONE DEI CONSUMATORI
EC14) Resilienza alle interruzioni della catena del valore dovute a shock esterni.	RESILIENZA ECONOMICA A SHOCK ESTERNI	SICUREZZA E STABILITÀ DEL REDDITO
<u>IMPATTI SOCIALI</u>		
S1) Fiducia e relazioni sociali tra produttori e consumatori/clienti.	FIDUCIA E RELAZIONI	SOSTENERE LA COMUNITÀ LOCALE
S2) Cooperazione tra produttori.	COOPERAZIONE TRA PRODUTTORI	SOSTENERE LA COMUNITÀ LOCALE
S3) Creazione e/o mantenimento di posti di lavoro nella comunità locale.	LAVORO LOCALE	SOSTENERE LA COMUNITÀ LOCALE
S4) Opportunità di lavoro per i gruppi emarginati (persone con disabilità, in stato di detenzione, con disturbi da gioco d'azzardo/sostanze, ecc.)	LAVORATORI MARGINALI	EQUITÀ E GIUSTIZIA SOCIALE
S5) Benessere personale dei produttori (ad esempio, realizzazione, autostima, equilibrio tra lavoro e vita privata, ecc.)	BENESSERE DEI PRODUTTORI	EQUITÀ E GIUSTIZIA SOCIALE
S6) Empowerment delle donne.	EMPOWERMENT FEMMINILE	EQUITÀ E GIUSTIZIA SOCIALE
S7) Responsabilizzazione, vitalità e coesione delle comunità locali.	EMPOWERMENT DELLA COMUNITÀ	SOSTENERE LA COMUNITÀ LOCALE
S8) Conservazione delle conoscenze e della cultura tradizionale e locale.	IDENTITÀ LOCALE E PRESERVAZIONE DELLE CONOSCENZE	PRESERVARE LE RISORSE LOCALI (CULTURA, RISORSE TRADIZIONALI, KNOW-HOW)

S9) Consapevolezza e conoscenza dei consumatori sui prodotti alimentari e sui relativi processi di produzione	CONSAPEVOLEZZA ALIMENTARE DEI CONSUMATORI	SODDISFAZIONE DEI CONSUMATORI
S10) Accessibilità per i consumatori a basso reddito.	ACCESSIBILITA' PER I CONSUMATORI	SODDISFAZIONE DEI CONSUMATORI
S11) Capacità di mantenere l'occupazione durante gli shock esterni.	RESILIENZA DEL LAVORO/IMPIEGO A SHOCK ESTERNI	SOSTENERE LA COMUNITÀ LOCALE
IMPATTI AMBIENTALI		
EN1) Riduzione dell'inquinamento dovuto ai trasporti.	INQUINAMENTO DA TRASPORTO	RIDUZIONE DELL'INQUINAMENTO
EN2) Riduzione dell'inquinamento dovuto agli imballaggi.	INQUINAMENTO DA IMBALLAGGIO	RIDUZIONE DELL'INQUINAMENTO
EN3) Riduzione degli sprechi alimentari lungo la filiera.	SPRECO ALIMENTARE	EQUITÀ E GIUSTIZIA SOCIALE
EN4) Riduzione dell'uso di pesticidi, prodotti agrochimici, conservanti e altri input chimici.	PESTICIDI	RIDUZIONE DELL'INQUINAMENTO
EN5) Conservazione dell'agrobiodiversità (ad esempio, varietà e razze tradizionali).	PRESERVAZIONE DELL'AGROBIODIVERSITÀ	PRESERVARE LE RISORSE LOCALI (CULTURA, RISORSE TRADIZIONALI, KNOW-HOW)
EN6) Benessere degli animali.	BENESSERE ANIMALE	EQUITÀ E GIUSTIZIA SOCIALE
EN7) Rigenerazione delle risorse naturali e dei paesaggi.	RIGENERAZIONE DELLE RISORSE	PRESERVARE LE RISORSE LOCALI (CULTURA, RISORSE TRADIZIONALI, KNOW-HOW)
EN8) Sensibilizzazione di produttori e consumatori sull'impatto ambientale della produzione e del consumo di alimenti.	CONSAPEVOLEZZA AMBIENTALE	EQUITÀ E GIUSTIZIA SOCIALE