

# I Prodotti Agroalimentari Tipici E La Grande Distribuzione Organizzata

Questo Atlante contiene più di 260 schede di prodotti tipici e tradizionali della Lombardia. Aggiornato al 2015.

365.854

365.814

278.2.1

1820.157

Il web è diventato un indispensabile strumento di lavoro per le imprese e nel corso degli anni si è imposto come parte integrante del marketing mix a disposizione delle aziende. L'evoluzione del web verso le reti pubbliche sta determinando mutamenti nei comportamenti sociali e professionali, nelle forme organizzative e nei modelli di business con un ruolo crescente della condivisione e dello scambio delle informazioni e delle conoscenze. Lo sviluppo del commercio elettronico ha delineato uno scenario nuovo, divenendo una valida opportunità per far risaltare le caratteristiche specifiche dei prodotti italiani, consentendone l'inserimento in un mercato globale in cui possono trovare collocazione sia i prodotti tipici a marchio comunitario, sia le produzioni di nicchia e di alto pregio ottenute in circoscritte aree territoriali e in quantità limitate tali da non consentire l'attivazione dei tradizionali approcci di marketing. Questo saggio presenta il caso di un'azienda salentina che vende prodotti agroalimentari tipici in tutto il mondo attraverso Internet.

Nel corso dell'ultimo decennio in Italia si è assistito a un crescente interesse per le scienze sensoriali. Di conseguenza è aumentato il numero di ricercatori impegnati in questo settore così come continuano a crescere le aziende che utilizzano le valutazioni sensoriali nell'innovazione e ottimizzazione di prodotto e nel controllo qualità. Nella valorizzazione delle produzioni alimentari di pregio del nostro Paese è sempre maggiore la sensibilità verso l'adozione di metodi rigorosi nella descrizione delle proprietà sensoriali dei prodotti e nelle attività di verifica della conformità a definiti standard sensoriali. La Società Italiana di Scienze Sensoriali ha svolto un ruolo determinante nell'attivare e guidare questo sviluppo. Per il 2008, in continuità con l'attività svolta, la Società ha voluto organizzare il II Convegno Nazionale per un confronto fra tutti coloro che nel nostro Paese operano nel campo delle scienze sensoriali.

Il volume raccoglie oltre trenta saggi, rielaborati, presentati al XXV Colloquio dell'Associazione Italiana di Diritto Comparato, tenutosi a Parma nel maggio 2019 e dedicato a "Cibo e diritto". I contributi spaziano dalla cultura alimentare, alla filiera agro-alimentare, alla regolazione dei mercati e alla concorrenza, ai profili di proprietà intellettuale, al commercio internazionale, alla tutela dei consumatori e alle tematiche relative all'educazione alimentare e alle sfide della sostenibilità, e si conclude con una parte dedicata ai diritti degli animali. Contributi di: Ferdinando Albisinni, Gabriella Autorino, Lorenzo Bairati, Marco Barbone, Silvia Bolognini, Albina Candian, Irene Canfora, Cristina Costantini, Lucia Di Costanzo, Roberto D'Orazio, Fiore Fontanarosa, Cesare Galli, Iñigo del Guayo Castiella, Antonio Iannarelli, Sabrina Lanni, Pamela Lattanzi, Anna Maria Mancaleoni, Mauro Mazza, Alessandro Palmieri, Alessandra

Pera, Federico Pernazza, Luca E. Perriello, Pier Luigi Petrillo, Pier Paolo Picarelli, Cinzia Piciocchi, Valeria Piergigli, Francesca Rescigno, Giuseppe Rossi, Luigi Russo, Lucia Scaffardi, Giovanni Sciancalepore, Salvatore Sica, Andrea Stazi, Elettra Stradella, Bruno Tassone, Marcilio Toscano Franca Filho, Francesco Paolo Traisci, Laura Vagni, Anny Viana Falcão.

365.820

2000.1404

1820.186

1137.73

1820.198

I prodotti del settore agroalimentare italiano sono, da secoli, molto apprezzati, sia in Italia che all'estero. Parallelamente alla diffusione dei prodotti, oltre i ristretti ambiti territoriali locali e all'implementazione di politiche per l'ottimizzazione dell'immagine e della notorietà, si sono sviluppate e diffuse le frodi alimentari, con conseguenze talora letali. In siffatti scenari, i sistemi per la tracciabilità hanno assunto un ruolo basilare nel contrasto delle adulterazioni, nella valorizzazione del paniere di attributi dei prodotti e nell'incremento della brand equity. Le tematiche inerenti alla tracciabilità sono correlate all'analisi dei comportamenti di acquisto e di consumo, a una rinnovata attenzione al binomio prezzo-qualità, all'aumento dei costi di trasporto, all'affermarsi della consapevolezza che, finita l'opulenza degli anni '80, dominata dal convincimento che la macchina dello spreco e del consumo sarebbe stata un inarrestabile e ineluttabile modello, cui tutte le popolazioni del mondo avrebbero teso, il problema della scarsità delle risorse si rivela impellente e di non facile soluzione.

365.861

Una delle caratteristiche del sistema agroalimentare italiano, che si è andata affermando con evidenza negli ultimi decenni, è la sua complessità. Essa deriva innanzitutto dal forte processo di integrazione che si è sviluppato fra le diverse componenti del sistema, dall'agricoltura, all'industria di trasformazione alimentare, alla grande distribuzione, fino ai nuovi rapporti con il consumo finale e la sicurezza alimentare, ma anche dall'affermarsi di collegamenti sempre più stretti con gli altri paesi, in particolare quelli europei, con aumento notevole degli scambi di beni agricoli e alimentari, che hanno reso la realtà italiana sempre più aperta verso l'esterno. Lo scopo di questo volume è quello di fornire un contributo alle analisi sviluppatesi nel corso degli anni sulla realtà italiana, caratterizzata da profonde eterogeneità, strutturali e territoriali. Ciò è avvenuto attraverso l'indagine di alcuni processi di trasformazione del settore, di fondamentale importanza per l'economia nazionale, per valutarne i punti di forza e di debolezza nel nuovo scenario competitivo internazionale ed europeo. Il fine ultimo è stato quello di contribuire a migliorare il processo decisionale degli operatori nelle singole filiere e nei territori, ma anche di fornire alcuni strumenti ai policy makers, ai differenti livelli, nella definizione di politiche appropriate rispetto ai nuovi scenari istituzionali e di mercato, che stanno sempre più emergendo. I contributi contenuti nel volume sono suddivisi in tre parti: il sistema

agroalimentare italiano, il territorio, l'integrazione e la qualità dei beni alimentari; i cambiamenti nei mercati alimentari; l'impatto delle politiche comunitarie.

Questo volume contiene alcuni progetti e ricerche che fanno parte di un processo culturale contemporaneo che vede la trasformazione del concetto di tutela del paesaggio, intesa non più come un travasamento di vincoli sul territorio, quanto piuttosto una tutela finalizzata all'individuazione di nuove modalità di gestione, valorizzazione, promozione delle forme e delle attività identitarie che regolano i paesaggi. In questo senso i paesaggi rurali rappresentano una categoria interessante di paesaggio culturale, la cui sopravvivenza è legata a doppio filo con il mantenimento delle pratiche agricole tradizionali e degli usi delle comunità locali. I contributi afferiscono a diverse discipline ed evidenziano la necessità di una multidisciplinarietà nell'approccio ai temi del paesaggio.

Il volume raccoglie i contributi più significativi della decima edizione della Scuola estiva nazionale di Sviluppo Locale "Sebastiano Brusco", che si è svolta nel luglio 2015 a Seneghe, nel cuore della Sardegna, e ne riprende il titolo e il focus tematico, "Imprenditorialità, territori e innovazione". La riflessione collettiva sviluppata lungo i diciassette saggi che lo compongono si iscrive nel dibattito in corso intorno ai fattori all'origine di una nuova centralità economica e culturale del lavoro e dell'impresa, specificamente nel settore della produzione agro-alimentare neo-contadina, al fine di metterne in rilievo alcuni meccanismi virtuosi nell'organizzazione socio-spaziale dei processi economici. L'accento è posto sulle molteplici valenze del territorio, quale contesto all'interno e in ragione del quale si generano molti fenomeni di rilievo analitico e pratico: la costruzione di una specifica accezione di qualità dei prodotti agro-alimentari; la creazione di legami convincenti tra i paradigmi concettuali della Tradizione e dell'Innovazione; la strutturazione di reti di impresa; la configurazione di filiere territoriali competitive, da quelle di prossimità a quelle globali parzialmente dematerializzate lungo i canali telematici; la generazione di processi imprenditoriali multifunzionali innovativi; la declinazione di esperienze multiformi di innovazione sociale; la ricerca di un equilibrio tra la competizione su un mercato profondamente volubile e la strutturazione sedimentata della piccola impresa, dove restano centrali i meccanismi di genere e generazionali, a base familiare; la trasmissione di saperi e competenze, innescata dal dialogo costante tra innovazione e formazione.

[Copyright: c593d620578919ec8b5bb588114f4299](https://www.pdfdrive.com/c593d620578919ec8b5bb588114f4299)