

Voting session

O P E R A



RESEARCH CENTER

Sviluppo sostenibile della filiera agroalimentare:
verso un linguaggio comune

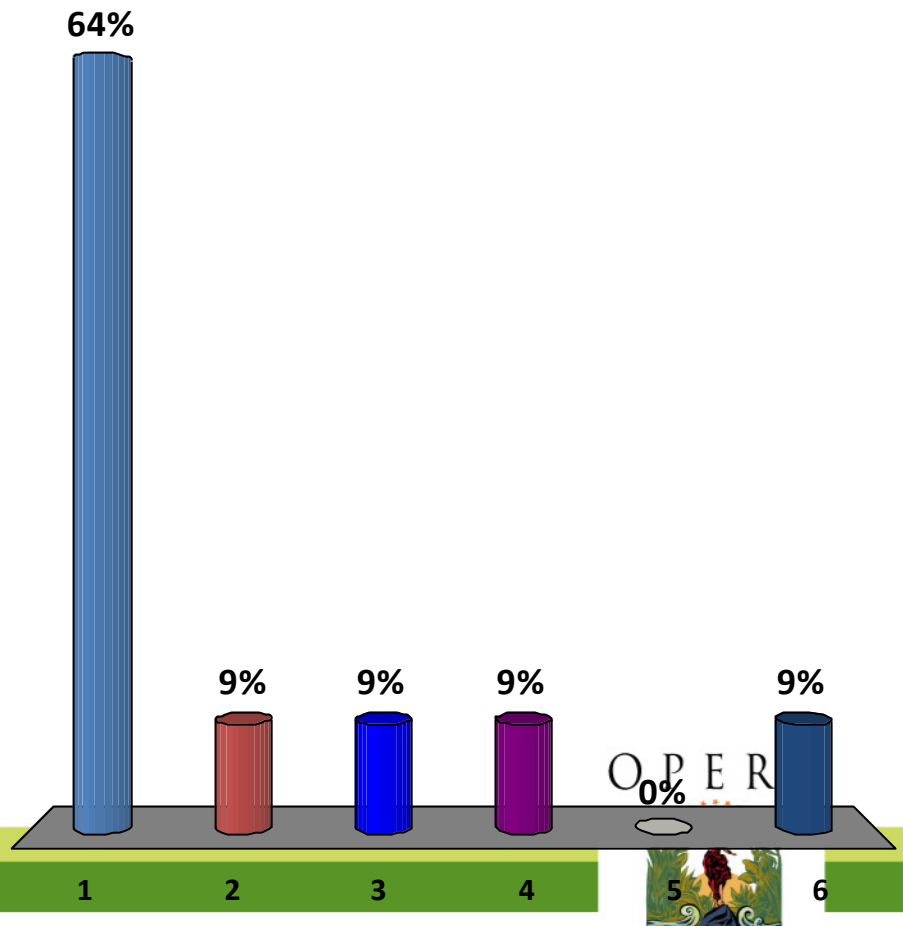
Giovedì 17 maggio 2012 - Piacenza



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

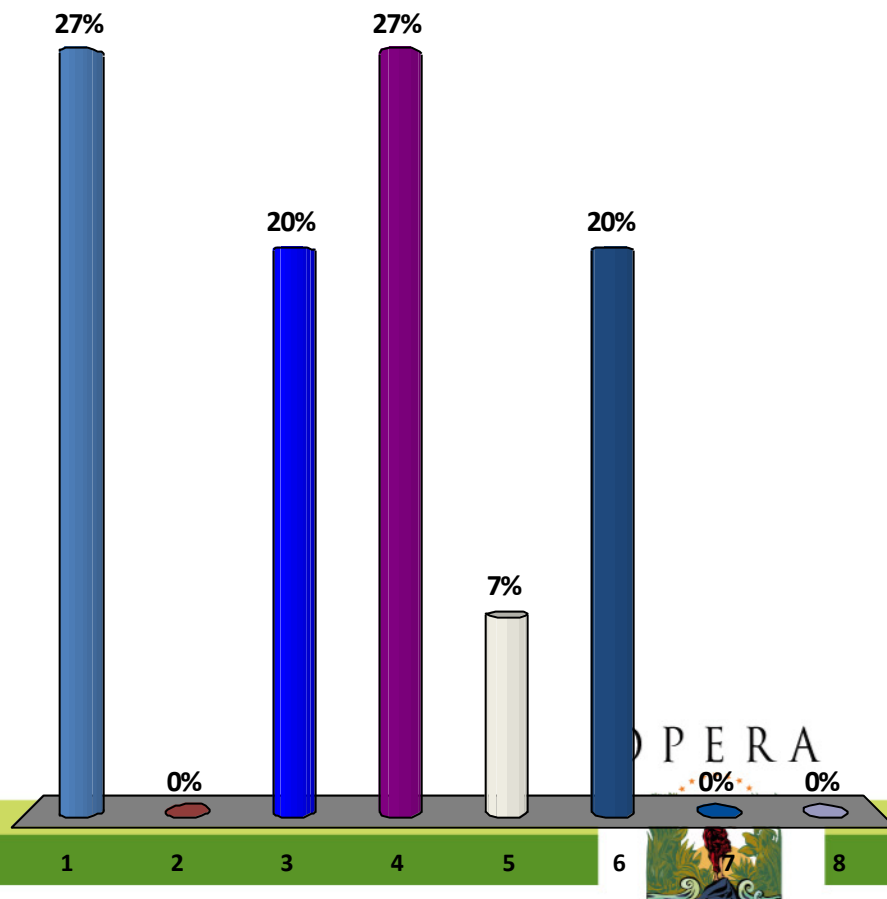
1 In quale dei seguenti gruppi di stakeholders pensate di rientrare maggiormente?

1. Rappresentante del settore agricolo
2. Rappresentante dell'industria agroalimentare
3. Rappresentante del settore della distribuzione
4. Esponente del mondo accademico e della ricerca
5. Esponente del settore istituzionale
6. Rappresentante dei consumatori



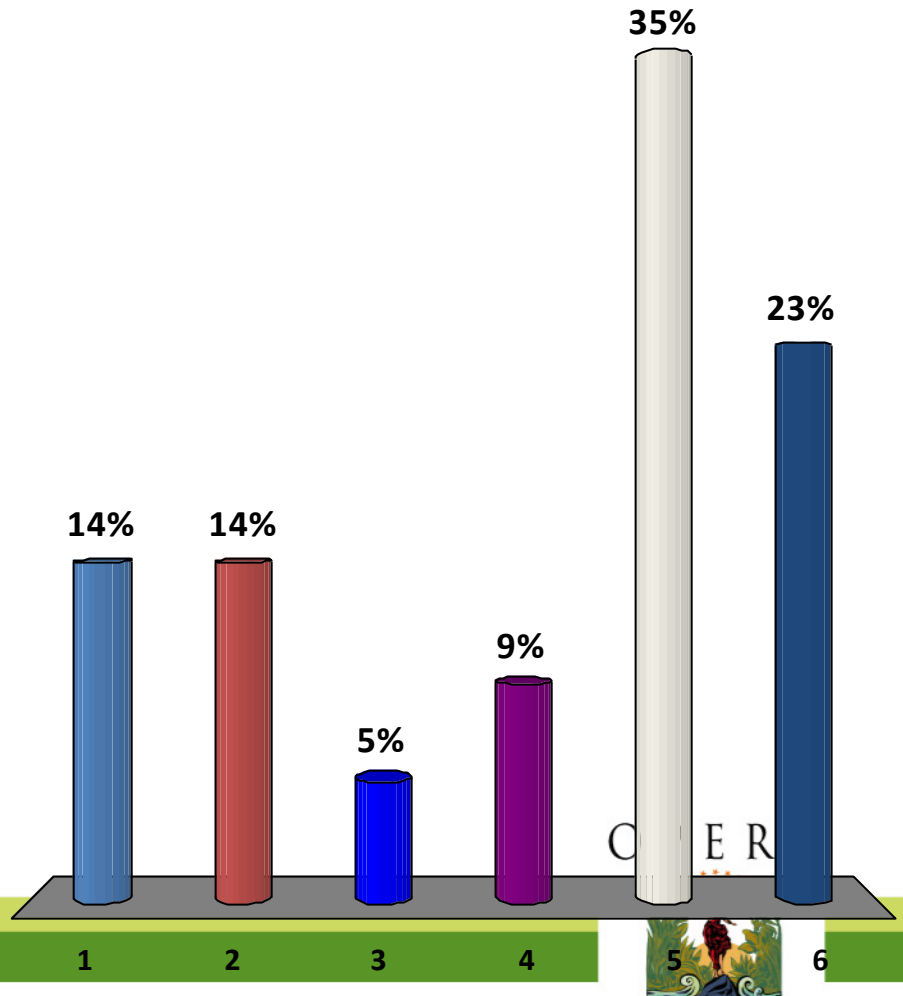
2 Quale sarà secondo voi la più grande minaccia per il settore agro-alimentare nei prossimi 30 anni in Italia?

1. Volatilità dei prezzi
2. Cambiamenti climatici
3. Invecchiamento popolazione rurale
4. Perdita di suolo agricolo per aumento dell'urbanizzazione
5. Incremento prezzo del petrolio
6. Insorgenza di nuove patologie
7. Perdita di produttività dei suoli agricoli
8. Incremento demografico



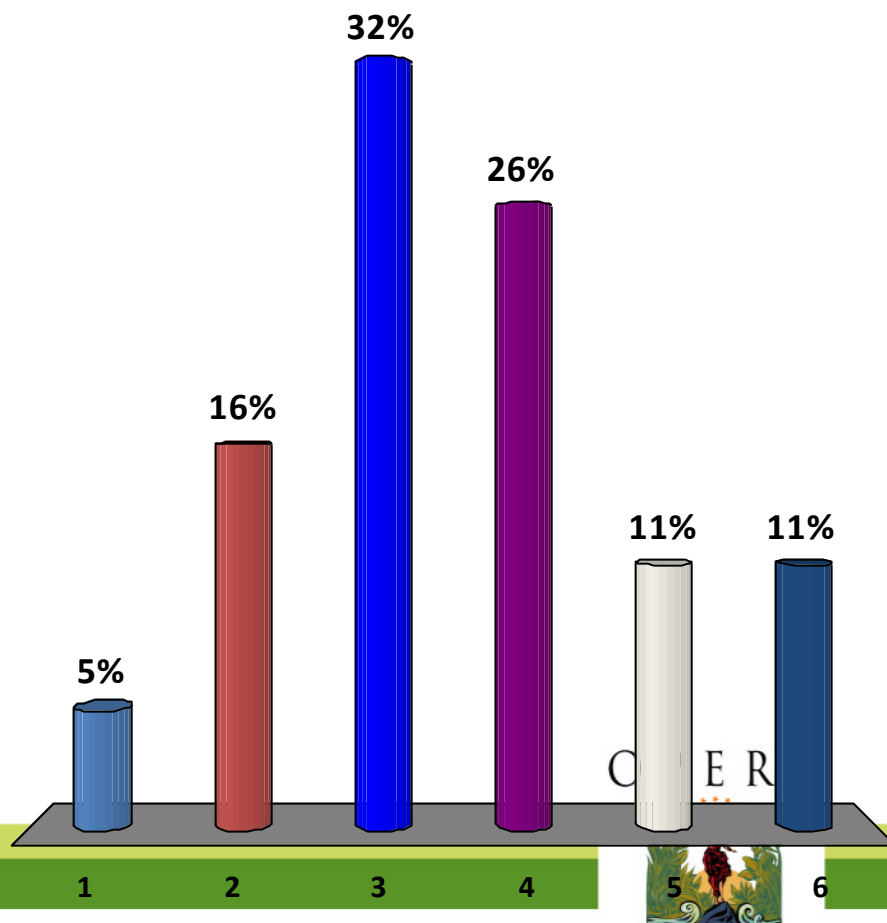
3 Secondo voi su quale delle seguenti opzioni dovrebbe principalmente soffermarsi l'agricoltore italiano per essere sostenibile?

1. Migliorare la comunicazione con il consumatore
2. Migliorare la qualità e la sicurezza del prodotto
3. Produrre ed usare energia rinnovabile
4. Offrire extra servizi sfruttando le tipicità e le tradizioni locali
5. Sviluppare tecniche produttive più efficienti per aumentare la resa
6. Promuovere accordi di filiera orizzontali e/o verticali



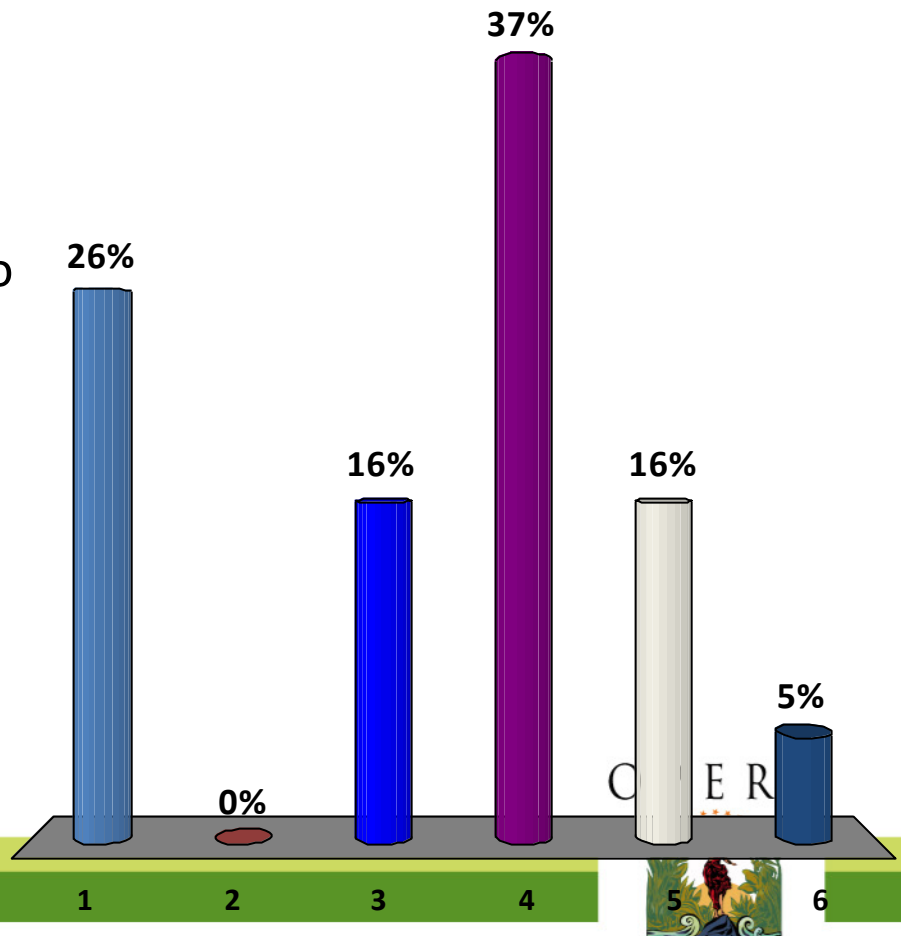
4 Secondo voi su quale delle seguenti opzioni dovrebbe principalmente soffermarsi il settore della distribuzione italiano per essere sostenibile?

1. Aumentare gli standard qualitativi dei prodotti venduti
2. Adottare strumenti a minore impatto ambientale nella gestione del punto vendita
3. Informare e coinvolgere in maniera adeguata il consumatore
4. Promuovere accordi di filiera equi con gli altri soggetti della filiera
5. Promuovere la vendita di prodotti locali
6. Promuovere la vendita dei soli prodotti dotati di certificazione/etichetta ambientale



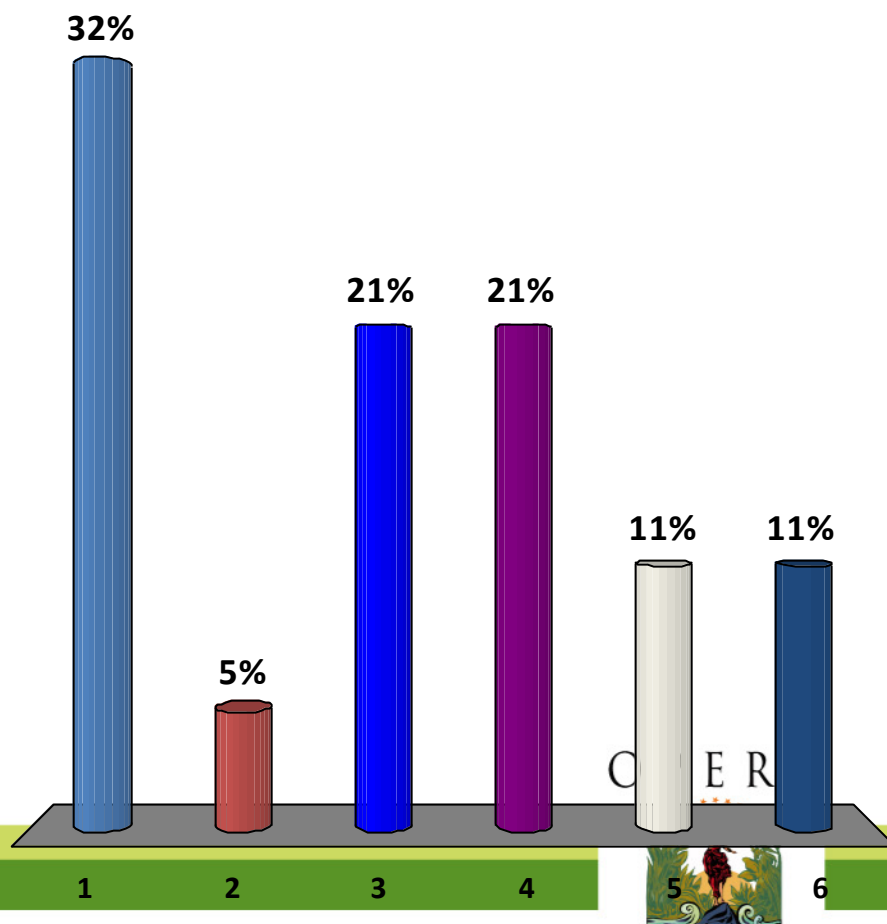
5 Secondo voi un'azienda che intraprenda un percorso di sostenibilità cosa deve considerare fondamentale?

1. Il coinvolgimento di tutti gli stakeholders
2. Le campagne informative/pubblicitarie rivolte a consumatori/investitori
3. Un percorso di certificazione secondo norme ISO o simili
4. Uno strumento gestionale per raccogliere i risultati e pianificare gli interventi
5. Una consulenza esterna qualificata
6. Il consenso dei propri dipendenti



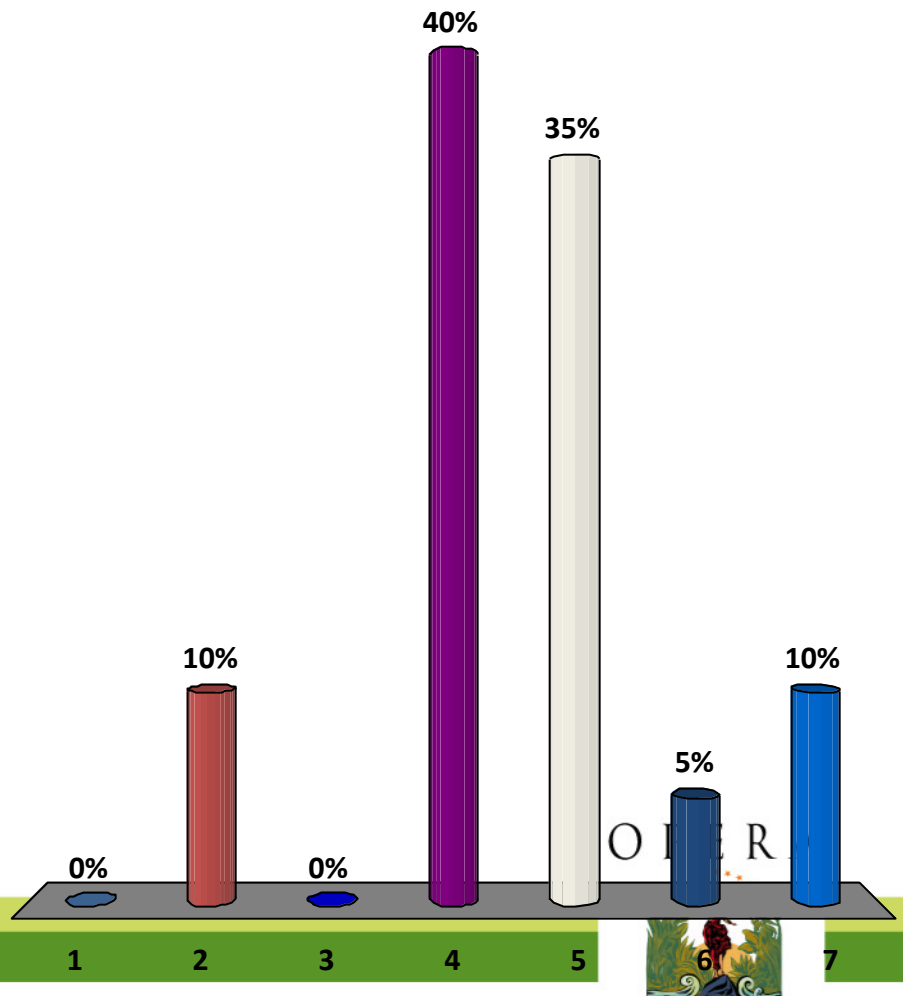
6 Secondo voi su cosa l'autorità pubblica dovrebbe puntare per aiutare il settore agroalimentare italiano ad essere più sostenibile?

1. Adeguata formazione per gli operatori agricoli
2. Appropriati incentivi al mondo agricolo
3. Promozione di accordi di filiera (orizzontali e verticali)
4. Corretta informazione ed educazione del consumatore
5. Garanzia di una stabilizzazione e trasparenza dei prezzi
6. Più flessibilità e minore burocrazia



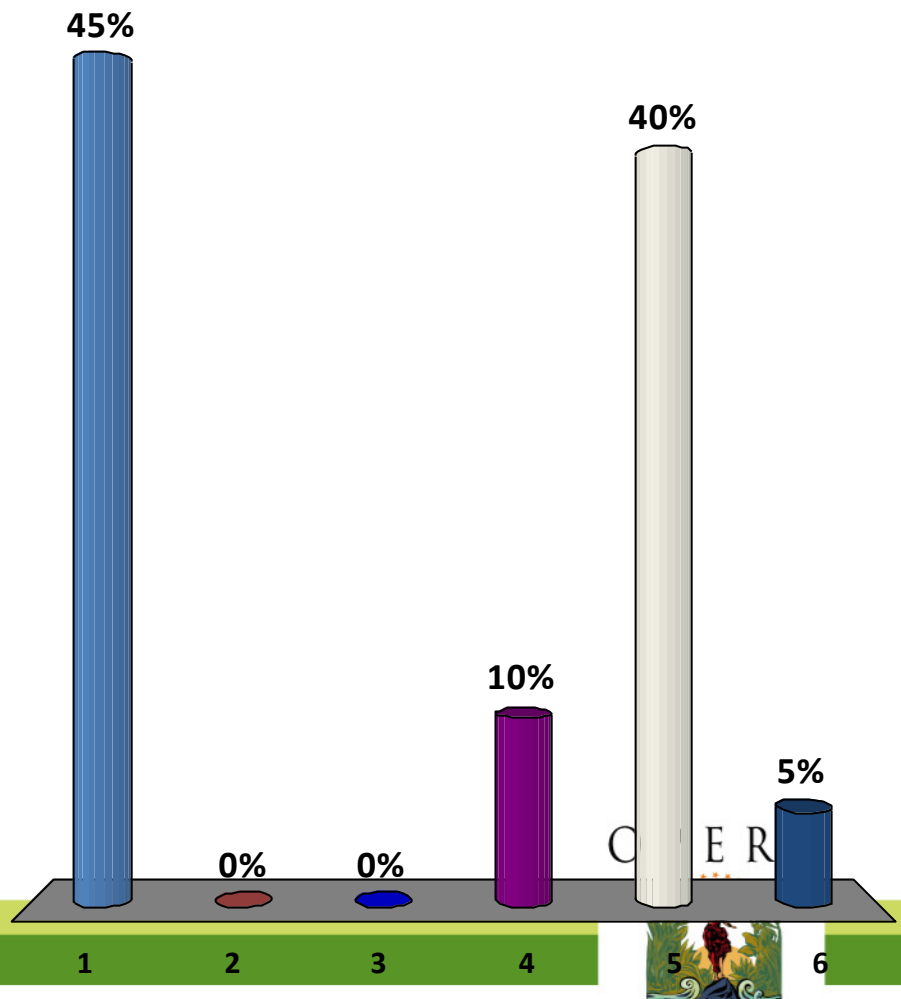
7 Secondo voi con quale obiettivo principalmente un'azienda decide di intraprendere un percorso di sostenibilità?

1. Rafforzare la propria immagine nei confronti degli investitori
2. Rafforzare la propria immagine verso i consumatori
3. Ottenere benefici economici nel breve periodo
4. Dare durevolezza all'attività aziendale
5. Ottenere un vantaggio competitivo
6. Ripulire la propria immagine
7. Perché è un elemento cruciale della propria *corporate cause*



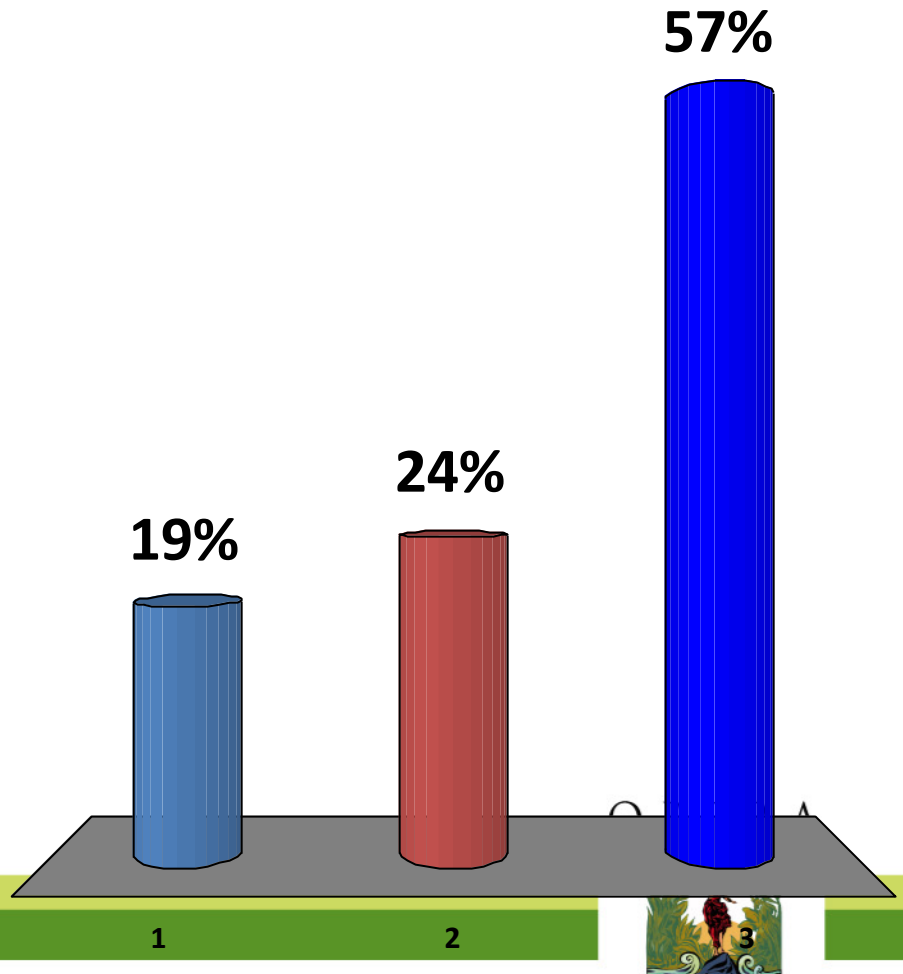
8 Secondo voi un'azienda che decida di rendicontare il proprio percorso di sostenibilità deve necessariamente:

1. Farlo in modo trasparente
2. Tralasciare il non raggiungimento di determinati obiettivi
3. Creare un'immagine positiva dell'azienda presso i consumatori/investitori
4. Permettere la comparabilità dei risultati ottenuti con altre aziende
5. Scegliere gli indicatori di sostenibilità per la loro rilevanza
6. Scegliere gli indicatori in modo da esaltare i tratti positivi



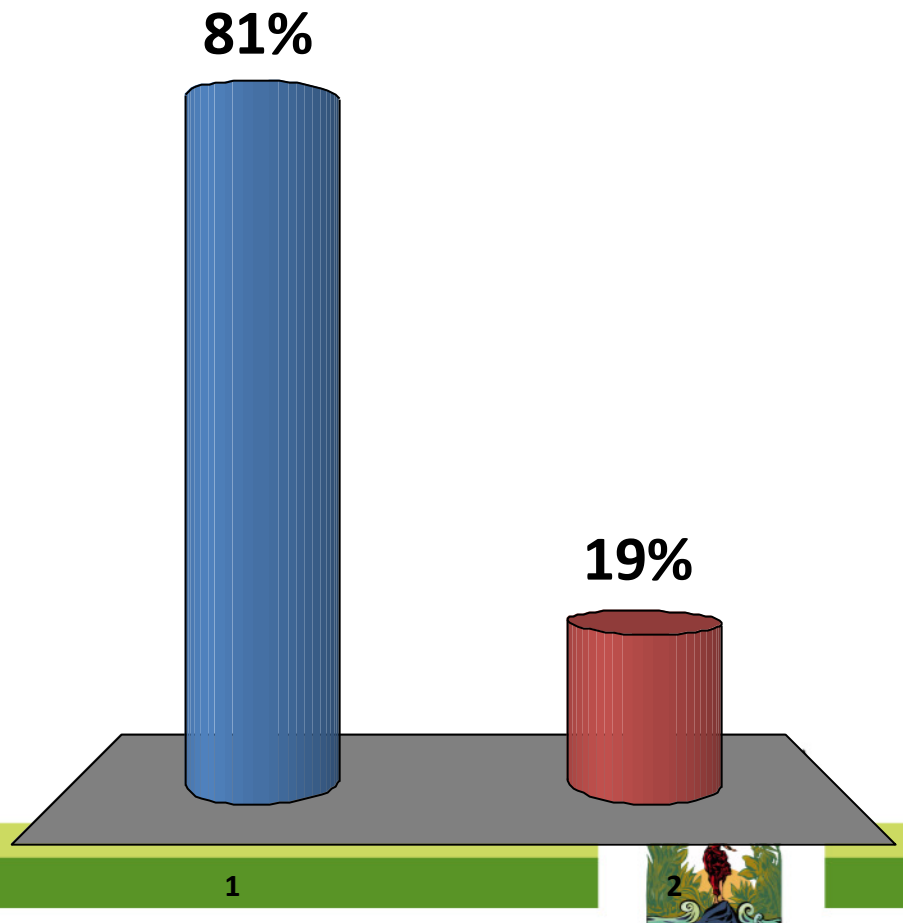
9 Secondo voi nel rendicontare la propria attività un'azienda deve decidere contenuti e modalità di comunicazione:

1. Liberamente a livello aziendale
2. Attraverso il coinvolgimento degli stakeholders
3. Integrando la propria visione con l'opinione degli stakeholders coinvolti



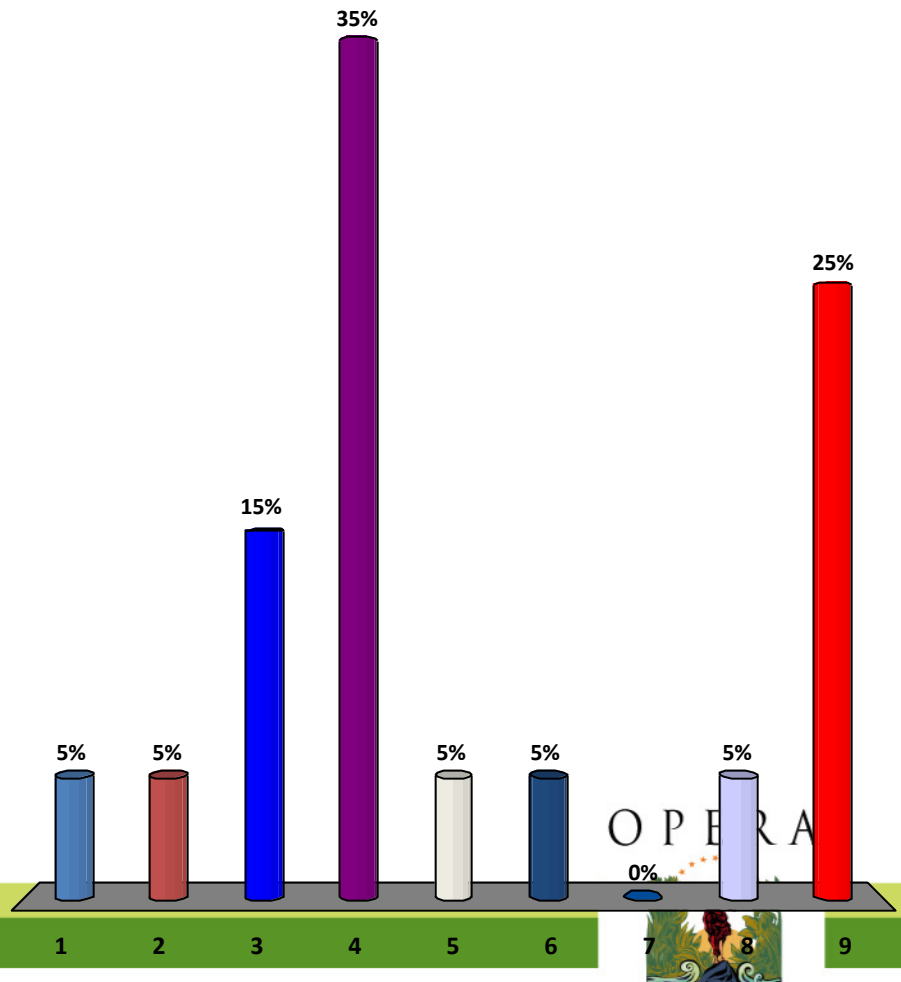
10 La creazione di una rete è fondamentale per raggiungere obiettivi di Sostenibilità?

1. Si
2. No



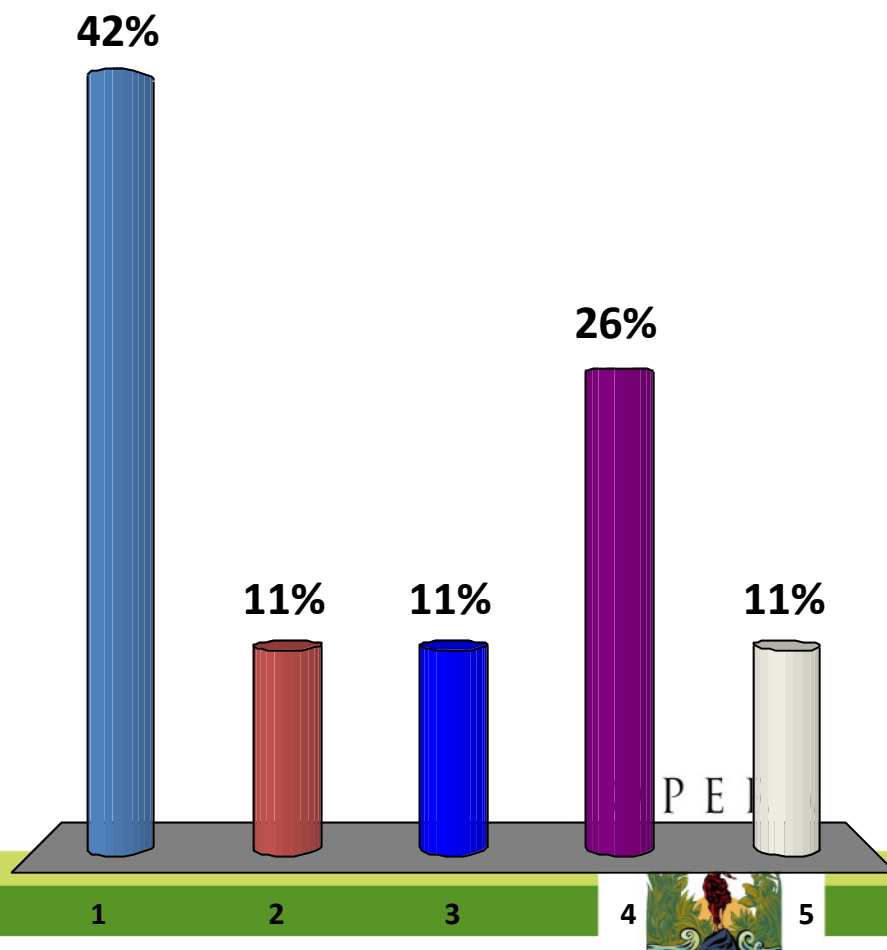
11 Quali sono i principali soggetti che devono costituire una rete attraverso la filiera agroalimentare?

1. Associazioni di categoria
2. ONG
3. Singole imprese/ singoli produttori
4. Consorzi/cooperative di produttori
5. Industria trasformazione
6. Distribuzione
7. Fornitori di beni e servizi
8. Amministrazione pubblica
9. Esponenti del settore della ricerca e del mondo accademico



12 Attraverso quali strumenti deve essere gestita la rete?

1. Sito web dedicato che informa e mostra il know how dei diversi soggetti della rete
2. Eventi pubblici per condividere ed informare sul know how dei diversi soggetti della rete
3. Eventi dimostrativi sul campo
4. Panel permanente o transitorio per la consultazione degli attori
5. Mobilità delle risorse umane



Grazie

OPERA contact detail
UCSC - Università Cattolica del Sacro Cuore
via Emilia Parmense 84
29100 Piacenza (Italy)
Tel +39 (0)523 599218
Fax +39 (0)523 599217
e-Mail: info@opera-indicators.eu
Web: www.opera-indicators.eu

OPERA



RESEARCH CENTER



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore