



FILIERE CORTE, MERCATI LOCALI E CATTURA DEL VALORE: IL CONTRIBUTO DELL'OPERAZIONE 16.4.1 ALLA FOCUS AREA 3A DEL PSR PIEMONTE 2014-2022

SOMMARIO

INTRODUZIONE	1
Analisi comparata dei bandi 2019 e 2022	3
Finalità	3
Beneficiari, aggregazioni e regole di cooperazione	4
Filiera corta, mercato locale e vincoli territoriali	5
Spese ammissibili, massimali, intensità di aiuto e continuità 2019-2022	6
Analisi dei criteri di selezione	8
Graduatorie e quadro amministrativo dei progetti finanziati	9
Analisi documentale delle relazioni finali	12
Giudizio valutativo	15
Conclusioni e raccomandazioni	16
Bibliografia	18

INTRODUZIONE

La posizione dei produttori primari nelle filiere agroalimentari rappresenta uno dei nodi strutturali delle politiche di sviluppo rurale. In molti comparti agricoli, soprattutto quando prevalgono imprese di piccola e media dimensione, la capacità di trattenere valore dipende non solo dall'efficienza produttiva, ma anche dall'accesso ai canali commerciali, dalla riconoscibilità del prodotto, dal grado di coordinamento tra operatori e dalla possibilità di ridurre la distanza economica e organizzativa tra produzione, trasformazione, distribuzione e consumo. In questa prospettiva, la competitività agricola non può essere letta soltanto come aumento della produttività aziendale, ma anche come capacità dei produttori di partecipare in modo più favorevole alla distribuzione del valore lungo la filiera.

Le filiere corte e i mercati locali si collocano precisamente in questo spazio di intervento. Dal punto di vista economico, essi non coincidono automaticamente con una maggiore redditività per i produttori, ma possono creare condizioni più favorevoli alla cattura del valore quando consentono di accorciare i canali commerciali, rafforzare il rapporto fiduciario con il consumatore, costruire

assortimenti collettivi, migliorare la visibilità dei prodotti e sviluppare relazioni più stabili con ristorazione, turismo, negozi locali, gruppi di acquisto e altri intermediari di prossimità. Il loro contributo dipende quindi dalla capacità di trasformare la prossimità territoriale in organizzazione commerciale, continuità delle relazioni e riconoscibilità economica del prodotto.

L'Operazione 16.4.1 del PSR Piemonte 2014-2022 interviene su questo versante, sostenendo la cooperazione orizzontale e verticale per la creazione e lo sviluppo di filiere corte, mercati locali e attività promozionali a raggio locale. La sua logica non è riconducibile alla sola comunicazione dei prodotti, ma riguarda la costruzione di forme organizzate di collaborazione tra produttori agricoli e agroalimentari, soggetti della trasformazione e commercializzazione e altri attori territoriali. I bandi regionali esplicitano infatti il collegamento tra l'operazione, il miglioramento della competitività aziendale, il rafforzamento del ruolo dei produttori primari nella filiera e l'accesso diretto ai mercati di riferimento (Regione Piemonte, 2019; Regione Piemonte, 2022).

La nota analizza l'Operazione 16.4.1 come leva territoriale e cooperativa della strategia di cattura del valore da parte dei produttori primari. L'attenzione è posta sia sul disegno dell'intervento, attraverso l'analisi dei bandi e dei criteri di selezione, sia sugli esiti documentabili dei progetti finanziati, ricostruiti a partire dalle relazioni finali disponibili. L'obiettivo non è misurare direttamente variazioni di margini, prezzi o redditi aziendali, informazioni che le fonti disponibili non consentono di stimare in modo robusto, ma valutare se e in che misura l'operazione abbia sostenuto condizioni organizzative, commerciali e territoriali coerenti con una maggiore capacità dei produttori di valorizzare le proprie produzioni all'interno di canali più brevi e integrati.

LA LOGICA DI INTERVENTO DELL'OPERAZIONE 16.4.1

La logica di intervento dell'Operazione 16.4.1 può essere ricostruita a partire da un fabbisogno economico e organizzativo ben definito: la difficoltà dei produttori primari, soprattutto se frammentati o collocati in filiere di piccola scala, a incidere sulle condizioni di accesso al mercato e sulla distribuzione del valore generato dai prodotti agricoli e agroalimentari. La debolezza non riguarda soltanto la fase produttiva, ma anche la capacità di coordinare l'offerta, costruire relazioni commerciali stabili, differenziare il prodotto, comunicare qualità e origine territoriale, presidiare canali di vendita più prossimi al consumatore e integrare l'offerta agricola con altre funzioni del territorio, in particolare offerta turistica, ristorazione e commercio locale.

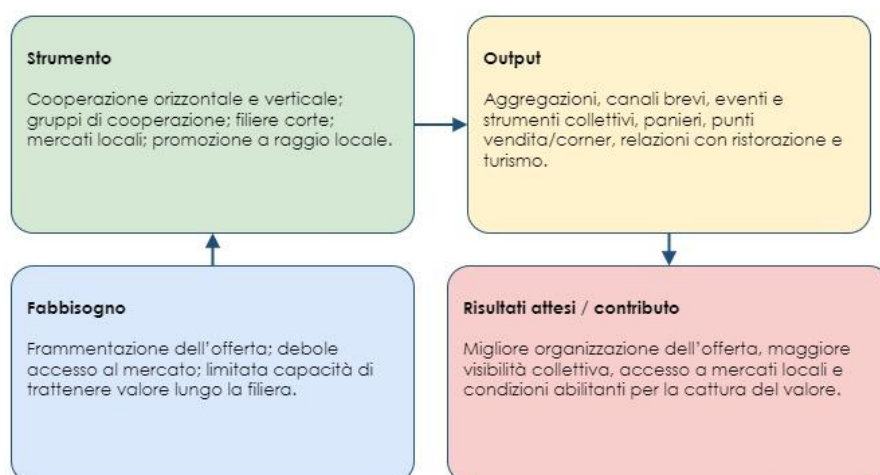
In questo quadro, l'Operazione 16.4.1 interviene come strumento di cooperazione più che come misura di investimento materiale. Il dispositivo sostiene gruppi di cooperazione finalizzati alla creazione e allo sviluppo di filiere corte e mercati locali, anche attraverso attività promozionali a raggio locale. La finalità dichiarata dai bandi è rafforzare il ruolo dei produttori primari all'interno della filiera, migliorare la competitività aziendale e facilitare l'accesso diretto ai mercati di riferimento. La scelta di sostenere aggregazioni tra produttori agricoli o agroalimentari e soggetti della trasformazione o commercializzazione colloca quindi l'operazione in una posizione intermedia tra politica di filiera, politica territoriale e politica di valorizzazione commerciale.

Il meccanismo atteso può essere sintetizzato in una sequenza causale (fig.1): il sostegno pubblico incentiva la costituzione o il consolidamento di aggregazioni locali; l'aggregazione consente di superare, almeno in parte, la frammentazione dell'offerta e i limiti dimensionali delle singole aziende; la cooperazione rende possibile un assortimento più ampio, una promozione collettiva e l'attivazione di canali commerciali di prossimità; questi canali, se mantenuti nel tempo, possono rafforzare il

rapporto tra produttori, consumatori e intermediari locali; da tale rafforzamento possono derivare condizioni più favorevoli alla cattura del valore da parte dei produttori primari.

Il nesso valutativo ,però, non è automatico: la presenza di una filiera corta o di un mercato locale non dimostra di per sé un incremento del valore trattenuto dai produttori, ma indica l'attivazione di un'infrastruttura organizzativa e relazionale potenzialmente coerente con tale obiettivo. L'operazione 16.4.1 può contribuire alla cattura del valore quando la cooperazione produce effetti riconoscibili sul coordinamento dell'offerta, sulla stabilità delle relazioni commerciali, sull'accesso a nuovi sbocchi di mercato, sulla riconoscibilità collettiva dei prodotti e sulla capacità di integrare prodotto e territorio. Al contrario, quando le attività si esauriscono in eventi promozionali occasionali, comunicazione generica o iniziative non consolidate, il contributo resta più debole e va interpretato come valorizzazione territoriale o animazione commerciale, non come effettiva riorganizzazione della filiera.

Fig. 1 – Logica di intervento dell'Operazione 16.4.1: fabbisogno, strumento, output, risultati attesi e contributo alla cattura del valore



Fonte: Elaborazione IRES Piemonte

ANALISI COMPARATA DEI BANDI 2019 E 2022

Finalità

I bandi 2019 e 2022 mantengono una continuità sostanziale nella definizione della finalità dell'operazione. In entrambi i casi, l'Operazione 16.4.1 è presentata come sostegno alla cooperazione, sia orizzontale sia verticale, tra produttori agricoli o agroalimentari e altri soggetti della filiera, con l'obiettivo di creare e sviluppare filiere corte, mercati locali e attività promozionali a raggio locale. La finalità non è quindi limitata alla promozione dei prodotti, ma riguarda la costruzione di relazioni organizzate tra soggetti economici e territoriali, funzionali al miglioramento della competitività aziendale e al rafforzamento del ruolo dei produttori primari all'interno della filiera (Regione Piemonte, 2019; Regione Piemonte, 2022).

La formulazione dei bandi è particolarmente rilevante perché esplicita il nesso tra filiera corta, accesso al mercato e distribuzione del valore. L'operazione è infatti orientata a facilitare l'accesso diretto ai mercati di riferimento, a sostenere la qualità delle produzioni, a creare nuovi sbocchi commerciali e ad ampliare l'assortimento offerto ai consumatori. I bandi richiamano inoltre l'incremento del valore aggiunto ricadente sui produttori attraverso il rafforzamento del rapporto tra

produttori e consumatori e tra produttori e intermediari, anche mediante forniture organizzate in forma collettiva verso ristoranti e negozi locali, gruppi di acquisto e altre forme innovative di vendita (tab.1).

Tabella 1 – Confronto sintetico tra finalità dichiarate nei bandi 2019 e 2022 dell'Operazione 16.4.1

Elemento	Bando 2019	Bando 2022
Finalità generale	Cooperazione orizzontale e verticale per creazione/sviluppo filiere corte, mercati locali e promozione a raggio locale.	Cooperazione orizzontale e verticale per creazione/sviluppo filiere corte, mercati locali e promozione a raggio locale.
Ruolo produttori primari	Rafforzare il ruolo dei produttori primari all'interno della filiera e facilitare accesso diretto ai mercati.	Rafforzare il ruolo dei produttori primari all'interno della filiera e facilitare accesso diretto ai mercati.
Valore aggiunto	Incremento del valore aggiunto ricadente sui produttori tramite rapporto con consumatori e intermediari locali.	Incremento del valore aggiunto ricadente sui produttori tramite rapporto con consumatori e intermediari locali.
Canali menzionati	Forniture collettive verso ristoranti e negozi locali, GAS, vendita collegata a turismo locale.	Forniture collettive verso ristoranti e negozi locali, GAS, vendita collegata a turismo locale.

Fonte: Elaborazione IRES Piemonte

Beneficiari, aggregazioni e regole di cooperazione

La struttura dei beneficiari conferma che l'operazione è costruita intorno alla cooperazione tra soggetti economici della filiera, e non intorno al sostegno individuale alla singola impresa. In entrambi i bandi, l'unità progettuale è il gruppo di cooperazione, composto obbligatoriamente da produttori agricoli o agroalimentari, singoli o associati, e da soggetti della filiera agricola e alimentare operanti nella trasformazione o nella commercializzazione dei prodotti. Questa impostazione è rilevante perché rende la presenza dei produttori primari una condizione costitutiva dell'intervento, ma richiede al tempo stesso il coinvolgimento di un soggetto in grado di svolgere una funzione di raccordo commerciale lungo la filiera. La cooperazione sostenuta dall'Operazione 16.4.1 assume quindi una natura sia orizzontale, tra produttori, sia verticale, tra produzione primaria e fasi successive di trasformazione, vendita o promozione dei prodotti.

Il disegno dei bandi attribuisce un ruolo centrale all'aggregazione formale. Nel 2019 il gruppo doveva presentarsi in forma costituenda, come Associazione temporanea di imprese (ATI) o di scopo (ATS), oppure come Rete contratto, con l'impegno a formalizzare l'accordo entro 90 giorni dall'ammissione del progetto. Nel 2022 questa impostazione viene confermata, ma viene introdotta una specificazione importante: le ATI o ATS costituite in attuazione del bando 2019 potevano presentare domanda in forma già costituita, purché il progetto fosse coerente con quello precedentemente approvato, ne proseguisse gli obiettivi e ne rafforzasse l'efficacia. Questo elemento introduce una chiara apertura al consolidamento delle esperienze già avviate, senza trasformare l'operazione in un finanziamento ordinario di attività collettive preesistenti.

La funzione del capofila è definita in termini amministrativi, finanziari e organizzativi. Il capofila presenta la domanda di sostegno e di pagamento in nome e per conto del partenariato, cura il coordinamento complessivo dell'aggregazione, predispone l'accordo di partenariato, garantisce la realizzazione del piano di attività e mantiene i rapporti con l'amministrazione regionale. Questa previsione non ha solo un valore procedurale: nella logica dell'intervento, il capofila rappresenta il soggetto chiamato a trasformare una pluralità di operatori in un progetto collettivo effettivamente coordinato. La capacità di governance dell'aggregazione diventa quindi una condizione rilevante

per distinguere i progetti più strutturati da quelli limitati alla somma di azioni promozionali o informative.

Accanto ai beneficiari diretti, i bandi prevedono la possibilità di coinvolgere altri soggetti locali non beneficiari del contributo, come enti pubblici, associazioni, consorzi turistici, soggetti culturali o organizzazioni professionali. La loro partecipazione è ammessa solo se funzionale agli obiettivi del progetto. Questo passaggio è importante per comprendere la natura territoriale dell'Operazione 16.4.1: la filiera corta non è intesa soltanto come relazione commerciale tra produttore e consumatore, ma come costruzione di un sistema locale di valorizzazione nel quale produzione agricola, commercio di prossimità, turismo e identità territoriale possono rafforzarsi reciprocamente. In termini valutativi, questa apertura amplia il potenziale dell'operazione, ma richiede anche cautela: la presenza di attori territoriali è positiva quando rafforza sbocchi commerciali e organizzazione collettiva, mentre è meno incisiva se resta confinata alla sola animazione o comunicazione locale.

I bandi introducono infine alcuni vincoli che rafforzano il carattere collettivo dell'intervento. Il capofila e ciascun partner possono partecipare a un solo progetto per ciascun bando; ciascun partecipante non può sostenere più dell'80% delle attività del piano finanziario; le modifiche della compagine sono ammesse solo in senso incrementale, attraverso l'ingresso di nuovi partner. Queste condizioni limitano il rischio che il sostegno sia assorbito da un singolo operatore e orientano l'operazione verso una distribuzione più equilibrata delle responsabilità progettuali.

Filiera corta, mercato locale e vincoli territoriali

La definizione operativa di filiera corta è uno degli elementi più qualificanti dei bandi. In entrambi i casi, la filiera corta è ricondotta al principio del massimo un intermediario tra agricoltore e consumatore. L'intermediario è individuato come il soggetto economico che acquista il prodotto dal produttore primario, ne prende il controllo e lo vende al consumatore. Questa impostazione consente di distinguere l'Operazione 16.4.1 sia dalla vendita diretta individuale, che i bandi non ammettono come oggetto autonomo di sostegno, sia dalle forme lunghe di commercializzazione, nelle quali la presenza di più passaggi può ridurre la capacità del produttore di incidere sulla formazione e sulla distribuzione del valore.

Il mercato locale è invece definito attraverso un vincolo territoriale preciso. Le attività di trasformazione, vendita al consumatore finale e promozione devono avvenire entro un raggio massimo di 70 chilometri dall'azienda da cui deriva il prodotto. Nel bando 2019 il rispetto di tale requisito è documentato attraverso la tabella degli attributi dei partner e una cartografia dell'area interessata; nel bando 2022 la verifica è confermata, con la possibilità di documentare l'area tramite mappa dei partner e dei luoghi di svolgimento delle attività promozionali. Il vincolo dei 70 chilometri non ha quindi solo una funzione amministrativa, ma delimita lo spazio economico entro cui il progetto deve costruire relazioni di prossimità tra produzione, trasformazione, vendita e consumo.

Questa combinazione tra massimo un intermediario e raggio locale rende il dispositivo particolarmente coerente con la logica della Focus Area 3A. La prossimità non è però assunta come valore in sé: i bandi richiedono che il progetto sia funzionale alla creazione o allo sviluppo di una filiera corta o di un mercato locale, e non alla semplice promozione di singole imprese. Nel bando 2019 non è ammessa la vendita diretta svolta dal singolo produttore e non sono ammesse attività promozionali riguardanti singoli beneficiari o marchi commerciali. Il bando 2022 conferma questa impostazione, precisando che le attività, comprese quelle promozionali, devono essere rivolte alla filiera oggetto del progetto e non al singolo marchio o al singolo produttore (Regione Piemonte, 2019; Regione Piemonte, 2022).

Dal punto di vista valutativo, questi vincoli aiutano a qualificare la natura dell'intervento. L'Operazione 16.4.1 non finanzia genericamente la commercializzazione locale, né la comunicazione aziendale ordinaria, ma sostiene progetti nei quali la dimensione locale deve essere organizzata in forma collettiva. Il potenziale contributo alla cattura del valore deriva proprio da questa architettura: un numero limitato di passaggi tra produttore e consumatore può accrescere la trasparenza della relazione commerciale; il radicamento territoriale può rafforzare la riconoscibilità del prodotto; la promozione collettiva può ridurre la frammentazione dell'offerta e aumentare la capacità dei produttori di presentarsi al mercato con un assortimento più ampio. Resta tuttavia necessario distinguere tra il rispetto formale dei requisiti e la capacità effettiva dei progetti di generare canali commerciali stabili: il bando crea le condizioni, ma la qualità dell'attuazione dipende dalla solidità dell'aggregazione e dalla continuità delle relazioni costruite.

Tabella 2 – Definizioni operative e vincoli attuativi della filiera corta e del mercato locale nei bandi 2019 e 2022

Elemento	Previsione dei bandi	Significato valutativo
Filiera corta	Non più di un intermediario tra agricoltore e consumatore.	Riduzione dei passaggi commerciali e potenziale rafforzamento della posizione del produttore.
Mercato locale	Attività di trasformazione, vendita e promozione entro 70 km dall'azienda da cui deriva il prodotto.	Delimitazione dello spazio economico di prossimità.
Promozione	Ammissa se collettiva e collegata alla filiera/aggregazione; esclusa la promozione del singolo marchio o produttore.	Evita uso del sostegno come comunicazione aziendale individuale.
Vendita diretta individuale	Non ammissa come attività autonoma oggetto di sostegno.	La misura sostiene cooperazione organizzata, non vendita aziendale isolata.
Vincolo documentale	Mappa o tabella degli attributi dei partner per verificare il perimetro territoriale.	Rafforza la verificabilità amministrativa del mercato locale.

Fonte: Elaborazione IRES Piemonte

Spese ammissibili, massimali, intensità di aiuto e continuità 2019-2022

La struttura delle spese ammissibili conferma la natura prevalentemente organizzativa, promozionale e relazionale dell'operazione. I bandi non finanziano investimenti materiali, attrezzature, impianti o beni durevoli, ma interventi funzionali alla costituzione e al funzionamento del partenariato, all'animazione del territorio, al coordinamento tra operatori, alla promozione collettiva della filiera corta e alla comunicazione delle caratteristiche qualitative e nutrizionali dei prodotti. Le tipologie di intervento previste coprono studi di fattibilità, predisposizione del progetto, costituzione del partenariato, attività di animazione e coordinamento, incontri informativi, seminari, eventi, degustazioni, incoming, materiali promozionali, siti web e acquisto di spazi pubblicitari. Questa impostazione delimita chiaramente il perimetro dell'operazione: l'Operazione 16.4.1 non sostiene la capacità produttiva o infrastrutturale delle imprese, ma la costruzione di relazioni, strumenti e occasioni di mercato in forma collettiva (Regione Piemonte, 2019; Regione Piemonte, 2022).

Un elemento rilevante è la distinzione tra attività di animazione interna alla filiera e attività rivolte al consumatore o agli operatori esterni. Le azioni di coordinamento possono essere finalizzate sia ad ampliare la partecipazione dei produttori al progetto sia ad avvicinare i produttori ai consumatori finali, rendendo possibile l'attivazione di forniture organizzate verso ristoranti, negozi locali, gruppi di acquisto, forme di e-commerce e punti vendita collettivi. Questa articolazione è coerente con la

logica della Focus Area 3A perché affronta due problemi diversi ma collegati: da un lato la frammentazione dell'offerta agricola, dall'altro la difficoltà di trasformare la prossimità territoriale in canali commerciali riconoscibili e accessibili (Regione Piemonte, 2019; Regione Piemonte, 2022).

L'intensità di aiuto è pari al 100% delle spese ammesse in entrambi i bandi, ma cambia il massimale per progetto: il bando 2019 prevede una spesa massima ammissibile di 100.000 euro, mentre il bando 2022 fissa il limite a 90.000 euro. Anche la dotazione finanziaria si riduce, passando da 2,160 milioni di euro nel 2019 a 1,745 milioni di euro nel 2022. La riduzione dei massimali e della dotazione non modifica la logica dell'intervento, ma suggerisce una seconda attivazione più contenuta, collocata nel periodo di transizione 2021-2022 e orientata anche alla prosecuzione di esperienze già avviate.

La principale differenza qualitativa tra i due bandi riguarda proprio la continuità. Nel 2019 l'operazione è disegnata come sostegno a nuove forme di cooperazione, con aggregazioni da costituire entro 90 giorni dall'ammissione. Nel 2022 questa impostazione resta valida, ma viene introdotta una possibilità specifica per le ATI o ATS costituite in attuazione del bando 2019: tali aggregazioni possono presentare domanda in forma già costituita, purché il progetto sia coerente con quello approvato, ne prosegua gli obiettivi e ne rafforzi l'efficacia. La previsione è valutativamente importante perché consente di leggere il secondo bando non solo come replica amministrativa del primo, ma anche come possibile strumento di consolidamento delle reti nate nella precedente annualità.

Il disegno delle spese ammissibili mantiene comunque un limite strutturale: l'operazione può sostenere la fase di avvio, coordinamento, animazione e promozione, ma non finanzia investimenti materiali o interventi strutturali. Ne deriva che la sua capacità di incidere sulla cattura del valore dipende dalla qualità del progetto collettivo e dalla capacità dei soggetti coinvolti di trasformare attività temporanee in relazioni commerciali più stabili. In altri termini, il bando finanzia la costruzione delle condizioni organizzative e promozionali della filiera corta; la permanenza di tali condizioni oltre il ciclo del progetto resta invece un risultato da verificare attraverso l'analisi delle graduatorie, delle ricorrenze progettuali e delle relazioni finali.

Tabella 3 – Confronto tra bandi 2019 e 2022: dotazione finanziaria, massimali, intensità di aiuto, durata e principali spese ammissibili

Elemento	Bando 2019	Bando 2022	Letture valutativa
Dotazione finanziaria	2.160.000,00 €	1.745.000,00 €	Riduzione della dotazione nel 2022
Massimale spesa ammissibile per progetto	100.000,00 €	90.000,00 €	Riduzione del massimale nel 2022
Intensità di aiuto	100% delle spese ammesse	100% delle spese ammesse	Continuità
Durata / scadenze	Conclusione entro 12 o 24 mesi dall'approvazione; saldo entro 3 mesi dalla conclusione.	Conclusione entro 31/12/2023; saldo entro 31/01/2024.	Regole temporali adattate al periodo di transizione
Spese ammissibili	Costituzione partenariato, studi, animazione, coordinamento, promozione, materiali, eventi, siti web.	Costituzione partenariato, studi, animazione, coordinamento, promozione, materiali, eventi, siti web.	Continuità sostanziale
Spese non ammissibili	Investimenti materiali, attrezzature, impianti, beni durevoli, promozione individuale.	Investimenti materiali, attrezzature, impianti, beni durevoli, promozione individuale.	Continuità sostanziale
Continuità 2019-2022	Nuove forme di cooperazione da costituire.	ATI/ATS 2019 ammesse in forma già costituita se coerenti con il progetto precedente.	Apertura al consolidamento delle aggregazioni

Fonte: Elaborazione IRES Piemonte

ANALISI DEI CRITERI DI SELEZIONE

L'analisi dei criteri di selezione mette in evidenza che la griglia di valutazione non premia genericamente la capacità di realizzare attività promozionali, ma orienta il sostegno verso progetti collettivi, collegati a produzioni di qualità, capaci di coinvolgere un numero significativo di produttori e di generare ricadute sui territori e sulle filiere di riferimento. La continuità tra i due bandi è molto elevata: cambiano alcuni riferimenti temporali, in particolare per il riconoscimento dell'adesione ad altre operazioni, ma l'impianto selettivo resta sostanzialmente invariato.

Il primo blocco di criteri attribuisce un peso rilevante ai regimi di qualità. I punteggi più elevati sono assegnati alle produzioni DOP, IGP, DOC, DOCG e biologiche, mentre punteggi inferiori sono previsti per altri sistemi di qualità o certificazione. L'accesso alla premialità richiede che il 90% dei produttori aderenti appartenga al regime di qualità corrispondente e che l'intero progetto ricada sulle produzioni di qualità. Il criterio è selettivo e coerente con una strategia di differenziazione commerciale: la filiera corta viene infatti collegata a produzioni riconoscibili, dotate di un potenziale reputazionale e di un ancoraggio territoriale più forte. I bandi prevedono inoltre punteggi aggiuntivi per regimi di qualità che contemplano razze a rischio di estinzione, coltivazioni sopra i 500 metri con pendenze superiori al 30% e regimi caratterizzati da maggiore sostenibilità ambientale, introducendo una connessione tra qualità, fragilità territoriale e sostenibilità.

Il secondo elemento qualificante è il numero di produttori aderenti attivamente al progetto. La scala dei punteggi cresce progressivamente, da 5 punti per aggregazioni composte da 3-10 produttori fino a 30 punti per progetti con oltre 116 produttori aderenti. Questa impostazione è significativa perché interpreta la dimensione collettiva non come semplice requisito amministrativo, ma come fattore di qualità progettuale. In termini economici, il coinvolgimento di un numero più ampio di produttori può aumentare la massa critica dell'offerta, rendere più credibile l'assortimento proposto e rafforzare la capacità dell'aggregazione di presidiare canali commerciali locali. Naturalmente il numero dei produttori non è di per sé garanzia di efficacia, ma il criterio segnala chiaramente che l'operazione intende contrastare la frammentazione dell'offerta agricola attraverso forme organizzate di cooperazione.

Un ulteriore criterio riguarda l'adesione ad altri tipi di operazione, con un punteggio specifico per le Operazioni 3.1.1, 3.2.1, 4.1.1 e 4.2.1. Nel bando 2019 il riferimento è alle domande presentate nelle annualità 2018 e 2019, mentre nel bando 2022 riguarda le annualità 2021 e 2022, purché non oggetto di rinuncia ed entro la data di presentazione della domanda di sostegno. Questo criterio introduce un elemento di integrazione tra strumenti del PSR: l'Operazione 16.4.1 viene valorizzata quando si collega a percorsi di qualificazione, promozione, investimento aziendale o trasformazione e commercializzazione già attivati attraverso altre operazioni. In questa prospettiva, la filiera corta non è trattata come iniziativa isolata, ma come possibile tassello di una strategia più ampia di qualificazione produttiva e commerciale.

Particolarmente rilevante è il criterio sull'approccio collettivo. Il punteggio massimo è attribuito ai progetti con alta ricaduta territoriale, capacità di valorizzare il territorio e le filiere di riferimento, elevata sinergia con le componenti turistiche e commerciali, qualificazione delle produzioni e integrazione con iniziative promosse da enti o soggetti collettivi operanti sul territorio. Il criterio distingue chiaramente tra un progetto con efficacia alta, uno con efficacia media prevalentemente commerciale, uno con bassa ricaduta territoriale e uno privo di ricaduta. Questa graduazione è importante perché mostra che la dimensione commerciale, da sola, non è sufficiente: il bando premia maggiormente i progetti capaci di connettere filiera, territorio, turismo, commercio e soggetti collettivi locali.

Il criterio più direttamente collegato alla cattura del valore è quello relativo alla coerenza ed efficacia del progetto in termini di ricaduta del valore aggiunto sui componenti dell'aggregazione, sui territori e sulle filiere di riferimento. La griglia attribuisce il punteggio massimo ai progetti con obiettivi e attività ben definiti, molto elevata coerenza tra azioni e obiettivi, ricaduta sui componenti, interesse per un intero territorio, ricaduta del valore aggiunto sulle filiere e sui produttori, innovatività ed elementi di sostenibilità ambientale. I punteggi intermedi riducono progressivamente l'ampiezza del gruppo interessato, la ricaduta sulla filiera, la solidità territoriale e il grado di innovazione. Il punteggio nullo comporta la non ammissibilità del progetto, segnalando che l'assenza di ricaduta sui componenti non è considerata una debolezza marginale, ma un difetto incompatibile con la logica dell'operazione.

Nel complesso, i criteri di selezione confermano che l'Operazione 16.4.1 è stata disegnata per sostenere progetti collettivi con un chiaro orientamento alla qualificazione delle produzioni, all'integrazione territoriale e alla ricaduta del valore aggiunto sui produttori. La lettura valutativa resta però necessariamente prudente: i criteri selezionano intenzioni progettuali e caratteristiche ex ante, non misurano direttamente gli effetti economici conseguiti. Per questo motivo, il passaggio successivo dell'analisi deve verificare in che misura le graduatorie e le relazioni finali restituiscano evidenze coerenti con tale disegno, distinguendo tra progetti che hanno prodotto condizioni effettive di rafforzamento commerciale e iniziative rimaste prevalentemente promozionali.

Tabella 4 – Criteri di selezione dei bandi 2019 e 2022 e rilevanza valutativa

Criterio	Contenuto del criterio	Rilevanza valutativa
Regimi di qualità	Premialità per DOP/IGP/DOC/DOCG, biologico e altri regimi; requisiti di prevalenza dei produttori e coerenza del progetto.	Collega filiera corta e differenziazione qualitativa/territoriale.
Numero produttori aderenti	Punteggio crescente da 3-10 produttori fino a oltre 116 produttori.	Premia massa critica e contrasto alla frammentazione dell'offerta.
Adesione ad altre operazioni	Punteggio per collegamento con operazioni 3.1, 3.2, 4.1, 4.2.	Favorisce integrazione tra qualità, promozione, investimenti e filiera corta.
Approccio collettivo	Valutazione della ricaduta territoriale, sinergia con turismo/commercio, qualificazione delle produzioni.	Distingue progetti territoriali integrati da iniziative solo commerciali.
Ricaduta del valore aggiunto	Valuta coerenza obiettivi/azioni, ricaduta su componenti, filiere e produttori; punteggio 0 non ammissibile.	È il criterio più direttamente collegato alla cattura del valore.

Fonte: Elaborazione IRES Piemonte

GRADUATORIE E QUADRO AMMINISTRATIVO DEI PROGETTI FINANZIATI

L'analisi delle graduatorie consente di passare dal disegno regolativo dell'operazione alla sua effettiva attuazione amministrativa. I due bandi hanno generato un portafoglio complessivo di 60 progetti ammessi a sostegno, di cui 31 nel 2019 e 29 nel 2022. La graduatoria definitiva 2019 riporta 31 progetti ammessi, con un investimento/contributo complessivo pari a 3.017.997,80 euro; la graduatoria 2022 approva invece 29 domande ammesse, per un importo ammesso complessivo pari a 2.452.077,64 euro.

Nel database procedurale del PSR risultano 63 procedimenti complessivi, di cui 60 riferibili a domande ammesse in graduatoria e 3 a domande non ammesse a finanziamento. Tra i 60 progetti ammessi, 56 risultano liquidati e 4 revocati. La quota di progetti liquidati sul totale degli ammessi è

quindi molto elevata, pari a circa 93%, mentre le revoche incidono per circa 7%. Questo dato segnala una buona capacità di completamento amministrativo dell'operazione: la gran parte dei progetti selezionati ha raggiunto la fase di pagamento, pur con differenze tra importi ammessi e importi effettivamente liquidati.

Tabella 5 – Quadro amministrativo dell'Operazione 16.4.1: procedimenti, domande ammesse, progetti liquidati, revoche e domande non ammesse per annualità

Annualità	2019	2022	Totale
Procedimenti complessivi	32	31	63
Progetti ammessi	31	29	60
Progetti liquidati	28	28	56
Revoche	3	1	4
Non ammessi	1	2	3
Liquidati / ammessi	90,3%	96,6%	93,3%
Revoche / ammessi	9,7%	3,4%	6,7%

Fonte: Elaborazione IRES Piemonte

La distinzione per annualità mostra una struttura simile, ma con alcune differenze. Nel 2019 risultano 32 procedimenti, di cui 31 ammessi in graduatoria, 28 liquidati, 3 revocati e 1 non ammesso a finanziamento. Nel 2022 risultano invece 31 procedimenti, di cui 29 ammessi, 28 liquidati, 1 revocato e 2 non ammessi a finanziamento. La seconda annualità presenta quindi un numero leggermente inferiore di progetti ammessi, coerente con il massimale ridotto per progetto e con la diversa dotazione del bando, ma mostra una maggiore capacità di arrivare alla liquidazione tra i progetti ammessi.

Anche gli importi confermano questa lettura. Nel file procedimenti, gli importi ammessi aggiornati risultano pari a circa 2,924 milioni di euro nel 2019 e 2,431 milioni di euro nel 2022. Gli importi pagati ammontano rispettivamente a circa 2,386 milioni di euro e 2,217 milioni di euro. Se si considera solo il perimetro dei progetti liquidati, il rapporto tra importo pagato e importo ammesso è pari a circa 89,7% nel 2019 e 94,6% nel 2022. La seconda annualità presenta quindi un grado di liquidazione più elevato, mentre nel 2019 incidono maggiormente sia le revoche sia alcuni scostamenti tra importi ammessi e importi pagati.

Tabella 6 – Importi ammessi, contributi concessi e importi pagati dell'Operazione 16.4.1 per annualità e stato del procedimento

Annualità	2019	2022	Totale
Importo investimento	3.024.219,79 €	2.614.481,02 €	5.638.700,81 €
Importo ammesso complessivo	2.923.804,70 €	2.430.797,22 €	5.354.601,92 €
Importo pagato complessivo	2.385.806,14 €	2.217.014,93 €	4.602.821,07 €
Pagato / ammesso complessivo	81,6%	91,2%	86,0%
Ammesso su liquidati	2.658.400,40 €	2.343.297,22 €	5.001.697,62 €
Pagato su liquidati	2.385.806,14 €	2.217.014,93 €	4.602.821,07 €
Pagato / ammesso su liquidati	89,7%	94,6%	92,0%

Fonte: Elaborazione IRES Piemonte

Un elemento particolarmente rilevante riguarda la continuità delle aggregazioni tra le due annualità. Il file procedimenti consente di individuare 18 soggetti capofila presenti sia nel 2019 sia nel 2022 tra i progetti ammessi; di questi, 17 risultano liquidati in entrambe le annualità, mentre un caso

presenta liquidazione nel 2019 e revoca nel 2022. Questo dato è coerente con la previsione del bando 2022, che consentiva alle ATI o ATS costituite in attuazione del bando 2019 di presentare domanda in forma già costituita, purché il nuovo progetto fosse coerente con quello approvato, ne proseguisse gli obiettivi e ne rafforzasse l'efficacia.

La ricorrenza dei capofila non deve essere interpretata automaticamente come continuità economica consolidata della filiera, ma rappresenta comunque un segnale amministrativo importante. Indica che una parte significativa delle aggregazioni non si è esaurita nella prima attivazione del bando e ha cercato di proseguire, rafforzare o aggiornare il percorso avviato. In termini valutativi, questo elemento è particolarmente utile perché la cattura del valore richiede tempo: difficilmente può derivare da un singolo evento promozionale o da un progetto isolato, mentre diventa più plausibile quando le reti tra produttori, intermediari locali, turismo, ristorazione e punti vendita si mantengono per più annualità.

Tabella 7 – Continuità tra bando 2019 e bando 2022: capofila ricorrenti, progetti liquidati in entrambe le annualità e casi revocati

Indicatore	Valore	Interpretazione
Capofila ricorrenti tra 2019 e 2022	18	Soggetti presenti in entrambe le annualità tra le domande ammesse.
Liquidati in entrambe le annualità	17	Segnale amministrativo di continuità effettiva del percorso.
Liquidato nel 2019 e revocato nel 2022	1	Continuità progettuale avviata ma non completata nella seconda annualità.
Quota ricorrenti su progetti ammessi 2022	62,1%	Misura sintetica della presenza di capofila già attivi nel 2019.

Fonte: Elaborazione IRES Piemonte

La distribuzione dei punteggi in graduatoria conferma inoltre una certa selettività dell'intervento. Nel 2019 i punteggi dei progetti ammessi variano da 31 a 81 punti, con due progetti collocati al punteggio massimo della graduatoria. Nel 2022 l'intervallo va da 30 a 91 punti, con un progetto nettamente collocato al vertice. La presenza di progetti ammessi anche in prossimità della soglia minima indica che le risorse disponibili hanno consentito di finanziare un numero ampio di iniziative, non solo quelle con punteggi molto elevati. Questo aspetto non è necessariamente critico, ma va considerato nella lettura valutativa: il portafoglio finanziato include sia progetti con forte coerenza rispetto ai criteri di qualità, aggregazione e ricaduta territoriale, sia iniziative presumibilmente più deboli sul piano della selettività ex ante.

Nel complesso, il quadro amministrativo restituisce un'operazione di dimensioni contenute ma con una buona capacità di attuazione. Le due annualità hanno attivato un numero significativo di aggregazioni locali, con livelli elevati di completamento e una quota non trascurabile di soggetti ricorrenti tra 2019 e 2022. Questa evidenza rafforza la lettura dell'Operazione 16.4.1 come strumento non meramente episodico: una parte delle progettualità ha avuto una traiettoria pluriennale, coerente con l'obiettivo di consolidare filiere corte e mercati locali. Resta tuttavia aperto il nodo valutativo principale: le graduatorie e i procedimenti dimostrano che i progetti sono stati selezionati, ammessi e in larga parte liquidati, ma non misurano da soli la qualità economica delle relazioni attivate né l'effettivo incremento del valore trattenuto dai produttori. Per questa ragione, l'analisi amministrativa deve essere integrata con la lettura documentale delle relazioni finali, che consente di osservare più da vicino quali azioni siano state realizzate e quali evidenze concrete emergano sul piano della cooperazione, dei canali commerciali e della continuità post-progetto.

ANALISI DOCUMENTALE DELLE RELAZIONI FINALI

L'analisi documentale delle relazioni finali consente di verificare in che misura il disegno dell'operazione si sia tradotto in attività effettivamente coerenti con la creazione di filiere corte, mercati locali e condizioni favorevoli alla cattura del valore. La base informativa è costituita da 56 relazioni finali, riferite ai progetti liquidati nelle due annualità considerate. Le relazioni rappresentano una fonte particolarmente utile per osservare il contenuto operativo dei progetti, perché descrivono attività realizzate, soggetti coinvolti, prodotti interessati, canali attivati, strumenti di comunicazione, eventi, collaborazioni territoriali e, in alcuni casi, elementi di continuità oltre la conclusione formale del finanziamento.

La natura della fonte richiede tuttavia alcune cautele. Le relazioni finali sono documenti amministrativi e descrittivi, prodotti dai beneficiari nell'ambito della rendicontazione. Esse permettono di ricostruire con buon dettaglio cosa è stato realizzato, ma non sempre consentono di misurare gli effetti economici generati. In particolare, raramente contengono informazioni sistematiche su prezzi, margini, quantità vendute, incremento del fatturato, valore conferito dai produttori o quota di prodotto commercializzata attraverso i nuovi canali. Per questa ragione, l'analisi documentale è utilizzata per valutare la presenza di condizioni abilitanti della cattura del valore, non per stimare direttamente l'incremento del valore trattenuto dai produttori.

Tabella 8 – Base documentale analizzata: relazioni finali, annualità, copertura informativa e principali variabili rilevate

Elemento	Valore	Nota valutativa
Relazioni finali analizzate	56	Progetti liquidati nelle due annualità considerate.
Relazioni 2019	28	Relazioni finali riferite ai progetti liquidati della prima annualità.
Relazioni 2022	28	Relazioni finali riferite ai progetti liquidati della seconda annualità.
Relazioni con testo estraibile	48	Copertura buona, ma non completa.
Relazioni scansionate / da verifica manuale	8	Casi con estrazione automatica debole o assente.

Fonte: Elaborazione IRES Piemonte

Il primo elemento che emerge è la forte concentrazione settoriale. Circa 34 progetti su 56, pari a poco più del 60%, risultano riconducibili a iniziative a prevalente focalizzazione vitivinicola, enoturistica o comunque orientate alla valorizzazione integrata di vino e prodotti locali. La presenza di Enotecche Regionali, Strade del Vino, consorzi e altri soggetti legati alla promozione territoriale del vino indica che l'operazione è stata utilizzata in misura rilevante da filiere già dotate di una riconoscibilità territoriale consolidata e di un rapporto strutturale con turismo, ristorazione e identità locale. Seguono, con peso più contenuto, progetti multiprodotto, biologici, lattiero-caseari, ortofrutticoli, cerealicoli o legati a prodotti tipici specifici.

Questa concentrazione non va letta solo come squilibrio settoriale. Dal punto di vista economico, le filiere vitivinicole e i sistemi enoturistici presentano caratteristiche che rendono più immediata l'attivazione di filiere corte e mercati locali: prodotto fortemente identitario, riconoscibilità delle denominazioni, presenza di luoghi fisici di promozione e degustazione, integrazione con flussi turistici e ristorazione, capacità di costruire panieri territoriali. Al tempo stesso, la concentrazione segnala che l'operazione è stata intercettata con maggiore facilità dai sistemi territoriali già organizzati, mentre appare più debole la penetrazione in filiere meno strutturate o con minore capacità promozionale.

Tabella 9 – Distribuzione dei progetti analizzati per filiera prevalente e orientamento territoriale

Filiera / orientamento prevalente	N. progetti	Quota	Letture valutativa
Vitivinicolo / enoturismo / prodotti locali	34	60,7%	Prevalenza netta; forte legame con denominazioni, enoteche, strade del vino, turismo e prodotti territoriali.
Altre filiere e progetti multiprodotto	22	39,3%	Biologico, lattiero-caseario/prodotti di montagna, ortofrutta, riso e altre iniziative territoriali.
Totale	56	100,0%	

Fonte: Elaborazione IRES Piemonte

Il secondo elemento riguarda la platea dei soggetti coinvolti. La somma delle presenze dichiarate nelle relazioni raggiunge circa 800 soggetti/produttori. Il dato è rilevante perché conferma la dimensione collettiva dell'operazione, ma deve essere interpretato con prudenza: non si tratta necessariamente di aziende uniche, bensì di partecipazioni progettuali dichiarate. Alcuni soggetti possono infatti essere presenti in più iniziative o in entrambe le annualità. La cifra restituisce quindi l'ordine di grandezza della platea attivata, più che una misura puntuale dei beneficiari finali.

Sul piano valutativo, questa evidenza è comunque importante. In molti casi i capofila erano già soggetti dotati di una propria base associativa o territoriale, come consorzi, enoteche regionali, strade del vino o cooperative. L'operazione ha però richiesto di tradurre questa capacità organizzativa in aggregazioni progettuali specificamente orientate alla filiera corta e al mercato locale, coinvolgendo produttori, intermediari, operatori commerciali e soggetti territoriali. Il dato sui soggetti partecipanti non misura quindi solo la dimensione amministrativa dei progetti, ma segnala la capacità della 16.4.1 di attivare reti operative coerenti con la logica dei bandi, che attribuivano un peso specifico al numero di produttori aderenti attivamente e alla ricaduta territoriale delle iniziative.

Tabella 10 – Soggetti e produttori coinvolti nei progetti 16.4.1: copertura informativa, partecipazioni dichiarate e cautele interpretative

Indicatore	Valore	Quota	Nota valutativa
Progetti con dato leggibile su soggetti/produttori	44	78,6%	Copertura informativa pari a circa il 79% delle relazioni.
Soggetti/produttori dichiarati	800		partecipazioni progettuali dichiarate.
Il dato non rappresenta aziende uniche: alcuni soggetti possono ricorrere in più progetti o annualità.			

Fonte: Elaborazione IRES Piemonte

Le attività realizzate confermano il carattere prevalentemente organizzativo e commerciale dell'operazione. Le relazioni documentano iniziative di promozione collettiva, eventi, degustazioni, produzione di materiali informativi, campagne di comunicazione, attività digitali, incontri con operatori, percorsi di valorizzazione territoriale, panieri di prodotti, corner o punti di esposizione e vendita, collegamenti con ristorazione, turismo e negozi locali. In diversi casi, la filiera corta è stata interpretata come costruzione di un'offerta territoriale integrata, nella quale il singolo prodotto è inserito in un sistema più ampio di riconoscibilità locale.

Le evidenze più robuste sulla cattura del valore non riguardano quindi incrementi direttamente misurati di reddito o margine, ma la creazione di canali e strumenti potenzialmente favorevoli a una migliore valorizzazione commerciale. Rientrano in questa categoria i punti vendita collettivi, le enoteche o corner dedicati, i panieri multiprodotto, le forniture verso ristorazione e negozi locali, i mercati di prossimità, le iniziative di e-commerce o comunicazione digitale e le collaborazioni con il turismo. Questi elementi possono contribuire alla cattura del valore perché riducono la distanza tra

produttore e consumatore, rafforzano la riconoscibilità collettiva e permettono ai produttori di presentarsi al mercato con un'offerta meno frammentata.

Tabella 11– Tipologie di azioni realizzate e meccanismi potenziali di cattura del valore

Tipologia di azione	Esempi ricorrenti	Meccanismo potenziale di cattura del valore
Promozione collettiva ed eventi	Degustazioni, fiere locali, manifestazioni, incoming, campagne territoriali.	Visibilità collettiva e rapporto diretto con consumatori/operatori.
Punti vendita, corner, enoteche e spazi dedicati	Spazi fisici di esposizione, vendita o valorizzazione territoriale.	Canale più stabile e riconoscibile rispetto al singolo evento.
Panieri multiprodotto e assortimenti locali	Costruzione di offerte territoriali integrate.	Riduzione della frammentazione e maggiore massa critica commerciale.
Ristorazione, negozi locali e turismo	Relazioni con operatori di prossimità, enoturismo, ristorazione, punti di riferimento turistici.	Collegamento tra prodotto, territorio e consumo locale.
Digitale e comunicazione	Siti, social, materiali multimediali, campagne web.	Supporto alla riconoscibilità, ma valore più forte se collegato a canali commerciali.

Fonte: Elaborazione IRES Piemonte

Resta però una distinzione importante. Non tutte le attività promozionali producono lo stesso grado di integrazione di filiera. Gli eventi, le degustazioni e le campagne comunicative hanno un valore di visibilità e animazione territoriale, ma il loro contributo alla cattura del valore è più forte quando sono collegati a canali commerciali stabili, accordi tra operatori, continuità dell'aggregazione o strumenti permanenti di vendita. Quando invece le attività si esauriscono nell'evento o nella comunicazione, il contributo resta più debole e va interpretato come valorizzazione territoriale, non come riorganizzazione commerciale della filiera.

Un ultimo elemento riguarda la continuità. Almeno 15 progetti su 56, pari a circa il 27%, presentano segnali documentati di prosecuzione oltre la conclusione formale del progetto. Se si considera anche la ricorrenza delle aggregazioni o dei capofila tra il 2019 e il 2022, emergono circa 17 aggregazioni/progetti ricorrenti, pari a circa il 30%. Il dato è coerente con quanto emerso dal quadro amministrativo e rafforza l'idea che una parte dell'operazione abbia prodotto percorsi non meramente episodici. Anche in questo caso, tuttavia, la continuità amministrativa o progettuale non equivale automaticamente a consolidamento economico: indica la permanenza di una rete o di una strategia, ma non misura da sola il valore effettivamente generato.

Tabella 12 – Continuità dei progetti 16.4.1: prosecuzione dichiarata, aggregazioni ricorrenti e significato valutativo

Indicatore	Valore	Quota su tot relazioni	Significato valutativo
Progetti con continuità esplicita o documentata	15	26,8%	Casi con prosecuzione dichiarata o documentata oltre la conclusione formale del progetto.
Aggregazioni/progetti ricorrenti tra 2019 e 2022	17	30,4%	Proxy ampia di continuità progettuale; coerente con ricorrenze amministrative.

Fonte: Elaborazione IRES Piemonte

Nel complesso, l'analisi delle relazioni finali restituisce un quadro coerente con il disegno dell'operazione. La 16.4.1 ha sostenuto reti locali, canali brevi, strumenti collettivi di promozione e forme di integrazione tra prodotto, territorio, turismo e commercio locale. Il contributo alla cattura del valore appare quindi plausibile soprattutto sul piano delle condizioni abilitanti: organizzazione dell'offerta, visibilità collettiva, prossimità al consumatore, collegamento con operatori locali e rafforzamento delle reti territoriali. Rimane invece più debole la misurazione degli effetti economici

finali, perché le fonti disponibili non consentono di quantificare in modo sistematico margini, prezzi, volumi venduti o reddito aggiuntivo per i produttori.

GIUDIZIO VALUTATIVO

Nel complesso, l'Operazione 16.4.1 attuata nell'ambito del PSR 2014-2022 della Regione Piemonte, mostra una buona coerenza interna tra fabbisogno, disegno attuativo, criteri di selezione e contenuto dei progetti realizzati. I bandi hanno indirizzato il sostegno verso aggregazioni locali, filiere corte, mercati di prossimità e attività collettive di promozione, escludendo la vendita diretta individuale, la promozione del singolo marchio e gli investimenti materiali ordinari. I criteri di selezione hanno rafforzato questa impostazione, premiando regimi di qualità, numero di produttori aderenti, approccio collettivo, ricaduta territoriale e valore aggiunto sui componenti dell'aggregazione e sulle filiere. Le graduatorie e il file procedimenti confermano inoltre una buona capacità attuativa: la grande maggioranza dei progetti ammessi è arrivata alla liquidazione e una quota non marginale di aggregazioni si è ripresentata nella seconda annualità.

Il contributo dell'operazione alla Focus Area 3A può quindi essere considerato positivo, anche se deve essere formulato in termini precisi. L'Operazione 16.4.1 ha agito soprattutto sulle condizioni abilitanti della cattura del valore: organizzazione dell'offerta, costruzione di reti locali, rafforzamento della visibilità collettiva, sviluppo di canali brevi, connessione con turismo e ristorazione, promozione territoriale e sperimentazione di strumenti commerciali condivisi. In questo senso, l'Operazione ha sostenuto una dimensione della competitività agricola diversa da quella produttiva o infrastrutturale: non ha finanziato direttamente capacità di trasformazione o investimenti materiali, ma ha cercato di migliorare la posizione dei produttori primari attraverso cooperazione, prossimità al mercato e integrazione territoriale.

Le evidenze documentali sono particolarmente convincenti quando i progetti mostrano un passaggio dalla promozione alla costruzione di canali o strumenti più stabili: punti vendita o corner collettivi, enoteche e spazi di valorizzazione territoriale, panieri multiprodotto, forniture verso ristoranti e negozi locali, iniziative di collegamento con il turismo, ricorrenza delle aggregazioni tra 2019 e 2022. In questi casi, la filiera corta non si riduce a un evento comunicativo, ma diventa un dispositivo organizzativo che può accrescere la capacità dei produttori di presentarsi al mercato in forma meno frammentata e con un'identità commerciale più riconoscibile.

Il limite principale riguarda invece la misurazione degli effetti economici finali. Le fonti disponibili non consentono di stimare in modo robusto se, e in quale misura, i produttori abbiano effettivamente ottenuto prezzi migliori, margini più elevati, maggiori volumi di vendita o una quota più ampia del valore generato lungo la filiera. Le relazioni finali permettono di osservare attività, output e segnali di continuità, ma raramente forniscono indicatori economici comparabili. Per questa ragione, il giudizio deve evitare di trasformare la presenza di filiere corte in prova diretta di cattura del valore. La conclusione più solida è che la 16.4.1 ha creato o rafforzato condizioni coerenti con tale obiettivo, senza però permettere una quantificazione diretta del valore aggiunto effettivamente trattenuto dai produttori.

Un secondo limite riguarda la concentrazione settoriale. La forte presenza di progetti a focalizzazione vitivinicola, enoturistica e legata ai prodotti locali segnala una buona capacità dell'operazione di intercettare sistemi territoriali già organizzati e dotati di riconoscibilità. Al tempo stesso, suggerisce una minore penetrazione in filiere più deboli, meno strutturate o meno abituate a utilizzare strumenti collettivi di promozione e mercato. Questo non riduce la validità dell'intervento, ma indica che la

capacità di accesso alla misura può essere stata maggiore nei contesti già dotati di capitale organizzativo, reputazionale e turistico.

CONCLUSIONI E RACCOMANDAZIONI

L'Operazione 16.4.1 è intervenuta su un nodo specifico della competitività agricola: la capacità dei produttori primari di organizzarsi, accedere a canali commerciali di prossimità e valorizzare in forma collettiva il legame tra prodotto, territorio e consumatore. Il suo contributo non va letto come effetto diretto e misurabile sui margini aziendali, ma come sostegno alla costruzione di condizioni abilitanti per la cattura del valore. L'Operazione ha infatti operato sulla cooperazione, sull'aggregazione dell'offerta, sulla promozione collettiva, sul rapporto con ristorazione, turismo e commercio locale, e sulla creazione di strumenti territoriali di visibilità e accesso al mercato.

Le evidenze disponibili mostrano un'attuazione complessivamente positiva. I bandi hanno definito un impianto coerente, orientato alla cooperazione e non alla promozione individuale; i criteri di selezione hanno premiato qualità, numerosità dei produttori, approccio collettivo, ricaduta territoriale e valore aggiunto; le graduatorie indicano una buona capacità di completamento, con una quota elevata di progetti liquidati; le relazioni finali documentano una pluralità di iniziative coerenti con filiere corte, mercati locali, panieri territoriali, punti vendita, attività promozionali e collegamenti con il turismo. La ricorrenza di una parte delle aggregazioni tra 2019 e 2022 rafforza inoltre l'idea che, almeno in alcuni casi, l'intervento abbia sostenuto percorsi non meramente episodici.

Il limite principale riguarda la profondità della prova valutativa. Le fonti disponibili permettono di osservare progetti, attività, partecipazioni e segnali di continuità, ma non consentono di misurare in modo sistematico l'effettivo incremento del valore trattenuto dai produttori. Mancano indicatori comparabili su quantità commercializzate tramite i nuovi canali, prezzi riconosciuti ai produttori, margini, fatturato aggiuntivo, continuità economica delle relazioni commerciali e peso dei canali locali sul totale delle vendite. Di conseguenza, la conclusione è che l'Operazione 16.4.1 abbia sostenuto in modo credibile le condizioni organizzative e territoriali della cattura del valore, senza però permettere una quantificazione robusta dell'effetto economico finale.

Per la futura programmazione, la prima raccomandazione è rafforzare il sistema di monitoraggio dei risultati economici. Le relazioni finali dovrebbero includere un set minimo di indicatori comuni, semplice ma comparabile, relativo a numero di produttori effettivamente attivi, canali commerciali attivati, quantità o valore delle vendite realizzate attraverso la filiera corta, numero di accordi con ristorazione, negozi, gruppi di acquisto o altri operatori locali, continuità dei canali dopo la conclusione del progetto. Questo consentirebbe di distinguere meglio tra iniziative prevalentemente promozionali e progetti capaci di generare effettivi sbocchi di mercato.

La seconda raccomandazione riguarda la continuità delle aggregazioni. La possibilità introdotta nel 2022 di sostenere progetti coerenti con esperienze avviate nel 2019 appare valutativamente positiva e dovrebbe essere rafforzata. La cattura del valore richiede tempi più lunghi rispetto alla durata amministrativa di un singolo progetto: per questo, i bandi futuri potrebbero premiare maggiormente la capacità delle aggregazioni di dimostrare continuità operativa, mantenimento dei rapporti commerciali, evoluzione degli strumenti comuni e consolidamento della governance interna.

La terza raccomandazione riguarda la selettività dei progetti. La promozione territoriale resta importante, ma dovrebbe essere maggiormente collegata a sbocchi commerciali verificabili. Nei criteri di selezione andrebbe quindi rafforzato il peso attribuito a progetti che prevedono accordi,

canali di vendita, strumenti collettivi permanenti, piattaforme commerciali, punti vendita condivisi, forniture organizzate o relazioni strutturate con operatori locali. In questo modo la filiera corta sarebbe valutata non solo come occasione di visibilità, ma come dispositivo concreto di integrazione commerciale.

La quarta raccomandazione riguarda l'equilibrio tra filiere. L'operazione è stata intercettata soprattutto da sistemi vitivinicoli, enoturistici e territoriali già relativamente organizzati. Questo risultato è coerente con la natura dell'Operazione, ma suggerisce l'opportunità di accompagnare maggiormente le filiere meno strutturate, che possono avere fabbisogni rilevanti ma minore capacità progettuale. Azioni di animazione preliminare, assistenza alla progettazione e accompagnamento alla costruzione delle aggregazioni potrebbero favorire una partecipazione più ampia e ridurre il rischio che lo strumento venga utilizzato soprattutto dai territori già dotati di capitale organizzativo e reputazionale.

La quinta raccomandazione riguarda l'integrazione con altri strumenti. L'Operazione 16.4.1 può essere più efficace quando si collega a interventi per la qualità, la promozione, gli investimenti aziendali e la trasformazione/commercializzazione. La futura programmazione dovrebbe quindi favorire percorsi molto integrati nei quali la cooperazione per filiere corte e mercati locali sia connessa a investimenti materiali, regimi di qualità, strumenti digitali, logistica di prossimità e strategie territoriali di valorizzazione. In questo modo la misura potrebbe superare la dimensione di progetto promozionale e diventare parte di una strategia più robusta di rafforzamento della posizione dei produttori nella filiera.

BIBLIOGRAFIA

Regione Piemonte (2019), Determinazione dirigenziale n. 246 del 20/03/2019. Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020. Misura 16 Cooperazione, Sottomisura 16.4, Operazione 16.4.1 "Creazione di filiere corte, mercati locali e attività promozionali". Approvazione del Bando n. 1/2019, Direzione Agricoltura, Settore valorizzazione del sistema agroalimentare e tutela della qualità.

Regione Piemonte (2019), Determinazione dirigenziale n. 1170 del 18/12/2019. Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020. Operazione 16.4.1 "Creazione di filiere corte, mercati locali e attività promozionali". Approvazione della graduatoria delle domande ammesse a sostegno, Bando 2019, Direzione Agricoltura.

Regione Piemonte (2022), Determinazione dirigenziale n. 568/A1708C/2022 del 14 luglio 2022. Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020, Misura 16, Operazione 16.4.1 "Creazione di filiere corte, mercati locali e attività promozionali". Approvazione del Bando 1/2022, Direzione Agricoltura e Cibo, Settore valorizzazione del sistema agroalimentare, distretti del cibo e tutela qualità. Il documento approva il bando 2022 e richiama esplicitamente la cooperazione di filiera, le filiere corte, i mercati locali e le attività promozionali come oggetto dell'operazione.

Regione Piemonte (2023), Determinazione dirigenziale n. 518/A1708D/2023 del 16 giugno 2023. Programma di Sviluppo Rurale 2014-2022, Misura 16, Sottomisura 16.4, Operazione 16.4.1 "Creazione di filiere corte, mercati locali e attività promozionali". Approvazione della graduatoria delle domande ammesse al sostegno, Bando 2022, Direzione Agricoltura e Cibo, Settore valorizzazione del sistema agroalimentare e tutela qualità. La determina approva la graduatoria delle domande ammesse al sostegno per il bando 2022.

Regione Piemonte (s.d.), Procedimenti amministrativi dell'Operazione 16.4.1 "Creazione di filiere corte, mercati locali e attività promozionali", estrazione amministrativa su domande, stati procedurali, importi ammessi e importi liquidati.

Beneficiari dell'Operazione 16.4.1 (2019-2022), Relazioni finali dei progetti finanziati nell'ambito dell'Operazione 16.4.1 "Creazione di filiere corte, mercati locali e attività promozionali", documentazione amministrativa di rendicontazione.

Regolamento (UE) n. 1305/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR).

Regolamento delegato (UE) n. 807/2014 della Commissione dell'11 marzo 2014, che integra talune disposizioni del Regolamento (UE) n. 1305/2013.

Regolamento di esecuzione (UE) n. 808/2014 della Commissione del 17 luglio 2014, recante modalità di applicazione del Regolamento (UE) n. 1305/2013.

Regolamento (UE) n. 2220/2020 del Parlamento europeo e del Consiglio del 23 dicembre 2020, recante disposizioni transitorie relative al sostegno da parte del FEASR e del FEAGA negli anni 2021 e 2022.

Kneafsey, M., Venn, L., Schmutz, U., Balázs, B., Trenchard, L., Eyden-Wood, T., Bos, E., Sutton, G. e Blackett, M. (2013), Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics, JRC Scientific and Policy Reports, European Commission.

Belletti, G. e Marescotti, A. (2020), Short Food Supply Chains for Promoting Local Food on Local Markets, United Nations Industrial Development Organization.

Renting, H., Marsden, T.K. e Banks, J. (2003), "Understanding Alternative Food Networks: Exploring the Role of Short Food Supply Chains in Rural Development", Environment and Planning A, 35(3), pp. 393-411.

Marsden, T., Banks, J. e Bristow, G. (2000), "Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development", Sociologia Ruralis, 40(4), pp. 424-438.

A cura di Marco Adamo (IRES Piemonte - Osservatorio rurale del Piemonte - www.piemonterurale.it)

Editing, Stefania Tron - Copyright © 2026 - IRES Piemonte Via Nizza 18 - 10125 Torino www.ires.piemonte.it - 28 maggio 2026

