

Indice

Prefazione , di <i>Paolo Carnemolla</i>	XIII
Preambolo. Dove sono i semi della felicità?	XV
Introduzione	1
Il valore del cibo: dal supply chain management al demand management	1
Cambiamenti in atto e necessità di ripensare la filiera	4
Nota metodologica	6
Ringraziamenti	8
1 Radicamento e de-commoditizzazione del cibo	9
1.1 Il desiderio di sapere e il comportamento del consumatore	9
1.2 Il superamento del ruolo passivo del consumatore	12
1.3 Industriale <i>vs</i> naturale: verso una nuova definizione di qualità	13
1.4 Globale <i>vs</i> locale: l'importanza del radicamento territoriale	15
2 Dimensioni e tendenze del mercato del biologico	19
2.1 Per una definizione di «agricoltura biologica»	19
2.2 La regolamentazione del settore	20
2.3 La diffusione del biologico come metodo produttivo	21
2.4 Il mercato del biologico in Italia	23

3	Attori dell'innovazione: consumatori e agricoltori di fronte al biologico	33
3.1	Le ragioni della scelta bio da parte dei consumatori	33
3.2	Le ragioni della scelta bio da parte dei produttori	39
3.3	Il biologico è una disruptive innovation?	44
4	Il ruolo della distribuzione nel settore bio	55
4.1	L'approccio end-to-end nelle supply chain alimentari	55
4.2	Il ruolo chiave della distribuzione nella creazione del valore	56
4.3	La grande distribuzione organizzata e il biologico	62
4.4	Le filiere corte	68
4.5	La distribuzione diretta: mercati contadini e GAS	70
5	Lo scenario futuro del biologico in Italia	77
5.1	Tra marketing, operations e supply chain management	77
5.2	Verso un modello alternativo	83
5.3	Il futuro del biologico: questioni chiave	92
6	Alla ricerca di strategie di distribuzione capaci di consegnare valore	101
6.1	Possibili scenari futuri	101
6.2	Proposizioni per un nuovo modello teorico in tema di distribuzione nel settore bio	104
6.3	L'indagine sulle aziende agricole	108
6.4	L'indagine sui consumatori	125
7	Conclusioni e implicazioni manageriali	147
7.1	Filiera corta o Km-0?	148
7.2	La redditività della filiera corta: il valore della conoscenza	151
7.3	Tracciabilità e relazioni a lungo termine	154
7.4	Un bisogno di managerialità diffusa	155
	Bibliografia	159

Contenuti integrativi

I seguenti materiali sono accessibili al lettore, previa registrazione, nell'area riservata mybook.egeaonline.it:

- *Into the Heart of Sadness*
- Gli item dell'esercizio di scenario planning
- La validazione della proposizione *P5*: modello di regressione lineare e analisi dei dati
- Il questionario per gli agricoltori
- Il questionario per i consumatori

Il simbolo  accanto ai rispettivi paragrafi di riferimento ne segnala la presenza.