

Seminari dell'Unità di Ricerca di Bioeconomia

Fattori e strategie per lo sviluppo dell'agricoltura sociale in Umbria:  
applicazione della SWOT analysis e della Multi-Criteria Decision Making

*Chiara Paffarini*

15 giugno 2023

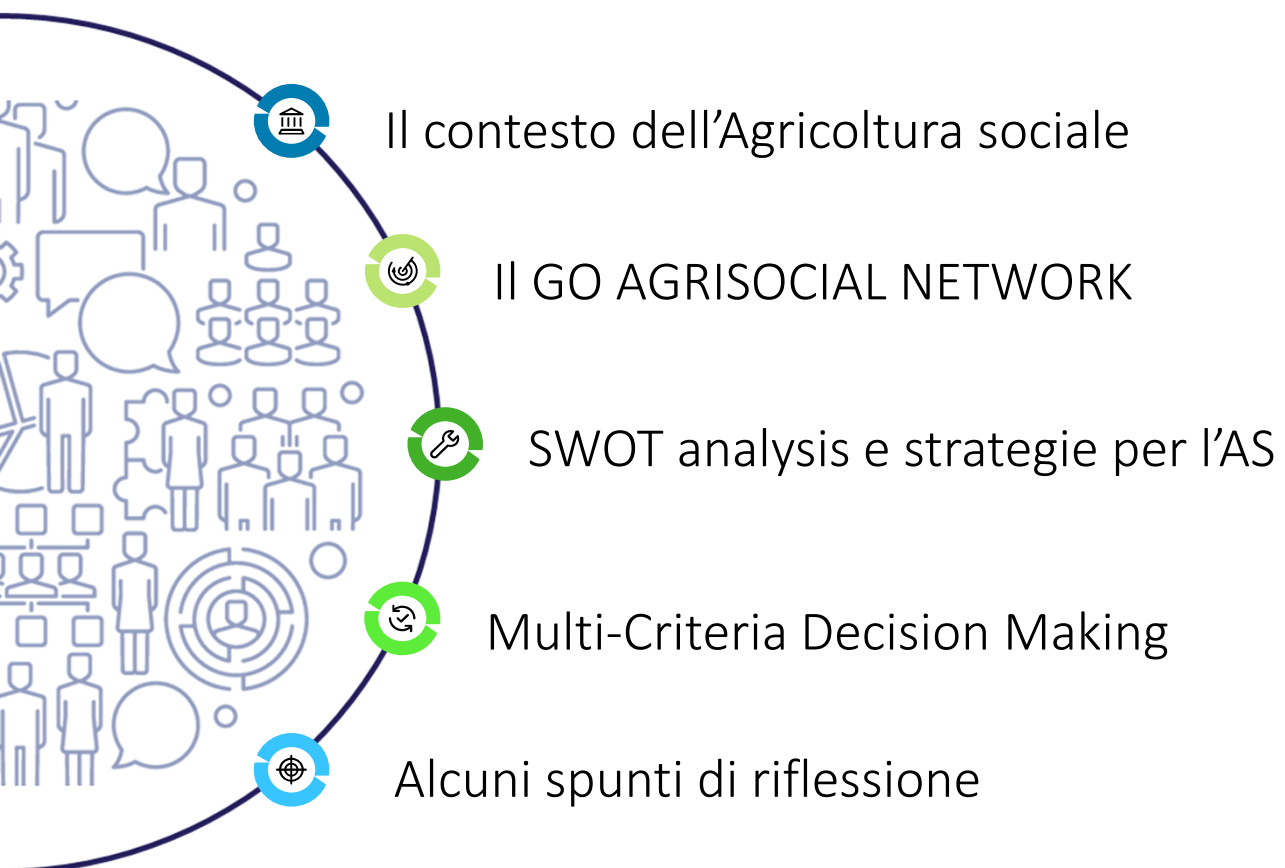
Dipartimento di Scienze Agrarie, Alimentari e Ambientali



A.D. 1308  
**unipg**

DIPARTIMENTO  
DI SCIENZE AGRARIE,  
ALIMENTARI E AMBIENTALI

## Struttura della presentazione





## Il contesto dell'Agricoltura sociale



Che cosa è l'AS e l'importanza del dialogo tra le parti



- **Sistema frammentato:** diversi schemi di lavoro, attività e attori coinvolti
- **Pluralità di attori provenienti da vari settori**
- **Esistenza di protocolli, convenzioni, collaborazioni,** stilati sulla base di norme già disponibili in campo sociale, sanitario e agricolo, che hanno consentito lo **sviluppo di progetti e iniziative di vario genere**
- **Richieste competenze tecniche, trans-disciplinari, relazionali, crescente responsabilizzazione verso l'ambiente e la società** (richiesta presenza di **diverse figure professionali**)

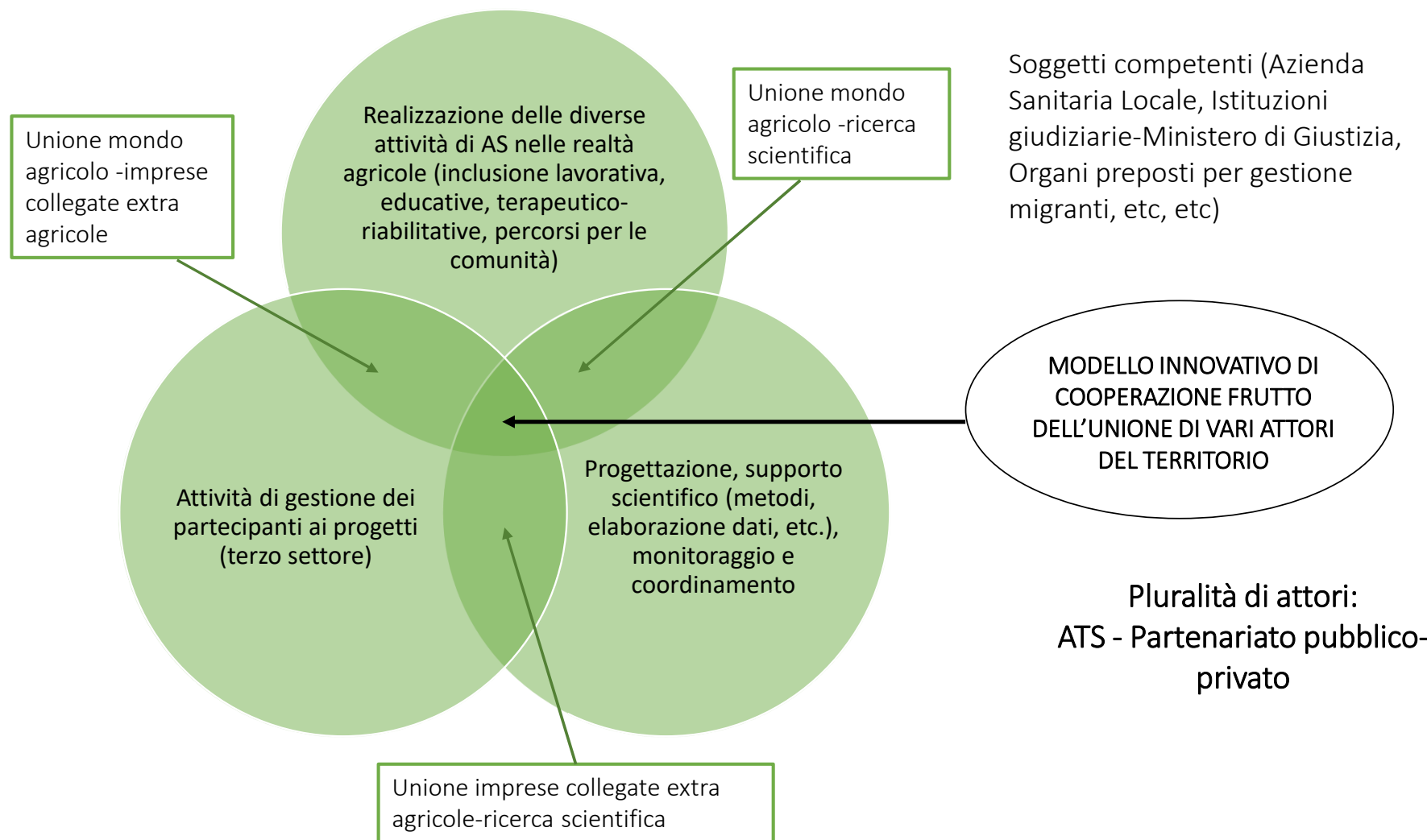


## Il contesto dell'Agricoltura sociale

Che cosa è l'AS e l'Importanza del dialogo tra le parti



Comuni





## Il contesto dell'Agricoltura sociale



| Disposizioni in materia di Agricoltura sociale, Legge Nazionale n. 141 del 18 luglio 2015                 | Attività prevalente                           | d.m. 12550/2018 "Definizione dei requisiti minimi e delle modalità relative alle attività di agricoltura sociale" (20 giugno 2019)                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| a) Inserimento socio-lavorativo di lavoratori con disabilità e di lavoratori svantaggiati ...             | Prevalenza di produzioni di beni agricoli     | <ul style="list-style-type: none"><li>* Percorsi stabili di inclusione socio-lavorativa</li><li>* Verifica e certificazione delle competenze acquisite nel caso di tirocini</li></ul>                                                                                                                                                                                                                           |
| b) Prestazioni e attività sociali e di servizio per le comunità locali ...                                | Prevalenza di servizi sociali per la comunità | <ul style="list-style-type: none"><li>* Attività funzionali alla valorizzazione delle specificità territoriali</li><li>* Durata temporale minima stabilita dalle amministrazioni regionali</li><li>* Ci si può avvalere di specifiche figure professionali aventi i requisiti previsti dalle normative del settore</li></ul>                                                                                    |
| c) Prestazioni e servizi che affiancano e supportano le terapie mediche, psicologiche e riabilitative ... | Prevalenza di servizi socio-terapeutici       | <ul style="list-style-type: none"><li>* Collaborazione con gli enti pubblici del sistema socio-sanitario e con i soggetti del terzo settore nell'intento di integrare le politiche agricole con quelle sociosanitarie</li><li>* Richiesta la presenza di figure professionali mediante convenzioni e collaborazioni</li><li>* Riferimento alle linee guida degli interventi assistiti con gli animali</li></ul> |
| d) Progetti finalizzati all'educazione ambientale e alimentare, alla salvaguardia della biodiversità ...  | Prevalenza di servizi socio-educativi         | <ul style="list-style-type: none"><li>* Servizi svolti da operatori riconosciuti dell'agricoltura sociale anche in collaborazione con le scuole</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                       |



## II GO AGRISOCIAL NETWORK



- Le emergenze socio-economiche (pandemia sanitaria, crisi economiche, climatiche) richiedono **nuove declinazioni del welfare** e attenzioni alle marginalità sociali emergenti
- L'agricoltura sociale si offre come uno **strumento sia terapeutico sia comunitario**, in grado di ricomporre anche disagi economici, offrendo sbocchi occupazionali alle categorie svantaggiate e la costruzione di spazi di vita migliore per tutti
- Necessaria una **visione comune** per superare la prospettiva culturale-operativa settoriale ed impostare una metodologia multidisciplinare di progettazione, attuazione ed analisi originale per approfondirne i potenziali vantaggi (risultati ottenibili) in termini di salute, risultati sociali e riprogettazione rurale economica.



Riflessione interdisciplinare nell'ambito del **GO-PEI AGRI SOCIAL NETWORK** che promuove un avanzamento delle conoscenze e percorsi operativi nel campo dell'AS in termini **multidisciplinari di salute, risultati sociali e riprogettazione rurale ed economica** al fine di fornire coordinate teorico – metodologiche con importanti ricadute per lo sviluppo di reti e di politiche.





## II GO AGRISOCIAL NETWORK



- PROTOTIPIZZAZIONE DI MODELLI INNOVATIVI DI BUSINESS IN AGRICOLTURA ATTRAVERSO UNA RETE DI COOPERAZIONE TRA IL MONDO AGRICOLO, SOCIALE ED ISTITUZIONALE
- Finanziato da PSR 2014-2020 - Misura Innovazione 16.1.1 Focus Area 6 A: Sostenere la diversificazione e multifunzionalità promuovendo forme innovative di business che coniughino le potenzialità agricole in termini di servizi sociali di base alle persone stimolando innovazioni nelle forme di sussidiarietà che integrino agricoltura e istituzioni sociali).
- Finanziamento totale: € 579.396,04
- TEMPISTICHE: Inizio Attività Novembre 2020 – fino al 30 Aprile 2023
- Attività 3 Work Package – 10 Tasks – 41 Sub Task
- PARTNER:
  - 41 Soggetti (partecipanti all'ATS)
  - 37 Soggetti (al termine del progetto) di cui: 2 Organizzazioni professionali, 11 Coop. sociali di tipo B, 9 Coop. sociali di tipo A, 6 Aziende agricole, 3 Associazioni/Fondazioni, 1 Studio professionale, 5 Enti di Ricerca



generare conoscenze affinché l'AS diventi concretamente uno **stimolo per un cambiamento più complesso dello sviluppo locale**: attraverso l'attivazione sul territorio di **reti di relazioni** che creano **mercati di beni relazionali**, si offrono risposte a domande sociali latenti o alle quali i sistemi di welfare non sono più in grado di rispondere, generando capitale sociale, ingrediente fondamentale in qualunque ricetta di sviluppo locale anche in un'ottica di riprogettazione rurale economica ed innovazione sociale che si fonda proprio nella capacità di creare e implementare nuove idee che creano valore.





## La dimensione economica: indagine conoscitiva dei partner del GO

|                                                                            |                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Costruzione di un questionario <i>ad hoc</i> , testaggio, somministrazione | Approccio multidisciplinare: economico-agrario, antropologico, psicologico e della cooperazione sociale                                                                            |
|                                                                            | Quesiti su dimensione tecnico-economica e relazionale                                                                                                                              |
|                                                                            | Somministrazione (aprile-maggio 2021) a tutti i partner del GO                                                                                                                     |
| Risultati                                                                  | 10 partner si occupano di IL in agricoltura (attraverso diversi strumenti: borse lavoro, salario di primo ingresso, assunzione, tirocini extracurricolari, indennità di frequenza) |
|                                                                            | 14 partner si occupano di PTR (ortoterapia, interventi con animali)                                                                                                                |
|                                                                            | 2 partner offrono servizi EDU                                                                                                                                                      |
|                                                                            | Ampia platea di utenti a cui si rivolgono i diversi servizi                                                                                                                        |
|                                                                            | Collaborazioni formali e/o informali con Enti Pubblici e soggetti privati del terzo settore                                                                                        |
|                                                                            | Esistenza di una rete tra i partner all'inizio del progetto                                                                                                                        |





## SWOT analysis e strategie per l'AS



**OBIETTIVO:** definizione delle possibili strategie di sviluppo/rafforzamento dell'AS in Umbria.

### Matrice SWOT

| FATTORI ENDOGENI   |                        |
|--------------------|------------------------|
| Punti di forza (S) | Punti di debolezza (W) |
|                    |                        |
| Opportunità (O)    | Minacce (T)            |
|                    |                        |
| FATTORI ESOGENI    |                        |

### Possibili linee strategiche di sviluppo

| Analisi SWOT    |                 | Analisi interna |               |
|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|
|                 |                 | Forze (S)       | Debolezze (W) |
| Analisi esterna | Opportunità (O) | Strategie S-O   | Strategie W-O |
|                 | Minacce (T)     | Strategie S-T   | Strategie W-T |



# SWOT analysis e strategie per l'AS



## PARTECIPANTI FOCUS GROUP:

- 4 ricercatori (UNIPG e UNIPI)
- 12 rapp. Partners GO AgriSocial Network
- 1 ricercatore CREA-PB
- 1 rapp. Organizzazione professionale
- 2 rapp. Regione Umbria

## STRUMENTO:

- Piattaforma MIRO'

## 2 TEMI E FASI DI DISCUSSIONE:

- individuazione dei punti di forza e di debolezza dell'AS e le opportunità e i vincoli che ad oggi stimolano o limitano lo sviluppo sul territorio delle pratiche di AS;
- individuazione di possibili azioni future da svolgere per superare/limitare i punti di debolezza/vincoli.





## SWOT analysis e strategie per l'AS



### Punti di forza (Strenght)

S1 SOGGETTI QUALIFICATI E MOTIVATI - Presenza sul territorio di soggetti qualificati e motivati, diversificati tra loro in termini di competenze di AS e animati da altruismo e giustizia sociale

S2 GAMMA DI SERVIZI - L'AS offre un'ampia gamma di servizi accessibili sul territorio e percorsi diversificati

S3 INNOVAZIONE SOCIALE ACCESSO A RETI - Possibilità di attuare molteplici forme di innovazione sociale tramite lo sviluppo di reti collaborative, che permettono di accedere a strutture, reti e attività non istituzionali

S4 RIDEFINIZIONE WELFARE - Occasione per ridefinire sistemi di welfare sostenibili, inclusivi e flessibili

S5 RESILIENZA PANDEMIA - Maggior resilienza dell'AS rispetto alla crisi pandemica

### Opportunità (Opportunity)

O1 INNOVAZIONE SOCIALE - Intendere l'AS come intervento di innovazione sociale che consente l'accesso a fondi di diversa natura

O2 DOMANDA CRESCENTE - Domanda crescente per i prodotti etici e i servizi da agricoltura sociale

O3 ALLEANZE CRESCENTI - Numero crescente di alleanze e reti, spesso formalizzate che vanno oltre le logiche settoriali, tra mondo del profit, non profit, mondo pubblico, per l'organizzazione di progettualità più solide e durevoli

O4 ESPANSIONE ECONOMIA CIVILE - Espansione delle pratiche di economia civile per sviluppare la contemporanea creazione di valori economici e sociali

O5 RICHIESTA WELFARE MIGLIORE - Le aree rurali sollecitano un rinnovamento profondo dei servizi in generale e del sistema di welfare territoriale



## SWOT analysis e strategie per l'AS



### Punti di debolezza (Weakness)

W1 ALBO MANCANTE - Mancanza di un albo regionale delle strutture coinvolte in AS

W2 INTERAZIONE SCARSA - Scarsa interazione tra settore profit e non profit e scarsa capacità di dare continuità alle azioni intraprese con l'AS

W3 FORMAZIONE SCARSA - Mancanza di adeguata comunicazione e formazione all'interno del settore profit e di assistenza tecnica e agronomica nel settore non profit

W4 RICONOSCIMENTO SCARSO - Mancanza di conoscenza e riconoscimento dell'AS come linea di intervento e di potenzialità di servizi offribili a cui si associa una mancanza di un processo di adeguamento istituzionale e di governance delle politiche e misure di intervento (anche finanziarie come fornitori di servizi)

W5 PRODOTTI SCARSI - Mancanza di conoscenza da parte della distribuzione moderna dei prodotti da AS e carenza di prodotti agricoli da AS

### Minacce (Threats)

T1 PROCEDURE CARENTI - Mancanza di procedure chiare per attivare le diverse pratiche richiamate dalla Legge Nazionale che determinano disomogeneità a livello territoriale.

T2 INTEGRAZIONE TRA POLITICHE CARENTE - Frammentazione delle linee strategiche e delle risorse che ostacola la messa a sistema di una linea di intervento sull'AS anche di tipo formativo

T3 SOSTENIBILITA' ECONOMICA DIFFICOLTOSA - Necessità di trovare per i servizi di AS una propria sostenibilità economica al di fuori delle risorse pubbliche

T4 VALUTAZIONE CARENTE - Mancanza di un sistema di valutazione d'impatto in termini economici e di qualità della vita

T5 MERCATO DEL LAVORO DISATTENTO - Scarsa attenzione da parte di soggetti che operano nel campo del mercato del lavoro



## SWOT analysis e strategie per l'AS



W2 INTERAZIONE SCARSA - Scarsa interazione tra settore profit e non profit e scarsa capacità di dare continuità alle azioni intraprese con l'AS

T3 SOSTENIBILITA' ECONOMICA DIFFICOLTOSA - Necessità di trovare per i servizi di AS una propria sostenibilità economica al di fuori delle risorse pubbliche



WT3 COLLABORAZIONE COOPERATIVE E IMPRESE - Creare collaborazione per attività sostenibili economicamente tra cooperative di tipo A e quelle di tipo B e aziende agricole [1]

S1 SOGGETTI QUALIFICATI E MOTIVATI - Presenza sul territorio di soggetti qualificati e motivati, diversificati tra loro in termini di competenze di AS e animati da altruismo e giustizia sociale

O4 ESPANSIONE ECONOMIA CIVILE - Espansione delle pratiche di economia civile per sviluppare la contemporanea creazione di valori economici e sociali



SO1 ESPANSIONE ECONOMIA CIVILE - Espansione di pratiche di economia civile sfruttando la forte motivazione dei soggetti economici di AS [2]

S5 RESILIENZA PANDEMIA - Maggiore resilienza dell'AS rispetto alla crisi pandemica

O1 INNOVAZIONE SOCIALE - Intendere l'AS come intervento di innovazione sociale che consente l'accesso a fondi di diversa natura



SO3 ACCESSO FONDI INTEGRATI - Misure integrate che consentano l'accesso a fondi di diversa natura che valorizzino la maggiore resilienza dell'AS in crisi pandemica [3]



## SWOT analysis e strategie per l'AS



W1 ALBO MANCANTE - Mancanza di un albo regionale delle strutture coinvolte in AS

T1 PROCEDURE CARENTI - Mancanza di procedure chiare per attivare le diverse pratiche richiamate dalla Legge Nazionale che determinano disomogeneità a livello territoriale.



WT2 COINVOLGIMENTO ISTITUZIONI - Istituire un tavolo di discussione con i vari servizi e le politiche per la creazione dell'Albo regionale di AS [4]

W3 FORMAZIONE SCARSA - Mancanza di adeguata comunicazione e formazione all'interno del settore profit e di assistenza tecnica e agronomica nel settore non profit

T2 INTEGRAZIONE TRA POLITICHE CARENTE - Frammentazione delle linee strategiche e delle risorse che ostacola la messa a sistema di una linea di intervento sull'AS anche di tipo formativo



WT1 FORMAZIONE - Costruire percorsi formativi specifici per le aziende profit e non profit che intraprendono attività di AS [5]

S2 GAMMA DI SERVIZI - L'AS offre un'ampia gamma di servizi accessibili sul territorio e percorsi diversificati

T4 VALUTAZIONE CARENTE - Mancanza di un sistema di valutazione d'impatto in termini economici e di qualità della vita



ST2 SISTEMA DI VALUTAZIONE - Costruire un sistema di valutazione degli impatti delle pratiche di AS sui beneficiari e sul contesto di riferimento, che ne valuti anche la sostenibilità economico-finanziaria, e che sia di supporto alle istituzioni [6]



## SWOT analysis e strategie per l'AS



W4 RICONOSCIMENTO SCARSO - Mancanza di conoscenza e riconoscimento dell'AS come linea di intervento e di potenzialità di servizi offribili a cui si associa una mancanza di un processo di adeguamento istituzionale e di governance delle politiche e misure di intervento (anche finanziarie come fornitori di servizi)

O3 ALLEANZE CRESCENTI - Numero crescente di alleanze e reti, spesso formalizzate che vanno oltre le logiche settoriali, tra mondo del profit, non profit, mondo pubblico, per l'organizzazione di progettualità più solide e durevoli



WO2 COORDINAMENTO CENTRALE - Individuare un coordinamento centralizzato a livello regionale che possa elaborare una strategia complessiva e seguire l'evoluzione del percorso dell'AS, attivare discussioni, creare reti e farsi promotore dei rapporti e accreditare i servizi offerti [7]

S4 RIDEFINIZIONE WELFARE - Occasione per ridefinire sistemi di welfare sostenibili, inclusivi e flessibili

T1 PROCEDURE CARENTI - Mancanza di procedure chiare per attivare le diverse pratiche richiamate dalla Legge Nazionale che determinano disomogeneità a livello territoriale.



ST1 CREAZIONE MODELLI - Creare modelli di AS in parte codificati per mettere a sistema l'esistente cercando di superare le disomogeneità a livello territoriale [8]

S3 INNOVAZIONE SOCIALE ACCESSO A RETI - Possibilità di attuare molteplici forme di innovazione sociale tramite lo sviluppo di reti collaborative, che permettono di accedere a strutture, reti e attività non istituzionali

O5 RICHIESTA WELFARE MIGLIORE - Le aree rurali sollecitano un rinnovamento profondo dei servizi in generale e del sistema di welfare territoriale



SO2 SVILUPPO DI RETI - Attuare forme di innovazione sociale tramite lo sviluppo di reti collaborative nelle aree rurali che permettano un rinnovamento del welfare [9]



## SWOT analysis e strategie per l'AS



S3 INNOVAZIONE SOCIALE ACCESSO A RETI - Possibilità di attuare molteplici forme di innovazione sociale tramite lo sviluppo di reti collaborative, che permettono di accedere a strutture, reti e attività non istituzionali  
T5 MERCATO DEL LAVORO DISATTENTO - Scarsa attenzione da parte di soggetti che operano nel campo del mercato del lavoro



ST3 CONNESSIONE MERCATO LAVORO - Creare connessione tra i soggetti che operano nel mercato del lavoro e le reti e attività a cui ha accesso l'AS [10]

W5 PRODOTTI SCARSI - Mancanza di conoscenza da parte della distribuzione moderna dei prodotti da AS e carenza di prodotti agricoli da AS  
O2 DOMANDA CRESCENTE - Domanda crescente per i prodotti etici e i servizi da agricoltura sociale



WO3 CREAZIONE MARCHIO - Creazione di un marchio/logo di AS [11]

W5 PRODOTTI SCARSI - Mancanza di conoscenza da parte della distribuzione moderna dei prodotti da AS e carenza di prodotti agricoli da AS  
O2 DOMANDA CRESCENTE - Domanda crescente per i prodotti etici e i servizi da agricoltura sociale



WO1 COINVOLGIMENTO DISTRIBUZIONE - Cercare di coinvolgere maggiormente il mondo della distribuzione [12]





# SWOT analysis e strategie per l'AS



## Matrice delle 12 strategie

|                           | Punti di forza (Strenght)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Punti di debolezza (Weakness)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Opportunità (Opportunity) | <p>SO1 ESPANSIONE ECONOMIA CIVILE - Espansione di pratiche di economia civile sfruttando la forte motivazione dei soggetti economici di AS [2]</p> <p>SO2 SVILUPPO DI RETI - Attuare forme di innovazione sociale tramite lo sviluppo di reti collaborative nelle aree rurali che permettano un rinnovamento del welfare [9]</p> <p>SO3 ACCESSO FONDI INTEGRATI - Misure integrate che consentano l'accesso a fondi di diversa natura che valorizzino la maggiore resilienza dell'AS in crisi pandemica [3]</p>                                                                                          | <p>WO1 COINVOLGIMENTO DISTRIBUZIONE - Cercare di coinvolgere maggiormente il mondo della distribuzione [12]</p> <p>WO2 COORDINAMENTO CENTRALE - Individuare un coordinamento centralizzato a livello regionale che possa elaborare una strategia complessiva e seguire l'evoluzione del percorso dell'AS, attivare discussioni, creare reti e farsi promotore dei rapporti e accreditare i servizi offerti, anche tra la parte mancante (servizi) e gli altri soggetti [7]</p> <p>WO3 CREAZIONE MARCHIO - Creazione di un marchio/logo di AS [11]</p> |
| Minacce (Threats)         | <p>ST1 CREAZIONE MODELLI - Creare modelli di AS in parte codificati per mettere a sistema l'esistente cercando di superare le disomogeneità a livello territoriale [8]</p> <p>ST2 SISTEMA DI VALUTAZIONE - Costruire un sistema di valutazione degli impatti delle pratiche di AS sui beneficiari e sul contesto di riferimento, che ne valuti anche la sostenibilità economico-finanziaria, e che sia di supporto alle istituzioni [6]</p> <p>ST3 CONNESSIONE MERCATO LAVORO - Creare connessione tra i soggetti che operano nel mercato del lavoro e le reti e attività a cui ha accesso l'AS [10]</p> | <p>WT1 FORMAZIONE - Costruire percorsi formativi specifici per le aziende profit e non profit che intraprendono attività di AS [5]</p> <p>WT2 COINVOLGIMENTO ISTITUZIONI - Istituire un tavolo di discussione con i vari servizi e le politiche per la creazione dell'Albo regionale di AS [4]</p> <p>WT3 COLLABORAZIONE COOPERATIVE E IMPRESE - Creare collaborazione per attività sostenibili economicamente tra cooperative di tipo A e quelle di tipo B e aziende agricole [1]</p>                                                                |



## Multi-Criteria Decision Making: metodologia



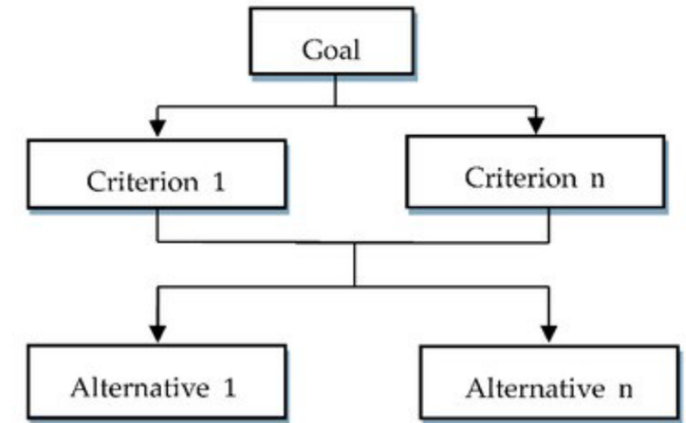
L'analisi SWOT (metodo qualitativo) non può classificare i fattori e i sotto-fattori né dare priorità alle strategie individuate.

Per fare questo si usano metodi decisionali multicriteriali (MCDM) come l'ANP (Analytic Network Process) (generalizzazione del metodo AHP-Analytic Hierarchy Process)

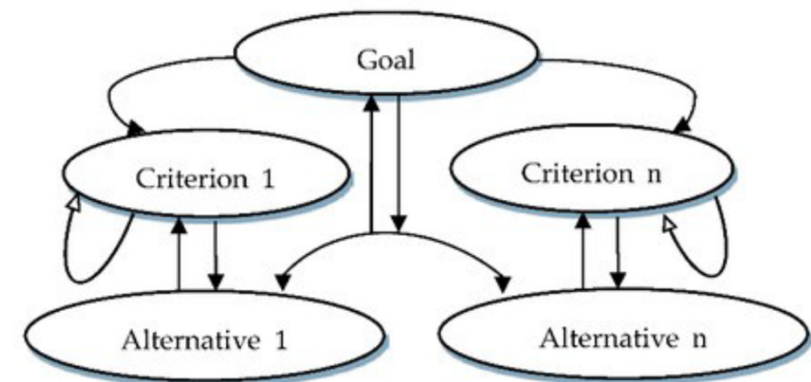


## ANP

- L'ANP e AHP = metodi dove un gruppo di esperti è chiamato a giudicare quale sia la **decisione migliore all'interno di un insieme di possibili alternative**, riunite in maniera organizzata attraverso un processo logico.
- Nell'**AHP** le informazioni sono strutturate in una gerarchia di criteri e alternative.
- Nell'**ANP** le informazioni sono strutturate in una rete (network) di criteri e alternative, collegati tra loro in qualunque direzione
- In entrambe si possono confrontare sia criteri qualitativi che criteri quantitativi.
- Sia nell'AHP che nell'ANP la valutazione avviene in base ad un **confronto a coppie**.



(a) The AHP hierarchy.



(b) The ANP network.



# Multi-Criteria Decision Making: metodologia



## MATRICI DI COMPARAZIONE

Confronto a coppie tra i 4 fattori della SWOT (confronto diretto)

Confronto tra 2 fattori rispetto ad un terzo fattore (per valutare l'influenza che ciascun fattore ha nei confronti degli altri)

Confronto a coppie tra i sotto-fattori dello stesso fattore della SWOT

Valutazione dell'influenza di ciascuna strategia nei riguardi di tutti i sotto-fattori SWOT (alta, media, bassa)



Quando i fattori e sotto-fattori e le strategie alternative sono molti (come in questo caso)



**MODELLI DI VALUTAZIONE (RATING MODELS):**  
per le strategie non viene eseguito il confronto a coppie, ma sviluppata una scala di valutazione specifica per ciascuno dei criteri, cosicché le strategie alternative vengono valutate, indipendentemente l'una dall'altra, utilizzando queste scale (che possono essere diverse per ciascun criterio o uguali, come in questo caso-alto, medio, basso).



viene costruita **un'unica matrice di comparazione**, che permette di valutare l'influenza che le singole strategie (righe della matrice) esercitano su ciascun singolo sotto-fattore (colonne della matrice) e in cui ciascun sotto-fattore ha un peso che è stato determinato grazie al confronto a coppie suddetto

| Livello di influenza/peso/importanza |                          | Spiegazione                                                                     |
|--------------------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                    | Uguale                   | I due elementi hanno la stessa influenza                                        |
| 2                                    | Debole                   | Tra i due elementi c'è una influenza tra l'uguale e il moderato                 |
| 3                                    | Moderata                 | Un elemento è moderatamente influente rispetto all'altro                        |
| 4                                    | Da moderata a forte      | L'influenza di un elemento rispetto all'altro è tra il moderato e il forte      |
| 5                                    | Forte                    | Un elemento è fortemente influente rispetto all'altro                           |
| 6                                    | Da forte a molto forte   | L'influenza di un elemento rispetto all'altro è tra il forte e il molto forte   |
| 7                                    | Molto forte              | Un elemento è molto fortemente influente rispetto all'altro                     |
| 8                                    | Da molto forte a massima | L'influenza di un elemento rispetto all'altro è tra il molto forte e il massimo |
| 9                                    | Massima                  | Un elemento è assolutamente influente rispetto all'altro                        |



## Multi-Criteria Decision Making: indagine ed elaborazione dati



### PARTECIPANTI

- 19 stakeholder o “testimoni privilegiati” (partner AGRISOCIAL NETWORK, ricercatori, associazioni di produttori)

### STRUMENTO/ SOMMINISTRAZIONE/ TEMPISTICHE

- Questionario inviato precedentemente degli incontri via web; Giugno-agosto 2021

### SOFTWARE/ ELABORAZIONE:

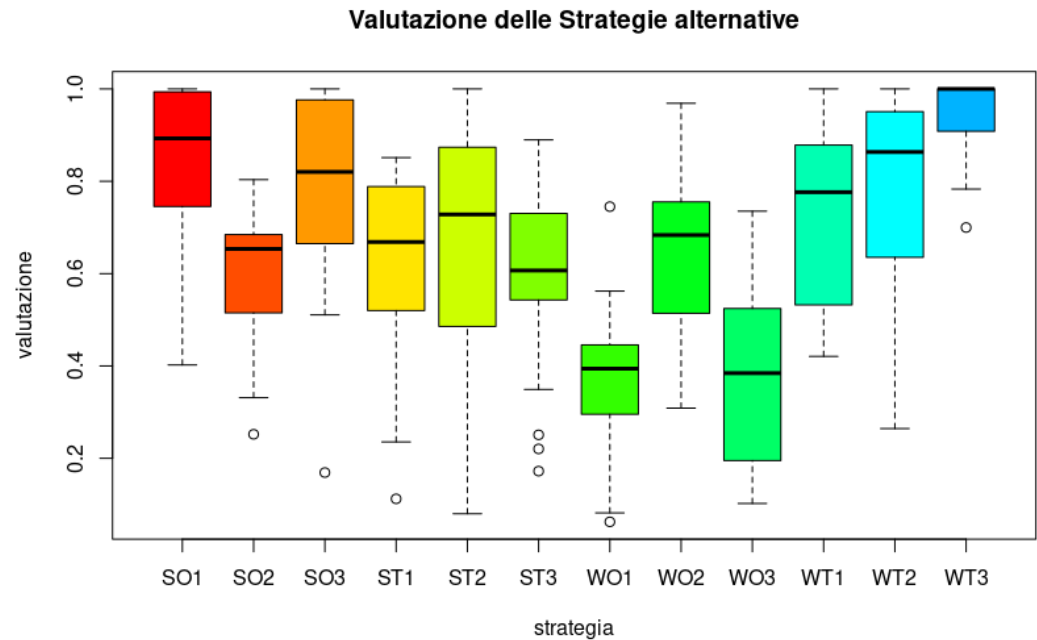
- a) Inserimento dei valori espressi da ciascun stakeholder attraverso le matrici di comparazione nel modello di valutazione del software **SuperDecisions** che ha calcolato e inserito il peso di ciascun sotto-fattore (diverso per ciascun stakeholder) nel modello di rating.
- b) Definizione della **scala di valutazione** per misurare l’influenza delle strategie su ciascun sotto-fattore; in questo studio la scala è stata definita con i 3 valori Alta, Media, Bassa, (a cui corrispondono i valori numerici: 1.000, 0.3467, 0.0801, ottenuti grazie al sistema di confronto a coppie messo a disposizione dal software).
- c) Inserimento (nella tabella messa a disposizione dal software) dei valori assegnati da ciascun stakeholder nella matrice del modello di rating; esecuzione del calcolo della graduatoria delle strategie alternative, ottenendo una **graduatoria diversa** per ciascun stakeholder.
- d) Sintesi delle graduatorie, mediante media semplice dei punteggi delle singole graduatorie, e analisi della varianza (ANOVA) del risultato sintetico ottenuto.



## Multi-Criteria Decision Making: risultati



- 1) strategia WT3 “Collaborazione cooperative imprese” (ritenuta migliore da 12 stakeholder su 19)
  - 2) strategia SO1 “Espansione economia civile”
- L’analisi della varianza conferma tale graduatoria con un buon livello di significatività.
  - Nel box plot si evidenzia la distribuzione e la variabilità delle singole graduatorie, confermando una buona convergenza del risultato finale sulla strategia WT3.





## Alcuni spunti di riflessione



- I risultati **confermano** anche quanto emerso negli incontri, focus group, interviste ed approfondimenti con i partner del GO AGRISOCIAL NETWORK.
- Infatti, gli stakeholder sono convinti che è proprio la creazione di **reti di collaborazione attiva** tra coop. A, B e aziende agricole per l'implementazione attività sostenibili dal punto di vista sociale ed economico che possa maggiormente determinare una crescita dell'AS.
- Creazione di reti = prevista anche nella legislazione









*Grazie per  
l'attenzione !*



*«Da soli si va più veloce,  
insieme più lontano»  
(Antico proverbio africano)*