

Indice

<i>Gli Autori</i>	9
<i>Presentazione</i> di MARIO PRESTAMBURGO	11
PARTE I – L’analisi teorico-interpretativa	
MICHELE DISTASO	
<i>Il valore economico della qualità e la complessità dei prodotti agro-alimentari</i>	
<i>Introduzione</i>	15
CAPITOLO I	
<i>Il territorio fonte di vantaggio competitivo</i>	19
1. I principali caratteri del cambiamento qualitativo del fenomeno produttivo	19
2. Le fonti della competitività fondata sui vantaggi differenziati	26
CAPITOLO II	
<i>Per una concettualizzazione di economia della qualità</i>	37
1. I caratteri del modello economico fondato sulla qualità	37
2. La logica dell’economia della qualità	46
CAPITOLO III	
<i>La qualità come variabile endogena</i>	57
1. Le implicazioni derivanti dall’analisi del prodotto	57
2. Significato analitico dell’introduzione della qualità tra le variabili economiche	63
CAPITOLO IV	
<i>La qualità: un concetto essenzialmente economico</i>	73
1. La complessa questione della definizione della qualità	73
2. Significato del concetto di qualità nella sua accezione più ampia	82

CAPITOLO V	
<i>Sulla natura dell'incertezza qualitativa</i>	91
1. L'incertezza come problema di informazione	91
2. La costruzione della reputazione e le condizioni per la sua conservazione	98
3. L'incertezza come problema di valutazione e di misurazione	110
4. L'incertezza come problema di inesistenza <i>a priori</i> di informazioni	114
5. L'incertezza come problema di conoscenza endogena	120
CAPITOLO VI	
<i>Per una caratterizzazione del processo di qualificazione</i>	131
1. Il campo d'azione della politica nella gestione della qualità	131
2. Alcune questioni connesse alla qualità come segno	136
CAPITOLO VII	
<i>La costruzione della qualità territoriale</i>	145
1. La dimensione dell'origine come criterio di differenziazione dei prodotti alimentari	145
2. La denominazione d'origine come strategia di specificazione territoriale di un prodotto	157
3. Il processo di qualificazione come processo innovativo	172
CAPITOLO VIII	
<i>Economia della qualità ed economia dei servizi</i>	183
1. I termini della questione	183
2. La differenziazione dei prodotti agricoli fondata sui servizi	191
<i>Considerazioni conclusive</i>	199
<i>Riferimenti bibliografici</i>	203
PARTE II – L'analisi normativa ed esplicativa	
DOMENICO VITI	
<i>L'agricoltura di qualità negli USA. Analisi istituzionale in uno studio di diritto comparato</i>	215
1. Introduzione	215
2. Indicazioni geografiche dei prodotti agricoli e culture giuridiche	216
3. La posizione statunitense: scelta economica o istituzionale?	218
4. Categorie giuridiche e politiche di qualità	222

5. L'evoluzione dell'intervento federale in agricoltura	224
6. Le norme di eccezione sull'attività agricola negli USA	225
7. Il <i>Trademark Act</i> e il <i>Certification Mark</i>	228
8. Osservazioni conclusive	230
Riferimenti bibliografici	231

ALBA DISTASO

<i>Tempo di consumo e consumo di tempo nell'evoluzione dei comportamenti alimentari. Un approccio teorico-interpretativo</i>	233
1. Introduzione	233
2. Un breve esame del problema del ruolo del consumo nel sistema delle categorie economiche	235
3. Le implicazioni connesse all'inclusione delle variabili socio-culturali	239
4. La dimensione temporale come variabile esplicativa della teoria del consumo	243
5. Il tempo come strumento di analisi economica	248
Riferimenti bibliografici	252

PARTE III – L'analisi empirica

ROBERTA SISTO, EMILIO DE MEO, ANTONIO LOPOLITO

<i>Qualità e coordinamento del sistema di produzione del vino DOC San Severo</i>	257
1. Introduzione	257
2. Territorio e reputazione	259
2.1. Prodotti tipici e sistemi locali	259
2.2. Un esame del concetto di reputazione	262
2.3. La denominazione d'origine come meccanismo di istituzionalizzazione della reputazione collettiva	268
3. Il caso di studio	272
3.1. La metodologia adottata	272
3.2. I risultati	274
3.2.1. Il sistema di produzione	274
3.2.2. La valutazione della qualità	278
3.2.3. Il livello di coordinamento	282
3.2.4. La reputazione collettiva	288
4. Considerazioni conclusive	290
Riferimenti bibliografici	292
Appendice 1	294
Appendice 2	295

GIULIO MARIO CAPPELLETTI, ERICA VARESE <i>Sulla percezione del significato dei segni di qualità dei prodotti agro-alimentari. Risultati di un'indagine su un campione di consumatori in provincia di Foggia</i>	297
1. Introduzione	297
2. Definizione del concetto di qualità dal punto di vista merceologico	298
3. Le certificazioni della qualità	301
3.1. La certificazione di sistema e di prodotto	301
3.2. Un esame dei principali caratteri delle denominazioni d'origine protette (DOP) e delle indicazioni geografiche protette (IGP) secondo il Reg. 510/2006	304
3.3. I principali caratteri delle specialità tradizionali garantite (STG) secondo il Reg. 509/2006	313
4. I prodotti agro-alimentari tradizionali (PAT)	315
5. I vini di qualità	318
6. I risultati di un'indagine campionaria sulla percezione dei segni di qualità	324
7. Conclusioni	333
Riferimenti bibliografici	334
Appendice 1	337