

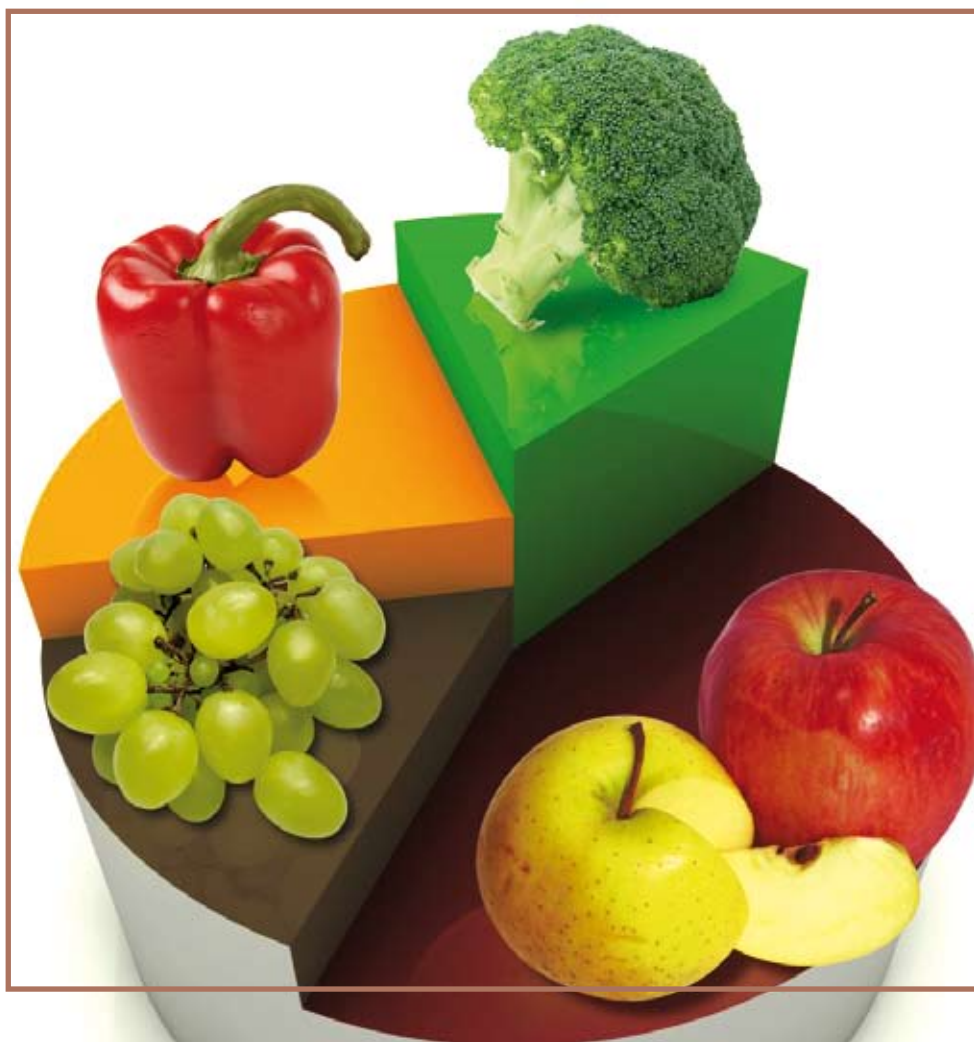
# Introduzione al Marketing

D E L L E C O O P E R A T I V E  
A G R O A L I M E N T A R I



## SPUNTI PER UN MARKETING AGROALIMENTARE INNOVATIVO E SOSTENIBILE

“La difficoltà non sta nel credere alle nuove idee, ma nel fuggire dalle vecchie”  
(J.M. Keynes)



PRIMO VOLUME

# Introduzione al marketing <sup>1</sup>

DELLE COOPERATIVE  
AGROALIMENTARI

## SPUNTI PER UN MARKETING AGROALIMENTARE INNOVATIVO E SOSTENIBILE

GLI SCOPI DEL QUADERNO	PAG. 3
BENI RELAZIONALI E COOPERAZIONE	PAG. 3
LE DUE DIMENSIONI DI UNA COOPERATIVA	PAG. 4
CRISI ECONOMICA, AGRICOLTURA E COOPERAZIONE	PAG. 6
CRISI ECONOMICA E L'ENCICLICA DI PAPA BENEDETTO XVI, "CARITAS IN VERITATE"	PAG. 7
CONSUMI ALIMENTARI E CRISI ECONOMICA	PAG. 9
SULLE IMPRESE SOCIALMENTE RESPONSABILI (CENNI)	PAG. 11
I FONDAMENTI DELLA COOPERAZIONE	PAG. 13