

2016 Rapporto
sulla competitività
del settore
ortofrutticolo
nazionale





ORTOFRUTTATA

2016 Rapporto sulla competitività del settore ortofrutticolo nazionale





Realizzazione editoriale Agra Editrice srl
Progetto grafico Rosa Schiavello
Copertina Patrizio Cecconi
Stampa Tipolitografia CSR - Roma
Finito di stampare nel mese di aprile 2016

È vietata la riproduzione, anche parziale, senza la chiara identificazione della fonte e degli autori.

Nomisma Società di Studi Economici SpA

Strada Maggiore 44, Palazzo Davia Bargellini
40125 Bologna
www.nomisma.it

Consiglio di Amministrazione

Piero Gnudi (Presidente)
Antonio Calabrò
Vittorio Calvanico
Gianpiero Calzolari
Maurizio Carfagna
Carlo Cimbri
Emanuele Degennaro
Luca Dondi dall'Orologio
Carlo Gherardi
Andrea E. Goldstein
Luca Lucaroni
Gabriele Piccini
Giovanni Pecci
Juan Enrique Perez Calot
Stefano Rossetti
Giulio Santagata
Giordano Villa
Francesco Cozza (Segretario)

Comitato Scientifico

Gian Maria Gros-Pietro (Presidente)
Marco Fortis
Franco Mosconi
Giorgio Prodi
Gianfranco Viesti
Giovanni Pecci (Segretario)

Le attività di ricerca sono state realizzate dall'Area Agroalimentare di Nomisma SpA

Denis Pantini (Direttore di Area), Silvia Zucconi (Coordinatore), Stefano Baldi, Emanuele Di Faustino, Ersilia Di Tullio, Evita Gandini, Fabio Lunati, Massimo Spigola, Chiara Volpato

L'organizzazione dell'intero lavoro di ricerca è stata curata e coordinata da Massimo Spigola

Si ringraziano inoltre per la collaborazione:
Felice Adinolfi, Fabian Capitanio, Ivano Valmori Unaproa e in particolare Antonio Schiavelli, Stefano Franzero, Melven Bosca, Lorena D'Annunzio

INDICE

PREFAZIONE	7
Maurizio Martina <i>Ministro delle Politiche Agricole, Alimentari e forestali</i>	
INTRODUZIONE	9
Antonio Schiavelli <i>Presidente Unaproa</i>	
PARTE PRIMA.	
LA COMPETITIVITÀ DELLA FILIERA ORTOFRUTTICOLA ITALIANA E DEI PRINCIPALI PRODOTTI	13
CAPITOLO 1. IL VALORE SOCIOECONOMICO ESPRESSO DALLA FILIERA ORTOFRUTTICOLA ITALIANA	15
1.1. Il contesto strutturale	15
1.2. Il quadro produttivo	22
1.3. La dimensione organizzativa	30
1.3.1. Le Organizzazioni dei Produttori	31
Box 1. Analisi delle revoche di riconoscimento delle OP per regione e classe di VPC: un confronto fra l'universo Italia e la compagine associata ad UNAPROA	33
1.3.2. I livelli di aggregazione della produzione ortofrutticola in ambito regionale	38
1.3.3. Le risorse finanziarie per i Fondi di Esercizio e per le Azioni di carattere ambientale	40
1.3.4. Il valore della componente organizzata per i territori e il consumatore	43
1.4. Il valore economico	46
1.5. L'export ortofrutticolo dell'Italia	51

1.6. LE PRODUZIONI DI QUALITÀ	56
1.6.1. I prodotti DOP e IGP	56
1.6.2. L'ortofrutta BIO in Italia	60
CAPITOLO 2. IL POSIZIONAMENTO COMPETITIVO DEI PRODOTTI ITALIANI NEL MERCATO EUROPEO E MONDIALE	63
2.1. Il ruolo dell'ortofrutta italiana nel contesto europeo	63
2.1.1. L'ortofrutta BIO nell'UE	67
2.2. La prospettiva mondiale: l'Italia e i nuovi player	68
2.3. Gli scambi internazionali di settore e il posizionamento competitivo dell'Italia	73
2.3.1. Le esportazioni mondiali di ortofrutta fresca e trasformata	73
Box 2. Le rotte dell'ortofrutta: la centralità in Europa di Paesi Bassi e Belgio	76
2.3.2. Il posizionamento competitivo dell'Italia	79
2.3.2.1. Mele	79
2.3.2.2. Uva da tavola	81
2.3.2.3. Kiwi	83
2.3.2.4. Pesche e nettarine	85
2.3.2.5. Nocciole	87
2.3.2.6. Conserve di pomodoro	89
2.3.3. I principali mercati mondiale di importazione di ortofrutta	91
Box 3. Gli effetti dell'embargo russo sugli scambi internazionali di ortofrutta	93
2.4. Gli assetti economico-finanziari delle imprese agricole specializzate in orticoltura e frutticoltura: un confronto fra Italia e principali competitor	97
Box 4. La difesa sostenibile in campo per la massima sicurezza sulla tavola	100
CAPITOLO 3. CONSUMI DI ORTOFRUTTA, SCENARI COMPETITIVI E PERCORSI DI SVILUPPO	109
3.1. I consumi di ortofrutta in Italia e nei principali Paesi europei	109
3.2. I fattori a sostegno dei consumi di ortofrutta	116
3.3. Percorsi di sviluppo e potenziali aree di intervento	122
Box 5. I 5 colori del benessere	125

PARTE SECONDA.	
FOCUS DI APPROFONDIMENTO: CREDITO E GESTIONE DEL RISCHIO	131
CAPITOLO 4. IL CREDITO ALLE IMPRESE, STRUMENTO DI SVILUPPO DELLA FILIERA ORTOFRUTTICOLA	133
4.1. Analisi del quadro finanziario e patrimoniale delle imprese ortofrutticole	133
4.1.1. Introduzione e aspetti metodologici	133
4.1.2. Le principali evidenze dell'analisi di bilancio	135
4.2. Il rapporto OP-istituti di credito: quali evidenze?	148
CAPITOLO 5. LA GESTIONE DEL RISCHIO: LE OPPORTUNITÀ OFFERTE DAI NUOVI STRUMENTI PER LA TUTELA DEL REDDITO AGRICOLO	153
5.1. Introduzione	153
5.2. Le assicurazioni agricole agevolate (PSRN – sottomisura 17.1)	156
5.3. I fondi mutualistici	158
5.3.1. Fondi di mutualizzazione per gli eventi climatici e sanitari (PSRN – sottomisura 17.2)	159
5.3.2. Fondi di mutualizzazione per la stabilizzazione del reddito (PSRN – sottomisura 17.3)	160
5.4. Strategie di gestione del rischio e criteri applicativi dei fondi mutualistici: le simulazioni di sostenibilità realizzate da Unaproa e Ismea	162
CONCLUSIONI	165



PREFAZIONE

La seconda edizione del Rapporto Unaproa-Nomisma sulla competitività del settore ortofrutticolo italiano si conferma uno strumento utile non solo per capire meglio i tanti punti di forza di questo comparto, ma anche per avere elementi sulle materie che necessitano un intervento urgente. L'ortofrutta rappresenta una delle voci più importanti del bilancio agricolo nazionale, con oltre un terzo degli ettari coltivati destinati proprio a queste produzioni. Siamo *leader* mondiali ed europei in moltissime colture e stiamo crescendo anche sul fronte delle esportazioni.

Da parte del Governo c'è il massimo impegno soprattutto nella tutela del reddito degli agricoltori, con azioni mirate e concrete come il taglio delle tasse inserito nell'ultima legge di stabilità. 800 milioni di euro dedicati agli investimenti e al futuro del comparto rendono l'agricoltura protagonista della manovra, nell'anno in cui con Expo il modello agricolo italiano è stato al centro dell'attenzione mondiale. Di questo modello l'ortofrutta rappresenta una componente irrinunciabile. C'è sicuramente ancora molto lavoro da fare e penso in particolare alla grande questione organizzativa. Nel settore convivono esperienze eccellenti di aggregazione e realtà che soffrono la mancanza di questo salto di qualità necessario nel contesto globale in cui si opera.

È questa la partita più importante che abbiamo davanti, rivedere alcuni meccanismi di funzionamento di alcune Organizzazioni di Produttori. Dobbiamo renderle più efficienti, più capaci di mettere insieme le forze e affrontare i mercati nazionali e internazionali con gli strumenti adeguati. Anche sotto il profilo del credito e su questo punto abbiamo fatto accordi specifici per far rinascere un credito agroalimentare specializzato. Con Intesa Sanpaolo e Unicredit abbiamo costruito dei programmi di investimento da 12 miliardi di euro nei prossimi tre anni interamente dedicati al settore primario. C'è bisogno di recuperare un rapporto nuovo tra istituzioni, banca e impresa che agevoli il lavoro di chi vive di agricoltura.

Un altro punto nodale è quello della ricerca sulle principali colture che caratterizzano il nostro Paese. Finalmente dopo anni torniamo a investire su un piano che punta al miglioramento genetico anche della nostra ortofrutta attraverso biotecnologie so-

stenibili. Vogliamo mettere le grandi professionalità dei nostri ricercatori pubblici a lavorare su piante cruciali per noi dal melo al pesco, dal pomodoro all'ulivo.

E nella sfida non manca il versante delle assicurazioni, sempre più importante in un contesto di cambiamento climatico come quello che viviamo. Abbiamo deciso di destinare 1,6 miliardi di euro per favorire la crescita del numero di aziende assicurate, perché è questo lo strumento che risponde meglio alle esigenze di concreta e vera tutela del reddito. Non ci sono grandi alternative e lavoriamo in Europa, a partire dalla revisione di medio termine della Pac, proprio per migliorare le leve di intervento pubbliche che oggi non sono efficaci.

Sono impegni forti che dobbiamo a un settore traino per l'economia italiana, guardando soprattutto all'occupazione e ai giovani. A loro vogliamo consentire di avere radici nella terra e sguardo al mondo.

Maurizio Martina

Ministro delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali

INTRODUZIONE

Questa seconda edizione del Rapporto Unaproa-Nomisma sulla competitività del settore ortofrutticolo italiano intende consolidare il ruolo di strumento di monitoraggio e di indirizzo di *policy* per la filiera avviato con l'edizione del 2015. Si tratta di un obiettivo che ci siamo posti l'anno scorso e che rientra tra le nostre finalità istituzionali, a supporto sia delle attività delle Organizzazioni dei Produttori nostre associate ma più in generale di tutti gli *stakeholder* che, più o meno direttamente, sono collegati al settore dell'ortofrutta in Italia.

In un mercato ormai globale per le nostre produzioni dove la concorrenza straniera è sempre più agguerrita, incardinata esclusivamente su una competizione di prezzo e non di valore, la capacità di anticipare le tendenze di consumo e monitorare il posizionamento competitivo dei prodotti italiani è fondamentale per garantire la sostenibilità economica delle imprese. Quella sostenibilità che poi è alla base della tenuta dei sistemi territoriali per i quali, in molti contesti del Paese, la produzione ortofrutticola rappresenta il più importante – quando non l'unico – attivatore socioeconomico e dove, molto spesso, la capacità di spuntare dieci centesimi in più nei prezzi di vendita all'origine può essere discriminante per il mantenimento delle attività produttive e di coinvolgimento occupazionale nella sfera della legalità.

Troppo spesso il settore ortofrutticolo viene portato alle luci della ribalta per eventi negativi (come nel caso del caporalato), mentre vengono sottaciute le potenzialità che esprime. Eppure l'ortofrutta (fresca e trasformata) rappresenta la prima voce di export dell'agroalimentare italiano, con un valore che nel 2015 ha raggiunto gli 8 miliardi di euro, il 22% del valore complessivo legato alle esportazioni agroalimentari.

Se confrontiamo la nostra filiera con quella del vino – filiera enfatizzata e giustamente celebrata - emergono significative distanze di valore: 8 miliardi di export ortofrutticolo rispetto ai 5,4 del vino, un milione di ettari con destinazione ortofrutta rispetto ai 650.000 dell'uva da vino.

Oggi sarà sicuramente à la page produrre vino, comunque nel nostro paese un agricoltore su tre coltiva ortofrutta. Il settore ortofrutticolo con dodici miliardi di euro di valore (24% dell'agricoltura italiana) è quello che impatta maggiormente sulle economie locali, rappresentando in molti casi un freno all'abbandono di intere aree produttive, un valido contrasto a fenomeni delinquenziali, una mitigazione al depauperamento ambientale e paesaggistico.

In considerazione di tali assunti, questo secondo Rapporto si è posto innanzitutto l'obiettivo di aggiornare la fotografia strutturale, produttiva ed economica del settore a livello nazionale, al fine di comprenderne l'effettivo "stato di salute". Un'attenzione particolare è poi stata dedicata al livello di organizzazione – un tema a noi molto caro – in cui versa l'offerta di prodotto, andando a scandagliare le cause che hanno indotto negli ultimi cinque anni a revocare lo "status" di OP da parte delle istituzioni preposte a realtà che hanno fallito nella loro missione o che, più positivamente, hanno intrapreso percorsi di aggregazione o fusione con altre organizzazioni per raggiungere quella dimensione competitiva che oggi è alla base della sostenibilità economica.

Non poteva poi mancare una disamina dettagliata sul posizionamento competitivo delle nostre produzioni nel contesto internazionale, attraverso un confronto con i diretti *competitor* sui principali mercati di importazione, dove si vede chiaramente come pur a fronte di una nostra crescita nelle esportazioni, la quota di mercato sull'export mondiale si riduce a causa di concorrenti più aggressivi che possono contare su una competitività di costo per noi irraggiungibile: primi fra tutti la Cina che nel giro di un decennio è passata dal 2% al 5% di quota sull'export globale di frutta fresca e dal 10% al 13% in quella trasformata.

Una disamina che ovviamente si completa con il quadro sull'andamento dei consumi nel mercato nazionale e che per l'anno passato sembra mostrare qualche segnale di ripresa dopo un calo che perdurava ininterrottamente da quasi un decennio. Al di là di questo recupero, è altresì evidente come il consolidamento della ripresa non può che passare da iniziative che in qualche modo fidelizzano il consumatore italiano al consumo di un prodotto che apporta benefici alla salute, cercando al contempo di evitare che l'ortofrutta venga considerata una "*commodity*" attraverso l'innovazione e la comunicazione. E in questo mi piace ricordare come l'Organizzazione che mi onora di presiedere sia impegnata in prima linea con il marchio "5 colori del benessere" nel comunicare al consumatore italiano questi valori che l'ortofrutta esprime, un impegno che – come anche analizzato nel Rapporto – sta portando a risultati soddisfacenti.

Infine, questa edizione del Rapporto si arricchisce di due focus riguardanti altrettante leve strategiche per la competitività delle nostre imprese: il credito e la gestione del rischio. In merito al primo di questi fattori, l'approfondimento è stato realizzato attraverso un'analisi dei bilanci di circa 1.400 imprese operanti nel settore ortofrutticolo finalizzata a comprendere il livello di indebitamento che caratterizza il tessuto produttivo italiano e come questo caratterizzi (sia per livello di *stock* per che costo sostenuto) le imprese a seconda delle dimensioni. Una disamina che è stata poi inte-

grata da un'indagine diretta su referenti di OP associate ad Unaproa e che ha messo in luce le criticità ma anche gli ambiti di miglioramento che possono essere raggiunti nel rapporto banche-impresе ortofrutticole.

La gestione del rischio rappresenta invece l'altra leva che, sempre più, acquisirà importanza per la tenuta dei redditi agricoli. Una leva strategica che, in un contesto di cambiamenti climatici e volatilità dei prezzi divenuta ormai strutturale, non può più essere ignorata dai produttori ortofrutticoli né dalle strutture organizzate, anche alla luce delle nuove opportunità offerte in tale ambito dalla PAC (in particolare dal Piano Nazionale di Sviluppo Rurale).

In conclusione, alla luce delle principali evidenze emerse dall'attività di analisi e approfondimento citati in precedenza, il Rapporto delinea una serie di ambiti di intervento ritenuti a nostro avviso prioritari per la competitività delle imprese ortofrutticole italiane; interventi che in molti casi sono "ad invarianza di bilancio", senza cioè la necessità di risorse finanziarie aggiuntive quanto piuttosto di una volontà comune tra imprese e istituzioni nell'affrontare assieme le sfide che, inesorabilmente, lo scenario di mercato ha già delineato per i nostri produttori e per i nostri territori.

Antonio Schiavelli
Presidente Unaproa



PARTE PRIMA
**LA COMPETITIVITÀ DELLA FILIERA
ORTOFRUTTICOLA ITALIANA
E DEI PRINCIPALI PRODOTTI**



CAPITOLO 1.

IL VALORE SOCIOECONOMICO ESPRESSO DALLA FILIERA ORTOFRUTTICOLA ITALIANA

1.1. IL CONTESTO STRUTTURALE

Le ultime informazioni disponibili sul settore ortofrutticolo nazionale restituiscono la fotografia di un comparto fondamentale per l'agricoltura italiana, sia per ciò che attiene i suoi valori strutturali, economici ed occupazionali che in relazione alla sua diffusione e caratterizzazione territoriale; infatti, la produzione ortofrutticola definisce in maniera significativa alcuni contesti territoriali che, in determinati casi, vengono spesso associati con taluni prodotti ortofrutticoli.

Un primo elemento in grado di rappresentare il ruolo di primo piano della produzione di ortofrutta per il sistema agricolo nazionale può essere ricercato nella numerosità e diffusione territoriale delle imprese agricole impegnate nella produzione di ortaggi (sia in piena aria che in forma protetta), frutta, agrumi, patate e legumi. In complesso, secondo le informazioni contenute nella banca dati Eurostat¹, al 2013 in Italia le aziende agricole attive nella produzione ortofrutticola erano oltre 330.000, per un peso sul totale aziende agricole rilevate dall'Istituto di statistica europeo in Italia pari a circa 1/3. Le specializzazioni più rappresentate riguardano la produzione di frutta (poco meno di 147.000 aziende, di cui circa 66.000 fanno riferimento alla frutta a guscio), di ortive in piena aria (circa 67.000 realtà) e di agrumi (42.950 aziende), mentre al contrario le numerosità più contenute in merito alle aziende si registrano per la coltivazione di patate, ortive protette e legumi (Tabella 1).

La lettura regionale dei dati riferiti alle aziende agricole restituisce per alcune specializzazioni una netta concentrazione territoriale, mentre in altri casi si evidenzia una maggior presenza delle aziende lungo tutto lo stivale.

¹ Rispetto alle informazioni disponibili a livello nazionale di fonte Istat, la banca dati Eurostat, che considera un campo di osservazione leggermente differente, permette una maggiore profondità di analisi, ad esempio per quanto attiene la suddivisione delle coltivazioni ortive in piena aria o in forma protetta.

TABELLA 1. AZIENDE ATTIVE NELLA PRODUZIONE ORTOFRUTTICOLA PER REGIONE E SPECIALIZZAZIONE

	2013						% SUL TOTALE							
	ORTIVE IN PIENA ARIA	ORTIVE PROTETTE	AGRUMI	FRUTTIFERI	di cui frutta a guscio	PATATE	ORTIVE IN PIENA ARIA	ORTIVE PROTETTE	AGRUMI	FRUTTIFERI	di cui frutta a guscio	PATATE		
Piemonte	3.880	1.750	0	13.360	8.750	1.540	1.230	5,8%	8,1%	0,0%	9,1%	13,2%	4,3%	7,8%
Valle D'Aosta	0	0	0	730	400	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,6%	0,0%	0,0%
Liguria	2.910	330	130	1.380	550	380	1.340	4,4%	1,5%	0,3%	0,9%	0,8%	1,1%	8,5%
Lombardia	2.010	660	0	3.260	1.020	140	650	3,0%	3,0%	0,0%	2,2%	1,5%	0,4%	4,1%
P.A. Bolzano	150	30	0	5.660	100	20	110	0,2%	0,1%	0,0%	3,9%	0,2%	0,1%	0,7%
P.A. Trento	240	190	0	4.580	250	20	420	0,4%	0,9%	0,0%	3,1%	0,4%	0,1%	2,7%
Veneto	4.000	1.990	0	7.060	580	360	1.160	6,0%	9,2%	0,0%	4,8%	0,9%	1,0%	7,4%
Friuli V. G.	410	110	0	870	70	20	200	0,6%	0,5%	0,0%	0,6%	0,1%	0,1%	1,3%
Emilia-Romagna	6.050	1.800	0	14.080	1.480	510	1.310	9,1%	8,3%	0,0%	9,6%	2,2%	1,4%	8,3%
Toscana	3.810	580	0	5.670	2.300	2.970	1.180	5,7%	2,7%	0,0%	3,9%	3,5%	8,3%	7,5%
Umbria	650	60	0	800	430	1.800	230	1,0%	0,3%	0,0%	0,5%	0,6%	5,1%	1,5%
Marche	1.230	190	0	2.460	770	3.280	160	1,8%	0,9%	0,0%	1,7%	1,2%	9,2%	1,0%
Lazio	4.340	2.080	740	8.240	4.250	1.120	840	6,5%	9,6%	1,7%	5,6%	6,4%	3,1%	5,3%
Abruzzo	2.590	260	0	4.010	600	2.260	1.500	3,9%	1,2%	0,0%	2,7%	0,9%	6,3%	9,5%
Molise	630	50	0	1.550	510	1.710	60	0,9%	0,2%	0,0%	1,1%	0,8%	4,8%	0,4%
Campania	7.900	2.900	1.940	17.570	11.690	3.020	2.130	11,8%	13,4%	4,5%	12,0%	17,6%	8,5%	13,5%
Puglia	8.900	1.570	3.280	18.890	11.970	4.490	1.200	13,3%	7,2%	7,6%	12,9%	18,0%	12,6%	7,6%
Basilicata	1.710	320	2.530	4.440	870	1.720	20	2,6%	1,5%	5,9%	3,0%	1,3%	4,8%	0,1%
Calabria	6.770	450	11.480	5.990	2.380	2.500	1.700	10,1%	2,1%	26,7%	4,1%	3,6%	7,0%	10,8%
Sicilia	4.950	5.260	20.150	21.870	16.180	5.840	100	7,4%	24,2%	46,9%	14,9%	24,4%	16,4%	0,6%
Sardegna	3.710	1.130	2.700	4.210	1.180	1.910	200	5,6%	5,2%	6,3%	2,9%	1,8%	5,4%	1,3%
ITALIA	66.840	21.710	42.950	146.680	66.330	35.610	15.740	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Eurostat.

Nel caso della produzione di ortive in piena aria, nonostante alcune regioni (Emilia-Romagna, Calabria, Campania e Puglia) mostrino un'elevata incidenza di aziende rispetto al totale, la presenza di unità produttive tende a caratterizzare la quasi totalità dei territori italiani (ad esclusione della Valle d'Aosta). Uno scenario simile si registra anche per la produzione di ortive in forma protetta, anche se in questo caso la concentrazione territoriale delle aziende è più evidente: le prime sei regioni per numerosità delle imprese (Sicilia, Campania, Lazio, Veneto, Emilia-Romagna e Piemonte) rappresentano il 72,8% del totale, con un peso di rilievo per Sicilia e Campania. La produzione di agrumi tende invece a caratterizzare in maniera significativa il sud Italia e in particolare la Sicilia e la Calabria (dove ricadono il 73,6% delle aziende), mentre in altri contesti il peso delle aziende agrumicole è molto contenuto e del tutto assente nel centro-nord. La produzione di frutta è un'attività che ritroviamo in tutte le regioni italiane, con diverse specializzazioni tra i territori interessati; dal punto di vista numerico le regioni in cui ricadono la maggioranza di imprese frutticole sono la Sicilia, la Puglia, la Campania, l'Emilia-Romagna e il Piemonte, cinque regioni che concentrano il 58,5% del totale aziende frutticole italiane. Per quanto attiene la produzione di frutta in guscio questa interessa oltre 66.000 aziende secondo l'Eurostat, con una elevata concentrazione territoriale: infatti, le prime quattro regioni per presenza di aziende (Sicilia, Puglia, Campania e Piemonte) concentrano il 73,2% del totale aziende impegnate in tale attività produttiva. Infine ci sono le realtà attive nella produzione di legumi e patate; la coltivazione di legumi interessa in particolare le aree del centro-sud, dove ricadono la maggioranza delle imprese (il 29% del totale imprese interessa Sicilia e Puglia), mentre nel settentrione questo tipo di attività risulta molto marginale in termini di diffusione di imprese. La produzione di patate rappresenta, a differenza della coltivazione di legumi, un'attività più trasversale che interessa anche regioni del nord; tuttavia, per alcuni territori (Campania, Calabria e Abruzzo) il livello di concentrazione aziendale restituisce un valore elevato, indice di una specializzazione verso la diffusione di questa coltura presso le aziende agricole regionali. Se dall'analisi della numerosità di impresa passiamo alla valutazione delle superfici ortofrutticole, il primo elemento che possiamo richiamare attiene all'estensione complessiva degli areali in produzione. Sempre utilizzando le informazioni al 2013 (Eurostat), in Italia si registrano complessivamente 936.990 ettari dedicati alla produzione di ortaggi, frutta, patate e legumi, per un peso sul totale della SAU italiana, sempre rilevata dall'Eurostat, di poco inferiore all'8%.

Nell'ambito della produzione ortofrutticola la specializzazione che registra l'estensione più significativa è quella frutticola, a cui sono riconducibili 377.470 ettari (40,3% del totale superficie ortofrutticola italiana). Gran parte di questa superficie interessa poche regioni, in cui si concentra buona parte della produzione di frutta italiana: la prima regione per estensione delle superfici a frutta è l'Emilia-Romagna, dove ricade poco meno del 17% del totale superficie frutticola; la seconda regione per importanza, con il 13,3% del totale SAU frutticola è la Campania, seguita a breve distanza (13,2% del totale) dalla Sicilia. Si tratta di tre territori che complessivamente governano il

43,4% della SAU a frutta italiana e che, se considerati insieme al Piemonte (9,8% del totale SAU a frutta), al Lazio (8,9%) e alla Puglia (8,6%), arrivano a rappresentare oltre il 70% delle superfici a frutta coltivate in Italia. Nell'ambito dei fruttiferi la produzione di frutta a guscio riguarda una superficie di oltre 154.000 ettari di cui la gran parte (82,0%) fa riferimento a cinque regioni: Sicilia (24,9%), Campania (19,8%), Piemonte (14,0%), Lazio (13,6%) e Puglia (9,7%), che rappresentano i territori con una elevata specializzazione nei confronti di questo tipo di produzione.

La seconda specializzazione per estensione delle superfici all'interno del comparto ortofrutta riguarda la coltivazione delle ortive in piena aria, con 216.140 ettari (23,1% del totale SAU ad ortofrutta). I territori che detengono le quote più elevate di superficie investite ad ortive in piena aria (in particolare pomodoro da trasformazione) sono la Puglia e l'Emilia-Romagna, due regioni che complessivamente coltivano il 40,0% della superficie italiana dedicata alle ortive in piena aria. Oltre all'Emilia e alla Puglia detengono un peso rilevante sulle superfici coltivate ad ortive in piena aria la Sicilia (8,9% del totale SAU ad ortive in piena aria), la Campania (7,4%) e il Lazio (6,2%), tre territori in cui vengono gestiti il 22,5% delle superfici orticole in piena aria e che se considerati insieme ad Emilia-Romagna e Puglia giungono a rappresentare il 62,5% del totale superfici orticole in piena aria.

La terza tipologia di produzione più importante in termini di estensione delle superfici produttive riguarda i legumi, con oltre 164.000 ettari (17,5% della SAU ortofrutticola). In questo caso due regioni mostrano un livello di concentrazione delle superfici molto elevato: Sicilia e Puglia rappresentano infatti il 40,6% del totale superfici a legumi. Altri territori con una discreta rappresentanza di superfici sono la Toscana e le Marche, mentre nelle altre regioni (specie del centro-nord) il peso di questa attività produttiva tende ad essere minoritario.

La quarta specializzazione più importante attiene la coltivazione degli agrumi, che rappresentano il 12,8% del totale superfici ortofrutticole. Questa tipologia di produzione caratterizza in maniera preponderante due regioni, in cui si concentrano l'80,0% delle superfici agrumicole italiane (Sicilia, 54,4% e Calabria 25,6%) e comunque la sua coltivazione riguarda essenzialmente il sud Italia.

Le ortive protette, con oltre 33.200 ettari rappresentano la quinta coltura per estensione nell'ambito dell'attività ortofrutticola. La coltivazione in serra riguarda in particolar modo cinque regioni (Sicilia, Lazio, Campania, Veneto, Lombardia) in cui si concentrano il 73,0% del totale superfici e in cui sono localizzati veri e propri sistemi produttivi locali specializzati in produzioni in serra.

L'ultima coltura per estensione riguarda le patate, con poco meno di 26.000 ettari in complesso (2,8% del totale SAU ortofrutticola). Dal punto di vista della caratterizzazione territoriale anche in questo caso si evidenzia come poche regioni concentrino la maggioranza delle superfici: le prime quattro realtà per importanza (Emilia-Romagna, Abruzzo, Calabria e Puglia) giungono a detenere congiuntamente il 59,3% del totale SAU pataticola italiana.

TABELLA 2. SUPERFICIE AGRICOLA UTILIZZATA PER REGIONE E DESTINAZIONE PRODUTTIVA

	2013						% SUL TOTALE							
	ORTIVE IN PIENA ARIA	ORTIVE PROTETTE	AGRUMI	FRUTTIFERI	<i>di cui frutta agucio</i>	PATATE	ORTIVE IN PIENA ARIA	ORTIVE PROTETTE	AGRUMI	FRUTTIFERI	<i>di cui frutta a guscio</i>	PATATE		
Piemonte	5.970	1.160	0	37.160	21.660	3.130	1.300	2,8%	3,5%	0,0%	9,8%	14,0%	1,9%	5,0%
Valle D'Aosta	0	0	0	190	40	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,03%	0,0%	0,0%
Liguria	1.830	110	10	820	260	60	390	0,8%	0,3%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	1,5%
Lombardia	11.850	2.110	0	4.400	970	1.070	790	5,5%	6,3%	0,0%	1,2%	0,6%	0,7%	3,1%
P.A. Bolzano	130	70	0	19.380	50	0	80	0,1%	0,2%	0,0%	5,1%	0,03%	0,0%	0,3%
P.A. Trento	80	70	0	11.620	320	0	330	0,0%	0,2%	0,0%	3,1%	0,2%	0,0%	1,3%
Veneto	9.800	2.620	0	20.800	1.210	460	2.130	4,5%	7,9%	0,0%	5,5%	0,8%	0,3%	8,3%
Friuli V. G.	490	100	0	2.550	100	50	50	0,2%	0,3%	0,0%	0,7%	0,1%	0,0%	0,2%
Emilia-Romagna	39.920	1.460	0	63.940	2.790	3.400	5.120	18,5%	4,4%	0,0%	16,9%	1,8%	2,1%	19,9%
Toscana	8.040	1.180	0	14.140	10.770	16.290	770	3,7%	3,6%	0,0%	3,7%	7,0%	9,9%	3,0%
Umbria	1.230	30	0	810	530	9.690	180	0,6%	0,1%	0,0%	0,2%	0,3%	5,9%	0,7%
Marche	4.960	340	0	2.020	800	15.350	140	2,3%	1,0%	0,0%	0,5%	0,5%	9,3%	0,5%
Lazio	13.390	5.760	410	33.530	20.950	4.810	1.660	6,2%	17,3%	0,3%	8,9%	13,6%	2,9%	6,4%
Abruzzo	9.470	300	0	4.610	1.720	6.540	4.110	4,4%	0,9%	0,0%	1,2%	1,1%	4,0%	15,9%
Molise	2.420	270	0	1.460	130	6.330	60	1,1%	0,8%	0,0%	0,4%	0,1%	3,9%	0,2%
Campania	15.890	5.240	1.120	50.330	30.590	5.830	1.760	7,4%	15,8%	0,9%	13,3%	19,8%	3,6%	6,8%
Puglia	46.510	1.450	10.760	32.630	14.980	31.720	2.940	21,5%	4,4%	9,0%	8,6%	9,7%	19,3%	11,4%
Basilicata	6.620	750	5.920	10.720	1.400	10.220	10	3,1%	2,3%	4,9%	2,8%	0,9%	6,2%	0,0%
Calabria	9.860	920	30.810	13.400	5.660	3.440	3.120	4,6%	2,8%	25,6%	3,5%	3,7%	2,1%	12,1%
Sicilia	19.270	8.550	65.420	49.940	38.480	34.890	670	8,9%	25,7%	54,4%	13,2%	24,9%	21,3%	2,6%
Sardegna	8.410	740	5.740	3.020	1.140	10.900	170	3,9%	2,2%	4,8%	0,8%	0,7%	6,6%	0,7%
ITALIA	216.140	33.230	120.190	377.470	154.550	164.180	25.780	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Eurostat.

Se invece che analizzare in maniera indipendente la numerosità delle aziende ortofrutticole e l'estensione delle relative superfici mettiamo insieme le due informazioni è possibile valutare le dimensioni medie delle aziende agricole all'interno delle diverse specializzazioni produttive. Questo non solo consente di misurare gli assetti strutturali tra le specializzazioni considerate, ma permette anche di rilevare le differenze fra territori all'interno delle stesse produzioni. La dimensione fisica (media) delle aziende rappresenta una prima informazione in grado di restituire un elemento di competitività nell'ambito delle specializzazioni produttive e di segnalare quali regioni registrano configurazioni strutturali più in linea con le esigenze competitive dei mercati (che richiedono aziende sempre più grandi e/o più organizzate).

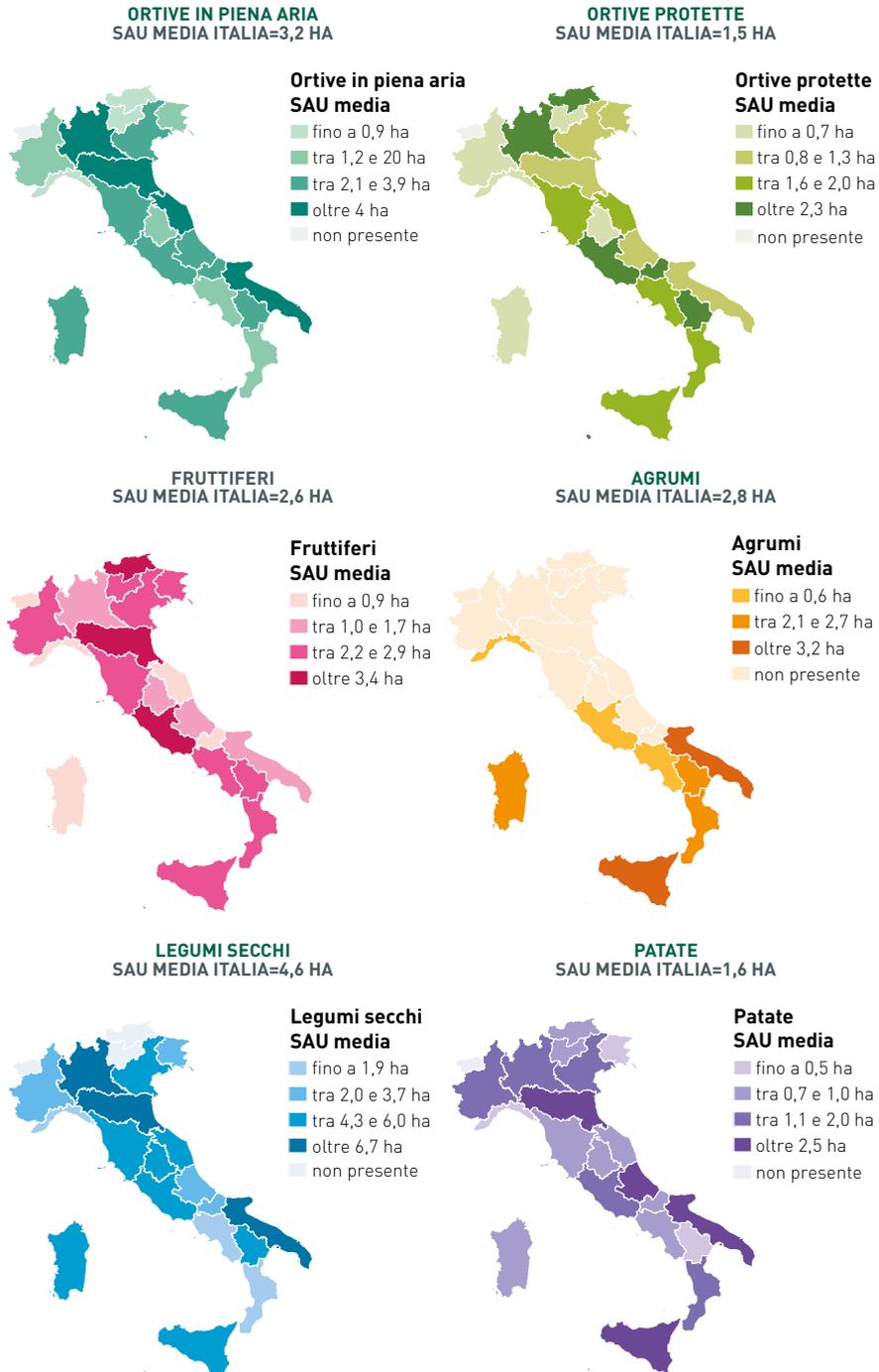
Per quanto riguarda la coltivazione di ortive in piena aria, questa attività viene svolta da aziende agricole che hanno una SAU media di 3,2 ettari, un dato che trova declinazioni territoriali molto differenti e che raggiunge il suo massimo nelle regioni Marche (4,0 ha), Puglia (5,2), Lombardia (5,9) ed Emilia-Romagna (6,6), mentre le realtà meno strutturate sono localizzate nelle due Province Autonome di Trento e Bolzano e in Liguria. Situazioni intermedie caratterizzano le altre regioni, con una prevalenza numerica per quei territori che mostrano valori di SAU media nell'intorno o superiori al dato medio nazionale.

La coltivazione di ortive protette è generalmente effettuata da aziende con una SAU media di 1,5 ettari, un dato che tende ad assumere valori più elevati nei bacini specializzati nella produzione di ortaggi in forma protetta (come nel caso della Lombardia, del Lazio e della Campania) mentre si ridimensiona in quei territori in cui tale specializzazione non è significativa (Umbria, Sardegna, Piemonte, Friuli Venezia Giulia). Nonostante un valore medio abbastanza ridotto la specializzazione in serra consente agli imprenditori agricoli di ottenere un livello di competitività adeguato (anche grazie alla possibilità di fare diversi cicli produttivi in un anno e di poter contare su una organizzazione di comparto all'altezza delle sfide di mercato).

La produzione di agrumi è in capo ad aziende con una SAU media di 2,8 ettari, un valore determinato dagli assetti strutturali delle regioni in cui viene ottenuta la maggioranza di produzione e dove ricadono la gran parte di aziende e superfici (Sicilia e Calabria).

La coltivazione della frutta caratterizza aziende agricole con una SAU media di 2,6 ettari (nel caso della frutta a guscio le aziende registrano una SAU media di 2,3 ettari), un valore che, come visto per altre produzioni esaminate, tende ad assumere declinazioni differenti a seconda dei contesti territoriali analizzati. In dettaglio, le aziende frutticole più dimensionate ricadono in quelle aree in cui la produzione di frutta rappresenta un'attività importante dell'economia agricola regionale (Emilia-Romagna, P.A. di Bolzano e Trento, Campania), mentre le realtà produttive più piccole ricadono ovviamente in quei territori a bassa caratterizzazione frutticola (Valle d'Aosta, Liguria, Sardegna, Marche).

FIGURA 1. SAU MEDIA DELLE AZIENDE ORTOFRUTTICOLE PER REGIONE (2013)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Eurostat.

La produzione di frutta a guscio, invece, mostra come le aziende con una dimensione media superiore al dato nazionale (2,3 ha in media) sono localizzate nei bacini territoriali con un'elevata specializzazione nei confronti di tale coltura, ovvero: Lazio (4,9 ha), Toscana (4,7 ha), Campania (2,6 ha), Piemonte (2,5 ha), Calabria (2,4 ha) e Sicilia (2,4 ha); le restanti regioni presentano tutte aziende con una SAU media per la produzione di frutta a guscio inferiore alla media nazionale.

Le aziende attive nella produzione di legumi sono quelle che evidenziano la superficie media più elevata nell'ambito delle categorie considerate, e pari a 4,6 ettari. Questo valore medio è il risultato di assetti strutturali molto differenti fra le regioni italiane; in particolare, le aziende più grandi dal punto di vista fisico sono attive in Lombardia, Puglia ed Emilia-Romagna, mentre quelle più piccole caratterizzano i sistemi agricoli di Liguria, Veneto, Calabria e Campania; valori intermedi si riscontrano per gli altri territori, con la maggioranza di regioni che mostra valori vicini o superiori a quello medio nazionale.

Infine, la superficie media dei produttori di patate è pari a 1,6 ettari, un valore che assume il suo minimo in corrispondenza di territori non specializzati in questa produzione (Friuli V.G., Liguria, Toscana, PPAA di Trento e Bolzano) e il suo massimo in regioni in cui la produzione di patate assume un rilievo significativo nel sistema agricolo (Abruzzo, Sicilia).

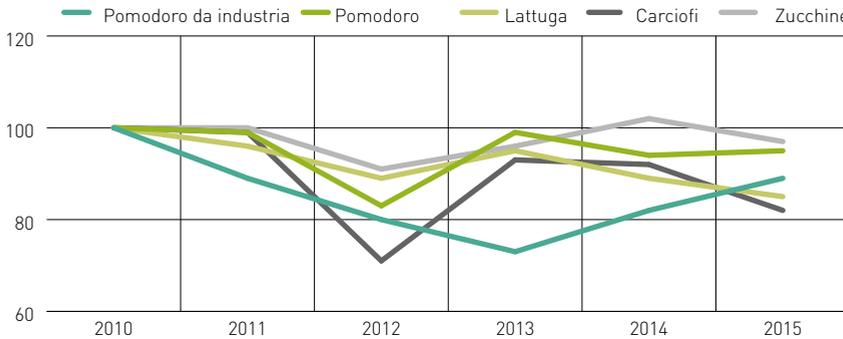
1.2. IL QUADRO PRODUTTIVO

I dati sulla numerosità e localizzazione delle aziende e delle superfici ortofrutticole, insieme a quelli sulla dimensione fisica, hanno permesso di ricostruire i principali "valori" strutturali del tessuto produttivo di settore e di fornire una prima valutazione dell'importanza relativa che tali tipologie di imprese e produzioni rivestono per le regioni italiane. Oltre a tali informazioni, al fine di approfondire il quadro strutturale e produttivo del settore ortofrutticolo nazionale è possibile considerare l'evoluzione delle più importanti superfici in produzione all'interno delle macro categorie ortofrutticole, per valutare quali prodotti stanno registrando evoluzioni positive o negative. Ad esempio, all'interno del settore frutticolo, quali dinamiche stanno caratterizzando le superfici delle produzioni più importanti (mele, pesche, kiwi, ecc.) per il nostro paese? Per offrire evidenze in questa direzione, di seguito saranno analizzati gli andamenti delle superfici in produzione più rappresentative dal punto di vista economico all'interno dei diversi aggregati settoriali.

Nell'ambito della coltivazione di ortaggi in piena aria, le produzioni più significative sono il pomodoro da industria (83.746 ha nel 2015), che mostra un'estensione molto significativa e pari a circa il doppio della seconda coltura per importanza, i carciofi (41.299 ha); seguono poi il pomodoro (18.765 ha), la lattuga (14.742 ha) e le zucchine (13.923 ha), un insieme di prodotti che nel 2015 hanno riguardato complessivamente 172.475 ettari di superficie in produzione (in questo aggregato il pomodoro da indu-

stria rappresenta circa il 50% delle superfici considerate). La dinamica quinquennale che ha interessato tali produzioni è stata tendenzialmente negativa, anche se negli ultimi anni alcune produzioni hanno registrato una crescita delle superfici (Figura 2).

FIGURA 2. ANDAMENTO DELLE SUPERFICI PIU' IMPORTANTI PER GLI ORTAGGI IN PIENA ARIA (2010=100)



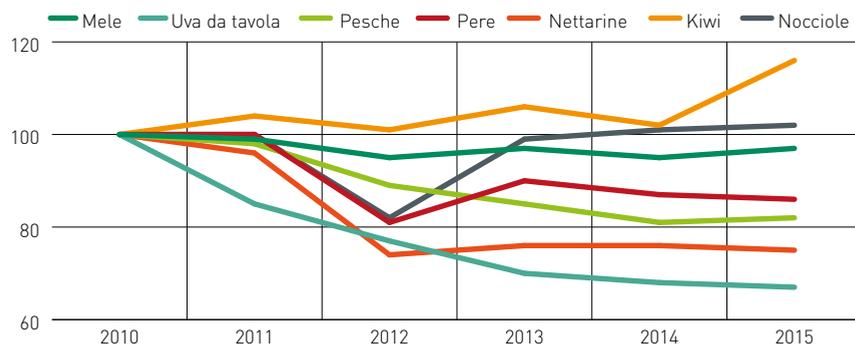
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

Nel 2015 tutte le produzioni considerate scontano un calo di superficie rispetto al 2010, in particolare i carciofi e la lattuga che cedono rispettivamente il 18% e il 15% nei confronti del 2010; una riduzione a due cifre ha caratterizzato anche il pomodoro da industria (-11% tra 2010 e 2015), che però dal 2013 in poi mostra superfici in aumento a differenza dei carciofi e della lattuga. Contrazioni molto più contenute per le zucchine (-3% nel 2015 nei confronti del 2010) e il pomodoro (-5%). In generale, si evidenzia una dinamica molto negativa per carciofi e lattuga, un percorso di recupero produttivo (dal 2013) per il pomodoro da industria e uno scenario altalenante per zucchine e pomodoro.

In relazione alle principali superfici frutticole, nel 2015 le prime sette produzioni rappresentano in complesso oltre 290.000 ettari, di cui il 73% riconducibile alle nocciole (68.599 ha), alle mele (52.778 ha), alle pesche (47.462 ha) e all'uva da tavola (44.199 ha). Tra il 2010 e il 2015 la quasi totalità delle produzioni frutticole ha registrato un calo delle superfici investite (Figura 3), ad eccezione del kiwi che nello stesso periodo presenta valori sempre superiori all'anno base. Tra le produzioni che mostrano evoluzioni positive delle superfici si evidenzia anche il nocciolo che, negli ultimi due anni, registra un recupero delle superfici. I prodotti restanti evidenziano tutti un calo delle aree in produzione negli ultimi cinque anni, in particolare l'uva da tavola, le nettarine e le pere.

Nell'ambito della produzione agrumicola, i prodotti più rappresentativi nel 2015 hanno totalizzato un'estensione complessiva di 141.872 ettari; la gran parte (60%) è relativa alla produzione di arance, mentre clementine (19%) e limoni (15%) detengono un peso sostanzialmente simile, cui seguono i mandarini con il 6% delle superfici.

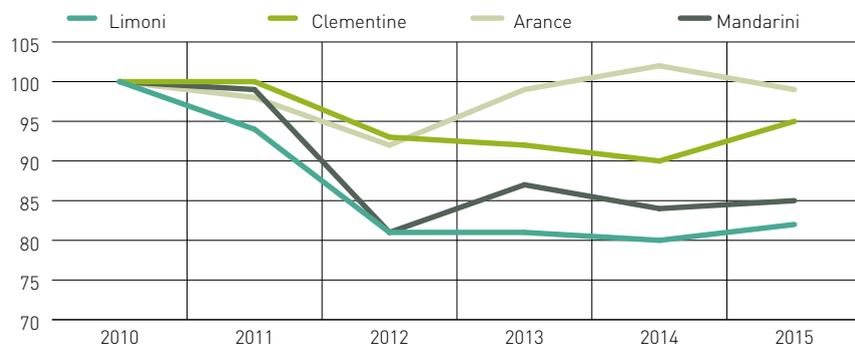
FIGURA 3. ANDAMENTO DELLE SUPERFICI PIÙ IMPORTANTI PER LA FRUTTA (2010=100)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

In termini evolutivi, tra il 2010 e il 2015 lo scenario che ha contraddistinto le superfici agrumicole non è stato positivo (Figura 4), in particolare per limoni e arance, che hanno registrato le variazioni peggiori con un calo rispettivamente del 18 e del 15%. Le superfici di clementine e mandarini hanno messo in luce un andamento meno negativo; in particolare, i mandarini dopo un primo periodo di calo degli ettari in produzione dal 2012 mostrano una ripresa che però non viene confermata nel 2015. Per quanto riguarda invece le clementine, dopo un calo costante delle superfici tra il 2010 e il 2014, nell'ultimo anno si è registrata una piccola ripresa degli investimenti che tuttavia non ha consentito di riportare il livello delle superfici sui valori registrati nel 2010.

FIGURA 4. ANDAMENTO DELLE SUPERFICI PIÙ IMPORTANTI PER GLI AGRUMI (2010=100)



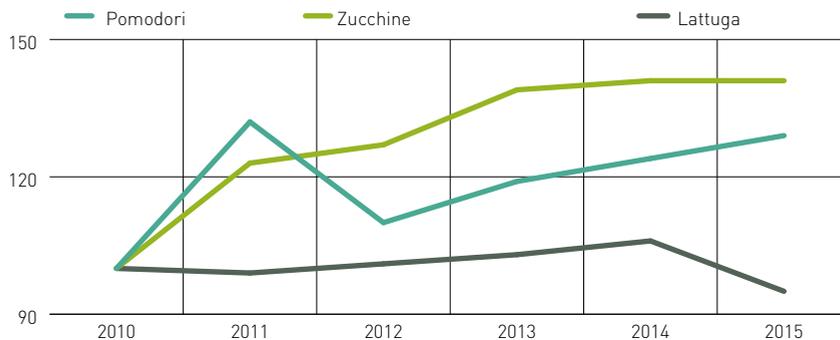
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

I principali ortaggi in serra (pomodori, zucchine e lattuga) rappresentano un'estensione complessiva di 15.614 ettari (2015); rispetto a questo totale la coltivazione più rilevante è il pomodoro (7.437 ettari nel 2015), cui seguono le zucchine (4.341 ha) e la lattuga (3.836 ha). A differenza delle produzioni analizzate in precedenza, e in par-

icolare rispetto alle ortive ottenute in piena aria, le superfici delle principali orticole in serra evidenziano evoluzioni positive, ad eccezione della lattuga, nell'ordine del 30-40% tra il 2010 e il 2015 (Figura 5). Più in dettaglio, le zucchine evidenziano una crescita costante negli ultimi cinque anni, crescita che si è stabilizzata solo nell'ultimo biennio (+41% tra il 2010 e il 2015); anche i pomodori registrano variazioni in aumento, con una crescita tra il 2010 e il 2015 del 29%, che tuttavia rappresenta un piccolo calo rispetto alle estensioni raggiunte nel 2011. La lattuga chiude il 2015 con un calo del 5% rispetto al 2010, anche se mediamente le superfici restano nell'intorno dei 4.000 ettari.

A trainare lo sviluppo degli ortaggi in serra contribuiscono di certo le recenti dinamiche della domanda alimentare verso i prodotti orticoli freschi e, in particolare, la richiesta di produzioni ad elevato contenuto di servizio (es. IV gamma, piatti precotti, ecc.). Questi aspetti tenderanno a rappresentare sempre più un elemento strategico per il futuro che potrà fungere da traino per lo sviluppo del comparto.

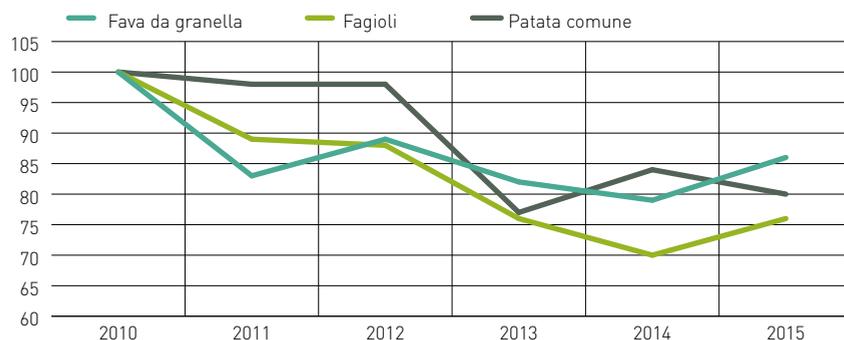
FIGURA 5. ANDAMENTO DELLE SUPERFICI PIU' IMPORTANTI PER GLI ORTAGGI IN SERRA (2010=100)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

Uno scenario negativo si registra per le superfici dedicate alla produzione di legumi e patate (prodotti che vengono destinati essenzialmente alla trasformazione) che, nel complesso, giungono a rappresentare 85.725 ettari nel 2015, di cui il 52% riconducibile alla fava da granella, il 41% alla patata comune e la quota restante ai fagioli. Negli ultimi cinque anni l'andamento che ha caratterizzato le superfici di legumi e patate è stato di segno negativo, con tassi di variazione non troppo lontani per le differenti colture, che sembrano aver intrapreso un percorso di razionalizzazione delle superfici (Figura 6). L'evoluzione peggiore nel quinquennio esaminato riguarda i fagioli (-24% tra il 2010 e il 2015), cui segue per intensità la patata comune (-20%) e infine la fava da granella (-14%).

FIGURA 6. ANDAMENTO DELLE SUPERFICI PIÙ IMPORTANTI PER LEGUMI E PATATE (2010=100)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

Oltre all'analisi delle superfici destinate alle varie colture ortofrutticole, un ulteriore parametro che può contribuire allo studio del settore attiene ai livelli e agli andamenti produttivi relativi alle principali produzioni. Anche in questo caso, la lettura delle dinamiche produttive sarà effettuata per macro aggregato (frutta, agrumi, ecc.) e prenderà a riferimento le produzioni più importanti.

Nell'ambito della frutta, le mele rappresentano il primo prodotto per quantità ottenute, pari a poco meno di 25 milioni di quintali nel 2015; rispetto al 2014 il livello produttivo è rimasto sostanzialmente invariato (+0,7%), mentre risulta in crescita del 13,0% nei confronti del 2010. I territori più vocati a tale tipo di prodotto sono il Trentino-Alto Adige (66,8% del totale produzione in volume nel 2015), il Veneto (10,3%), l'Emilia-Romagna (7,1%) e il Piemonte (6,4%), mentre molto marginale è l'apporto delle altre regioni al totale della produzione nazionale di mele.

L'uva da tavola, con quasi 10 milioni di quintali di prodotto rappresenta la seconda produzione per volume all'interno del comparto frutticolo; si tratta di una produzione che caratterizza in particolare i sistemi frutticoli di Puglia e Sicilia, dove viene ottenuta rispettivamente il 58% e il 36% della produzione nazionale. Negli ultimi anni i livelli produttivi riconducibili a tale produzione hanno registrato una contrazione significativa, pari al -26,6% tra il 2010 e il 2014.

Le pesche rappresentano la terza coltura per importanza e, nel 2015, i livelli produttivi si sono attestati su 9,6 milioni di quintali, un valore ottenuto per la gran parte in poche regioni: Campania (33,6%), Emilia-Romagna (15,8%) e Sicilia (11,7%) che complessivamente rappresentano il 61,1% del totale produzione nazionale. Il trend della produzione di pesche evidenzia come nel 2015 ci sia stata una ripresa produttiva del 12,0% nei confronti del 2014, mentre rispetto al 2010 si registra una contrazione di poco inferiore al 4%.

La produzione di pere nel 2015 è stata pari a 7,2 milioni di quintali, un dato che si presenta in crescita del 3,2% nei confronti del 2014, mentre è in calo dell'1,7% rispetto ai livelli di produzione raggiunti nel 2010. Questo tipo di produzione viene ottenu-

ta in gran parte in Emilia-Romagna (66,7%), cui seguono per importanza il Veneto (11,3%) e la Sicilia (8,0%); assolutamente marginali il ruolo delle altre regioni rispetto alla produzione complessiva.

Le nettarine, con una produzione di 5,3 milioni di quintali nel 2015, costituiscono la quinta produzione per importanza all'interno del settore frutticolo; le regioni più significative in termini di produzione sono l'Emilia-Romagna (47,4%), la Campania (15,2%) e il Piemonte (13,3%), tre territori dove si ottiene complessivamente il 76% della produzione italiana di nettarine. Rispetto al 2014 la produzione in quantità risulta in crescita del 2,8%, mentre è in calo di oltre il 12% nei confronti del 2010.

La produzione di kiwi è stata pari nel 2015 a circa 6 milioni di quintali, un valore che risulta in aumento del 18,2% nei confronti del 2014 e quasi raddoppiato se confrontato con il 2010 (+43,9%). I territori in cui si ottiene la maggioranza di prodotto sono il Lazio (37,4%), l'Emilia-Romagna (16,1%), il Piemonte (14,5%) e il Veneto (12,9%), responsabili dell'80,9% della produzione italiana di kiwi.

Infine le nocciole, la cui produzione nel 2015 è stata di poco inferiore ad 1,3 milioni di quintali; le evoluzioni produttive mostrano uno scenario di crescita, sia rispetto al 2010 (+36,4%) che nei confronti del 2014, rispetto a cui la produzione è più che raddoppiata. La gran parte di prodotto viene ottenuta in tre regioni, che sono le aree *leader* in termini di produzione: Lazio (36,0%), Campania (31,0%) e Piemonte (21,9%), responsabili di circa il 90% della produzione nazionale di nocciole.

In linea generale l'andamento produttivo dei più importanti prodotti frutticoli registra una tendenza positiva rispetto al 2014, mentre se allarghiamo l'orizzonte di valutazione al 2010 emerge un doppio scenario, che vede alcuni prodotti (mele, kiwi e nocciole) incrementare i loro livelli produttivi, mentre altri (uva da tavola, nettarine, pesche e pere) diminuire il loro potenziale, complice indubbiamente una difficile congiuntura di mercato legata anche alla non più procrastinabile esigenza di un rinnovo varietale (in particolare per alcune produzioni, come le pesche e nettarine).

La produzione di agrumi mostra un *trend* in volume, per i più importanti prodotti, simile a quanto registrato per la frutta; in dettaglio, tra il 2014 e il 2015 tutte le produzioni considerate presentano una crescita, mentre il confronto tra 2010 e 2015 evidenzia un forte calo delle quantità prodotte per limoni ed arance e viceversa un aumento per clementine e mandarini. Più in particolare, le arance, che sono il prodotto più importante in termini di volumi, nel 2015 hanno registrato una produzione di 19,6 milioni di quintali, un valore che mostra una crescita di circa il 18% rispetto al 2014 e una contestuale riduzione se paragonato con il 2010. I territori in cui si registrano i valori più elevati di produzione sono la Sicilia (62,9%) e la Calabria (20,8%), responsabili di circa l'85% della produzione nazionale di arance.

La seconda produzione agrumicola più rilevante in termini di volumi riguarda le clementine che, nel 2015, hanno registrato un volume di produzione di poco superiore ai 7 milioni di quintali; si tratta di una produzione che risulta molto concentrata territorialmente, con Calabria (68,4%) e Puglia (19,6%) che determinano circa il 90%

del totale. Il *trend* di produzione risulta positivo, sia rispetto al 2014 (48,2%) in cui la produzione si era ridotta sensibilmente che nei confronti del 2010 (3,4%).

I limoni sono la terza produzione agrumicola per quantità prodotte nel 2015, con circa 4,3 milioni di quintali, di cui l'88% ottenuto in una sola regione, la Sicilia. L'andamento produttivo risulta in crescita del 16,0% rispetto al 2014, mentre si registra una diminuzione del 21,1% nei confronti del 2010.

L'ultima produzione agrumicola qui considerata riguarda i mandarini, che nel 2015 si sono attestati su un livello di produzione di 1,5 milioni di quintali, un valore in crescita sia rispetto al 2010 (7,3%) che al 2014 (9,3%); anche in questo caso la produzione è fortemente concentrata dal punto di vista territoriale, con due regioni (Calabria e Sicilia) che determinano l'80% della produzione nazionale di mandarini.

All'interno della categoria degli ortaggi in piena aria, il pomodoro da industria rappresenta la coltura più importante, sia per ciò che attiene l'estensione delle superfici che in merito ai quantitativi prodotti che, nel 2015, sono stati pari a 53,1 milioni di quintali, un valore in crescita sia rispetto al 2014 (15,4%) che nei confronti del 2010 (6,4%). La produzione tende a caratterizzare diversi contesti territoriali, anche se i bacini produttivi più specializzati si trovano in Puglia (34,7% del totale produzione) ed Emilia-Romagna (30,7%), anche grazie alla presenza di strutture di trasformazione nelle vicinanze degli areali di produzione (questo aspetto è vero in particolare per il nord Italia, mentre al sud i bacini di produzione e trasformazione non coincidono dal punto di vista della localizzazione regionale; si tratta di una specifica che riguarda in particolare la Puglia e la Campania).

Al secondo posto per importanza nell'ambito degli ortaggi in piena aria, troviamo il pomodoro da mensa, con una produzione nel 2015 di 5,7 milioni di quintali (circa 1/10 di quella relativa al pomodoro da industria). I livelli produttivi risultano in deciso aumento (16,4%) rispetto al 2014, mentre sono in contrazione se confrontati con il 2010 (-9,6%). La produzione di pomodoro da mensa si ottiene prevalentemente in Sicilia (28,2%), Puglia (18,0%), Abruzzo (9,9%) e Campania (9,6%), quattro regioni che congiuntamente rappresentano il 65,7% del totale.

La lattuga coltivata in piena aria nel 2015 ha registrato una produzione di 3,1 milioni di quintali, per il 29,1% ottenuta in Puglia e per il 14,2% in Emilia-Romagna, i primi due bacini italiani più importanti per questo tipo di produzione. I *trend* produttivi risultano negativi, sia se confrontati con il 2014 (-7,2%) che soprattutto con il 2010 (-14,2%).

Anche la produzione di carciofi in piena aria, pari a 4 milioni di quintali nel 2015, registra dinamiche produttive di segno negativo, sia rispetto al 2014 (-11,1%) che nei confronti dell'ultimo quinquennio (-16,4%). Le regioni più importanti nel determinare i livelli produttivi nazionali sono la Sicilia (40,1%), la Puglia (32,7%) e la Sardegna (13,3%).

Chiudono la categoria degli ortaggi in piena aria le zucchine, una produzione che caratterizza prevalentemente il centro-sud Italia ma che registra aree di specializza-

zione anche in contesti del nord (ad es. Emilia-Romagna, Piemonte, Lombardia). I livelli produttivi raggiunti nel 2015 sono stati pari a circa 3,3 milioni di quintali, un posizionamento che si traduce in riduzioni di quantitativi prodotti sia rispetto al 2014 (-2,3%) che al 2010 (-4,1%).

Una lettura complessiva delle dinamiche che hanno interessato i principali ortaggi in piena aria restituisce la fotografia di un comparto in difficoltà dal punto di vista della tenuta dei quantitativi prodotti; infatti, ad esclusione del recupero segnato dal pomodoro da industria (e dal pomodoro da mensa tra il 2014 e il 2015), tutte le altre produzioni scontano una riduzione dei volumi, una dinamica che non lascia ben sperare per il futuro e che potrebbe precludere ad una disattivazione da parte di molte aziende produttrici, con conseguenti effetti negativi sul versante socioeconomico, ambientale e territoriale.

TABELLA 3. ANDAMENTI PRODUTTIVI DELLE PRINCIPALI PRODUZIONI ORTOFRUTTICOLE
(PRODUZIONE RACCOLTA, QUINTALI)

	2010	2014	2015	VAR. % 2015-14	VAR. % 2015-10
FRUTTA					
Mele	22.049.717	24.736.079	24.910.229	0,7%	13,0%
Uva da tavola	13.609.783	9.986.266	n.d.	n.d.	-26,6%*
Pesche	10.002.867	8.599.466	9.630.910	12,0%	-3,7%
Pere	7.366.458	7.015.583	7.237.714	3,2%	-1,7%
Nettarine	6.105.029	5.196.816	5.340.992	2,8%	-12,5%
Kiwi	4.158.766	5.065.976	5.985.579	18,2%	43,9%
Nocciole	936.444	754.556	1.277.438	69,3%	36,4%
AGRUMI					
Limoni	5.449.229	3.704.582	4.297.567	16,0%	-21,1%
Clementine	6.854.749	4.782.638	7.086.612	48,2%	3,4%
Arance	24.150.257	16.687.092	19.664.589	17,8%	-18,6%
Mandarini	1.412.342	1.387.093	1.515.798	9,3%	7,3%
ORTAGGI IN PIENA ARIA					
Pomodoro da industria	49.971.461	46.092.694	53.171.562	15,4%	6,4%
Pomodoro	6.314.289	4.902.063	5.708.017	16,4%	-9,6%
Lattuga	3.656.760	3.380.153	3.136.047	-7,2%	-14,2%
Carciofi	4.801.117	4.514.607	4.013.351	-11,1%	-16,4%
Zucchine	3.489.490	3.421.930	3.344.809	-2,3%	-4,1%
ORTAGGI IN SERRA					
Pomodori	3.981.906	4.986.063	5.162.891	3,5%	29,7%
Zucchine	1.605.631	1.980.258	2.013.186	1,7%	25,4%
Lattuga	1.316.489	1.469.262	1.243.726	-15,4%	-5,5%
LEGUMI E PATATE					
Fava da granella	1.042.414	747.364	892.844	19,5%	-14,3%
Fagioli	131.812	110.485	129.178	16,9%	-2,0%
Patata comune	12.065.695	10.475.779	10.819.424	3,3%	-10,3%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

* La variazione è calcolata tra il 2014 e il 2010.

Le evoluzioni produttive dei principali ortaggi in serra mostrano invece una dinamica opposta a quelli in piena aria; più in dettaglio, ad eccezione degli andamenti negativi ascrivibili alla coltivazione della lattuga, per le altre due produzioni qui considerate i *trend* registrati sono positivi, sia nei confronti del 2014 che soprattutto rispetto al 2010.

La produzione di pomodori in serra, ottenuta per circa i 2/3 in Sicilia e Lazio, nel 2015 si è attestata su 5,1 milioni di quintali, un dato in crescita del 3,5% rispetto al 2014 e di circa il 30% nei confronti del 2010.

Anche la produzione di zucchine in serra, di cui circa la metà riguarda la regione Lazio, mostra andamenti simili a quelli evidenziati dal pomodoro, con tassi di crescita sia rispetto al 2014 che al 2010. Come anticipato, uno scenario negativo caratterizza invece la produzione di lattuga in serra.

Infine, le ultime produzioni considerate all'interno del comparto ortofrutticolo sono i legumi e le patate. Per i prodotti qui analizzati si riscontra un quadro produttivo molto simile, che vede riduzioni di volumi produttivi tra il 2010 e il 2015 (in particolare per fava da granella e patata comune), mentre si registrano variazioni positive tra il 2014 e il 2015 (specie per fava da granella e fagioli). Le regioni maggiormente interessate per la produzione di patate sono l'Emilia-Romagna, l'Abruzzo, la Campania, la Calabria e il Veneto, mentre il fagiolo caratterizza in particolare il Piemonte e l'Emilia-Romagna e la fava da granella il centro-sud Italia.

1.3. LA DIMENSIONE ORGANIZZATIVA

Come noto, nell'ambito del settore ortofrutticolo la legislazione comunitaria promuove da tempo l'organizzazione dei produttori agricoli in strutture collettive, le Organizzazioni di Produttori (OP), che hanno il compito, tramite l'utilizzo delle risorse disponibili nei Programmi Operativi (PO), non solo di supportare l'attività di produzione dei soci agricoltori (attraverso la pianificazione o il miglioramento qualitativo della produzione) ma anche di contribuire a determinare un miglior profilo reddituale della base associativa (miglioramento delle condizioni di commercializzazione e prevenzione e gestione delle crisi).

Oltre alle OP, sono presenti nel panorama delle strutture organizzate di supporto alla produzione ortofrutticola le Associazioni di Organizzazioni di Produttori (AOP) come pure altre forme di organizzazione collettiva². Vanno infine ricordate le Unioni Nazionali riconosciute come Organizzazione comune (Unaproa e Italia Ortofrutta) e ACI Coop, che si pongono come fine il rafforzamento dei processi di aggregazione, concentrazione e valorizzazione della produzione primaria gestita dalle OP attraverso

² Ci si riferisce in particolare all'Organismo Interprofessionale (OI) Ortofrutta Italia, all'organizzazione interprofessionale interregionale distretto del pomodoro da industria nord-Italia e al distretto del pomodoro del sud.

so la fornitura di una serie di servizi: attività specifiche e di sistema con cui favorire lo sviluppo dei prodotti ortofrutticoli (es. campagne istituzionali, di informazione e promozione, azioni a supporto del credito o per l'accesso alle politiche pubbliche di settore, ecc.) o comunque in grado di contribuire a rafforzare la posizione di mercato delle OP e quindi ad incrementare la "capacità di attrazione" delle strutture organizzate nei confronti degli imprenditori ortofrutticoli. Il PO delle OP è alimentato dal Fondo di Esercizio, cofinanziato sia da risorse europee che dei soci produttori, i quali condividono il principio di corresponsabilità e partecipano sia finanziariamente che operativamente alla realizzazione della strategia di sviluppo del settore ortofrutticolo.

Il modello organizzato che caratterizza il settore ortofrutticolo ha mostrato nei diversi anni di applicazione la capacità di migliorare il livello di organizzazione della produzione primaria e di supportare efficacemente gli agricoltori, sia dal punto di vista tecnico-produttivo che commerciale-reddituale; infatti, con la recente riforma della PAC per il periodo 2014-2020 il regolamento 1308/2013 ha esteso a tutti i settori produttivi il modello ortofrutta.

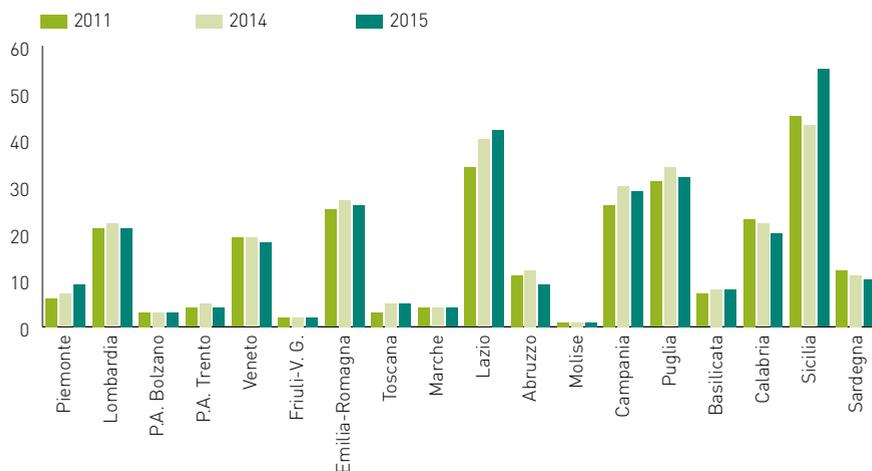
1.3.1. Le Organizzazioni dei Produttori

Secondo le ultime informazioni disponibili sulle OP, in Italia al 31 dicembre del 2015 risultavano attive 298 OP, un dato che risulta sostanzialmente stabile rispetto alla rilevazione del 2014, quando le OP registrate erano 295, mentre è in crescita del 7,6% nei confronti del 2011 (277 OP). La diffusione territoriale delle strutture organizzate vede una presenza su quasi tutto il territorio nazionale e, infatti, solo in tre regioni (Valle d'Aosta, Liguria e Umbria) non si registrano OP ortofrutticole (Figura 7).

Per quanto attiene invece la distribuzione delle OP tra le regioni italiane i dati evidenziano una spinta concentrazione nel centro-sud Italia; in particolare, la prima regione per numero di OP è la Sicilia, che nel 2015 registra la presenza di 55 OP, un valore in crescita sia nei confronti del 2011 che del 2014. Dopo la Sicilia la seconda regione per presenza di OP è il Lazio, in cui risultano attive 42 OP, anche in questo caso un dato in aumento sia rispetto al 2011 che al 2014; altre regioni in cui si rileva una presenza significativa di OP sono la Puglia (32 OP), la Campania (29 OP) e l'Emilia-Romagna (26 OP), tre aree in cui negli ultimi anni è ulteriormente cresciuto il numero di OP (in particolare in Campania). In complesso, le OP riconducibili a queste cinque regioni rappresentano il 62% del totale delle OP attive in Italia a dicembre 2015. Al contrario, le regioni in cui la numerosità delle strutture organizzate è molto bassa sono il Molise, il Friuli Venezia Giulia e le due Province Autonome di Trento e Bolzano.

L'analisi dell'andamento della numerosità delle OP per regione tra il 2011 e il 2015 mette in luce come la tendenza sia quella ad un aumento del numero di strutture organizzate; infatti, solo in quattro territori (Abruzzo, Sardegna, Calabria e Veneto) si registrano riduzioni del numero di OP, mentre tutte le altre regioni presentano tassi di variazione positivi.

FIGURA 7. NUMERO DI ORGANIZZAZIONI DI PRODUTTORI (OP) PER REGIONE



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati MIPAAF.

Per quanto riguarda invece il numero di AOP, al 31 dicembre del 2015 le strutture attive in Italia erano pari a 15, un dato in leggera diminuzione rispetto all'anno precedente, quando si contavano 17 AOP (le due AOP non più attive erano registrate in Veneto e Campania). La gran parte di queste strutture ricade in Emilia-Romagna, dove si ha la presenza di 6 AOP; questo assetto si deve probabilmente al fatto che in regione Emilia-Romagna si registra la presenza di un tessuto produttivo (ortofrutticolo) più strutturato e una componente organizzata che a sua volta presenta configurazioni strutturali più robuste rispetto ad altre regioni. Abbiamo poi il Lazio e la Lombardia, dove risultano attive 2 AOP per regione, mentre in Piemonte, P.A. di Trento, Veneto, Marche e Campania si registra la presenza di una sola AOP.

In generale è comunque importante sottolineare che l'elevata presenza di strutture organizzate a livello regionale non necessariamente rappresenta un elemento positivo; infatti, il "valore" delle OP e AOP è da ricondurre più alla qualità e ai tassi di organizzazione della produzione che tali strutture sono in grado di esprimere come pure alle attività di supporto alla produzione, per gli elementi di natura tecnica, ambientale, organizzativa e commerciale.

BOX 1. ANALISI DELLE REVOCHE DI RICONOSCIMENTO DELLE OP PER REGIONE E CLASSE DI VPC: UN CONFRONTO FRA L'UNIVERSO ITALIA E LA COMPAGINE ASSOCIATA AD UNAPROA

Dall'esame dei dati disponibili sulle revoche di riconoscimento delle OP per il periodo 2009-2015, sia per il totale Italia che per quanto riguarda quelle associate ad Unaproa, è possibile valutare quali territori e quali classi dimensionali (in termini di VPC) sono stati maggiormente interessati da processi di revoca del riconoscimento³.

L'analisi geografica delle revoche dello status di OP vede una maggiore tenuta delle strutture organizzate (OP) localizzate nel nord Italia e uno scenario più critico per le OP attive nel centro-sud (**Tabella 4**), anche se questo aspetto va interpretato alla luce del fatto che la numerosità delle OP che operano nel nord è decisamente inferiore a quelle del sud Italia, per cui non è detto che i "tassi di revoca" siano molto differenti.

Più in particolare, tra il 2009 e il 2015 il numero di revoche di riconoscimenti che sono stati attivati sull'universo nazionale delle OP sono stati pari a 89, di cui la gran parte (62,9%) fa riferimento a strutture che operano nel sud della penisola e in particolare in Sicilia (22 revoche), Calabria (12) e Puglia (11). Al contrario, nel settentrione si registra una maggiore tenuta delle OP che tra il 2009 e il 2015 evidenziano solo 10 revoche, che riguardano essenzialmente tre regioni (Lombardia, Veneto ed Emilia-Romagna). Le revoche registrate nel centro Italia sono pari a 23, con in testa l'Abruzzo (8 revoche)

3 Prima di procedere con l'analisi è importante specificare che per l'universo Italia è stato possibile classificare solo 89 OP su 115, in quanto per 26 OP non è stato possibile ottenere il VPC. Le 26 OP sono così distribuite: 11 in Sicilia, 6 in Calabria, 4 in Puglia, 3 in Abruzzo, 1 in Basilicata e 1 in Sardegna.

e il Lazio (7). Un quadro molto simile a quello nazionale si riscontra per le OP associate ad Unaproa; anche in questo caso il maggior numero di revoche di riconoscimento attengono al sud Italia (e in particolare alla Sicilia, come del resto per l'universo Italia), mentre man mano che si passa da sud a nord scende il numero di azioni di revoca di riconoscimenti: 8 nel centro Italia e solo 4 nel nord (2 in Lombardia e 2 in Veneto). Tuttavia, se è vero che anche per le OP associate ad Unaproa la Sicilia è la regione con il maggior numero di revoche, è anche vero che per gli altri territori meridionali l'incidenza delle cancellazioni è, in proporzione, inferiore per le strutture associate ad Unaproa che non per l'universo Italia.

Nel caso delle OP associate ad Unaproa è possibile ampliare l'analisi, utilizzando i dati in possesso dell'Unione, per valutare due ulteriori aspetti che attengono, da un lato, ad un confronto temporale delle revoche tra il periodo 2001-2008 e il 2009-2015 e, dall'altro, comprendere quante OP tra quelle revocate hanno in realtà attivato processi di aggregazione con altre strutture e per cui non si tratta di uscita dal sistema ma di una riconfigurazione del profilo operativo.

Per quanto riguarda il confronto tra le revoche di riconoscimento per le OP associate ad Unaproa nel 2001-2008 e nel 2009-2015 lo scenario appare in lieve miglioramento, in quanto le revoche di riconoscimento passano dalle 37 del 2001-2008 alle 35 del 2009-2015; a livello territoriale è sempre la Sicilia la regione che mostra il numero più elevato di revoche, mentre il nord Italia è l'aggregazione che presenta livelli di persistenza maggiori delle OP.

TABELLA 4. NUMERO DI OP PER REGIONE A CUI È STATO REVOCATO IL RICONOSCIMENTO NEL PERIODO 2009-2015: UN CONFRONTO UNIVERSO ITALIA-UNAPROA

	2009-2015 (UNIVERSO ITALIA)	2009-2015 (UNIVERSO UNAPROA)
	OP CON REVOCA RICONOSCIMENTO	OP CON REVOCA RICONOSCIMENTO
Piemonte	1	0
Lombardia	3	2
P.A. Trento	1	0
P.A. Bolzano	0	0
Friuli V.G.	0	0
Veneto	3	2
Emilia-Romagna	2	0
Totali Nord	10	4
Toscana	1	1
Marche	3	0
Lazio	7	3
Abruzzo	8	2
Sardegna	3	1
Molise	1	1
Totali Centro	23	8
Campania	6	3
Basilicata	5	2
Puglia	11	2
Calabria	12	2
Sicilia	22	14
Totali Sud	56	23
TOTALE	89	35

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati MIPAAF e UNAPROA.

Relativamente al fenomeno dei processi di aggregazione/fusione delle OP con altre strutture è interessante segnalare come, anche in questo caso, lo scenario si presenta in miglioramento tra il 2001-2008 e il 2009-2015.

In particolare, tra il 2001 e il 2008 il numero di OP che hanno attivato processi di aggregazione/fusione sono risultate pari a 12, un dato che nel 2009-2015 è salito a 15. Nel 2001-2008 i territori più virtuosi in cui si sono registrati la gran parte dei processi di aggregazione facevano riferimento al Lazio, Abruzzo e Calabria, mentre nel 2009-2015 le regioni più dinamiche da questo punto di vista sono state la Sicilia (da 0 aggregazioni nel 2001-2008 a 6 del periodo 2009-2015), la Lombardia, la Calabria, il Lazio e l'Abruzzo (per queste ultime quattro regioni i

processi di aggregazione registrati sono stati pari a 2 per ognuna). Interessante segnalare per Lombardia, Calabria e Abruzzo che nel periodo 2009-2015 il numero delle OP cancellate coincide con il numero delle OP che hanno attivato processi di aggregazione con altre OP esistenti. In pratica, diverse strutture (il 43% del totale revocche di riconoscimento) che a prima vista possono essere inquadrate tra quelle a cui è stato ritirato il riconoscimento di OP hanno invece attivato, grazie al supporto dell'Unione, dei processi di aggregazione/fusione con altre strutture, al fine di migliorare il proprio posizionamento competitivo sui mercati di riferimento e in definitiva riuscire a incrementare la remunerazione dei soci produttori.

La lettura relativa alle revocche di riconoscimento, oltre che per territorio, può inoltre essere effettuata per classe di ampiezza del Va-

lore della Produzione Commercializzata (VPC) delle OP (**Tabella 5**).

TABELLA 5. NUMERO DI OP PER CLASSE DI VPC A CUI È STATO REVOCATO IL RICONOSCIMENTO NEL PERIODO 2009-2015: UN CONFRONTO UNIVERSO ITALIA-UNAPROA

CLASSE D'AMPIEZZA VPC (€)	UNIVERSO ITALIA	UNIVERSO UNAPROA
	OP CON REVOCA RICONOSCIMENTO DAL 2009 AL 2015	OP CON REVOCA RICONOSCIMENTO DAL 2009 AL 2015
da 0 a 5 Meuro	67	25
da 5 a 10 Meuro	12	8
da 10 a 20 Meuro	5	2
>20 Meuro	5	0
Totale	89	35

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati MIPAAF e UNAPROA.

Le numerosità complessive relative alle revocche di riconoscimento delle OP ovviamente non cambiano rispetto all'analisi geografica, ma diventa interessante valutare quali classi di VPC risultano maggiormente soggette ad azioni di revoca. In relazione all'universo Italia, su 89 revocche di riconoscimento (per cui è stato possibile disporre del dato di VPC) il 75,3% fa riferimento a strutture che si collocano nella classe dimensionale più piccola (da 0 a 5 milioni di euro), che sono anche quelle che sopportano le maggiori difficoltà nel confronto di mercato. Sempre con riferimento all'universo Italia, si nota come altre 12 OP cancellate (13,5% del totale) appartenevano alla classe di VPC compresa tra 5 e 10 milioni di euro, mentre le ultime due classi di VPC (da 10 a 20 e oltre 20 mln €) vedono entrambe 5 OP cancellate.

L'analisi delle OP associate ad Unaproa cui è stato revocato il riconoscimento nel periodo 2009-2015 mostra sostanzialmente la stessa struttura evidenziata per il quadro delle OP nazionali, anche se in questo caso le OP che registrano oltre 20 milioni di euro di VPC non presentano nessuna revoca e, in proporzione,

il peso delle OP cancellate nella classe di VPC più piccola è inferiore nell'universo Unaproa rispetto a quello italiano. Nella classe di VPC compresa tra 5 e 10 milioni di euro si sottolinea invece come 6 delle 8 OP hanno partecipato a processi di fusione/agggregazione con altre OP o hanno costituito una nuova società. Delle due OP revocate afferenti la classe di VPC compresa tra 10 e 20 milioni di euro una riguarda la regione Veneto e una la Puglia. Nella classe di VPC più elevata non si registrano revocche nell'ambito della compagine sociale di Unaproa; nel periodo 2001-2008 in questa stessa classe si erano invece registrate 3 revocche di riconoscimento.

Infine, un'ultima analisi può essere effettuata prendendo a riferimento esclusivamente la compagine delle OP associate ad Unaproa nel 2009 e valutare, attraverso l'utilizzo dei dati in possesso dell'Unione, il livello di crescita in termini di VPC nel periodo 2009-2015, ad esclusione ovviamente delle OP cancellate (**Tabella 6**).

I dati mostrano come per la classe di ampiezza più piccola, delle 60 OP iniziali al 2009, 26 restano nella stessa classe, evidenziando il più

basso livello di stabilità rispetto alle altre classi di VPC e 25 OP risultano invece cancellate. Delle restanti 9 OP, 7 si collocano nella classe

di ampiezza di VPC che va da 5 a 10 milioni di euro e 2 invece nella classe di VPC compresa tra 10 e 20 milioni di euro.

TABELLA 6. ANALISI DELL'EVOLUZIONE DEL VPC PER CLASSE DI AMPIEZZA DELLE OP ASSOCIATE AD UNAPROA NEL 2009 E PARAMETRATE AL 2015

DA 0 A 5 M EURO	DA 5 A 10 M EURO	DA 10 A 20 M EURO	OLTRE 20 M EURO
60 OP iniziali	33 OP iniziali	15 OP iniziali	16 OP iniziali
26 OP restano nella medesima classe (43,33%)	17 OP restano nella medesima classe (51,52%)	9 OP restano nella medesima classe (60%)	15 OP restano nella medesima classe (93,75%)
7 OP si collocano tra 5 e 10 Meuro (11,67%)	4 OP si collocano tra 10 e 20 Meuro (12,12%)	2 OP si collocano nella classe >20 Meuro (13,33%)	
2 OP si collocano tra 10 e 20 Meuro (3,33%)	4 OP retrocedono nella classe da 0 a 5 Meuro (12,12%)	1 OP retrocede nella classe di ampiezza da 0 a 5 Meuro (6,67%)	1 OP retrocede nella classe di ampiezza da 10 a 20 Meuro (6,25%)
		1 OP retrocede nella classe di ampiezza da 5 a 10 Meuro (6,67%)	
25 OP sono cancellate (41,67%)	8 OP sono cancellate (24,24%)	2 OP sono cancellate (13,33%)	

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNAPROA.

Per quanto riguarda invece la classe di VPC che va da 5 a 10 milioni di euro, delle 33 OP iniziali del 2009 circa la metà restano nella stessa classe mentre 8 risultano cancellate; per le rimanenti 8 OP si segnala come 4 siano passate nella classe di ampiezza superiore (da 10 a 20 milioni di euro) e 4 invece siano retrocesse nella classe di VPC più piccola.

La classe di VPC tra 10 e 20 milioni di euro registrava 15 OP nel 2009 che al 2015 risultano così distribuite: il 60% resta nella stessa classe di ampiezza, 2 OP vengono cancellate e le restanti 4 OP cambiano classe di ampiezza, con 2 che vanno a collocarsi nella classe più elevata (> 20 milioni di euro) e due che retrocedono (1 OP nella classe di VPC immediatamente precedente e una OP nella classe di VPC più piccola). Infine, delle 16 OP che definivano la

classe > 20 milioni di euro, ben 15 restano nella stessa classe, mentre solo 1 OP retrocede nella classe di VPC tra 10 e 20 milioni di euro. Le evidenze derivanti dall'analisi dei dati disponibili sulle revoche di riconoscimento mettono in luce come le strutture organizzate più in difficoltà sono localizzate nel sud Italia e fanno riferimento a valori di produzione commercializzata contenuti (le maggiori criticità si rilevano per la classe di VPC inferiore ai 5 milioni di euro). Questi risultati chiamano in causa due elementi: il primo riguarda il livello dei parametri minimi per il riconoscimento delle OP e il secondo la verifica della qualità dell'organizzazione nel tempo. Nel primo caso appare indispensabile avviare una riflessione su quelli che sono i parametri minimi per il riconoscimento, che dovrebbero essere elevati al fine di

garantire la costituzione di strutture realmente rappresentative della produzione, in grado di supportare la base dei soci produttori e di competere efficacemente nei mercati di riferimento. Tuttavia questo elemento potrebbe non essere sufficiente, perché oltre ad un revisione dei livelli di riconoscimento andrebbero forse previsti dei momenti di verifica della capacità di crescita delle strutture organizza-

te in termini di qualità dell'organizzazione. In pratica, anche mantenendo dei livelli di riconoscimento vicini alle attuali soglie, nel tempo andrebbero verificati i progressi compiuti dalle organizzazioni che, anche se nascono piccole, devono dimostrare di saper crescere non solo dal punto di vista dell'aggregazione produttiva ma anche per ciò che attiene la qualità dell'organizzazione.



1.3.2. I livelli di aggregazione della produzione ortofrutticola in ambito regionale

Tenuto conto della numerosità delle strutture collettive che operano in favore dell'organizzazione della produzione ortofrutticola, quali risultati si determinano in termini di organizzazione della produzione? In altre parole, qual è la quota di produzione ortofrutticola italiana che viene veicolata al mercato tramite le Organizzazioni di Produttori? Questo è un aspetto particolarmente importante, in quanto le caratteristiche strutturali delle aziende agricole ortofrutticole (fortemente polverizzate e scarsamente organizzate) e il contesto di mercato in cui si trovano ad operare (gli attori a valle della fase primaria sono molto concentrati e il prodotto ortofrutticolo molto spesso viene trattato come una *commodity*) rendono sempre più urgente un miglioramento del fattore organizzativo. Non solo per poter incrementare il potere contrattuale delle piccole strutture di produzione nei confronti degli altri operatori posti a valle della fase primaria ma anche per migliorare il livello di competitività attraverso un incremento dei volumi di produzione organizzata e di prodotti disponibili. Questi elementi tendono a rappresentare dei fattori di competitività importanti per le aziende agricole che possono così migliorare il loro profilo reddituale attraverso la partecipazione a strutture collettive come le OP; inoltre, l'aggregazione in OP garantisce effetti positivi anche sul consumatore in termini di qualità e sicurezza delle produzioni.

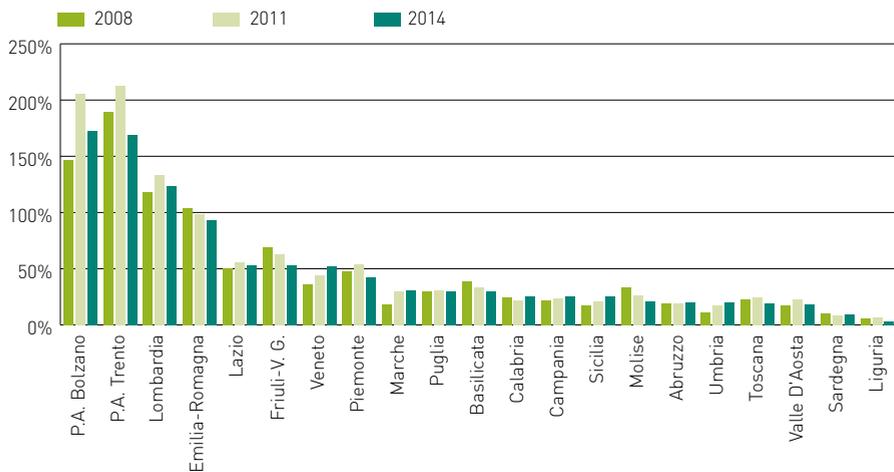
L'analisi dei tassi di organizzazione della produzione ortofrutticola italiana in OP restituisce un quadro diversificato, dove convivono territori in cui la gran parte della produzione viene veicolata al mercato dalle OP e altri in cui la produzione organizzata resta ancora molto contenuta (**Figura 8**).

A livello medio nazionale quasi il 50% della produzione ortofrutticola è governata dalle OP che si occupano di programmare, aggregare, condizionare, trasformare e valorizzare il prodotto dei soci produttori; rispetto a tale valore medio le regioni italiane si posizionano sia al di sopra che al di sotto. In particolare, i territori che mostrano un livello di organizzazione della produzione ortofrutticola in OP superiore alla media nazionale sono sette e fanno riferimento, ad esclusione della regione Lazio, al nord Italia. Le regioni più virtuose in questa classifica sono il Trentino Alto Adige, la Lombardia e l'Emilia-Romagna, che mostrano un posizionamento che tende ad avvicinarle alle realtà più competitive e organizzate attive in Europa (Paesi Bassi e Belgio). Circa la metà dell'ortofrutta prodotta nel Lazio, Friuli Venezia Giulia, Veneto e Piemonte arriva al mercato finale in forma organizzata, mentre nelle altre regioni il livello di organizzazione è inferiore ad 1/3 della produzione complessiva. Le regioni che mostrano i tassi di organizzazione della produzione ortofrutticola in OP più bassi sono la Liguria, la Sardegna, la Valle d'Aosta e la Toscana, territori in cui meno del 20% della produzione complessiva di ortofrutta regionale raggiunge i mercati in forma organizzata.

Questi numeri indicano come nonostante lo scenario non sia così negativo molto resta ancora da fare, specie in alcune aree del paese, anche se molto è stato fatto per

migliorare l'organizzazione dei produttori ortofrutticoli. Il potenziale inespresso deriva in parte da difficoltà storiche e produttive che caratterizzano alcuni territori (in particolare del sud Italia), mentre altre ragioni possono essere ricercate nel ridotto capitale fiduciario tra gli attori di settore, come pure nell'emergere di comportamenti opportunistici o di forme di valorizzazione della produzione meno organizzate (es. la vendita diretta nei mercati locali) che tuttavia non sono in grado di garantire sempre continuità commerciale e reddituale agli imprenditori agricoli come invece accade per coloro che sono inseriti in circuiti di produzione organizzata.

FIGURA 8. LIVELLO DI ORGANIZZAZIONE DELLA PRODUZIONE ORTOFRUTTICOLA IN OP PER REGIONE⁴



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati MIPAAF.

L'analisi dell'evoluzione dei tassi di organizzazione della produzione ortofrutticola tra il 2008 e il 2014 mostra luci ed ombre; dieci regioni evidenziano una riduzione del livello di organizzazione che è stata particolarmente pronunciata nella Provincia Autonoma di Trento, in Friuli Venezia Giulia, Molise ed Emilia-Romagna, mentre i restanti territori registrano un incremento del livello di organizzazione, in particolare la Provincia Autonoma di Bolzano, il Veneto, le Marche, l'Umbria e la Sicilia. Tra il 2011 e il 2014 lo scenario risulta invece più negativo, poiché i territori che presentano una riduzione dei tassi di organizzazione della produzione ortofrutticola sono la maggioranza (13 su 21).

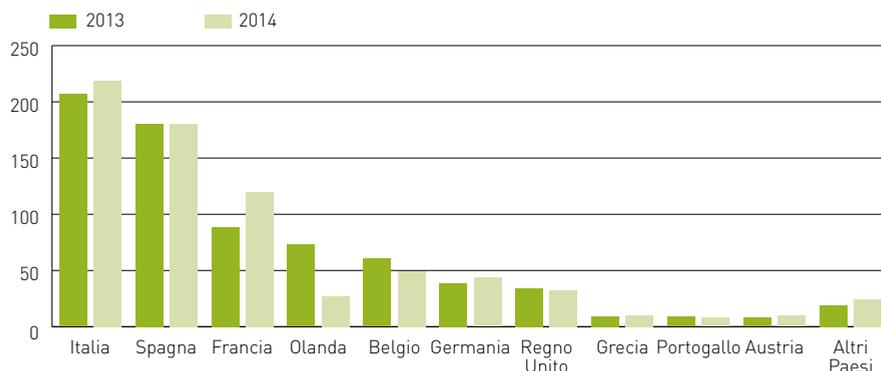
⁴ In alcuni casi si nota un livello di organizzazione della produzione ortofrutticola superiore al 100% (es. le due PPAA, la Lombardia e l'Emilia Romagna); tali valori sono determinati dal fatto che il tasso di organizzazione della produzione è costruito rapportando tra loro due grandezze non perfettamente omogenee: al numeratore il Valore della Produzione Commercializzata (VPC) dalle OP/AOP derivante dalle fatture di vendita e comprensiva del valore aggiunto del prodotto venduto, mentre al denominatore troviamo il VPC ortofrutticolo regionale complessivo (valore di poco superiore al prezzo franco azienda) di fonte Eurostat.

1.3.3. Le risorse finanziarie per i Fondi di Esercizio e per le Azioni di carattere ambientale

Ma se invece che analizzare la numerosità delle OP e i livelli di organizzazione per territorio passiamo a valutare il sostegno che le strutture organizzate italiane intercettano nell'ambito dell'OCM ortofrutta rispetto al totale delle risorse messe a disposizione dall'UE per tutti i paesi membri, che posizionamento detiene l'Italia? Prima di procedere è importante sottolineare che successivamente si farà riferimento esclusivamente alle risorse destinate ai Programmi Operativi delle OP riconosciute, che rappresentano la gran parte delle dotazioni FEAGA per il settore ortofrutticolo, senza considerare quelle rivolte al Programma Frutta nelle scuole e ai Piani di Riconoscimento dei Gruppi di Produttori prericonosciuti.

Complessivamente, nel 2013 la dotazione finanziarie dell'UE in favore della realizzazione dei PO delle OP è stata pari a 726,9 milioni di euro, mentre nel 2014 la spesa totale si è assestata su 724,1 milioni di euro; in entrambi gli anni la concentrazione delle risorse finanziarie appare significativa: i primi 5 paesi (Italia, Spagna, Francia, Olanda e Belgio) rappresentano mediamente l'83% di tutte le risorse comunitarie destinate ai Fondi di Esercizio dei Programmi Operativi (Figura 9).

FIGURA 9. SPESA UE IN FAVORE DEI FONDI DI ESERCIZIO DEI PROGRAMMI OPERATIVI DELLE ORGANIZZAZIONI DI PRODUTTORI (MLN €)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati MIPAAF.

Più in particolare, l'Italia detiene in entrambi gli esercizi una posizione di primo piano. Nel 2013 il nostro paese ha usufruito di 206,7 milioni di euro per finanziare i Programmi Operativi realizzati da 269 OP lungo lo stivale, una dotazione (pari al 28,4% del totale UE) che pone l'Italia al primo posto dei paesi che hanno ricevuto sostegno dall'UE per i Programmi Operativi, davanti a Spagna (con 180,2 milioni di euro) e Francia (88,7 milioni di euro) che rappresentano gli altri due grandi paesi che beneficiano di risorse comunitarie per sostenere i Programmi Operativi delle

OP. Sempre nel 2013 l'Italia ha inoltre potuto contare su una dotazione aggiuntiva di risorse finanziarie pari a 12,5 milioni di euro a titolo di aiuto finanziario nazionale (beneficiarie 91 OP), al fine di contribuire a sostenere processi di concentrazione in regioni in cui il livello di aggregazione della produzione ortofrutticola è risultato particolarmente basso (dove meno del 20% della produzione ortofrutticola regionale è organizzata in OP). Nel 2014 le risorse europee per il finanziamento dei Programmi Operativi sono state minimamente più contenute dell'anno precedente (-0,4%) e pari a 724,1 milioni di euro. Anche nel 2014 l'Italia rappresenta il primo paese in termini di risorse finanziarie intercettate (30,2% del totale) con un valore di 219 milioni di euro, in aumento del 6,0% rispetto al 2013. Seguono poi Spagna (180,3 milioni di euro) e Francia (119,8 milioni di euro); i primi tre paesi nel 2014 detengono circa il 72% del totale risorse pubbliche a sostegno dei Programmi Operativi. Risorse aggiuntive, in termini di aiuto finanziario nazionale, sono state assegnate in Italia anche nel 2014, per un valore complessivo di 14,5 milioni di euro.

All'interno dei PO una delle azioni più importanti, sia in termini di dotazione finanziaria che per quanto attiene agli strumenti disponibili, riguarda le azioni ambientali. Oltre alle azioni ambientali (20% delle risorse finanziarie disponibili nei PO, **Tabella 7**), i PO contengono azioni volte a pianificare la produzione (17%), migliorare o salvaguardare la qualità dei prodotti (31%), migliorare le condizioni di commercializzazione (23%), a supporto della ricerca e produzione sperimentale (0,2%), in favore della formazione (0,5%), in favore della prevenzione e gestione delle crisi (7%) e altre azioni (1%).

TABELLA 7. LE RISORSE FINANZIARIE DEI PO PER AZIONE

	2012	2013	2014
Azioni intese a pianificare la produzione	53.948.827	58.473.762	69.980.894
Azioni intese a migliorare o a salvaguardare la qualità dei prodotti	127.272.487	137.756.647	132.559.472
Azioni intese a migliorare le condizioni di commercializzazione	104.908.258	109.644.924	96.581.062
Ricerca e produzione sperimentale	399.097	255.022	825.073
Attività di formazione non legate alla prevenzione e alla gestione delle crisi e/o azioni intese a promuovere il ricorso a servizi di consulenza	564.023	917.199	1.977.224
Misure di prevenzione e gestione delle crisi	30.480.137	21.651.356	29.875.741
Azioni ambientali	100.221.510	79.443.605	86.566.542
Altre azioni	5.745.366	5.618.962	5.677.005
Totale	423.539.704	413.761.477	424.043.014

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati MIPAAF.

Focalizzando in particolare l'attenzione sulle azioni ambientali, queste si dividono in interventi in favore dell'acquisto di capitale fisso, altre forme di acquisizione di capitale fisso e altre azioni (articolate in interventi in favore della produzione, trasporto e commercializzazione) (**Tabella 8**).

Le azioni di carattere ambientale contenute nei programmi operativi rappresentano

uno degli interventi con maggiore dotazione finanziaria gestiti dalle OP, insieme alle azioni in favore della salvaguardia e qualità dei prodotti e per migliorare le condizioni di commercializzazione.

TABELLA 8. RIPARTIZIONE DELLE RISORSE FINANZIARIE DESTINATE ALLE AZIONI AMBIENTALI NELL'AMBITO DEI PROGRAMMI OPERATIVI DELLE ORGANIZZAZIONI DI PRODUTTORI (EURO)

		2012	2013	2014
AZIONI AMBIENTALI				
a)	Acquisto di capitale fisso	2.284.256	3.693.333	2.025.128
b)	Altre forme di acquisizione di capitale fisso, come locazione, noleggio, leasing	3.057.729	458.164	6.406.507
c)	Altre azioni			
	(1) Produzione			
	i) Produzione biologica	407.766	1.008.636	419.056
	ii) Produzione integrata	33.963.138	35.789.023	31.766.440
	iii) Migliore uso e/o gestione delle risorse idriche, tra cui risparmio di acqua e drenaggio	4.067.762	3.551.202	7.478.767
	iv) Azioni mirate a preservare il suolo (es. tecniche per prevenire l'erosione, inerbimento, agricoltura di conservazione, pacciamatura)	2.278.125	2.554.511	3.993.133
	v) Azioni intese a preservare gli habitat propizi alla biodiversità (es. zone umide) o a salvaguardare il paesaggio, compresa la conservazione del patrimonio storico (es. muri di pietra, terrazzamenti, piccole zone boschive)	2.454.917	2.290.695	979.759
	vi) Azioni a favore del risparmio energetico	481.858	322.546	3.119.571
	vii) Azioni intese a ridurre la produzione di rifiuti e a migliorare la gestione dei rifiuti	11.043.805	610.259	345.540
	viii) Altre azioni	27.328.731	25.170.273	25.594.226
	(2) Trasporto	2.659.018	3.994.963	4.016.081
	(3) Commercializzazione	10.194.405	-	422.334
TOTALE		100.221.510	79.443.605	86.566.542

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati MIPAAF.

Il valore riconducibile complessivamente alle azioni ambientali ha superato i 100 milioni di euro nel 2012, si è attestato a 79 milioni nel 2013 ed è risultato pari a 86,6 milioni di euro nel 2014. Nell'ambito delle azioni ambientali alcuni interventi sono molto più importanti di altri: è il caso delle azioni in favore della produzione integrata, che con un valore medio di 33,8 milioni di euro nel triennio 2012-2014 costituiscono la voce più importante tra tutte le azioni della categoria. Si tratta di risorse rilevanti, che sostengono i percorsi di qualificazione della produzione dei soci produttori delle OP, che per il tramite delle risorse disponibili trovano un supporto importante per allinearsi alle norme di produzione integrata. Attraverso la diffusione dei metodi di produzione integrata le OP non solo contribuiscono a migliorare l'impatto

ambientale delle attività produttive dei soci agricoltori, ma realizzano indirettamente anche una migliore valorizzazione di mercato delle produzioni, nel momento in cui la sostenibilità ambientale delle attività di produzione diventa (sempre più spesso) un criterio di scelta delle produzioni ortofrutticole da parte del consumatore. Altre voci di rilievo, se si escludono le altre azioni, riguardano la gestione dei rifiuti, un miglior uso e gestione delle risorse idriche, come pure in favore dei trasporti e della commercializzazione; tuttavia, tali interventi sono molto più ridotti in termini finanziari rispetto alle risorse destinate ad alimentare lo sviluppo della produzione integrata.

1.3.4. Il valore della componente organizzata per i territori e il consumatore

Le strutture organizzate (OP) per la valorizzazione dei prodotti ortofrutticoli rappresentano una componente fondamentale del più ampio panorama produttivo settoriale, non solo in termini di presenza e diffusione a livello territoriale ma anche per quanto riguarda il valore che tali organizzazioni sono in grado di generare, sia per i produttori agricoli che per i territori in cui tali strutture operano, oltre che per il consumatore finale in termini di maggiore rispondenza dei prodotti ortofrutticoli alle richieste di qualità, sicurezza, salubrità, sostenibilità ambientale e contenuto di innovazione/servizio.

Il primo elemento che può essere richiamato attiene dunque alla presenza territoriale che le OP esprimono, una diffusione che risulta maggiore nelle regioni del centro-sud (in considerazione anche della maggiore presenza di produzioni ortofrutticole) ma che come visto non si traduce automaticamente in una migliore capacità di aggregazione della produzione primaria e di qualità dell'organizzazione, che raggiunge livelli significativi anche (e soprattutto) in regioni in cui la numerosità delle OP è ridotta rispetto ad altri contesti. Queste differenze sono dovute sia a ragioni storiche (di cooperazione e associazionismo) che a condizioni socio istituzionali particolari che fanno sì che in alcuni territori sia in parte più semplice costruire reti relazionali volte a favorire processi di cooperazione tra produttori primari, mentre in altri le resistenze che devono essere vinte sono più complesse e molto spesso investono la componente culturale (tra gli altri atteggiamenti opportunistici e scarsa qualificazione del capitale umano dedicato alla gestione). Questo assetto indica che le azioni di supporto al sistema organizzato devono essere molto specifiche dal punto di vista territoriale, proprio al fine di aggredire efficacemente le diverse criticità. Ad esempio, in contesti in cui si rilevano elevate numerosità di OP e bassi livelli di aggregazione è indispensabile spingere su processi di aggregazione e fusione con lo scopo di creare organizzazioni con un'adeguata capacità di valorizzazione economica delle produzioni ortofrutticole e quindi più interessanti per gli agricoltori, mentre in territori dove si riscontrano buoni livelli di aggregazione e ridotto numero di OP è necessario supportare processi di qualificazione ulteriori, tramite ad esempio (ma non esclusivamente) la creazione di AOP o di elementi di differenziazione delle produzioni (es. marchi collettivi). Inoltre, un elemento che può essere considerato trasversale e in grado di

supportare il rafforzamento del sistema organizzato può derivare dalla riduzione dei decisori di vendita e dal rafforzamento delle OP quali soggetti di mercato. Le OP devono essere messe in condizione di commercializzare direttamente le produzioni dei soci utilizzando tutti gli strumenti previsti (OP, AOP, filiali, ecc.).

Tra gli aspetti più importanti nell'operatività delle OP vi poi è la capacità di tali strutture di intercettare risorse comunitarie (attraverso i Fondi di Esercizio per il finanziamento dei Programmi Operativi) e di attuare programmi di sviluppo per il settore ortofrutticolo, in particolare per quanto riguarda la pianificazione della produzione, il miglioramento della qualità dei prodotti, delle condizioni di commercializzazione, di ricerca e produzione sperimentale, per attività di formazione non legate alla prevenzione e gestione delle crisi, per azioni legate alla gestione e prevenzione delle crisi e per garantire una maggiore sostenibilità ambientale delle attività produttive; per quest'ultimo tema, come visto, un elemento centrale è legato alla diffusione delle tecniche di produzione integrata presso i soci e, dunque, al miglioramento del profilo ambientale delle attività produttive realizzate dagli agricoltori aderenti alle OP.

Questa capacità delle strutture organizzate di valorizzare risorse finanziarie in ambito europeo pone l'Italia in posizione di *leadership* rispetto ai principali *competitor*, poiché circa il 30% delle risorse pubbliche europee destinate al finanziamento dei programmi di sviluppo delle OP (nel 2013 e 2014) sono riconducibili a strutture collettive localizzate in Italia che, attraverso il principio di corresponsabilità (e cofinanziamento), partecipano alla realizzazione dei PO. L'utilizzo di tali fondi determina diversi elementi di valore, sia per i produttori agricoli che per l'economia dei territori specializzati in produzioni ortofrutticole e tali valori si amplificano in quelle regioni in cui le opportunità economiche alternative a quella agricola tendono ad essere contenute e il contesto sociale risente di difficoltà di marginalizzazione legate anche alla presenza di aspetti al limite della legalità.

In relazione ai produttori primari i principali vantaggi sono riconducibili alle opportunità di sviluppo attivabili tramite le azioni che definiscono i PO, interventi che contribuiscono a supportare l'orientamento al mercato degli imprenditori ortofrutticoli anche attraverso la creazione di un'offerta sempre più in linea con le rinnovate richieste della domanda finale.

Sempre per i produttori agricoli un aspetto fondamentale nell'attività delle OP è poi legato ai servizi che le strutture organizzate attivano per supportare gli agricoltori, come nel caso degli acquisti collettivi di *input*, consulenze specialistiche (per la gestione del rischio, delle scadenze aziendali, per l'accesso ai finanziamenti, ...) o altri aspetti consulenziali di carattere tecnico-produttivo. Inoltre, la partecipazione degli agricoltori alle strutture collettive si riflette in un maggior potere contrattuale (a differenza di chi non aderisce ad OP) rispetto alle altre fasi che definiscono la filiera ortofrutticola, determinando migliori livelli di remunerazione delle produzioni ortofrutticole e, in determinati contesti territoriali, ciò può fare la differenza fra sopravvivenza o meno delle aziende agricole (con tutti i risvolti associati in termini di

presidio ambientale e territoriale) e tra rispetto o meno della legalità. L'effetto finale di tali aspetti si ripercuote positivamente sulle economie locali in cui operano produttori e strutture organizzate, sia dal punto di vista occupazionale (anche grazie all'attivazione di servizi e attività collegate alla produzione, trasformazione e commercializzazione) che per quanto attiene la generazione di ricchezza complessiva. Questi aspetti hanno contribuito anche a far sì che con la recente riforma della PAC per il 2014-2020 il modello delle OP ortofrutticole (e delle loro associazioni) venisse esteso a tutti i settori agricoli nell'ambito dell'OCM unica.

Tenuto conto dei valori che la componente organizzata genera, sia per gli agricoltori che per i territori e la collettività, quali azioni possono contribuire a sostenere l'adesione dei produttori in OP e quindi massimizzare il valore che la componente organizzata determina per la società? Di certo un primo elemento dovrebbe essere rivolto a rendere più consapevole il consumatore rispetto ai valori generati dall'aggregazione in OP, al fine di creare un'alleanza tra produzione e consumo che possa limitare al minimo le inefficienze sociali, economiche ed ambientali che la mancata aggregazione dei produttori agricoli in strutture organizzate determina; infatti, le attività che vengono finanziate nei PO si "ribaltano" in termini di benefici sul consumatore finale, per cui più aggregazione significa maggiori vantaggi per la società civile e una migliore rispondenza alle richieste della domanda di mercato. Inoltre, significa anche garantire l'offerta di prodotti con effetti positivi sulla salute e naturalmente funzionali.

Oltre alla sensibilizzazione del consumatore, sono però auspicabili anche altri interventi specifici per il settore, con l'obiettivo di contribuire a rendere più appetibili le strutture organizzate da parte dei produttori agricoli; in questa direzione un elemento che potrebbe certamente contribuire a facilitare il percorso di concentrazione e valorizzazione della produzione ortofrutticola da parte delle OP riguarda la possibilità di assegnare l'Aiuto Finanziario Nazionale (AFN) anche a territori che mostrano un livello di aggregazione della produzione ortofrutticola in OP superiore al 20% ma ad esempio inferiore ai 2/3 della media nazionale (in questo modo l'AFN sarebbe dato a regioni che si attestano al di sotto del 30% di organizzazione della produzione in OP). Il concetto, in pratica, sarebbe quello di prevedere un sostegno integrativo nazionale anche per quelle regioni in cui il tasso di organizzazione della produzione è superiore al 20% ma, nonostante ciò, si attesta ancora su valori contenuti e inferiori al valore medio italiano. Questo si giustificerebbe con il fatto che se lo scopo è quello di favorire aggregazione e concentrazione il raggiungimento di un valore pari al 20% rappresenta ancora un dato contenuto, non solo se paragonato con la media italiana ma specie se confrontato con i valori che esprimono i principali paesi che competono con l'Italia in ambito ortofrutticolo (che mostrano tassi di aggregazione della produzione superiori al 70%). Un ulteriore elemento che potrebbe essere messo in atto per incrementare la competitività del sistema delle OP, in questo caso senza la necessità di prevedere risorse finanziarie aggiuntive, riguarda la possibilità di riconoscere al sistema organizzato un valore positivo da premiare con l'accesso preferenziale alle politiche pubbliche di sostegno al settore.

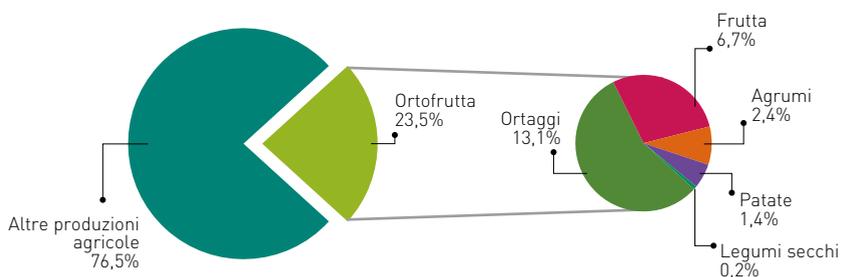
Nel caso dei PSR regionali, ad esempio, la previsione di meccanismi di premialità per le OP si configurerebbe come un valido contributo per supportare processi di crescita e qualificazione delle strutture collettive, con l'obiettivo finale di rendere il sistema organizzato più competitivo e in definitiva più attrattivo per i produttori di base.

Questi pochi elementi di supporto potrebbero contribuire a favorire una crescita del sistema organizzato verso modelli di impresa più in linea con le caratteristiche competitive richieste dai mercati di riferimento, favorendo anche una migliore ed effettiva concentrazione della produzione. La qualificazione e crescita del sistema potrebbe poi avere ulteriori effetti positivi per ciò che riguarda la fornitura di servizi da parte delle strutture organizzate ai soci produttori; un aspetto molto innovativo ma sempre più irrinunciabile in questa direzione riguarda la possibilità di favorire la creazione di modelli e strumenti di gestione del rischio in linea con le nuove opportunità fornite dagli strumenti pubblici.

1.4. IL VALORE ECONOMICO

Il settore ortofrutticolo costituisce uno dei comparti più rilevanti dell'agricoltura italiana dal punto di vista dei valori economici e della ricchezza generata: nel 2014, con un valore della produzione pari a 11,8 miliardi di euro, il settore ortofrutticolo ha determinato il 23,5% del valore totale prodotto dall'agricoltura italiana (Figura 10).

FIGURA 10. IL RUOLO DELLE PRODUZIONI ORTOFRUTTICOLE ITALIANE E IL PESO NEI CONFRONTI DEL SISTEMA AGRICOLO (2014, % SUI VALORI)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

Più in particolare, all'interno del comparto due attività produttive detengono un peso di primo piano: l'orticoltura, con un valore della produzione di 6,6 miliardi di euro nel 2014 è la specializzazione più importante, che arriva ad incidere per il 13,1% sul totale del valore della produzione agricola nazionale. L'altra specializzazione di rilievo nell'ambito del settore ortofrutticolo attiene alla produzione di frutta che, sempre nel 2014, ha generato un valore economico di 3,3 miliardi di euro (6,7% della ricchezza agricola italiana). Gli agrumi detengono un peso economico più contenuto rispetto alle prime due specializzazioni produttive; infatti, nel 2014 l'agrumicoltura

ha determinato una ricchezza di poco superiore al miliardo di euro, arrivando ad incidere per il 2,1% sul valore complessivo ascrivibile all'agricoltura nazionale. Infine abbiamo patate e legumi secchi, due produzioni che in complesso pesano sul totale della produzione agricola per l'1,6%, grazie soprattutto alle patate.

Se analizziamo l'andamento dei valori economici tra il 2013 e il 2014 lo scenario che emerge è negativo (Tabella 9).

TABELLA 9. I VALORI ECONOMICI DELL'ORTOFRUTTA

	PLV 2014 (1.000 €)	VAR. % 2014-13
Ortaggi	6.600.659	-5,5%
Frutta (compresa uva da tavola)	3.350.262	-13,6%
Agrumi	1.071.196	-6,8%
Patate	689.259	-13,1%
Legumi secchi	92.355	-1,8%
TOTALE ORTOFRUTTA	11.803.731	-8,5%
TOTALE AGRICOLTURA	50.250.463	-5,4%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

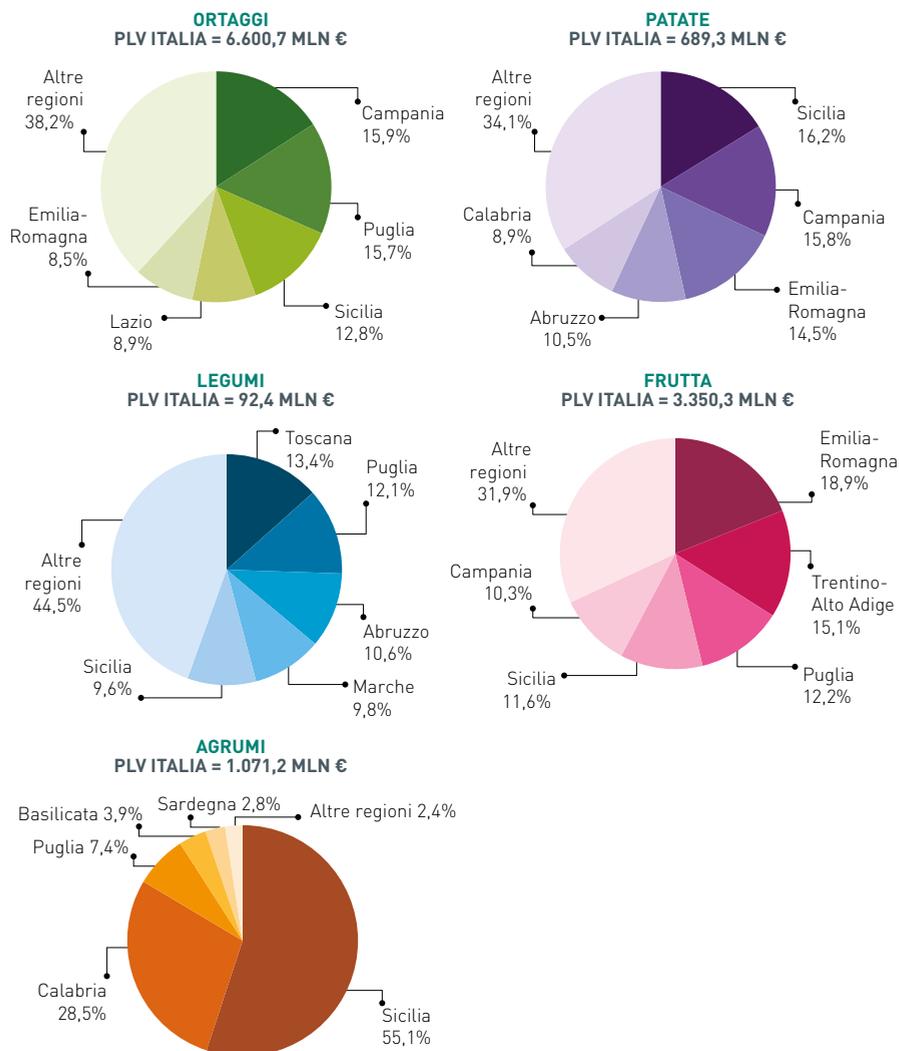
In linea generale tra il 2013 e il 2014 l'agricoltura italiana ha registrato una contrazione della ricchezza prodotta del 5,4%, rispetto a cui il settore ortofrutticolo mostra andamenti più o meno positivi, ma comunque tutti in diminuzione. Le produzioni che segnano variazioni negative più intense della media di settore sono la frutta (-13,6%) e le patate (-13,1%), mentre al di sotto della media si posizionano tutte le altre specializzazioni produttive. La lettura territoriale delle informazioni economiche restituisce un quadro in cui emerge come l'ortofrutticoltura sia diffusa su tutto il territorio nazionale, anche se è in poche e specifiche regioni che viene determinata la maggioranza della ricchezza di settore (Figura 11).

Per quanto attiene l'orticoltura, le prime tre regioni (Campania, Puglia e Sicilia) generano un valore della produzione di poco inferiore ai 3 miliardi di euro arrivando a rappresentare il 44,4% del totale della produzione orticola nazionale; altre regioni con un peso significativo in termini di valore della produzione sono il Lazio e l'Emilia-Romagna, che, se considerate insieme alle prime tre regioni, arrivano a determinare poco meno del 62% del valore della produzione di ortaggi. Le regioni con un peso marginale sono il Friuli Venezia Giulia, la Liguria e l'Umbria.

Anche la produzione di patate presenta una forte concentrazione territoriale, con le prime due regioni (Sicilia e Campania) che determinano quasi 1/3 del valore della produzione complessiva. Altri bacini di produzione importanti sono l'Emilia-Romagna, l'Abruzzo e la Calabria; in complesso le prime cinque regioni generano i 2/3 del valore della produzione nazionale di patate. Stesso scenario caratterizza anche la produzione di legumi, che però riguardano in particolare la Toscana (13,4%), la Puglia (12,1%), l'Abruzzo (10,6%), le Marche (9,8%) e la Sicilia (9,6%). La produzione di frutta tende a caratterizzare sia il nord che il sud della penisola. In particolare, le

prime cinque regioni per importanza dal punto di vista dei valori economici (Emilia-Romagna, Trentino Alto Adige, Puglia, Sicilia e Campania) arrivano a determinare poco meno del 70% della produzione nazionale in valore di frutta.

FIGURA 11. RIPARTIZIONE DEL VALORE DELLA PRODUZIONE ORTOFRUTTICOLA PER REGIONE (2014, % SUI VALORI)

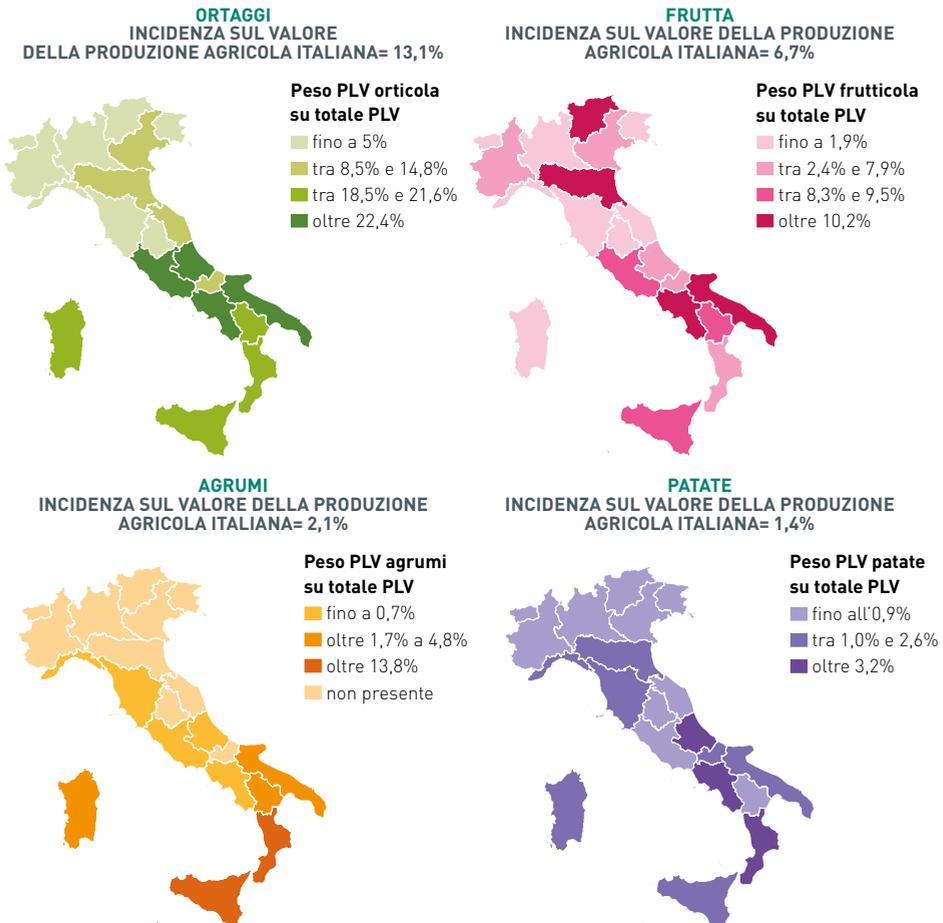


Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

Infine gli agrumi, che sono la produzione che mostra il livello di concentrazione territoriale più elevato. In questo caso la prima regione per valore della produzione è la Sicilia, dove si genera il 55,1% del valore complessivo della produzione di agrumi;

un'altra regione determinante per questa produzione è la Calabria, con il 28,5% del totale del valore della produzione. L'agrumicoltura è invece quasi del tutto assente nelle regioni del centro-nord. Se invece di valutare il ruolo dei territori italiani rispetto alla produzione ortofrutticola nazionale passiamo ad analizzare qual è il contributo dell'ortofrutta rispetto al sistema agricolo regionale, è possibile evidenziare ulteriori profili di specializzazione territoriale e, in particolare, mettere in luce quali regioni devono una quota significativa del valore della propria produzione agricola alla specializzazione ortofrutticola⁵ (Figura 12).

FIGURA 12. INCIDENZA DEL VALORE DELLA PRODUZIONE ORTOFRUTTICOLA SUL TOTALE DEL VALORE DELLA PRODUZIONE AGRICOLA REGIONALE (2014)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

⁵ In questa valutazione non vengono considerati i legumi, in quanto il peso detenuto da tale produzione è molto contenuto e, a livello nazionale, risulta inferiore allo 0,2% del totale del valore della produzione agricola.

Gli ortaggi rappresentano, nell'ambito dell'aggregato ortofrutticolo, la produzione più importante, poiché con oltre 6,6 miliardi di euro di valore della produzione arrivano ad incidere sul totale della produzione agricola nazionale per il 13,1%. Rispetto a tale valore medio, ben nove regioni presentano un'incidenza della produzione di ortaggi sulla produzione agricola complessiva più elevata. Si tratta in particolare delle regioni del centro-sud Italia, che vedono come bacini più specializzati la Sardegna (21,6% della produzione agricola è riconducibile agli ortaggi), il Lazio (22,4%), l'Abruzzo (25,8%), la Puglia (25,9%) e la Campania (31,3%), territori in cui oltre 1/5 della ricchezza generata dal comparto agricolo è attribuibile alla produzione di ortaggi, sia in serra che in pieno campo. Altri territori in cui l'orticoltura determina una quota rilevante del valore della produzione agricola regionale sono la Basilicata, la Calabria e la Sicilia. Più marginale appare invece il ruolo della produzione di ortaggi nelle regioni del nord Italia. Le vocazioni regionali risultano differenziate: in Puglia, Sicilia e Sardegna prevale la produzione di pomodori e carciofi, in Campania quella di lattuga, finocchi e pomodori, nel Lazio si coltivano soprattutto zucchine, pomodori e lattuga mentre l'Abruzzo risulta concentrato in particolare su carote, finocchi e cavoli.

La frutticoltura determina il 6,7% del valore della produzione agricola italiana; le regioni in cui il peso del valore della produzione di frutta sul totale della produzione agricola regionale è più alto del valore medio nazionale riguardano in particolare il centro-sud, anche se l'Emilia-Romagna e specie il Trentino-Alto Adige si attestano tra le regioni in cui la produzione di frutta detiene una posizione importante. In dettaglio, nelle due Province Autonome di Trento e Bolzano la produzione di frutta (e di mele in particolare) arriva a determinare ben il 36,7% della produzione agricola totale. Le altre regioni in cui la frutta contribuisce significativamente alla ricchezza generata dal comparto primario sono la Campania (10,3%, in particolare pesche e fragole), l'Emilia-Romagna (10,2%, con pesche e nettarine e pere), la Puglia (10,2%, con un ruolo determinante dell'uva da tavola) e il Lazio (9,5%, con nocciole e kiwi in testa). Le aree in cui la frutticoltura appare poco importante per il sistema agricolo regionale riguardano in particolare regioni del centro-nord Italia, come Liguria, Umbria, Lombardia, Toscana, Marche e Friuli Venezia Giulia.

Gli agrumi, che come visto si caratterizzano per una produzione estremamente concentrata dal punto di vista territoriale, definiscono in particolare i sistemi agricoli di Calabria (17,6% del totale) e Sicilia (13,8%), due regioni in cui una buona fetta della produzione primaria è attribuibile all'agrumicoltura. Più contenuto invece il peso della produzione di agrumi per le altre regioni coinvolte in tale attività produttiva (essenzialmente Basilicata, Puglia e Sardegna). Altrove tale produzione risulta praticamente assente o marginale rispetto al sistema agricolo nel suo complesso.

Infine la pataticoltura, che con un valore della produzione di circa 700 milioni di euro determina l'1,4% del valore generato dal sistema primario. I territori che mostrano un valore di incidenza superiore alla media italiana riguardano essenzialmente il centro-sud: Sardegna, Toscana, Sicilia, Campania, Calabria e Abruzzo. Più in par-

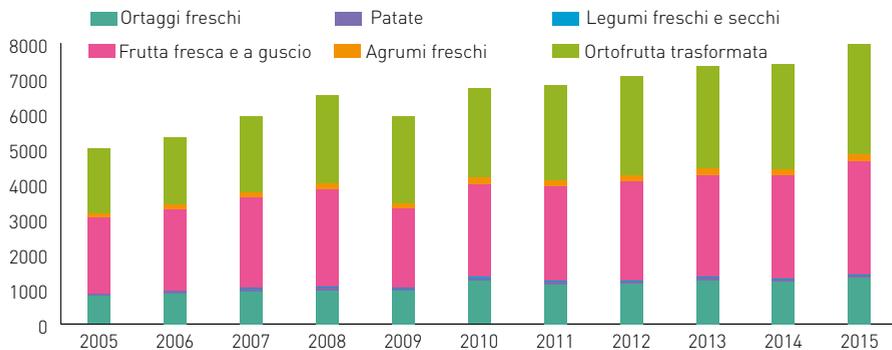
ticolare, le regioni in cui la produzione di patate arriva a rappresentare una quota più che doppia della media nazionale sono la Campania (3,2%), la Calabria (3,5%) e l'Abruzzo (5,8%), mentre le altre aree (principalmente nel settentrione) mostrano valori ridotti.

1.5. L'EXPORT ORTOFRUTTICOLO DELL'ITALIA

Un ulteriore elemento in grado di esprimere il ruolo giocato dalla filiera ortofrutticola all'interno del panorama agroalimentare italiano riguarda gli scambi commerciali con l'estero: a tal proposito si pensi come nel 2015 il 73,1% dell'export agricolo italiano (6,6 miliardi di euro) ha riguardato proprio ortofrutta fresca, mentre con riferimento ai prodotti trasformati l'incidenza dell'ortofrutta sul totale dell'export alimentare *Made in Italy* (30,2 miliardi di euro, incluse le bevande) è stata del 10,4%.

Più nel dettaglio, nel 2015 le imprese italiane hanno venduto sui mercati internazionali 8 miliardi di euro di prodotti ortofrutticoli freschi e trasformati, +7,9% rispetto al 2014 e +60,1% su base decennale (Figura 13). Frutta fresca a guscio e produzioni trasformate rappresentano le principali voci dell'export ortofrutticolo nazionale con un peso rispettivamente del 40% e del 39% nel 2015; seguono a distanza gli ortaggi con un'incidenza sul totale delle esportazioni di settore del 17%, mentre un ruolo marginale è giocato da agrumi, patate e legumi (categorie che nel complesso pesano per circa il 3% sugli scambi commerciali in uscita dal nostro Paese).

FIGURA 13. ANDAMENTO DELL'EXPORT ITALIANO DI ORTOFRUTTA FRESCA E TRASFORMATA
(VALORI, MILIARDI €)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

Una caratteristica distintiva del sistema ortofrutticolo italiano è il fatto di essere uno dei pochi settori agroalimentari nazionali a presentare un saldo della bilancia commerciale strutturalmente in attivo: +2,1 miliardi di euro nel 2015 grazie a un valore delle esportazioni (8 miliardi di euro) che supera quello degli acquisti dall'estero (5,8 miliardi di euro). L'ortofrutticolo, al pari del vitivinicolo, si configura, infatti, come un comparto

strutturalmente eccedentario, dove cioè i livelli produttivi superano in maniera significativa i consumi interni rendendo obbligatorio per le imprese della filiera un percorso di sviluppo sui mercati internazionali. Il surplus commerciale dell'ortofrutticolo italiano è da ricondursi principalmente all'export di ortofrutta trasformata, costituito per circa la metà da pomodori in scatola (Tabella 10). Valori positivi della bilancia commerciale si registrano anche per la frutta fresca/a guscio e per gli ortaggi freschi. Tuttavia, in questo caso, l'Italia oltre ad esportare tali prodotti ne importa anche ingenti quantitativi dall'estero: si tratta principalmente di frutta tropicale (*in primis* banane da Costa Rica e Colombia) ma anche di prodotti ortofrutticoli tipici del nostro clima ma caratterizzati da un anticipo produttivo rispetto alla nostra campagna (ad esempio pesche e nettarine dalla Spagna). Al contrario, per quel che riguarda agrumi, patate e legumi, il nostro paese si contraddistingue per un saldo negativo della bilancia commerciale, tra l'altro in peggioramento rispetto all'ultimo decennio.

TABELLA 10. IMPORT, EXPORT E SALDO DELLA BILANCIA COMMERCIALE ORTOFRUTTICOLA ITALIANA (MILIONI EURO)

IMPORTAZIONI					
	2005	2014	2015	VAR. % 2015/05	VAR. % 2015/14
Frutta fresca e a guscio	1.722	2.389	2.769	60,8%	15,9%
Agrumi freschi	194	281	376	93,3%	33,8%
Ortaggi freschi	754	890	1.036	37,3%	16,4%
Patate	105	156	151	44,3%	-3,1%
Legumi secchi e freschi	204	340	329	61,3%	-3,1%
Ortofrutta trasformata	818	1.120	1.188	45,2%	6,1%
TOTALE ORTOFRUTTA	3.797	5.175	5.848	54,0%	13,0%
ESPORTAZIONI					
	2005	2014	2015	VAR. % 2015/05	VAR. % 2015/14
Frutta fresca e a guscio	2.162	2.914	3.225	49,2%	10,7%
Agrumi freschi	115	180	195	68,8%	8,2%
Ortaggi freschi	798	1.213	1.324	66,0%	9,1%
Patate	55	40	44	-19,8%	10,3%
Legumi secchi e freschi	19	41	37	98,2%	-9,5%
Ortofrutta trasformata	1.830	2.999	3.144	71,8%	4,8%
TOTALE ORTOFRUTTA	4.979	7.388	7.970	60,1%	7,9%
SALDO BILANCIA COMMERCIALE					
	2005	2014	2015	VAR. ASS. 2015/05	VAR. ASS. 2015/14
Frutta fresca e a guscio	440	525	457	16	-69
Agrumi freschi	-79	-101	-181	-102	-80
Ortaggi freschi	43	323	288	245	-35
Patate	-50	-116	-107	-57	9
Legumi secchi e freschi	-185	-298	-292	-106	7
Ortofrutta trasformata	1.012	1.879	1.957	945	77
TOTALE ORTOFRUTTA	1.182	2.213	2.122	940	-91

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

Spostiamo ora l'attenzione sui mercati di sbocco delle produzioni ortofrutticole *Made in Italy*, al fine di evidenziare le dinamiche registratesi nel corso dell'ultimo decennio e analizzare com'è cambiata la geografia dei mercati di destinazione del nostro export. A tal proposito si è scelto di focalizzare l'analisi su alcune delle più importanti voci dell'export italiano di settore: mele, uva da tavola, kiwi e pesche (incluse nettarine) per quel che concerne il segmento del fresco e conserve di pomodoro per i prodotti trasformati.

L'Italia nel 2015 ha venduto sui mercati internazionali 866 milioni di euro di mele, il 17,9% in più rispetto al precedente anno e oltre il doppio considerando l'ultimo decennio (Tabella 11). La Germania, concentrando il 29% dell'export di settore, costituisce il principale mercato di sbocco delle esportazioni italiane di mele; seguono a distanza Egitto (9%), Spagna (8%), Arabia Saudita (5%) e Algeria (4%). Nel complesso questi 5 mercati assorbono il 56% delle vendite di mele *Made in Italy* sui mercati esteri. Si noti come nel corso dell'ultimo decennio, il peso della Germania sul totale dell'export di categoria si sia ridotto in maniera sensibile (dal 47% del biennio 2005-06 al 29% degli anni 2014-15). Tuttavia, ciò non vuol dire che questo paese abbia ridotto la propria domanda di mele italiane: la sua incidenza è diminuita solo per effetto di una crescita più rilevante (in alcuni casi esponenziale) delle vendite in altri mercati, *in primis* quelli emergenti del Nord Africa e del Medio Oriente. Parallelamente è, infatti, aumentata significativamente la quota di export verso Arabia Saudita, Libia e, soprattutto, Algeria ed Egitto; in particolare proprio quest'ultimo paese nel giro di pochi anni è divenuto il secondo mercato di sbocco delle mele nostrane.

TABELLA 11. EXPORT ITALIANO DI MELE: PRINCIPALI MERCATI DI DESTINAZIONE

TOP MERCATI DI SBOCCO	EXPORT 2015 (MLN €)	VAR. % 2015/05	VAR. % 2015/14	PESO (%)	
				2005-06	2014-15
Germania	247,8	29,3%	10,7%	47%	29%
Egitto	89,5	45.039,7%	47,0%	0%	9%
Spagna	63,6	104,8%	5,3%	7%	8%
Arabia Saudita	47,6	641,9%	49,4%	2%	5%
Algeria	39,4	6.503,8%	26,5%	0%	4%
Regno Unito	33,3	3,7%	18,0%	8%	4%
Svezia	32,8	182,8%	20,6%	3%	4%
Norvegia	28,6	136,8%	18,4%	3%	3%
Libia	27,9	681,7%	-21,5%	2%	4%
Danimarca	20,7	106,2%	-4,0%	3%	3%
TOTALE	866,3	121,8%	17,9%	100%	100%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

Con riferimento all'uva da tavola, nel 2015 le esportazioni italiane si sono attestate attorno ai 636 milioni di euro: +13,3% rispetto al 2014 e +38,3% se confrontato con il 2005 (Tabella 12).

TABELLA 12. EXPORT ITALIANO DI UVA DA TAVOLA: PRINCIPALI MERCATI DI DESTINAZIONE

TOP MERCATI DI SBocco	EXPORT 2015 (MLN €)	VAR. % 2015/05	VAR. % 2015/14	PESO (%)	
				2005-06	2014-15
Germania	194,8	40,4%	34,9%	28%	28%
Francia	108,2	41,3%	1,6%	17%	18%
Polonia	46,4	50,2%	-7,6%	7%	8%
Svizzera	36,1	37,4%	15,1%	6%	6%
Spagna	34,8	111,6%	-4,7%	4%	6%
Belgio	30,4	13,4%	5,0%	6%	5%
Regno Unito	28,3	120,9%	21,7%	3%	4%
Paesi Bassi	21,7	11,8%	11,5%	4%	3%
Repubblica Ceca	21,3	56,0%	7,9%	3%	3%
Austria	20,9	87,1%	16,6%	2%	3%
TOTALE	636,2	38,3%	13,3%	100%	100%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

A differenza di quanto appena visto con gli scambi commerciali di mele, nel caso dell'uva da tavola la quasi totalità dell'export si dirige verso i mercati geograficamente più vicini (UE-28 e Svizzera); ciò è dovuto alla maggiore deperibilità che caratterizza tale prodotto rispetto alle mele. Nel dettaglio, Germania e Francia, grazie ad un peso rispettivamente del 28% e del 18% (rimasto tra l'altro pressoché invariato nel corso dell'ultimo decennio) assorbono circa la metà delle vendite complessive oltreconfine di uva da tavola; seguono a distanza Polonia, Svizzera, Spagna e Belgio con un'incidenza sul totale delle esportazioni di categoria che oscilla tra l'8% e il 5%. Dall'analisi emerge come i mercati più performanti nel lungo periodo siano stati Regno Unito, Spagna e Austria.

Nel caso dei kiwi, nel 2015 l'Italia ne ha esportati poco più di 426 milioni di euro, quasi il doppio rispetto a dieci anni prima ma in lieve diminuzione in confronto al 2014 (-3,9%). Nonostante la loro importanza si sia ridotta nel corso dell'ultimo decennio, Germania e Spagna continuano a rappresentare i principali mercati di riferimento delle vendite di kiwi oltre i confini nazionali assorbendo, rispettivamente, il 17% e il 14% dell'export di settore; altri importanti mercati di destinazione sono Francia, USA, Paesi Bassi e Cina con un peso compreso tra il 7% e il 4% (Tabella 13). Rientrando i kiwi tra i prodotti ortofrutticoli con una più lunga shelf life, essi possono quindi essere commercializzati anche verso mercati più lontani: non a caso tra i top-10 mercati di sbocco dell'export nazionale figura – oltre ai già citati Stati Uniti e Cina – anche il Canada. In particolare, degna di nota è la crescita esponenziale delle esportazioni verso il mercato cinese: si pensi che nel 2005 l'export italiano di kiwi su tale mercato era di poco superiore ai 130 mila euro, mentre ora è di circa 18 milioni di euro; ottime *performance* di crescita si segnalano anche per USA, Belgio e Canada.

Concentrandoci sugli scambi commerciali di pesche e nettarine (Tabella 14), nel 2015 il loro export è stato di circa 209 milioni di euro. Rispetto alle altre categorie di prodotto esaminate, nel corso dell'ultimo decennio le esportazioni di settore hanno registrato

una contrazione (-19,6%) contestualmente alla riduzione del potenziale produttivo nazionale. Tuttavia, negli ultimissimi anni le vendite sui mercati esteri sembrano aver registrato segnali di ripresa, come dimostra il +15,9% segnato tra 2014 e 2015. In tale scenario la Germania rappresenta il primo mercato estero di sbocco, intercettando ben il 42% delle esportazioni di pesche e nettarine (un peso rimasto tra l'altro invariato negli ultimi anni). Seguono, a netta distanza, altri mercati comunitari: Austria, Repubblica Ceca, Polonia e Regno Unito con un'incidenza che oscilla tra l'8% e il 5%.

TABELLA 13. EXPORT ITALIANO DI KIWI: PRINCIPALI MERCATI DI DESTINAZIONE

TOP MERCATI DI SBOCCO	EXPORT 2015 (MLN €)	VAR. % 2015/05	VAR. % 2015/14	PESO (%)	
				2005-06	2014-15
Germania	73,9	28,5%	-0,2%	23%	17%
Spagna	60,3	78,0%	-1,4%	16%	14%
Francia	30,9	71,5%	5,8%	8%	7%
Stati Uniti	30,9	374,2%	0,3%	2%	7%
Paesi bassi	21,7	86,3%	-4,8%	5%	5%
Cina	17,9	13.258,5%	-22,5%	0%	5%
Belgio	17,7	192,3%	19,6%	3%	4%
Regno Unito	15,7	3,9%	-4,4%	6%	4%
Polonia	11,6	39,6%	-20,3%	4%	3%
Canada	11,2	118,4%	4,0%	2%	3%
TOTALE	426,1	83,5%	-3,9%	100%	100%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

TABELLA 14. EXPORT ITALIANO DI PESCHE (INCLUDE NETTARINE): PRINCIPALI MERCATI DI DESTINAZIONE

TOP MERCATI DI SBOCCO	EXPORT 2015 (MLN €)	VAR. % 2015/05	VAR. % 2015/14	PESO (%)	
				2005-06	2014-15
Germania	88,5	-15,3%	16,5%	42%	42%
Austria	17,6	29,8%	24,2%	6%	8%
Repubblica Ceca	12,1	27,2%	17,2%	3%	6%
Polonia	11,6	-21,7%	-4,0%	5%	6%
Regno Unito	10,5	-72,7%	37,9%	13%	5%
Svizzera	9,6	-31,7%	23,7%	5%	4%
Svezia	7,0	-23,4%	26,9%	3%	3%
Slovenia	6,1	-2,7%	22,1%	2%	3%
Croazia	6,0	59,4%	24,8%	2%	3%
Danimarca	4,9	-29,4%	1,9%	3%	2%
TOTALE	208,7	-19,6%	15,9%	100%	100%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

Infine, per quel che riguarda le conserve di pomodoro – uno dei prodotti ambasciatori dell'agroalimentare *Made in Italy* nel mondo – nel 2015 ne sono stati esportati oltre 1,5 miliardi di euro, il 2,7% in più rispetto al 2014 e quasi il doppio in confronto al 2005 (Tabella 15). Germania, Regno Unito e Francia rappresentano i top mercati di destinazione delle esportazioni nazionali, concentrando nel complesso il 43% delle

vendite oltreconfine di conserve di pomodoro (un peso rimasto pressoché invariato nel corso dell'ultimo decennio); importanti anche i flussi diretti verso USA, Giappone, e Paesi Bassi. In merito alle dinamiche di lungo periodo, tra i principali mercati, i più performanti sono Australia, Stati Uniti, Paesi Bassi e soprattutto la Libia; tassi di crescita dell'export a 2 cifre hanno comunque coinvolto anche gli altri principali paesi di destinazione delle vendite italiane di settore.

TABELLA 15. EXPORT ITALIANO DI CONSERVE DI POMODORO: PRINCIPALI MERCATI DI DESTINAZIONE

TOP MERCATI DI SBOCO	EXPORT 2015 (MLN €)	VAR. % 2015/05	VAR. % 2015/14	PESO [%]	
				2005-06	2014-15
Germania	291,5	79,8%	1,6%	19%	19%
Regno Unito	227,4	69,4%	-2,5%	16%	15%
Francia	125,6	58,3%	-10,5%	9%	9%
Stati Uniti	92,7	127,3%	14,8%	5%	6%
Giappone	79,9	67,6%	-6,1%	5%	5%
Paesi Bassi	65,9	189,4%	31,4%	3%	4%
Australia	57,1	121,5%	3,4%	3%	4%
Libia	52,5	923,0%	19,1%	1%	3%
Belgio	48,8	102,7%	-0,4%	3%	3%
Svizzera	37,5	52,5%	2,9%	3%	2%
TOTALE	1.535,9	82,2%	2,7%	100%	100%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

1.6. LE PRODUZIONI DI QUALITÀ

Nell'ambito della produzione ortofrutticola un ulteriore fattore di competitività è offerto dalle opportunità di qualificazione e differenziazione della produzione garantite dalle certificazioni di qualità, in particolare DOP-IGP e biologico. Si tratta di sistemi che, specie nel comparto ortofrutticolo maggiormente soggetto a fenomeni di banalizzazione e commodizzazione delle produzioni, possono rappresentare una leva importante per differenziare agli occhi del consumatore i diversi prodotti. Tuttavia, se è vero che i sistemi di qualità certificata possono contribuire ad un miglior riconoscimento dei prodotti presso il consumatore finale, sempre più attento e interessato alle produzioni di qualità, garantendo al contempo una migliore remunerazione dei fattori di produzione per gli imprenditori agricoli, è anche vero che la partecipazione a sistemi di qualità certificata genera maggiori costi derivanti dal rispetto di specifici disciplinari di produzione.

1.6.1. I prodotti DOP e IGP

Secondo le ultime informazioni disponibili il numero di prodotti ortofrutticoli con certificazione DOP e IGP in Italia sono 97, di cui la gran parte (67) afferenti al circuito

delle IGP; i prodotti DOP sono invece 30 (Tabella 16). Rispetto al totale dei prodotti DOP e IGP italiani, quelli ortofrutticoli detengono un peso di primo piano, in particolare nell'ambito delle IGP; infatti, il peso dei prodotti ortofrutticoli DOP sul totale dei prodotti DOP è pari al 18,3%, un dato che nel caso dell'IGP si attesta al 57,7%. La declinazione territoriale di tali incidenze per le produzioni DOP vede ai primi posti la Liguria, la Basilicata, la Campania, la Sicilia, il Lazio e la P.A. di Trento, tutti territori in cui il peso delle DOP ortofrutticole sul totale delle DOP è superiore al 25%; nel caso delle IGP ortofrutticole le regioni che mostrano una "specializzazione" nei confronti dell'ortofrutta sono la Puglia, la Sicilia, la Calabria, la Campania e l'Abruzzo, tutti territori in cui oltre i 2/3 dei prodotti IGP sono riconducibili al comparto ortofrutticolo. Le uniche regioni che all'inizio del 2016 non registrano la presenza di prodotti ortofrutticoli DOP e IGP sono la Valle d'Aosta e il Molise. Quello che emerge dall'analisi dei dati sulla presenza a livello regionale di prodotti ortofrutticoli a denominazione di origine è che questi tendono a caratterizzare in maniera particolare le regioni in cui la produzione ortofrutticola detiene un certo ruolo rispetto al totale della produzione agricola complessiva.

TABELLA 16. NUMERO DI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI⁶ E TOTALI DOP E IGP PER REGIONE (FEBBRAIO 2016)

REGIONE	ORTOFRUTTA		TOTALE	
	D.O.P.	I.G.P.	D.O.P.	I.G.P.
Piemonte	0	5	12	17
Lombardia	0	3	20	13
PA Trento	2	0	8	3
PA Bolzano	0	1	2	2
Veneto	3	12	18	18
Friuli Venezia Giulia	1	0	5	1
Liguria	1	0	2	2
Emilia-Romagna	2	9	18	24
Toscana	3	4	15	15
Umbria	0	2	4	4
Marche	0	1	6	7
Lazio	4	4	15	11
Abruzzo	0	1	6	3
Campania	4	7	13	9
Puglia	1	6	12	6
Basilicata	2	2	5	4
Calabria	1	4	12	5
Sicilia	5	10	17	12
Sardegna	1	0	6	1
TOTALE	30	67	164	116

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati MIPAAF.

⁶ Non sono stati considerati i cereali, funghi e olive, mentre sono inclusi i legumi e le patate.

Ma oltre alla presenza numerica di prodotti DOP e IGP, quanti sono gli operatori e le superfici produttive che caratterizzano i circuiti di produzione tipica afferenti al comparto ortofrutticolo? Secondo le ultime informazioni disponibili (Tabella 17) i produttori agricoli coinvolti sono in complesso oltre 17.000, di cui la gran parte localizzati in Trentino Alto Adige (62,3%), Sicilia (8,7%) e Campania (6,2%), mentre le numerosità più contenute si registrano nei territori meno specializzati dal punto di vista della produzione ortofrutticola. Le superfici produttive registrate per la produzione certificata DOP e IGP risultano pari a 52.805 ettari, di cui l'80% è riconducibile a quattro regioni: Trentino-Alto Adige (22.139 ha), Sicilia (9.474 ha), Emilia-Romagna (5.567 ha) e Piemonte (4.933 ha). I trasformatori sono invece poco più di 1.100, di cui 856 attivi in Veneto (252), Sicilia (191), Calabria (188), Emilia-Romagna (119) e Campania (106), gli stessi territori in cui si concentrano la quasi totalità degli impianti di trasformazione. In totale, gli operatori complessivamente riconducibili alla filiera ortofrutticola DOP-IGP sono 17.830, in leggera crescita (2,2%) rispetto alla fine del 2012; il sentiero di crescita ha caratterizzato in particolare i produttori (1,8%) e le superfici agricole (1,7%), mentre si registra una contrazione sia dei trasformatori che degli impianti di trasformazione (entrambi -0,4%).

TABELLA 17. OPERATORI DEL SETTORE ORTOFRUTTICOLI DOP E IGP⁷

	31/12/2013	VAR. % 2013-2012
Produttori	17.076	1,8%
Superficie	52.805	1,7%
Trasformatori	1.165	-0,4%
Impianti di trasformazione	1.211	-0,4%
Operatori*	17.830	2,2%

* Un operatore può essere contemporaneamente sia produttore sia trasformatore.
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

Infine, per concludere l'analisi relativa alle produzioni ortofrutticole DOP-IGP è possibile far riferimento ai dati relativi alla produzione certificata, al valore alla produzione e al consumo così come ai dati di export (Tabella 18).

TABELLA 18. I NUMERI CHIAVE DELL'ORTOFRUTTA DOP-IGP

	2014	VAR. % 2014-2013
Produzione certificata (.000 tonn.)	648	26,1%
Valore alla produzione (mln €)	467	12,2%
Valore al consumo (mln €)	973	9,7%
Valore all'export (mln €)	267	37,9%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Qualivita.

⁷ Gli operatori e le superfici non vengono disaggregate per il solo settore ortofrutta, per cui i dati in tabella comprendono l'ortofrutta e i cereali; tuttavia, la gran parte dei valori è riconducibile al settore ortofrutticolo.

Nel 2014 la produzione certificata di prodotti ortofrutticoli DOP-IGP si è attestata su 648.000 tonnellate di prodotto, un valore che pone le denominazioni ortofrutticole al primo posto in termini di volume tra tutti i prodotti con denominazione di origine. Rispetto al 2013 il volume di produzione certificata risulta sensibilmente incrementato (26,1%), evidenziando come il sistema ortofrutticolo abbia intrapreso con decisione il sentiero della qualità certificata. Il valore alla produzione corrispondente si è attestato su 467 milioni di euro nel 2014 (terzo settore per valore della produzione), in crescita del 12,2% nei confronti dell'anno precedente; il primo prodotto per valore alla produzione è la mela Alto Adige IGP, con un valore alla produzione che nel 2014 è stato di 247 milioni di euro. Nonostante l'aumento del valore alla produzione il comparto ortofrutticolo non detiene un peso significativo nel panorama delle DOP e IGP rispetto a tale variabile; infatti, il peso del valore alla produzione delle denominazioni ortofrutticole è pari al 7% del totale, un dato che non riflette il peso che il comparto riveste rispetto al numero di riconoscimenti totali DOP-IGP (le produzioni ortofrutticole rappresentano il 38% del totale denominazioni). Il valore al consumo che esprimono le denominazioni di origine è più che doppio di quello registrato alla produzione e risulta pari a poco meno di 1 miliardo di euro (2014), anche in questo caso in aumento rispetto all'anno precedente (9,7%). Le esportazioni di prodotti ortofrutticoli DOP e IGP risultano pari a 267 milioni di euro (il 27,4% del valore al consumo); in questo caso si nota una crescita tra il 2013 e il 2014 molto sostenuta, che vede aumentare le esportazioni ortofrutticole del 37,9%. Rispetto al totale delle esportazioni *food* di prodotti DOP e IGP quelle ortofrutticole rappresentano il 9,7%.

Ma quali sono i prodotti ortofrutticoli DOP-IGP che ricevono il maggior consenso da parte del consumatore dal punto di vista del valore al consumo? Due prodotti (Mela Alto Adige IGP e Mela Val di Non DOP) detengono un peso di primo piano, in quanto in complesso rappresentano l'83,6% del valore al consumo complessivamente ascrivibile agli ortofrutticoli DOP-IGP. Altri prodotti che rivestono un ruolo importante all'interno della categoria, seppur non analogo ai primi due, sono la Cipolla Rossa di Tropea Calabria IGP (4,9% del valore totale al consumo) e il Pomodoro di Pachino IGP (2,7% del valore al consumo). Marginale invece l'apporto del valore al consumo delle altre produzioni (Tabella 19).

L'analisi dell'andamento del valore al consumo tra il 2013 e il 2014 mostra uno scenario in cui convivono evoluzioni molto positive e forti riduzioni; in particolare, i primi 5 prodotti della classifica (ad eccezione della contrazione evidenziata dalla Mela Val di Non DOP, -3,9%) mostrano incrementi del valore al consumo, che in alcuni casi sono molto positivi (Limone di Sorrento IGP, Mela Alto Adige IGP, Cipolla Rossa di Tropea Calabria IGP). Al contrario, nella seconda parte della classifica (escluso il Limone Costa d'Amalfi IGP) si segnalano decise riduzioni del valore associato al consumo, specie per l'Arancia Rossa di Sicilia IGP, il Pistacchio Verde di Bronte DOP e la Melannurca Campana IGP.

TABELLA 19. VALORE AL CONSUMO DEI PRINCIPALI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLO DOP-IGP (MLN €)

	2014	VAR. % 2014-2013
Mela Alto Adige IGP	459	28,9%
Mela Val di Non DOP	354	-3,9%
Cipolla Rossa di Tropea Calabria IGP	48	28,0%
Pomodoro di Pachino IGP	26	11,3%
Limone di Sorrento IGP	8	78,4%
Pistacchio Verde di Bronte DOP	8	-56,7%
Limone Costa d'Amalfi IGP	8	143,4%
Arancia Rossa di Sicilia IGP	7	-62,8%
Patata di Bologna DOP	5	-1,7%
Melannurca Campana IGP	5	-44,1%
Altri ortofrutticoli	46	5,0%
TOTALE	973	9,7%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Qualivita.

In conclusione, è utile sottolineare come lo sviluppo delle produzioni ortofrutticole DOP-IGP sia fortemente legato a sistemi organizzati preesistenti (come nel caso delle mele in Trentino-Alto Adige), cioè alla presenza di strutture collettive a livello territoriale che hanno permesso la qualificazione delle produzioni ortofrutticole. Per cui, una migliore organizzazione dei produttori in OP/AOP può non solo determinare una serie di vantaggi tecnici ed economici ma può contribuire a rafforzare la qualità delle produzioni, a creare una solida identità territoriale e in definitiva migliorare il posizionamento competitivo dei produttori agricoli che, grazie a percorsi di qualificazione della produzione, possono ottenere una migliore remunerazione dei fattori di produzione. In pratica, poiché lo sviluppo delle DOP-IGP è legato in maniera importante alla presenza di sistemi organizzati è indispensabile un maggior collegamento tra sistemi di qualità certificata e sistemi economici organizzati (OP/AOP).

1.6.2. L'ortofrutta BIO in Italia

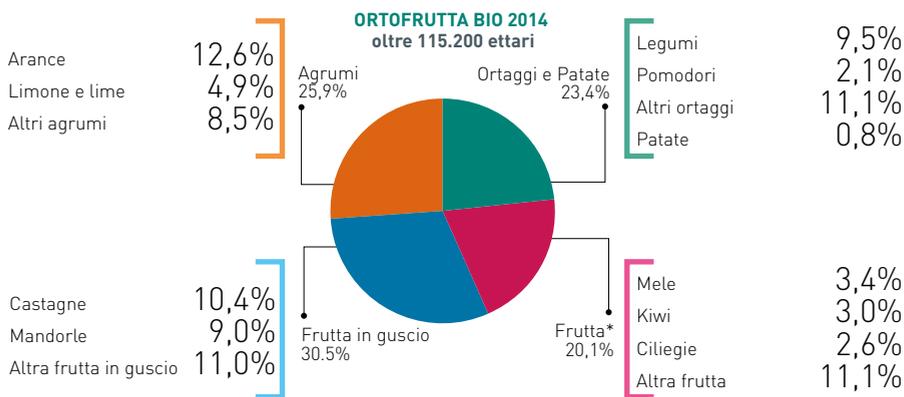
Per quanto riguarda nello specifico il biologico ortofrutticolo, secondo i dati dell'ultimo Censimento Generale dell'Agricoltura (2010) in Italia le aziende che producono ortofrutta bio sono quasi 23 mila, rappresentando il 4,6% delle aziende agricole italiane. Prendendo in considerazione i dati più recenti (SINAB), in termini di estensione nel 2014 le produzioni biologiche in Italia ricoprono una superficie di quasi 1,4 milioni di ettari. Di questa superficie, l'8% è destinato a produzioni ortofrutticole. Le dinamiche che hanno coinvolto il comparto sono state positive per la produzione biologica nel complesso (+6% delle superfici tra il 2013 e il 2014), mentre le superfici interessate da ortofrutta bio sono diminuite del 3% in un anno.

Le superfici del biologico ortofrutticolo (115.200 ettari nel 2014) sono occupate per il 30,5% da frutta in guscio (Figura 14), in particolare castagne (10,4%) e mandorle (9,0%). Segue in termini di estensione la produzione di agrumi bio, che rappresenta

il 25,9% dell'ortofrutta bio, con le arance che ricoprono il 12,6% delle superfici del biologico ortofrutticolo e limoni e lime il 4,9%. Il 23,4% delle superfici è destinato a ortaggi e patate, con il 9,5% delle superfici occupato da legumi. Infine, il 20,1% delle superfici è destinato alla produzione di frutta bio (categoria che comprende la frutta da zona temperata, la frutta da zona subtropicale e i piccoli frutti), principalmente composto da produzione di mele (3,4%), kiwi (3,0%) e ciliegie (2,6%). L'analisi territoriale della distribuzione delle superfici destinate a produzioni ortofrutticole biologiche mette in luce un ruolo predominante per la Sicilia, dove è localizzata il 29% della SAU bio ortofrutticola, seguita da Puglia (16%) e Calabria (13%). Seguono, con incidenze più contenute, Lazio (8%), Toscana (6%) e Campania (6%).

In termini di rilevanza della produzione ortofrutticola sul totale bio, Campania (31,9%) e la Provincia Autonoma di Bolzano (23,0%) sono contraddistinte da un maggiore rilievo del comparto rispetto al totale bio, seguite da Veneto (13,9%), Piemonte (12,4%) e Provincia Autonoma di Trento (11,8%). Al contrario, molto ridotte risultano le incidenze di Valle D'Aosta (0,4%) e Sardegna (1,1%).

FIGURA 14. IL PROFILO DELL'ORTOFRUTTA BIO: INCIDENZA DELLE SUPERFICI PER SPECIALIZZAZIONE SUL TOTALE ORTOFRUTTA BIO (2014)



* La categoria "frutta" comprende la frutta da zona temperata, la frutta da zona subtropicale e i piccoli frutti.
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati SINAB.

A livello di singole specializzazioni produttive (Figura 15), le superfici destinate a ortaggi e patate bio superano complessivamente i 27.000 ettari, contraddistinte da un aumento del +19% tra il 2013 e il 2014. Tale produzione si trova soprattutto in Puglia (30,4%), Sicilia (16,7%) ed Emilia-Romagna (9,4%), con 3 regioni che coprono complessivamente più della metà delle superfici bio destinate a tali colture.

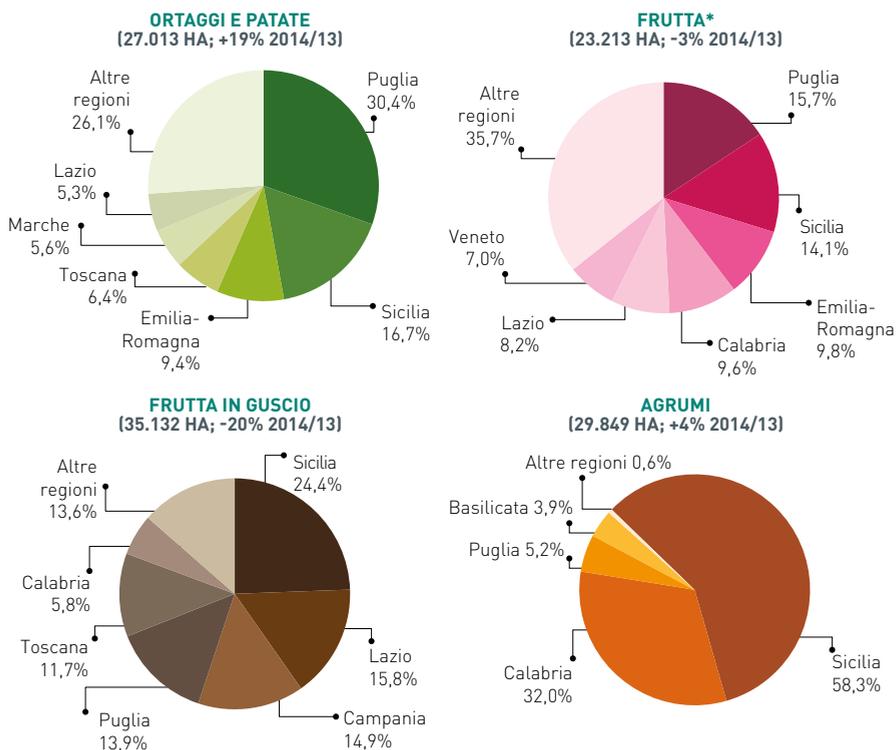
La produzione di frutta bio (23.213 ettari, diminuita del -3% nell'ultimo anno disponibile) è ubicata soprattutto in Puglia (15,7%), Sicilia (14,1%), Emilia-Romagna (9,8%) e Calabria (9,6%).

Per la frutta in guscio le superfici bio ammontano a 35.132 ettari (diminuite di

1/5 in un anno) e sono localizzate principalmente in Sicilia (24,4%), seguita da Lazio (15,8%), Campania (14,9%) e Puglia (13,9%).

Infine, le aree destinate a produzione di agrumi bio sono concentrate primariamente in una regione (Sicilia, 58,3%), con una marcata importanza anche della regione Calabria (32%): per quanto riguarda le dinamiche che hanno contraddistinto il comparto, si evidenzia che le superfici ad agrumi bio (29.849 ettari) sono complessivamente cresciute del 4% tra il 2013 e il 2014.

FIGURA 15. RIPARTIZIONE DELLA SAU BIO ORTOFRUTTICOLA ITALIANA PER SPECIALIZZAZIONE E REGIONE (2014)



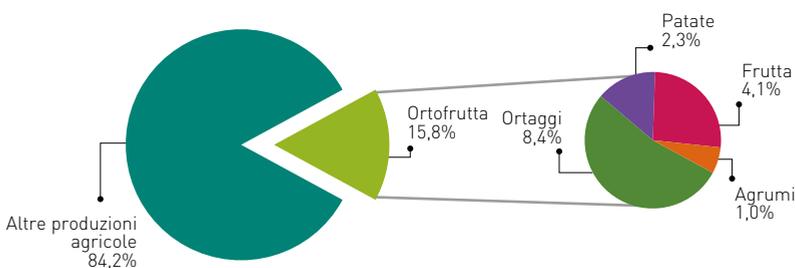
* La categoria "frutta" comprende la frutta da zone temperate, la frutta da zona subtropicale e i piccoli frutti.
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati SINAB.

CAPITOLO 2.**IL POSIZIONAMENTO COMPETITIVO DEI PRODOTTI ITALIANI NEL MERCATO EUROPEO E MONDIALE****2.1. IL RUOLO DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA NEL CONTESTO EUROPEO**

L'ortofrutta rappresenta una componente di rilievo della ricchezza generata dal settore primario nell'Unione Europea.

Nel 2015, con un valore di produzione agricola pari a 64,6 miliardi di euro, incide per il 15,8% sulla PLV dell'UE-28 (Figura 16). Il contributo più rilevante proviene dall'orticoltura, che complessivamente rappresenta il 10,7% della produzione agricola europea, grazie ai 34,4 miliardi di euro degli ortaggi ed ai 9,3 delle patate. La produzione frutticola detiene invece il restante 5,1%, per un valore complessivo di 20,9 miliardi di euro, dei quali circa 4 generati dagli agrumi.

FIGURA 16. VALORE DELLA PRODUZIONE ORTOFRUTTICOLA NELL'UE E IL PESO NEL SISTEMA AGRICOLO EUROPEO (2015)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Eurostat.

Data la forte influenza che le condizioni pedo-climatiche esercitano su queste colture, l'orticoltura e la frutticoltura sono concentrate in pochi paesi dell'Unione Europea. I primi 5 produttori esprimono infatti circa i 2/3 del valore della produzione totale UE-28 e sono sostanzialmente gli stessi per i due gruppi di colture. Cambia invece

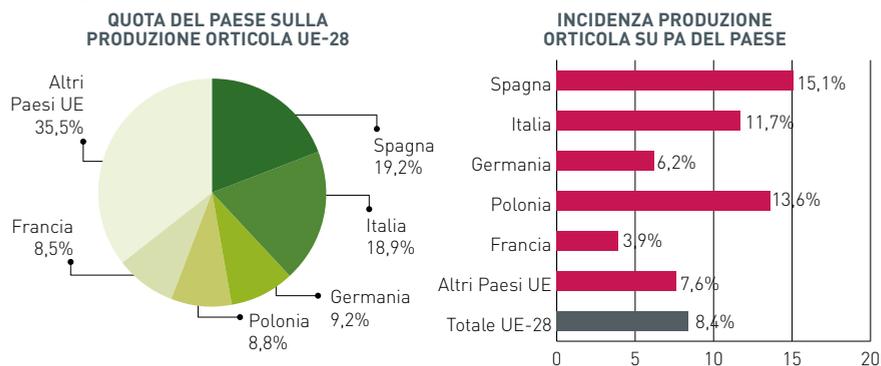
l'importanza che le colture ortofrutticole rivestono nell'economia agricola del paese, così come la specifica specializzazione produttiva.

Il nostro paese detiene una posizione di *leadership* sia per l'orticoltura che per la frutticoltura, nelle quali ha una consolidata vocazione produttiva, sebbene il tessuto produttivo sia ancora caratterizzato da una frammentazione che indebolisce la capacità competitiva delle imprese italiane.

In particolare nel caso dell'orticoltura l'Italia compete con la Spagna per la *leadership* europea. Nel 2015 il valore della produzione della penisola iberica supera di poco quella italiana (rispettivamente 19,2% e 18,9%) ed entrambi i paesi detengono una quota più che doppia rispetto a quella degli altri paesi vocati all'orticoltura, quali Germania, Polonia e Francia (Figura 17).

Spagna ed Italia hanno un forte specializzazione in queste produzioni agricole, che incidono rispettivamente per il 15,1% e per l'11,7% sul valore della PLV nazionale. Una posizione analoga si riscontra anche nel caso della Polonia, mentre in Germania e Francia gli orientamenti produttivi orticoli hanno un ruolo meno rilevante sull'economia agricola nazionale, inferiore alla media europea.

FIGURA 17. PRODUZIONE ORTICOLA: I PRIMI 5 PAESI DELL'UNIONE EUROPEA 28
(VALORE, 2015)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Eurostat.

Allo stesso tempo sono proprio questi due paesi a mostrare un tessuto produttivo con caratteristiche strutturali più robuste rispetto agli altri *leader* europei, con una superficie media aziendale che raggiunge i 9,3 ettari in Germania e i 5,4 in Francia (Tabella 20). Sono valori molto diversi da quelli che si registrano in Italia e Spagna, che si caratterizzano viceversa per un'orticoltura diffusa sia in termini di estensione territoriale che di numero di aziende coinvolte. Il nostro paese infatti nel 2013 detiene poco meno di 250.000 ettari investiti in colture orticole (pari al 15,7% del totale europeo) ed oltre 79.700 aziende, cui corrisponde una dimensione media aziendale di 3,1 ettari. La Spagna, con un numero di imprese superiore e una superficie orticola meno estesa, ha invece un'estensione media aziendale di 2,2 ettari. Fanalino di coda è la

Polonia, primo paese europeo per numero di aziende orticole, presenta una struttura produttiva poco sviluppata con una dimensione media di appena 1,3 ettari.

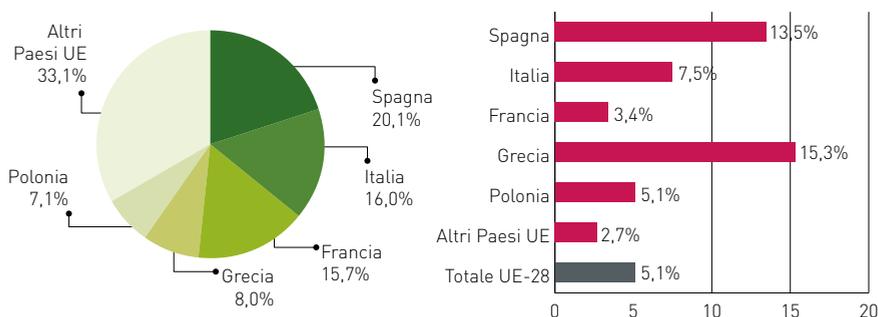
TABELLA 20. ORTICOLTURA: AZIENDE AGRICOLE, SUPERFICIE AGRICOLA UTILIZZATA E DIMENSIONI MEDIE NELL'UE-28 (2013)

	AZIENDE AGRICOLE		SUPERFICIE AGRICOLA UTILIZZATA		DIMENSIONE MEDIA
	NUMERO	PESO SU UE	ETTARI	PESO SU UE	ETTARI
Spagna	109.240	11,9%	238.500	15,0%	2,2
Italia	79.710	8,7%	249.360	15,7%	3,1
Germania	13.310	1,4%	123.920	7,8%	9,3
Polonia	141.890	15,4%	187.140	11,7%	1,3
Francia	36.350	4,0%	196.820	12,4%	5,4
Altri Paesi UE	539.310	58,6%	597.580	37,5%	1,1
Totale UE-28	919.810	100,0%	1.593.320	100,0%	1,7

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Eurostat.

Una situazione simile si riscontra anche in frutticoltura. La *leadership* in questo caso è saldamente detenuta dalla Spagna, che genera nel 2015 il 20,1% del valore della produzione europea (Figura 18), grazie ad una forte vocazione produttiva (il 13,5% della PLV nazionale deriva dalla produzione frutticola), che la pone al vertice in Europa negli agrumi, nelle pesche e nei meloni e comunque nelle prime posizioni per le altre drupacee, le pere e l'uva da tavola (Tabella 21).

FIGURA 18. PRODUZIONE FRUTTICOLA: I PRIMI 5 PAESI DELL'UE 28 (VALORE, 2015)



*Il più recente aggiornamento dei dati relativi all'uva da tavola e agli agrumi è relativo al 2014.
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Eurostat.

L'Italia segue con il 16% del valore della produzione europea e pur avendo un'incidenza sulla PLV nazionale più contenuta (7,5%) mostra una fortissima vocazione frutticola, accompagnata da una ampissima gamma dell'offerta, occupando la prima posizione (pere, pesche, albicocche e uva da tavola) o la seconda in tutte le principali colture europee (mele, nettarine limoni e agrumi).

Gli altri *competitor* mostrano invece una produzione più focalizzata su alcune colture. La Francia in particolare, che per produzione agricola è molto vicina al no-

stro paese (15,7% della PLV frutticola UE-28), è fortemente specializzata su alcuni prodotti (mele, nettarine e albicocche, meloni) e complessivamente la produzione frutticola rappresenta una quota marginale della ricchezza agricola del paese (3,4%). Infine Grecia e Polonia offrono un contributo al valore della produzione europea più limitato (rispettivamente l'8% ed il 7,1%) con una offerta produttiva molto ristretta.

TABELLA 21. FRUTTICOLTURA: SPECIALIZZAZIONE PRODUTTIVA DEI PAESI LEADER NELL'UE-28
(RANKING DELLA PRODUZIONE IN QUANTITÀ, PRIME TRE POSIZIONI PER COLTURA, 2013)

	SPAGNA	ITALIA	FRANCIA	GRECIA	POLONIA
Mele		2	3		1
Pere	2	1			
Pesche	2	1		3	
Nettarine	1	2	3		
Albicocche	3	1	2		
Uva da tavola	2	1		3	
Arance	1	2		3	
Limoni	1	2		3	
Clementine	1	2			
Meloni	1	2	3		

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Eurostat.

Analogamente a quanto visto per l'orticoltura, anche nel caso della frutta l'Italia presenta una struttura produttiva ampia (seconda in Europa per superfici con 377.000 ettari investiti, in cui operano poco meno di 150.000 aziende), ma con dimensioni medie aziendali meno competitive (2,6 ettari) rispetto agli altri *leader* europei (Tabella 22). In questo caso è proprio il principale *competitor* spagnolo a mostrare un tessuto produttivo non solo più esteso (29,3% della superficie europea), ma soprattutto più robusto (4,0 ettari per azienda). Anche la Francia, pur avendo investimenti più limitati, ha dimensioni di impresa molto competitive (6,0 ettari per azienda); all'opposto Grecia e Polonia, pur potendo contare su un'ampia rete di imprese, scontano ancora un forte ritardo nel loro sviluppo, testimoniato da dimensioni medie inferiori ai 2 ettari.

TABELLA 22. FRUTTICOLTURA*: AZIENDE AGRICOLE, SUPERFICIE AGRICOLA UTILIZZATA E DIMENSIONE MEDIE NELL'UE-28 (2013)

	AZIENDE AGRICOLE		SUP. AGRICOLA UTILIZZATA		DIMENSIONE MEDIA
	NUMERO	PESO SU UE	ETTARI	PESO SU UE	ETTARI
Spagna	179.940	13,1%	724.990	29,3%	4,0
Italia	146.680	10,6%	377.470	15,3%	2,6
Francia	30.150	2,2%	182.000	7,4%	6,0
Grecia	78.160	5,7%	111.060	4,5%	1,4
Polonia	198.250	14,4%	365.080	14,8%	1,8
Altri Paesi UE	745.030	54,1%	710.290	28,7%	1,0
Totale UE-28	1.378.210	100,0%	2.470.890	100,0%	1,8

*Esclusi uva da tavola e agrumi.

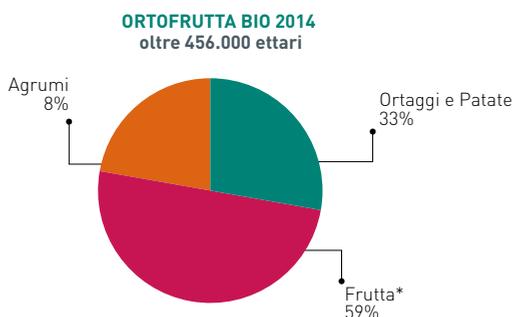
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Eurostat.

2.1.1. L'ortofrutta BIO nell'UE

Passando ad analizzare un ulteriore fattore qualificante del contesto produttivo ortofrutticolo, ovvero le produzioni biologiche, secondo gli ultimi dati disponibili (FIBL IFOAM 2014) complessivamente nell'UE tali produzioni si estendono per quasi 10,3 milioni di ettari, in crescita del 1,1% tra il 2013 e il 2014.

Di questi, il 4,5% è rappresentato da ortofrutta bio: prendendo in considerazione le singole specializzazioni produttive (Figura 19), le superfici biologiche ortofrutticole sono composte per il 59% da frutta (frutta da zone temperate, subtropicale, piccoli frutti e frutta in guscio), il 33% da ortaggi e patate e il restante 8% da agrumi.

FIGURA 19. IL PROFILO DELL'ORTOFRUTTA BIO NELL'UE: INCIDENZA DELLE SUPERFICI PER SPECIALIZZAZIONE SUL TOTALE ORTOFRUTTA BIO (2014)



° Incluse fragole; *Frutta da zone temperate, subtropicale, piccoli frutti e frutta in guscio.
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati FIBL e IFOAM.

L'Italia ricopre un ruolo di rilievo nelle produzioni biologiche ortofrutticole europee, seconda in termini di estensione solo alla Spagna. La produzione di ortofrutta bio italiana rappresenta, infatti, il 25% delle superfici europee, mentre il paese iberico raggiunge il 26% (Tabella 23). Seguono con incidenze più contenute Polonia (16%) e Francia (8%).

A livello di singola specializzazione produttiva, si evidenzia come in termini di superfici destinate alla coltura di ortaggi e patate biologiche l'Italia si posizioni seconda (con un'incidenza del 18% sul totale superfici orticole bio dell'UE), preceduta dalla Polonia (in cui sono ubicate il 21% delle produzioni di ortaggi bio dell'UE) e seguita da Germania (13%) e Francia (12%).

Inoltre, per quanto riguarda la produzione di frutta, il primo produttore europeo in termini di estensioni è la Spagna, che detiene il 38% delle superfici frutticole biologiche dell'UE. L'Italia si posiziona seconda, con un'incidenza del 21% sul totale di comparto. Al terzo posto troviamo la Polonia (con il 16% delle superfici) e Francia (8%) al quarto.

Infine, prendendo in considerazione gli agrumi bio, l'Italia detiene la *leadership* del comparto in termini di superfici destinate: nel nostro Paese sono infatti localizzate il 79% delle superfici ad agrumi bio di tutta l'UE, seguito a distanza dalla Spagna (19%).

TABELLA 23. L'ORTOFRUTTA BIOLOGICA NELL'UE: SUPERFICI PER SPECIALIZZAZIONE E PRINCIPALI PAESI PRODUTTORI (2014)

TOTALE ORTOFRUTTA BIO			
	SAU ('000 ETTARI)	PESO % SU TOTALE BIO UE	PESO % SU TOTALE SAU BIO
Spagna	121	26%	7%
Italia	115	25%	8%
Polonia	73	16%	11%
Francia	39	8%	3%
Altri paesi UE	109	24%	-
UE	456	100%	4,5%
ORTAGGI E PATATE^o			
	SAU ('000 ETTARI)	PESO % SU TOTALE BIO UE	PESO % SU TOTALE SAU BIO
Polonia	30	21%	5%
Italia	27	18%	2%
Germania	20	13%	2%
Francia	18	12%	2%
Altri paesi UE	53	36%	-
UE	148	100%	1,4%
FRUTTA*			
	SAU ('000 ETTARI)	PESO % SU TOTALE BIO UE	PESO % SU TOTALE SAU BIO
Spagna	102	38%	6%
Italia	58	21%	4%
Polonia	43	16%	7%
Francia	21	8%	2%
Altri paesi UE	48	18%	-
UE	271	100%	2,6%
AGRUMI			
	SAU ('000 ETTARI)	PESO % SU TOTALE BIO UE	PESO % SU TOTALE SAU BIO
Italia	30	79%	2%
Spagna	7	19%	0%
Grecia	0,3	0,9%	0%
Francia	0,3	0,9%	0%
Altri paesi UE	0,2	0,6%	-
UE	38	100%	0,4%

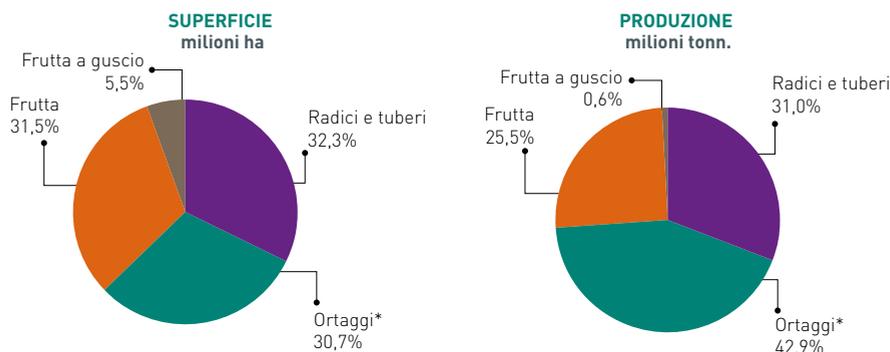
^o Includo fragole; *Frutta da zone temperate, subtropicale, piccoli frutti e frutta in guscio.
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati FIBL e IFOAM.

2.2. LA PROSPETTIVA MONDIALE: L'ITALIA E I NUOVI PLAYER

Spostando l'attenzione dal contesto europeo a quello mondiale, lo scenario competitivo in cui si muove il nostro paese si arricchisce di nuovi *competitor*. Le produzioni ortofrutticole stanno infatti crescendo in diverse aree del pianeta e nuovi paesi si affacciano con sempre maggiore importanza sui mercati internazionali.

Nel 2013 la superficie coltivata per la produzione di tuberi⁸, ortaggi, frutta fresca e a guscio sfiora i 190 milioni di ettari e la produzione ha raggiunto i 2,6 miliardi di tonnellate. Al suo interno le produzioni di ortaggi e frutta fresca rappresentano il 42,9% ed il 25,5% della produzione mondiale a volume, estendendosi rispettivamente sul 30,7% e il 31,5% della superficie coltivata (Figura 20).

FIGURA 20. PRINCIPALI PRODUZIONI ORTOFRUTTICOLE MONDIALI (SUPERFICI E VOLUMI, 2013)



*Incluso melone.

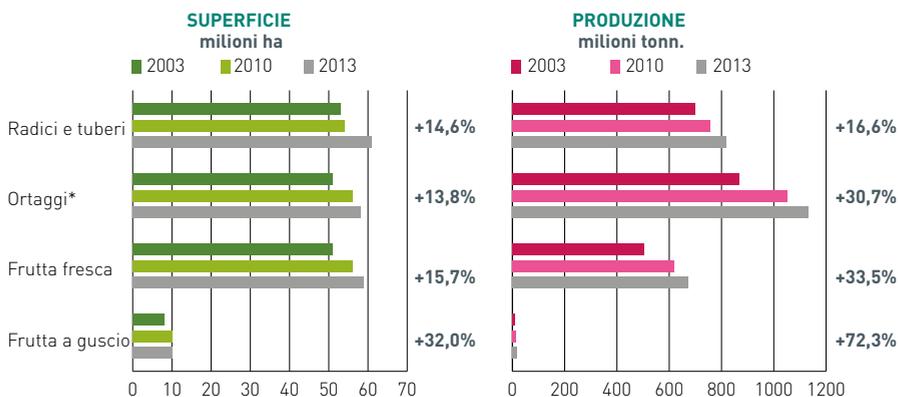
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati FAO.

La produzione ortofrutticola mondiale è stata caratterizzata da un progressivo sviluppo che ha portato nel periodo 2003-2013 ad un incremento delle quantità del 26,8%, grazie ad una contestuale estensione delle superfici coltivate del 15,5% e ad un generalizzato miglioramento delle rese produttive. In particolare, le produzioni di ortaggi e frutta hanno conseguito una crescita nei volumi prodotti rispettivamente del 30,7% e del 33,5%, raggiungendo nel 2013 una superficie di 58 e 59 milioni di ettari e una produzione di 1.133 e 674 milioni di tonnellate (Figura 21).

Concentrando l'attenzione su queste due principali produzioni è possibile evidenziare il ruolo che i più importanti paesi produttori rivestono a livello mondiale e, fra questi, anche il posizionamento dell'Italia. (Tabella 24).

Nel caso degli ortaggi la produzione è estremamente concentrata: i primi 10 paesi detengono complessivamente il 76,0% dei volumi ed i primi 3 il 65,2%. Nella frutta si registra viceversa un più ampio contributo dei principali produttori; in questo caso i primi 10 detengono il 58,1% delle quantità complessive e i primi 3 il 39,2%. All'Italia spetta la decima posizione per produzione di ortofrutta, in calo dal settimo posto detenuto nel 2003.

⁸ In questa categoria, accanto alle patate, figura anche la cassava o manioca, che viene coltivata nella fascia tropicale e rappresenta un alimento fondamentale per le popolazioni di diversi paesi africani, sud-americani e asiatici.

FIGURA 21. TREND DELLA SUPERFICIE E DEI VOLUMI DELLE PRINCIPALI PRODUZIONI ORTOFRUTTICOLE MONDIALI (2003, 2010, 2013 E VARIAZIONE 2013/2003)

*Incluso melone.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati FAO.

TABELLA 24. PRODUZIONE DI ORTAGGI E FRUTTA NEI PRIMI 10 PAESI PRODUTTORI MONDIALI (QUANTITÀ, 2013)

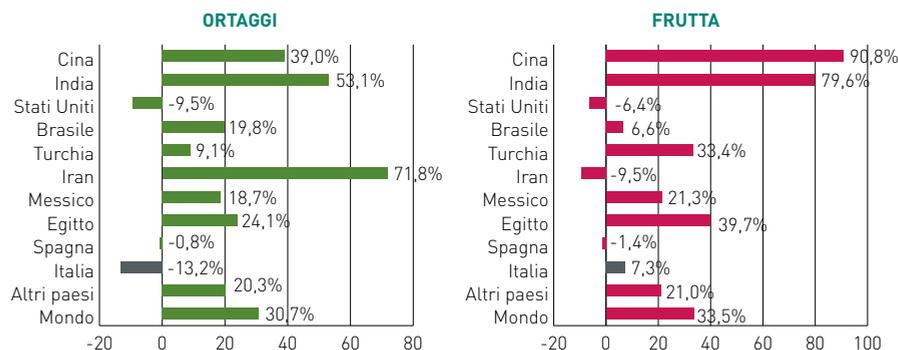
PAESE	ORTAGGI*		FRUTTA		ORTAGGI E FRUTTA	
	MLN TONN.	% SU MONDO	MLN TONN.	% SU MONDO	RANK 2013	RANK 2003
Cina	583	51,5%	154	22,9%	1	1
India	121	10,7%	83	12,3%	2	2
Stati Uniti	34	3,0%	27	4,0%	3	3
Brasile	11	1,0%	38	5,6%	4	4
Turchia	28	2,5%	15	2,3%	5	5
Iran	24	2,1%	12	1,8%	6	8
Messico	13	1,2%	18	2,6%	7	9
Egitto	20	1,7%	11	1,6%	8	10
Spagna	13	1,1%	18	2,6%	9	6
Italia	13	1,2%	16	2,4%	10	7
Altri paesi	272	24,0%	282	41,9%		
Mondo	1.133	100,0%	674	100,0%		

*Incluso melone.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati FAO.

Quest'arretramento è in parte riconducibile alla dinamica della produzione interna in cui si è registrata una contrazione della produzione orticola (-13,2%) ed un modesto incremento di quella frutticola (+7,3%), ma soprattutto alle elevate *performance* produttive registratesi fra gli altri *big player* internazionali (Figura 22).

Fra questi è di grande rilievo il ruolo acquisito dalla Cina, *leader* mondiale sia per la produzione di ortaggi che della frutta; in questo paese si producono, infatti, più della metà degli ortaggi e poco meno di un quarto della frutta mondiali. In particolare nel corso del periodo 2003-2013 la produzione cinese di ortaggi è cresciuta del 39,0% e quella della frutta è quasi raddoppiata (+90,8%), grazie ad un incremento delle superficie e ad un sostenuto aumento delle rese, soprattutto nella frutta.

FIGURA 22. ANDAMENTO DELLA PRODUZIONE DI ORTAGGI E FRUTTA NEI PRIMI 15 PAESI PRODUTTORI MONDIALI (2013/2003)

*Incluso melone.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati FAO.

Oltre che essere *leader* nella produzione di molti ortaggi (primo fra tutti il pomodoro, ma anche melanzana, cavoli e broccoli, lattuga e cicoria, aglio, ecc.) la Cina è, infatti, il primo produttore mondiale di mele e pere, uva da tavola e pesche ed è il secondo dopo il Brasile per le arance. Si tratta di prodotti che fanno parte dello stesso paniere ortofrutticolo italiano e che quindi sono potenzialmente in concorrenza con la produzione nazionale, così come già avviene per il pomodoro.

In futuro la produzione di questi tipi di frutta continuerà a crescere anche se a ritmi meno sostenuti per effetto di una minore disponibilità di terra nella quale realizzare nuovi investimenti; a sostenerla contribuirà inoltre il rinnovo dei frutteti che ha già preso avvio negli impianti più datati (ad esempio nei meleti), in cui vengono introdotte nuove varietà e sono privilegiati una maggiore densità e sistemi di allevamento che consentono la meccanizzazione delle operazioni colturali a favore della riduzione dei costi.

La produzione cinese è attualmente in gran parte destinata a saturare la crescente domanda interna. I consumi pro-capite della Cina, ancora nettamente inferiori rispetto a quelli statunitensi e italiani, stanno infatti aumentando soprattutto nelle aree urbane, grazie al maggiore reddito della popolazione residente ed al conseguente cambiamento degli stili di vita e della dieta. Tuttavia la recente battuta d'arresto dell'economia si sta riflettendo sulla capacità di spesa dei consumatori, che potrebbe crescere con minore intensità nei prossimi anni rispetto al passato. La stessa crisi economica ha impattato sui prezzi di vendita della frutta che conseguentemente si sono contratti, soprattutto nel corso dell'ultimo anno.

La crescita della disponibilità di ortofrutta e i buoni livelli di qualità raggiunti, uniti ai prezzi competitivi, stanno inoltre consolidando il ruolo della Cina come importante *player* sui mercati internazionali, in particolare nei vicini paesi asiatici.

Il secondo produttore mondiale è l'India, che sta anch'esso incrementando la propria produzione, destinata a soddisfare la domanda interna. Una posizione simile è occupata anche dai paesi del Sud America, quali Brasile e Messico. Si tratta di territori i cui

orientamenti produttivi sono più specializzati nella frutta (il Brasile è il primo produttore mondiale di arance), che stanno incrementando la loro produzione sebbene a ritmi non sostenuti come altri produttori e a prevalente beneficio del consumo interno.

Diversa è invece la situazione per quanto riguarda gli Stati Uniti ed i paesi dell'area del Mediterraneo, sia di sponda europea – come la Spagna e l'Italia – che africana – Egitto – e medio orientale – Turchia.

Gli Usa, la Spagna e l'Italia sono sia grandi produttori che consumatori; i primi sono infatti i terzi nella top10 mondiale per produzione di ortofrutta, mentre la penisola iberica e il nostro paese occupano gli ultimi posti della classifica. Accomuna questi paesi il fatto che la produzione sia destinata sia a soddisfare l'elevata domanda interna che ad alimentare le esportazioni agroalimentari; allo stesso tempo, per completare la gamma e per i prodotti in contro stagione, questi paesi sono anche importatori di prodotti ortofrutticoli. Essendo tutti caratterizzati da un maggior grado di sviluppo dell'ortofrutticoltura rispetto agli altri *player* mondiali, i *trend* di crescita sono più contenuti o addirittura evidenziano alcuni segnali di flessione.

Viceversa la Turchia e l'Egitto (rispettivamente 5° e 8° produttore mondiale di ortofrutta) mostrano *trend* di incremento produttivo molto positivi, soprattutto per quanto riguarda la frutta. Grazie a questa sostenuta crescita questi due paesi sono in grado di alimentare il flusso delle esportazioni e pertanto si sono guadagnati un ruolo di primo piano sui mercati mondiali e in prospettiva questo ruolo potrebbe ulteriormente consolidarsi.

Nell'arena internazionale inoltre anche l'Iran, sesto produttore mondiale di ortofrutta, occupa una posizione di rilievo e sta rafforzando il suo ruolo con forti investimenti, soprattutto negli ortaggi. Queste tendenze generali possono essere poi declinate a livello di singolo prodotto; nel caso della frutta sono stati presi in considerazione i principali prodotti quali mele, arance e pesche (Tabella 25).

TABELLA 25. PRINCIPALI PRODUTTORI MONDIALI DI MELE, ARANCE E PESCHE [2014]

MELE				ARANCE				PESCHE			
RANK	PAESE	(.000 TONN)	% SU TOT	RANK	PAESE	(.000 TONN)	% SU TOT	RANK	PAESE	(.000 TONN)	% SU TOT
1	Cina	40.920	54%	1	Brasile	16.320	34%	1	Cina	13.000	65%
2	UE-28	13.619	18%	2	Cina	6.900	14%	2	UE-28	4.182	21%
3	Stati Uniti	5.075	7%	3	UE-28	5.959	12%	3	Stati Uniti	946	5%
4	Turchia	2.289	3%	4	Stati Uniti	5.786	12%	4	Turchia	500	2%
5	India	2.200	3%	5	Messico	4.158	9%	5	Argentina	290	1%
6	Iran	1.693	2%	6	Egitto	2.630	5%	6	Brasile	220	1%
7	Russia	1.409	2%	7	Turchia	1.650	3%	7	Sudafrica	170	1%
8	Cile	1.350	2%	8	Sudafrica	1.700	3%	8	Messico	160	1%
9	Brasile	1.266	2%	9	Argentina	1.000	2%	9	Cile	141	1%
10	Ucraina	1.211	2%	10	Marocco	868	2%	10	Giappone	137	1%
	Altri paesi	5.421	7%		Altri paesi	1.673	3%		Altri paesi	289	1%
	Totale	76.452	100%		Totale	48.644	100%		Totale	20.035	100%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati USDA.

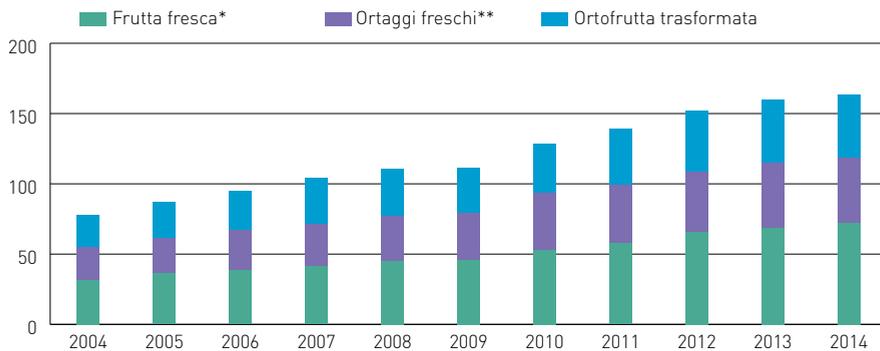
Emerge una fortissima concentrazione della produzione di tutti e tre i prodotti nei primi 10 paesi, correlata anche al fatto che l'Unione Europea in questo caso è stata considerata come un unico aggregato.

2.3. GLI SCAMBI INTERNAZIONALI DI SETTORE E IL POSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELL'ITALIA

2.3.1. Le esportazioni mondiali di ortofrutta fresca e trasformata

Nell'ultimo decennio gli scambi mondiali di ortofrutta fresca e trasformata sono più che raddoppiati, passando da circa 80 miliardi di euro del 2004 ad oltre 163 miliardi di euro del 2014, per un tasso di crescita medio annuo del +7,7% (Figura 23). La maggior parte dell'export di settore (44% in valore) riguarda la frutta fresca (compresi agrumi e frutta a guscio), mentre le esportazioni di ortaggi freschi (inclusi legumi e patate) e ortofrutta trasformata hanno entrambi un peso del 28%.

FIGURA 23. ANDAMENTO DELL'EXPORT MONDIALE DI ORTOFRUTTA FRESCA E TRASFORMATA
(VALORI, MILIARDI €)



*Inclusi agrumi e frutta a guscio. **Inclusi legumi e patate.
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

L'eccezionale crescita che ha caratterizzato l'export ortofruitticolo mondiale negli ultimi anni è stata trainata da molteplici fattori di diversa natura. Si pensi, innanzitutto, alla riduzione delle barriere commerciali e al calo dei costi di trasporto unitamente alla crescita degli investimenti finalizzati al potenziamento e all'efficientamento delle infrastrutture logistiche e distributive. A ciò bisogna aggiungere la riduzione dei tempi di trasporto e il miglioramento delle tecniche di conservazione dei prodotti freschi: si tratta di fattori di centrale importanza per lo sviluppo del commercio internazionale di settore alla luce dell'elevata deperibilità (e dunque della breve *shelf life*) che caratterizza diverse produzioni ortofruitticole e che in passato ha, di fatto, limitato le esportazioni ai mercati geograficamente più vicini. Non bisogna poi dimenticare le

dinamiche intervenute sul fronte della domanda. A tal proposito basti pensare alla crescita dei consumi e delle importazioni di ortofrutta in nuovi mercati (su tutte le economie emergenti dell'Asia, ma anche Nord Africa e Medio Oriente) i cui *drivers* sono da ricercare nel rapido incremento dei redditi pro-capite (e quindi della capacità di spesa) della popolazione, nel crescente ruolo della *middle class* e nel mutamento delle abitudini e degli stili di consumo alimentare. Anche l'aumento della domanda di ortofrutta tropicale e fuori stagione nei paesi tradizionalmente consumatori e importatori come Unione Europea, Nord America e Giappone ha condotto ad un incremento dei flussi commerciali internazionali, in particolare dai paesi produttori dell'Emisfero Sud.

Come accennato all'inizio del paragrafo, la frutta fresca (inclusi gli agrumi e la frutta a guscio) rappresenta la principale voce degli scambi internazionali di settore, grazie ad un valore dell'export di 72 miliardi nel 2014. Più nel dettaglio, le banane, con un peso del 9% sul totale dell'export globale, rappresentano i frutti più commercializzati a livello mondiale; seguono uva da tavola (8% del totale), mele (7%), mandorle (6%), anacardi (5%), mandarini, arance (entrambi al 4%) e avocado, limoni e pere con un peso di circa il 3%.

In tale scenario, gli Stati Uniti, con un valore delle esportazioni di oltre 10 miliardi di euro, rappresentano il primo esportatore mondiale concentrando il 14% dei flussi commerciali di frutta fresca. Seguono la Spagna (7,2 miliardi di euro nel 2014) con un peso del 10% e i Paesi Bassi (4,6 miliardi di euro) con una quota di mercato del 6%; congiuntamente questi tre paesi intercettano il 30% degli scambi globali. Gli altri principali *exporter* globali di frutta fresca sono, nell'ordine, Cile, Cina, Turchia e Messico con quote di mercato comprese tra il 4% e il 5%. L'Italia si colloca invece all'ottavo posto nel *ranking* mondiale, con un valore delle esportazioni di 3 miliardi di euro, il 4% del totale globale (**Tabella 26**). Con riferimento ai Paesi Bassi e al Belgio (rispettivamente, terzo e decimo esportatore mondiale di frutta fresca), occorre segnalare come tali paesi spesso svolgano un mero ruolo di *trader* nel commercio internazionale di settore: le loro esportazioni riguardano, infatti, oltre che produzioni domestiche come pere e mele, anche prodotti di altri paesi (principalmente frutta tropicale e fuori stagione proveniente da America Latina, Sudafrica e Nuova Zelanda) che poi vengono riesportati sul mercato comunitario. Per approfondimenti si veda il **box 2** "Le rotte dell'ortofrutta: la centralità in Europa di Paesi Bassi e Belgio".

Dalla lettura delle dinamiche di lungo periodo emerge come a registrare le migliori *performance* di crescita tra il triennio 2004-2006 e quello 2012-2014 siano stati il Messico, gli USA, i top *exporter* dell'Emisfero Sud (Cile e Sudafrica) e soprattutto la Cina, la quale nel medesimo periodo ha visto più che raddoppiare la propria incidenza sul totale dell'export mondiale di frutta fresca. In parallelo, è aumentata anche la quota di mercato detenuta da Messico e Stati Uniti, mentre al contrario i top esportatori europei (Spagna, Italia, Belgio e Francia su tutti) hanno visto ridursi il proprio peso all'interno degli scambi globali di settore.

TABELLA 26. PRINCIPALI ESPORTATORI MONDIALI DI FRUTTA FRESCA (INCLUSI AGRUMI E FRUTTA A GUSCIO)

PAESE	EXPORT 2014 (MLN €)	VAR. % 2012- 14/2004-06	QUOTA DI MERCATO [%]		PRINCIPALI TIPOLOGIE DI PRODOTTI ESPORTATI NEL 2014
			2004-06	2012-14	
USA	10.184	120,5%	13%	14%	Mandorle, noci, mele, uva, arance
Spagna	7.251	57,3%	13%	10%	Agrumi, pesche, fragole, uva
Paesi Bassi	4.652	77,3%	7%	6%	Uva, frutta tropicale, pere, mele
Cile	3.475	106,1%	5%	5%	Uva, mele, piccoli frutti, ciliegie, kiwi
Cina	3.303	258,4%	2%	5%	Mele, mandarini, uva, pere
Turchia	3.302	69,3%	5%	4%	Nocciole, agrumi, fichi
Messico	3.113	131,3%	3%	4%	Avocado, mango, limoni, anguria
Italia	3.094	36,4%	6%	4%	Mele, uva, kiwi, pesche, pere
Belgio	2.362	9,4%	6%	3%	Banane, pere, kiwi, frutta tropicale
Sudafrica	2.127	102,7%	3%	3%	Agrumi, uva, mele, anacardi
Ecuador	2.056	97,7%	3%	3%	Banane, frutta tropicale
Iran	1.865	nd	nd	2%	Pistacchi, datteri
Francia	1.686	11,8%	4%	2%	Mele, albicocche, pesche
Germania	1.499	49,7%	3%	2%	Banane, frutta in guscio
Costarica	1.461	64,9%	2%	2%	Banane, ananas
Altri Paesi	20.882	125,6%	26%	30%	-
MONDO	72.310	95,4%	100%	100%	-

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

BOX 2. LE ROTTE DELL'ORTOFRUTTA: LA CENTRALITÀ IN EUROPA DI PAESI BASSI E BELGIO

I Paesi Bassi e il Belgio, pur non rientrando tra i principali produttori mondiali di ortofrutta, svolgono un ruolo di primissimo piano all'interno degli scambi internazionali di settore, collocandosi rispettivamente in 4° e 7° posizione tra i top esportatori di ortofrutta fresca e trasformata a livello globale.

Tale centralità è, innanzitutto, da ricondursi al ruolo rivestito dai porti di Rotterdam e Anversa (primo e secondo porto dell'UE in termini di merci movimentate) quali porte di accesso al mercato europeo per le produzioni ortofrutticole dei produttori extra-comunitari. Non a caso, una quota importante dell'export olandese e belga è in realtà costituito da riesportazioni, ovvero da prodotti importati da altri paesi (solitamente extra-UE) che poi vengono quasi totalmente commercializzati sul mercato europeo.

Si tratta del c.d. effetto Rotterdam e Anversa: i prodotti in arrivo da paesi extra-UE e destinati al mercato europeo spesso vengono sdoganati nei porti di Rotterdam e Anversa senza effettuare distinzione tra origine (cioè prodotti in loco) e/o provenienza (paesi extra-comunitari); di conseguenza quando tali prodotti vengono riesportati verso altri paesi europei vengono registrati come export di provenienza olandese o belga, anche in assenza di alcun intervento modificativo da parte delle aziende dei suddetti paesi. Tra le principali voci dell'export di frutta di questi due paesi figurano produzioni come uva da tavola, banane, agrumi e frutta tropicale, ossia prodotti che per fattori cli-

matici non possono essere coltivati *in loco*; a tal proposito, basti pensare come oltre il 40% della frutta fresca commercializzata dai Paesi Bassi riguardi banane e frutta tropicale, mentre ben la metà dell'export di settore del Belgio sia costituito unicamente da banane. Tale attività di import-export di prodotti provenienti da altri paesi emerge anche con riferimento agli ortaggi freschi e all'ortofrutta trasformata: tuttavia, nel primo caso, il ruolo di *trader* di tali paesi (in particolare dell'Olanda), è meno accentuato poiché i Paesi Bassi rientrano anche tra i principali produttori europei di ortaggi e dunque una quota importante del loro export è costituito da produzioni domestiche.

Rotterdam e Anversa rappresentano dunque la porta d'ingresso privilegiata al mercato europeo – Italia compresa – della frutta tropicale e di quella fuori stagione proveniente dai paesi del Sud del Mondo: la loro posizione geograficamente strategica unitamente alle politiche e agli ingenti investimenti messi in atto da governo e privati a sostegno dello sviluppo della zona portuale e dei servizi annessi le ha rese degli snodi nevralgici per l'ingresso via mare in Europa dell'ortofrutta proveniente da paesi terzi.

Seppur in misura minore rispetto a Belgio e Paesi Bassi, anche per la Germania una quota dell'export si riferisce ad attività di *trading* di prodotti provenienti da altri paesi: il porto di Amburgo (terzo in Europa) rappresenta, difatti, uno dei principali *hub* commerciali del continente europeo.

Spostando l'attenzione sugli ortaggi freschi (compresi legumi e patate), nel 2014 ne sono stati esportati nel mondo quasi 46 miliardi di euro. I pomodori, con un'incidenza del 14% sul totale delle esportazioni di settore, rappresentano la principale voce degli scambi mondiali di categoria; le altre tipologie più commercializzate a livello globale sono, nell'ordine, peperoni (7%), patate (5%), cipolle (5%), cetrioli (4%), manioca, aglio, funghi, lenticchie e piselli secchi, tutti prodotti con un peso di circa il 3% sul complessivo export mondiale di ortaggi.

Cina e Paesi Bassi, con rispettivamente, 6,2 e 5,8 miliardi di euro nel 2014, rappresentano i protagonisti dell'export mondiale di settore, concentrando nel complesso ben il 26% dei flussi commerciali di ortaggi freschi (Tabella 27); seguono la Spagna, con una quota di mercato pari all'11%, Messico (9%), Canada (7%), Stati Uniti (6%), Belgio e Francia (4%). Tra i top *exporter* mondiali l'Italia figura al decimo posto, con 1,3 miliardi di export nel 2014 e una quota di mercato del 3%.

TABELLA 27. PRINCIPALI ESPORTATORI MONDIALI DI ORTAGGI FRESCHI (INCLUSI LEGUMI FRESCHI E SECCHI E PATATE)

PAESE	EXPORT 2014 (MLN €)	VAR. % 2012-14/ 2004-06	QUOTA DI MERCATO (%)		PRINCIPALI TIPOLOGIE DI PRODOTTI ESPORTATI NEL 2014
			2004-06	2012-14	
Cina	6.219	135,0%	10%	13%	Aglio, funghi, cipolle
Paesi Bassi	5.792	36,2%	16%	13%	Pomodori, peperoni, cipolle, cetrioli
Spagna	4.940	40,3%	13%	11%	Pomodori, peperoni, cetrioli, lattuga
Messico	4.120	57,3%	10%	9%	Pomodori, peperoni
Canada	3.372	121,0%	5%	7%	Legumi secchi (lenticchie e piselli)
USA	2.805	58,8%	7%	6%	Lattuga, pomodori, piselli secchi
Belgio	1.931	28,8%	6%	4%	Pomodori, patate, legumi
Francia	1.847	29,5%	6%	4%	Patate, pomodori, cavoli/cavolfiori
Thailandia	1.340	155,0%	2%	3%	Manioca
Italia	1.295	46,7%	3%	3%	Pomodori, lattuga, cavoli/cavolfiori
Polonia	941	85,1%	2%	2%	Funghi, pomodori
Germania	938	57,4%	2%	2%	Patate, legumi secchi
Egitto	923	624,5%	0%	2%	Cipolle, patate, fagioli
India	898	121,2%	2%	2%	Cipolle, ceci secchi
Turchia	811	69,9%	2%	2%	Pomodori, lenticchie secche
Altri Paesi	7.772	119,5%	14%	18%	-
MONDO	45.945	73,6%	100%	100%	-

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

Volgendo lo sguardo alle dinamiche intervenute negli ultimi dieci anni, l'analisi evidenzia come siano stati Cina, Canada, Thailandia, Egitto e India i paesi più performanti grazie a tassi di crescita delle esportazioni a tre cifre tra il periodo 2004-06 e quello 2012-14. Grazie a queste migliori *performance* rispetto al totale mondiale, tali paesi (in particolare Cina ed Egitto) hanno visto aumentare il proprio peso all'interno degli scambi internazionali di ortaggi freschi; ciò è avvenuto in particolare a scapito

dei top producer ed exporter europei (Paesi Bassi, Spagna, Belgio e Francia), per i quali nel medesimo periodo si è ridotta la quota di mercato detenuta sul totale delle esportazioni. Al contrario il ruolo giocato dall'Italia è rimasto stabile nel corso del decennio in esame.

Infine, una parte dell'export mondiale riguarda i prodotti trasformati: nel dettaglio, nel 2014 nel mondo sono stati esportati complessivamente 45 miliardi di euro di conserve vegetali e altri prodotti a base di ortofrutta (Tabella 28).

TABELLA 28. PRINCIPALI ESPORTATORI MONDIALI DI ORTOFRUTTA TRASFORMATA: TREND E QUOTE DI MERCATO IN VALORE

PAESE	EXPORT 2014 (MLN €)	VAR. % 2012-14/ 2004-06	QUOTA DI MERCATO (%)		PRINCIPALI TIPOLOGIE DI PRODOTTI ESPORTATI NEL 2014
			2004-06	2012-14	
Cina	5.761	132,0%	10%	13%	Mix ortaggi, pomodori, frutta sciroppata
Paesi Bassi	4.181	47,7%	11%	9%	Patate congelate e non, succo d'arancia
Stati Uniti	3.760	95,6%	7%	8%	Patate congelate, frutta a guscio, pomod.
Italia	2.999	56,4%	7%	7%	Pomodori, fagioli, confetture
Belgio	2.994	74,1%	7%	7%	Patate congelate e non, succo d'arancia
Spagna	2.618	53,2%	6%	6%	Olive, pomodori, succo d'arancia
Germania	2.366	35,0%	7%	5%	Frutta a guscio, patate, confetture
Brasile	1.712	71,5%	4%	4%	Succo d'arancia congelato e non
Francia	1.660	42,2%	4%	4%	Patate congelate, confetture, mais
Turchia	1.585	57,7%	4%	3%	Frutta a guscio, confetture, pomodori
Thailandia	1.567	62,8%	4%	3%	Ananas, frutta sciroppata, mais
Canada	1.130	34,9%	3%	3%	Patate congelate
Polonia	1.028	88,2%	2%	2%	Succo di mela, succhi di altra frutta
Messico	930	107,9%	2%	2%	Succo d'arancia congelato, mix ortaggi
Grecia	893	52,6%	2%	2%	Olive, pesche sciroppate
Altri Paesi	9.878	94,9%	20%	22%	
MONDO	45.063	74,0%	100%	100%	

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

Le patate congelate costituiscono insieme alle conserve di pomodoro le principali voci dell'export, intercettando rispettivamente il 10% e il 9% del commercio mondiale di settore; tra le altre tipologie di produzioni trasformate più scambiate a livello mondiale figurano frutta a guscio conservata (6%), succo d'arancia fresco (6%), confetture e marmellate (5%), succo di mela (4%), succo d'arancia congelato e olive (3%). La Cina, con 5,8 miliardi di euro e una quota di mercato del 13%, costituisce il primo esportatore mondiale di ortofrutta trasformata, cui seguono Paesi Bassi (9%) e USA (8%). L'Italia si colloca, a poca distanza dal Belgio, in quarta posizione con un valore dell'export di poco meno di 3 miliardi di euro e un'incidenza del 7%. Gli altri principali esportatori di settore sono, Spagna, Germania, Brasile e Francia con quote

di mercato comprese tra il 4% e il 5%. Anche in questo caso, è la Cina il paese che ha conosciuto nel decennio 2004-14 il maggior incremento del proprio peso all'interno degli scambi mondiali di settore (+3% punti percentuali); all'opposto nel medesimo arco temporale si è ridotto il ruolo giocato da Paesi Bassi e Germania, mentre la quota di mercato detenuta dall'Italia è rimasta stazionaria, così come quella di Belgio e Spagna.

2.3.2 Il posizionamento competitivo dell'Italia

In tale sezione del lavoro sarà analizzato il posizionamento competitivo dell'Italia all'interno degli scambi commerciali internazionali con riferimento ad alcune delle principali voci dell'export nazionale di prodotti ortofrutticoli freschi e trasformati: mele, uva da tavola, kiwi, pesche (incluse nettarine), nocciole e conserve di pomodoro. Più nel dettaglio verrà esaminato l'andamento delle esportazioni dei top *player* mondiali negli ultimi dieci anni (valori, volumi, prezzi medi), l'evoluzione della quota di mercato detenuta dall'Italia e dai principali *competitor* nonché il *trend* della produzione e della propensione all'export, indicatore quest'ultimo misurato come il rapporto tra i volumi esportati e quelli prodotti internamente.

2.3.2.1. Mele

Le mele rappresentano, dopo le banane e l'uva da tavola, i frutti più commercializzati a livello mondiale: nel 2014 ne sono state esportate complessivamente 8,3 milioni di tonnellate per un valore di oltre 5,5 miliardi di euro. Nel dettaglio, Polonia e Italia sono i principali esportatori mondiali in termini di volumi con rispettivamente 1,1 milioni e 975 mila tonnellate commercializzate nel 2014; seguono Cina, USA e Cile (Tabella 29). Il prodotto esportato dalla Polonia – diretto tra l'altro principalmente verso la Russia e i paesi dell'Ex URSS – si caratterizza però per un prezzo medio oltre due volte inferiore a quello delle mele *Made in Italy* (321 vs 754 €/t nel 2014). Al contrario, sul fronte dei valori, sono USA e Cina a rappresentare i top *exporter* mondiali in virtù dei maggiori prezzi medi delle mele esportate (rispettivamente 921 e 900 €/t).

Dalle dinamiche di lungo periodo emerge come sia la Polonia ad aver registrato le migliori *performance* di crescita nell'ultimo decennio: +160,4% in volume tra il triennio 2004-06 e quello 2012-14, contro una media mondiale del +28,3%. Nello stesso periodo le esportazioni italiane di mele sono cresciute del +35,1% mentre quelle statunitensi hanno segnato un +46,5%; all'opposto le quantità commercializzate dalla Francia si sono contratte del 5,7%. Grazie a tali dinamiche l'incidenza delle produzioni polacche all'interno degli scambi internazionali di settore è quasi raddoppiata arrivando al 13% nel periodo 2012-14 (Figura 24). In parallelo, è aumentato, seppur in misura meno marcata, anche il ruolo giocato dall'Italia e dagli USA. Al contrario, un *trend* di segno opposto ha caratterizzato le mele cinesi e cilene e, soprattutto, quelle di provenienza francese le quali hanno registrato un calo della propria quota di mercato

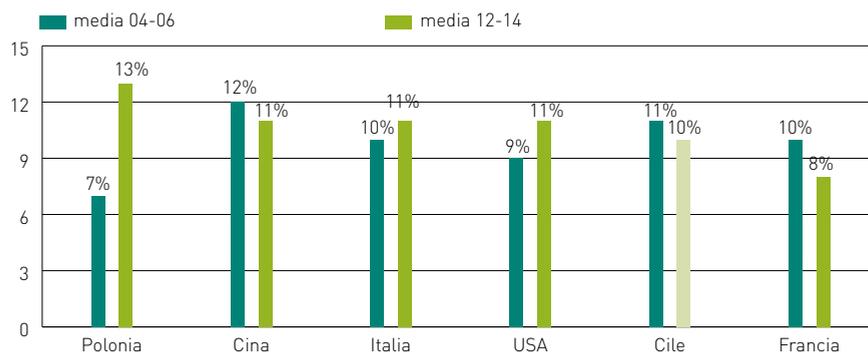
sul totale dell'export mondiale. Ad ogni modo, occorre sottolineare come i diretti *competitor* dell'Italia risultano essere principalmente i produttori europei (su tutti la Francia) in quanto i mercati di sbocco della Cina sono principalmente i paesi asiatici e le ex Repubbliche sovietiche, mentre l'export statunitense si focalizza prevalentemente sui limitrofi mercati del Canada e del Messico e su quelli asiatici.

TABELLA 29. PRINCIPALI ESPORTATORI MONDIALI DI MELE: VOLUMI, VALORI E PREZZI MEDI E PRINCIPALI MERCATI DI SBocco

RANK IN VOLUME	TOP PLAYER	EXPORT 2014			VAR. % 2012-14/2004-06			PRINCIPALI MERCATI DI SBocco DELL'EXPORT 2014
		VOLUMI (.000 T)	VALORI (MLN €)	PREZZI MEDI (€/T)	VOLUMI	VALORI	PREZZI MEDI	
1	Polonia	1.096	352	321	160,4%	299,7%	53,0%	Russia, Ex URSS, UE
2	Italia	975	735	754	35,1%	81,9%	34,6%	UE, Nord Africa
3	Cina	865	779	900	18,1%	201,6%	156,9%	Paesi asiatici, Ex URSS
4	USA	883	813	921	46,5%	119,3%	49,7%	Messico, Canada, Asia
5	Cile	820	512	624	14,8%	85,8%	61,9%	USA, America Latina, NL
6	Francia	701	545	778	-5,7%	17,8%	25,5%	UE, Nord Africa
	MONDO	8.308	5.527	665	28,3%	79,9%	40,2%	

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

FIGURA 24. EXPORT MONDIALE DI MELE: EVOLUZIONE DELLE QUOTE DI MERCATO IN VOLUME* DEI TOP ESPORTATORI



*Peso sul totale delle quantità esportate a livello mondiale.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

Le eccezionali *performance* esportative della Polonia – primo produttore europeo con 3.195 tonnellate di mele nel 2014 – sono principalmente il frutto degli investimenti realizzati sul fronte della produzione, grazie ai quali nel corso dell'ultimo decennio le quantità di mele prodotte sono aumentate del +32,7%; in parallelo la propensione all'export del settore (calcolata come il rapporto tra i volumi esportati e quelli prodotti internamente) è raddoppiata arrivando al 36% (Tabella 30). Anche per l'Italia (seconda in Europa per volumi prodotti) la rilevanza dei mercati internazionali è aumentata in misura rilevante negli ultimi dieci anni (dal 31% al 40%) nonostante la produzione nazionale abbia segnato nel medesimo periodo una crescita di poco

più del +4%: alla luce del calo dei consumi che continua a caratterizzare il mercato interno, i melicoltori italiani hanno, difatti, aumentato gli sforzi dedicati ai mercati esteri. È tuttavia il Cile il paese ad essere maggiormente export-oriented: ben il 59% della produzione domestica di mele varca i confini nazionali dirigendosi in primis verso i Paesi dell'Emisfero Nord. Infine, degno di nota, è il caso della Cina – primo produttore di mele al mondo (41 milioni di tonnellate nel 2014) – che ha visto aumentare in maniera sensibile la propria produzione (+69,8%); in questo la quasi totalità dell'offerta viene però assorbita dalla domanda interna come testimonia la marginale propensione all'export (appena il 2%).

TABELLA 30. PRINCIPALI ESPORTATORI MONDIALI DI MELE: PRODUZIONE E PROPENSIONE ALL'EXPORT

RANK IN VOLUMI ESPORTATI	TOP ESPORTATORI	PRODUZIONE		PROPENSIONE ALL'EXPORT	
		2014 (.000 T)	VAR. % 2012-14/ 2004-06	MEDIA 04-06	MEDIA 12-14
1	Polonia	3.195	32,7%	18%	36%
2	Italia	2.474	4,3%	31%	40%
3	Cina	40.920	69,8%	3%	2%
4	USA	5.075	2,8%	13%	19%
5	Cile	1.350	13,0%	58%	59%
6	Francia	1.857	-18,5%	30%	35%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati DG Agri (per paesi UE), USDA (per paesi extra-UE) e UNCOMTRADE.

2.3.2.2. Uva da tavola

Concentrandoci sull'uva da tavola, nel corso del 2014 nel mondo ne sono stati esportati complessivamente oltre 5,5 miliardi di euro per circa 3,9 milioni di tonnellate di prodotto (Tabella 31).

TABELLA 31. PRINCIPALI ESPORTATORI MONDIALI DI UVA DA TAVOLA: VOLUMI, VALORI E PREZZI MEDI

RANK IN VOLUME	TOP PLAYER	EXPORT 2014			VAR. % 2012-14/2004-06			PRINCIPALI MERCATI DI SBocco DELL'EXPORT 2014
		VOLUMI (.000 T)	VALORI (MLN €)	PREZZI MEDI (€/T)	VOLUMI	VALORI	PREZZI MEDI	
1	Cile	732	825	1.127	6,5%	56,2%	47,5%	USA, Cina, Corea, UE
2	Italia	445	562	1.263	1,6%	38,4%	36,4%	UE, Svizzera
3	USA	391	678	1.734	18,9%	64,4%	38,0%	Canada, Messico, Asia
4	Sudafrica	298	370	1.239	11,9%	53,6%	35,9%	Unione Europea, Cina
5	Paesi Bassi	270	574	2.128	37,6%	90,3%	38,2%	Unione Europea
6	Peru	267	503	1.880	928,4%	1.260,1%	32,4%	USA, Cina, UE
	MONDO	3.894	5.513	1.416	27,5%	82,5%	43,5%	

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

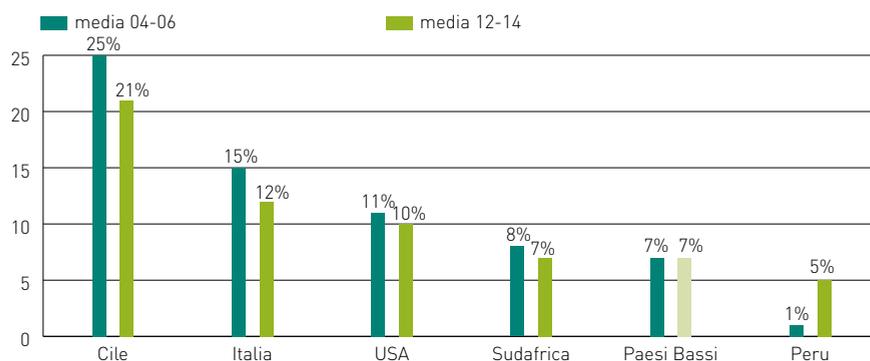
Il Cile, con 732 mila tonnellate commercializzate nel 2014, costituisce il primo esportatore mondiale di tale prodotto; seguono Italia e Stati Uniti con, rispettiva-

mente, 445 e 391 mila tonnellate vendute oltre i confini nazionali. Gli altri principali *exporter* globali di uva da tavola sono Sudafrica, Paesi Bassi e Perù; per quel che concerne i Paesi Bassi l'export riguarda quasi esclusivamente prodotto importato dai paesi produttori dell'Emisfero Sud (in primo luogo Sudafrica, ma anche Cile e Perù) che poi viene riesportato sui principali mercati di consumo dell'Unione Europea.

Analizzando le dinamiche intervenute nell'ultimo decennio è immediato notare l'esponenziale incremento che ha caratterizzato le esportazioni del Perù, le quali sono passate da poco più di 10 mila tonnellate del 2004 a 267 mila tonnellate nel 2014; al contrario, gli altri top *player* del comparto, Italia inclusa, hanno registrato tassi di crescita dell'export decisamente più contenuti. Alla luce di tali *trend*, la quota di mercato detenuta dal Perù sul totale dell'export mondiale di settore è passata dall'1% al 5% nel corso del decennio 2004-2014 (Figura 25).

Contestualmente il peso rivestito da Cile e Italia, che continuano comunque a rappresentare i protagonisti degli scambi internazionali di uva da tavola intercettando rispettivamente il 21% e il 12% dell'export mondiale di categoria, si è ridotto.

FIGURA 25. EXPORT MONDIALE DI UVA DA TAVOLA: EVOLUZIONE DELLE QUOTE DI MERCATO IN VOLUME* DEI TOP ESPORTATORI



*Peso sul totale delle quantità esportate a livello mondiale.
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

Come si evince dalla **Tabella 32**, l'eccezionale crescita delle esportazioni peruviane di uva da tavola (il prodotto ortofrutticolo più esportato del paese) è da ricondursi sia al forte incremento del potenziale produttivo (+150% tra 2004-06 e 2012-14) sia al marcato orientamento della produzione nazionale verso i mercati esteri: con riferimento a tale ultimo aspetto basti pensare che nell'ultimo decennio la propensione all'export è quadruplicata superando il 40%. Un *trend* di segno opposto ha invece caratterizzato la produzione italiana (-31,3% nel decennio 2004-14), mentre meno marcato è stato l'incremento registrato dagli altri top *exporter* mondiali (Cile, Sudafrica e USA).

In questo quadro, Cile e Sudafrica sono i paesi maggiormente *export-oriented*: oltre

i tre quarti della produzione cilena viene, difatti, venduta all'estero mentre per il Sudafrica la quota di prodotto destinata ai mercati internazionali sale al 97%. Al contrario, paesi come Italia e Stati Uniti possono contare su mercati nazionali rilevanti dove la domanda interna riveste un ruolo fondamentale assorbendo una quota importante di prodotto; ne consegue una propensione all'export meno marcata. Tuttavia, nel caso dell'Italia, è interessante notare come nel corso dell'ultimo decennio sia cresciuta l'importanza giocata dai mercati internazionali: la propensione all'export del nostro paese è passata, difatti, dal 31% al 45%.

TABELLA 32. PRINCIPALI ESPORTATORI MONDIALI DI UVA DA TAVOLA: PRODUZIONE E PROPENSIONE ALL'EXPORT

RANK IN VOLUMI ESPORTATI	TOP ESPORTATORI	PRODUZIONE		PROPENSIONE ALL'EXPORT	
		2014 (.000 T)	VAR. % 2012-14/ 2004-06	MEDIA 04-06	MEDIA 12-14
1	Cile	929	17,9%	84%	76%
2	Italia	999	-31,3%	31%	45%
3	USA	955	17,1%	40%	41%
4	Sudafrica	291	5,1%	98%	97%
5	Paesi Bassi*	-	-	-	-
6	Peru	500	150,1%	10%	42%

*I Paesi Bassi non producono uva da tavola ma svolgono un puro ruolo di *trader* all'interno degli scambi internazionali di settore.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati DG Agri (per paesi UE), USDA (per paesi extra-UE) e UNCOMTRADE.

2.3.2.3. Kiwi

Nel 2014 le esportazioni mondiali di kiwi hanno superato 1,2 milioni di tonnellate per un controvalore di 1,7 miliardi di euro. Nuova Zelanda e Italia, con rispettivamente 346 e 340 mila tonnellate esportate nel 2014, sono i protagonisti degli scambi internazionali di settore; seguono a distanza Cile, Grecia, Belgio e Iran (Tabella 33). Considerando invece i valori esportati, la Nuova Zelanda si configura come *leader* di mercato (632 mila euro di export nel 2014), grazie ad un prezzo medio delle proprie produzioni (1.828 €/t) nettamente superiore a quello dei kiwi italiani (1.302 €/t). Con riferimento al Belgio si segnala come tale paese svolga esclusivamente un ruolo di puro *trader* all'interno degli scambi internazionali di kiwi, non essendone un produttore: il suo export si compone, infatti, principalmente di prodotto importato dalla Nuova Zelanda che poi viene riesportato sui mercati dell'UE. Non a caso, il prezzo medio dei kiwi esportati dal Belgio è di gran lunga maggiore di quello dei principali *player* del settore (2.244 €/t nel 2014).

Nonostante Italia e Nuova Zelanda continuino a rappresentare i principali paesi produttori ed esportatori mondiali del settore (concentrando oltre la metà dei volumi commercializzati nel mondo), nel corso degli ultimi dieci anni il loro ruolo si è ridotto; ciò è avvenuto contestualmente alla crescita della penetrazione commerciale dei prodotti greci e, soprattutto iraniani (Figura 26). In particolare, nel medesimo

periodo, la quota di mercato della Grecia è raddoppiata (arrivando all'8%) grazie ad una crescita dei volumi esportati del +190% tra 2004-06 e 2012-14; i prodotti iraniani hanno invece cominciato ad essere commercializzati sui mercati esteri a partire dal 2008 e attualmente il paese detiene un peso del 6%. Infine, la quota di mercato del Cile, terzo *exporter* di settore, è rimasta pressoché invariata nel decennio in esame.

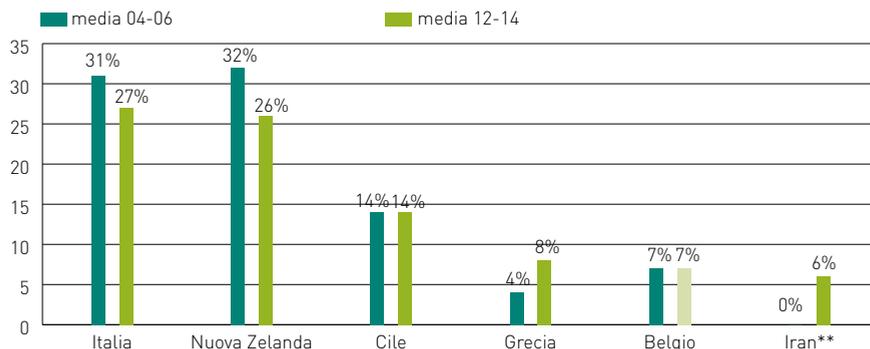
TABELLA 33. PRINCIPALI ESPORTATORI MONDIALI DI KIWÌ: VOLUMI, VALORI E PREZZI MEDI

RANK IN VOLUME	TOP PLAYER	EXPORT 2014			VAR. % 2012-14/2004-06			PRINCIPALI MERCATI DI SBocco DELL'EXPORT 2014
		VOLUMI (.000 T)	VALORI (MLN €)	PREZZI MEDI (€/T)	VOLUMI	VALORI	PREZZI MEDI	
1	NZ	346	632	1.828	11,8%	51,3%	34,6%	Giappone, Cina, UE
2	Italia	340	443	1.302	15,8%	53,9%	33,2%	Unione Europea, USA
3	Cile	103	120	1.166	31,0%	80,4%	48,9%	USA, UE, Russia
4	Grecia	102	83	812	190,0%	239,6%	17,2%	Est Europa, UE
5	Belgio	88	197	2.244	30,0%	53,7%	26,9%	Unione Europea
6	Iran*	77	27	357	113,5%	91,6%	-5,5%	Russia, Medio Oriente
	MONDO	1.207	1.696	1.406	35,5%	63,5%	21,1%	

*L'Iran ha iniziato ad esportare kiwi nel 2008; di conseguenza il trend di lungo periodo è stato calcolato considerando i trienni 2008-10 e 2012-14.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

FIGURA 26. EXPORT MONDIALE DI KIWÌ: EVOLUZIONE DELLE QUOTE DI MERCATO IN VOLUME* DEI TOP ESPORTATORI



*Peso sul totale delle quantità esportate a livello mondiale.

**L'Iran ha iniziato ad esportare kiwi nel 2008; di conseguenza la quote di mercato per il triennio 2004-06 è nulla.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

Il crescente ruolo giocato dalla Grecia negli scambi internazionali di settore è stato trainato dall'enorme incremento della produzione nazionale, la quale è raddoppiata nel corso degli ultimi dieci anni, arrivando a 170 mila tonnellate nel 2014 (Tabella 34); contestualmente è aumentata sensibilmente anche la quota di prodotto destinata ai mercati esteri (dal 47% al 68%).

Il kiwi greco, in virtù di un prezzo medio all'export di circa il 40% più basso rispetto a quello italiano e della medesima stagionalità dei kiwi nostrani, si palesa quindi

come il *competitor* più agguerrito dei prodotti Made in Italy sui mercati di consumo europei. Degna di nota è anche la significativa crescita delle quantità prodotte in Cile (+57,6%); al contrario, l'incremento della produzione italiana e neozelandese è stato molto più contenuto (rispettivamente +7,1% e +11,4%). In tale scenario i top produttori dell'Emisfero Sud si caratterizzano per una propensione all'export molto elevata: la quasi totalità della produzione neozelandese (94%) è, difatti, destinata ai mercati esteri, mentre in Cile la quota di prodotto che varca i confini nazionali è dell'84%. Per l'Italia – primo produttore mondiale con 507 tonnellate nel 2014 – il mercato domestico assorbe invece ancora una parte importante della produzione nazionale (circa un quarto del totale), seppur nel corso degli ultimi dieci anni sia aumentato il ruolo rivestito dai mercati internazionali.

TABELLA 34. PRINCIPALI ESPORTATORI MONDIALI DI KIWI: PRODUZIONE E PROPENSIONE ALL'EXPORT

RANK IN VOLUMI ESPORTATI	TOP ESPORTATORI	PRODUZIONE		PROPENSIONE ALL'EXPORT	
		2014 (.000 T)	VAR. % 2012-14/ 2004-06	MEDIA 04-06	MEDIA 12-14
1	Nuova Zelanda	365	11,4%	94%	94%
2	Italia	507	7,1%	70%	76%
3	Cile*	256	57,6%	89%	84%
4	Grecia	171	101,1%	47%	68%
5	Belgio**	-	-	-	-
6	Iran	nd	nd	nd	nd

*L'ultimo dato disponibile per la produzione si riferisce al 2013, di conseguenza sia per il calcolo del *trend* di lungo periodo della produzione che per la misurazione della propensione all'export è considerato il triennio 2001-13.

**Il Belgio non produce kiwi ma svolge un puro ruolo di *trader* all'interno degli scambi internazionali di settore.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati DG Agri (per paesi UE), USDA/FAO (per paesi extra-UE) e UNCOMTRADE.

2.3.2.4. Pesche e nettarine

Per quel che concerne gli scambi internazionali di pesche e nettarine, dall'analisi emerge come nel 2014 ne siano stati esportati complessivamente 1,9 milioni di tonnellate per un valore di 1,6 miliardi di euro (Tabella 35). La Spagna, con 844 mila tonnellate vendute sui mercati esteri, detiene una posizione di assoluta *leadership*; seguono l'Italia, con 262 mila tonnellate commercializzate, e a distanza Grecia, USA, Cina e Francia. Si noti come nel corso dell'ultimo decennio, le esportazioni della Spagna – principale *competitor* dell'Italia – siano aumentate in maniera vertiginosa (+80,6% a volume tra 2004-06 e 2014-14).

A crescere è stato anche l'export di settore della Grecia (+39,3%), terzo paese in Europa per produzione e volumi esportati. Al contrario, nel medesimo periodo, i volumi commercializzati dall'Italia e dalla Francia si sono ridotti: rispettivamente -22,3% e -35,4%. Infine, si segnala l'aumento esponenziale dell'export cinese e la leggera contrazione di quello statunitense; tuttavia, tali paesi non possono configurarsi come diretti concorrenti delle produzioni italiane poiché i loro mercati di riferimento sono essenzialmente Canada e Messico (per gli USA) e i Paesi Ex URSS (per la Cina) in

virtù dell'elevata deperibilità che caratterizza le pesche e le nettarine e che dunque limita di fatto gli scambi commerciali ai mercati geograficamente più vicini.

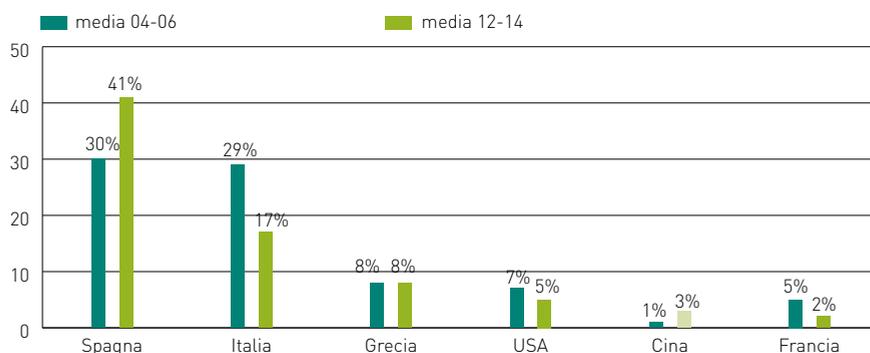
Alla luce di tali dinamiche la Spagna (che riesce tra l'altro a puntare sui mercati esteri prezzi medi maggiori rispetto all'Italia) ha registrato un incremento sensibile del proprio peso all'interno dell'export mondiale di settore: dal 30% al 41% (Figura 27). La crescita del ruolo commerciale giocato dalle produzioni spagnole si è palesata principalmente a scapito delle pesche e nettarine *Made in Italy*, le quali nel decennio in esame hanno visto ridursi la propria quota di mercato dal 29% al 17%. Contestualmente si è contratta anche l'incidenza della Francia (dal 5% al 2%), mentre è rimasto stazionario il peso detenuto dalla Grecia (8%).

TABELLA 35. PRINCIPALI ESPORTATORI MONDIALI DI PESCHE E NETTARINE: VOLUMI, VALORI E PREZZI MEDI

RANK IN VOLUME	TOP PLAYER	EXPORT 2014			VAR. % 2012-14/2004-06			PRINCIPALI MERCATI DI SBocco DELL'EXPORT 2014
		VOLUMI (.000 T)	VALORI (MLN €)	PREZZI MEDI (€/T)	VOLUMI	VALORI	PREZZI MEDI	
1	Spagna	844	726	860	80,6%	88,7%	2,6%	UE, Russia
2	Italia	262	180	686	-22,3%	-9,3%	14,9%	UE, Svizzera
3	Grecia	168	86	512	39,3%	50,8%	9,0%	Est Europa, Turchia
4	USA	86	134	1.551	-5,1%	46,9%	53,9%	Canada, Messico
5	Cina	65	60	925	182,2%	964,0%	272,8%	Paesi Ex URSS, Russia
9	Francia	44	58	1.327	-35,4%	-23,3%	18,6%	UE, Svizzera
	MONDO	1.867	1.585	849	32,8%	57,4%	18,9%	

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

FIGURA 27. EXPORT MONDIALE DI PESCHE E NETTARINE: EVOLUZIONE DELLE QUOTE DI MERCATO IN VOLUME* DEI TOP ESPORTATORI



*Peso sul totale delle quantità esportate a livello mondiale.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

Dall'analisi del quadro produttivo emerge come l'Italia si collochi in seconda posizione, a poca distanza dalla Spagna, nel *ranking* dei principali produttori europei di pesche e nettarine. Tuttavia, a differenza della Spagna, che ha visto incrementare la

produzione del +16,6% nel periodo 2004-14 grazie all'aumento delle superfici e agli investimenti realizzati per lo sviluppo e l'efficientamento dell'intera filiera, in Italia il potenziale produttivo si è ridotto del 15,9% (Tabella 36). Nello stesso periodo, i produttori iberici hanno aumentato sensibilmente anche la quota di prodotto destinata ai mercati esteri, grazie *in primis* al miglioramento dell'organizzazione logistica e commerciale della filiera peschicola nazionale: più nel dettaglio, attualmente oltre la metà dell'offerta spagnola varca i confini domestici, mentre dieci anni fa tale valore era pari al 36%. Al contrario, in Italia, il mercato interno continua ad assorbire la maggior parte della produzione per cui la propensione all'export risulta nettamente inferiore a quella spagnola, attestandosi attorno al 22%. La centralità della domanda interna caratterizza anche la peschicoltura francese e quella greca; tuttavia, in quest'ultimo caso (e a differenza della Francia e dell'Italia), il peso rivestito dai mercati internazionali è aumentato nel corso degli ultimi dieci anni, passando dal 13% al 19%.

TABELLA 36. PRINCIPALI ESPORTATORI MONDIALI DI PESCHE E NETTARINE: PRODUZIONE E PROPENSIONE ALL'EXPORT

RANK IN VOLUMI ESPORTATI	TOP ESPORTATORI	PRODUZIONE		PROPENSIONE ALL'EXPORT	
		2014 (.000 T)	VAR. % 2012-14/ 2004-06	MEDIA 04-06	MEDIA 12-14
		1	Spagna	1.573	16,6%
2	Italia	1.379	-15,9%	24%	22%
3	Grecia	962	-6,4%	13%	19%
4	USA	946	-22,1%	8%	10%
5	Cina	13.000	59,7%	0,2%	0,4%
9	Francia	231	-23,8%	22%	18%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati DG Agri (per paesi UE), USDA (per paesi extra-UE) e UNCOMTRADE.

2.3.2.5. Nocciole

Focalizzando l'analisi sulle nocciole, dalla Tabella 37 emerge come nel 2014 l'export mondiale di tale prodotto sia stato di oltre 1,4 miliardi di euro per 206 mila tonnellate: la Turchia, con 147 mila tonnellate di nocciole sgusciate commercializzate nel 2014 – oltre ad essere il principale produttore mondiale – è anche *leader* assoluto negli scambi internazionali di settore. Seguono, a netta distanza, Georgia e Italia con rispettivamente 19 e 18 mila tonnellate di nocciole esportate; gli altri esportatori di tale prodotto sono nell'ordine Germania, Paesi Bassi e Spagna. In particolare con riferimento a Germania e Paesi Bassi (territori in cui la coltivazione della nocciola non viene praticata), la quasi totalità dell'export riguarda prodotto importato dalla Turchia e riesportato sul mercato europeo.

Volgendo lo sguardo alle dinamiche di lungo periodo, si nota come a registrare le *performance* migliori sia stata la Georgia, il cui export nel decennio 2004-2014 è più che raddoppiato (+144,1% a volume); parallelamente la quota di mercato detenuta da tale paese sul totale degli scambi internazionali di settore è aumentata dal 4% al

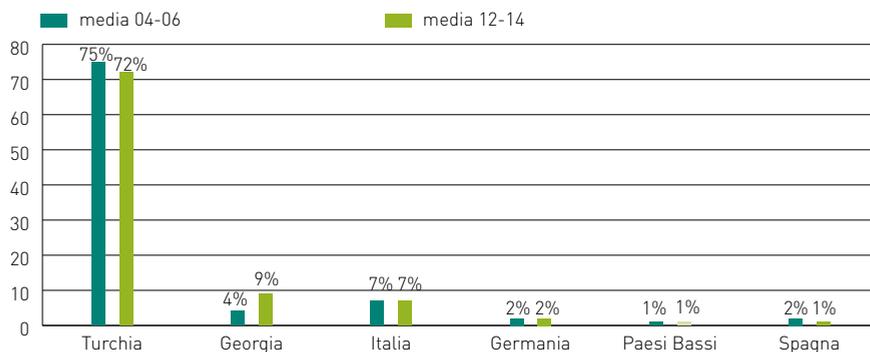
9% (Figura 28). A subire gli effetti dell'accresciuta concorrenza georgiana è stata soprattutto la Turchia, la quale – pur continuando a detenere una posizione di assoluta *leadership* – ha visto ridursi, seppur lievemente, il proprio peso sul totale dell'export mondiale di nocciole (dal 75% al 72% tra il 2004-06 e il 2012-14). Al contrario, nel medesimo periodo, la quota di mercato detenuta dall'Italia (terzo exporter mondiale di nocciole sgusciate) è rimasta pressoché stazionaria (7%).

TABELLA 37. PRINCIPALI ESPORTATORI MONDIALI DI NOCCIOLE SGUSCIATE: VOLUMI, VALORI E PREZZI MEDI

RANK IN VOLUME	TOP PLAYER	EXPORT 2014			VAR. % 2012-14/2004-06			PRINCIPALI MERCATI DI SBOCCO DELL'EXPORT 2014
		VOLUMI (.000 T)	VALORI (MLN €)	PREZZI MEDI (€/T)	VOLUMI	VALORI	PREZZI MEDI	
1	Turchia	147	1.023	6.955	11,0%	13,6%	2,0%	UE, Canada, Svizzera
2	Georgia	19	135	7.120	144,1%	183,6%	20,8%	Unione Europea, Russia
3	Italia	18	136	7.406	15,4%	31,4%	8,8%	UE, Svizzera
4	Germania	6	43	7.579	61,4%	82,9%	13,0%	UE, Svizzera
5	Paesi Bassi	3	20	6.264	7,3%	14,2%	7,7%	Unione Europea
6	Spagna	2	17	7.695	-37,9%	-33,7%	15,3%	UE, America Latina
	MONDO	206	1.440	7.002	16,6%	21,0%	4,8%	

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

FIGURA 28. EXPORT MONDIALE DI NOCCIOLE SGUSCIATE: EVOLUZIONE DELLE QUOTE DI MERCATO IN VOLUME* DEI TOP ESPORTATORI



*Peso sul totale delle quantità esportate a livello mondiale.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

Le eccezionali *performance* esportative della Georgia pocanzi evidenziate sono principalmente il frutto degli importanti investimenti realizzati nella filiera sul fronte del potenziamento produttivo: non a caso nell'ultimo decennio la produzione corilicola georgiana è più che raddoppiata arrivando a 37 mila tonnellate di prodotto nel 2014 (Tabella 38). Nello stesso periodo, i volumi prodotti in Turchia, paese in cui si concentra la gran parte della produzione mondiale, sono cresciuti del +7,7%. Al

contrario, un andamento di segno opposto ha caratterizzato sia l'Italia – secondo produttore mondiale dopo la Turchia e primo nell'UE – sia la Spagna: rispettivamente -20,5% e -41,8% tra 2012-12 e 2012-14.

TABELLA 38. PRINCIPALI ESPORTATORI MONDIALI DI NOCCIOLE SGUSCIATE: PRODUZIONE DI NOCCIOLE (CON GUSCIO)*

RANK IN VOLUMI ESPORTATI	TOP ESPORTATORI	PRODUZIONE	
		2014 (.000 T)	VAR. % 2012-14/2004-06
1	Turchia	450	7,7%
2	Georgia	37	111,1%
3	Italia	75	-20,5%
4	Germania**	-	-
5	Paesi Bassi**	-	-
6	Spagna	14	-41,8%

*Si è scelto di non inserire la propensione all'export poiché riportare i volumi esportati di nocciole sgusciate sul totale della produzione di nocciole (con guscio) condurrebbe a risultati non veritieri (e di fatto sottostimati) di tale indicatore.

**Germania e Paesi Bassi non sono produttori di nocciole ma svolgono un ruolo di *trader* all'interno degli scambi internazionali di settore.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Eurostat (per paesi UE), Ministero dell'agricoltura (per la Turchia) e Geostat (per la Georgia).

2.3.2.6. Conserve di pomodoro

Nel 2014 le esportazioni mondiali di conserve di pomodori hanno raggiunto i 4,7 milioni di tonnellate per un valore di circa 3,9 miliardi di euro. L'Italia, grazie ad un export di 1,8 milioni di tonnellate nel 2014, ne rappresenta il principale esportatore a livello mondiale; segue a distanza la Cina con 876 mila tonnellate di prodotti commercializzati (Tabella 39). Gli altri top esportatori globali di conserve di pomodoro sono, nell'ordine, Stati Uniti, Spagna, Portogallo e Turchia.

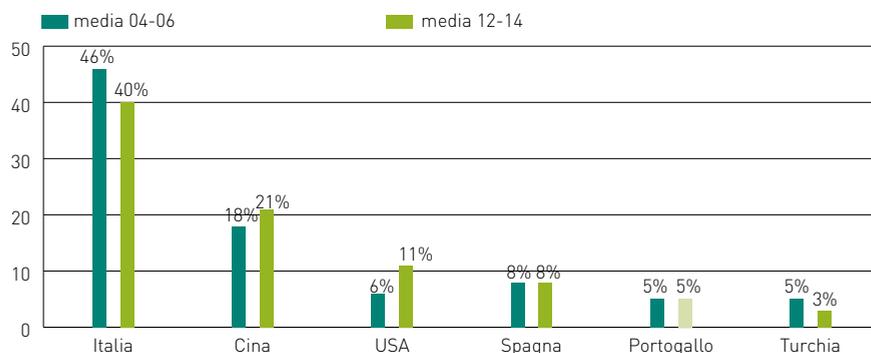
Sebbene l'Italia continui a rappresentare il primo produttore ed esportatore mondiale di conserve a base di pomodoro (concentrando oltre il 40% dei volumi esportati nel mondo), nel corso del decennio 2004-2014 la sua centralità si è ridotta in parallelo alla forte crescita – sia sul fronte produttivo che su quello commerciale – di alcuni *competitor* internazionali, su tutti Stati Uniti e Cina (Figura 29). Tra 2004-06 e 2012-14 le quantità esportate di conserve di pomodoro statunitensi e cinesi sono, difatti, aumentate rispettivamente del +180,0% e +73,1% a fronte di un incremento dell'export Made in Italy nettamente inferiore (+24,4%). Si noti inoltre come nel caso delle produzioni cinesi si sia assistito anche a una sensibile crescita dei prezzi medi all'export, i quali hanno raggiunto gli 843 euro/tonn. nel 2014 contro gli 813 euro/tonn. dell'Italia.

Contestualmente la quota di mercato dell'Italia sull'export mondiale di categoria in volume si è ridotta di 5% punti percentuali, mentre Cina e USA hanno visto incrementarsi il loro peso rispettivamente di 3% e 5% punti percentuali.

TABELLA 39. PRINCIPALI ESPORTATORI MONDIALI DI CONSERVE DI POMODORO: VOLUMI, VALORI E PREZZI MEDI

RANK IN VOLUME	TOP PLAYER	EXPORT 2014			VAR. % 2012-14/2004-06			PRINCIPALI MERCATI DI SBOCCO DELL'EXPORT 2014
		VOLUMI (.000 T)	VALORI (MLN €)	PREZZI MEDI (€/T)	VOLUMI	VALORI	PREZZI MEDI	
1	Italia	1.839	1.495	813	24,4%	64,3%	31,9%	UE, Giap., USA, Australia
2	Cina	876	739	843	73,1%	206,5%	79,4%	Africa, Russia, Giap., UE
3	USA	598	374	625	180,0%	213,9%	12,0%	Canada, Messico, UE
4	Spagna	400	321	803	48,1%	76,8%	17,1%	Unione Europea
5	Portogallo	245	190	778	59,7%	110,7%	31,3%	UE, Giappone
6	Turchia	156	172	1.101	-28,4%	26,3%	73,6%	Medio Oriente, UE
	MONDO	4.668	3.859	827	42,9%	95,4%	36,5%	

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

FIGURA 29. EXPORT MONDIALE DI CONSERVE DI POMODORO: EVOLUZIONE DELLE QUOTE DI MERCATO IN VOLUME* DEI TOP ESPORTATORI

*Peso sul totale delle quantità esportate a livello mondiale.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

Dal lato della produzione, dove i dati indicati nella **Tabella 40** non riguardano le conserve di pomodoro bensì i pomodori destinati all'industria di trasformazione, osserviamo come l'Italia abbia registrato un netta riduzione delle quantità prodotte (-15,7%) nel periodo 2004-2014. Ciò non ha tuttavia influenzato in maniera rilevante le esportazioni di conserve, che, come appena visto, hanno registrato un incremento nel medesimo periodo: si è, difatti, assistito a una crescita della quota di prodotto venduta sui mercati esteri contestualmente al calo dei consumi interni. Anche con riferimento alla Cina nell'ultimo decennio sembra essersi palesato un forte aumento della propensione all'export: la produzione di pomodori da industria ha registrato, infatti, un incremento di appena il +5,4% contro la significativa crescita che ha invece caratterizzato le esportazioni di prodotti trasformati (+73,4% nel medesimo periodo). Al contrario, il sensibile incremento dell'export statunitense, oltre ad una maggiore propensione all'export, sembra essere correlato anche al consistente aumento della produzione nazionale di pomodori destinati all'industria di trasformazione (+22,8%).

TABELLA 40. PRINCIPALI ESPORTATORI MONDIALI DI CONSERVE DI POMODORO: PRODUZIONE DI POMODORO DA INDUSTRIA*

RANK IN VOLUMI ESPORTATI	TOP ESPORTATORI	PRODUZIONE	
		2014 (.000 T)	VAR. % 2012-14/2004-06
1	Italia	4.914	-15,7%
2	Cina	6.300	5,4%
3	USA	13.247	22,8%
4	Spagna	2.700	-2,7%
5	Portogallo	1.197	4,7%
6	Turchia	1.800	19,3%

*A causa della mancanza di dati disponibili sulla produzione di conserve di pomodoro non è stato possibile inserire la propensione all'export di tale tipologia di prodotto.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati World Processing Tomato Council.

2.3.3. I principali mercati mondiale di importazione di ortofrutta

Focalizzando l'attenzione sui principali mercati di importazione di ortofrutta fresca, l'analisi mette in luce come gli Stati Uniti, con circa 15,8 miliardi di euro di frutta e ortaggi freschi acquistati dall'estero nel 2014, ne siano il primo importatore mondiale; segue la Germania con un valore delle importazioni di 12,7 miliardi di euro. Congiuntamente questi due paesi concentrano il 22% dell'import mondiale di prodotti ortofruccicoli freschi (Tabella 41).

TABELLA 41. PRINCIPALI MERCATI DI IMPORTAZIONE DI ORTOFRUTTA FRESCA*: TREND E QUOTE DI MERCATO IN VALORE

PAESE	IMPORT 2014 (MLN €)	VAR. % 2014/04	PESO SU TOTALE MONDO (%)	
			MEDIA 04-06	MEDIA 12-14
Stati Uniti	15.761	113,2%	12%	12%
Germania	12.692	53,4%	13%	10%
Regno Unito	8.011	40,1%	9%	6%
Paesi Bassi	7.153	87,8%	6%	6%
Francia	6.610	41,9%	7%	5%
Russia	6.320	287,5%	3%	6%
Cina	5.806	604,1%	1%	4%
Canada	5.633	103,5%	5%	5%
Belgio	4.371	32,6%	5%	4%
Giappone	4.098	19,1%	5%	4%

*Agrumi, frutta, legumi, ortaggi e patate.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

Gli altri principali importatori mondiali di ortofrutta fresca sono, nell'ordine, Regno Unito, Paesi Bassi, Francia, Russia, Cina, Canada, Belgio e Giappone, con valori dell'import compresi tra 8 e 4 miliardi di euro: nel complesso questi 10 mercati intercettano oltre il 60% delle importazioni globali di settore. Analizzando i *trend* di lungo periodo, emergono innanzitutto le eccezionali *performance* di crescita della

Cina e della Russia⁹: entrambi i paesi hanno conosciuto nel decennio 2004-2014 un incremento esponenziale delle forniture dall'estero di ortofrutta fresca, divenendo tra i principali mercati di riferimento per gli operatori internazionali. Contestualmente, è cresciuta anche la loro incidenza all'interno del commercio mondiale di settore: dall'1% al 4% per la Cina e dal 3% al 6% per la Russia. Altri paesi che si sono contraddistinti per un forte incremento delle importazioni nell'ultimo decennio sono Stati Uniti e Canada.

Anche con riferimento alle produzioni ortofrutticole trasformate sono Stati Uniti e Germania i principali importatori mondiali: nel 2014 tali mercati hanno acquistato dall'estero rispettivamente 5,3 e 4,2 miliardi di euro di conserve e altre produzioni a base di ortofrutta, assorbendo nel complesso il 23% dell'import mondiale (Tabella 42). Seguono nell'ordine, anche Francia, Regno Unito, Paesi Bassi, Giappone, Belgio, Canada, Russia e Italia, con valori delle importazioni che oscillano tra 3,4 e 1,1 miliardi di euro nel 2014: i primi 10 importatori mondiali coprono attualmente i 2/3 degli scambi di settore. Tra i top *importer* globali a registrare il più alto tasso di crescita del proprio import tra 2004 e 2014 sono stati Russia, Canada e Belgio.

TABELLA 42. PRINCIPALI MERCATI DI IMPORTAZIONE DI ORTOFRUTTA TRASFORMATA: TREND E QUOTE DI MERCATO IN VALORE

PAESE	IMPORT 2014 (MLN €)	VAR. % 2014/04	PESO SU TOTALE MONDO (%)	
			MEDIA 04-06	MEDIA 12-14
Stati Uniti	5.278	85,2%	13%	13%
Germania	4.217	38,8%	14%	10%
Francia	3.360	61,9%	9%	8%
Regno Unito	2.827	58,9%	8%	7%
Paesi Bassi	2.688	75,6%	7%	7%
Giappone	2.632	39,6%	8%	7%
Belgio	1.969	108,4%	4%	4%
Canada	1.780	115,9%	4%	4%
Russia	1.213	153,2%	3%	3%
Italia	1.120	31,3%	3%	3%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

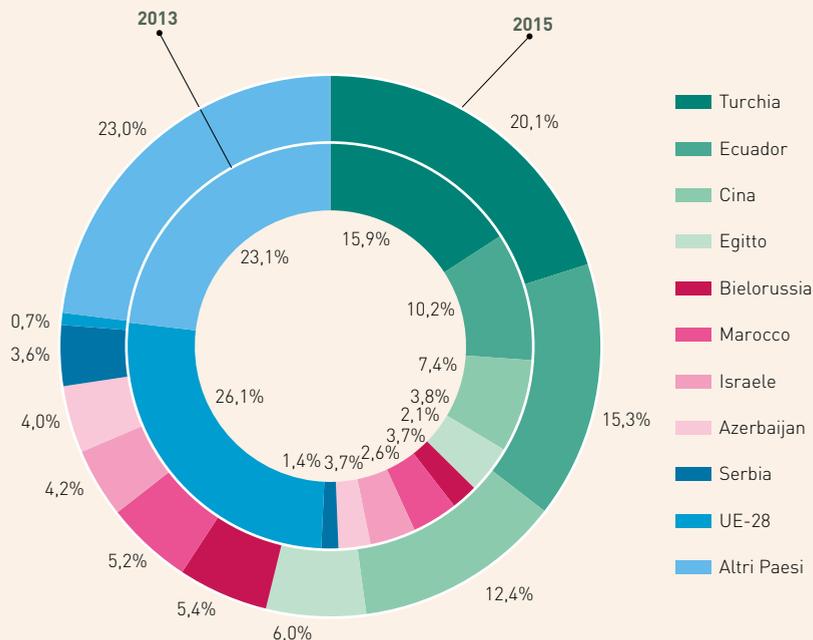
⁹ Poiché la presente analisi si riferisce all'arco temporale 2004-14, essa include solo parzialmente gli effetti negativi derivanti dall'embargo russo imposto nell'agosto 2014 (e tuttora in atto) sulle produzioni ortofrutticole fresche provenienti dall'UE e da altri paesi occidentali. Per approfondimenti si veda il box 3 "Gli effetti dell'embargo russo sugli scambi internazionali di ortofrutta".

BOX 3. GLI EFFETTI DELL'EMBARGO RUSSO SUGLI SCAMBI INTERNAZIONALI DI ORTOFRUTTA

In risposta alle sanzioni economiche imposte a fine luglio da Unione Europea e altri paesi occidentali nell'ambito della crisi ucraina, il governo russo il 6 agosto 2014 ha sancito il divieto alle importazioni di alcune produzioni agroalimentari, tra cui ortaggi e frutta fresca, dai seguenti paesi: Stati membri dell'Unione Europea, Stati Uniti, Canada, Australia e Norvegia. La riapertura del mercato russo alle produzioni comunitarie e occidentali sarebbe dovuta avvenire dopo un anno; tuttavia, a seguito della recente decisione dell'UE di estendere le sanzioni nei confronti della Russia fino al 31 gennaio 2016, l'embargo sul mercato russo è stato prorogato fino ad agosto 2016. Essendo prima delle sanzioni l'Unione Europea il principale fornitore internazionale di frutta e ortaggi freschi della Russia, tali decisioni hanno alterato in maniera sensibile i valori delle importazioni di settore e il peso dei diversi partner commerciali. L'embargo imposto alle produzioni ortofrutticole comunitarie (incluse quelle italiane) e di altri paesi occidentali ha, difatti, creato enormi spazi di mercato che sono poi stati conquistati da altri grandi produttori ed esportatori mondiali non interessati da tale divieto. A tal proposito, basti pensare che nel 2013 – anno precedente all'imposizione dell'embargo – la Russia ha importato dall'UE oltre 1,8 miliardi di euro di prodotti ortofrutticoli freschi (di cui 130 milioni dall'Italia), pari al 26% del totale delle importazioni di settore, mentre nel 2015 – a seguito delle sanzioni – la sua quota di mercato si è ridotta allo 0,7%. In particolare, per quel che concerne l'Italia, le produzioni colpite dall'embargo sono state principalmente mele, uva da tavola, kiwi e pesche. Contestualmente è au-

mentata in maniera sensibile la penetrazione commerciale di alcuni *player* internazionali non colpiti dall'embargo: è soprattutto il caso di Turchia (la cui quota di mercato è passata dal 16% al 20% tra 2013 e 2015), Ecuador (dal 10% al 15%) e Cina (dal 7% al 12%), ma anche di Egitto, Bielorussia, Marocco e Israele (**Figura 30**).

Tuttavia, con riferimento alla Turchia occorre segnalare come a causa della crisi con la Russia scaturita in seguito all'abbattimento di un velivolo russo da parte dell'aeronautica turca il 24 novembre 2015, dal 1 gennaio 2016 anche per tale paese vi è il divieto di esportare ortaggi e frutta fresca sul mercato russo. Ma quali sono le conseguenze dell'embargo russo sulla filiera ortofrutticola europea e italiana? Innanzitutto, il blocco delle importazioni da parte della Russia ha condotto per diverse produzioni ortofrutticole a un eccesso di offerta sul mercato comunitario con un conseguente calo dei prezzi e ricadute negative sulla redditività degli agricoltori. Nel caso specifico dell'Italia, con il prolungamento dell'embargo vi è inoltre il rischio che aumentino le importazioni di prodotti ortofrutticoli da altri paesi UE che non possono più trovare sbocco sul mercato russo (in primis dalla Spagna) con ulteriori effetti negativi per la filiera nazionale. A ciò bisogna aggiungere, come i danni per i produttori europei e italiani rischiano di divenire strutturali: il governo russo prevede, infatti, di realizzare nei prossimi anni una serie di progetti di investimento finalizzati ad aumentare la produzione domestica di ortofrutta e a ridurre la dipendenza dall'estero per l'approvvigionamento di tali produzioni. In tale scenario l'Unione Europea – con l'obiettivo di riequilibrare il mer-

FIGURA 30. IMPORTAZIONI RUSSE DI ORTOFRUTTA FRESCA PER PROVENIENZA: PRE E POST-EMBARGO

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

cato comunitario gravemente destabilizzato dall'embargo russo – ha adottato delle misure di emergenza per i prodotti ortofrutticoli deperibili, fornendo sostegno finanziario per il ritiro delle eccedenze di produzione dal mercato. A prescindere dalle decisioni del governo russo in tema di riduzione della dipendenza dall'estero per le produzioni ortofrutticole è indispensabile sottolineare in chiusura come l'Italia stesse già sperimentando una contrazione delle esportazioni ortofrutticole verso la Russia prima dell'applicazione dell'embargo, seppur con dinamiche differenti tra diverse produzioni. Altri paesi (in particolare Economie emergenti, ma non solo) stavano infatti guadagnando quote di mercato sulle vendite ortofrutticole mentre l'Italia registrava riduzioni in valore delle esportazioni di ortofrutta verso la Russia. Tuttavia, come anticipato è

possibile evidenziare una differenza fra esportazioni di frutta e prodotti orticoli. Prendendo a riferimento i valori delle esportazioni italiane in Russia tra settembre e agosto (quindi considerando i periodi seguenti: settembre 2011-agosto 2012; settembre 2012-agosto 2013; settembre 2013-agosto 2014, in modo da considerare nel 2014 i mesi fino a cui è stato possibile esportare in Russia), emerge chiaramente la contrazione delle esportazioni ortofrutticole in Russia. Più in dettaglio, se nel 2011 (settembre 2010-agosto 2011) le esportazioni italiane di frutta in Russia erano pari a circa 164 milioni di euro, le stesse nel periodo settembre 2013-agosto 2014 sono state di poco superiore a 108 milioni di euro (-35,5% nei confronti del periodo settembre 2010-agosto 2011), una dinamica che ha lasciato spazi di mercato ad altri *competitor* dell'Italia sulla frut-

ta (Spagna, Polonia, ecc.). Nel caso dei prodotti orticoli freschi lo scenario è differente: nello stesso periodo di riferimento considerato per la frutta i valori delle vendite in Russia di prodotti orticoli italiani sono passati da circa 10,6 milioni di euro a 21,7 milioni (103,6%). Questo incremento è da attribuire in particolare alle

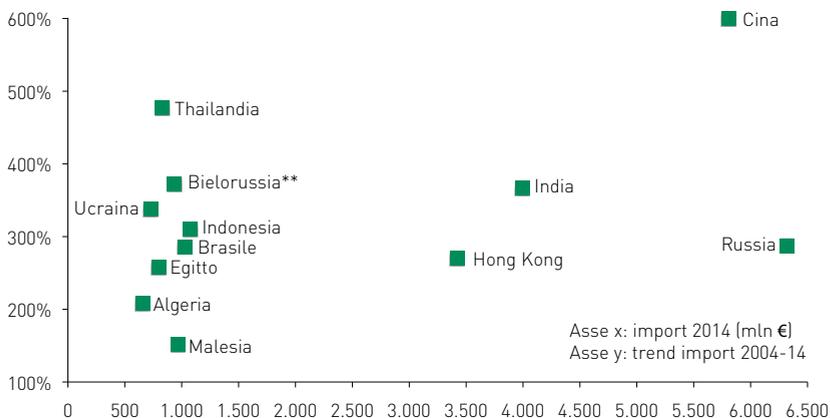
vendite di prodotti freschi come ad esempio le insalate di IV gamma, un segmento quest'ultimo in cui il know-how espresso dalle aziende italiane su tali produzioni non è immediatamente sostituibile come invece registrato per la frutta.



Dalle analisi fin qui sviluppate è emerso come l'import-export mondiale di ortofrutta sia cresciuto in maniera sensibile nel corso dell'ultimo decennio con scambi sempre più intensi fra le varie parti del mondo. Ciò non è, tuttavia, avvenuto solo grazie al consolidamento dei tradizionali mercati di consumo e d'importazione (Unione Europea, Nord America e Giappone): negli ultimi anni si è, difatti, assistito anche al rapido sviluppo di nuovi mercati di consumo che si è tradotto in una domanda crescente di prodotti di importazione.

È il caso di alcuni Paesi che, per motivazioni di varia natura (*in primis* economiche e demografiche), sono divenuti dei mercati target molto importanti per gli operatori internazionali e lo potrebbero divenire ancora di più in futuro: a questo proposito, Cina e Russia¹⁰ si presentano come i mercati emergenti economicamente più rilevanti, sia per l'ortofrutta fresca che per i prodotti trasformati (Figura 31 e Figura 32).

FIGURA 31. I MERCATI EMERGENTI PER LE IMPORTAZIONI DI ORTOFRUTTA FRESCA*: IMPORT 2014 ED EVOLUZIONE



*Agrumi, frutta, legumi, ortaggi e patate.

**La variazione dell'import si riferisce al periodo 2008-2014.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

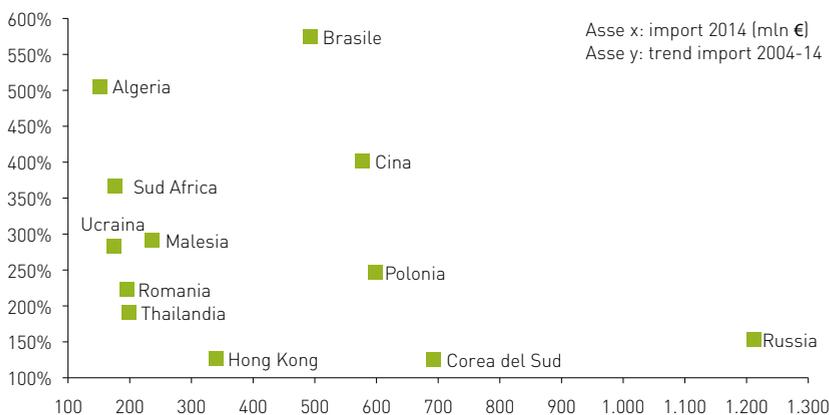
Tuttavia, anche laddove i volumi e i valori importati sono oggi meno significativi, il costante incremento dei redditi pro-capite e del potere d'acquisto della popolazione cui si deve aggiungere il cambiamento delle abitudini di consumo alimentare, rende alcuni bacini di consumo particolarmente interessanti per i top *producer* e *exporter* mondiali, Italia inclusa. Ci si riferisce in questo caso ad alcuni paesi dell'Africa settentrionale (Egitto e Algeria), dell'Europa orientale (Romania, Bielorussia e Ucraina¹¹)

¹⁰ Ibidem.

¹¹ Essendo il periodo d'analisi 2004-2014, essa include in parte gli effetti negativi derivanti dal conflitto armato in corso in Ucraina dall'aprile 2014. A causa di tale instabilità politica dal 2014 l'economia locale è entrata in recessione e le importazioni di ortofrutta hanno subito una sensibile riduzione tra 2013 e 2014: -32% per il fresco e -22% per i prodotti trasformati.

o del Sud-est asiatico (Thailandia, Malesia e Indonesia): tutti mercati che nel corso del decennio 2004-2014 hanno registrato un incremento esponenziale delle proprie importazioni ortofrutticole.

FIGURA 32. I MERCATI EMERGENTI PER LE IMPORTAZIONI DI ORTOFRUTTA TRASFORMATA: IMPORT 2014 ED EVOLUZIONE



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati UNCOMTRADE.

2.4. GLI ASSETTI ECONOMICO-FINANZIARI DELLE IMPRESE AGRICOLE SPECIALIZZATE IN ORTICOLTURA E FRUTTICOLTURA: UN CONFRONTO FRA ITALIA E PRINCIPALI COMPETITOR

Al fine di valutare alcune variabili economico-finanziarie per definire il posizionamento delle aziende agricole italiane e dei principali *competitor* specializzati nella produzione orticola e frutticola è possibile far riferimento alle informazioni contenute nella banca dati europea FADN¹². La banca dati FADN considera solo uno spaccato di aziende che vengono definite commerciali, in ragione della dimensione economica minima che deve contraddistinguere le aziende agricole; inoltre, le informazioni possono essere lette solo per grandi specializzazioni (orticoltura e frutticoltura), per cui non è possibile fornire evidenze relative a specifiche produzioni o modalità di coltivazione (es. in serra o piena aria per l'orticoltura). Tuttavia, non esistono altre

¹² Il *Farm Accountancy Data Network* (FADN) è una banca dati che contiene i dati economico-finanziari di un campione di imprese agricole rappresentativo delle realtà professionali dei singoli Stati membri dell'Unione europea. Per poter rientrare nel campo di osservazione del FADN vengono stabiliti limiti minimi di dimensione economica per le aziende agricole dei vari Stati, limiti che sono differenti in funzione della diversa struttura economico-produttiva che caratterizza i Paesi dell'UE. Più in particolare, le aziende spagnole, italiane, polacche e greche per poter rientrare devono esprimere una dimensione economica superiore a 4.000 euro di Standard Output, mentre per le aziende tedesche e francesi la dimensione economica deve superare i 25.000 euro.

banche dati in grado di fornire dati che consentono di analizzare il profilo economico e finanziario delle aziende agricole.

Per quanto riguarda la specializzazione orticola (**Tabella 43**) emerge immediatamente come le aziende agricole italiane siano le più piccole dal punto di vista fisico rispetto ai più importanti paesi che competono con l'Italia su tale specializzazione; nonostante la ridotta dimensione fisica il valore economico (standard) mediamente prodotto da un'azienda italiana è il più alto tra i paesi dell'area mediterranea ma non arriva ai livelli delle imprese dell'Europa continentale. Se invece di analizzare il valore della produzione passiamo a valutare il reddito netto, l'Italia diventa il secondo paese, tra quelli più importanti in ambito europeo per la produzione orticola, con un dato molto vicino alla Germania, dove sono localizzate le imprese orticole che esprimono il miglior profilo reddituale.

TABELLA 43. PRINCIPALI DATI ECONOMICO-FINANZIARI PER LE AZIENDE AGRICOLE SPECIALIZZATE IN ORTICOLTURA (VALORI MEDI AZIENDALI, MEDIA 2011-2013)

	SPAGNA	ITALIA	GERMANIA	POLONIA	FRANCIA
SAU (ha)	11,2	3,9	8,3	5,2	8,7
Standard Output (SO) (€)	92.363	140.005	349.102	57.093	275.253
Reddito netto (€)	28.734	45.555	46.546	14.488	34.996
Finanziamenti a medio-lungo termine (€)	14.877	5.076	116.180	13.724	79.444
Finanziamenti a breve termine (€)	2.551	96	59.480	4.586	64.945
Totale finanziamenti (€)	17.428	5.172	175.660	18.310	144.389
Totale finanziamenti/SO (%)	19%	4%	50%	32%	52%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati FADN.

Se spostiamo l'attenzione sul valore dei finanziamenti, si nota come le aziende orticole italiane siano quelle con il minor livello di indebitamento, pari a poco più di 5.000 euro in complesso, mentre le realtà che mostrano il maggior valore per tale indicatore sono tedesche e francesi. Questa configurazione si ripercuote ovviamente sul peso che i finanziamenti complessivi esprimono rispetto al totale della produzione standard, che vede il suo minimo in Italia e valori elevati per le aziende francesi e tedesche. Tale assetto è probabilmente da ricondurre al fatto che le aziende agricole italiane non sempre riescono ad essere "correttamente valutate" dal sistema bancario nazionale e, inoltre, resta molto forte il peso di aziende in cui è possibile riscontrare una sovrapposizione tra bilancio aziendale e familiare.

La stessa analisi può essere condotta per le aziende agricole specializzate nella produzione frutticola valutando anche in questo caso le principali differenze e similarità fra caso italiano e principali *competitor* in ambito europeo (**Tabella 44**).

Le aziende italiane specializzate nella produzione di frutta sono, dopo quelle greche, le più piccole tra i principali produttori europei; tuttavia, questa strutturazione non si ripercuote negativamente sulla capacità delle aziende di generare valore, in quanto la produzione standard delle aziende italiane (38.298 €) è seconda solo a quel-

la delle imprese francesi, che mostrano un valore superiore ai 225.000 euro; gli stessi posizionamenti si registrano anche per ciò che attiene il reddito netto delle aziende frutticole, anche se in questo caso le aziende spagnole si avvicinano molto a quelle italiane. L'analisi dei dati riferiti ai finanziamenti mostra di nuovo come le aziende attive nel bacino mediterraneo (in particolare quelle greche) siano quelle che presentano i valori minori, che invece crescono per la Polonia e in particolare per la Francia, dove i finanziamenti totali superano i 150.000 euro (in Italia sono di poco superiori a 2.200 euro). Se analizziamo il peso dei finanziamenti sul totale della produzione standard si nota come le imprese mediterranee mostrino valori pari o inferiori al 10%, mentre tale indicatore è pari al 27% in Polonia e supera i 2/3 per le aziende francesi.

TABELLA 44. PRINCIPALI DATI ECONOMICO-FINANZIARI PER LE AZIENDE AGRICOLE SPECIALIZZATE IN FRUTTICOLTURA (VALORI MEDI AZIENDALI, MEDIA 2011-2013)

	SPAGNA	ITALIA	FRANCIA	GRECIA	POLONIA
SAU (ha)	14,0	6,4	29,9	4,4	9,0
Standard Output (SO) (€)	32.864	38.298	225.566	22.335	28.144
Reddito netto (€)	17.023	17.584	44.055	11.158	10.922
Finanziamenti a medio-lungo termine (€)	2.474	2.195	77.629	222	5.399
Finanziamenti a breve termine (€)	681	62	74.175	124	2.101
Totale finanziamenti (€)	3.155	2.257	151.804	346	7.500
Totale finanziamenti/SO (%)	10%	6%	67%	2%	27%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati FADN.

BOX 4. LA DIFESA SOSTENIBILE IN CAMPO PER LA MASSIMA SICUREZZA SULLA TAVOLA

L'intera filiera italiana delle produzioni ortofrutticole ha modificato completamente l'approccio adottato per la difesa fitosanitaria negli ultimi anni: agricoltori, distributori, consulenti e, ovviamente, tutta la catena distribu-

tiva si sono dovuti di conseguenza adattare a questi cambiamenti, prestando una sempre maggiore attenzione (e piena consapevolezza) alle tecniche di produzione e difesa delle colture e all'utilizzo degli agrofarmaci.

IL QUADRO NORMATIVO

In quest'ambito è in fase di attuazione l'applicazione della direttiva 2009/128/CE che istituisce un quadro per l'azione comunitaria ai fini dell'utilizzo sostenibile degli agrofarmaci. Nello specifico, il decreto legislativo n. 150 del 14 agosto 2012 regola le modalità di difesa delle colture agrarie italiane fino all'annata agraria 2018/2019, oltre ad aver approvato il Piano di Azione Nazionale (PAN) per l'uso sostenibile dei prodotti fitosanitari.

Il Piano di Azione Nazionale (PAN) si può riassumere in 7 azioni specifiche:

Il PAN si attua attraverso 7 specifiche "azioni":

1. Formazione e prescrizioni per gli utilizzatori, i distributori e i consulenti (Articoli 7, 8, 9 e 10 del decreto legislativo n. 150/2012);
2. Informazione e sensibilizzazione (Articolo 11 del decreto legislativo n. 150/2012)
3. Controlli delle attrezzature per l'applicazione dei Prodotti Fitosanitari (Articolo 12 del decreto legislativo n. 150/2012)
4. Irrorazione aerea (Articolo 13 del decreto legislativo n. 150/2012)
5. Misure specifiche per la tutela dell'ambiente acquatico e dell'acqua potabile e per la riduzione dell'uso di prodotti fitosanitari in aree specifiche (rete ferroviaria e stradale, aree frequentate dalla popolazione, aree naturali protette) (Articoli 14 e 15 del decreto legislativo n. 150/2012)
6. Manipolazione e stoccaggio dei prodotti fito-

sanitari e trattamento dei relativi imballaggi e delle rimanenze (Articolo 17 del decreto legislativo n. 150/2012)

7. Difesa fitosanitaria a basso apporto di prodotti fitosanitari (strategie fitosanitarie sostenibili) (Articoli 18, 19, 20, 21 del decreto legislativo n. 150/2012)

Di particolare "peso" sotto il profilo pratico ed attuativo sono gli "allegati":

- I Obiettivi formativi specifici per le diverse tipologie di corso (di base e di aggiornamento);
- II Componenti delle attrezzature utilizzate per la distribuzione dei prodotti fitosanitari oggetto del controllo funzionale, modalità di esecuzione dello stesso e requisiti di funzionalità che devono essere raggiunti;
- III Requisiti minimi delle attrezzature utilizzate per l'esecuzione dei controlli funzionali;
- IV Contenuti del corso di formazione per l'autorizzazione dei tecnici che svolgono i controlli funzionali delle macchine irroratrici e requisiti dei Centri di prova;
- V Specie ed habitat di interesse comunitario legate agli ambienti acquatici;
- VI Manipolazione e stoccaggio dei prodotti fitosanitari, trattamento dei relativi imballaggi e delle rimanenze;
- VII Indicatori

Una serie di adempimenti che interessano trasversalmente tutto il settore agricolo.

I TRE TIPI DI AGRICOLTURA

Dal 2014 l'agricoltura italiana ha assunto tre volti distinti, ovvero quella coltivata con le tecniche di difesa integrata obbligatoria, quella coltivata con le tecniche di difesa integrata volontaria e quella coltivata con metodo dell'agricoltura biologica.

La difesa integrata obbligatoria è quella che possiamo considerare "di base".

Già oggi ogni azienda agricola deve disporre di appositi locali per la gestione dei prodotti fitosanitari; inoltre, dal 26 novembre 2015 deve avere un proprio "Certificato di abilitazione all'acquisto e all'utilizzo degli agrofarmaci" e dal 26 novembre 2016 deve effettuare i controlli funzionali delle attrezzature per la distribuzione degli agrofarmaci.

È inoltre previsto che tutti gli agricoltori Italiani debbano effettuare la difesa integrata delle colture mediante l'applicazione di quanto previsto dai bollettini territoriali emanati dalle Regioni o dagli altri organi competenti del territorio. Devono poi conoscere, disporre o avere accesso alle informazioni meteo della zona in cui è posta l'azienda agricola (per avere piena consapevolezza su come impostare la difesa in funzione di oggettivi dati meteo).

Ogni azienda agricola deve compilare il proprio "Registro dei trattamenti" e annotare tutte le attività di difesa fitosanitaria entro 30 giorni dall'esecuzione dei trattamenti e, comunque, prima della raccolta. In questo modo è possibile ottenere tutte le informazioni sulla salubrità delle proprie produzioni prima di effettuare la consegna alla parte successiva della filiera.

Con queste norme l'Italia si posiziona come prima nazione al mondo ad avere la completa tracciabilità di filiera dei prodotti agroalimentari coltivati sul proprio suolo. Sono esentate da questa mole di adempimenti solo le pro-

duzioni destinate all'autoconsumo e prodotte in orti e giardini familiari (nei quali, tra l'altro, non potranno essere utilizzati gli agrofarmaci ad uso professionale ma solo agrofarmaci specifici).

Le aziende che applicano la difesa integrata volontaria, oltre a tutti gli adempimenti previsti per le aziende in difesa integrata obbligatoria, devono effettuare la periodica taratura funzionale delle attrezzature utilizzate per la distribuzione e devono attenersi a specifiche norme tecniche per la coltivazione (che prevedono la tenuta di specifici registri maggiormente dettagliati rispetto al "registro dei trattamenti" ma che prevedono la documentazione di rilievi, catture, trappole, eventi atmosferici, irrigazioni, fertilizzazioni e, in definitiva, ogni cosa successa sul singolo campo).

Uno dei principali obiettivi dichiarati dei 23 "Disciplinari di produzione integrata" (uno nazionale e 22 territoriali, redatti dal Comitato Tecnico Scientifico) è quello di creare delle liste di prescrizione degli agrofarmaci autorizzati, escludendo quei preparati che sono caratterizzati da un profilo ecotossicologico meno favorevole ed inseriti nella lista delle sostanze attive candidate alla sostituzione nei prossimi anni.

In tale contesto è stato creato il Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata (SQNPI), ad oggi poco conosciuto dai consumatori. A livello teorico, i vantaggi per le aziende agricole che aderiscono a questo sistema dovrebbero concretizzarsi in un maggior valore riconosciuto dalla filiera, ma nella pratica la vera differenza risiede nei contributi comunitari (erogati a livello regionale) che variano tra 70,00 e 300,00 euro per ettaro in funzione della specie coltivata e della singola realtà territoriale.

Per quanto riguarda l'agricoltura biologica le aziende che intendono aderire a questa tecnica di coltivazione devono attenersi ai regolamenti che la normano (Regolamento CE 834/07, Regolamento CE 889-08, Regolamento 271 del 2010, D.M. 8 Febbraio 2010, Nota Esplicativa del DM 18354-09), essere sottoposti (e superare) i controlli da parte di enti di certificazione accreditati del Ministero, oltre a doversi rigorosamente attenere all'utilizzo di soluzioni di difesa che non prevedano l'uso di agrofarmaci di sintesi. Questo permette a queste aziende di utilizzare dal 2010 il logo che rappresenta una foglia stilizzata, fatta di 12 stelle (le stesse del-

lo stemma europeo) su sfondo verde, che rappresenta il nuovo logo del biologico europeo.



I vantaggi per le aziende agricole sono rappresentati dal maggiore prezzo che il prodotto biologico riesce ad ottenere sul mercato (che varia, in funzione della tipologia di prodotto, da un 20% ad un 60-70% in più rispetto al prodotto integrato).

LA QUALITÀ INTRINSECA DELL'ORTOFRUTTA "MADE IN ITALY"

Le capacità professionali degli agricoltori italiani, la lungimiranza di quanti hanno operato nel settore, la preparazione di tecnici e divulgatori e la tenacia della ricerca applicata al settore agrario hanno fatto diventare l'agroalimentare italiano uno dei fiori all'occhiello del *Made in Italy*.

In particolare l'assistenza tecnica ed i disciplinari di produzione integrata sono stati lo strumento che ha portato ad ottenere, negli ultimi 30 anni, una maggiore consapevolezza degli agricoltori e una maggiore qualità e salubrità delle produzioni italiane, contraddistinte da una presenza di residui di prodotti fitosanitari nelle derrate alimentari nettamente inferiore

rispetto alla media europea (cinque volte inferiore secondo il Rapporto EFSA del 2013).

È però necessario un ulteriore sforzo nel comunicare i risultati ottenuti anche al consumatore, che continua ad essere tempestato da messaggi poco edificanti che vanno dalla cancerogenicità della carne rossa, alla pericolosità di quello che in tanti chiamano il "glifosato" (riferendosi al Glyphosate, nota molecola diserbante).

Grazie all'impegno di tutti gli attori della filiera, abbiamo prodotti ortofrutticoli sicuri, sani salubri e dotati di innumerevoli effetti nutraceutici.

LO SCADENZARIO DELL'USO SOSTENIBILE DEGLI AGROFARMACI (SCADENZE PREVISTE DAL DL 150 DEL 14/08/2012 PUBBLICATO SUL SUPPLEMENTO ORDINARIO N. 177 ALLA GAZZETTA UFFICIALE N. 202 DEL 30/08/2012)						
SCADENZA	DATA REALE	COSA	ARTICOLO	COSA DICE LA NORMA	CHI È COINVOLTO	SUCCESSIVE SCADENZE
2012						
14/09/2012	14/09/2012	Regime sanzionatorio per mancata tenuta registro dei trattamenti (unico adempimento già in vigore)	art.24 comma 13	Salvo che il fatto costituisca reato, l'acquirente e l'utilizzatore che non adempia agli obblighi di tutela del registro dei trattamenti stabilito dall'articolo 16, comma 3, è punito con la sanzione amministrativa pecuniaria del pagamento di una somma da 500 euro a 1500 euro.	Acquirenti e utilizzatori di prodotti fitosanitari	-
30/10/2012	varia localmente	Comunicazione dell'elenco dei soggetti autorizzati alla vendita di prodotti fitosanitari.	art.16 comma 1	L'Autorità regionale deve comunicare inoltre al Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, Servizio informativo agricolo nazionale, entro sessanta giorni dalla pubblicazione in Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana del presente decreto, l'elenco dei soggetti autorizzati alla vendita dei prodotti fitosanitari.	Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali (SIAN) + Autorità regionali	31 dicembre di ogni anno
13/11/2012	22/07/2013	Istituzione Consiglio tecnico-scientifico	art.5 comma 1	Con decreto...da adottare entro 60 giorni dalla data di entrata in vigore del presente decreto, è istituito il Consiglio tecnico-scientifico sull'uso sostenibile dei prodotti fitosanitari. Nota: il decreto è stato emanato il 22 Luglio 2013. Il Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali ha notificato il provvedimento con un comunicato sulla GU n°251 del 25 Ottobre 2013.	Comitato tecnico-scientifico	-
26/11/2012	13/02/2014	Piano d'azione nazionale per l'uso sostenibile dei prodotti fitosanitari (PAN)	art.6 comma 1	Con decreto...è adottato, entro il 26 novembre 2012, il piano d'azione nazionale per l'uso sostenibile dei prodotti fitosanitari. Nota: il decreto è stato firmato il 22 Gennaio 2014 e pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n.35 del 12 Febbraio 2014, con entrata in vigore il giorno seguente.	Comitato tecnico-scientifico	-
		Trasmissione PAN alla Commissione Europea	art.6 comma 6	Il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali trasmette, entro il 26 Novembre 2012, il Piano alla Commissione Europea e agli altri Stati membri.	Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali	riesame ogni 5 anni

SCADENZA	DATA REALE	COSA	ARTICOLO	COSA DICE LA NORMA	CHI È COINVOLTO	SUCCESSIVE SCADENZE
31/12/2012	2012	Publicazione dati elaborati dal SIAN	art.16 comma 1	I risultati dei dati elaborati dal Sistema informativo agricolo nazionale (SIAN) vengono pubblicati sul sito del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali entro il mese di dicembre di ogni anno. Nota: sono in linea i dati sino al 2012, raccolti secondo la norma precedente (DPR 290).	Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali	ogni anno
2013						
26/02/2013	n.d.	Decreto per determinazione delle tariffe dei controlli funzionali periodici delle attrezzature	art.25 comma 3	Con decreto del Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali, di concerto con i Ministri dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare, della salute e dell'economia e delle Finanze, da emanarsi entro 180 giorni dalla data di entrata in vigore del presente decreto, sentita la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province autonome di Trento e di Bolzano, sono determinate le tariffe di cui al comma 2 e le relative modalità di versamento. Le suddette tariffe sono aggiornate ogni tre anni. Nota: disposizione non ancora disponibile.	Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali + Ministero dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare + Ministero dell'economia e delle Finanze + Autorità regionali + Conferenza Stato Regioni	ogni tre anni
28/02/2013	28/02/2013	Trasmissione della scheda informativa sui dati di vendita	art.16 comma 1	Le persone titolari di un'impresa commerciale o le società che commercializzano e vendono prodotti fitosanitari e coadiuvanti di prodotti fitosanitari sono tenuti a trasmettere annualmente, entro il secondo mese successivo alla fine di ciascun anno solare, in via telematica al Sistema informativo agricolo nazionale (SIAN), istituito con legge 4 giugno 1984, n.194, o su supporto magnetico all'Autorità regionale competente, la scheda informativa sui dati di vendita secondo modalità tecniche che saranno definite dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali.	Le persone titolari di un'impresa commerciale o le società che commercializzano e vendono prodotti fitosanitari e coadiuvanti di prodotti fitosanitari	ogni anno

30/04/2013	varia localmente	Comunicazione al MIPAAF delle misure messe in atto per la difesa integrata obbligatoria	art.19 comma 6	Entro e non oltre il 30 aprile 2013 le Regioni e le Province autonome di Trento e di Bolzano comunicano al Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali le misure messe in atto per la realizzazione delle condizioni e dei servizi di cui al comma 1.	Regioni e Province autonome di Trento e di Bolzano	-
30/06/2013	n.d.	Trasmissione delle misure messe in atto alla Commissione europea	art.19 comma 7	Entro il 30 giugno 2013, il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali trasmette alla Commissione europea una relazione sullo stato di attuazione delle misure di cui al comma 6.	Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali	-
26/11/2013	varia localmente	Istituzione del sistema della formazione e del rilascio delle abilitazioni	art.7 comma 3	Le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano sono le autorità responsabili per la istituzione, entro il 26 novembre 2013, del sistema della formazione e del rilascio delle abilitazioni.	Regioni e Province autonome di Trento e di Bolzano	-
2016		Individuazione prodotti fitosanitari destinati ad utilizzatori non professionali	art.10 comma 4	Entro e non oltre il 26 novembre 2013, il ministero della salute, d'intesa con il Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali e con il Ministero dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare, adotta specifiche disposizioni per l'individuazione dei prodotti fitosanitari destinati ad utilizzatori non professionali. Nota: disposizione non ancora disponibile.	Ministero della Salute d'intesa con il Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali e Ministero dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare	-
2014						
01/01/2014	01/01/2014	Difesa integrata obbligatoria	art.19 comma 1	Gli utilizzatori professionali di prodotti fitosanitari, a partire dal 1 gennaio 2014, applicano i principi generali della difesa integrata obbligatoria.	Utilizzatori professionali (agricoltori e contoterzisti)	-

SCADENZA	DATA REALE	COSA	ARTICOLO	COSA DICE LA NORMA	CHI È COINVOLTO	SUCCESSIVE SCADENZE
26/11/2015	26/11/2015	Certificato di abilitazione alla vendita e certificato di abilitazione all'attività di consulente	art.8 comma 1	2015 A decorrere dal 26 novembre 2015, chiunque intenda svolgere un'attività di vendita di prodotti fitosanitari o di consulenza sull'impiego di prodotti fitosanitari e dei coadiuvanti deve essere in possesso di uno specifico certificato di abilitazione...	Regioni e Province autonome di Trento e Bolzano + tutti gli agricoltori + tutti i consulenti	rinnovo ogni 5 anni
	26/11/2015	Certificato di abilitazione all'acquisto e all'utilizzo	art.9 comma 1	A decorrere dal 26 novembre 2015, l'utilizzatore professionale che acquista per l'impiego diretto, per sé o per conto terzi, prodotti fitosanitari e coadiuvanti deve essere in possesso di uno specifico certificato di abilitazione...Nota: sono fatte salve le precedenti autorizzazioni se non scadute..	Regioni e Province autonome di Trento e Bolzano + tutti gli agricoltori + tutti i contoterzisti	rinnovo ogni 5 anni
	26/11/2015	Prescrizioni per la vendita dei prodotti fitosanitari	art.10 comma 1	A decorrere dal 26 novembre 2015... ...al momento della vendita deve essere presente almeno una persona, titolare o dipendente, in possesso del relativo certificato di abilitazione... ...il distributore ha l'obbligo di accertare la validità del certificato di abilitazione di cui all'articolo 9 e l'identità dell'acquirente e di registrare i prodotti venduti con il riferimento al numero o codice di abilitazione.	Distributori e utilizzatori professionali (agricoltori e contoterzisti)	-
	2016	Divieto di vendita ad utilizzatori non professionali di prodotti fitosanitari che non recano in etichetta la specifica dicitura "prodotto fitosanitario destinato agli utilizzatori non professionali"	art.10 comma 5	Decorso il termine di due anni successivi all'adozione delle disposizioni di cui al comma 4, è vietata la vendita agli utilizzatori non professionali di prodotti fitosanitari che non recano in etichetta la specifica dicitura "prodotto fitosanitario destinato agli utilizzatori non professionali". Nota: norma sospesa in attesa del provvedimento di individuazione dei prodotti fitosanitari destinati a utilizzatori non professionali, previsto entro l'estate del 2016.	Ministero della Salute d'intesa con Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali e Ministero dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare	-

2016						
26/11/2016	-	Controllo funzionale delle attrezzature	art.12 comma 2	Tutte le attrezzature, impiegate per uso professionale, vanno sottoposte almeno una volta al controllo funzionale entro il 26 novembre 2016.	Regioni e Province autonome di Trento e Bolzano + utilizzatori professionali (agricoltori e contoterzisti)	ogni 5 anni fino al 2020 ogni 3 anni dal 2021
31/12/2016	-	Trasmissione della relazione dettagliata sulle azioni svolte e i progressi realizzati	art.6 comma 8	Le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano trasmettono, per la prima volta, entro il 31 dicembre 2016 e, successivamente, ogni trenta mesi...una relazione dettagliata sulle azioni svolte e sui progressi realizzati nell'attuazione delle misure di cui al presente decreto.	Regioni e Province autonome di Trento e Bolzano	ogni 30 mesi



CAPITOLO 3.**CONSUMI DI ORTOFRUTTA, SCENARI
COMPETITIVI E PERCORSI DI SVILUPPO****3.1. I CONSUMI DI ORTOFRUTTA IN ITALIA E NEI PRINCIPALI PAESI EUROPEI**

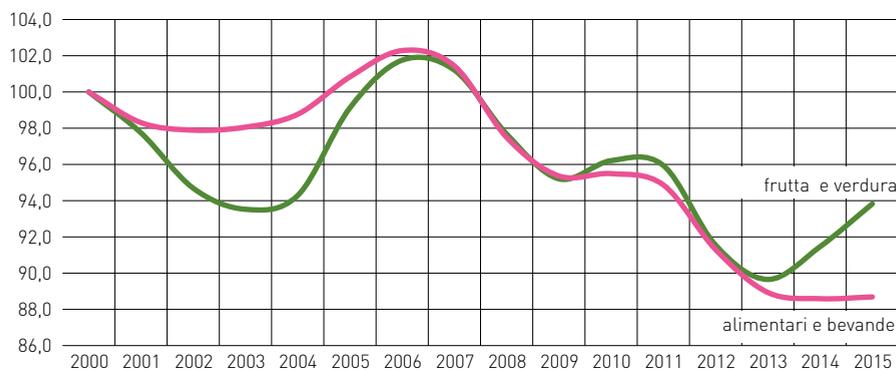
Se dovessimo immaginare l'evoluzione dei consumi di frutta e ortaggi in Italia, e più in generale in Europa, sulla base delle informazioni che quotidianamente riceviamo dai media e negli ambienti sociali, potremmo ipotizzare un graduale incremento delle quantità vendute. La crescente attenzione verso pratiche alimentari orientate a migliorare salute e benessere e il conseguente incremento dei consumatori vegetariani, vegani o che seguono regimi alimentari fortemente incentrati sul consumo di frutta e ortaggi, ci porterebbero a pensare che le vendite totali di frutta e verdura siano in aumento negli ultimi anni. Ciononostante, i dati mettono in luce qualcosa di diverso, un *trend* di lungo periodo che vede la domanda per frutta e ortaggi in riduzione, ben prima dell'inizio della crisi economica che, tuttavia, ha certamente impattato in maniera negativa sulle vendite di prodotti alimentari e nello specifico di frutta e verdura, ma che non può essere considerata l'unica causa di questa tendenza.

Secondo i dati relativi alla spesa per consumi finali delle famiglie italiane, dopo il picco raggiunto nel 2006, negli anni successivi si è assistito ad una graduale riduzione delle quantità acquistate. Il 2014, ultimo anno di recessione per l'economia italiana, in particolare, si è configurato come il punto di minimo con un consumo pro-capite di ortofrutta fresca di circa 155 kg a fronte di un valore prossimo ai 170 kg nel 2000, configurando quindi un calo di circa 15 kg in quindici anni. Una tendenza questa che, se dovesse proseguire, rischierebbe da un lato di compromettere la sostenibilità della filiera ortofrutticola nazionale, dall'altro di ridurre ulteriormente la razione media giornaliera allontanandosi dai valori guida stabiliti dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS)¹³. I valori complessivi dei consumi di ortofrutta fresca in Italia

13 L'OMS stabilisce in 400g al giorno (5 porzioni) di frutta e ortaggi freschi (che includono anche frutti di bosco, verdure da foglia e crucifere, legumi ed escludono patate e altri tuberi amidacei) il quantitativo minimo per una dieta equilibrata. "Diet, nutrition and the prevention of chronic diseases", Report of a Joint WHO/FAO Expert Consultation, WHO Technical Report Series 916, 2003.

corrispondono ad una quantità media giornaliera pro-capite di 424 g, ancora al di sopra quindi dei valori OMS anche se in deciso calo rispetto ai circa 465 g del 2000¹⁴.

FIGURA 33. EVOLUZIONE DELLA SPESA PER CONSUMI FINALI DELLE FAMIGLIE SUL TERRITORIO ECONOMICO (VALORI CONCATENATI, INDICE 2000=100)



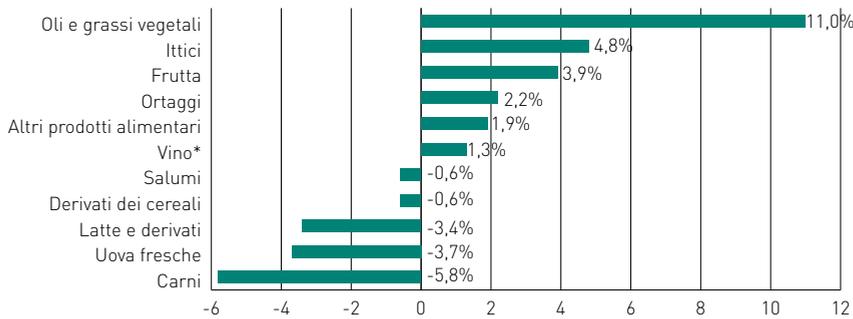
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

Il segnale che emerge dall'analisi dei dati negli ultimi due anni anno tuttavia mostra una parziale ripresa dei consumi di frutta e ortaggi sul mercato italiano che lascia ben sperare per una ripartenza o, se non altro, per una stabilizzazione della domanda domestica nei prossimi anni. Le statistiche congiunturali mettono in luce, infatti, *performance* di vendita al dettaglio di frutta e ortaggi sul 2014 decisamente migliori rispetto ad altri importanti comparti dell'alimentare. In particolare, il tasso di crescita degli acquisti domestici in Italia per frutta e ortaggi è stato rispettivamente del 3,9% e 2,2% a fronte di variazioni negative per settori rilevanti come carni, salumi e latte e derivati. Per quanto riguarda gli ortaggi freschi inoltre, vale la pena sottolineare il *trend* di spesa per i prodotti di IV gamma (+2,3%¹⁵) che da nicchia di mercato negli ultimi 15 anni hanno guadagnato spazio raggiungendo un fatturato al dettaglio superiore nel 2015 ai 750 milioni di euro, a testimonianza di come stiano evolvendo gli stili di consumo degli italiani.

L'analisi dei consumi pro-capite e del *trend* di lungo periodo dei consumi di frutta fresca per l'Italia restituiscono un quadro incompleto in quanto mancante di un termine di paragone che permetta di comprendere il peso relativo rispetto ai principali Paesi europei.

¹⁴ Poiché la fonte dati utilizzata (Euromonitor International) per la valutazione del consumo pro capite ha adottato un cambiamento del paniere di prodotti ortofrutticoli, i dati presentati in questo rapporto risultano non confrontabili con quelli della precedente edizione, dove mancavano alcune tipologie di frutta e ortaggi. Il dato qui contenuto presenta dunque un livello di affidabilità maggiore.

¹⁵ Ismea su banca dati Market Track Nielsen, gennaio 2016

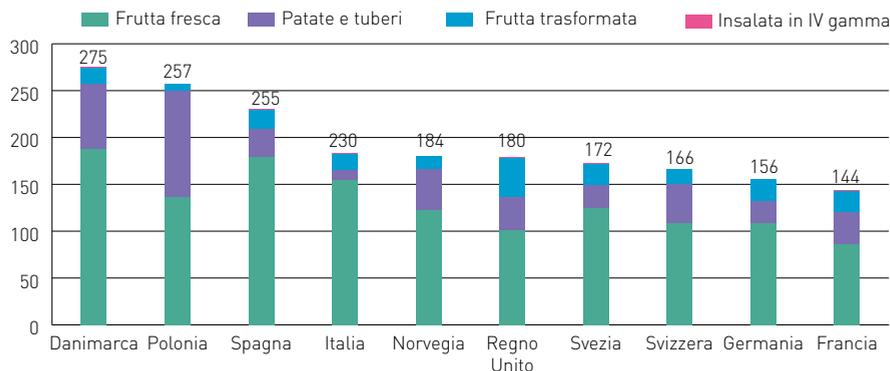
FIGURA 34. TREND DEGLI ACQUISTI DOMESTICI NAZIONALI DI PRODOTTI ALIMENTARI E BEVANDE (GEN-NOV 2015/2014, A VALORE)

*Gen-Dic 2015/2014, vendite in Iper, Super, Lsp, Discount.
 Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Ismea-Nielsen.

Il panorama dei consumi di ortofrutta in Europa mostra un quadro estremamente variegato che riflette il diverso approccio a questa tipologia di prodotti legato alle tradizioni gastronomiche locali, alla consapevolezza e attenzione verso stili di vita più salutari, alla presenza in singoli Paesi di un sistema produttivo agricolo e relative produzioni con cui il consumatore può venire a contatto. In termini di quantità consumate, tra i Paesi esaminati, Danimarca e Polonia risaltano sopra a tutti con oltre 250 kg pro-capite di frutta e verdura (fresca e trasformata) consumati in media ogni anno. A questi due Paesi del nord Europa ne seguono due del sud Europa, Spagna e Italia dove, in virtù della vocazionalità produttiva dei territori e, conseguentemente, della forte presenza di questi prodotti nella dieta mediterranea, ogni anno ciascuno consuma in media rispettivamente 230 e 184 kg di frutta e ortaggi. In linea con i volumi consumati in Italia troviamo Norvegia e Regno Unito. Fanalino di coda di questa particolare classifica, Germania e Francia, Paesi in cui, se si considerano anche solo i consumi di prodotti ortofrutticoli freschi, le quantità giornaliere sono ampiamente al di sotto della soglia consigliata dall'OMS: 296 g/giorno in Germania, 236 g/giorno in Francia. A tal proposito, si consideri come il dato aggregato mostri un'immagine parziale della realtà dei consumi di frutta e ortaggi in Europa; se infatti, analizziamo il numero nel dettaglio depurandolo dai prodotti trasformati, patate e tuberi – che l'OMS non considera nel calcolo della razione giornaliera obiettivo – emergono alcune peculiarità territoriali. Nello specifico, si noti come, nei Paesi nord Europei, patate e tuberi rappresentano un'importante quota dei consumi totali di ortofrutta. In Polonia, ad esempio, le patate rappresentano circa il 45% delle quantità di frutta e ortaggi consumate a fronte del 6% in Italia e del 14% in Spagna. L'ampia coltivazione di questa coltura nei Paesi dell'Europa settentrionale si riflette evidentemente sui consumi; per tale ragione ritroviamo quote elevate di incidenza di questo ortaggio (spesso superiori al 25% dei consumi totali) in tali aree del continente. Un altro aspetto interessante risiede nelle quantità di ortofrutta trasformata (succhi di frutta esclusi) che, anche in questo caso, rivestono ruoli diversi a seconda del Paese considerato. In

generale, in termini percentuali, i prodotti trasformati rappresentano una quota ridotta dei consumi totali; non è questo il caso del Regno Unito, dove in media vengono consumati oltre 40kg di prodotti ortofrutticoli preparati o trasformati – le due voci di spesa che incidono maggiormente sono patate surgelate e fagioli conservati. L'elevato consumo di ortofrutta trasformata da parte della popolazione britannica va a scapito dei prodotti freschi tanto che nel Regno Unito la razione media giornaliera pro-capite è la più bassa tra i Paesi considerati attestandosi a 278 g.

FIGURA 35. CONSUMI PRO-CAPITE DI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI (PATATE E LEGUMI INCLUSI) NEI PRINCIPALI PAESI EUROPEI PER CATEGORIA (KG/ANNO, 2015, CONSUMI DOMESTICI + FUORI CASA)

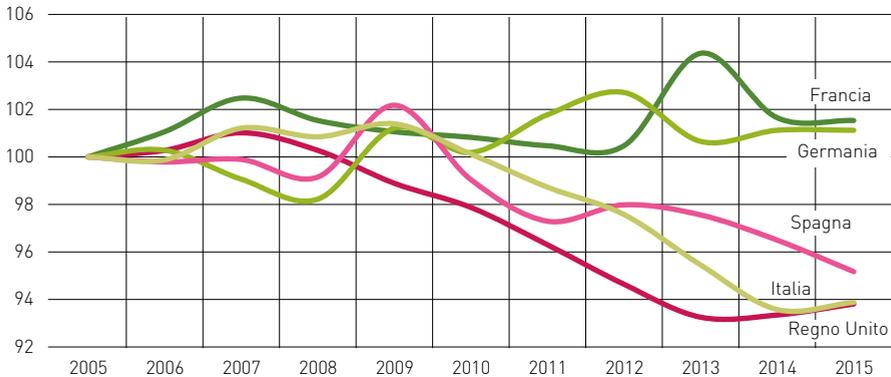


Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Euromonitor International.

L'analisi di lungo periodo fornisce informazioni utili su quella che è stata l'evoluzione dei consumi di prodotti ortofrutticoli nei principali Paesi europei e permette quindi di mettere a confronto le diverse dinamiche di approccio al consumo. Da un primo esame, appaiono evidenti due diverse macro tendenze nel decennio 2005-2015; da un lato Francia e Germania, seppur con qualche oscillazione, hanno visto i consumi di ortofrutta mantenersi costanti nel tempo con lievi incrementi inferiori comunque al 2%. In questo caso ha senz'altro giocato un ruolo fondamentale la stabilità economica di questi due Paesi, che, se si esclude l'annata 2009, non sono mai entrati in una vera e propria fase di recessione. D'altro canto, per Spagna, Italia e Regno Unito si osserva un deciso calo delle quantità consumate soprattutto a partire dall'annata 2009. In particolare, tra il 2009 e il 2015, le quantità di frutta e ortaggi freschi consumate sono scese del 7% e 8% per Spagna e Italia e del 5% per il Regno Unito. Mentre nei due Paesi del sud Europa il recente calo può attribuirsi principalmente alla contrazione del potere d'acquisto medio dei consumatori che ha ridotto la spesa attraverso un taglio delle quantità acquistate e una riduzione degli sprechi, nel Regno Unito, il calo può certamente definirsi più strutturale. In questo Paese, infatti, spesso i consumatori hanno una percezione sbagliata del cibo salutare ritenendolo più costoso; per tali ragioni, soprattutto le fasce economicamente più deboli della popolazione

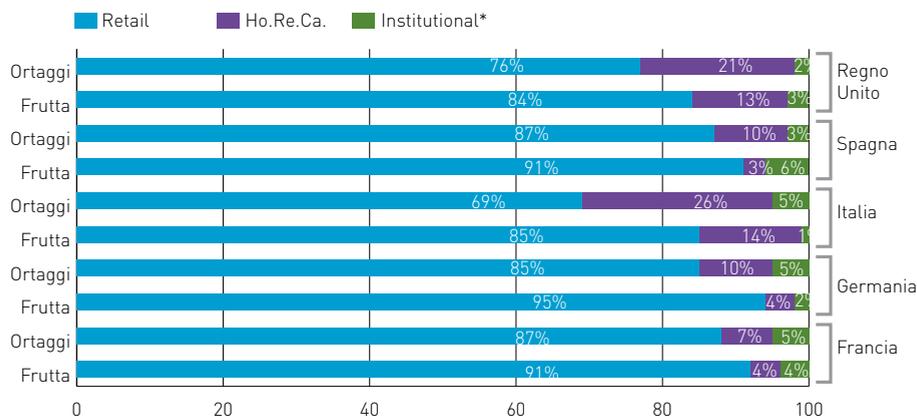
ancorché maggiormente colpite dagli effetti del *credit crunch*, hanno ulteriormente ridotto le quantità di frutta e ortaggi consumate.

FIGURA 36. TREND DEI CONSUMI PRO-CAPITE DI FRUTTA E ORTAGGI FRESCHI
(INDICE 2005=100, SONO ESCLUSE PATATE E ALTRI TUBERI)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Euromonitor International.

Un aspetto interessante legato ai consumi di frutta e ortaggi è quello legato al canale di distribuzione attraverso cui le imprese veicolano i prodotti ai consumatori. Capire le tendenze legate ai luoghi e modalità di utilizzo dei prodotti ortofrutticoli, per quanto in alcuni casi abbiano un ridotto grado di differenziazione, offre alle imprese spunti di riflessione su come i consumatori si avvicinano al prodotto e, di conseguenza, sulle tipologie di prodotto più adatte alle diverse occasioni. Come è lecito attendersi, considerando i principali Paesi europei, la gran parte dei volumi commercializzati di frutta e ortaggi viene acquistata nel canale *retail*, inteso in tutti i formati (grande distribuzione, dettaglio specializzato, mercati, ecc.) per poi essere consumato in casa, mentre solo una porzione minoritaria del totale viene consumata fuori casa. In realtà, osservando con attenzione i dati, si denotano alcune peculiarità territoriali; si fa riferimento ad esempio a quanto accade in Italia e nel Regno Unito per le vendite di ortaggi per i quali rispettivamente il 26% e il 21% delle vendite viene realizzato nel canale Ho.Re.Ca. a testimonianza dell'importanza della ristorazione commerciale nella distribuzione di questi prodotti. Negli altri Paesi infatti la quota dell'Ho.Re.Ca. rimane sempre al di sotto del 15%. Se in Italia gli ortaggi hanno un certo peso in tutti i canali della distribuzione, lo stesso non si può dire per la frutta che, per questioni legate spesso alla deperibilità e alla minore versatilità, viene acquistata prevalentemente nel canale *retail* (85% delle vendite) e in parte nell'Ho.Re.Ca. (14%); dal canale *Institutional* passa solo l'1% delle quantità commercializzate, valore più basso tra i Paesi europei dove questa percentuale oscilla tra il 2% e il 6%.

FIGURA 37. DISTRIBUZIONE DELLE VENDITE DI FRUTTA E ORTAGGI FRESCHI PER CANALE DI DISTRIBUZIONE NEI PRINCIPALI PAESI UE (2015)

*Mense, scuole, ospedali, ecc.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Euromonitor International.

I dati mostrati sino a questo punto hanno fornito un quadro che descrive le caratteristiche passate e presenti legate ai consumi di ortofrutta in Italia e nei principali Paesi europei. Tuttavia, le repentine trasformazioni che contraddistinguono oggi gli stili di consumo e la domanda alimentare, compresa quella di frutta e ortaggi, richiedono alle imprese – che si trovano ad operare in un mercato sempre più competitivo – non solo di saper leggere questi cambiamenti ma di anticiparli. Per tale ragione, di seguito si propone un'analisi sulle previsioni di consumo (totale e pro-capite) di ortofrutta fresca e trasformata nei principali Paesi europei in confronto con il *trend* dell'ultimo quinquennio.

Per quanto riguarda i consumi totali di frutta e ortaggi freschi, la prima informazione che si deduce dall'analisi dei dati è legata alla parziale ripresa o stabilizzazione della domanda nel periodo 2015-2020 soprattutto in quei mercati in cui si è registrato un calo negli ultimi cinque anni. Le previsioni sui consumi di prodotti ortofrutticoli mettono in luce valori di incremento medio annuale positivi o comunque non negativi per tutti i Paesi considerati. Sul mercato italiano, in particolare, dopo un calo medio annuo dello 0,7% avvenuto tra il 2010 e il 2015, la debole ripresa economica dovrebbe evitare ulteriori riduzioni degli acquisti totali. Si sottolinea tuttavia come parte di questo *trend* sia giustificato dall'aumento della popolazione, in quanto il valore pro-capite è previsto in lieve discesa (-0,3% all'anno nel prossimo quinquennio). Tra gli altri Paesi anche in Spagna ci si attende un proseguimento del tendenziale calo dei consumi di frutta e ortaggi, sebbene a tassi più contenuti rispetto al periodo precedente. Al contrario, sono interessanti i tassi di crescita dei consumi totali e pro-capite previsti in Svizzera, Polonia e Danimarca dove, complessivamente si dovrebbe assistere ad un incremento compreso tra il 7% e l'8% per tutto il periodo.

TABELLA 45. PREVISIONI DEI CONSUMI TOTALI E PRO-CAPITE DI ORTOFRUTTA FRESCA (ESCLUSE PATATE E TUBERI) IN EUROPA PER PAESE: TREND QUINQUENNALI A CONFRONTO

	CONSUMI TOTALI			CONSUMI PRO-CAPITE		
	2015	2015/2010	2020/2015	2015	2015/2010	2020/2015
	.000 TONN	CAGR %	CAGR %	.000 TONN	CAGR %	CAGR %
Italia	9.422	-0,7%	0,0%	155	-1,3%	-0,3%
Germania	8.754	0,3%	0,9%	108	0,2%	0,9%
Spagna	8.333	-0,8%	-0,4%	179	-0,8%	-0,3%
Regno Unito	6.568	-0,2%	0,2%	102	-0,8%	-0,4%
Francia	5.528	0,6%	0,7%	86	0,1%	0,2%
Polonia	5.265	-2,9%	1,3%	137	-2,9%	1,4%
Svezia	1.215	1,2%	0,5%	125	0,3%	-0,3%
Danimarca	1.062	0,7%	1,3%	188	0,3%	0,8%
Svizzera	891	1,2%	1,5%	109	0,3%	0,8%
Norvegia	631	1,4%	0,8%	122	0,1%	-0,3%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Euromonitor International.

Il generale declino dei consumi di frutta e ortaggi non ha riguardato soltanto i prodotti freschi ma anche quelli trasformati (principalmente prodotti conservati in scatola e frutta e ortaggi surgelati). Tra il 2010 e il 2015 si evidenziano tassi negativi negli acquisti in quantità per i principali Paesi, Regno Unito e Spagna prima di tutto – in Spagna i consumi sono scesi complessivamente dell'11%. In termini previsionali, anche per l'ortofrutta trasformata si osserva una sostanziale stabilizzazione dei consumi totali anche se in termini pro-capite si denota una lieve riduzione. In Italia, dopo un tasso di variazione medio anno negativo (-0,4%) registrato nel periodo 2010-2015, nei prossimi cinque anni non si dovrebbero realizzare cambiamenti significativi. Piuttosto si potrebbe assistere ad un intensificarsi della competizione sul prezzo, soprattutto ad opera dei prodotti *private label* e all'ingresso sul mercato di nuove referenze con una maggiore componente di servizio.

TABELLA 46. PREVISIONI DEI CONSUMI TOTALI E PRO-CAPITE DI ORTOFRUTTA TRASFORMATA (ESCLUSI SUCCHI E CONCENTRATI) IN EUROPA PER PAESE: TREND QUINQUENNALI A CONFRONTO

	CONSUMI TOTALI			CONSUMI PRO-CAPITE		
	2015	2015/2010	2020/2015	2015	2015/2010	2020/2015
	.000 TONN	CAGR %	CAGR %	.000 TONN	CAGR %	CAGR %
Regno Unito	2.652	-1,4%	-0,3%	41	-2,1%	-0,9%
Germania	1.878	-0,4%	-0,3%	23	-0,4%	-0,3%
Francia	1.450	-0,2%	0,0%	23	-0,6%	-0,4%
Italia	1.026	-0,4%	0,0%	17	-0,9%	-0,2%
Spagna	954	-2,3%	-1,1%	21	-2,3%	-0,8%
Polonia	289	1,5%	2,5%	8	1,4%	2,5%
Svezia	222	1,1%	1,0%	23	0,2%	0,3%
Svizzera	127	0,0%	0,5%	16	-0,9%	-0,3%
Danimarca	101	0,7%	1,0%	18	0,3%	0,8%
Norvegia	68	1,0%	0,8%	13	-0,3%	-0,2%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Euromonitor International.

3.2. I FATTORI A SOSTEGNO DEI CONSUMI DI ORTOFRUTTA

Le tendenze di riferimento che, negli anni a venire, guideranno i consumi di ortofrutta e che rappresenteranno, per le imprese che sapranno comprenderle e seguirle, spazi di mercato da aggredire riguardano principalmente i seguenti attributi: prodotti salutari e naturali, responsabilità sociale d'impresa (RSI) e *convenience* (intesa come comodità all'uso e contenuto di servizio dei prodotti). Una maggiore diffusione di programmi di RSI e di schemi di certificazione che garantiscano la qualità, la tracciabilità e salubrità dei prodotti sono sempre più indispensabili per incrementare lo scambio di informazioni lungo la filiera, rendere i prodotti più trasparenti e avvicinare il consumatore al produttore. Allo stesso tempo, le innovazioni di prodotto tenderanno a migliorare il gusto e l'esperienza del consumatore, in un comparto come quello ortofrutticolo italiano che, nonostante tutto, negli ultimi anni ha registrato un sensibile calo delle quantità acquistate. È evidente che questi cambiamenti richiederanno sempre più alle imprese di adeguarsi attraverso una maggiore specializzazione e sviluppo di forme di integrazione orizzontale e verticale. Per tali ragioni, si è ritenuto utile offrire di seguito una disamina dei principali trend di consumo che oggi e domani offriranno opportunità di crescita per le imprese che si occupano della produzione e commercializzazione di prodotti ortofrutticoli freschi e trasformati.

Se dovessimo riassumere con alcune parole chiave l'evoluzione della domanda di ortofrutta fresca si potrebbe fare riferimento a termini come novità, salute, sapore, semplicità, sicurezza. La salute è sempre stato un tema cruciale per supportare il consumo di frutta e verdura fresca. Nei prossimi anni, l'importanza di comunicare i benefici legati al benessere fisico derivanti dal consumo di questa categoria di alimenti sarà ancora più rilevante e si paleserà con l'ulteriore diffusione dei prodotti biologici e di prodotti come la "super-frutta" e i "super-ortaggi"¹⁶. La domanda di prodotti biologici è in continua crescita, soprattutto nell'Europa nord-occidentale, dove i consumatori associano a questa tipologia di produzioni caratteristiche legate alla salute e a sapori più genuini. A questi vengono spesso associati anche prodotti ormai popolari e presenti in gran parte dei punti vendita con specifiche proprietà salutari (definiti anche super-alimenti) come frutti di bosco, melagrana e papaya.

Negli ultimi anni la crisi economica ha ampiamente ridotto il potere d'acquisto del consumatore che, rivolgendo maggiore attenzione al prezzo, ha spostato gli acquisti verso prodotti in promozione o verso canali più "economici" come i discount. Ciononostante, si osserva sempre di più la comparsa di nuove nicchie di mercato costituite da prodotti con caratteristiche uniche e spesso appartenenti a fasce di prezzo elevate. In questi casi, si tratta di prodotti destinati ad una ristretta cerchia di consumatori che sono disposti a pagare un *premium price* per le caratteristiche uniche ed esotiche, per

¹⁶ Termini di marketing utilizzati nell'industria alimentare per indicare frutta e ortaggi ricchi di elementi nutritivi che apportano grandi benefici alla salute (ad esempio, un elevato contenuto di antiossidanti)

un sapore migliore e per l'esperienza di consumo. In tali contesti, dal momento che si tratta di una qualità di prodotto non visibile, assumono grande rilevanza in termini di strategia aziendale il *branding*, la valorizzazione del *packaging* e lo *story-telling*. Ma non solo. I consumatori apprezzano sempre di più e premiano prodotti maturi e di qualità, attributi questi che necessitano di un'ottima pianificazione logistica e stagionale da parte degli operatori. Spesso in passato infatti, soprattutto nel comparto frutticolo, la filiera produttiva ha preferito investire sulla conservabilità del prodotto e sull'aspetto estetico trascurando queste caratteristiche.

Un ulteriore aspetto che già da alcuni anni sta giocando un ruolo di primo piano nell'orientare le scelte di acquisto dei consumatori italiani ed europei è quello legato al contenuto di servizio dei prodotti e alla "comodità d'uso" degli stessi. La *convenience*, i formati mono-porzione e l'e-commerce stanno diventando trend sempre più popolari anche nel mercato dei prodotti ortofrutticoli. I pionieri in questo comparto sono stati, nell'Europa nord-occidentale, Regno Unito e Paesi Bassi; negli altri Paesi, sebbene il fenomeno sia partito con qualche anno di ritardo, i tassi di crescita hanno portato questi prodotti a diventare protagonisti negli acquisti alimentari. Si veda a tal proposito, nella tabella che segue, l'evoluzione degli acquisti a valore di piatti pronti¹⁷ in alcuni Paesi europei. Come accennato, il Regno Unito rappresenta il primo mercato con oltre 6 miliardi di euro di *ready meals* venduti nel 2015, in forte crescita anche negli ultimi cinque anni e con buone prospettive anche negli anni a venire. In Italia, il valore delle vendite è quantificato in oltre 2 miliardi di euro, facendo registrare un aumento dell'11% rispetto al 2010. Questo incremento sul mercato italiano è tanto più rilevante se si considera il più elevato valore unitario di questi prodotti rispetto al prodotto fresco non preparato, il calo del potere d'acquisto dei consumatori e la minore propensione degli italiani (in virtù di una radicata tradizione gastronomica) all'acquisto di questa tipologia di referenze. Alla luce di queste indicazioni, non stupiscono quindi i tassi di crescita delle vendite previsti per i prossimi cinque anni.

TABELLA 47. CONSUMI DI PIATTI PRONTI NEL 2015 (VALORI E VARIAZIONI QUINQUENNALI)

	MLN €	2015/10	2020/15
Regno Unito	6.020	36%	16%
Francia	4.494	6%	9%
Germania	3.843	8%	12%
Italia	2.015	11%	10%
Spagna	2.000	13%	14%
Norvegia	727	8%	15%
Svizzera	669	45%	10%
Svezia	649	8%	20%
Polonia	268	13%	16%
Danimarca	265	19%	18%

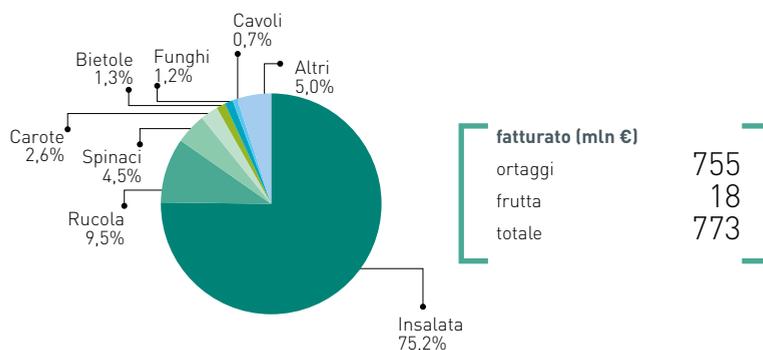
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Euromonitor International.

¹⁷ Categoria di prodotti alimentari già pronti per il consumo che includono, tra l'altro, anche frutta e ortaggi freschi e trasformati

In generale, il *fresh convenient food* è un risultato diretto degli investimenti in nuove tecnologie legate alla coltivazione, alla maturazione ed alla trasformazione dei prodotti. Nel comparto ortofrutticolo questa categoria include la frutta priva di semi, facile da sbucciare, i prodotti a lunga conservazione, quelli il cui formato è pensato per il consumo individuale (ad esempio mini papaya e mini cocomero) e i mix *pre-cut*. Non va dimenticato infine il ruolo dell'e-commerce nel favorire l'acquisto di prodotti freschi su ordinazione accorciando ulteriormente la filiera e permettendo al consumatore di conoscere meglio il produttore e di avere più informazioni sui prodotti acquistati.

Nell'ambito dei prodotti pronti all'uso, vale la pena soffermarsi su una categoria di ortofrutticoli che in Italia sta facendo registrare tassi di crescita delle vendite molto interessanti e che rappresenta un caso di successo *win-win* per tutti gli attori della filiera; stiamo parlando della IV gamma. I prodotti ortofrutticoli di IV gamma se da un lato richiedono un elevato livello di professionalità da parte dell'intera filiera produttiva, dall'altro sono spesso in grado di fornire una migliore remunerazione rispetto al prodotto fresco "indifferenziato" e, allo stesso tempo, di venire incontro alle esigenze di *convenience* del consumatore. Le dimensioni del mercato italiano, nel 2015, superavano i 770 milioni di euro realizzati principalmente dalla vendita di prodotti a base di ortaggi, insalate in busta prima di tutto. Le insalate in busta, nel 2015, rappresentavano infatti circa il 75% della spesa in ortaggi di IV gamma.

FIGURA 38. RIPARTIZIONE DELLA SPESA DI ORTAGGI DI IV GAMMA NEL 2015 (% IN VALORE) E FATTURATO COMPLESSIVO ANNUALE (OTTOBRE 2014 - SETTEMBRE 2015)

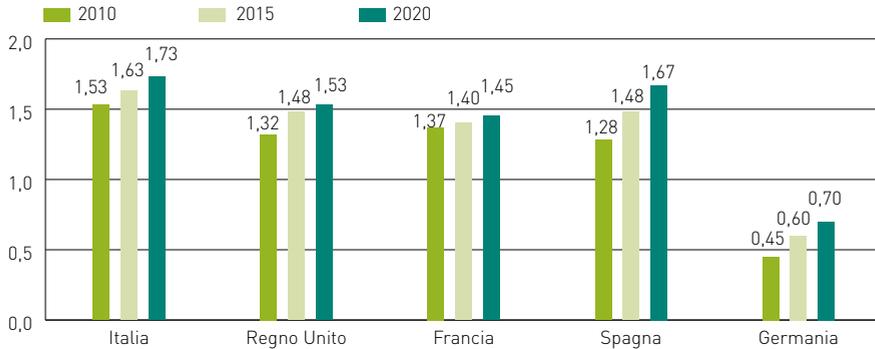


Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Nielsen e IRI.

L'evoluzione del fenomeno IV gamma nei consumi di frutta e ortaggi freschi in Italia appare ancor più interessante se confrontato con quanto avviene sugli altri principali mercati europei. In termini di consumo pro-capite infatti, l'Italia si configura come il primo Paese tra quelli considerati, con oltre 1,6 kg acquistati in media ogni anno; seguono Regno Unito (1,48 kg), Spagna (1,48 kg) e Francia (1,4 kg) mentre in Germania le insalate *fresh cut* fino ad oggi non hanno riscosso lo stesso successo. Tra

l'altro si rileva come negli anni questi valori siano cresciuti significativamente in tutti e cinque i Paesi e come, secondo le previsioni, questo *trend* non si arresterà ma continuerà ad aumentare anche nel corso del prossimo quinquennio.

FIGURA 39. CONSUMI PRO-CAPITE DI INSALATE IN IV GAMMA NEI PRINCIPALI PAESI EUROPEI (KG)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Euromonitor International.

Chiudiamo l'*excursus* sui principali *trend* che nei prossimi anni offriranno opportunità per i produttori di ortofrutta fresca, con un accenno ad un aspetto sempre più rilevante e sotto la costante attenzione dei consumatori e dei media: la sicurezza alimentare. Si tratta di un elemento ben conosciuto ma che continua a rivestire grande importanza. Lo testimoniano certamente i requisiti sempre più stringenti e in molti casi più restrittivi rispetto a quelli demandati dai regolamenti comunitari, richiesti dagli importatori e dalle catene della grande distribuzione. Si fa riferimento ad esempio a certificazioni volontarie di prodotto quali Global GAP, BRC, IFS, rintracciabilità, ecc. che rappresentano ormai lo standard minimo per poter commercializzare i propri prodotti in molti mercati dell'Europa Occidentale. Le imprese che intendono confrontarsi soprattutto con i mercati internazionali dovranno investire risorse anche in questa direzione e saperlo comunicare garantendo quindi trasparenza e tutelando il consumatore.

Spostiamo ora il focus sulle tendenze di fondo e sugli stili di consumo con cui si devono confrontare oggi le imprese produttrici di frutta e ortaggi trasformati. Tra questi sicuramente va citato l'incremento della domanda di "super frutta" e "super ortaggi", le crescenti pressioni da parte della GDO per distribuire prodotti che abbiano una certificazione in materia di Responsabilità Sociale di Impresa (RSI), la crescita nei consumi di alimenti funzionali, di prodotti naturali e di prodotti biologici, nonché la diffusione nel mercato europeo di nuovi *trend* in fatto di gusti e sapori. Inoltre, non va dimenticato come, anche in questo caso, le norme in materia di sicurezza alimentare e di etichettatura del prodotto stiano diventando sempre più rigide. È importante non trascurare infine la comunicazione che oggi passa in buona parte anche dai social

media che rappresentano ormai uno strumento di *marketing* indispensabile anche per i prodotti alimentari.

In generale, anche se frutta e verdura sono considerati alimenti salutari, i consumatori spesso tendono a percepire l'ortofrutta trasformata sotto una luce decisamente meno positiva. In questo contesto, nonostante sia diminuito il consumo di diverse categorie di prodotto, esiste una discreta domanda per prodotti che prevedono l'aggiunta o l'assenza di alcuni specifici ingredienti: alcuni esempi includono i prodotti senza zucchero o privi di glutine e quelli arricchiti con probiotici o calcio. Il consumo di ortofrutta trasformata con l'aggiunta di zucchero è infatti in calo nell'ultimo periodo, anche se i consumatori tendono ancora ad accettare i prodotti che contengono zuccheri naturali (ad esempio la frutta secca o le confetture dolcificate con il succo della frutta). Relativamente ai succhi di frutta e verdura, se da un lato le generazioni più vecchie tendono a considerarli come prodotti salutari, dall'altro, quelle più giovani, li percepiscono come meno salubri a causa del loro elevato contenuto di zuccheri. Lo testimonia il *trend* di riduzione degli acquisti che ha contraddistinto il mercato europeo negli ultimi anni; in Germania e Regno Unito, due dei principali mercati per il consumo di questi soft drinks, l'ultimo quinquennio ha visto le vendite in quantità ridursi di oltre il 13%. Simili andamenti si sono registrati anche in Spagna e Italia sebbene i volumi consumati siano decisamente inferiori. Un'altra ragione che giustifica il declino nei consumi di succhi di frutta ha a che vedere con l'aumento del consumo di altri tipi di bevande, tra cui le acque aromatizzate o le bevande sportive/energetiche, tra cui spiccano ad esempio quelle al gusto di guaranà, guanabana, sidro ed acqua di cocco.

TABELLA 48. CONSUMI DI SUCCHI DI FRUTTA IN EUROPA (2015)

	CONSUMI TOTALI		CONSUMI PRO-CAPITE
	MLN LITRI	2015/10	LITRI
Germania	2.893	-13,2%	35,7
Regno Unito	1.939	-13,5%	30,0
Francia	1.906	-3,6%	29,7
Polonia	1.364	-8,5%	35,4
Spagna	969	-15,3%	20,9
Italia	687	-18,7%	11,3
Svezia	311	-4,8%	32,0
Svizzera	261	2,4%	31,9
Norvegia	148	-6,4%	28,7
Danimarca	121	-7,3%	21,4

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Euromonitor International.

Tra i prodotti che oggi rappresentano la nuova frontiera dei consumi alimentari e ortofrutticoli nello specifico vale senz'altro la pena di citare gli alimenti funzionali e i

prodotti naturali. Nel primo caso, si denota come nel mercato europeo, si sia registrato recentemente un aumento nei consumi di numerosi prodotti ortofrutticoli trasformati che sono utili per specifici problemi di salute: alcuni esempi includono prodotti associati alla riduzione del colesterolo, al controllo del peso, alla riduzione della pressione sanguigna ed, inoltre, quelli che favoriscono la digestione, beneficiano il sistema cardiaco e circolatorio, controllano il diabete e rafforzano ossa ed articolazioni.

Per quanto riguarda invece i prodotti cosiddetti naturali, negli ultimi anni la domanda di prodotti privi di additivi artificiali, di prodotti composti interamente da frutta e di prodotti a fermentazione naturale, sebbene rappresentino ancora nicchie di mercato, è aumentata notevolmente nel mercato europeo. Queste tendenze spiegano ad esempio il crescente consumo di succhi non concentrati (*not-from-concentrate*), che spesso vengono preferiti dai consumatori ai succhi concentrati percepiti come meno salutari o la crescita delle vendite di ortaggi in scatola conservati attraverso un processo di fermentazione naturale. La crescente attenzione verso stili di vita sani unita alla maggiore facilità di accesso alle informazioni legata ai social media e a internet in generale spingono i consumatori a ricercare prodotti che rispondano alle esigenze di un'alimentazione salutare e sicura. Anche per questi motivi sono in crescita i cosiddetti "super alimenti". L'*outlook* sul mercato europeo è molto positivo soprattutto per alcune tipologie di frutto appartenenti a questa categoria. Ad esempio, i frutti di bosco surgelati risultano molto apprezzati dai consumatori poiché danno la possibilità di preparare autonomamente frappè e succhi di frutta non concentrati.

Infine, tra i nuovi *trend* che guideranno lo sviluppo dei consumi di frutta e ortaggi nei prossimi anni, non vanno dimenticati i prodotti biologici, quelli con una specifica provenienza geografica e la diversificazione dei sapori. Mentre è ormai assodata l'importanza del biologico e dell'origine geografica come garanzia di qualità e affidabilità – tra l'altro testimoniata dai tassi di crescita positivi che ormai da diversi anni stanno contraddistinguendo questi prodotti e le filiere collegate – è interessante notare come, seppure i numeri siano ancora contenuti, si stia assistendo ad una crescita della ricerca di nuovi e inconsueti sapori soprattutto nel comparto dei succhi (es. succhi tropicali come mango e cocco).

Chiudiamo l'esame dei fattori a sostegno dei consumi di ortofrutta sottolineando l'importanza di internet e dei social media nella comunicazione per tutti i prodotti alimentari. Questi strumenti continueranno a crescere e a esercitare un impatto sempre più rilevante anche sul settore ortofrutticolo attraverso una maggiore visibilità dei prodotti, al più rapido scambio di informazioni, alla possibilità di interagire con il produttore, di rintracciare gli ingredienti del prodotto lungo la filiera e di ricercare nuovi prodotti. Smartphone e fotocamere hanno un'influenza crescente su qualsiasi aspetto della vita quotidiana: i consumatori scoprono, condividono, realizzano e scambiano ricette culinarie, tradizioni alimentari, idee e prodotti.

In definitiva, conoscere, seguire, sapere interpretare e tradurre in strategie di mer-

cato le dinamiche di cambiamento degli stili di vita, di consumo e di approccio ai prodotti ortofrutticoli rappresenta senz'altro la strada che le imprese di questo settore devono continuare a seguire per crescere in un mercato globale sempre più competitivo ma ricco di opportunità.

3.3. PERCORSI DI SVILUPPO E POTENZIALI AREE DI INTERVENTO

Alla luce delle tendenze di consumo di frutta e ortaggi emerse sul mercato nazionale e internazionale, l'intera filiera dell'ortofrutta italiana deve continuare ad individuare gli strumenti più adatti per adeguare l'offerta ad una domanda in evoluzione in un mercato sempre meno protetto e concorrenziale.

In particolare, abbiamo visto come l'innovazione rappresenti un elemento chiave di competitività per essere in grado di seguire il consumatore che è sempre alla ricerca di prodotti più naturali, sostenibili, nuovi, salutari e con un certo contenuto di servizio. Per fare questo, è certamente necessario un sistema normativo, politico, organizzativo che sia in grado di sostenere questo sviluppo soprattutto se si considera la ridotta dimensione media delle aziende ortofrutticole italiane e le difficoltà che ancora oggi queste scontano nel capire e nel farsi capire dal consumatore. Questo sostegno non si concretizza solamente nella capacità di raccogliere risorse economiche ma anche di rappresentare le istanze delle piccole e medie imprese e di fornire supporto in termini di servizi. A tal proposito, una tipologia di servizi di cui le imprese necessitano maggiormente è la ricerca e raccolta di informazioni indispensabili per non farsi trovare impreparati soprattutto sui mercati esteri che oggi sempre più rappresentano un'opportunità di crescita (logistica-trasporti-distribuzione, normative e standard, tassazione, *marketing* e *trend* di mercato, ecc.).

La sola innovazione tuttavia non è sufficiente a garantire un consolidamento e una crescita delle vendite di ortofrutta a meno che non sia supportata da un'adeguata comunicazione e, soprattutto, promozione dei principi di sana alimentazione che stanno alla base dei consumi di prodotti ortofrutticoli. Il calo degli acquisti pro-capite che si è verificato in Italia nel corso degli ultimi 15 anni, sebbene in buona parte provocato dalla riduzione della capacità di spesa dei consumatori e dal taglio degli sprechi da parte delle famiglie, suona come un campanello di allarme per la filiera ortofrutticola nazionale. Pur essendo l'Italia un paese virtuoso in termini di consumo medio pro-capite, l'evoluzione degli ultimi anni ha portato il valore nazionale ad avvicinarsi alla soglia minima stabilita dall'OMS (400 g di frutta e ortaggi freschi consumati ogni giorno). Inoltre, l'analisi dei comportamenti di acquisto ci mostra come il consumatore sia sempre più attento all'alimentazione ma questa attenzione spesso non è ugualmente rappresentata in tutte le fasce della popolazione in termini reddituali, geografici e anagrafici. Per tali ragioni, è fondamentale continuare ad investire nella promozione e nell'efficace comunicazione di tutti quei principi che mettono la corretta alimentazione al centro della salute del cittadino e che informa-

no i consumatori sull'importanza di scegliere cibi che contribuiscano ad uno stile di vita sano e cibi di qualità. Dove per qualità s'intende certamente qualità sensoriale e organolettica ma anche sicurezza dell'alimento, possibilità di tracciarne l'origine, conoscenza degli ingredienti (ove trasformato), ecc. In tal senso, giocano un ruolo di primo piano programmi di promozione dei consumi di ortofrutta come ad esempio "Frutta nelle scuole" e "5 colori del benessere" che danno la possibilità ai consumatori di avvicinarsi ai prodotti e di conoscerne le proprietà nutritive e l'importanza nell'alimentazione di tutti i giorni.

In particolare, marchi collettivi come quello di "5 colori del benessere" rappresentano uno strumento utile non solo per migliorare la conoscenza e la diffusione di informazioni sul ruolo dell'ortofrutta nell'alimentazione, ma per differenziare ed evitare la banalizzazione dei prodotti stessi. La riconoscibilità di questo marchio permette infatti al consumatore di percepire il valore aggiunto in termini di origine, qualità, sostenibilità ambientale (i prodotti ortofrutticoli sono infatti ottenuti con metodi di produzione integrata o biologici), innovazione e sicurezza. Inoltre, in molti casi si riscontra come il mercato non riconosca – e remunerati adeguatamente – agli imprenditori agricoli lo sforzo effettuato e i costi sostenuti per partecipare ai diversi regimi di qualità. Per questo, una mancata valorizzazione di queste attività rischia di spingere gli agricoltori verso il rispetto dei requisiti minimi senza al contrario puntare verso una produzione maggiormente sostenibile, una scelta delle migliori varietà, un impegno a tracciare il processo produttivo e a raggiungere livelli più alti di qualità. È evidente quindi come la rilevanza di questo percorso strategico intrapreso nel 2003 rappresenti un punto di forza per l'intera filiera produttiva che conferisce ai prodotti il marchio "5 colori del benessere" e che vede così riconosciuti l'attenzione, la cura, gli investimenti effettuati per realizzare produzioni di qualità (per approfondire si veda di seguito il **box 5** sul marchio "5 colori del benessere").

Nello specifico, nel settore frutticolo è indispensabile continuare a lavorare per supportare innovazioni di prodotto (es. rinnovamento varietale); questo è vero ad esempio per frutta come le pesche e nettarine, che negli ultimi anni hanno perso competitività e quote di mercato – si è preferito infatti investire sull'aspetto, sulle quantità e sulla «logistica del prodotto» piuttosto che sulla qualità. Le pesche e nettarine italiane in molti casi non soddisfano adeguatamente le richieste qualitative della domanda oltre al fatto che il settore sconta ancora alcune difficoltà di organizzazione specialmente sui mercati esteri. Certamente, al fine di supportare l'introduzione di nuove cultivar e di favorire qualificazione e differenziazione, un ruolo decisivo potrebbe essere svolto dalla ricerca pubblica, che potrebbe supplire alle criticità del sistema produttivo fortemente frammentato. Tuttavia, per ottenere la qualità non è sufficiente soltanto un marchio (es. DOP-IGP, biologico), ma è fondamentale mantenere la promessa di una qualità superiore reale (spesso sui banchi della frutta troviamo prodotti esteticamente molto belli ma con sapori non sempre all'altezza) che il consumatore è in grado di apprezzare e di premiare.

Nel settore orticolo, dove comunque ci si attendono dinamiche positive, sia per quanto riguarda gli acquisti domestici ed esteri sia in relazione alla capacità del sistema produttivo nazionale di sostenere la domanda, i consumi cresceranno anche per ragioni collegate agli aspetti salutistici e a nuove tendenze sociali. Le produzioni che ci si attende cresceranno maggiormente saranno quelle «coerenti» con le nuove richieste sociali al settore, come nel caso della IV gamma o della I gamma evoluta. A tal proposito, si è visto come la componente di servizio rappresenterà sempre di più un elemento di successo per le produzioni orticole, che determinerà a sua volta lo sviluppo di realtà aziendali in grado di rispondere a tali richieste (specializzate, integrate, tecnologicamente all'avanguardia) e all'occorrenza di riconvertirsi in tempi brevi verso tipologie di prodotto più richieste.

BOX 5. I 5 COLORI DEL BENESSERE

Il consumatore italiano sta acquisendo sempre più consapevolezza in merito alla necessità di scegliere alimenti che offrano garanzie in termini di sicurezza e qualità, e l'utilizzo di un marchio rappresenta uno strumento di facile e veloce individuazione dei prodotti che rispettano tali requisiti nella fase di acquisto.

"5 colori del benessere" è un marchio ideato da Unaproa nel 2003 e registrato il 5 ottobre 2005 come marchio collettivo presso l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, con lo scopo primario di garantire al consumatore la qualità, la provenienza e la tracciabilità dell'ortofrutta prodotta nel nostro Paese.

Alla base del marchio "5 colori del benessere" troviamo le raccomandazioni dei nutrizionisti per cui per perseguire una sana alimentazione è necessario assumere almeno 5 porzioni di frutta e verdura al giorno, variando la composizione dei colori assunti, raggruppati nelle categorie rosso, giallo-arancio, verde, blu-viola e bianco: ogni categoria di colore è contraddistinta da specifici apporti di sostanze nutritive, rappresentando un valido supporto per un'alimentazione variegata, sana e complessivamente equilibrata.

L'ortofrutta fresca è, infatti, una fonte preziosa di nutrienti e sostanze essenziali per la salute, prime fra tutti acqua, carboidrati, fibre, vitamine, minerali e sostanze colorate protettive (come i Polifenoli) contraddistinte da molteplici proprietà salutistiche per l'organismo.

Inoltre, il processo di diffusione del marchio "5 colori del benessere" non si limita all'utilizzo diretto nei prodotti ortofrutticoli: vengono, infatti, promosse molteplici iniziative per divulgare e sostenere i valori che stanno alla base del marchio stesso, cercando di coinvolgere maggiormente i consumatori e al contempo

inglobare all'interno del marchio altri produttori, per una migliore valorizzazione del vasto e differenziato patrimonio di prodotti ortofrutticoli di alta qualità che il nostro territorio è in grado di offrire.

La presenza del marchio "5 colori del benessere" è sinonimo di garanzie specifiche sui prodotti, ovvero che questi siano coltivati in Italia e provengano da stabilimenti italiani, con metodi di produzione biologica o integrata, siano forniti di un sistema di rintracciabilità di filiera, e siano inoltre contraddistinti da alti standard qualitativi e igienico-sanitari.

Il marchio è provvisto di un Regolamento d'uso (che stabilisce le modalità di richiesta, di concessione e di mantenimento dell'impiego del marchio stesso), un Disciplinare Tecnico (che contiene i requisiti specifici di conformità del prodotto e del produttore), un Manuale d'impiego del logo (che disciplina gli aspetti grafici di utilizzo del marchio).

Ma quali sono i prodotti che possono ottenere il marchio "5 colori del benessere"? Le tipologie coinvolte sono molteplici, e vanno dai prodotti ortofrutticoli freschi completamente coltivati in Italia, l'ortofrutta confezionata e mix freschi prevalentemente coltivati in Italia, prodotti trasformati a base di ortofrutticoli ove la prevalenza degli ingredienti di origine vegetale sia coltivata in Italia, altri prodotti in cui l'ingrediente caratterizzante sia un prodotto ortofrutticolo coltivato in Italia previa autorizzazione della Commissione di Marchio e le piante aromatiche in vaso destinate al consumo alimentare.

E chi può utilizzare tale marchio? Unaproa concede la licenza d'uso, in base alla conformità al Disciplinare Tecnico e al Regolamento d'uso, a Organizzazioni di Produttori e Associazioni di Organizzazioni di Produttori ricono-

sciute, aziende agricole, società e cooperative agricole con l'impegno di associarsi ad una Organizzazione di Produttori entro un anno dalla concessione del marchio, e a soggetti diversi da quelli sopra indicati purché siano rispettate particolari condizioni. Inoltre è prevista la possibilità di utilizzare il marchio a scopo istituzionale, opzione che coinvolge oltre a tutti i richiedenti anche le Istituzioni Pubbliche, le Fondazioni e gli enti senza fini di lucro. Oltre al marchio "5 colori del benessere" Unaproa ha promosso la campagna pluriennale "Nutritevi dei colori della vita" di valorizzazione dei prodotti ortofrutticoli freschi, cofinanziata dall'Unione Europea e dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali. L'intento comune delle due iniziative è la promozione di un'alimentazione sana, basata su prodotti di qualità e diversificata nei colori di frutta e ortaggi assunti.

LE PERFORMANCE NEL GRUPPO ALÌ-ALÌPER

Il Gruppo Alì-Alìper, presente in Veneto e in Emilia-Romagna con 105 punti vendita (raggiunti a Maggio 2015), è il primo operatore della distribuzione moderna che ha preso parte attiva nell'ambito del marchio "5 colori del benessere": nello specifico, in seguito all'accordo stipulato con Unaproa nell'Aprile 2013 per la concessione di distribuzione in esclusiva nel triveneto, il Gruppo ha sviluppato rapporti di forniture con le OP aderenti ad Unaproa e ha iniziato a vendere i prodotti con il bollino "5 colori del benessere"; ha inoltre creato un programma coordinato tra gli *stakeholder* del marchio collettivo e ha promosso molteplici iniziative di diffusione e sostegno al marchio e ai valori connessi, non limitandosi alla sola vendita dei prodotti forniti di marchio. Prendendo in considerazione i dati di vendita

Nello specifico la Commissione di Marchio ha concesso l'uso del marchio sul prodotto e per fini istituzionali alle Organizzazioni di Produttori e alle Associazioni di Organizzazioni di Produttori Unaproa richiedenti, dettagliate nella **Tabella 49**.

Ad oggi, le catene della GDO che hanno stipulato accordi promo-commerciali con Unaproa per valorizzare e diffondere il marchio "5 colori del benessere" in collaborazione con le OP aderenti sono due: il Gruppo Alì-Alìper e il Gruppo Pam-Panorama.

Al fine di comprendere a che livello sia il processo di valorizzazione dell'ortofrutta commercializzata tramite l'utilizzo del marchio "5 colori del benessere" e gli effetti dell'insieme di iniziative di promozione e commercializzazione attuati dalle due Catene coinvolte, si presentano alcuni dati relativi alle vendite dei prodotti "5 colori del benessere".

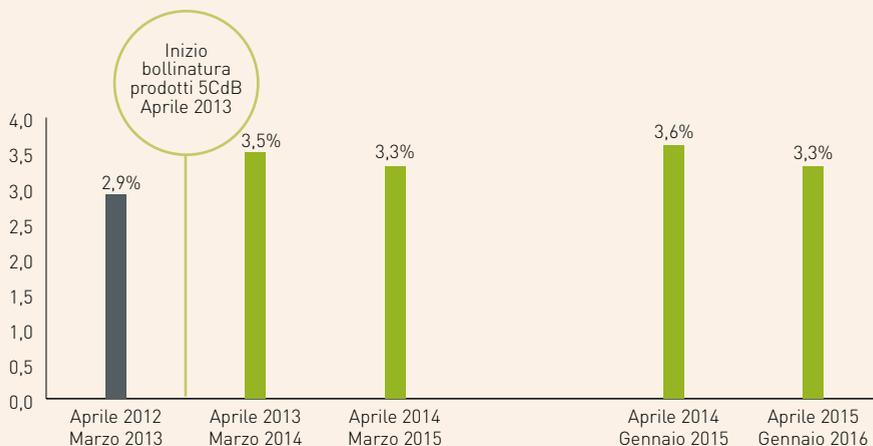
delle referenze a marchio "5 colori del benessere" del Gruppo Alì-Alìper, si evidenzia un *trend* particolarmente positivo soprattutto nel primo anno di introduzione del marchio: le referenze "5 colori del benessere" hanno infatti registrato un aumento del fatturato annuale del 31,6% (considerando i valori delle vendite del periodo Aprile 2013-Marzo 2014 rispetto ad Aprile 2012-Marzo 2013), mentre nel complesso l'andamento del reparto ortofrutta del Gruppo è caratterizzato da un +9,5% nel fatturato nello stesso periodo, indice di un positivo *feedback* del consumatore all'introduzione del marchio. Un altro elemento che conferma la dinamica positiva che ha coinvolto i prodotti a marchio "5 colori del benessere" è l'incidenza di tali referenze sul totale vendite di ortofrutta del Gruppo Alì-Alìper (**Figura 40**). Prima

TABELLA 49. GLI UTILIZZATORI DEL MARCHIO "5 COLORI DEL BENESSERE"

ORGANIZZAZIONE DI PRODUTTORI E ASSOCIAZIONI DI ORGANIZZAZIONI DI PRODUTTORI	REGIONE	ISTITUZIONALE O PRODOTTI
AOP UNOLOMBARDIA	LOMBARDIA	ISTITUZIONALE
Consorzio SIBARIT	CALABRIA	ISTITUZIONALE
COVALM	MARCHE	ISTITUZIONALE
OP COPPI	CALABRIA	ISTITUZIONALE
ETRURIA ROYAL FRUIT	TOSCANA	ISTITUZIONALE
OP Az. Agr. MIOORTO	LOMBARDIA	Ortaggi freschi I gamma; Ortaggi freschi IV gamma; Frutta Fresca; Mix Ortaggi Freschi
OP IL TRICOLORE	LOMBARDIA	insalate IV gamma
AOP ARMONIA	CAMPANIA	ortaggi e frutta fresca
OP ORTONATURA	LOMBARDIA	fiori di zucca, lattuga multifoglia, peperoncino angello, pomodori, porro, prezzemolo, tarasacco, zucca, zucchine, fagiolino, pisello, taccola, borlotto
COPAS Catania	SICILIA	agrumi, ortaggi IV gamma
OP ISOLA VERDE	LOMBARDIA	insalate baby leaf
NOVA MARSIA OP	ABRUZZO	finocchi
RED COP	SICILIA	agrumi
COPRAVAL	MARCHE	piante aromatiche alimentari
COLLE D'ORO Soc. consortile agricola a r.l.		pomodoro, zucchino e carota
SAN ROCCO OP	PUGLIA	ortaggi e frutta fresca
TORRE DI MEZZO	CALABRIA	pesche, nettarine, susine, clementine e arance
ORTOGRANDA	LOMBARDIA	Pomodoro, Lattuga, Cetrioli, Costine, Spinaci, Prezzemolo, Zucca, Melanzane, Peperoni, Zucchine, Cavoli
OP COAB	CALABRIA	clementine
OP GIACCIO FRUTTA	CAMPANIA	fragola, ciliegia, susina, albicocca, nettarina, pesca, meloni, anguria, kiwi, melograno e mela

Fonte: Unaproa.

FIGURA 40. INCIDENZA DELLE REFERENZE "5 COLORI DEL BENESSERE" SUL TOTALE ORTOFRUTTA DEL GRUPPO ALI-ALIPER (% SUL FATTURATO)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Gruppo Ali-Aliper.

di apporre il marchio nelle confezioni, i prodotti (bollinati a partire da Aprile 2013) rappresentavano il 2,9% del fatturato (vendite annuali, Aprile 2012-Marzo 2013), passando nell'anno seguente ad incidere sul 3,5% del fatturato complessivo. Nell'ultimo periodo disponibile (Aprile 2015-Gennaio 2016) l'incidenza sul totale ortofrutta diminuisce rispetto ai due anni precedenti (arrivando al 3,3%), mantenendo comunque una quota superiore rispetto al periodo pre-bollinatura e confermando l'incremento di fiducia e consapevolezza dei consumatori.

Se si analizzano inoltre i dati mensili delle vendite, si evidenzia che i prodotti "5 colori del benessere", contestualmente con quanto accade per l'ortofrutta nel complesso, sono contraddistinti da periodi in cui è più alta la domanda del consumatore, soprattutto nei mesi di Giugno e Luglio. In tali mesi si registra inoltre un aumento dell'incidenza dei prodotti a marchio "5 colori del benessere" sul totale ortofrutta del Gruppo: se nel 2012 l'incidenza era del 5,6% a Giugno e del 4,3% a Luglio, nel 2013 tali inci-

denze arrivano rispettivamente al 6,2% e 4,8%, e nel 2014 sono pari al 5,9% a Giugno e 4,7% a Luglio. Nell'ultimo anno analizzato (2015) le quote a valore rispetto al totale ortofrutta sono segnate da un decremento, registrando un'incidenza del 5,1% a Giugno e del 4,0% a Luglio, indice di un lieve rallentamento del fatturato relativo ai prodotti a marchio "5 colori del benessere" rispetto al totale ortofrutta.

Una tipologia di prodotto di particolare rilievo all'interno dell'ortofrutta a marchio "5 colori del benessere" del Gruppo Ali-Aliper sono i pomodori confezionati o in vassoio: tale tipologia di referenze è inoltre contraddistinta da un trend positivo in termini di incidenza sul totale pomodori confezionati venduti dal Gruppo, il che rappresenta un segnale positivo connesso all'utilizzo del marchio. Nello specifico, prendendo in considerazione i dati mensili a valore e con riferimento ad un mese in cui la domanda del consumatore risulta elevata (ovvero Maggio), si nota come l'incidenza sul totale di comparto dei prodotti bollinati "5 colori del benessere" passa dal 11,7% del Maggio

2012 (periodo antecedente l'introduzione del marchio) al 13,4% del Maggio 2013, arrivando ad una quota del 23,8% nel Maggio 2014 e pari al 16,9% nel Maggio 2015, che nonostante presenti un'incidenza inferiore rispetto ai due anni precedenti, fa emergere una *performance* migliore rispetto al periodo pre-introduzione. Per quanto riguarda un'altra tipologia di prodotto rilevante all'interno dell'offerta a marchio "5 colori del benessere" del Gruppo Alì-Aliper, ovvero le clementine, si evidenzia che i

dati relativi al fatturato di comparto mettono in luce una dinamica complessivamente positiva per i prodotti a marchio, soprattutto nel periodo di picco delle vendite, ovvero Dicembre: l'incidenza delle referenze a marchio "5 colori del benessere" sul totale clementine passa infatti dal 7,9% nel Dicembre 2013, al 14,7% nel Dicembre 2014 e 12,6% nel Dicembre 2015, sottolineando un crescente interesse del consumatore verso tali prodotti.

LE PERFORMANCE NEL GRUPPO PAM-PANORAMA

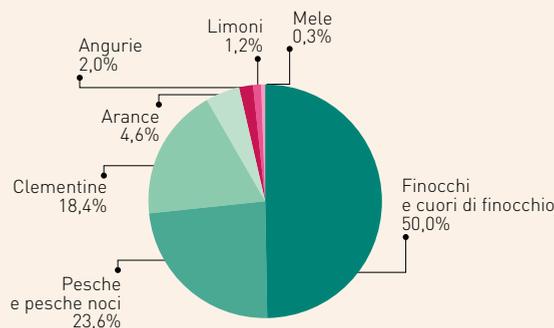
L'inizio della collaborazione del Gruppo Pam-Panorama con Unaproa nell'ambito della promozione e valorizzazione del marchio "5 colori del benessere" risale a Novembre 2014, periodo in cui è stato siglato l'accordo promocommerciale congiunto per la distribuzione dei prodotti bollinati.

Il Gruppo partecipa inoltre attivamente alla campagna "Nutritevi dei colori della vita" promossa da Unaproa, ulteriore strumento per incentivare tra i consumatori l'acquisto di prodotti ortofrutticoli di qualità, prodotta in Italia, e promuovere l'importanza di una dieta ricca di frutta e verdura e variegata nei colori

che la compongono, per uno stile di vita sano e sostenibile.

Nel 2015, le referenze a marchio "5 colori del benessere" hanno registrato un fatturato complessivo pari a oltre 2,8 milioni di euro, arrivando ad una quota pari a circa l'1,7% del totale vendite del reparto ortofrutta del Gruppo. Tale incidenza risulta limitata da un lato a causa della più recente introduzione dei prodotti a marchio rispetto al Gruppo Alì-Aliper, dall'altro dalla composizione delle referenze bollinate: molti dei prodotti ortofrutticoli a marchio "5 colori del benessere" sono infatti stagionali e quindi non presenti nel corso dell'anno, oltre

FIGURA 41. COMPOSIZIONE VENDITE 5 COLORI DEL BENESSERE DEL GRUPPO PAM-PANORAMA PER TIPOLOGIA DI REFERENZA (% SUL FATTURATO 2015)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Gruppo Pam-Panorama.

al fatto che il reparto ortofrutta del Gruppo è composto da prodotti non italiani e altre tipologie di referenze (come ad esempio frutta secca, fiori e piante) non rappresentate nei prodotti a marchio "5 colori del benessere". Nello specifico, le vendite (a valore) del Gruppo Pam-Panorama con il marchio "5 colori del benessere" sono composte principalmente da

finocchi e cuori di finocchio (che rappresentano la metà del fatturato 2015), pesche e pesche noci (23,6%) e clementine (18,4%): queste tre tipologie di referenze arrivano a coprire quasi il 92% delle vendite. Seguono a distanza, con incidenze più contenute arance (4,6%), angurie (2%), limoni (1,2%) e mele (0,3%).

PARTE SECONDA
**FOCUS DI APPROFONDIMENTO: CREDITO
E GESTIONE DEL RISCHIO**



CAPITOLO 4.**IL CREDITO ALLE IMPRESE,
STRUMENTO DI SVILUPPO
DELLA FILIERA ORTOFRUTTICOLA****4.1. ANALISI DEL QUADRO FINANZIARIO E PATRIMONIALE DELLE
IMPRESE ORTOFRUTTICOLE****4.1.1. Introduzione e aspetti metodologici**

Questa sezione del lavoro contiene un'analisi sui bilanci delle imprese italiane attive nella filiera ortofrutticola al fine di evidenziarne le *performance* patrimoniali e finanziarie registratesi nel corso degli ultimi anni. A tale scopo verranno proposti alcuni indicatori di bilancio utili a descrivere e definire il quadro finanziario e patrimoniale del sistema ortofrutticolo, che saranno poi confrontati con quelli rilevati nella più ampia filiera agroalimentare nazionale.

Dal punto di vista metodologico, sono stati innanzitutto estratti dalla banca dati Aida – Bureau Van Dijk i bilanci non consolidati delle imprese appartenenti sia alla filiera ortofrutticola che all'intero sistema agroalimentare italiano per il periodo 2012-2014.

Per quanto concerne l'ortofrutticolo sono state considerate le realtà attive nella coltivazione di ortaggi, patate, frutta e agrumi e quelle impegnate nella lavorazione e conservazione di ortofrutta, mentre il campione della filiera agroalimentare comprende sia l'universo delle aziende agricole e zootecniche che quello delle imprese di trasformazione (produzione di prodotti alimentari e bevande).

Il database così costruito è stato successivamente oggetto di verifiche e modifiche al fine di rendere il campione funzionale agli obiettivi dell'analisi. A tal proposito, sono state considerate esclusivamente le società (cooperative e di capitali) con disponibilità di bilancio per l'intera serie storica oggetto di analisi (2012-2014), escludendo quelle per le quali si è riscontrata l'assenza di dati di bilancio per uno qualsiasi degli anni presi in considerazione; allo stesso tempo, il database è stato depurato dalla presenza di imprese con valori di bilancio anomali.

Alla luce delle peculiarità contabili che contraddistinguono le cooperative¹⁸, per la filiera ortofrutticola sono stati previsti due sub-campioni definiti in funzione della forma giuridica d'impresa (società di capitali vs società cooperative): ciò permetterà di evidenziare, tra l'altro, le diverse *performance* e peculiarità delle imprese a seconda della forma giuridica delle stesse. Infine, l'analisi di bilancio è stata declinata anche sulla base della classe dimensionale al fine di mettere in evidenza le differenze esistenti fra le imprese di diversa dimensione economica attive nel settore.

I campioni definiti sono costituiti da 1.395 imprese ortofrutticole – di cui il 70% rappresentato da società di capitali e il restante 30% da cooperative – e 13.912 aziende agroalimentari – di cui il 74% costituito da imprese private e il 26% organizzato in forma cooperativa (Tabella 50). Si noti come entrambi siano ampiamente rappresentativi dei rispettivi universi di riferimento; ciò non solo grazie all'ampia numerosità delle imprese esaminate ma soprattutto in virtù dei valori economici espressi. Nel dettaglio, il fatturato del campione ortofrutticolo (in gran parte rappresentato da imprese attive nella fase di trasformazione) raggiunge i 9,7 miliardi di euro rispetto a un valore complessivo dei ricavi del settore delle conserve vegetali di 10,3 miliardi di euro. Allo stesso modo, il campione dell'intera filiera agroalimentare genera un fatturato di circa 116 miliardi di euro mentre i ricavi delle vendite del complessivo universo dell'alimentare italiano si aggirano attorno ai 132 miliardi di euro. La notevole rappresentatività dei campioni in termini del fatturato espresso assume un'importanza particolare in virtù delle modalità di calcolo adottate: gli indici di bilancio selezionati per l'analisi sono stati, infatti, ottenuti come medie ponderate dei valori di bilancio delle singole imprese.

TABELLA 50. I CAMPIONI DELL'ANALISI DI BILANCIO PER FORMA GIURIDICA D'IMPRESA [2014]

FORMA GIURIDICA	ORTOFRUTTICOLO				AGROALIMENTARE			
	IMPRESE		FATTURATO		IMPRESE		FATTURATO	
	N.	% SU TOTALE	MLN €	% SU TOTALE	N.	% SU TOTALE	MLN €	% SU TOTALE
Società di capitali	972	70%	7.498	77%	10.285	74%	94.033	81%
Cooperative	423	30%	2.190	23%	3.627	26%	22.154	19%
TOTALE	1.395	100%	9.687	100%	13.912	100%	116.187	100%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA – Bureau Van Dijk.

¹⁸ Le specificità civilistiche e fiscali delle cooperative agroalimentari spesso impattano sulle modalità di contabilizzazione delle voci di bilancio inficiando la veridicità dei risultati derivanti dall'analisi dei bilanci. A titolo esemplificativo, con riferimento al conto economico, nelle cooperative la gran parte della redditività viene contabilizzata in bilancio come un costo (acquisto di materie prime e semilavorati) dato che i margini creati dall'attività aziendale vengono spesso utilizzati per remunerare i conferimenti dei soci a prezzi superiori a quelli di mercato; ciò rende ambigui, e di fatto sottostimati, gli indici di redditività aziendali.

Nell'intento di offrire un maggior dettaglio informativo, i risultati sono stati stratificati anche per soglia dimensionale. La struttura dei campioni così delineati offre già qualche evidenza interessante; dalla **Tabella 51** emerge, infatti, come sia per la filiera ortofrutticola che per il totale agroalimentare la gran parte delle imprese sia di piccola e piccolissima dimensione economica (fatturato <7 milioni di euro), mentre, in maniera speculare, la maggior parte del fatturato sia riconducibile alle aziende più strutturate (ricavi delle vendite >7 milioni di euro).

TABELLA 51. I CAMPIONI DELL'ANALISI DI BILANCIO PER CLASSE DIMENSIONALE (2014)

CLASSE DI FATTURATO	ORTOFRUTTICOLA				AGROALIMENTARE			
	IMPRESE		FATTURATO		IMPRESE		FATTURATO	
	N.	% SU TOTALE	MLN €	% SU TOTALE	N.	% SU TOTALE	MLN €	% SU TOTALE
> 40 mln €	50	4%	5.523	57%	536	4%	73.684	63%
7-40 mln €	178	13%	2.906	30%	1.811	13%	29.589	25%
2-7 mln €	224	16%	844	9%	2.295	16%	8.821	8%
< 2 mln €	943	68%	414	4%	9.270	67%	4.094	4%
TOTALE	1.395	100%	9.687	100%	13.912	100%	116.187	100%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

4.1.2. Le principali evidenze dell'analisi di bilancio

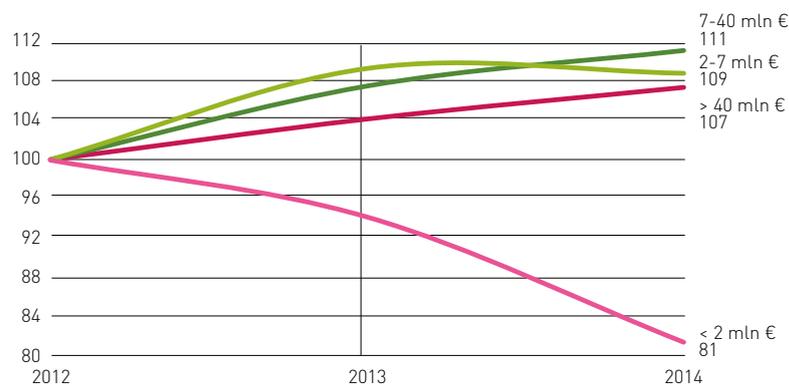
Prima di addentrarci nel *core* dell'analisi – ovvero l'esame della situazione patrimoniale e finanziaria delle imprese ortofrutticole italiane – è bene soffermarsi brevemente sulle principali *performance* economiche e di redditività della filiera.

Come si può osservare dalla **Figura 42** il comparto ortofrutticolo ha conosciuto una costante crescita dei fatturati nel triennio considerato: in particolare, tra il 2012 e il 2014, le imprese ortofrutticole italiane hanno visto crescere i ricavi delle vendite del +7%, una *performance* superiore a quella dell'intero agroalimentare (+3%). A trainare le ottime *performance* dell'ortofrutticolo sono state soprattutto le imprese di capitali, le quali nel periodo in esame hanno registrato una crescita del fatturato del +9%; al contrario, le cooperative sono state caratterizzate da un incremento dei ricavi meno spiccato (+2% tra 2012 e 2014, da ricondurre in primis alle negative *performance* dell'ultimo anno).

Declinando l'analisi per classe dimensionale, emerge come la crescita del fatturato ortofrutticolo sia da ricondurre in particolare agli ottimi risultati delle imprese di grandi e medie dimensioni (rispettivamente, fatturato >40 milioni di euro e ricavi compresi tra 7 e 40 milioni di euro), le quali hanno registrato un incremento delle vendite, rispettivamente, del +7% e del +11% tra 2012 e 2014 (**Figura 43**). *Performance* molto positive (+9%) si registrano anche per le imprese di piccola dimensione (ricavi tra 2 e 7 milioni di euro); all'opposto le micro realtà (valore delle vendite <2 milioni di euro) hanno conosciuto tra il 2012 e il 2014 una sensibile contrazione del fatturato (-19%).

FIGURA 42. TREND FATTURATO (NUMERI INDICE, 2012=100): AGROALIMENTARE VS ORTOFRUTTICOLO PER FORMA GIURIDICA

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

FIGURA 43. TREND FATTURATO (NUMERI INDICE, 2012=100): ORTOFRUTTICOLO PER CLASSE DIMENSIONALE

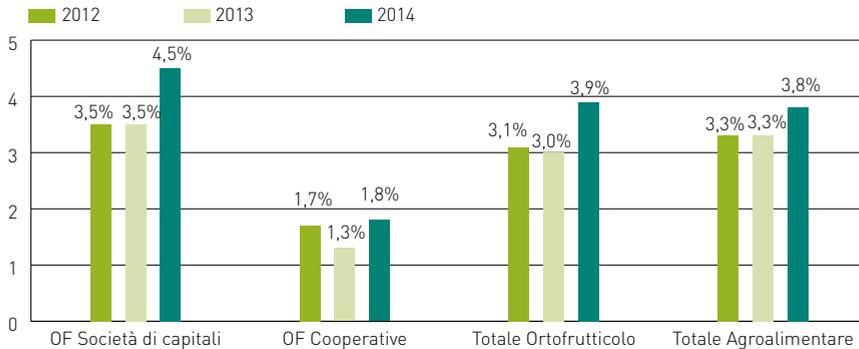
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

In merito alla marginalità delle vendite – misurata come il rapporto tra risultato operativo e fatturato – il settore ortofrutticolo registra risultati in linea con il totale agroalimentare: 3,9% nel 2014, un valore tra l'altro in netto miglioramento rispetto agli anni precedenti (Figura 44).

Analizzando i risultati in base alla forma giuridica, è immediato notare il minor ROS che caratterizza il mondo cooperativo (1,8%): come anticipato, ciò è da ricondurre al fatto che nelle cooperative la gran parte dei margini/utili è distribuita ai soci tramite il riconoscimento di un maggior valore sulle produzioni conferite e quindi contabilizzata tra i costi di acquisto delle materie prime, una circostanza che sottostima il risultato operativo e dunque il livello di tutti gli indici di redditività (non solo del ROS).

Al contrario, le società di capitali attive nella filiera ortofrutticola presentano una marginalità delle vendite del 4,5%.

FIGURA 44. REDDITIVITA DELLE VENDITE (ROS)*: AGROALIMENTARE VS ORTOFRUTTICOLO PER FORMA GIURIDICA

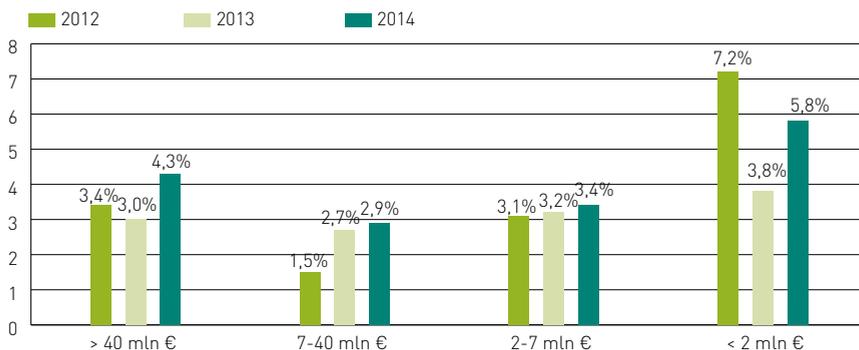


*Reddito Operativo/Fatturato.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

A differenza di quanto in genere accade nell'agroalimentare italiano, nel campione delle imprese ortofrutticole le marginalità più elevate si riscontrano tra le micro aziende, ossia quelle con ricavi inferiori a due milioni di euro (5,8% nel 2014). Tuttavia, come vedremo in seguito, tale vantaggio viene in parte eroso dal notevole impatto che assumono in questo gruppo di imprese gli oneri finanziari (Figura 45 e Figura 55). Degni di nota sono anche i buoni risultati delle imprese più strutturate (fatturato > 40 milioni di euro): questo gruppo - oltre a registrare una redditività delle vendite maggiore rispetto alla media del settore (e in netto miglioramento tra 2012 e 2014) - si caratterizza anche per il minor peso dei costi legati all'indebitamento.

FIGURA 45. REDDITIVITA DELLE VENDITE (ROS)*: ORTOFRUTTICOLO PER CLASSE DIMENSIONALE

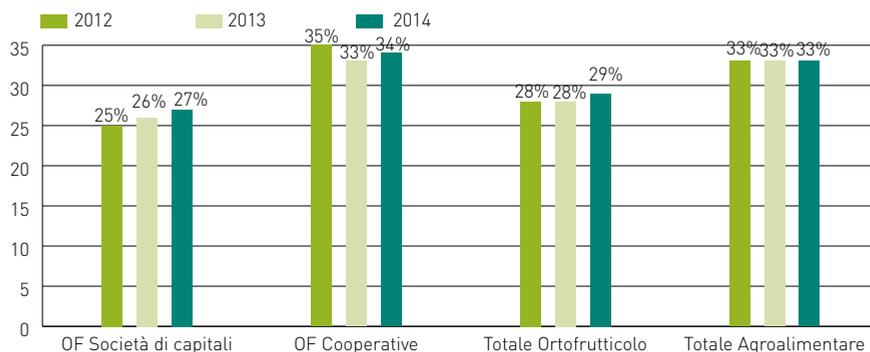


*Reddito Operativo/Fatturato.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

Grazie a tali *performance* l'ortofrutticolo è una delle filiere agroalimentari italiane in cui minore è l'incidenza delle aziende in perdita: 29% contro il 33% dell'intero agroalimentare (Figura 46). Anche in questo caso, il maggior peso delle aziende in perdita nel mondo cooperativo (34% vs il 27% per le società di capitale) è funzione delle peculiarità contabili che contraddistinguono tale forma d'impresa e che influiscono in maniera determinante sul risultato finale d'esercizio.

FIGURA 46. INCIDENZA DELLE AZIENDE IN PERDITA SUL TOTALE: AGROALIMENTARE VS ORTOFRUTTICOLO PER FORMA GIURIDICA



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

Tuttavia, con riferimento a tale aspetto le evidenze più interessanti emergono dall'analisi per classe dimensionale: il numero delle aziende con un risultato d'esercizio negativo tende, infatti, a crescere con il ridursi della dimensione economica (si tratta di evidenze che trovano conferme anche nell'analisi delle revocche di riconoscimento delle OP, dove le OP revocate sono quelle con una dimensione economica più contenuta. Infatti, la dimensione economica di una società rappresenta una variabile importante al fine di pervenire ad una buona capacità reddituale). Non a caso, la quota delle realtà in perdita è superiore alla media di settore nel caso delle micro aziende (ricavi < 2 mln euro), ossia quel gruppo di imprese che nel corso degli ultimi anni più di tutti ha subito gli effetti della negativa congiuntura economica, riscontrando le maggiori difficoltà sul mercato (Figura 43 e Figura 47).

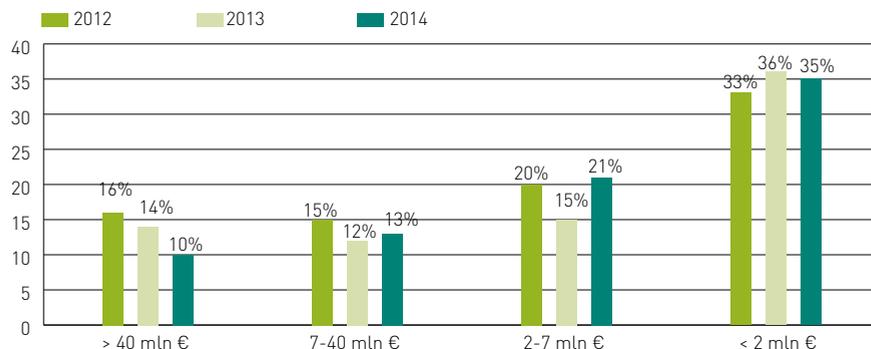
Allo stesso tempo, si noti come per il gruppo delle imprese di media e grande dimensione (fatturato maggiore a 7 milioni di euro), la quota delle aziende in perdita – oltre ad essere sensibilmente più bassa – si sia ridotta nel corso del triennio 2012-2014.

Focalizzando l'attenzione sulla struttura finanziario-patrimoniale del settore ortofrutticolo italiano il primo elemento preso in esame riguarda la *trend* delle due principali fonti di finanziamento: patrimonio netto e indebitamento bancario.

Per quel che concerne il patrimonio netto, dalla Figura 48 è immediato notare come il valore patrimoniale delle imprese ortofrutticole sia cresciuto in maniera piuttosto ridotta tra il 2012 e il 2014: +3%, un valore ben distante dall'incremento medio registrato

dall'intero settore agroalimentare (+9%). Più nel dettaglio, tale risultato è esclusivamente da ricondursi all'incremento del patrimonio netto delle società di capitali, che concentrano la gran parte dei valori patrimoniali cumulati della filiera ortofrutticola.

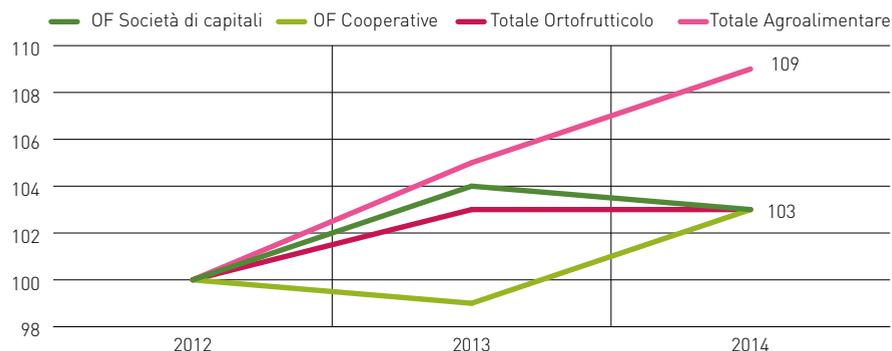
FIGURA 47. INCIDENZA DELLE AZIENDE IN PERDITA SUL TOTALE: ORTOFRUTTICOLO PER CLASSE DIMENSIONALE



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

Nelle cooperative le risorse finanziarie immesse dai soci a titolo di patrimonio netto (tramite l'apporto di capitale o, più spesso, attraverso l'accantonamento di utili a riserve) sono, difatti, piuttosto marginali se confrontate con quanto accade nelle società private. Ciò è tra l'altro coerente con la diversa natura delle due forme d'impresa: nelle società di capitali il rendimento dei soci è proporzionale al capitale apportato, mentre nelle imprese cooperative la remunerazione dei soci è funzionale alla quantità e qualità dei prodotti conferiti per cui la loro propensione a immettere capitale è decisamente minore. Tali considerazioni verranno riprese quando verrà analizzato il grado di patrimonializzazione delle imprese ortofrutticole.

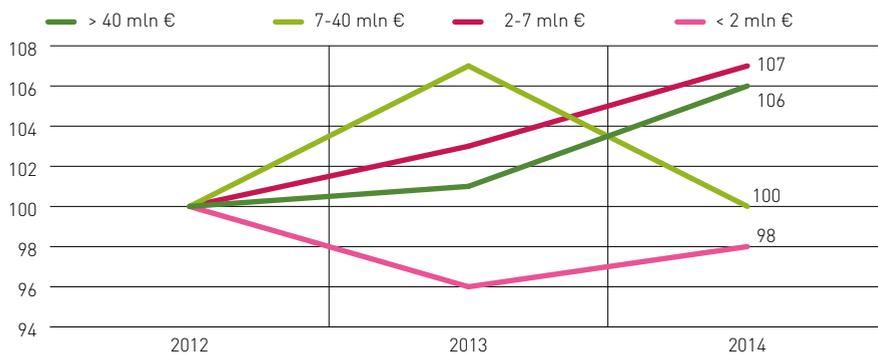
FIGURA 48. TREND PATRIMONIO NETTO (NUMERI INDICE, 2012=100): AGROALIMENTARE VS ORTOFRUTTICOLO PER FORMA GIURIDICA



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

Considerando le dinamiche che hanno caratterizzato i diversi gruppi dimensionali, si nota come alla crescita del patrimonio netto della filiera ortofrutticola abbiano contribuito le imprese più strutturate (ricavi > 40 mln euro) e quelle di piccole dimensioni (fatturato tra 2 e 7 mln euro). Al contrario, i valori patrimoniali delle aziende di medie dimensioni (ricavi compresi tra 7 e 40 mln euro) sono rimasti stazionari nel triennio in esame (al netto della crescita avvenuta nel 2013), mentre il patrimonio netto delle micro realtà (ricavi delle vendite inferiori a 2 mln euro) si è lievemente ridotto (Figura 49).

FIGURA 49. TREND PATRIMONIO NETTO (NUMERI INDICE, 2012=100): ORTOFRUTTICOLO PER CLASSE DIMENSIONALE

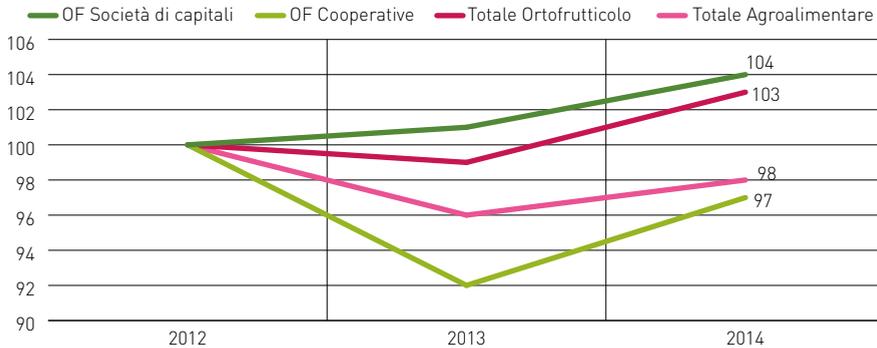


Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

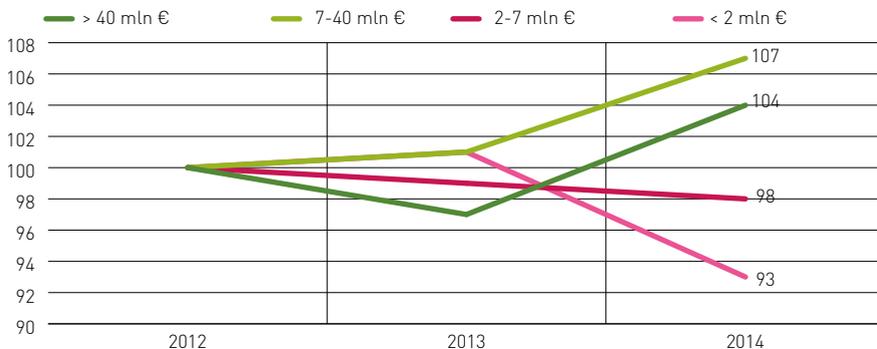
L'ortofrutticolo si discosta rispetto alla più ampia filiera agroalimentare italiana anche per quel che riguarda il reperimento di finanziamenti sul mercato creditizio: in controtendenza al totale agroalimentare, dove lo *stock* di debito bancario si è ridotto del 2% nel triennio in esame, tra le imprese ortofrutticole è cresciuto l'indebitamento con le banche (+3% tra 2012 e 2014, Figura 50).

Anche in tale caso emergono differenze rilevanti tra cooperative e società di capitali in virtù della loro diversa natura: sono, difatti, queste ultime a caratterizzarsi per il crescente (e maggiore) ricorso a finanziamenti di natura bancaria (+4% tra 2012 e 2014). Tuttavia, nel caso delle cooperative, è interessante notare come dopo il calo registrato tra 2012 e 2013, negli ultimissimi anni il valore delle risorse prese a prestito sul mercato bancario sia aumentato del +5% tra 2013 e 2014.

Più nel dettaglio, l'aumento dello *stock* di debito bancario impiegato all'interno della filiera è stato trainato dai maggiori livelli di indebitamento delle aziende di grandi e soprattutto medie dimensioni (ricavi superiori a 7 mln di euro). Al contrario, dinamiche di segno opposto hanno contraddistinto le imprese di minori dimensioni (in particolare quelle con un fatturato inferiore a 2 milioni di euro) per le quali si segnala una riduzione del valore dei debiti bancari del 7% tra 2012 e 2014 (Figura 51).

FIGURA 50. TREND INDEBITAMENTO BANCARIO (NUMERI INDICE, 2012=100): AGROALIMENTARE VS ORTOFRUTTICOLO PER FORMA GIURIDICA

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

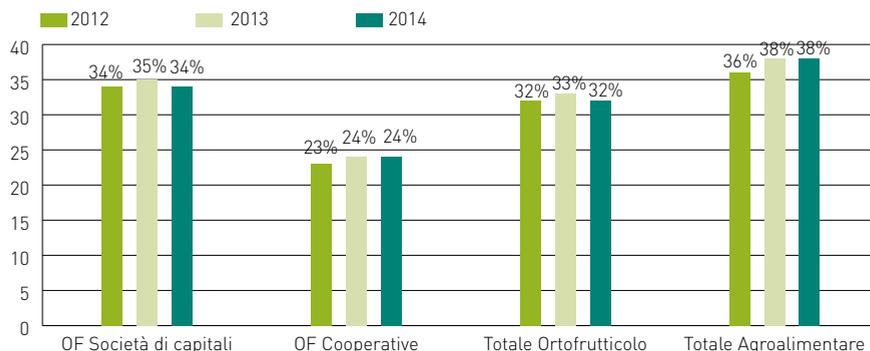
FIGURA 51. TREND DELL'INDEBITAMENTO BANCARIO (NUMERI INDICE, 2012=100): ORTOFRUTTICOLO PER CLASSE DIMENSIONALE

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

A fronte del parallelo aumento delle due principali fonti di finanziamento (patrimonio netto, da un lato, e debito bancario, dall'altro), il grado di patrimonializzazione delle aziende attive nella filiera ortofrutticola (espresso come rapporto tra il patrimonio netto e il totale delle passività) è rimasto sostanzialmente stazionario nel corso del triennio 2012-2014, attestandosi attorno al 32% (Figura 52); si tratta, tra l'altro di un livello inferiore a quello che caratterizza l'agroalimentare nel suo complesso (38% nel 2014). All'interno del settore, le imprese cooperative sono caratterizzate da un minor grado di patrimonializzazione: 24% contro il 34% delle società di capitali. Tale valore è ancora una volta dovuto alle peculiarità di questa veste giuridica che fa sì che le risorse finanziarie immesse dai soci a titolo di patrimonio netto (mediante apporto di capitale o accantonamento di utili a riserve) siano piuttosto marginali. Tuttavia, la più bassa patrimonializzazione del mondo cooperativo può essere vista anche sotto un'altra ottica: infatti, alla luce della minore propensione dei soci a immettere patri-

monio netto mediante mezzi propri, le cooperative sembrano aver bisogno di reperire risorse finanziarie al di fuori della base sociale. In tal senso assume un ruolo cruciale l'accesso al credito bancario; non a caso, come evidenziato in precedenza (Figura 50), dopo il calo tra il 2012 e il 2013, negli ultimissimi anni (2014/2013) è aumentato lo stock di debito bancario della cooperazione ortofrutticola.

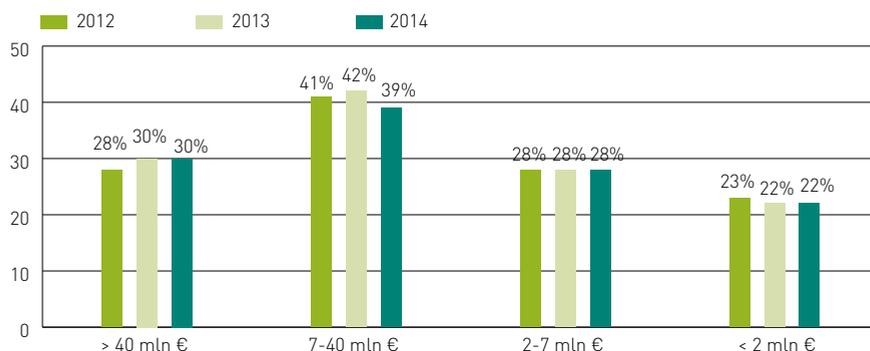
FIGURA 52. GRADO DI PATRIMONIALIZZAZIONE*: AGROALIMENTARE VS ORTOFRUTTICOLO PER FORMA GIURIDICA



*Patrimonio netto/totale passività.
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

Dall'analisi per soglia dimensionale emerge come siano le micro imprese (fatturato <2 mln euro) a mostrare i valori più bassi all'interno della filiera: il loro grado di patrimonializzazione è pari al 22%, mentre il peso del patrimonio netto sul totale delle positività tende ad essere superiore alla media tra le imprese con fatturato compreso tra 7 e 40 milioni di euro: 39 % nel 2014 (Figura 53).

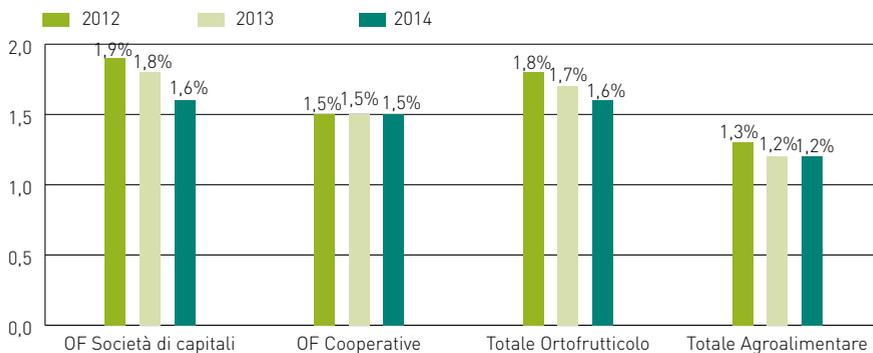
FIGURA 53. GRADO DI PATRIMONIALIZZAZIONE*: ORTOFRUTTICOLO PER CLASSE DIMENSIONALE



*Patrimonio netto/totale passività.
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

Un ulteriore elemento preso in esame nell'analisi della struttura patrimoniale-finanziaria delle imprese ortofrutticole italiane riguarda l'impatto della gestione finanziaria. In particolare, dalla **Figura 54** si può osservare come nel triennio in esame l'incidenza sul fatturato degli oneri finanziari sostenuti dalle aziende ortofrutticole sia diminuita leggermente (dall'1,8% del 2012 all'1,6% del 2014), mantenendosi però su livelli superiori a quelli registrati per l'intera filiera agroalimentare (1,2% nel 2014). Nel dettaglio, la riduzione del peso degli oneri legati all'indebitamento è da ricondursi sia all'incremento del fatturato che al contestuale abbassamento dei tassi d'interesse bancari. Anche in questo caso è facile intuire come le dinamiche della filiera siano influenzate dalle società di capitali, ovvero da quella forma di imprese che per natura ricorre in maniera più frequente al capitale di debito.

FIGURA 54. PESO DEGLI ONERI FINANZIARI SUL FATTURATO: AGROALIMENTARE VS ORTOFRUTTICOLO PER FORMA GIURIDICA

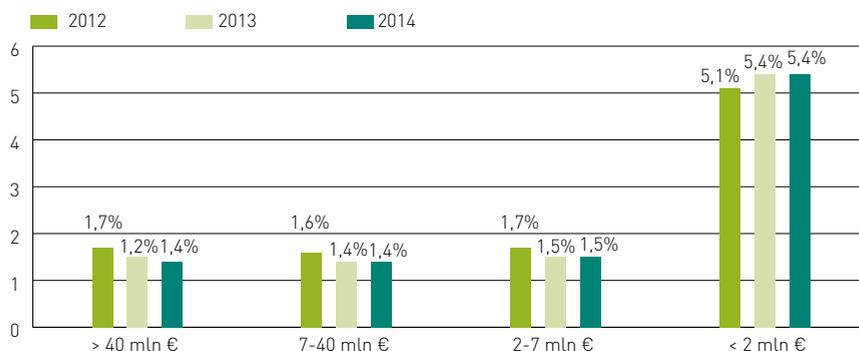


Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

La dimensione d'impresa rappresenta un fattore cruciale anche per l'assorbimento dei costi finanziari: l'impatto di tali costi risulta, infatti, sensibilmente più elevato per le imprese con un fatturato inferiore a 2 milioni di euro, dove gli oneri finanziari arrivano a pesare per oltre il 5% sui ricavi complessivi delle vendite (**Figura 55**). Come visto in precedenza, nonostante le micro realtà della filiera si caratterizzino per buone marginalità delle vendite (**Figura 51**), tali risultati non bastano a compensare i pesanti effetti dell'indebitamento. Parallelamente, con il crescere delle dimensioni aziendali l'impatto dei costi finanziari tende a diminuire progressivamente. Le differenze tra i diversi gruppi di impresa, emergono anche in termini di tendenza: nel triennio esaminato l'incidenza dei costi dell'indebitamento si è, difatti, ridotta all'interno di tutta la filiera, eccezion fatta per le micro realtà. Spostiamo ora l'attenzione sull'indice di liquidità ristretta, indicatore che evidenzia la capacità delle aziende di saldare i debiti che scadono nel breve periodo utilizzando le risorse disponibili in forma liquida nello stesso periodo (al netto delle rimanenze di magazzino). Così costruito, valori dell'indice vicini o, meglio, superiori all'unità suggeriscono un buon grado di liqui-

dità primaria; di converso, stando alla letteratura sul tema, valori inferiori a 0,8 e via via decrescenti dovrebbero richiamare l'attenzione su un possibile deficit di liquidità.

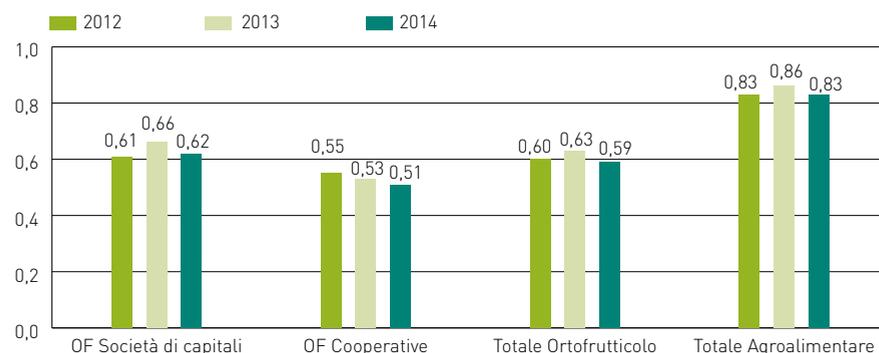
FIGURA 55. PESO DEGLI ONERI FINANZIARI SUL FATTURATO: ORTOFRUTTICOLO PER CLASSE DIMENSIONALE



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

Dalla **Figura 56** emerge come il settore ortofrutticolo presenti un indice di liquidità ristretta piuttosto basso, che si attesta attorno allo 0,6; valore significativamente minore rispetto a quanto rilevato nel comparto agroalimentare, che anzi mostra valori prossimi all'unità. In altri termini, se le aziende della filiera ortofrutticola (sia di capitali che cooperative) dovessero estinguere le proprie esigibilità nell'immediato, esse non avrebbero a disposizione una quantità sufficiente di attività da rendere liquide nel breve periodo. La situazione descritta non è tuttavia drammatica: si ritiene, infatti, che entro il valore di 0,5 un'impresa non sia in crisi di solvibilità, ma piuttosto soffra di un deficit di liquidità.

FIGURA 56. INDICE DI LIQUIDITÀ RISTRETTA*: AGROALIMENTARE VS ORTOFRUTTICOLO PER FORMA GIURIDICA

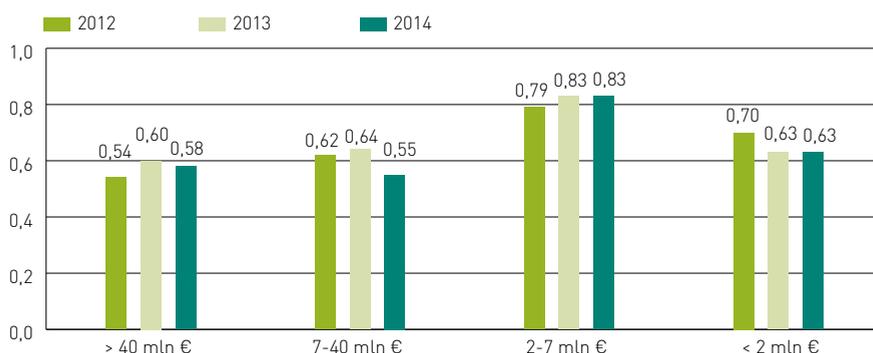


*[Attivo circolante - rimanenze]/passività a breve.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

Dall'analisi per classe di dimensione è interessante notare come il *cluster* con il miglior risultato sia quello delle piccole imprese (fatturato tra 2 e 7 milioni di euro): questo gruppo, grazie alla maggior incidenza dell'attivo circolante, mostra valori decisamente superiori alla media del settore, caratterizzandosi per un buon grado di liquidità primaria (0,83 del 2014). Al contrario, le aziende di medie e grandi dimensioni si contraddistinguono per un deficit di liquidità, mostrando valori attorno allo 0,5/0,6 (Figura 57).

FIGURA 57. INDICE DI LIQUIDITA RISTRETTA*: ORTOFRUTTICOLO PER CLASSE DIMENSIONALE



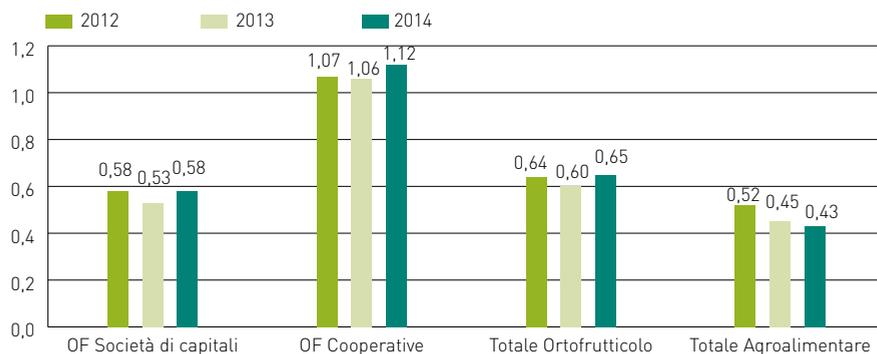
*[Attivo circolante – rimanenze]/passività a breve.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA – Bureau Van Dijk.

Un'ultima e più precisa indicazione sull'equilibrio tra le diverse fonti di finanziamento viene dal rapporto tra il capitale finanziario di debito (posizione finanziaria netta) e il patrimonio netto poiché tale indicatore considera solo il capitale finanziario escludendo quello di natura commerciale. Più nel dettaglio, tanto è maggiore il valore del rapporto debt/equity tanto più elevata è l'esposizione finanziaria dell'azienda nei confronti di terzi, per cui esso dovrebbe essere massimo pari all'unità. Fatte tali premesse di natura metodologica, dall'analisi emerge come il settore ortofrutticolo si caratterizzi per un buon rapporto debt/equity: 0,65 nel 2014, in leggero aumento rispetto al 2013 ma sostanzialmente stabile rispetto al 2012 (Figura 58). Tale *trend* altalenante è concorde con le dinamiche del patrimonio netto e dell'indebitamento bancario osservate in precedenza: tra il 2013 e il 2014 alla stazionarietà dei valori patrimoniali si è, difatti, contrapposta una crescita dei debiti con le banche (Figura 48 e Figura 50). Al contrario, per il totale agroalimentare, il rapporto tra capitale finanziario di debito e patrimonio netto si muove in tutt'altra direzione con un *trend* al ribasso caratterizzato, tra l'altro, da valori significativamente minori (si passa dallo 0,52 del 2012 allo 0,43 del 2014); in questo caso i risultati derivano dall'incremento del patrimonio netto e dalla parallela (seppur lieve) riduzione dei debiti verso le banche che hanno contraddistinto nel medesimo periodo la più ampia filiera agroalimentare. Al di là del confronto con il comparto agroalimentare, il settore ortofrutticolo eviden-

zia delle buone *performance* che indicano un equilibrio sostenibile nel lungo periodo: mentre infatti l'indice di liquidità mostrava risultati più deboli, il rapporto tra le fonti finanziamento rispecchia invece una certa solidità; questo può suggerire che il deficit di liquidità prima identificato sia imputabile principalmente a debiti di natura commerciale piuttosto che finanziaria. Per quel che concerne le cooperative, il loro elevato rapporto debt/equity è funzione sia dello scarso livello di patrimonializzazione di tale tipologia di imprese che della partecipazione dei soci al finanziamento delle attività sotto altre forme.

FIGURA 58. RAPPORTO TRA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA E PATRIMONIO NETTO*: AGROALIMENTARE VS ORTOFRUTTICOLO PER FORMA GIURIDICA



*[(Debiti bancari + debiti verso altri finanziatori) - disponibilità liquide]/Patrimonio netto.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

È interessante notare come tale indice differisca sensibilmente in funzione della dimensione aziendale: se per le aziende di media grandezza il rapporto tra indebitamento finanziario netto e patrimonio netto è pari allo 0,41, per tutti gli altri *cluster* dimensionali l'indicatore presenta valori costantemente superiori allo 0,7 (Figura 59).

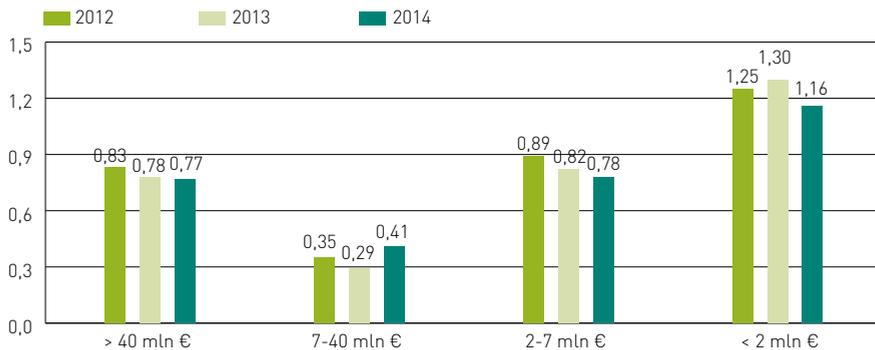
In particolare, tra le micro aziende (fatturato inferiore a 2 milioni di euro), il valore del capitale finanziario di debito supera quello del patrimonio netto, suggerendo una sofferenza strutturale preoccupante.

In conclusione, dall'analisi emerge, innanzitutto come il settore ortofrutticolo italiano - oltre a distinguersi per un fatturato cumulato in continua crescita - si caratterizzi in generale per un buon equilibrio tra le diverse fonti di finanziamento. In particolare, sembra che le imprese ortofrutticole finanzino la propria attività sia facendo ricorso ad aumenti o accantonamenti di capitale a patrimonio che ricorrendo al credito bancario: tra il 2012 e il 2014 sia i valori patrimoniali che lo *stock* di indebitamento bancario della filiera hanno difatti registrato un incremento di pari entità (+3%).

Il mercato creditizio sembra dunque riporre fiducia nella capacità delle imprese di questo settore di assolvere ai propri impegni finanziari; non a caso, l'ortofrutticolo

si contraddistingue anche per un minor peso delle aziende in perdita rispetto alla media del più ampio agroalimentare (grazie anche alla crescita del fatturato che ha caratterizzato l'ultimo triennio). Bisogna comunque dire che un maggiore grado patrimonializzazione del settore (l'ortofrutticolo è, difatti, una delle filiere agroalimentari italiane con la minor incidenza del patrimonio netto sul totale delle passività) così come una diluizione dei debiti dal breve periodo al medio-lungo periodo renderebbero questo comparto ancor più solido.

FIGURA 59. RAPPORTO TRA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA E PATRIMONIO NETTO*:
ORTOFRUTTICOLO PER CLASSE DIMENSIONALE



*[(Debiti bancari + debiti verso altri finanziatori) - disponibilità liquide]/Patrimonio netto.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati AIDA - Bureau Van Dijk.

Le dinamiche appena descritte coinvolgono però solo una parte minoritaria del tessuto produttivo attivo nella filiera ortofrutticola italiana: si tratta soprattutto delle aziende di medie e grandi dimensioni (ricavi superiori ai 7 milioni di euro), le quali - pur rappresentando solo il 17% del campione in termini di numerosità - realizzano ben l'87% del fatturato del settore.

Considerando le realtà più piccole, in particolare quelle con un fatturato inferiore a 2 milioni di euro, la situazione cambia radicalmente. Le micro aziende della filiera sono quelle che più di tutti hanno subito gli effetti della negativa congiuntura economica: tra 2012 e 2014 il loro fatturato cumulato si è contratto sensibilmente (-19%) e al 2014 oltre un terzo di esse risultava in perdita. Tale scenario ha naturalmente condizionato anche il rapporto con il mercato creditizio: non a caso, tale gruppo di imprese ha visto restringersi il credito da parte delle banche nel corso degli ultimi anni. A ciò bisogna poi aggiungere come queste imprese mostrino una situazione finanziaria alquanto preoccupante: il valore dell'indebitamento finanziario supera, infatti, quello del patrimonio netto e l'impatto dei costi legato all'indebitamento è significativamente superiore.

4.2. IL RAPPORTO OP-ISTITUTI DI CREDITO: QUALI EVIDENZE?

Con l'obiettivo di analizzare gli aspetti principali che definiscono il rapporto tra sistema bancario e mondo delle OP, nel mese di marzo 2016 è stata realizzata un'indagine diretta che ha interessato un campione di OP associate ad Unaproa (rappresentative sia del territorio nazionale che delle diverse specializzazioni ortofrutticole fresche e trasformate) e, in particolare, le figure che all'interno delle strutture organizzate coinvolte si occupano di gestire le relazioni finanziarie con le banche. Gli attori che hanno esposto il loro punto di vista fanno riferimento a ruoli diversi (Presidente, Direttore, amministratore delegato, responsabile amministrativo, responsabile finanziario,...), ma comunque tutti in grado di rappresentare gli elementi e le caratteristiche di base del rapporto tra banche e OP.

Il primo aspetto che è stato indagato riguarda la percezione dell'importanza dell'accesso al credito bancario come fattore di competitività di una OP; in questo caso il 50% degli intervistati ha affermato che l'accesso al credito bancario rappresenta un elemento molto importante per sostenere la competitività delle OP, mentre l'altra metà del campione ha dichiarato che lo ritiene un elemento abbastanza importante; nessuno ha affermato che si tratta di un fattore poco o per nulla importante per la competitività di impresa. Tra coloro che indicano l'accesso al credito come fattore di competitività determinante prevalgono strutture con valori di fatturato significativi (diverse decine di milioni di euro) e, in generale, più elevati di chi ha indicato l'accesso al credito bancario come fattore abbastanza importante per la competitività. Tutte le strutture coinvolte nell'indagine hanno ovviamente dichiarato di far ricorso al sistema bancario per supportare la loro attività operativa, seppur con diversi gradi di importanza; infatti, si passa da OP che hanno rapporti con 1 o 2 banche al massimo ad organizzazioni che affermano di utilizzare oltre 5 istituti, fino a casi particolari che dichiarano che le banche con cui hanno rapporti di lavoro sono circa 25. Il numero di istituti con cui si intrattengono rapporti generalmente cresce al crescere del volume di affari delle organizzazioni, per cui le OP con fatturati più elevati si relazionano con un numero maggiore di banche, anche se tale relazione non è sempre verificata.

Chiarita la percezione delle OP nei confronti del sistema bancario in termini di supporto alla competitività è stata poi indagata l'evoluzione delle problematiche aziendali riguardanti l'accesso al credito bancario. La maggioranza degli intervistati (50%) ha affermato che negli ultimi tre anni le criticità collegate all'accesso al credito bancario sono peggiorate, il 30% le ritiene migliorate e solo il restante 20% crede che siano rimaste tutto sommato identiche. Tra coloro che riconoscono un miglioramento nelle condizioni relative all'accesso al credito bancario prevale tuttavia la sensazione che tale progresso sia dovuto al contesto economico recente, in cui si registra una ripresa delle erogazioni finanziarie rispetto al passato più per condizioni congiunturali che per una "migliore predisposizione" del sistema bancario nei confronti delle OP.

L'attenzione è stata poi spostata sul supporto che le banche possono garantire alle

OP e, in particolare, è stato indagato se negli ultimi 18-24 mesi fossero stati richiesti prestiti bancari. Il 60% degli intervistati ha dichiarato di aver fatto richiesta di uno o più prestiti e che tali richieste sono state tutte accolte dagli istituti con cui intrattengono rapporti di collaborazione; il restante 40% ha invece affermato di non aver fatto richiesta di prestiti bancari e che l'operatività dell'OP è stata in parte supportata sfruttando i rapporti con altre strutture che definiscono l'organizzazione nel suo complesso (SpA o altre cooperative) o approfittando delle linee di credito già accordate. Tra coloro che hanno richiesto un prestito nell'ultimo periodo prevalgono strutture con elevati valori di fatturato e con proiezione commerciale internazionale, oltre alla presenza di un elevato numero di soci produttori. Le finalità per cui sono state avanzate richieste di finanziamento attengono essenzialmente alla possibilità di cofinanziare interventi di sviluppo (es. dal PSR), acquistare macchinari o beni strumentali, come pure per attività volte a migliorare la trasformazione e commercializzazione dei prodotti e per realizzare attività promozionali/di *marketing*.

Tuttavia, nonostante la maggioranza delle OP abbia affermato di far ricorso all'utilizzo di finanziamenti, permane la sensazione forte che nei rapporti con le banche gli aspetti problematici siano diversi e che il sistema nel suo complesso non sia (più) "attrezzato" per valutare correttamente le peculiarità del settore agricolo e delle organizzazioni collettive. Infatti, alla domanda su quali sono gli aspetti più problematici nei rapporti con le banche, l'80% degli intervistati ha dichiarato che il sistema bancario presenta forti difficoltà di comprensione degli assetti e delle configurazioni operative delle OP, un elemento accentuato dal processo di despecializzazione che negli ultimi anni ha interessato il settore bancario nei confronti del sistema agricolo e alimentare. Altri aspetti che sono stati richiamati come critici riguardano la mancata disponibilità di strumenti di credito adeguati alle esigenze delle OP o la richiesta di garanzie troppo restrittive. Circa un 10% ha invece dichiarato come fattori critici l'erogazione di risorse insufficienti rispetto alle domande e la richiesta di tassi di interesse elevati. Queste valutazioni sono state spesso associate a considerazioni relative alle criticità che le OP scontano nei confronti del sistema bancario per quanto riguarda la corretta interpretazione della loro solidità e capacità di restituzione dei finanziamenti; quasi tutti i rappresentati coinvolti nell'indagine hanno infatti affermato che i modelli applicati dalle banche per valutare le OP non sono adatti a cogliere le loro peculiarità e che la ridotta capitalizzazione che caratterizza molte strutture tende ad essere un importante fattore critico rispetto agli elementi di valutazione adottati dalle banche. Solo un 10% di OP ha dichiarato di non avere particolari criticità con le banche, ma si tratta di strutture che intrattengono rapporti con oltre 10 istituti, estremamente dimensionate, con elevati valori di fatturato di cui oltre la metà ottenuti all'estero e i cui responsabili finanziari in alcuni casi provengono dal sistema bancario; condizioni molto difficili da riscontrare nella maggioranza delle OP italiane.

Tenuto conto di tali fattori, sono stati quindi indagati gli aspetti più importanti che le OP considerano quando devono scegliere una banca piuttosto che un'altra. Il 70%

ha affermato, coerentemente con le criticità rilevate in precedenza, che un elemento di primo piano per poter scegliere una banca è legato alla presenza di personale qualificato e in grado di valutare correttamente le peculiarità del settore agricolo; altri elementi che sono stati richiamati come importanti riguardano la vicinanza fisica della banca all'azienda, vicinanza da intendersi però sia in senso fisico (banca locale o radicata sul territorio) che per quanto riguarda la presenza di organismi decisionali a livello territoriale e non presso direzioni centrali dislocate in città lontane da dove invece opera l'OP. La prossimità geografica e decisionale può tradursi in servizi specifici per il mondo organizzato e in una migliore capacità di proporre prodotti adatti alle caratteristiche peculiari delle OP.

Infine, gli ultimi aspetti analizzati hanno riguardato la coerenza tra prodotti offerti dalle banche e fabbisogni del sistema organizzato, aree di miglioramento del rapporto banca-OP e l'individuazione di prodotti/servizi che le banche potrebbero introdurre per meglio soddisfare le esigenze delle strutture organizzate.

In riferimento alla coerenza tra esigenze delle OP e portafoglio di prodotti e servizi offerti dalle banche si evidenzia come la maggioranza di OP coinvolte (70%) abbia dichiarato che l'offerta bancaria potrebbe essere ulteriormente migliorata, non solo per rispondere più efficacemente alle esigenze specifiche delle strutture organizzate ma anche per intercettare e soddisfare i fabbisogni di credito delle basi sociali (imprenditori agricoli) che le stesse OP rappresentano; infatti, le OP lamentano la difficoltà del sistema bancario di ragionare in un'ottica complessiva che consideri congiuntamente le OP e il sistema agricolo che tali strutture aggregano e rappresentano, come del resto si evidenzia la difficoltà di riconoscere un valore maggiore a quelle aziende agricole che appartengono a circuiti di produzione organizzata e che possono vantare, rispetto ad aziende meno organizzate, la certezza dei flussi di cassa futuri. In pratica, le OP segnalano la difficoltà di essere correttamente valutate dalle istituzioni bancarie (e quindi di non poter disporre di prodotti finanziari adeguati) e di non riuscire a ribaltare gli effetti positivi del loro operato in favore delle aziende agricole che allo stesso modo scontano difficoltà di "interpretazione e valutazione" da parte delle banche. Solo una parte minoritaria di imprese afferma che i prodotti e servizi offerti dalle banche sono adeguati e calibrati sulle esigenze delle OP e che, anche se non calibrati sulle specifiche necessità, risultano comunque adeguati a supportarle nell'attività operativa.

In questo quadro di riferimento, la possibilità per le OP di ottenere dal sistema bancario finanziamenti dedicati a garantire il fabbisogno finanziario dei PO potrebbe configurarsi come un valido supporto operativo, in cui la restituzione del finanziamento sarebbe garantita, oltre che dagli anticipi comunitari delle spese effettuate nell'ambito dei PO, anche dalla possibilità di attivare un fondo garanzia pubblico sulle somme erogate dal sistema bancario. L'erogazione del finanziamento e il pagamento delle rate collegate sarebbero in questo modo "garantiti" da un doppio meccanismo: un fondo di garanzia pubblico su una parte degli importi concessi a titolo di finanziamento del PO e dai pagamenti dei rimborsi europei sugli importi spesi a valere sui

PO. Per supportare invece le esigenze di credito dei soci produttori si potrebbe anche pensare alla definizione di un prestito di conduzione aziendale fatto dalle OP (supportate dalle banche) alle aziende socie per sostenere le spese di gestione corrente, prestito che sarebbe garantito dalla vendita dei prodotti aziendali che i soci conferiscono alle OP. Su questo aspetto, con l'obiettivo di comprenderne le potenzialità di azione e per calibrare gli elementi necessari, l'attivazione di una sorta di laboratorio nazionale in cui far partecipare sistema bancario e Unaproa con le proprie strutture tecniche e produttive potrebbe condurre ad una sperimentazione nazionale del modello con vantaggi reciproci sia per il sistema bancario che per quello organizzato. Un miglior dialogo tra OP e sistema bancario potrebbe inoltre condurre a sperimentare lo sviluppo di prodotti innovativi, come nel caso dei fondi di mutualizzazione (sia in favore delle perdite di produzione che a sostegno del reddito), la cui attivazione determinerebbe vantaggi sia per le OP e i soci produttori (rendendoli meno esposti alle perdite di produzione e di volatilità dei prezzi) che per le banche, che avrebbero l'opportunità di gestire (attivamente) le risorse finanziarie del fondo.

Alla luce dello scarso allineamento tra offerta e domanda di prodotti e servizi bancari è stato poi chiesto di esplicitare quali possono essere le aree di miglioramento del rapporto banca-OP; in questo caso le risposte sono state meno concentrate intorno a pochi ambiti e le indicazioni più richiamate attengono alla necessità di migliorare le modalità di valutazione del rischio di credito, allo snellimento della burocrazia associata alla gestione del rapporto, ai tempi di erogazione del credito come pure all'elevato valore delle garanzie richieste; non sono mancate tuttavia indicazioni legate alla possibilità di predisporre prodotti/servizi specifici per le OP, come ad esempio nel caso di strumenti in grado di supportare le imprese nei processi di internazionalizzazione, ormai diventati sempre più imprescindibili nelle traiettorie strategiche delle OP, anche alla luce delle difficoltà che si registrano per i consumi alimentari sul mercato interno.

L'ultimo ambito di analisi ha riguardato quali prodotti e/o servizi le banche dovrebbero introdurre o potenziare per meglio rispondere ai fabbisogni specifici del mondo organizzato delle OP. Le evidenze raccolte sono state diverse e interessano sia aspetti collegati ad una semplificazione burocratica e amministrativa del rapporto (anche su elementi banali, come ad esempio i costi dei bonifici *online*) che temi più importanti che richiamano ad esempio l'esigenza di poter disporre di servizi specializzati per il settore agricolo. Un aspetto su cui quasi tutti i rappresentanti delle OP sono concordi attiene all'esigenza di poter contare su una migliore capacità di interpretazione dei fabbisogni e delle potenzialità del settore agricolo da parte del sistema bancario, che non sempre appare in grado di riconoscere correttamente punti di forza e di debolezza delle OP; a tal riguardo, diversi rappresentanti hanno sollevato inoltre la difficoltà delle banche di valutare adeguatamente anche i contenuti dei PO, sia per ciò che attiene le azioni di sviluppo che i meccanismi di funzionamento. Questa asimmetria tra mondo organizzato e bancario preclude le aree di possibile e proficua collabora-

zione, ad esempio per quanto riguarda il supporto che le banche potrebbero offrire più efficacemente sul fronte dell'accesso alle politiche pubbliche riservate alle aziende agricole e alle OP (anche per ciò che attiene la possibilità di traslare sulle aziende agricole dei meccanismi di garanzia derivanti dal vincolo di conferimento verso le OP), oltre che nei confronti delle opportunità di collaborazione accennate in precedenza. Sempre in tema di servizi di sviluppo alcune OP hanno esplicitato l'esigenza di avere nel sistema bancario un attore in grado di supportare anche elementi di crescita del sistema, indicando come possibile area di servizio quella legata ai servizi per l'internazionalizzazione.

In sostanza il mondo organizzato rivendica la necessità di poter avere dei meccanismi di valutazione e di supporto più in linea con le proprie specificità, aspetti che potrebbero sfociare in un campo di azione più ampio per le banche e nell'offerta di prodotti e servizi maggiormente in linea con i fabbisogni di sviluppo del sistema. Infine, se è vero che il sistema bancario può fare molto per migliorare la propria attività nei confronti del mondo organizzato è anche vero che le stesse OP, specie in alcuni contesti territoriali, devono migliorare i loro modelli imprenditoriali e gestionali, favorendo una crescita del capitale umano e delle attività strategiche di orientamento al mercato.

CAPITOLO 5.

LA GESTIONE DEL RISCHIO: LE OPPORTUNITÀ OFFERTE DAI NUOVI STRUMENTI PER LA TUTELA DEL REDDITO AGRICOLO

5.1. INTRODUZIONE

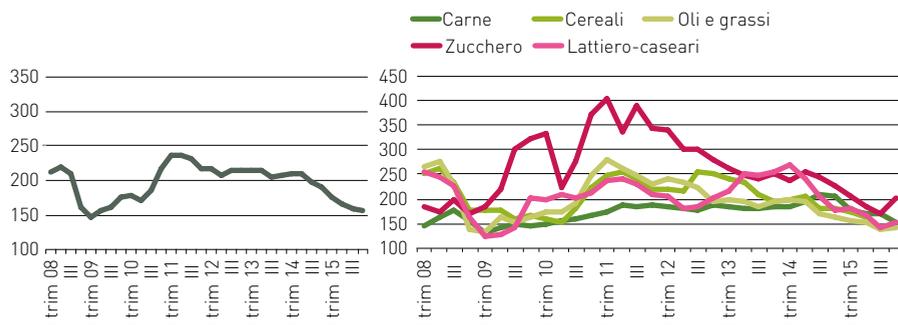
Il mercato dei prodotti agricoli si caratterizza per l'elevata vulnerabilità e per l'estrema volatilità dei prezzi, tanto nel breve quanto nel medio-lungo periodo. La situazione si è fatta maggiormente gravosa nell'ultimo ventennio, risentendo delle tendenze evolutive dei mercati mondiali e dell'eliminazione delle politiche di sostegno dei prezzi dell'Unione Europea.

L'indice *FAO Food Price Index FP* (indice ponderato su base commerciale che misura i prezzi di cinque principali materie prime alimentari sui mercati internazionali e comprende sotto-indici per i prezzi dei cereali, della carne, dei prodotti lattiero-caseari, degli oli vegetali e dello zucchero) consente una lettura analitica sul grado di variabilità dei prezzi delle *commodity* alimentari. Nel 2015, per il quarto anno consecutivo, i prezzi delle principali materie prime alimentari sono diminuiti, con un calo in media del 19,1% rispetto al 2014. Vari sono i fattori alla base del persistente calo dei prezzi dei prodotti alimentari di base, tra cui gli ampi approvvigionamenti agricoli, un rallentamento dell'economia globale e il rafforzamento del dollaro. In un'ottica di lungo periodo appaiono evidenti le forti oscillazioni, con una conseguente ricaduta in termini di instabilità dei mercati (**Figura 60**).

Svariati sono gli elementi che agiscono sulla dinamiche dei prezzi, principalmente riconducibili a:

- fattori di domanda come fattori demografici, crescita economica dei Paesi emergenti, stili alimentari, livello delle scorte di prodotto;
- fattori di offerta, ovvero produzione agricola, limitatezza delle risorse naturali, effetti riconducibili al cambiamento climatico, produzione di biocarburanti;
- fattori trasversali, che possono incidere direttamente o indirettamente sui prezzi, quali livello di speculazione finanziaria, andamento dei cambi valutari, prezzo del petrolio e dell'energia, politiche commerciali e dinamiche geopolitiche internazionali.

FIGURA 60. INDICI DEI PREZZI FAO A VALORI CORRENTI (2002-2004=100)



Fonte: elaborazione Nomsima su dati FAO.

I produttori agricoli sono i primi ad essere danneggiati da tali fenomeni. Essi hanno difficoltà nel pianificare investimenti a medio-lungo termine, in quanto non in grado di avere certezza in termini di ritorno sul piano reddituale. Inoltre, in un'ottica di lungo periodo, le oscillazioni di prezzo, anche estremamente marcate, sono accompagnate da una crescita pressoché costante dei costi degli *input* di produzione agricoli (concimi, prodotti energetici, ecc.), con una conseguente instabilità della relativa redditività. Tale situazione si verifica in ambito rurale, sia nelle economie più deboli che in quelle più avanzate.

L'instabilità dei mercati agricoli ha, tuttavia, conseguenze anche per i consumatori. Infatti, le crisi sui mercati internazionali, legate a particolari condizioni economico-politiche, pongono al centro delle questioni governative il problema dell'offerta globale dei prodotti alimentari e della sicurezza alimentare.

In tale contesto, la gestione del rischio diventa un fattore strategico delle politiche agricole. La nuova PAC ha dato avvio a un cambiamento radicale per l'agricoltura del nostro Paese e lo ha fatto sull'onda della tendenza del resto del mondo (principalmente Stati Uniti, ma anche Canada) e di alcune esperienze di paesi dell'UE (Austria, Francia, Germania). Si è avuta una sostanziale riduzione degli strumenti di stabilizzazione dei mercati e una contestuale crescita dell'importanza degli strumenti di gestione del rischio all'interno della politica comunitaria.

In realtà, alcune importanti novità furono già introdotte nel *Health Check* della Pac del 2009 (Art. 68 Reg CE 73/2009), nell'ambito del quale veniva riconosciuta la possibilità di utilizzare parte delle risorse comunitarie allocate per i pagamenti diretti per promuovere l'accesso degli agricoltori agli strumenti di gestione dei rischi (incentivi alle polizze assicurative e ai fondi mutualistici per fitopatie e epizootie). Tale azione di sostegno è stata ripresa e ulteriormente ampliata dalla Commissione Europea nel regolamento di sviluppo rurale 2014-2020 (Reg UE 1305/2013). In particolare, il regolamento individua una misura di *risk management* caratterizzata da tre strumenti operativi; infatti, accanto al sostegno alle polizze assicurative e ai fondi mutualistici, è stato introdotto un ulteriore strumento di gestione del rischio denominato "Income

*Stabilization Tool*¹⁹, la cui funzione è quella di provvedere alla stabilizzazione del reddito delle imprese agricole.

Sul piano finanziario, il regolamento prevede lo spostamento delle tre misure di *risk-management* dal primo (Fondo Europeo Agricolo di Garanzia – FEAGA) al secondo pilastro della PAC (Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale – FEASR) e ciò offre notevoli vantaggi sia in termini di flessibilità nella scelta delle misure che nell’allocazione finanziaria; sia nel permettere un sostegno più mirato e selettivo a seconda dei rischi e delle situazioni specifiche; sia, infine, nella possibilità concessa di combinare strategicamente le nuove misure con misure complementari di sviluppo rurale per un approccio integrato alla gestione del rischio (ad esempio, misure di formazione, trasferimento di conoscenza, servizi di consulenza aziendale, investimenti, diversificazione, ecc.).

L’Italia ha scelto di attuare gli strumenti di gestione del rischio nell’ambito del Programma di Sviluppo Rurale Nazionale (PSRN)¹⁹, dedicandovi un’apposita misura (M 17) e una dotazione finanziaria, ad integrazione delle risorse FEASR. Per il periodo 2014-2020 le risorse finanziarie complessive ammontano a 1.590,8 milioni di euro, circa i 3/4 dell’intera dotazione del PSRN, ripartite tra le tre sottomisure di gestione del rischio (Tabella 52).

TABELLA 52. GESTIONE DEL RISCHIO: LE RISORSE FINANZIARIE PER IL PERIODO DI PROGRAMMAZIONE 2014-2020 [EURO]

SOTTOMISURA		RISORSE FEASR	RISORSE NAZIONALI	TOTALE
17.01	Premi assicurativi per il raccolto, gli animali e le piante	628.560.000	768.240.000	1.396.800.000
17.02	Fondi di mutualizzazione per le avversità atmosferiche, per le epizootie e le fitopatie, per le infestazioni parassitarie e per le emergenze ambientali	43.650.000	53.350.000	97.000.000
17.03	Fondi di mutualizzazione per le perdite di reddito	43.650.000	53.350.000	97.000.000
		715.860.000	874.940.000	1.590.800.000

Fonte: PSRN.

Di seguito saranno illustrati gli elementi caratterizzanti i singoli strumenti, cercando di evidenziare tutti i punti di forza/debolezza che li contraddistinguono.

¹⁹ Tre gli obiettivi strategici su cui fa perno la nuova strategia nazionale per la gestione del rischio:

- Ridurre il divario tra aree territoriali e tra settori;
- Incrementare il numero di aziende agricole che ricorrono agli strumenti di gestione del rischio;
- Ampliare e migliorare l’offerta di strumenti di gestione del rischio.

5.2. LE ASSICURAZIONI AGRICOLE AGEVOLATE (PSRN – SOTTOMISURA 17.1)

Le assicurazioni agricole agevolate sono strumenti privati – parzialmente sussidiati attraverso un contributo economico al premio assicurativo – che consentono di gestire il rischio di produzione dell'imprenditore agricolo trasferendolo tutto, o in parte, a terzi (le compagnie assicurative). Sono disciplinate dall'Art.37 del Reg. UE 1305/2013, che riconosce un contributo finanziario per il pagamento dei premi di assicurazione del raccolto, degli animali e delle piante teso a fronteggiare il rischio di perdite causate da avversità atmosferiche, epizoozie, fitopatie o infestazioni parassitarie. La soglia minima di danno per l'accesso al risarcimento deve essere superiore al 30% della produzione media dell'agricoltore (calcolata su tre o cinque anni precedenti, escludendo l'anno con la produzione più bassa e quello con la produzione più elevata). L'aliquota massima di sostegno è pari al 65% del premio assicurativo pagato.

Per le produzioni vegetali, il Piano Assicurativo Agricolo Nazionale – atto normativo (DM) che annualmente specifica le opportunità assicurative – riconosce la possibilità di assicurare i rischi potenziali di 11 avversità atmosferiche, suddivise in tre categorie (Catastrofali/di Frequenza/Accessorie), in relazione alla probabilità che l'evento dannoso si verifichi e alla potenzialità del danno (intensità) che può produrre al sistema agricolo nazionale (Tabella 53).

TABELLA 53. LE AVVERSITA ASSICURABILI

AVVERSITÀ		
CATASTROFALI	FREQUENZA	ACCESSORIE
Alluvione	Grandine	Vento caldo/Colpo di sole
Brina – Gelo	Eccesso di neve	
Siccità	Eccesso di pioggia	Sbalzo termico
	Vento forte	

Fonte: Mipaaf, Paan 2016.

Un quadro di sintesi sull'operatività dello strumento assicurativo agevolato in Italia e sull'assorbimento delle risorse comunitarie e nazionali da parte dei singoli comparti, è possibile ottenerlo attraverso i dati di relativi al periodo 2010-2015 (Tabella 54 e Figura 61).

In linea generale, guardando all'evoluzione del mercato assicurativo agricolo agevolato fino al 2014 (il 2015 è ancora provvisorio), si può constatare il progressivo incremento dei volumi assicurati, con un'estensione notevole anche alla zootecnia e alle strutture. Permangono, tuttavia, non poche problematiche come: la forte concentrazione dei volumi assicurati in alcune realtà dell'Italia settentrionale (per le colture l'85% dei valori assicurati si registra al Nord, a fronte di un 9% al Sud e di un 6% al Centro); la scarsa diffusione di coperture assicurative di tipo catastrofale (come unica garanzia non raggiunge l'1%); la difficoltà di estendere la copertura assicurativa ad aziende mai assicurate in precedenza e l'assenza di significative sinergie tra le assicu-

razioni per le avversità atmosferiche e le altre modalità di gestione del rischio per la stabilizzazione del reddito complessivo dell'impresa.

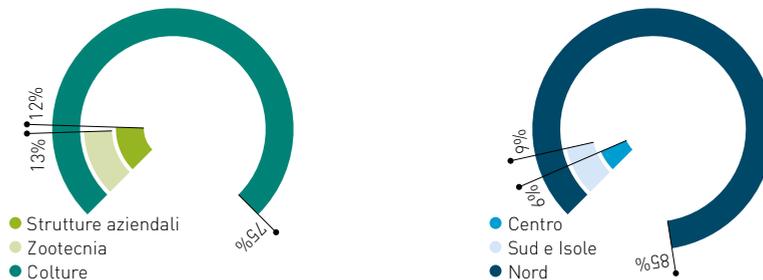
TABELLA 54. IL MERCATO ASSICURATIVO AGEVOLATO IN ITALIA (COLTURE, STRUTTURE AZIENDALI, ZOOTECNIA; ,000 EURO)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	VAR.%	
							2015/10	2015/14
Valore assicurato	5.866.705	6.562.676	6.827.998	7.280.246	7.953.260	7.443.942	26,9%	-6,4%
Premio totale	285.519	338.883	321.733	376.842	485.590	402.133	40,8%	-17,2%
Valore risarcito	169.259	215.824	231.022	268.254	322.009	232.977	37,6%	-27,6%

*dato provvisorio.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Ismea.

FIGURA 61. VALORE ASSICURATO PER TIPOLOGIA (SX) E PER AREA GEOGRAFICA (DX) NEL 2015 (IN %)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Ismea.

Appaiono, pertanto, evidenti i punti di debolezza che l'applicazione di tale strumento sta trovando sul nostro territorio. Infatti, il forte grado di concentrazione territoriale e settoriale risulta correlato e dipende dalla natura "grandino-centrica" delle polizze, offerte prevalentemente nei territori più esposti al fenomeno grandine e in cui sono diffuse colture maggiormente soggette a questo tipo di rischio come l'uva e le frutticole.

Di conseguenza l'offerta assicurativa attualmente disponibile in Italia, sia in termini di prodotti offerti che di prezzi, appare in gran parte modellata sulla domanda esplicita presente sui territori tradizionalmente vocati alla gestione del rischio e non sembra intercettare adeguatamente una domanda latente, probabilmente presente sui restanti territori, meno esposti ai rischi tradizionali coperti dalle polizze (in primo luogo grandine) o caratterizzati da pratiche colturali meno sensibili a tali fenomeni. Si tratta di un fenomeno di "mercato incompleto", nel quale, un servizio o prodotto potenzialmente remunerativo (anche per effetto del rilevante contributo pubblico) non è comunque offerto a causa di elevati costi di transazione, disincentivi all'innovazione e asimmetrie informative. Le compagnie assicurative, infatti, trovano costoso offrire nuovi prodotti per i quali la domanda non è certa ma soltanto potenziale. Inoltre, operare in territori/settori non tradizionalmente assicurati aumenta i rischi connessi

all'informazione asimmetrica e i costi di transazione. Naturalmente, sul fenomeno possono influire anche fattori più strettamente legati alla domanda, quali una scarsa propensione a utilizzare moderni strumenti di gestione del rischio per effetto di una insufficiente informazione e per la mancanza di una diffusa cultura di impresa in alcuni segmenti territoriali e dimensionali del settore agricolo italiano.

In relazione allo stretto legame esistente tra eventi atmosferici e quantità/qualità dei prodotti agricoli, la crescente difficoltà di gestione delle polizze assicurative e, per l'Italia, l'inadeguata offerta assicurativa, pongono la necessità di individuare strumenti innovativi che vadano ad integrare quanto attualmente fornito dal mercato assicurativo.

Sulla base di esperienze di altri paesi, uno strumento che potrebbe avere un valido sviluppo nel nostro paese è quello delle polizze indicizzate legate alle colture e ai prativi, di cui, di seguito, si forniscono alcuni elementi.

Le tipologie di polizze basate su indici per le colture e per i prativi possono essere di carattere:

- Meteorologico, tese a coprire solo uno o due rischi (esperienze si hanno in paesi come India, per le precipitazioni; Canada, come unità calorifiche del mais; USA; e progetti pilota in alcune economie in via di sviluppo);
- Resa areale (solo per le colture), che comprende tutti i rischi climatici (esperienze, in tal caso, si registrano in India, USA, e progetti pilota in alcune economie in via di sviluppo);
- Vegetazione (telerilevamento satellitare, applicata solo per i prativi), con obiettivo la copertura di rischi indiretti (sperimentata in Canada, USA, Spagna).

Come si è avuto già modo di evidenziare, sul mercato italiano c'è uno spazio. Riguardo ai prativi attualmente manca un'offerta assicurativa. Inoltre, le coperture basate su indici funzionano meglio con i sistemi di produzione estensivi. Anche per i seminativi si individua una potenziale domanda. In tal caso, la polizza potrebbe essere ancorata a un parametro particolare, quale ad esempio la temperatura, che limita la resa di colture specifiche; oppure alla resa areale, per far fronte ai rischi connessi alla siccità in Italia meridionale.

5.3. I FONDI MUTUALISTICI

I fondi di mutualità rappresentano un modo di ripartizione del rischio tra gruppi di produttori che intendono assumersi la responsabilità diretta della gestione dello stesso. In caso di danno a un produttore aderente al fondo, la perdita viene compensata in tutto o in parte dal fondo stesso, secondo le regole stabilite per statuto.

Punti di forza di tale sistema derivano dal fatto che generalmente gli aderenti al fondo si conoscono tra di loro e ciò riduce i problemi di *moral hazard* (l'indennizzo con fondi propri incentiva infatti il rispetto delle regole e del controllo interno tra aderen-

ti) e *adverse selection* (il fondo comune può incentivare la condivisione delle informazioni tra gli aderenti). All'opposto, i principali punti di debolezza sono da individuare sia nell'elevata probabilità che i produttori subiscano le perdite nello stesso periodo, compromettendo la capacità di risarcimento del fondo (qualora l'esposizione e la vulnerabilità al rischio degli agricoltori risulti simile) che nei costi di funzionamento del fondo, da associare alla misurazione del rischio e alle valutazioni tecnico-economiche indispensabili al fine di garantire la sostenibilità nel tempo del fondo stesso.

La Commissione Europea, nel regolamento di sviluppo rurale 2014-2020 (Reg UE 1305/2013), ha riconosciuto agli Stati Membri la possibilità di implementare, ai fini della gestione del rischio delle imprese agricole, i fondi di mutualizzazione per rischi climatici e sanitari e i fondi di mutualizzazione per la stabilizzazione del reddito.

I fondi di mutualità sono alimentati dai contributi privati versati dagli agricoltori aderenti (il capitale iniziale non può essere costituito da fondi pubblici). Per operare nell'ambito dello sviluppo rurale essi devono essere riconosciuti dall'autorità competente. Rispetto al loro funzionamento, i fondi di mutualità possono operare in modo congiunto agli altri strumenti di gestione del rischio ma nel rispetto dell'obbligo regolamentare di evitare sovra compensazioni. In particolare, per una stessa azienda, non è ammessa la copertura della medesima coltura con una polizza assicurativa e con l'adesione al fondo di mutualità. Viceversa, è ammessa l'azione congiunta del fondo di mutualità e dello strumento di stabilizzazione del reddito. Il budget di sostegno pubblico (comunitario e nazionale) riconosciuto per i fondi di mutualità per il periodo di programmazione 2014-2020 è di circa 180 milioni di euro.

Il PSRN, all'interno della misura 17 relativa alla gestione del rischio, dedica ai Fondi mutualistici due sottomisure corrispondenti ai due strumenti in cui si articolano:

- Fondi di mutualizzazione per gli eventi climatici e sanitari (PSRN – sottomisura 17.2);
- Fondi di mutualizzazione per la stabilizzazione del reddito (PSRN – sottomisura 17.3).

5.3.1. Fondi di mutualizzazione per gli eventi climatici e sanitari [PSRN – sottomisura 17.2]

L'art 38 del Reg. (UE) n. 1305/2013 disciplina il sostegno ai fondi di mutualità per il pagamento delle compensazioni finanziarie agli agricoltori in caso di perdite economiche causate da avversità atmosferiche o dall'insorgenza di focolai di epizootie o fitopatie o da infestazioni parassitarie o dal verificarsi di emergenze ambientali.

Il sostegno pubblico – *ex post* – consiste nell'erogare contributi finanziari al fondo di mutualità a fronte delle compensazioni pagate da quest'ultimo agli agricoltori aderenti. I contributi pubblici possono coprire anche le spese amministrative di costituzione del fondo e gli interessi sui mutui commerciali contratti dal fondo di mutualità per il pagamento delle compensazioni finanziarie agli agricoltori in caso di crisi.

Il sostegno massimo è pari al 65% delle spese ammissibili e la soglia di danno deve essere superiore al 30% della produzione media annua dell'agricoltore nel triennio precedente (o nel quinquennio, escluso l'anno con la produzione più alta e quello con la produzione più bassa).

Tra le opportunità che tale strumento fornisce va riconosciuta la possibilità per l'agricoltore di tutelarsi dal rischio per eventi avversi che attualmente non trovano risposta nell'ambito del sistema assicurativo agevolato (fitopatie, epizoozie). Inoltre, tenuto conto della forma mutualistica e dell'oggetto della copertura, potrebbero favorire la diffusione degli strumenti di *risk-management* anche in quelle aree del Paese che non ritengono conveniente la sottoscrizione di contratti assicurativi.

Tuttavia, emergono alcune criticità che ne potrebbero ostacolare una sua diffusione e che sono già state in parte evidenziate. In particolare, l'attivazione dello strumento mutualistico richiede la predisposizione di un sistema in grado di rilevare quale sia effettivamente la produzione media del singolo agricoltore aderente e di definirne la rischiosità in relazione agli eventi avversi coperti dallo strumento. Tali eventi includono, ovviamente, anche quelli di natura fitopatologica ed epizootica, per i quali le fonti informative disponibili sul territorio nazionale risultano carenti.

5.3.2. Fondi di mutualizzazione per la stabilizzazione del reddito [PSRN – sottomisura 17.3]

“*Income Stabilization Tool*” (IST) è uno strumento di stabilizzazione del reddito, consistente nel versamento di contributi finanziari ai fondi di mutualizzazione per il pagamento di compensazioni finanziarie agli agricoltori a seguito di un drastico calo di reddito.

L'obiettivo di tale strumento è creare una rete di sicurezza per gli agricoltori in presenza di andamenti sfavorevoli del reddito aziendale. La non limitazione del campo d'operatività dello strumento rappresenta un punto di forza, particolarmente incentivante ai fini della partecipazione degli imprenditori agricoli all'IST. Infatti, gli aderenti al fondo, non vedendosi limitati nel tipo di evento che potrebbe pregiudicare la normale redditività dell'impresa, si vedrebbero tutelati nel fronteggiare anche sfavorevoli situazioni di mercato (caduta dei prezzi, aumento dei costi per le materie prime, ecc.), cosa non permessa dagli altri strumenti di gestione del rischio. Un ulteriore elemento di forza dello strumento è rappresentato dalla forma mutualistica, che costituisce un tentativo di contenimento dei problemi di selezione avversa e azzardo morale tipici delle polizze assicurative.

Il principale problema è riconducibile alla difficoltà di rilevare il reddito delle imprese agricole e di pervenire alla corretta definizione del calo di reddito ammissibile alla compensazione pubblica. Per reddito, secondo la definizione data dalla Commissione Europea ai fini del computo dei parametri di riferimento per l'eventuale compensazione, è da intendersi la differenza tra il totale dei ricavi dalle vendite realizzate

dagli agricoltori, maggiorata di tutti i pagamenti pubblici, e i costi degli *input*. Oltre al requisito minimo di riduzione del reddito (superiore al 30%) per l'accesso delle imprese agricole alle risorse del fondo, sono indicate ulteriori soglie. In particolare, è fissato al 70% il livello massimo di riduzione del reddito che potrà essere compensato dal fondo agli agricoltori, con il massimale di partecipazione pubblica pari al 65% delle compensazioni pagate dal fondo (al massimo il 65% del 70% della contrazione di reddito riscontrata). Le contribuzioni finanziarie pubbliche potranno provvedere alla sola compensazione di una parte dei risarcimenti pagati dal fondo agli agricoltori o, in aggiunta, alla contribuzione sul pagamento degli interessi sui prestiti commerciali contratti dal fondo per la compensazione degli agricoltori in caso di crisi; il tutto nel rispetto del livello massimo di partecipazione pubblica del 65%. Va sottolineato che le risorse pubbliche messe a disposizione della misura non potranno essere utilizzate per la costituzione del capitale iniziale del fondo. Agli Stati Membri è lasciata la definizione delle regole per la costituzione e la gestione dei fondi mutualistici, in particolare per le modalità di concessione delle compensazioni agli agricoltori in caso di crisi e per l'amministrazione e il monitoraggio della conformità alle regole stabilite (comunitarie e nazionali).

Riguardo l'attivazione e la gestione dei fondi di mutualizzazione per la stabilizzazione del reddito in Italia, sono stati avviati diversi studi al fine di verificarne la fattibilità. Le problematiche principali attengono alla possibilità di stimare il rischio di reddito dei potenziali aderenti, indispensabile per la definizione del costo di partecipazione allo strumento. Inoltre, i fondi IST dovranno essere in grado di basare la copertura mutualistica sulla puntuale determinazione del reddito delle imprese aderenti. Tale aspetto, in relazione all'assenza di obblighi contabili per la maggior parte delle imprese agricole, rappresenta un elemento di potenziale criticità per il funzionamento dei fondi. Tra i lavori più significativi in termini di sostenibilità dello strumento sono da menzionare lo studio svolto nel 2015 dall'Ismea (Studio per l'attuazione in Italia dello strumento di stabilizzazione del reddito delle imprese agricole – Giugno 2015) che, tenendo conto delle diversità delle singole aziende dal punto di vista della specializzazione produttiva, della localizzazione geografica e della dimensione economica, è riuscito a dimostrare l'esistenza di una domanda potenziale per lo strumento di stabilizzazione del reddito e a valutare le *performance* di ipotetici fondi IST. Altri tentativi provengono dall'associazione Co.Di.Pra. che, dopo aver attivato negli scorsi anni tre fondi mutualistici rientranti nella II sottomisura (Fondo Mutualistico per la gestione del rischio sotto soglia; Fondo Mutualistico a copertura dei danni catastrofali d'area derivanti da manifestazioni calamitose, alle produzioni dei conferenti di cooperative agricole; Fondo Mutualistico per Comuni ad alto indice di rischio), ha in procinto l'attivazione di altri due fondi, tra cui uno attinente all'IST.

5.4. STRATEGIE DI GESTIONE DEL RISCHIO E CRITERI APPLICATIVI DEI FONDI MUTUALISTICI: LE SIMULAZIONI DI SOSTENIBILITÀ REALIZZATE DA UNAPROA E ISMEA

Le norme applicative per il riconoscimento e la gestione dei fondi di mutualizzazione, inclusi quelli per la tutela dei redditi - la cui disciplina di base è contenuta nell'art. 36 par. 1 lettera c) del Regolamento (UE) 1305/2013 - definiscono i requisiti indispensabili per l'attivazione delle tre opzioni rese disponibili dal legislatore per la gestione dei rischi in agricoltura. Oltre ai fondi per la tutela dei redditi è, infatti, disciplinata anche la fattispecie dei fondi per i rischi climatici e sanitari (lettera b) del citato art. 36).

Tali requisiti si sostanziano innanzitutto nell'individuazione delle caratteristiche del soggetto gestore. Tra queste le formule riconosciute sono circoscritte alle cooperative, ai loro consorzi, alle organizzazioni dei produttori e relative unioni/associazioni, ai consorzi di difesa e alle reti d'impresa. Per queste ultime, la previsione regolamentare, estende il raggio d'azione anche a componenti non agricole, pur prevedendo la prevalenza di aziende agricole attive all'accordo di rete.

Questo punto va sottolineato per il potenziale che attorno ad un rapporto di reciproca responsabilità nei confronti delle dinamiche di mercato si potrebbe sviluppare tra produttori e trasformatori e/o distributori. Potrebbero essere costruite strategie di gestione del rischio più complessive. Le organizzazioni dei produttori, come gli altri soggetti deputati alla gestione dei fondi, potrebbero ricercare formule di economia contrattuale, che completate dall'apporto della mutualità, possano promuovere ipotesi di gestione condivisa dei rischi tra le diverse fasi e i diversi attori della filiera.

Guardando alla struttura delle entrate e delle uscite, così come disciplinata dalle disposizioni attuative, si nota la possibilità che il fondo possa attingere oltre che dai contributi volontari degli agricoltori aderenti, anche da quelli erogati da altri soggetti, coerentemente con l'idea che le finalità del fondo possano essere condivise anche da altri attori. Inoltre il fondo, così come concepito, si candida non solo a svolgere la sua funzione di mitigazione dei rischi di reddito ma anche ad essere, almeno in parte, gestito attivamente. Con risvolti che evidentemente possono incidere positivamente sulle strategie di rafforzamento degli aspetti finanziari della gestione d'impresa.

Per quanto concerne i requisiti dimensionali dei fondi, per quello di tutela dei redditi è prevista la partecipazione di almeno 150 agricoltori o, in alternativa, di almeno 50 che nel complesso esprimano un volume d'affari non inferiore ai 10 milioni di euro. Il numero di adesioni minimo che è, invece, previsto per il fondo di gestione dei rischi climatici e ambientali, è pari a 700.

In questo quadro il ruolo dei fondi nel settore ortofrutticolo e il protagonismo in questo senso delle OP, delle loro associazioni e delle unioni può essere di fondamentale importanza per consentire l'accesso agli strumenti di mutualizzazione ed in particolare a quelli finalizzati alla tutela dei redditi. Non solo perché in molti casi attorno

a questi soggetti si addensano masse critiche importanti in termini di numerosità e volume d'affari espresso, ma anche perché spesso questi casi offrono possibilità di diversificazione territoriale e contribuiscono a mitigare la rischiosità dell'attività dei fondi.

Sotto il profilo organizzativo i vantaggi sono molteplici e partono dall'idea generale di razionalizzare il contributo di alcuni servizi essenziali e soprattutto di renderli più fruibili e parte di strategie più collettive. In questo senso le Organizzazioni dei Produttori possono favorire l'espressione di quelle azioni strategiche che sono indispensabili a favorire la creazione di economie di scopo e la loro traduzione in strumenti operativi, che rischiano di essere complessi per i singoli operatori. Tra queste, la possibilità di promuovere l'organizzazione di fondi mutualistici può essere una componente importante sulla quale innestare strategie più attive nei confronti del credito, dei fornitori e dei mercati.

Dal punto di vista più squisitamente tecnico Unaproa ha contribuito a testare il modello di rischio alla base della verifica di sostenibilità economica delle ipotesi di mutualizzazione per la stabilizzazione dei redditi, che è stato simulato da Ismea.

Questa esperienza ha consentito anche di avere dei riscontri importanti.

In primo luogo la possibilità, non marginale nell'economia del funzionamento del fondo, di disporre di un bagaglio informativo che si è rivelato sufficiente alla compilazione degli schemi contabili testati per la verifica dei redditi.

In seconda battuta sono state verificate, anche se solo in via preliminare e parziale, alcune ipotesi di costo di adesione, che si sono rivelate più che sostenibili. Il test ha coinvolto operatori di diverse regioni e appartenenti a comparti diversi ed è proprio questa possibilità di comporre un'ampia diversificazione territoriale e produttiva ad offrire il maggiore contributo alla sostenibilità economica dell'accesso al fondo da parte degli agricoltori. Le ipotesi testate hanno peraltro fornito alcuni ulteriori confortanti elementi, mostrando come l'ipotesi di fondo verificata per i dati Unaproa si sarebbe dimostrata sostenibile nei tre anni presi a riferimento (2011 – 2013) che non sono stati privi di tensioni per il sistema ortofrutticolo considerato nel suo complesso.



CONCLUSIONI

La produzione ortofrutticola rappresenta un segmento di assoluto rilievo nell'ambito del sistema agricolo, non solo per i valori strutturali, produttivi, economici ed occupazionali che esprime, ma anche per quanto riguarda la presenza, in alcuni bacini territoriali, di vere e proprie aree di specializzazione dove gran parte del valore economico generato dal settore agricolo è da ricondurre all'ortofrutta. In diversi contesti territoriali, sia al nord che al sud, le specializzazioni orticole e frutticole garantiscono la sopravvivenza delle aziende agricole, la produzione di beni pubblici e di riflesso la vivacità socioeconomica di interi sistemi locali. Le dinamiche relative alle superfici investite e agli andamenti produttivi che negli ultimi anni hanno interessato il comparto sono state differenti per quanto attiene le varie specializzazioni orticole e frutticole. Nel caso delle ortive, ad esempio, le principali produzioni in serra hanno mostrato andamenti positivi rispetto ad una media di comparto tendenzialmente negativa (in particolare per le forti riduzioni di determinate produzioni in piena aria); per la frutta, invece, alcune produzioni hanno mostrato una tenuta (kiwi, mele,...), mentre altre hanno confermato lo stato di crisi ormai in atto da qualche anno (ad esempio le pesche e nettarine).

Le aziende agricole attive nella produzione di frutta e ortaggi presentano forti caratteri di polverizzazione e frammentazione produttiva (in particolare nel meridione), una criticità che frena la capacità competitiva del sistema ma che grazie all'azione delle strutture organizzate (Organizzazioni di Produttori) è stata via via marginalizzata ed ha permesso, alle aziende socie di OP, di poter continuare ad esercitare la propria attività produttiva anche in un contesto competitivo in cui le ridotte dimensioni aziendali e l'organizzazione su base individuale non avrebbero consentito la sostenibilità economica. L'approfondimento di analisi condotto sulle OP ha messo in evidenza l'elevata diffusione territoriale di tale modello organizzativo (seppur con evidenti specificità geografiche), come negli anni le strutture collettive abbiano migliorato la propria capacità di aggregazione e concentrazione della produzione e come, inoltre, il

sistema organizzato nel suo complesso sia il primo in ambito europeo per la capacità di valorizzare le risorse finanziarie comunitarie dedicate al finanziamento dei Programmi Operativi (PO). Le azioni principali che vengono sostenute tramite i PO fanno riferimento a diversi campi di azione, anche se il miglioramento e la salvaguardia della qualità dei prodotti, il miglioramento delle condizioni di commercializzazione e le azioni di carattere ambientale concentrano il 74% delle risorse finanziarie complessivamente disponibili per i PO delle OP italiane. Tuttavia, nonostante tali valori, i risultati dell'analisi sulle revoche del riconoscimento di OP segnalano due grosse criticità: una forte presenza di revoche nel sud Italia (dove sono localizzate la gran parte di OP) e con riferimento alle strutture organizzate di dimensioni economiche più contenute. Questi risultati sembrano indicare la necessità di rivedere le modalità di riconoscimento delle OP (in termini di dimensioni minime) e di verificare nel tempo la qualità dell'organizzazione raggiunta. A prescindere dalle criticità registrate, non si può non rilevare come il modello organizzato delle OP generi diversi vantaggi, sia in ambito settoriale (ad esempio favorendo l'applicazione di modelli di produzione integrata e maggiormente rispettosi dell'ambiente, migliorando il posizionamento competitivo degli aderenti...) che territoriale. Infatti, come è stato messo in evidenza, in determinati contesti geografici la presenza di opportunità di reddito nel settore primario (determinata anche grazie al lavoro delle OP e all'obiettivo di una maggiore remunerazione dei produttori soci rispetto al mercato *spot*) può costituire un vero e proprio elemento di legalità, che può fare la differenza e agire da barriera all'ingresso per l'illegalità. Inoltre, la capacità delle OP di orientare la produzione dei soci agricoltori verso le richieste del consumatore (in termini di innovazione, qualità, salubrità, sostenibilità ambientale, ecc.) garantisce l'allineamento dell'offerta dei soci produttori alle dinamiche di mercato, aspetto questo che si traduce in una migliore capacità commerciale e reddituale delle imprese.

L'analisi economica realizzata nel Rapporto ha evidenziato come il settore ortofrutticolo sia uno dei più importanti per l'agricoltura nazionale: nel 2014, con un valore della produzione di 11,8 miliardi di euro, ha determinato poco meno di $\frac{1}{4}$ del valore totale generato dal comparto primario, anche se rispetto all'anno precedente sia l'ortofrutta che l'agricoltura nel suo complesso hanno registrato una riduzione di ricchezza (rispettivamente -8,5% e -5,4%). Questo posizionamento di primo piano del settore ortofrutticolo in alcuni territori è ancora più significativo e arriva a detenere un peso superiore alla media nazionale; si tratta in particolare di alcune regioni del centro-sud per la produzione orticola (Lazio, Abruzzo, Puglia, Campania) mentre per la frutta troviamo sia regioni del sud (Campania) che del nord (Trentino-Alto Adige).

Nell'ambito della produzione ortofrutticola nazionale un certo peso è inoltre detenuto dalle produzioni di qualità, siano esse biologiche o DOP-IGP; in particolare, per le produzioni DOP-IGP i risultati di mercato registrano evoluzioni molto positive, sia per quanto riguarda gli operatori coinvolti che i valori economici associati al consumo (sia nazionali che esteri), mostrando un deciso apprezzamento da parte del con-

sumatore. Quindi, approcci in favore dell'incremento della qualità delle produzioni e di una migliore informazione di mercato al consumatore sono aspetti che nel settore ortofrutticolo stanno riscontrando effetti positivi, determinando anche una crescita dei valori strutturali ed economici collegati.

Una parte importante della produzione ortofrutticola viene inoltre valorizzata sui mercati internazionali: se consideriamo il valore delle esportazioni complessive di ortofrutta fresca e trasformata queste nel 2015 sono state di circa 8 miliardi di euro (+7,9% nei confronti del 2014 e pari al 22% delle esportazioni agroalimentari italiane), portando l'ortofrutta ad essere il primo comparto italiano per valore delle esportazioni (nel 2015 l'export di vino è stato di 5,4 miliardi di euro).

L'importanza rivestita dal settore ortofrutticolo in ambito nazionale viene confermata anche a livello europeo: l'Italia è, subito dopo la Spagna, il paese più importante per la produzione di ricchezza, sia nel settore orticolo che frutticolo; inoltre, il nostro paese detiene il primato produttivo dal punto di vista quantitativo per molte produzioni (pere, pesche, albicocche, uva da tavola). Nonostante questo posizionamento, gli ambiti di criticità registrati dal sistema ortofrutticolo italiano sono ancora molto significativi, sia sul fronte strutturale che organizzativo e commerciale e determinano elementi di riduzione della competitività nei confronti dei più importanti produttori di ortofrutta a livello europeo e mondiale. Infatti, nonostante una specializzazione e una vocazionalità produttiva importante, l'Italia negli ultimi anni ha perso rilevanza e quote di mercato per molte produzioni, in quanto nuovi *player* (con costi di produzione più bassi) hanno guadagnato spazio, sia in nuovi mercati di consumo che in mercati ormai maturi. L'approfondimento sulle vendite di ortofrutta sui mercati internazionali ha restituito un panorama molto vivace, in cui anche se il nostro paese resta uno dei più importanti protagonisti per determinate produzioni (mele, uva da tavola, kiwi, pesche e nettarine, nocciole e conserve di pomodoro) negli ultimi anni ha sofferto l'avanzata di nuovi *competitor*, sia europei che legati alle economie emergenti. Si tratta di una criticità che, ad esempio, sul mercato russo era presente anche prima dell'embargo del 2014, in quanto l'Italia stava già perdendo quote di mercato (in particolare nel settore frutticolo) a scapito di nuovi *player*. Le evidenze registrate sul versante dell'internazionalizzazione mostrano la necessità di supportare il sistema produttivo ortofrutticolo al fine di evitare ulteriori perdite di quote di mercato e di riflesso determinare impatti negativi sui sistemi produttivi che producono gran parte del loro reddito sui mercati internazionali.

Per quanto riguarda i consumi di prodotti ortofrutticoli, novità, salute, gusto, semplicità, sicurezza e comunicazione saranno le parole chiave che nei prossimi anni orienteranno le tendenze di riferimento dei consumi in Italia e in Europa. Dopo anni di riduzione dei consumi pro capite di prodotti ortofrutticoli, il 2015 getta qualche luce sulle prospettive di ripresa dei consumi nel mercato nazionale, anche se bisognerà aspettare la fine del 2016 per capire se il *trend* discendente si sia realmente interrotto o se si tratta di una parentesi temporanea – magari aiutata da un periodo estivo

particolarmente favorevole dal punto di vista climatico. Se la debole ripartenza dell'economia italiana e il conseguente miglioramento del potere d'acquisto delle famiglie rappresentano i principali elementi di traino della domanda di prodotti ortofrutticoli, di certo la capacità delle imprese di saper leggere, interpretare e anticipare i cambiamenti in un contesto di mercato sempre più incerto e competitivo saranno i fattori su cui consolidare e costruire la crescita dell'intera filiera produttiva. In particolare, agli operatori del settore ortofrutticolo viene richiesta una maggiore innovazione (di prodotto e di processo) per venire incontro alle esigenze del consumatore in termini di novità e di *convenience* e, ovviamente, per ridurre l'incidenza dei costi e migliorare la redditività. Si chiedono investimenti in qualità: non solo marchi (DOP, IGP, biologico) e aspetto estetico ma anche nel gusto, attraverso un miglioramento del sapore di frutta e ortaggi. Ci si aspetta crescente attenzione verso la sostenibilità ambientale e nei confronti della salubrità del prodotto per garantire sicurezza al consumatore finale. *Last but not least*, qualsiasi investimento destinato a portare sulla tavola delle famiglie italiane e straniere ortofrutta di qualità deve essere accompagnato da un processo comunicativo adeguato a partire da una più efficace ed efficiente informazione tramite internet e i *social network* e attraverso marchi collettivi che siano in grado di valorizzare, differenziare e promuovere queste produzioni. Un'esperienza positiva in tal senso è stata quella del marchio "5 colori del benessere" che nell'ultimo decennio ha saputo da un lato comunicare il ruolo di primo piano dell'ortofrutta per seguire una dieta equilibrata e dall'altro ha reso riconoscibile e dato valore ad una filiera produttiva che sta investendo in origine italiana, qualità, sostenibilità ambientale, innovazione e sicurezza.

In questa seconda edizione del Rapporto è stata posta particolare attenzione a due leve strategiche per la competitività delle imprese ortofrutticole. La prima di queste attiene all'accesso al credito, analizzato attraverso un'analisi di bilancio su un campione di 1.400 imprese ortofrutticole, integrata da un'indagine diretta con referenti di OP associate ad Unaproa per comprendere più nel dettaglio criticità e opportunità del rapporto OP-istituti di credito. I risultati dell'analisi di bilancio hanno messo in luce come il settore ortofrutticolo (in particolare nel caso delle imprese di più grandi dimensioni economiche) si caratterizzi per un buon equilibrio tra le diverse fonti di finanziamento e come nell'ultimo triennio sia aumentato lo *stock* di indebitamento bancario, a testimonianza della fiducia che il sistema creditizio ripone nelle imprese ortofrutticole (che sono anche quelle che mostrano un minor peso delle aziende in perdita rispetto alla media dell'agroalimentare in complesso). Questi aspetti sono veri in particolare per le imprese di più grandi dimensioni (oltre 7 milioni di euro di fatturato), mentre per le realtà più piccole (meno di 2 milioni di euro di fatturato) lo scenario cambia e gli aspetti positivi rilevati per le grandi imprese in questo caso tendono ad assumere una connotazione negativa (riduzione del credito, valore dell'indebitamento superiore al patrimonio netto, costi per l'indebitamento superiori). Questi risultati dimostrano come sia ancora possibile migliorare il posizionamen-

to delle imprese ortofrutticole, tramite ad esempio il sostegno ad un maggior grado di patrimonializzazione del settore o mediante una diluizione dei debiti dal breve periodo al medio e lungo termine. Nel caso dell'indagine diretta, realizzata con i referenti delle OP per dettagliare ulteriormente il rapporto OP-istituti di credito, i principali risultati hanno messo in luce le diverse criticità sopportate dal sistema organizzato nei rapporti con le banche, legate ad una sostanziale difficoltà di comprensione da parte delle stesse nel capire le specificità delle OP, generando così criticità in termini di valutazione, affidabilità, prodotti e servizi disponibili. Questi elementi di difficoltà, derivati essenzialmente da una ridotta conoscenza da parte del mondo bancario dei meccanismi tipici delle OP, lasciano tuttavia aperta la porta per possibili azioni di miglioramento da attuare anche attraverso collaborazioni sperimentali tra sistema delle OP e istituti di credito.

L'altra leva strategica analizzata nel Rapporto è stata la gestione del rischio. L'approfondimento sugli strumenti di gestione del rischio ha messo in luce come le nuove opportunità offerte alle aziende agricole potranno migliorare le *performance* del sistema, finora legato esclusivamente alle polizze assicurative (molto concentrate dal punto di vista settoriale e territoriale). I fondi mutualistici e l'IST se ben progettati e gestiti potranno offrire un supporto fondamentale all'incremento di competitività del sistema ortofrutticolo nazionale, anche alla luce del fatto che l'attivazione di questi fondi nell'ambito delle strutture organizzate trova "terreno fertile" considerando la disponibilità di diverse informazioni (produttive, economiche, ecc.) in grado di facilitare l'avvio e la gestione dei fondi mutualistici che invece non risultano disponibili a livello di singola azienda agricola (per la maggior parte delle quali, come risaputo, non esiste obbligo di bilancio).

Tenuto conto dei risultati più importanti emersi dall'analisi, le aree di intervento che possono essere attivate e presidiate al fine di migliorare il posizionamento competitivo del settore ortofrutticolo nazionale fanno riferimento sia ad azioni "interne" al sistema organizzato che al contesto politico e istituzionale che si occupa di regolare dal punto di vista normativo l'agire delle OP.

In generale, quello che sembra emergere dalla disamina complessiva è la necessità di un miglioramento della funzionalità delle OP che oggi appare imprescindibile per il raggiungimento della competitività del settore, più di quanto possa apparire (sulla scorta di quanto avvenuto in passato) la diffusione prettamente numerica di nuove OP sul territorio nazionale. In particolare, scendendo nel dettaglio degli ambiti di intervento più urgenti e in linea con le evidenze di analisi, vale la pena evidenziare:

- **Il rafforzamento e miglioramento della dimensione organizzativa del settore ortofrutticolo e una più efficace comunicazione dei vantaggi derivanti da una migliore aggregazione e concentrazione dell'offerta.** Attraverso il potenziamento delle strutture collettive si possono ottenere diversi benefici, sia per le aziende agricole aderenti che per i territori in cui si realizza la produzione. Nel caso delle imprese agricole, l'appartenenza ad Organizzazione di Produttori può contribuire

ad orientare l'offerta ortofrutticola verso le richieste del consumatore, migliorare il profilo ambientale delle attività di produzione (anche attraverso ad esempio la gestione collettiva da parte delle OP delle azioni in favore dell'ambiente), incrementare i livelli qualitativi, sostenere processi di innovazione e, in definitiva, contribuire a migliorare la sostenibilità economica ed ambientale della produzione ortofrutticola. Basti solo pensare alle produzioni DOP/IGP: dove esiste alla base dell'offerta un sistema produttivo e commerciale "organizzato", queste hanno una maggior probabilità di successo e diffusione sul mercato, tanto che nel panorama nazionale i due prodotti ad indicazione di origine (Mela Alto Adige IGP e Mela Val di Non DOP) che possono vantare un livello efficace di organizzazione alla base pesano per oltre l'80% sul fatturato collegato alle 97 DOP/IGP ortofrutticole italiane.

Un miglior livello di organizzazione, da ottenersi anche attraverso investimenti nella formazione del management delle OP, può inoltre generare indubbi vantaggi per l'intera collettività in cui agiscono aziende agricole e forme organizzate; in particolare in alcuni territori, riuscire a garantire agli agricoltori remunerazioni vantaggiose per le proprie produzioni rappresenta una barriera all'espansione di forme di illegalità, sia con riferimento al settore ortofrutticolo che in altri ambiti socioeconomici. La comunicazione efficace di tali valori, associati ad una migliore organizzazione dell'offerta, rappresenta un elemento da non sottovalutare per incrementare la propensione ad aderire a strutture collettive.

- **La revisione dei principi che regolano il riconoscimento delle OP, con particolare riferimento alla dimensione minima e alla possibilità di verificare nel tempo la qualità dell'organizzazione.** Questo aspetto discende direttamente dall'obiettivo generale di un miglior funzionamento delle OP e si lega sia al punto precedente che ad altre evidenze emerse nell'analisi delle revocche di riconoscimento delle OP e nell'analisi di bilancio. In particolare, le OP più efficienti e competitive sono quelle che mostrano una maggiore dimensione economica, che molto spesso è distante dai livelli minimi di VPC stabiliti per il riconoscimento. La gran parte delle revocche di riconoscimento ha interessato OP con un valore di VPC inferiore a 5 milioni di euro, mentre nel caso delle evidenze derivanti dall'analisi di bilancio è emerso chiaramente come a soffrire di più (in termini di accesso al credito, oneri finanziari e % di aziende in perdita sul totale) siano le imprese al di sotto dei 7 milioni di euro di fatturato. Questi dati sembrano suggerire l'esigenza di rivedere la dimensione minima delle OP e, comunque, di prevedere dei momenti di verifica dell'operato delle OP durante la loro attività, in quanto anche organizzazioni che nascono piccole possono comunque migliorare il proprio operato nel tempo attraverso migliori livelli di aggregazione e servizi garantiti ai soci produttori.
- **La modifica dei criteri di gestione dell' Aiuto Finanziario Nazionale (AFN).** Anche in questo caso si ritiene indispensabile attivare una verifica per valutare l'opportunità di modificare i criteri di assegnazione delle risorse finanziarie a ti-

tolo di AFN allo scopo di contribuire ad incrementare i tassi di organizzazione della produzione ortofrutticola nelle regioni italiane. Più in dettaglio, l'erogazione del supporto finanziario nazionale potrebbe essere garantita non solo alle OP che ricadono in quei territori in cui il tasso di organizzazione è particolarmente basso (<20%), ma si potrebbe immaginare di incrementare tale livello "agganciandolo" ad altre variabili, come ad esempio l'incremento della produzione ortofrutticola gestita in forma organizzata a livello regionale.

- **Il rafforzamento delle iniziative volte a sostenere il consumo dei prodotti ortofrutticoli anche a fini di salute pubblica.** In questo ambito è urgente attivare tutte le azioni che possono contribuire ad incrementare il consumo di prodotti ortofrutticoli in modo da non attestarsi al di sotto dei livelli minimi di consumo pro capite definiti dall'OMS. Gli interventi che possono favorire un maggior consumo sono probabilmente da ricollegare alle rinnovate richieste del consumatore, ovvero qualità, innovazione ed elevato contenuto di servizio (es. IV gamma). Su questi aspetti il ruolo delle OP può essere determinante, sia in relazione alla possibilità di orientare i soci produttori verso i prodotti maggiormente richiesti dal mercato, sia nell'opportunità di attivare vere e proprie campagne di informazione a sostegno del consumo di prodotti ortofrutticoli (es. "5 colori del benessere").
- **Il sostegno a favore dei processi di internazionalizzazione del comparto ortofrutticolo.** L'analisi ha mostrato come, nonostante una buona capacità di commercializzazione dell'ortofrutta sui mercati internazionali, in alcuni segmenti produttivi l'azione di nuovi *competitor* stia determinando un'erosione delle quote di mercato detenute dall'Italia. Al fine di frenare questa perdita di competitività è indispensabile rafforzare l'organizzazione settoriale e sostenere i percorsi di internazionalizzazione delle imprese, anche attraverso il sostegno allo sviluppo più efficace di servizi pubblici e privati (sistema paese).
- **Il rafforzamento del ruolo commerciale delle OP.** La gestione dei rapporti di mercato dovrebbe prevedere un maggior protagonismo delle OP, in particolare nella fase di commercializzazione dei prodotti dei soci, favorendo al contempo anche una riduzione dei decisori di vendita. Il consolidamento delle funzioni di mercato delle OP potrebbe contribuire inoltre a migliorare la qualità dell'organizzazione e consentire di raggiungere in tempi più brevi gli obiettivi di azione affidati alle OP.
- **Il sostegno ad un miglior utilizzo delle politiche di sviluppo per il settore,** favorendo ad esempio la complementarità e coerenza tra OCM e politiche di sviluppo rurale, un problema ad oggi ancora irrisolto e che attraverso il ruolo di cabina di regia che le OP potrebbero assumere, contribuirebbe a supportare l'implementazione delle politiche a favore del settore.
- **Il supporto ai processi di innovazione nel settore ortofrutticolo.** L'innovazione viene ormai ritenuta un elemento imprescindibile per consentire alle imprese agricole e alle loro organizzazioni di competere efficacemente sui mercati di riferi-

mento e di raggiungere un profilo adeguato in termini di sostenibilità ambientale. Questo aspetto assume una valenza ancora maggiore nell'ambito del settore ortofrutticolo, in cui le produzioni soffrono il rischio concreto di "commoditizzazione" e banalizzazione. In questo quadro, un ruolo strategico potrebbe essere svolto dalla partecipazione delle OP ai Gruppi Operativi del Partenariato Europeo per l'Innovazione (PEI) all'interno dei Piani di Sviluppo Rurale (PSR), una partecipazione per la quale Unaproa potrebbe svolgere attività di coordinamento.

- **La possibilità di attivare collaborazioni tra forme di rappresentanza delle OP e istituti di credito al fine di migliorare l'accesso al credito.** Il tema dell'accesso al credito rappresenta sempre più un fattore di competitività centrale; negli ultimi anni tuttavia due elementi hanno peggiorato il quadro creditizio: la despecializzazione degli istituti di credito nei confronti del settore agricolo e il *credit crunch* conseguente alla crisi economico-finanziaria del 2007-2008. Al fine di arginare le criticità derivanti da questi aspetti e assecondare le esigenze di credito delle aziende agricole, l'idea potrebbe essere quella di attivare una sorta di prestito di conduzione aziendale gestito dalle OP (supportate dal sistema bancario) per i soci produttori, prestito che sarebbe garantito dalla commercializzazione dei prodotti aziendali che i soci conferiscono all'OP. Su questo tema la predisposizione di un "laboratorio nazionale" formato da sistema bancario e Unaproa potrebbe consentire di valutare opportunità e criticità dello strumento e consentire il dialogo anche su altri campi di azione, con la realizzazione di vantaggi reciproci sia per il sistema bancario che per quello dell'ortofrutta organizzata.
- **La promozione e sviluppo di nuovi strumenti di gestione del rischio nell'ambito di strutture organizzate.** I prossimi anni saranno sempre più caratterizzati da fattori (volatilità dei prezzi, effetti dei cambiamenti climatici, ecc.) che impatteranno negativamente sulla produzione primaria e sulla formazione del reddito aziendale. Con l'obiettivo di marginalizzare gli effetti negativi sulle aziende agricole l'UE ha individuato, oltre alle assicurazioni agevolate, due nuovi strumenti di gestione del rischio in grado di rispondere più efficacemente alle nuove tipologie di rischio sopportate dalle aziende agricole: i fondi di mutualizzazione per perdite di produzione e in favore del reddito aziendale. Si tratta di strumenti che si prestano ad essere efficacemente attivati e gestiti da strutture collettive di agricoltori, in quanto i meccanismi di funzionamento prevedono la necessità di disporre di informazioni per la definizione del profilo di rischio e una buona dotazione di capitale fiduciario, due elementi che nel caso delle OP sono "naturalmente" presenti. In tale ambito, è utile ricordare come Unaproa abbia collaborato attivamente all'attività di sperimentazione di tali strumenti fornendo ad Ismea una serie di variabili economiche e produttive riferite ad un campione di circa 1.000 imprese agricole riferite a cinque annualità antecedenti al 2012, con l'obiettivo della determinazione del reddito di esercizio, il tutto finalizzato alla valutazione della sostenibilità dei fondi mutualistici, oggi attivabili attraverso le sottomisure 17.2 e

17.3 del Piano Nazionale di Sviluppo Rurale (PNSR), eventualmente beneficiando anche di collaborazioni con il sistema creditizio (accennato al punto precedente), che potrebbe configurarsi come un *partner* importante per la gestione attiva delle risorse di tali strumenti.

Con un valore alla produzione di oltre 12 miliardi di euro ed un export vicino agli 8 miliardi, il settore ortofrutticolo - fresco e trasformato - rappresenta una componente fondamentale del sistema agroalimentare nazionale.

Alla luce dei cambiamenti in atto nello scenario di mercato e delle forti pressioni concorrenziali, il Rapporto Nomisma-Unaproa sulla competitività del settore ortofrutticolo italiano, giunto alla sua seconda edizione, rappresenta uno strumento di monitoraggio sullo "stato di salute" della filiera, utile a comprenderne problematiche e percorsi di sviluppo.

Il Rapporto fornisce una fotografia aggiornata sugli aspetti strutturali, produttivi ed economici del settore, dedicando particolare attenzione al tema dell'organizzazione dell'offerta, della competitività delle produzioni italiane a livello internazionale, dell'accesso al credito per le imprese della filiera e della gestione del rischio, una leva strategica che, in un contesto di cambiamenti climatici e volatilità dei prezzi divenuta ormai strutturale, rappresenta un'opportunità sia per i produttori ortofrutticoli che per le strutture organizzate, anche alla luce dei nuovi strumenti offerti in tale ambito dal Piano Nazionale di Sviluppo Rurale.



