L’Italia e la Pac post 2020 - PB 3

OS 3: Migliorare la posizione degli agricoltori nella catena del valore

****

Sommario

[*Scopo del documento* 3](#_Toc57817844)

[Inquadramento: l’obiettivo e gli strumenti 4](#_Toc57817845)

[1. La posizione degli agricoltori nella catena del valore 6](#_Toc57817846)

[1.1 Evoluzione del valore aggiunto degli agricoltori nella filiera agroalimentare (I.8) 6](#_Toc57817847)

[I fatti principali 6](#_Toc57817848)

[APPROFONDIMENTO – La catena del valore dei prodotti agricoli e dei prodotti alimentari 12](#_Toc57817849)

[1.2 I prezzi lungo la filiera agroalimentare 15](#_Toc57817850)

[I fatti principali 15](#_Toc57817851)

[2. Le tendenze della domanda e dell’offerta in termini di qualità, sicurezza, sostenibilità delle produzioni 17](#_Toc57817852)

[2.1 Premessa 17](#_Toc57817853)

[2.2 Le produzioni di qualità certificate biologiche 19](#_Toc57817854)

[I fatti principali 19](#_Toc57817855)

[2.2 Le produzioni di qualità certificate a Indicazione Geografica 21](#_Toc57817856)

[I fatti principali 21](#_Toc57817857)

[3. Diversificazione e modalità alternative di commercializzazione: vendita diretta e filiera corta 25](#_Toc57817858)

[I fatti principali 26](#_Toc57817859)

[4. Aggregazione e cooperazione 30](#_Toc57817860)

[4.1 Organizzazioni di produttori e Organizzazioni interprofessionali 30](#_Toc57817861)

[I fatti principali 30](#_Toc57817862)

[4.2 Il sistema cooperativo 35](#_Toc57817863)

[I fatti principali 35](#_Toc57817864)

[Approfondimento - Le reti d’imprese 39](#_Toc57817865)

[I fatti principali 39](#_Toc57817866)

[5. Le filiere forestali 39](#_Toc57817867)

[I fatti principali 40](#_Toc57817868)

[6. Cenni metodologici 42](#_Toc57817869)

[6.1 Valore aggiunto degli agricoltori nella filiera agroalimentare (I.8) 42](#_Toc57817870)

[Riepilogo degli indicatori e link 43](#_Toc57817871)

[Indicatori di contesto/impatto direttamente legati all’OS3 43](#_Toc57817872)

[Altri indicatori di contesto commentati nel documento 43](#_Toc57817873)

[Riferimenti a documentazione utile 44](#_Toc57817874)

[Pubblicazioni generali 44](#_Toc57817875)

[Pubblicazioni specifiche sulla catena del valore 44](#_Toc57817876)

[Approfondimenti settoriali 44](#_Toc57817877)

[Approfondimenti su Bio e IG 45](#_Toc57817878)

[Approfondimenti su Aggregazione e Reti d’impresa 45](#_Toc57817879)

[Approfondimenti su diversificazione e multifunzionalità 45](#_Toc57817880)

[Siti web e banche dati 45](#_Toc57817881)

# *Scopo del documento*

*Questo documento ha lo scopo di descrivere i principali elementi dell’analisi di contesto relativa all’obiettivo specifico di migliorare la posizione degli agricoltori nella catena del valore (OS3) per il Piano strategico nazionale della nuova PAC post 2020 ed è funzionale alla definizione dell’analisi Swot.*

*Analoghi documenti saranno redatti per gli altri 8 obiettivi specifici e per l’obiettivo trasversale sull’AKIS.*

*Nell’analisi di contesto si commentano principalmente gli indicatori previsti dal PMEF (Quadro di monitoraggio e valutazione della PAC post 2020); in particolare si analizzano, da un lato, l’evoluzione storica degli indicatori statistici suggeriti dalla Commissione e, dall’altro lato, i dati sulla situazione attuale (o iniziale) riguardo agli strumenti d’intervento utilizzabili per l’obiettivo specifico oggetto di analisi.*

*Avvertenze*

***Per l’individuazione degli indicatori correlati agli obiettivi specifici si è fatto riferimento all’Allegato 1 alla Proposta di Regolamento sul sostegno ai Piani strategici della PAC COM (2018) 392 finale, mentre le indicazioni metodologiche della Commissione sugli indicatori sono contenute nei seguenti documenti:***

***per gli indicatori di contesto e impatto: Working Document WK 2051/2019 ADD 1 “Draft list of context and impact indicators for the Performance Monitoring and Evaluation Framework” presented by the Commission to the Working Party on Horizontal Agricultural Questions (CAP reform) on 13 February 2019;***

***per gli indicatori di risultato (e di output): Working Document WK 4812/2019 INIT “Fiches on output and result indicators” presented by the Commission to the Working Party on Horizontal Agricultural Questions (CAP reform) on 08 April 2019.***

# Inquadramento: l’obiettivo e gli strumenti

L’obiettivo specifico del miglioramento della posizione degli agricoltori nella catena del valore contribuisce all’obiettivo generale di promuovere un settore agricolo intelligente, resiliente e diversificato, insieme agli altri due obiettivi specifici correlati al reddito agricolo (OS1 - reddito agricolo sufficiente e resilienza e OS2 - migliorare l’orientamento al mercato e la competitività).

L’obiettivo specifico 3 nel disegno della PAC post-2020 corrisponde a un unico indicatore d’impatto:

* migliorare la posizione degli agricoltori nella filiera agroalimentare: valore aggiunto dei produttori primari nella filiera agroalimentare (Indicatore I.8).

La premessa è che il settore agroalimentare dell’UE è in grado di competere nei mercati mondiali per un gran numero di prodotti, per i quali è in grado di esprimere spesso una leadership in termini di varietà e standard di qualità ponendosi in posiziona avanzata in termini di capacità di cogliere e rispondere all’evoluzione delle attese dei consumatori. Complessivamente, il valore aggiunto della filiera agroalimentare dell’UE supera i 970 miliardi di euro (valore riferito al 2017, UE a 28), a cui l’Italia contribuisce per il 12%. Nell’ultimo decennio si è registrata in Italia una notevole crescita del valore aggiunto della filiera, ma non altrettanto sostenuto è stato l’aumento del valore aggiunto della componente agricola. Sebbene la fase agricola coinvolga un elevato numero di imprese e di occupati, la posizione degli agricoltori nel complesso nella filiera appare sacrificata, per diversi motivi.

In generale, i produttori hanno un basso potere di mercato nei confronti sia degli acquirenti, sia dei fornitori di mezzi tecnici, da cui spesso consegue l’inadeguata remunerazione dell’attività d’impresa. Sempre in termini generali, la filiera è caratterizzata da un’asimmetria nella trasmissione delle variazioni dei prezzi: i rialzi dei costi per i produttori e dei prezzi all’origine si trasmettono più difficilmente e in maniera incompleta nelle fasi a valle, mentre i ribassi di mercato tendono a ripercuotersi in maniera più immediata sugli agricoltori, determinando una distribuzione non equa del valore generato dalla filiera.

Tra i motivi del basso potere di mercato, oltre alla deperibilità dei prodotti o alla produzione quotidiana degli stessi che ne impedisce lo stoccaggio e la gestione come una qualsiasi merce di altri settori, si deve ricordare che, nonostante il cambiamento strutturale che ha investito il settore agricolo nell’ultimo periodo, resta un basso grado di concentrazione dell’offerta rispetto ad altri settori, compreso quello a monte degli input dove il mercato globale è in forte evoluzione. Anche il grado di integrazione verticale è limitato e differente tra settori e anche laddove in settori come il suinicolo e soprattutto l’avicolo raggiunge livelli assai elevati, emergono altri tipi di problemi, qualora l’attività degli agricoltori sia relegata a mera esecuzione di indicazioni fornite dall’industria nel modello della soccida.

Allo stesso tempo, rispondere alla domanda di consumatori sempre più esigenti in termini di qualità, attenzione alla salute e sostenibilità ambientale, oltre che alla ricerca del miglior rapporto prezzo-qualità, comporta maggiori costi, arricchimento del bagaglio di know-how, investimenti e attenzione nei processi di produzione e commercializzazione per gli operatori di tutta la filiera; assumono inoltre un’importanza sempre più rilevante il trasferimento delle informazioni dal consumatore al produttore agricolo e una maggiore cooperazione tra gli attori lungo la catena, garantendo anche l’adeguata remunerazione delle attività d’impresa in tutte le fasi.

Le strategie per rispondere alle sfide sono molteplici e possono tuttavia essere riassunte nelle seguenti: il rafforzamento della cooperazione, tra agricoltori (orizzontale), tra attori della filiera (verticale) e con altre imprese (intersettoriale); l’incremento delle sinergie nelle catene del valore migliorandone il funzionamento attraverso relazioni commerciali *fair* (cfr. la Direttiva sulle pratiche sleali adottata dal Consiglio e dal Parlamento europeo ad aprile 2019) e aumentando la trasparenza nelle informazioni sui prezzi e sui mercati; l’informazione e la formazione dei produttori agricoli per aumentare la capacità di cogliere le opportunità offerte dal mercato e generare maggior valore, smarcandosi con politiche di differenziazione dalla competizione di costo, anche facendo ricorso a produzioni di qualità certificata e sistemi produttivi locali; favorire, laddove la tipologia dei mercati e delle merci lo consentano, il ricorso ai mercati *futures* per le commodity; infine, i produttori agricoli possono mettere in atto strategie di integrazione di alcune fasi a valle, per ridurre i passaggi per portare i prodotti sulle tavole dei consumatori, attraverso la vendita diretta e le filiere corte.

Le principali linee di azione per la PAC post-2020 a sostegno del miglioramento della posizione degli agricoltori nella catena del valore sono identificabili nella tabella seguente, dove sono riportati anche gli indicatori di risultato (prospetto 1):

* organizzazione della catena di approvvigionamento: gruppi di produttori, organizzazioni di produttori, mercati locali, filiere di approvvigionamento corte e regimi di qualità sovvenzionati;
* concentrazione dell’offerta: produzione commercializzata da organizzazioni di produttori con programmi operativi.

L’esame degli indicatori di risultato della proposta di Regolamento suggerisce quindi di affrontare nell’analisi di contesto tre principali temi volti, in modalità differenti, ad accrescere il valore aggiunto del settore agricolo nell’ambito della filiera agroalimentare:

* Le richieste del mercato e le conseguenze per l’organizzazione di sistemi di certificazione di qualità, come bio e IG, senza dimenticare altre opzioni come l’agricoltura integrata, le certificazioni di provenienza della materia prima e le differenti modalità che l’etichettatura consente per descrivere le caratteristiche del prodotto (capitolo 2);
* Il ricorso alla diversificazione e in particolare a quelle attività secondarie attraverso cui il valore aggiunto si incrementa incorporando nella fase agricola attività proprie di fasi successive, come la trasformazione in azienda o la vendita diretta (capitolo 3);
* Gli strumenti che possono agire sul potere di mercato esercitato dagli altri attori della filiera, come l’aggregazione e la concentrazione dell’offerta (OP, AOP, cooperative, contratti di rete), ma anche altri strumenti che hanno il fine di migliorare i rapporti tra gli attori della filiera ‒ OI, Progetti integrati di filiera e contratti più in generale (capitolo 4).

1. Obiettivo specifico, indicatori d’Impatto e indicatori di Risultato descritti nell’Allegato I della proposta di Regolamento sul sostegno ai Piani strategici nazionali

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Obiettivi specifici UE | Indicatori d’impatto nell'Allegato I al Reg. | Indicatori di risultato (basati esclusivamente su interventi finanziati dalla PAC) nell'Allegato I al Reg. |
| OS3: Migliorare la posizione degli agricoltori nella catena del valore | I.8 Migliorare la posizione degli agricoltori nella filiera agroalimentare: valore aggiunto dei produttori primari nella filiera agroalimentare | R.10 Una migliore organizzazione della catena di approvvigionamento: percentuale di agricoltori che partecipano a gruppi di produttori, organizzazioni di produttori, mercati locali, filiere di approvvigionamento corte e regimi di qualità sovvenzionati  R.11 Concentrazione dell’offerta: percentuale del valore della produzione commercializzata da organizzazioni di produttori con programmi operativi. |

Fonte: Allegato 1 alla Proposta di Regolamento sul sostegno ai piani strategici della PAC COM (2018) 392 finale

|  |  |
| --- | --- |
| **CONCETTI CHIAVE** | **Cooperazione e associazionismo**  **Interprofessione, relazioni di filiera**  **Trasparenza**  **Sistemi certificati di qualità**  **Attività secondarie**  **Filiera corta** |

Fonte: RRN - L’analisi SWOT per la costruzione delle strategie regionali e nazionale della PAC post-2020

# La posizione degli agricoltori nella catena del valore

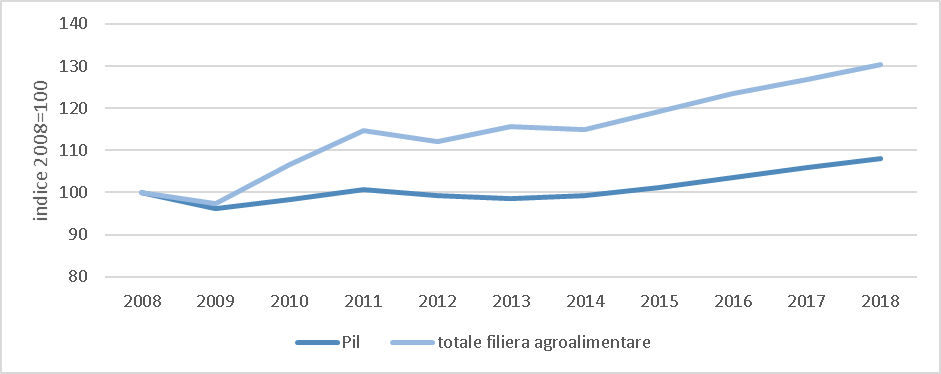
## Evoluzione del valore aggiunto degli agricoltori nella filiera agroalimentare (I.8)

Per monitorare il peso del valore aggiunto dei produttori primari nella filiera agroalimentare, l’indicatore che la Commissione europea prende in considerazione è la quota di valore aggiunto dei produttori agricoli sul valore aggiunto totale dei settori coinvolti nella filiera agroalimentare. Si prende cioè in considerazione, da un lato, il valore aggiunto dei produttori agricoli[[1]](#footnote-1) (fonte Eurostat, CEA) e, dall’altro lato, il valore aggiunto delle altre componenti della filiera rappresentate dall’industria alimentare e bevande, dalla commercializzazione di prodotti alimentari all’ingrosso e al dettaglio e dai servizi di ristorazione (fonte Eurostat, SBS - statistiche strutturali sull’industria e i servizi).

### I fatti principali

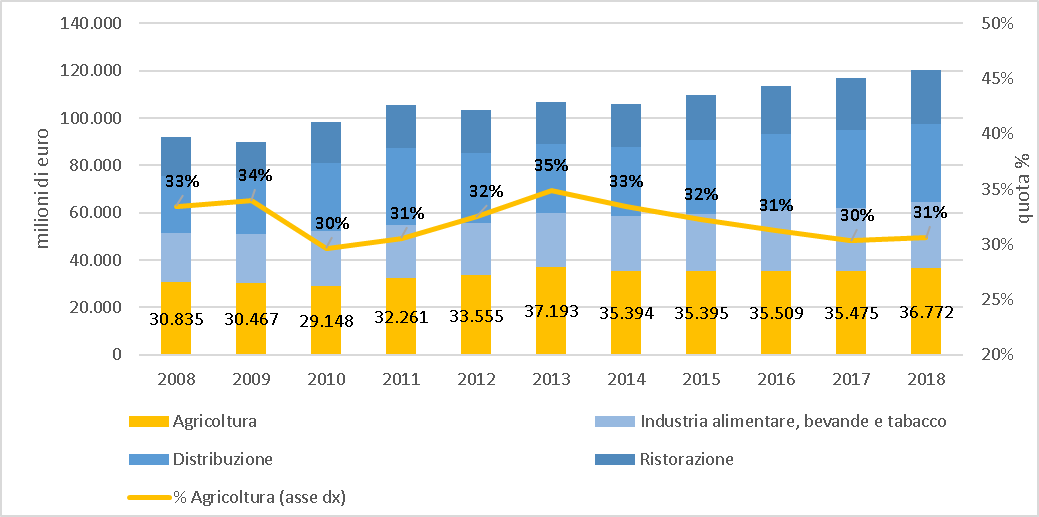
* Nel 2018, il valore aggiunto totale della filiera agroalimentare italiana ha superato i 120 miliardi di euro, 28 miliardi in più rispetto al 2008. La filiera agroalimentare ha un ruolo importante nell’economia italiana e inoltre nel panorama dell’UE l’Italia vanta una specializzazione sulla filiera. Questa infatti genera il 7,5% del valore aggiunto lordo totale nazionale, incidenza che scende al 6,9% per l’UE a 28 (elaborazione su medie triennali 2015-2017).
* Nel corso del periodo 2008-2018, l’andamento del valore aggiunto della filiera appare influenzato dalla situazione economica nazionale. Dopo i livelli bassi del 2008 e 2009 in corrispondenza della crisi economica, si osserva un aumento nei due anni successivi e un nuovo arresto della crescita nel triennio 2012-2014, in corrispondenza della seconda crisi economica e della stagnazione dei consumi interni; dal 2015 al 2018 il trend è stato invece sempre positivo.
* Per quanto riguarda la posizione del settore primario nella filiera, nel periodo osservato a fronte della crescita del valore aggiunto complessivo della filiera, il valore per la fase agricola è cresciuto meno che proporzionalmente. Confrontando i valori medi del triennio 2008-2010 e quelli del triennio 2015-2017, il valore aggiunto dell’intera filiera è cresciuto del 25%, mentre quello della fase agricola solo del 19%.
* Pertanto, la quota della fase agricola sul totale è passata dal 33% del 2008 al 31% nel 2018. Nel corso del periodo esaminato, mediamente il peso del valore aggiunto dell’agricoltura è stato del 32%. Nell’intero arco temporale 2008-2015 (programmazione precedente) la quota del valore aggiunto agricolo era in media 32,6% ed è leggermente scesa ad oggi nel periodo corrente (2015-2018), a 31,1%.
* Tale quota oscilla nel corso degli anni a causa dell’elevata variabilità del valore aggiunto nella fase primaria; ad esempio nel 2013 è stata toccata l’incidenza massima del 35%, mentre il livello minimo è stato pari al 30% nel 2010. L’agricoltura italiana è focalizzata sulle coltivazioni, quindi più suscettibile ai fattori meteo-climatici, e da ciò dipende principalmente l’andamento altalenante del valore aggiunto del settore. Oscillazioni repentine dell’offerta o della domanda di prodotti agricoli e alimentari dovute a eventi climatici avversi e imprevisti hanno inevitabili conseguenze sui prezzi di mercato e, quindi, sul valore aggiunto dell’agricoltura nazionale.
* Il diverso grado e velocità di trasmissione delle variazioni dei prezzi nelle fasi a valle spiegano a loro volta i cambiamenti delle quote percentuali delle varie fasi della filiera da un anno all’altro.
* Confrontando le quote percentuali delle varie fasi, si vede che è il settore della ristorazione quello che ha aumentato di più il suo peso nella filiera, a fronte della riduzione dell’agricoltura, mentre il peso degli altri settori è rimasto più o meno invariato (sempre tabella 2). In effetti, nell’ultimo decennio la spesa alimentare fuori casa degli Italiani si è dimostrata molto più dinamica rispetto a quella domestica: tra il 2008 e il 2019 la prima è cresciuta del 6,2% in termini reali, mentre la seconda è diminuita del 4,6%. La spesa fuori casa delle famiglie italiane è arrivata a rappresentare nel 2019 il 34% della spesa alimentare totale, per un valore di 85,3 miliardi di euro.
* La riduzione dell’incidenza del valore aggiunto del settore primario a fronte dell’aumento di quella della ristorazione e della stabilità delle restanti fasi, è un fenomeno che riguarda anche l’UE. Nel 2012[[2]](#footnote-2) il peso del settore agricolo sul valore di filiera era il 26%, quello della ristorazione il 17%, quello dell’industria il 26%, quello della distribuzione il 31%; nel 2017 l’agricoltura è scesa al 24%, mentre la ristorazione è salita al 19%.
* Nella figura 3 si osserva anche la diversa composizione del valore aggiunto della filiera dell’Italia rispetto alla media dell’UE. In Italia il primo anello genera la quota maggiore del valore aggiunto totale della filiera (31% rispetto al 24% nell’UE a 28), mentre la quota dell’industria di trasformazione è molto più bassa (22% rispetto al 26% dell’UE) e distribuzione e ristorazione hanno un peso di poco inferiore. Tali difformità si possono spiegare con le caratteristiche del settore agroalimentare italiano, che rispetto alla media UE-28 si caratterizza per la maggiore importanza delle produzioni agricole ad alto valore aggiunto e per un modello di agricoltura a elevato utilizzo di manodopera e altamente capitalizzata, oltre che per una maggiore quota sulla produzione a prezzi base (PPB) dei prodotti freschi (come gli ortofrutticoli, a maggiore impiego di lavoro), di vino e di olio d’oliva (cfr. il Policy brief dell’OS2).
* Poiché nelle statistiche dei conti economici dell’agricoltura (Eurostat) al settore agricolo viene attribuita anche la quota di produzione di vino e di olio delle cooperative[[3]](#footnote-3), con il conseguente aumento del valore aggiunto della fase agricola, il peso dei settori olivicolo-oleario e vitivinicolo in Italia e la rilevanza del fenomeno cooperativo fanno sì che questo effetto sia particolarmente significativo in Italia, determinando l’aumento della quota di valore aggiunto agricolo e la parallela riduzione della quota di valore aggiunto dell’industria, rispetto alla media dell’UE.
* Per quanto riguarda il diverso grado di concentrazione settoriale che caratterizza le diverse fasi, la numerosità degli attori e la struttura concorrenziale delle varie fasi della filiera agroalimentare è molto differente. Gli attori coinvolti nel comparto agroalimentare in Italia possono essere rappresentati mediante una clessidra, che evidenzia la forte disparità numerica tra i settori che lo compongono: a un estremo possono essere collocati i 60,7 milioni di consumatori, a quello opposto 1,1 milioni di aziende agricole, mentre molto più ristretta è la numerosità di imprese coinvolte nella produzione industriale. La struttura del sistema poi non è concorrenziale in quanto nei vari stadi intermedi tra consumatori e aziende agricole, le forme di mercato si discostano significativamente dalla concorrenza perfetta. Questa struttura in generale tende a determinare una maggiore debolezza degli agricoltori in termini di potere contrattuale, nei confronti sia dei fornitori di input e servizi sia degli acquirenti dei loro prodotti. Questa considerazione vale per i sistemi di tutti gli Stati membri, sebbene vada sottolineato che la numerosità e la concentrazione di una stessa fase può notevolmente divergere tra Paesi.
* Il semplice calcolo del valore aggiunto medio per impresa può aiutare a mettere in luce le notevoli differenze tra le varie fasi sia a livello nazionale, sia europeo: in Italia si va da 452 mila euro per impresa per l’industria alimentare, delle bevande e del tabacco, ai 130,5 mila della distribuzione (ingrosso e dettaglio), ai 74,2 mila della ristorazione, fino ai 31 mila della fase agricola. Questo è un primo indicatore del diverso grado di frammentazione dell’offerta e del possibile squilibrio nel potere di mercato tra le imprese agricole e quelle delle fasi successive, in particolare dell’industria e del settore distributivo.
* Date queste differenze strutturali tra i vari attori della filiera, le relazioni verticali sono molto delicate e necessitano di vigilanza in tutte le fasi: tra agricoltori e trasformatori possono esserci squilibri contrattuali tra i primi, attivi in mercati frammentati e beneficiari di forme di deroga alla disciplina della concorrenza, e i secondi, attivi su mercati più concentrati, ma più esposti a dinamiche concorrenziali con i loro competitor; la crescita delle centrali di acquisto ad opera delle insegne della GDO, se da un lato ha costituito un contrappeso al potere contrattuale delle grandi imprese industriali nazionali e multinazionali, dall’altro, ha compresso in modo preoccupante i margini delle piccole e medie imprese, pertanto anche le relazioni tra agricoltori e industriali con la distribuzione meritano un’attenta vigilanza.
* L’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) negli ultimi 15 anni ha realizzato approfondite indagini sulla filiera agroalimentare verificando e sanzionando condotte imprenditoriali restrittive, regolazioni inefficaci e distorsive della concorrenza. In particolare, tra il 2008 e il 2009, ha sanzionato due cartelli, uno riguardante i panificatori, l’altro i produttori di pasta, che, a seguito degli incrementi di prezzo delle materie prime, avevano lo scopo di trasferire tali incrementi, prima sulla distribuzione e poi sui consumatori finali, in misura superiore a quanto sarebbe stato possibile se ciascuna impresa avesse adottato strategie commerciali autonome. Inoltre, l’AGCM ha pubblicato due preziose indagini conoscitive, la prima, nel 2007, atta ad esaminare il funzionamento della filiera agroalimentare (con particolare riferimento al settore ortofrutticolo), per verificare se le caratteristiche strutturali e organizzative del settore fossero tali da ostacolare, tramite specifiche inefficienze o deficit concorrenziali presenti in qualche stadio della filiera, un corretto trasferimento dei prezzi dalla produzione al dettaglio; la seconda indagine, invece, pubblicata nel 2013, ha fornito un focus sulla GDO. Tra le conclusioni del primo studio dell’AGCM, spicca la considerazione che la GDO è più conveniente per il consumatore laddove essa riesca a mettere in piedi un approvvigionamento diretto confrontandosi con una controparte organizzata, in grado di rispondere alle sue esigenze sia quantitative sia qualitative. Al contrario, per quei prodotti che presentano una produzione agricola frammentata e disorganizzata, la tipologia distributiva più conveniente per il consumatore, sotto il profilo del prezzo, risulta essere il commercio ambulante, in quanto riesce a fissare prezzi inferiori alla GDO grazie alla flessibilità nell’approvvigionamento (AGCM, 2007). L’atteggiamento favorevole dell’Antitrust nei confronti della GDO viene però modificato quando si tratta di analizzare i rapporti tra quest’ultima e l’industria alimentare. Difatti, nell’indagine successiva si rilevano una serie di atteggiamenti da parte delle catene distributive tese a porre in atto restrizioni concorrenziali nei confronti dell’industria alimentare, sia con l’implementazione delle Centrali di acquisto, sia nella gestione delle private label (AGCM, 2013).
* Va poi rilevato che l’intera filiera italiana appare complessivamente più debole e frammentata rispetto alla media UE. Infatti, la ricchezza creata da ciascuna impresa europea dell’alimentare, della distribuzione e anche della ristorazione, è maggiore che in Italia, dove vi è una rilevante presenza in tutte le fasi di micro, piccole e medie imprese, compreso nel settore distributivo organizzato (GD-DO). Si pensi ad esempio che il grado di concentrazione della GDO, calcolato come il fatturato dei primi 3 concorrenti sul totale di settore, va dal 61% della Gran Bretagna e della Germania, al 54% della Spagna, al 53% della Francia, al 36% dell’Italia. Ciò ha importanti ripercussioni per la competitività del settore agroalimentare e indica la necessità di rinforzare forme di cooperazione e aggregazione orizzontale e verticale in tutte le fasi. Parte delle problematiche della filiera agroalimentare nazionale derivano dalla situazione infrastrutturale e dal sistema logistico e distributivo; un miglioramento di questi aspetti aumenterebbe l’efficienza della filiera (cfr. PB2). Sul grado di concentrazione della distribuzione italiana va evidenziato che nel corso del 2020 è in atto un’importante operazione di acquisizione di punti vendita di proprietà della catena distributiva francese Auchan da parte dell’italiana Conad, leader di mercato. Il processo è stato autorizzato dall’AGCM con delle condizioni imposte per evitare che in alcuni territori Conad arrivi a una posizione dominante, dando luogo a fenomeni distorsivi della concorrenza. A conclusione di questo processo, fortemente attenzionato dall’Antitrust, il contesto della distribuzione italiana sarà inevitabilmente mutato, con un incremento del grado di concentrazione dei primi tre retailer.

1. Dinamica del Pil e del valore aggiunto della filiera agroalimentare, indice base 2008 calcolato su dati a prezzi correnti, 2008-2018 – Italia



*Fonte: elaborazioni su dati Eurostat (CN, CEA, SBS)*

1. Valore aggiunto della filiera agroalimentare, valori assoluti (asse sinistro) e quota dell’agricoltura sul totale (asse destro), 2009-2016 (I.8) – Italia

Fonte: elaborazioni su dati Eurostat (CEA e SBS)

1. Valore aggiunto nella filiera agroalimentare: valori medi nel periodo 2008-2015 e 2015-2018 (I.8) - Italia

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Settore** | **milioni di euro** | | **Peso %** | |
| media 2008-2015 | media 2015-2018 | media 2008-2015 | media 2015-2018 |
| Agricoltura | 33.031 | 35.788 | 32,6 | 31,1 |
| Industria alimentare, bevande e tabacco | 22.391 | 26.017 | 22,1 | 22,6 |
| Distribuzione | 28.481 | 32.363 | 28,1 | 28,1 |
| Ristorazione | 17.532 | 21.008 | 17,3 | 18,2 |
| **Totale filiera** | 101.436 | 115.176 | 100 | 100 |

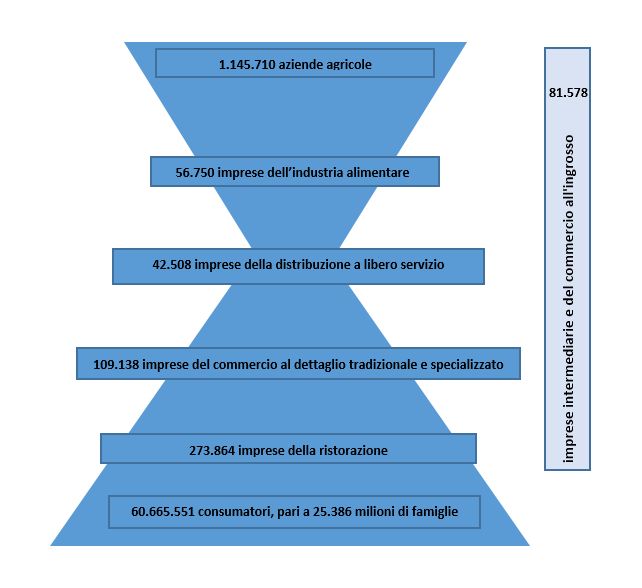
Fonte: elaborazioni su dati Eurostat (CEA e SBS)

1. Valore aggiunto nella filiera agroalimentare (I.8): composizione Italia e UE a 28 e incidenza dell’Italia sull’UE a 28 (media 2015-2017)

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

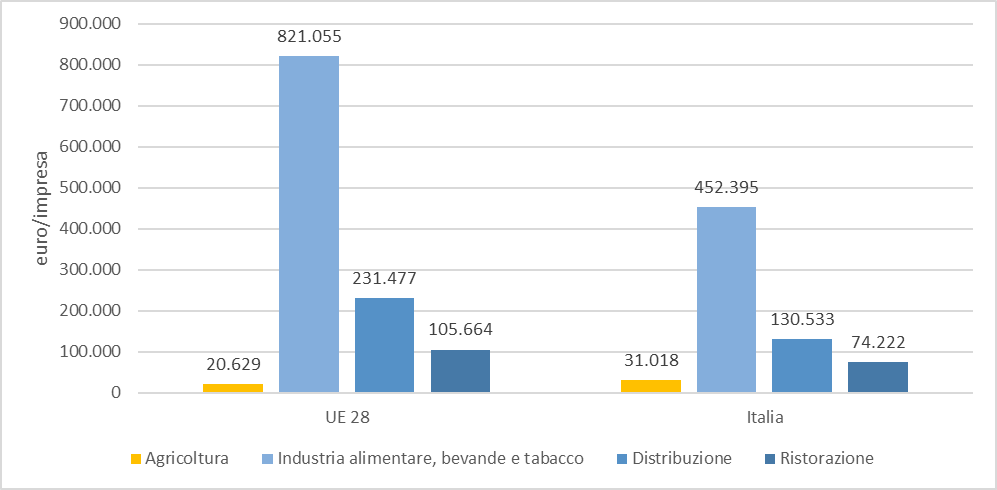
Fonte: elaborazioni su dati Eurostat (CEA e SBS)

1. Gli attori del sistema agroalimentare italiano nel 2016



Fonte: elaborazioni su dati Istat

1. Valore aggiunto medio per impresa nelle diverse fasi della filiera nel 2016 - Italia e UE a 28



Fonte: elaborazioni su dati Eurostat (CEA, FSS e SBS)

## APPROFONDIMENTO – La catena del valore dei prodotti agricoli e dei prodotti alimentari

Con la catena del valore elaborata dall’Ismea si effettua una stima della ripartizione, tra gli attori della filiera, del valore dei prodotti agroalimentari acquistati dai consumatori finali, distinguendo tra prodotti agricoli freschi (che sono venduti senza trasformazione industriale) e prodotti alimentari trasformati e le bevande. Il punto di partenza del ragionamento è la spesa finale, che è una misura del valore che viene attribuito dal consumatore ai beni e servizi agroalimentari, che si accresce nelle diverse fasi della filiera, anche in funzione della capacità di incorporare nel prodotto aspetti di servizio e immagine graditi al consumatore. Se il sistema di creazione del valore tuttavia è caratterizzato da fenomeni quali un eccessivo numero di operatori lungo la filiera, asimmetrie dovute al diverso potere contrattuale degli attori coinvolti e da una generale bassa competitività, si generano inefficienze che vanno a detrimento del consumatore finale e che penalizzano gli anelli più deboli della catena. Peraltro, le filiere agricole, più di altre, soffrono di inefficienze del sistema, come emerso da alcuni studi sul tema (Zaghi, Bono 2011; Nomisma 2009; AGCM 2007).

L’analisi è basata sull’uso delle tavole intersettoriali del sistema di contabilità nazionale[[4]](#footnote-4), e tiene conto quindi di tutti i flussi economici e i rapporti tra gli attori del sistema economico, sia quelli diretti lungo la filiera agroalimentare, sia quelli indiretti, con attori nazionali ed esteri.

Considerando 100 euro spesi dal consumatore per il consumo domestico di prodotti agricoli freschi (ad esempio gli ortofrutticoli), prima di tutto si calcola la quota destinata all’acquisto di prodotti esteri sugli scaffali dei negozi, come la frutta esotica o in contro-stagione, quota che risulta pari a 6,8 euro. Tale valore finisce all’estero e va quindi sottratto, volendo calcolare la parte di valore che resta in Italia e viene ripartita tra gli attori della filiera. Allo stesso modo, si sottrae la quota di valore destinata da parte delle imprese coinvolte direttamente e indirettamente nella filiera all’acquisto di materie prime e beni intermedi importati dall’estero (7,6 euro), che sono necessari per il processo di produzione, trasporto e distribuzione (si pensi ad esempio alla dipendenza dall’estero dell’Italia per le necessità energetiche). Infine, si detraggono le imposte indirette e dirette pagate in tutte le fasi della filiera (9,3 euro), in quanto tale valore è assorbito dal settore pubblico.

L’importo restante, pari a 76,2 euro, può essere infine ripartito tra coloro che hanno contribuito sia direttamente sia indirettamente alla produzione e alla distribuzione dei prodotti agricoli freschi, in proporzione al valore aggiunto di ciascun settore. In questo modo sono escluse duplicazioni nel conteggio del valore e la quota di ciascun settore è calcolata tenendo conto del rapporto tra ricavi e costi correnti di produzione in ciascuna fase.

Da questa scomposizione emerge che la maggior quota di valore è attribuita al settore del commercio e trasporto, con 38,3 euro, mentre la quota del settore agricolo è di 22 euro; infine tutti gli altri settori economici considerati insieme assorbono 15,9 euro.

Inoltre, i dati disponibili dalle tavole intersettoriali consentono anche di scomporre il valore aggiunto di ciascuna fase nella quota di salari, ammortamenti e margine operativo netto, che rappresenta ciò che resta agli imprenditori[[5]](#footnote-5). Va sottolineato che nell’elaborazione della catena del valore il valore aggiunto della fase agricola è stato depurato dai contributi, in quanto l’obiettivo dell’analisi è scomporre il valore pagato dai consumatori tra i partecipanti al processo.

Dall’elaborazione emerge che, dai 100 euro spesi dalle famiglie, agli imprenditori agricoli resta un margine operativo netto di soli 6 euro. Diversa la situazione per gli altri settori: per il settore del commercio e trasporto il margine operativo netto per le imprese è di 17 euro, mentre agli altri settori fornitori di beni e servizi necessari lungo la filiera (dai mezzi tecnici per l’agricoltura ai servizi bancari) restano 6,8 euro sempre come margine operativo netto.

Nel caso dei prodotti trasformati, dove la filiera è più lunga, su 100 euro destinati dal consumatore all’acquisto di prodotti alimentari, il valore aggiunto per l’agricoltore è di 6,2 euro e il margine in capo all’imprenditore agricolo risulta alla fine del processo inferiore ai 2 euro.

Non molto migliore, tuttavia, è la situazione per l’imprenditore della trasformazione alimentare per il quale altrettanto compresso risulta il margine operativo netto d’impresa, che ammonta a solo 1,6 euro; ben diverso il caso degli imprenditori dell’aggregato del commercio, distribuzione e trasporto, il cui margine si mantiene a 11 euro. In questa filiera, infatti, 8,5 euro sono stati destinati dalle famiglie all’acquisto di prodotti finiti provenienti dall’estero; si nota, inoltre, che sale a 19,8 euro la quota delle imposte, anche per l’impatto dell’Iva più elevata sui prodotti trasformati; infine il valore dei beni intermedi importati dalla filiera raddoppia in confronto al valore assunto nel caso di prodotti agricoli freschi.

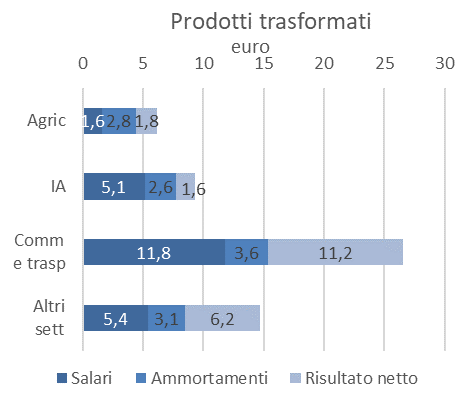
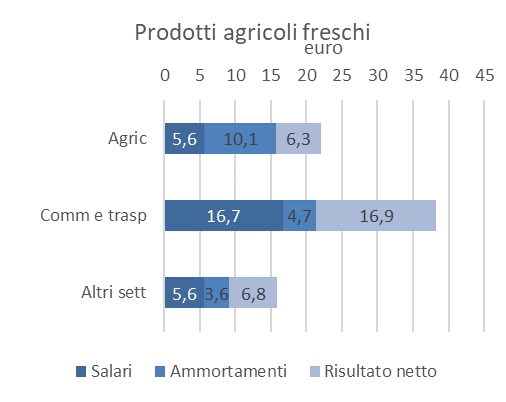
1. Catena del valore dei prodotti agricoli e dei prodotti alimentari

|  |  |
| --- | --- |
| **Prodotti agricoli freschi** | **Prodotti alimentari trasformati** |
|  |  |

\* Valore aggiunto al netto dei contributi e delle imposte. \*\*Imposte sui prodotti, sulla produzione, IVA

Fonte: Elaborazione ISMEA su dati Istat e Eurostat

1. Scomposizione del valore aggiunto\* dell’agricoltura, dell’industria alimentare e degli altri settori in Italia



\* Valore aggiunto al netto dei contributi e delle imposte.

Fonte: Elaborazione ISMEA su dati Istat e Eurostat

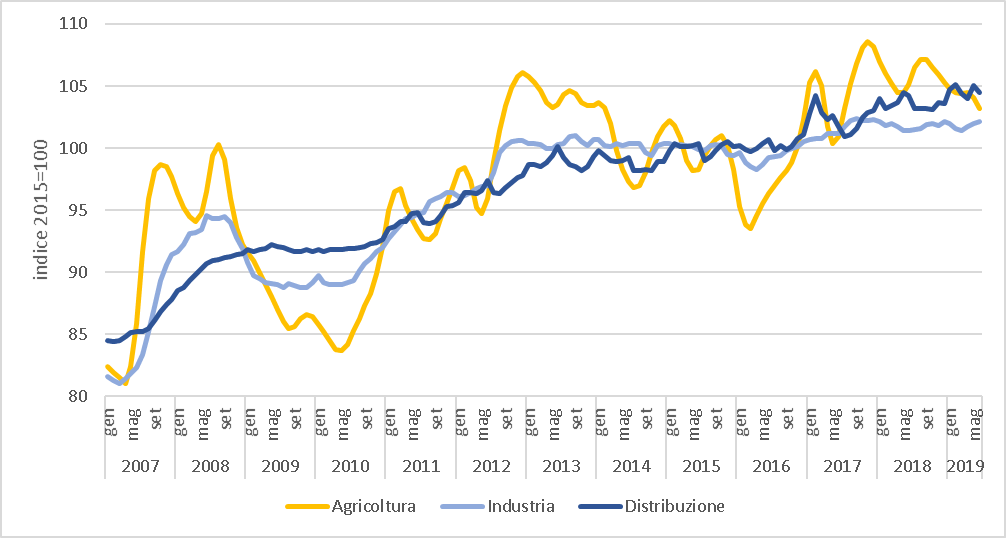
## I prezzi lungo la filiera agroalimentare

Volatilità dei prezzi e asimmetrie nella trasmissione ai differenti stadi influenzano in maniera significativa il funzionamento del mercato e la ripartizione del valore nella filiera. L’analisi della modalità con cui avviene la trasmissione dei prezzi, cioè dell’entità e delle tempistiche dei trasferimenti tra le diverse fasi, consente di valutare il sistema sia dal punto di vista dell’efficacia, che dell’efficienza. Inoltre, permette di monitorare il livello di concorrenza delle fasi intermedie e finali, industria alimentare e distribuzione.

### I fatti principali

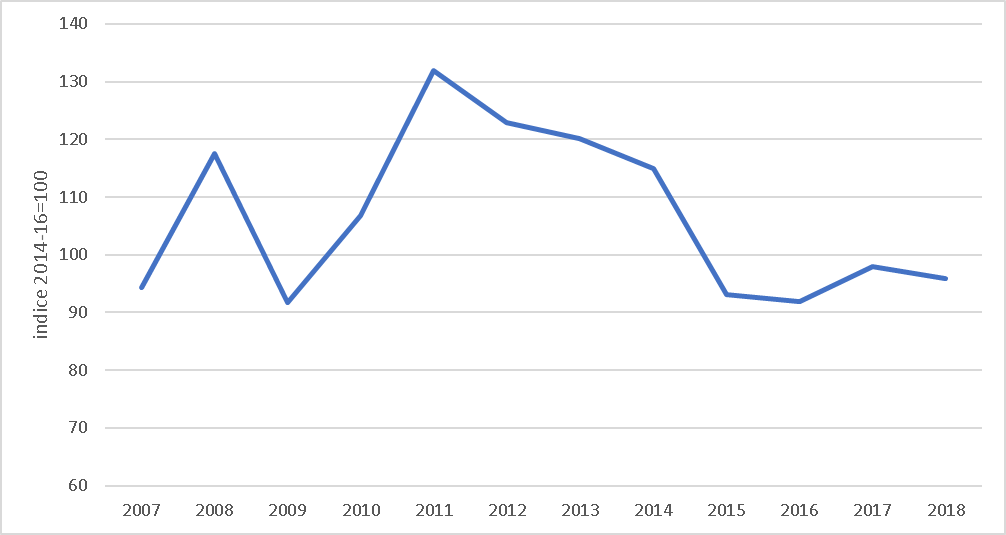
* L’esame dell’andamento dei prezzi dei prodotti agroalimentari italiani (vino escluso), possibile grazie al *Food Price monitoring tool* della Commissione europea*[[6]](#footnote-6)*, fa emergere grosse differenze sia tra le diverse fasi della filiera, sia nel tempo.
* Focalizzando l’attenzione sul trend dei prezzi agricoli spiccano innanzitutto le oscillazioni nel corso dell’anno dovute alla stagionalità, che comportano un incremento a partire dalla seconda metà fino alla fine di ogni anno, quando nel calcolo del prezzo medio entrano le produzioni a maggiore valore aggiunto: frutta estiva, uva, mele, kiwi, olio d’oliva, ecc. Al netto di queste normali oscillazioni congiunturali, i prezzi agricoli soffrono di una spiccata volatilità anche da un anno all’altro, rispetto ai corrispondenti prezzi delle fasi industriale e al consumo.
* I prezzi della fase industriale appaiono fortemente correlati al trend dei listini internazionali, come si evince dagli incrementi in corrispondenza delle fiammate dei prezzi delle commodity del 2007-08 e 2010-11. La vocazione trasformatrice dell’industria alimentare italiana fa sì che questa abbia una forte dipendenza dall’estero per l’approvvigionamento di materie prime, come frumento, caffè, cacao, zucchero, latte, olio, animali vivi e carni. La distribuzione, tuttavia, spesso opera con contratti di fornitura di lunga durata mettendosi così al riparo da eventuali fluttuazioni. I trasferimenti a valle delle variazioni dei prezzi dalla fase agricola nazionale, inoltre, appaiono di lieve entità, almeno per quanto riguarda il complesso dei prodotti agricoli rappresentati nell’indice, oltre che presentare un ritardo nella trasmissione.
* L’esame del trend dei prezzi di filiera del 2008 costituisce un esempio lampante di asimmetria e ritardo nella trasmissione delle variazioni: dopo il picco raggiunto nel corso del 2008, mentre i prezzi delle materie prime agricole si sono fortemente ridotti negli ultimi mesi dell’anno, quelli industriali hanno continuato a crescere fino al trimestre successivo per poi avviare la discesa, e quelli al consumo hanno continuato ad aumentare fino alla seconda metà del 2009.
* Tornando all’analisi dell’intero periodo, i prezzi al consumo seguono un trend di crescita progressiva, non riflettendo sempre e tempestivamente i cambiamenti delle altre due fasi. Fanno eccezione a questa dinamica i momenti in cui vi sono dei veri e propri shock che riguardano interi settori a livello europeo, come accaduto all’inizio del 2017 quando le temperature sotto la media stagionale hanno arrecato ingenti danni al settore orticolo italiano e spagnolo. Interi raccolti sono andati distrutti, con conseguenti problemi di approvvigionamento di ortaggi freschi da parte della distribuzione.
* In conclusione, la fase agricola è penalizzata dalle repentine e intense variazioni dei prezzi, variazioni che invece non si trasmettono immediatamente sui prezzi nelle fasi più a valle, né per tempistica né per intensità. Spesso la diminuzione dei prezzi lungo la catena alimentare non solo è più lenta, ma anche più debole rispetto alle fasi di aumento: questo, per esempio, impedisce ai consumatori di usufruire di prezzi più bassi in caso di andamento flettente del mercato, con un impatto negativo sulla domanda.
* Le dinamiche sulla trasmissione dei prezzi lungo le varie fasi sono molto diversificate a seconda del prodotto preso in considerazione, dipendendo dalla struttura della filiera, quindi dal numero di operatori coinvolti, dalle loro dimensioni, da fattori esterni come la logistica, oltre che dalla natura del prodotto, ad esempio dal suo grado di deperibilità. Per un’analisi dettagliata si rimanda **alle analisi di filiera (documenti di approfondimento in fase di redazione)**.

1. Food value chain price index dell’Italia – indici mensili gennaio 2007-giugno 2019



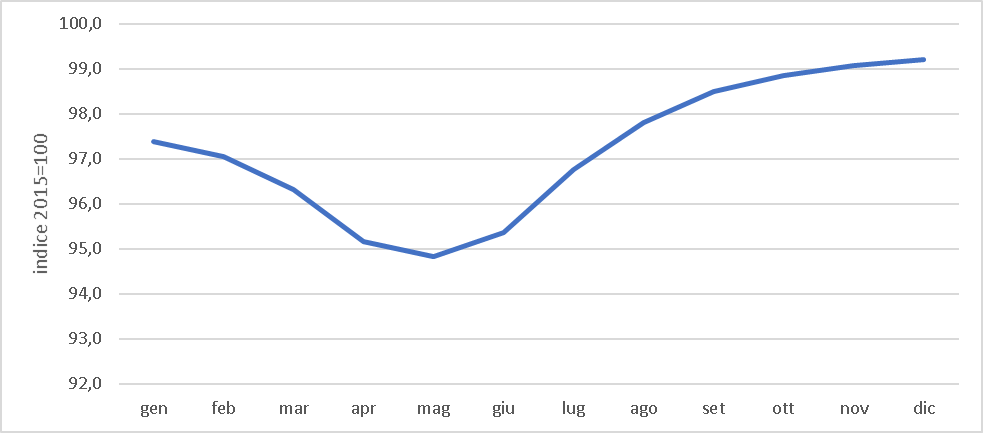
Fonte: elaborazioni RRN su dati Eurostat

1. Indice dei prezzi delle commodity internazionali agricole - medie annuali 2007- 2018



Fonte: elaborazioni RRN su dati FAO

1. Prezzi della fase agricola in Italia (indici mensili calcolati sui dati medi 2007-2010)



Fonte: elaborazioni RRN su dati Eurostat

# Le tendenze della domanda e dell’offerta in termini di qualità, sicurezza, sostenibilità delle produzioni

## 2.1 Premessa

L’agricoltura contribuisce in maniera sostanziale alla sicurezza alimentare dei cittadini attraverso la qualità nutrizionale della produzione (*food safety*) e la certezza degli approvvigionamenti (*food security*). Sebbene la diffusione dell’emergenza Covid-19 abbia nuovamente messo evidenza l’importanza strategica anche degli approvvigionamenti di alimenti, negli ultimi anni le tendenze di consumo hanno sempre più evidenziato l’interesse per prodotti alimentari con caratteristiche sempre più complesse e in grado, per esempio, di soddisfare sensibilità di tipo etico, aspetti di tipo salutistico e, infine, anche un contenuto immateriale del prodotto acquistato, come il legame a un territorio, a una collettività specifica o a un disciplinare produttivo.

In particolare, negli ultimi anni i consumatori hanno riconosciuto come fondamentali alcune caratteristiche dei prodotti agroalimentari, che guidano le loro scelte d’acquisto: l’origine della materia prima e/o il luogo di trasformazione, la tutela per l’ambiente (biologico, eco-sostenibile, di prossimità), o il rispetto di alcune caratteristiche come le filiere no-OGM, senza antibiotici o con specifiche attenzioni al benessere animale o, ancora, il rispetto di ricette tradizionali e specifiche provenienze come i prodotti a Indicazione Geografica.

Secondo una recente indagine di Eurobarometro (*Food safety in the EU*, 2019)[[7]](#footnote-7), dopo la sicurezza alimentare, l’origine è l’elemento più importante per i consumatori italiani nella scelta del cibo, addirittura precedendo (di poco) fattori di evidente importanza come il sapore o lo stesso prezzo. Peraltro, la consapevolezza di tale circostanza ha da tempo spinto l’offerta a connotare molti prodotti con riferimento alla loro origine geografica. L’italianità si conferma essere per i produttori italiani un differenziale competitivo enorme**,** tanto che il 75% dei consumatori è disposto a spendere di più per avere la certezza dell’origine domestica dei prodotti[[8]](#footnote-8).

Anche alcune recenti indagini demoscopiche realizzate dall’ISMEA su alcuni dei principali prodotti di largo consumo (pasta, carne e prodotti lattiero caseari) hanno evidenziato che al primo posto tra i driver di acquisto dei consumatori nazionali c’è la preferenza verso i prodotti di origine italiana che vengono percepiti superiori sia in termini di salubrità che di gusto. Queste tre caratteristiche dei beni alimentari sembrano sempre più guidare le scelte di acquisto del consumatore del nuovo millennio. L’alimentazione sana e naturale è il secondo aspetto ritenuto più rilevante mentre il gusto e la gratificazione offerta dal cibo si collocano immediatamente dopo. Il cambiamento delle abitudini alimentari sembra incidere in maniera sensibile sul costo: l’importanza del prezzo a scapito della qualità si colloca sempre all’ultimo posto tra le preferenze degli italiani, evidenziando una accresciuta sensibilità verso le caratteristiche intrinseche del bene alimentare. Tale nuova consapevolezza è testimoniata anche dalla maggiore richiesta di informazioni. Oltre i 2/3 dei consumatori dichiara di leggere le informazioni in etichetta cercando soprattutto notizie in merito al luogo di produzione, all’origine della materia prima e ai valori nutrizionali mentre un terzo degli intervistati si dichiara attento alla sostenibilità delle produzioni.

La sensibilità ecologica condiziona le aspettative degli italiani circa il presente e, ancor più, il futuro dell’offerta agroalimentare, che dovrebbe prioritariamente garantire una disponibilità di cibo salutare, processi produttivi sostenibili, migliorare la gestione delle risorse naturali, favorire lo sviluppo dell’agricoltura biologica e la protezione di piante e animali. Una fetta sempre più consistente di italiani e consumatori mondiali, in sostanza, chiedono ai produttori (e ai distributori) di svolgere un ruolo di guida e indirizzo dei comportamenti di spesa in una direzione maggiormente sostenibile e di adeguare coerentemente l’offerta[[9]](#footnote-9).

Il soddisfacimento di queste nuove esigenze richiede la partecipazione e la cooperazione di tutti i soggetti operanti nelle filiere, sia per garantire tracciabilità e rispetto dei disciplinari in tutte le fasi, sia per assicurare che il maggiore valore aggiunto prodotto sia trasferito e distribuito in maniera equa a tutte le fasi della filiera che hanno partecipato, facendo sì che i maggiori costi eventualmente necessari per raggiungere standard qualitativi più elevati non siano a carico solo di una o di poche fasi, generalmente quella agricola. Questa evenienza infatti, oltre ad essere iniqua, mette a rischio l’adesione delle imprese agricole ai sistemi di qualità e la messa in atto di pratiche di gestione sostenibile.

All’esperienza dei principali sistemi di qualità certificata in Italia, il biologico e le Indicazioni Geografiche, sono dedicati i due prossimi paragrafi.

Per quanto riguarda la sostenibilità ambientale, da un’indagine realizzata da Ismea-RRN sull’approccio ai cambiamenti climatici da parte delle aziende zootecniche[[10]](#footnote-10) è emerso che a dispetto di una consapevolezza diffusa sulla gravità degli effetti di eventi climatici estremi, un imprenditore su tre non ha implementato né misure di mitigazione (come per esempio interventi per migliorare il trattamento, la gestione e la distribuzione degli effluenti oppure l’introduzione di diete a minor contenuto di azoto) né misure di adattamento (come per esempio investimenti strutturali per migliorare il microclima delle stalle oppure innovazione tecniche o tecnologiche). Le motivazioni economiche sono alla base dei mancati investimenti, perché la realizzazione di misure di contrasto ai cambiamenti climatici è giudicata troppo onerosa e i vantaggi attesi si realizzano solo nel lungo termine. Altri fattori disincentivanti sono la mancanza di risorse finanziarie e la difficoltà di accesso al credito. Il riconoscimento da parte del mercato di un valore adeguato, anche attraverso sistemi di certificazione, potrebbe sicuramente favorire l’adozione di tali pratiche.

Tra le più recenti azioni intraprese a livello istituzionale in tale direzione, si può citare quella avviata dal MiPAAF nel settore del vitivinicolo, dove attualmente coesistono diversi standard volontari per la misurazione della sostenibilità, con l’ambizione di orientare la produzione agricola verso un sistema di produzione in grado di garantire un impatto ambientale ridotto, con l’utilizzo combinato di pratiche agricole e prodotti fitosanitari, per dare vita a un ciclo produttivo virtuoso, meno aggressivo in termini di impronta ecologica e che garantisca una produzione sicura e di qualità. Il Sistema di Qualità nazionale di Produzione integrata (SQNPI) applicabile a tutte le produzioni vegetali, trasformate o meno, prodotte da aziende che utilizzano le tecniche di produzione agricola integrata, è dotato di norme tecniche specifiche per ciascuna coltura e indicazioni fitosanitarie vincolanti, e consente di utilizzare marchi. Si tratta del sistema nel quale si innescherà la nuova norma unica di sostenibilità con due norme volontarie esistenti, lo standard VIVA, avviato dal Ministero dell’Ambiente[[11]](#footnote-11), ed “Equalitas - vino sostenibile”.

Il progetto del MIPAAF ha come obiettivo quello di creare uno standard unico di gestione sostenibile del settore vitivinicolo includendo tutte le fasi del processo, compresi anche l’imbottigliamento e il confezionamento e tenendo in considerazione anche gli aspetti sociali ed economici. L’articolo 224 ter della legge 17 luglio 2020 istituisce un sistema di certificazione della sostenibilità, come l’insieme delle regole produttive e di buone pratiche definite con uno specifico disciplinare di produzione con indicatori definiti dal MIPAAF e dal Ministero dell’Ambiente. In sede di prima applicazione, il disciplinare si baserà sulle linee guida nazionali di produzione integrata per la filiera vitivinicola, di cui alla legge 3 febbraio 2011. Quest’articolo di legge segue le conclusioni del gruppo di lavoro del MIPAAF, approvate dal decreto rilancio per la definizione della norma unica per la sostenibilità nel settore vitivinicolo. Il beneficio economico dei sistemi di certificazione sui tre pilastri della sostenibilità (ecologico, sociale, economico) può assumere varie forme: premio di prezzo, maggiore accesso al mercato, stabilità dei contratti, minore volatilità dei prezzi, più equa distribuzione del valore lungo la filiera, migliore accesso al credito.

Inoltre, nel 2018 il Ministero dell’Ambiente ha pubblicato un regolamento che stabilisce le modalità di funzionamento dello schema nazionale volontario denominato *Made Green in Italy*, per la valutazione e la comunicazione dell'impronta ambientale dei prodotti Made in Italy (Decreto 21 marzo 2018, n. 56). Nell’ambito del settore suinicolo, ASSICA (Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi) ha di recente ottenuto un finanziamento da parte del Ministero dell’Ambiente per l’attuazione di questo schema, ponendosi come obiettivo quello di stimare l’impatto ambientale del prodotto “carne suina fresca”. *Made Green Italy* rappresenta un sistema certificativo utilizzabile in etichetta per le aziende che producono in modo sostenibile. Partendo dalla fase di allevamento e analizzando trasporto e macellazione, dovranno essere stimati e misurati tutti gli elementi di impatto necessari ad arrivare a produrre 1 kg di carne. Dovranno essere stimate le produzioni medie di suini, i consumi alimentari, i consumi energetici in tutte le fasi, gli scarti di lavorazione all’interno della filiera tipica dei prodotti DOP.

## 2.2 Le produzioni di qualità certificate biologiche

Tra regimi di qualità certificata riconosciuti a livello europeo si colloca l’agricoltura biologica, che qui è considerata dal punto di vista del valore di mercato e di rapporti nella filiera. Per ulteriori approfondimenti sui dati relativi alle aziende e superfici bio in Italia si rimanda al PB dell’OS5 mentre sulla tematica del consumo si rimanda al Policy Brief dell’OS9 - Migliorare la risposta dell’agricoltura dell’UE alle esigenze della società in materia di alimentazione e salute, compresi alimenti sani, nutrienti e sostenibili, nonché il benessere degli animali.

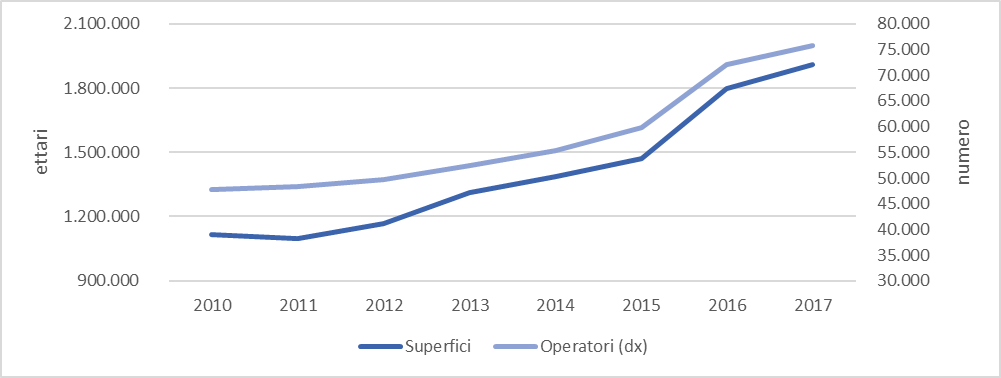
### I fatti principali

* Il trend di crescita dei prodotti biologici in Italia nell’ultimo decennio ha evidenziato il crescente interesse da parte dei consumatori. Anche nelle fasi più complesse della crisi economico-finanziaria del 2008, la domanda di prodotti biologici ha fatto segnare crescite anche a doppia cifra.
* Nel 2017 in Italia il valore delle vendite dei prodotti da agricoltura biologica ha superato i 2 miliardi di euro (settore della ristorazione escluso) con una crescita sull’anno precedente del 9,4%.
* Tra il 2010 e il 2017 le superfici coltivate con il metodo di agricoltura biologica sono passate da 1,1 a oltre 1,9 milioni di ettari (+71%), circa il 16% della superficie totale nazionale e, allo stesso tempo, gli operatori (trasformatori inclusi) sono passati da poco meno di 50 mila a quasi 76 mila (+59%). La politica di sviluppo rurale, con i pagamenti a superficie finalizzati a compensare le ridotte produzioni e i maggiori costi tecnico-amministrativi della gestione non convenzionale, ha avuto un ruolo determinante in questo processo di espansione, superando certamente la spinta derivante dalla crescita della domanda dei consumatori (per ulteriori approfondimenti si rimanda al Policy Brief dell’OS5).
* Inoltre, le aziende biologiche si avvantaggiano del sostegno pubblico della misura 3 dei PSR 2014-2020[[12]](#footnote-12) per l’adesione ai regimi di qualità e la loro promozione, e in maniera indiretta usufruendo di una maggiore premialità nell’accesso alle misure per il sostegno agli investimenti (punteggi più elevati per la valutazione dei progetti a bando).
* Il Mezzogiorno è l’area con il maggior numero di ettari in regime biologico e nell’ultimo decennio ha per lo più mantenuto il proprio peso sul totale nazionale (64% nel 2017), come pure con riferimento al numero di operatori (pari al 57% del totale nazionale).
* La filiera biologica, dal campo alla tavola, è distribuita in maniera disomogenea sul territorio. Si osserva infatti una forte dicotomia tra la domanda e l’offerta del biologico: la distribuzione dei consumi nelle varie regioni italiane non ricalca il panorama produttivo poiché la domanda è completamente concentrata nel Nord del Paese e l’offerta, in particolar modo per quanto riguarda l’ortofrutta e i prodotti da agricoltura estensiva, proviene dal Mezzogiorno. I consumi di prodotti biologici nelle Regioni del Sud, dove le superfici certificate sono ben rappresentate, restano sotto media (11,7% del totale Italia). Anche la localizzazione delle imprese di trasformazione è concentrata soprattutto nel Nord: analizzando le tipologie di operatori certificati[[13]](#footnote-13) il 47% dei “preparatori esclusivi” si trova al Nord, il 18% nel Centro e solo il 35% nel Mezzogiorno.
* Il differenziale tra prezzo all’origine del prodotto bio e dell’omologo convenzionale varia molto in ragione del prodotto considerato, con un gap crescente per le produzioni più complesse dal punto di vista agronomico. Ad esempio, considerando i prezzi medi 2016-2020, il gap medio tra i prezzi delle arance è stato del 33% mentre per le mele bio la differenza rispetto al convenzionale sale al 127%; nel caso delle ortive, per le patate è pari al 18%, mentre per il pomodoro tondo sale al 62% (dati di fonte Ismea). Spostandosi a valle della filiera non emergono fenomeni speculativi da parte della distribuzione, l’analisi del differenziale di prezzo al consumo tra bio e convenzionale, infatti, si rivela coerente con quanto avviene a monte della filiera.

In definitiva, il settore biologico appare estremamente dinamico dal punto di vista dei consumi finali, che si avvantaggia di un percepito ancora molto positivo da parte dei consumatori, anche non abituali e che, quindi, presenta rilevanti opportunità, sebbene rappresenti ancora una quota di circa il 4% del fatturato alla distribuzione. Sul fronte produttivo, tuttavia, emergono una serie di criticità che si prova a rappresentare sinteticamente:

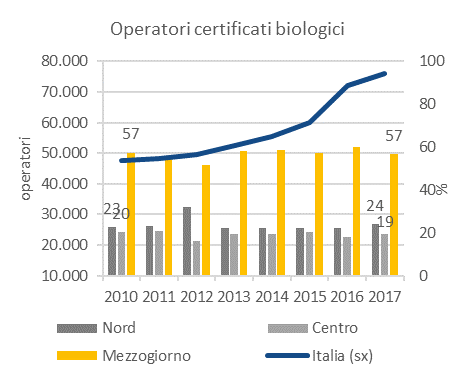
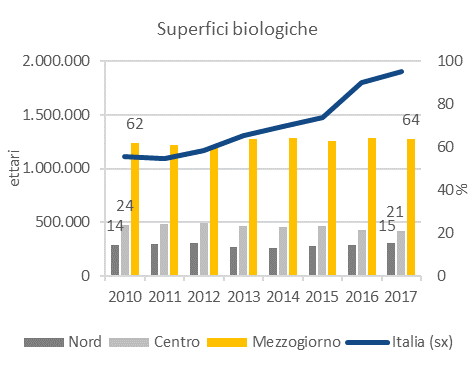
* Rispetto alla superficie investita e al prodotto potenziale, quello realmente commercializzato lungo i canali della produzione biologica certificata rappresenta una quota inferiore.
* Una fetta importante della superficie destinata ad agricoltura biologica è rappresentata - come in molti paesi europei – da colture foraggere e prati pascoli.
* La produzione di materie prime italiane è spesso sottoposta alla pressione competitiva di produzioni importate provenienti da paesi – anche non europei – sul cui grado di sicurezza circa il rispetto dei metodi di produzione biologica esistono molti dubbi, così come, spesso, sono state rilevate triangolazioni commerciali la cui finalità è palesemente quella di “ripulire” prodotto importato di incerta provenienza.

1. Andamento delle superfici biologiche e degli operatori certificati bio in Italia, 2010-2017



Fonte: Elaborazioni su dati Ismea-Sinab

1. Andamento delle superfici biologiche e degli operatori bio per circoscrizione (%), 2010-2017



Fonte: Elaborazioni su dati Ismea-Sinab

## 2.2 Le produzioni di qualità certificate a Indicazione Geografica

### I fatti principali

* L’Italia vanta il primato europeo e mondiale dei riconoscimenti DOP, IGP e STG (299 nel settore alimentare (escluso il vino), in aumento costante dal 2007 quando erano 164), ma soprattutto con un valore all’origine della produzione che è cresciuto del 46% nel decennio, arrivando 6,96 miliardi di euro nel 2017, mentre le esportazioni sono più che raddoppiate (3,5 miliardi di euro nel 2017).
* Nel complesso il settore delle IG rappresenta il 18% dell’intero settore agroalimentare nazionale e il suo valore cresce più di quello agroalimentare (2,6% vs 2,1% tra il 2013 e il 2017). Le produzioni IG costituiscono in Italia circa il 19% dell’export agroalimentare.
* Malgrado la diffusione delle produzioni alimentari certificate su tutto il territorio nazionale, dal punto di vista economico vi è una forte concentrazione settoriale e geografica. L’86% del fatturato all’origine dei prodotti IG food è realizzato da due settori, elaborati di carne e i formaggi, mentre l’olio d’oliva e gli ortofrutticoli (a parte qualche eccezione come il segmento delle mele[[14]](#footnote-14)) soffrono di una strutturale inefficacia, a causa di problemi legati sia allo scarso coordinamento dei produttori sia al mancato riconoscimento del mercato per la poca conoscenza dei marchi geografici tipici, superati dalla maggiore efficacia delle marche commerciali.
* Dal punto di vista territoriale, buona parte del fatturato dei prodotti alimentari IG si concentra nelle regioni del Nord (85% del totale), seguito dal Mezzogiorno (12%) e dal Centro (3%).
* Il segmento vitivinicolo è espressione di un settore tradizionalmente più organizzato ed evoluto anche sul fronte della gestione dei marchi. Tuttavia, anche in questo caso, tra i 523 riconoscimenti che coprono quasi la metà del vino prodotto in Italia, per un corrispettivo valore della produzione imbottigliata di 8,3 miliardi di euro, si trovano prodotti leader e piccole produzioni al cui riconoscimento formale non è seguito un processo di crescita commerciale e organizzativo.
* Anche per i vini a IG, si può evidenziare il ruolo relativamente più modesto del Mezzogiorno rispetto al Centro-Nord; ad es. a fronte di 100 mila ettari di superficie a DOP in quest’area (25% del totale), la produzione certificata rappresenta solo il 16% del totale; anche per le IGP, emerge una divergenza tra superfici e quantità imbottigliate, in quanto buona parte del prodotto certificabile viene commercializzato come vino comune, a causa di una minore organizzazione delle vendite attraverso i Consorzi di tutela rispetto alle produzioni del Centro-Nord.
* Gli operatori del segmento delle IG alimentari (inclusi i trasformatori), secondo dati Istat, sono oltre 83 mila con una crescita del 26% in 10 anni e considerando anche le denominazioni del vino superano le 197.000 unità.
* La maggior parte delle imprese che operano all’interno dei sistemi legati alle produzioni tipiche sono di piccola-media dimensione, e spesso orientati alla commercializzazione su canali locali per i quali la presenza di una DOP-IGP non riveste una particolare valenza informativa e/o di garanzia in quanto altri meccanismi (fiducia, prossimità geografica e culturale) sono all’opera. Al contrario, per le imprese che operano su canali lunghi/moderni la presenza della Denominazione geografica appare uno strumento più promettente ed efficace[[15]](#footnote-15).
* I consorzi di tutela nascono come associazioni volontarie, senza finalità lucrative, disciplinate dall’articolo 2602 del Codice Civile, e promosse dagli operatori economici coinvolti nelle singole filiere (ad esempio nel settore vino viticoltori, vinificatori, imbottigliatori) con la precisa funzione di tutelare le produzioni agroalimentari Dop e Igp.
* Un’associazione per essere riconosciuta come Consorzio di Tutela delle DOP e IGP, deve dimostrare la partecipazione nella compagine sociale dei soggetti che rappresentano almeno i 2/3 della produzione controllata dall’organismo di controllo e ritenuta idonea alla certificazione.
* L'art. 14 della Legge 21 dicembre 1999 n. 526 stabilisce che ai Consorzi di tutela riconosciuti dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali (Mipaaf) siano attribuite funzioni di tutela, promozione, valorizzazione, informazione del consumatore e cura generale delle Indicazioni Geografiche, e se particolarmente rappresentativi, anche delle funzioni di vigilanza nella fase del commercio, cioè nel momento in cui il prodotto certificato entra nel circuito commerciale. I consorzi di tutela riconosciuti dal Mipaaf sono 161 (al 21/09/2020).

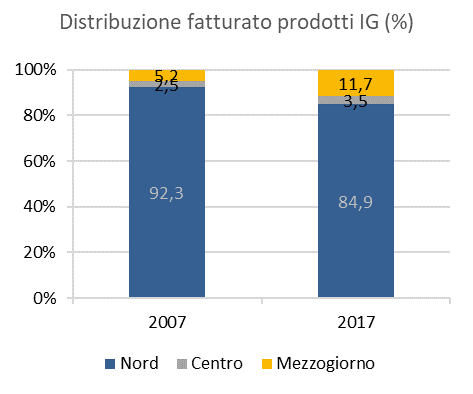
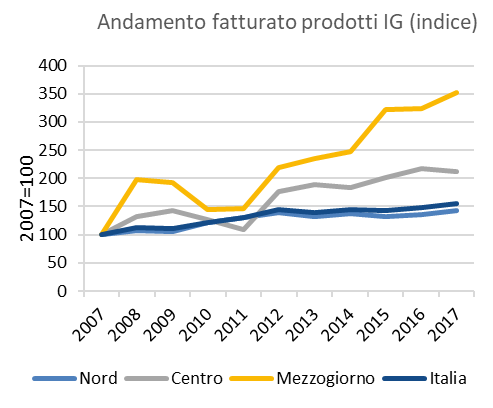
Anche su questo argomento, per ulteriori approfondimenti si rimanda al Policy Brief dell’OS9.

1. Numero di riconoscimenti DOP/IGP/STG registrati dei principali settori e fatturato all’origine dell’Italia

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Numero Denominazioni registrate 2018** | | | **Fatturato all’origine Italia 2017** | |
|  | **UE-28** | **Italia** | **% Italia/** | **Milioni di euro** | **% su totale** |
| **UE28** |
| **Totale** | 3.036 | 822 | 27% | 15.232 | 100% |
| **Vini** | 1.594 | 523 | 33% | 8.270 | 51% |
| **Formaggi** | 240 | 53 | 22% | 3.937 | 24% |
| **Prodotti a base di carne** | 194 | 43 | 22% | 2.053 | 13% |
| **Altri prodotti (spezie e aceti)** | 495 | 45 | 9% | 614 | 4% |
| **Ortofrutticoli e cereali, freschi o trasformati** | 379 | 112 | 30% | 286 | 2% |
| **Oli di oliva** | 134 | 46 | 34% | 72 | 0% |

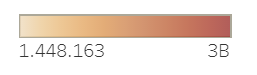
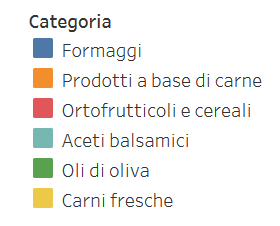
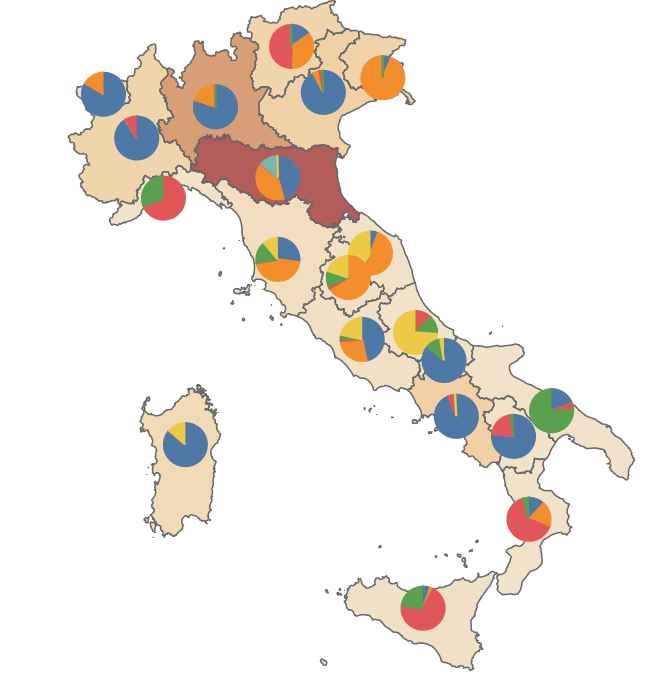
Fonte: Elaborazioni su dati Ismea-Qualivita

1. Andamento del fatturato all’origine dei prodotti alimentari IG, 2007-2017 – Italia e macro-aree geografiche



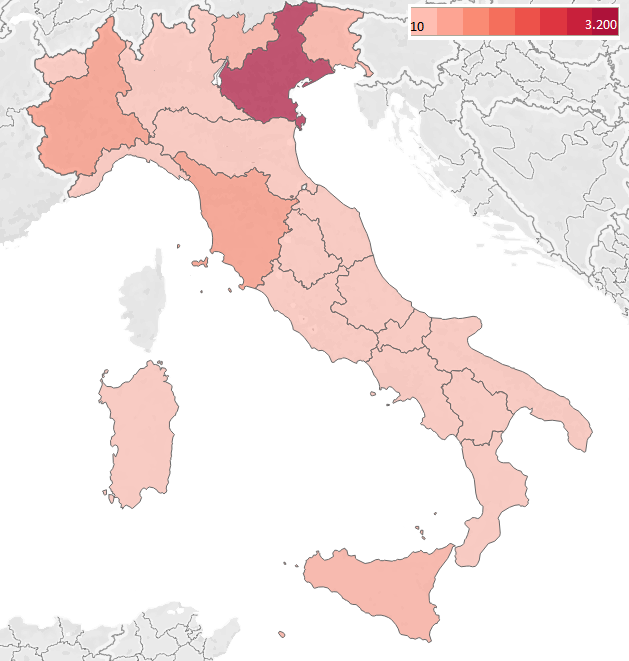
Fonte: Elaborazioni su dati Ismea-Qualivita

1. Composizione del fatturato all’origine per comparto IG alimentare nelle regioni, 2017 (quota %)



Fonte: Ismea-RRN, Banca dati indicatori di competitività <http://www.ismeamercati.it/osservatori-rrn/indicatori-competitivita/multifuzionalita-qualita/fatturato-prodotti-ig>

1. Importanza delle regioni italiane per fatturato di vini a IG, 2017 (milioni di euro)



Fonte: Ismea-Qualivita

# Diversificazione e modalità alternative di commercializzazione: vendita diretta e filiera corta

L’analisi della composizione della produzione agricola evidenzia come il fenomeno della diversificazione aziendale con attività connesse e secondarie assuma un ruolo particolarmente importante in Italia, rappresentando una peculiarità dell’agricoltura nazionale rispetto al resto dell’Europa.

Il tema della diversificazione dell’agricoltura e delle attività secondarie extra-agricole assume particolare rilievo nell’ambito dello sviluppo locale e territoriale ed è quindi oggetto di approfondimento nel Policy Brief dedicato all’obiettivo specifico 8 (Promuovere l’occupazione, la crescita, l’inclusione sociale e lo sviluppo locale nelle aree rurali). In questa sede si riportano i principali dati in considerazione del ruolo importante che queste attività rivestono per l’aumento del valore aggiunto degli agricoltori e in termini di accorciamento della filiera, soprattutto in riferimento alle attività di trasformazione in azienda e alle modalità alternative di commercializzazione come la vendita diretta e la filiera corta. La differenza tra vendita diretta e filiera corta risiede nel fatto che nella prima c’è un rapporto diretto tra i due estremi della catena, mentre nella seconda il rapporto è mediato da un intermediario che svolge attività inerenti al processo commerciale. Occorre considerare che ci sono inevitabili aree di promiscuità tra questi due estremi; tuttavia, tutte le forme alternative di vendita sono caratterizzate da trasparenza di informazioni, condivisione di valori, visibilità all’agricoltore.

Questi canali alternativi possono inserirsi in contesti particolari, come l’agriturismo, dove la gamma proposta di prodotti aziendali si affianca all’offerta di altri servizi, che sono solitamente preponderanti. In altri casi, il prodotto primario può costituire la quota minoritaria del valore commercializzato: è il caso dell’agri-ristorazione (solitamente svolta proprio dall’agriturismo) e dell’agri-catering (consumazione in altri luoghi). Negli ultimi anni, un numero crescente di imprese agricole italiane ha iniziato a trasformare e poi commercializzare i propri prodotti su canali alternativi a quelli lunghi.

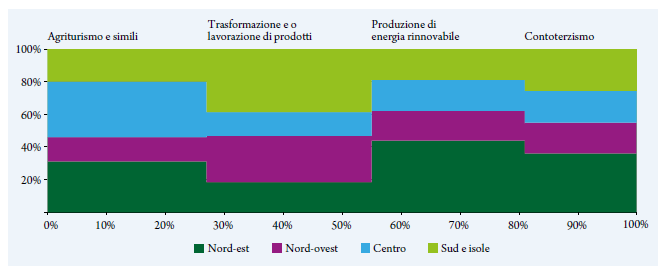
### I fatti principali

* Secondo l’ultimo Censimento dell’Agricoltura del 2010, le aziende agricole italiane che svolgono attività connesse[[16]](#footnote-16) sono 76.000 (pari al 5% dell’universo) e la metà di queste sono localizzate nelle regioni settentrionali del Paese, il 30% nel Mezzogiorno, il 19% nel Centro. Il contoterzismo per altre aziende agricole è molto diffuso, soprattutto nel Mezzogiorno dove il 34% delle aziende del settore primario che fanno attività connesse sono orientate verso questa tipologia. Un quarto delle aziende agricole italiane con attività connesse ha un agriturismo, ma la percentuale sale addirittura al 42% guardando al Centro Italia. A seguire ci sono le attività orientate alle prime lavorazioni (11%) e trasformazioni di prodotti animali (13%) e vegetali (10%), quelle legate alla silvicoltura (8%) e alla sistemazione di parchi e giardini (6%). Meno diffuse altre tipologie come la produzione di energie rinnovabili (5%), il contoterzismo per attività non agricole (4%), le attività ricreative e sociali (3%) e le fattorie didattiche (3%).
* Un quadro più aggiornato è fornito dai dati Istat dell’indagine SPA 2016: sulle oltre 1.145.000 aziende rilevate circa l’8% svolge almeno un’attività connessa. Tra queste quelle più diffuse risultano essere le seguenti: la trasformazione e lavorazione dei prodotti agricoli, che riguarda il 30% degli operatori con attività connesse; l’agriturismo e altre attività simili, che coinvolgono il 29% del totale; la produzione di energia rinnovabile, che vede impegnato il 28% delle aziende considerate; infine, quelle che si occupano di contoterzismo attivo che sono il 21%. Un ulteriore 21% circa delle aziende con attività connesse si occupa di attività minori, indistinte.
* In particolare, la vendita diretta al consumatore finale rappresenta un’attività verso la quale molte aziende agricole stanno puntando, evitando il ricorso a intermediari e cercando di trattenere una maggiore quota di valore nel settore primario. Dai dati censuari risulta che la vendita diretta era praticata dall’8% delle aziende agricole (pari a circa 124.000) e di queste il 60% si colloca nel Mezzogiorno, il 26% al Nord e il restante 14% in Centro.
* Un’altra indagine sui canali di commercializzazione delle aziende agricole realizzata dall’Ismea annualmente presso le aziende del proprio panel di agricoltori[[17]](#footnote-17), rivela che i produttori che nel 2020 hanno scelto di accorciare la filiera, raggiungendo in autonomia il consumatore finale, sono il 22% del campione analizzato, percentuale decisamente superiore rispetto al 2019 (17%). Chi ha imboccato la strada della vendita diretta, vi destina mediamente l’82% della produzione aziendale. Considerando la produzione complessiva delle imprese agricole del panel Ismea, comprensivo anche delle aziende che non praticano la vendita diretta, la quota di produzione venduta direttamente al consumatore è pari al 19%.
* La **vendita diretta** può avvenire con svariate modalità, partendo dai punti vendita fisici, che possono essere aziendali, esterni all’azienda, o ancora gestiti in rete con altri produttori; a questi si affiancano quelli virtuali, gestiti direttamente dall’azienda tramite il sito aziendale o su piattaforme gestite in maniera collettiva da diversi produttori associati; la vendita diretta al consumatore finale può anche avvenire tramite l’ambulantato, grazie alla partecipazione a mercati rionali o ai cosiddetti *farmers’ market.* Infine, vi sono delle modalità innovative la cui diffusione è stata spinta dalle attività agrituristiche. Si tratta dell’agri-ristorazione e dell’agri-catering, in cui vengono proposti alimenti o piatti basati su ricette locali, con cui l’azienda agricola acquisisce maggiore marginalità. La somministrazione può generare una ricaduta sulla vendita dei prodotti di base: il consumatore può sperimentarli e il produttore li può accompagnare con opportuna narrativa.
* L’attività di agriturismo è in costante espansione: sono coinvolte 23,6 migliaia di aziende (per 13,4 milioni di pernottamenti, 59% di stranieri), di cui 11,6 con attività di ristorazione, per 462 mila posti tavola. Per ulteriori approfondimenti sul ruolo e sulle dinamiche della diversificazione si rimanda al capitolo 4 del Policy brief dell’OS8 (Promuovere l’occupazione, la crescita, l’inclusione sociale e lo sviluppo locale nelle aree rurali, comprese la bioeconomia e la silvicoltura sostenibile).
* La **filiera corta** può essere svolta con diverse modalità: i GAS (gruppi di acquisto solidale), market place e negozi in partnership tra produttori e distributori.
* I GAS sono associazioni no-profit di consumatori che si aggregano per fare acquisti da produttori selezionati in base ad alcuni principi condivisi. In Italia sono censiti 1.200 GAS, ma si stima che ne esistano il doppio. Dopo una crescita importante, il modello sembra stabilizzato. In media, il singolo gruppo associa circa 30 famiglie. I GAS contribuiscono al sostegno di aziende agricole fornendo uno sbocco di mercato piuttosto continuativo, grazie al quale le aziende possono creare relazioni di fiducia partecipata, dove assumono un ruolo di rilievo i principi di solidarietà, rispetto della sostenibilità, benessere degli animali, salvaguardia dei piccoli produttori.
* I market place sono supermercati agricoli virtuali e offrono al consumatore la possibilità di fare la spesa presso più agricoltori, beneficiando quindi dei vantaggi della filiera corta. Queste piattaforme coordinano la domanda e l'offerta, gestiscono gli ordini, la comunicazione, con l’obiettivo di valorizzare la produzione di un territorio, di premiare le tecniche rispettose dell’ambiente, del benessere degli animali, dell’etica del lavoro, dei saperi produttivi tradizionali. Una stima dei market place del 2018 rivelava una numerosità di poco superiore a 50, con circa 1.000-1.200 clienti serviti in un anno, distribuiti soprattutto nel Centro e nel Nord Italia (Fonte: Terrae, 2018). Questi market place proponevano prodotti di circa 2.300 produttori agricoli, prevalentemente ubicati in un raggio di 50 km dalle sedi logistiche. Una minaccia per i market place è data dalla crescente presenza dei grandi gruppi nel segmento dell’e-food che operano con gamma completa e con numerosi servizi.
* Tra le criticità della vendita diretta per le aziende agricole si ravvisano la difficoltà a dare continuità alle forniture, una gamma di prodotti adeguata e la necessità di capitale umano con competenze relative sia alla vendita, sia alla logistica. Queste problematiche possono essere superate dalla terza modalità di filiera corta, i punti vendita gestiti da agricoltori e da uno o più operatori commerciali ove è possibile trovare esclusivamente prodotti forniti dalle aziende agricole partner, di solito appartenenti a un determinato territorio. Tutto può avvenire sotto l’ombrello di una rete di imprese agricole ed eventualmente aziende di distribuzione. Esperienze italiane interessanti sono rappresentate dai punti di vendita che svolgono anche la somministrazione dei prodotti agroalimentari. In questo caso, vengono definite regole riguardo all’acquisto e all’utilizzo dei prodotti degli agricoltori, così che l’attività di somministrazione sia coerente e sinergica con quella di vendita.
* Sul versante della domanda, attraverso un’indagine Ismea-Nielsen svolta nel 2018 presso un panel rappresentativo delle famiglie italiane (5.798 dei 24,8 milioni di famiglie italiane), si è stimato che **il mercato dei canali diretti** (vendita diretta e filiera corta[[18]](#footnote-18)) vale 6 miliardi di euro, il 5% della spesa complessiva destinata ad alimentari e bevande. In particolare, gli acquisti direttamente dal produttore ammontano a 4,89 miliardi di euro, quelli tramite filiera corta a 1,13 miliardi di euro. Tra le categorie di prodotto più acquistate presso questi canali alternativi spiccano carni e salumi, prodotti ortofrutticoli, lattiero-caseari e prodotti di pasticceria e da forno.

1. Incidenza delle principali tipologie di attività sul totale delle aziende agricole con attività connesse in Italia e nelle macro-aree geografiche (%) nel 2010

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TIPOLOGIA** | **Italia** | **Nord** | **Centro** | **Mezzogiorno** |
| **Contoterzismo per attività agricole** | **26%** | 23% | 22% | 34% |
| **Agriturismo** | **25%** | 24% | 42% | 18% |
| **Trasformazione di prodotti animali** | **13%** | 13% | 8% | 15% |
| **Prima lavorazione dei prodotti agricoli** | **11%** | 10% | 7% | 15% |
| **Trasformazione di prodotti vegetali** | **10%** | 9% | 10% | 13% |
| **Silvicoltura** | **8%** | 11% | 9% | 2% |
| **Sistemazione di parchi e giardini** | **6%** | 9% | 4% | 2% |
| **Produzione di energia rinnovabile** | **5%** | 7% | 3% | 2% |
| **Contoterzismo per attività non agricole** | **4%** | 7% | 2% | 1% |
| **Attività ricreative e sociali** | **3%** | 3% | 3% | 3% |
| **Fattorie didattiche** | **3%** | 3% | 3% | 3% |

Fonte: Elaborazioni su dati Istat (Censimento Agricoltura 2010)

1. Principali attività connesse delle aziende agricole per circoscrizione geografica - 2016 (%)

Fonte: Annuario CREA 2017

1. Numero delle aziende agricole con attività connesse per tipologia di attività e regione nel 2010

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Totale\*** | **Contoterzismo per attività agricole** | **Agriturismo** | **Trasformazione di prodotti animali** | **Prima lavorazione dei prodotti agricoli** | **Trasformazione di prodotti vegetali** | **Silvicoltura** | **Sistemazione di parchi e giardini** | **Produzione di energia rinnovabile** | **Contoterzismo per attività non agricole** | **Fattorie didattiche** | **Attività ricreative e sociali** |
| **Italia** | **76.148** | **19.824** | **19.304** | **9.653** | **8.344** | **7.983** | **6.020** | **4.505** | **3.485** | **3.073** | **2.382** | **2.253** |
| Piemonte | 6.860 | 1.653 | 1.068 | 918 | 560 | 549 | 480 | 650 | 244 | 746 | 255 | 226 |
| Valle d'Aosta | 384 | 68 | 59 | 216 | 7 | 20 | 2 | 8 | 11 | 5 | 10 | 5 |
| Liguria | 1.876 | 230 | 488 | 167 | 394 | 536 | 354 | 304 | 181 | 70 | 69 | 42 |
| Lombardia | 8.415 | 1.496 | 1.412 | 1.950 | 527 | 714 | 797 | 1.478 | 382 | 510 | 316 | 321 |
| P.A. Bolzano | 5.669 | 1.093 | 3.169 | 236 | 158 | 199 | 1.155 | 24 | 954 | 153 | 29 | 86 |
| P.A. Trento | 1.563 | 449 | 348 | 138 | 123 | 106 | 228 | 69 | 223 | 132 | 60 | 25 |
| Veneto | 5.490 | 1.848 | 1.120 | 538 | 944 | 465 | 123 | 400 | 163 | 229 | 187 | 142 |
| Friuli Venezia Giulia | 1.904 | 455 | 516 | 355 | 191 | 282 | 178 | 80 | 105 | 45 | 67 | 54 |
| Emilia Romagna | 6.617 | 1.692 | 1.005 | 591 | 914 | 697 | 872 | 515 | 436 | 681 | 322 | 262 |
| Toscana | 7.108 | 1.324 | 3.487 | 413 | 422 | 683 | 891 | 288 | 230 | 140 | 204 | 244 |
| Umbria | 2.151 | 358 | 1.229 | 104 | 117 | 157 | 137 | 44 | 65 | 15 | 51 | 58 |
| Marche | 2.519 | 868 | 683 | 228 | 168 | 221 | 247 | 102 | 85 | 82 | 76 | 57 |
| Lazio | 3.012 | 658 | 747 | 487 | 320 | 482 | 104 | 116 | 66 | 35 | 120 | 147 |
| Abruzzo | 1.887 | 423 | 540 | 356 | 157 | 356 | 65 | 36 | 30 | 19 | 60 | 65 |
| Molise | 814 | 493 | 97 | 116 | 27 | 55 | 24 | 12 | 12 | 41 | 14 | 10 |
| Campania | 4.790 | 903 | 849 | 777 | 1.429 | 741 | 111 | 131 | 59 | 35 | 132 | 111 |
| Puglia | 4.440 | 2.630 | 390 | 299 | 562 | 509 | 14 | 63 | 67 | 35 | 68 | 80 |
| Basilicata | 1.504 | 529 | 257 | 404 | 109 | 104 | 49 | 15 | 34 | 13 | 42 | 40 |
| Calabria | 2.344 | 869 | 488 | 335 | 257 | 327 | 36 | 25 | 37 | 35 | 62 | 55 |
| Sicilia | 4.007 | 1.210 | 679 | 440 | 705 | 375 | 29 | 69 | 63 | 27 | 102 | 122 |
| Sardegna | 2.794 | 575 | 673 | 585 | 253 | 405 | 124 | 76 | 38 | 25 | 136 | 101 |

Fonte: Elaborazioni su dati Istat (Censimento Agricoltura)

\*La somma delle aziende per singole attività non equivale al totale, in quanto ciascuna azienda può svolgere diverse tipologie di attività

# Aggregazione e cooperazione

## 4.1 Organizzazioni di produttori e Organizzazioni interprofessionali

Per migliorare la posizione del primo anello della filiera e accrescere la quota di margine degli operatori agricoli e per rispondere anche alla crescente domanda di qualità e di servizi del consumatore sono fondamentali gli strumenti volti alla concentrazione e alla qualificazione dell’offerta.

Le politiche comunitarie applicate al settore ortofrutticolo hanno individuato nelle Organizzazioni di produttori (OP) il soggetto preposto a programmare, concentrare e qualificare l’offerta al fine di adeguarla alla domanda, favorendo in questo modo anche il miglioramento della posizione contrattuale dei produttori nel confronto con la controparte costituita da grossisti, intermediari e dettaglio moderno. A questo strumento si affiancano le Organizzazioni Interprofessionali (OI), il cui obiettivo generale è quello di regolare e migliorare i rapporti interni alla filiera.

### I fatti principali

* L’Italia è il principale Stato membro beneficiario dei fondi dell’OCM ortofrutta. Dalle statistiche degli ultimi cinque anni disponibili (2013-2017), infatti, risulta che l’Italia abbia ricevuto mediamente 253,5 milioni annui a fronte dei 223 ricevuti dalla Spagna. Il trend dei fondi dell’UE destinati dall’Italia al settore ortofrutta con l’OCM è stato positivo. La ripartizione tra la realizzazione dei Programmi Operativi (fondi di esercizio) e per il programma Frutta e Verdura nelle Scuole vede una netta predominanza del primo.
* In Italia a dicembre 2018 si contavano 304 **OP ortofrutticole**, 176 nel Mezzogiorno, 82 al Nord Italia e 46 in Centro. Riguardo alle AOP delle 13 esistenti a fine 2018, nessuna ha sede nel Mezzogiorno. Nel complesso, nel corso del decennio il numero delle organizzazioni è leggermente aumentato, mentre il valore della produzione da esse commercializzato è notevolmente cresciuto, passando da 4,4 miliardi nel 2007 a 6,4 miliardi nel 2017. Il valore della produzione commercializzata dalle OP è quindi passato dal 37,7% al 51,8% del valore della produzione ai prezzi di base dell’ortofrutta.
* Una discrasia che va sottolineata è che mentre il 59% del valore della produzione ortofrutticola si deve alle regioni meridionali e il 54% delle OP risiede negli stessi territori, soltanto il 32% del valore commercializzato dal sistema organizzato a livello nazionale deriva dal Mezzogiorno. Questo accade, in parte, perché nel Mezzogiorno esiste una buona quota di produzione che non viene veicolata con il sistema ortofrutticolo organizzato, e in secondo luogo, perché molte aziende agricole delle regioni meridionali sono associate a OP del Centro-Nord.
* L’interregionalità dei programmi operativi costituisce un elemento particolarmente interessante: nel 2017, su 297 Programmi approvati, solo il 57% vedeva coinvolta un'unica regione, mentre per la restante parte i piani insistevano su due o più regioni. Il dato della multiregionalità dei programmi operativi è ancor più significativo se si analizza la ripartizione del Valore della Produzione Commercializzata (VPC) realizzata dalle OP nell'anno solare 2017 ripartita per regione, distinguendo cioè la regione dove l’OP è riconosciuta e le altre dove opera. Nel complesso degli oltre 6 miliardi di euro di VPC del 2017, il 68% è realizzato all’interno della regione, e il restante 32% nelle altre regioni. Molise e Lombardia sono le regioni che realizzano la maggior quota di VPC fuori dai propri confini.
* L’Emilia Romagna è la prima regione per valore della produzione commercializzata[[19]](#footnote-19) che, nel 2017, ha raggiunto 1,6 miliardi di euro. Seguono la Lombardia e la provincia autonoma di Bolzano, rispettivamente con 695 e 634 milioni di euro.
* Considerando la serie 2012-2017 dei dati dei programmi operativi delle OP ortofrutticole di fonte MiPAAF, che quindi coprono l’ultima Strategia nazionale, emerge come la superficie afferente alle OP sia cresciuta in maniera analoga a quella totale, con una quota che oscilla intorno al 30-32%, mentre la quota della produzione in termini fisici è passata dal 43% al 51% e quella in termini di valore è partita dal 44% per arrivare al 52%. Da questi pochi dati si evince che l’appartenenza a un sistema organizzato sia più remunerativo rispetto a restarne fuori.
* È interessante notare la costante crescita del sistema ortofrutticolo organizzato, parallelamente all’incidenza sul valore complessivo della produzione ortofrutticola. Da alcuni focus group[[20]](#footnote-20) che la Rete rurale nazionale ha organizzato con gli operatori delle filiere ortofrutticole è emerso che grazie alla lunga esperienza italiana, tutto il sistema delle OP/AOP nel tempo si è maggiormente strutturato anche sul fronte manageriale, sebbene permangano delle aree di criticità e un potenziale che ha difficoltà a esprimersi al meglio. Molte aziende, hanno riconosciuto i partecipanti, entrano spesso nelle OP inizialmente per usufruire delle agevolazioni, ma con il tempo comprendono l’importanza di un’aggregazione più concreta e di ampia portata, ed emergono così gli obiettivi prioritari delle OP, basati sulla concentrazione dell’offerta, sulla programmazione della produzione, sulla collocazione del prodotto sul mercato, sulla riduzione dello squilibrio di capacità negoziale. Nel tempo, il ruolo dei contributi tende così a perdere di rilevanza a fronte dell’effettiva progettualità stimolata dall’appartenere a un’organizzazione. Inoltre, in certi casi l’OP svolge anche il ruolo di capofila nei progetti di filiera, presentando in maniera collettiva importanti progetti di investimento anche in ambito PSR, coinvolgendo l’impresa, semplificando la sua partecipazione, assicurando assistenza tecnica e accrescendo così le probabilità di successo e accesso ai fondi comunitari.
* Tra le criticità, gli operatori sottolineano come negli ultimi anni si sia assistito anche alla nascita di nuove OP composte da piccole aziende e in numero limitato rispetto alle esigenze, magari provenienti anche da altre OP. Questo ha portato a una proliferazione del numero di organizzazioni presenti, ma di dimensioni troppo piccole per poter svolgere efficacemente le attività e per poter conseguire con successo gli obiettivi di competitività che sono propri di una OP.
* Le misure previste dall’OCM ortofrutta, essendo basate su programmi operativi pluriennali, consentono un’efficiente ed efficace programmazione sia di breve che di medio termine sia degli investimenti che dei diversi interventi finalizzati allo sviluppo di servizi a sostegno della filiera. Questo è uno degli aspetti più importanti, anche in termini di efficacia, sottolineati nel corso dei focus group sia dai rappresentanti delle OP, sia dai referenti regionali del settore ortofrutticolo.
* Ben diversa è la situazione delle **OP degli altri settori**, 270 alla fine del 2018, in crescita rispetto alle 164 che si contavano alla fine del 2010 (nello spaccato settoriale, emerge una notevole presenza di organizzazioni in ambito olivicolo, 135 alla fine del 2018). Questo deriva dalle novità delle riforme dell’OCM che si sono succedute. Tuttavia, le informazioni parziali sul sistema delle OP non ortofrutticole non consentono di fare una valutazione del valore generato da queste ultime e di conseguenza della sua incidenza rispetto al valore della produzione agricola dei settori interessati.
* L’elevata numerosità delle organizzazioni del settore dell’olio d’oliva deriva dal fatto che sono queste a elaborare dei programmi specifici di attività triennali per il miglioramento della qualità dell'olio di oliva e delle olive da tavola nell’ambito dell’OCM. I programmi possono contenere diverse azioni, come la raccolta, l’elaborazione di dati e analisi per il monitoraggio e la gestione del mercato, l’elaborazione e la diffusione di buone pratiche agricole, azioni per la modernizzazione degli impianti di coltivazione e per il miglioramento della qualità del prodotto, oltre alla diffusione di sistemi di tracciabilità e d’informazioni sulle misure adottate dagli agricoltori associati per il miglioramento della qualità del prodotto. Per quanto riguarda il triennio 2018-2020, il decreto del MiPAAF n. 7143 del 12/12/2017 recante disposizioni nazionali concernenti i programmi di sostegno al settore dell’olio di oliva e delle olive da tavola, ha stabilito la seguente ripartizione finanziaria rispetto alle misure previste: 7.198.200 euro (20%) destinato al finanziamento delle misure relative alla diffusione di dati e analisi di mercato, alla creazione di sistemi di tracciabilità e alla diffusione di informazioni per il miglioramento della qualità; 28.792.800 euro (80%) destinato al finanziamento delle misure relative al miglioramento dell’impatto ambientale, alla modernizzazione degli impianti di coltivazione e al miglioramento della qualità della produzione.
* Con riferimento alle **OI**, invece, a metà del 2019 sono nove le organizzazioni attive che hanno ottenuto il riconoscimento ai sensi del Reg. (UE) n. 1308/2013. Si tratta di quattro OI che operano a livello nazionale, una nel settore dell’olio di oliva, una in quello tabacchicolo, una in quello delle uova e una in quello ortofrutticolo. In particolare, quest’ultima funziona per “comitati di prodotto” (aglio, arance, fragole, frutta in guscio, kiwi, limoni, mele, melone, pesche e nettarine, piccoli agrumi, pomodoro da mensa, quarta gamma, radicchio e uva da tavola). Altre cinque OI operano a livello locale: quella del pomodoro da industria del Nord Italia, opera nelle regioni Emilia-Romagna, Lombardia, Piemonte, Veneto e nella PA di Bolzano; pur essendo di recente costituzione vanta in realtà una tradizione, in quanto deriva da un’associazione e poi da una OI interregionale[[21]](#footnote-21), contrariamente a quella del Centro-Sud Italia che ha ottenuto il riconoscimento soltanto alla fine del 2018, dopo una lunga gestazione. L’OI *Latte Ovino Sardo OILOS* è nata alla fine del 2018 ed opera nel territorio della Sardegna. Le ultime due organizzazioni operano, invece, nel territorio dell’Emilia Romagna: si tratta dell’OI Gran Suino Italiano e dell’OI Pera.

1. Italia: Spesa FEAGA per il settore ortofrutticolo, Reg. (UE) n. 1308/2013 (milioni di euro)

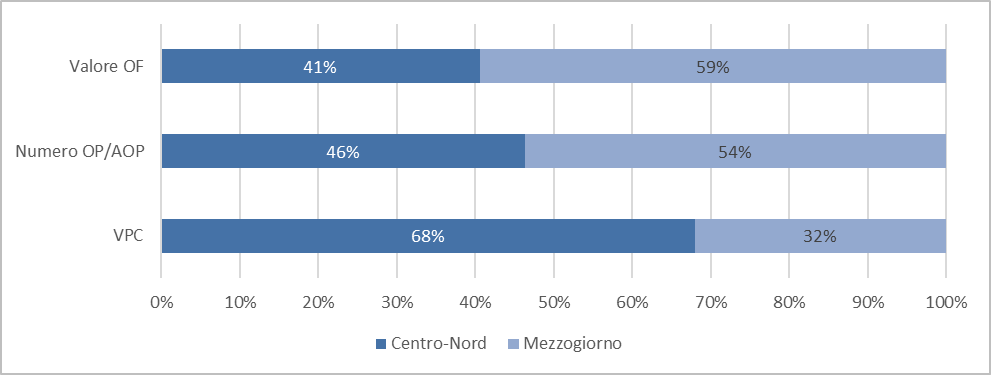
Fonte: elaborazioni su dati MIPAAF

1. Numero delle Organizzazioni di Produttori (OP) in Italia, valore della produzione commercializzata (VPC) dalle OP, valore della produzione ai prezzi di base ortofrutticola (PPB) (milioni di euro), 2007-2017

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** |
| **VPC** | 4.416 | 4.479 | 4.596 | 4.813 | 5.112 | 5.216 | 5.536 | 5.504 | 5.746 | 5.952 | 6.412 |
| **PPB** | 11.714 | 11.923 | 11.720 | 11.633 | 11.791 | 11.763 | 12.897 | 11.614 | 12.515 | 12.124 | 12.384 |
| **VPC/PPB (%)** | 37,7 | 37,6 | 39,2 | 41,4 | 43,4 | 44,3 | 42,9 | 47,4 | 45,9 | 49,1 | 51,8 |
| **N° OP** | 276 | 279 | 274 | 282 | 277 | 286 | 292 | 295 | 297 | 310 | 304 |

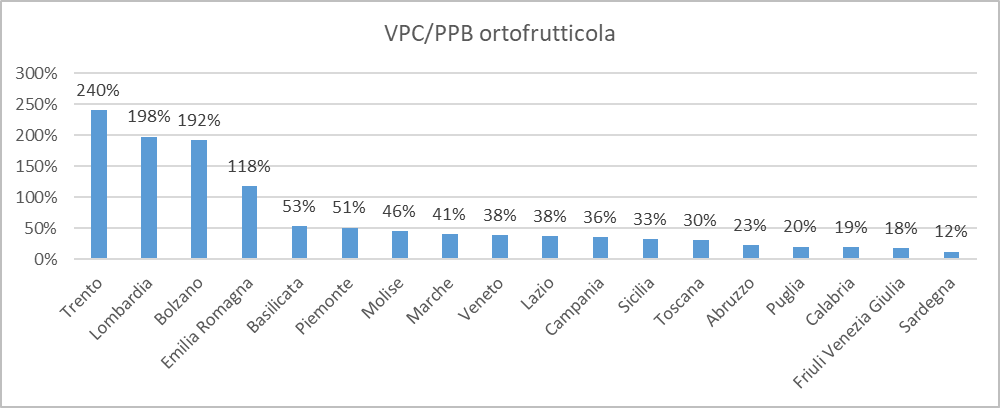
Fonte: elaborazioni dati MiPAAF e Istat

1. Composizione del valore della produzione ortofrutticola (OF), del numero di OP e del valore della produzione commercializzata (VPC) dalle stesse per macro-area nel 2017



Fonte: elaborazioni dati MiPAAF e Istat

1. Peso del valore della produzione commercializzata (VPC) dalle OP ortofrutticole sul valore della produzione ortofrutticola ai prezzi di base (PPB) nel 2017



Fonte: elaborazioni dati MiPAAF e Istat

1. Quota % del VPC realizzata in regione e fuori regione (2017)

Fonte: elaborazioni su dati MIPAAF

1. Valore della produzione ortofrutticola (milioni di euro), del numero di OP/AOP e del valore della produzione commercializzata dalle stesse (milioni di euro) nel 2017

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Territorio** | **N. OP/AOP** | **Valore OF** | **VPC** | **VPC/PPB OF** |
| Abruzzo | 7 | 521 | 119 | 22,9 |
| Basilicata | 9 | 291 | 154 | 52,9 |
| Calabria | 18 | 851 | 164 | 19,2 |
| Campania | 33 | 1.539 | 548 | 35,6 |
| Emilia Romagna | 33 | 1.347 | 1.589 | 118,0 |
| Friuli V. Giulia | 2 | 55 | 10 | 18,2 |
| Lazio | 41 | 1.050 | 395 | 37,6 |
| Liguria | - | 33 | - | - |
| Lombardia | 23 | 351 | 695 | 197,7 |
| Marche | 5 | 139 | 57 | 40,7 |
| Molise | 2 | 76 | 35 | 45,6 |
| P.A. Bolzano | 3 | 330 | 634 | 192,0 |
| P.A. Trento | 5 | 144 | 346 | 240,3 |
| Piemonte | 12 | 484 | 245 | 50,7 |
| Puglia | 34 | 1.716 | 343 | 20,0 |
| Sardegna | 11 | 396 | 48 | 12,1 |
| Sicilia | 56 | 1.950 | 638 | 32,7 |
| Toscana | 5 | 188 | 57 | 30,2 |
| Umbria | - | 37 | - | - |
| Valle d'Aosta | - | 4 | - | - |
| Veneto | 18 | 883 | 337 | 38,2 |
| **Totale Italia** | **317** | **12.384** | **6.412** | **51,8** |

Fonte: elaborazioni su dati MiPAAF

1. Confronto tra i dati relativi al Sistema Organizzato e dati complessivi del settore ortofrutta

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | 2012 | | 2013 | | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2017 | |
| Superficie ortofrutticola di soci OP | *ettari* | 335.155 | | 322.570 | | 346.367 | | 353.957 | | 356.174 | | 365.908 | |
| Superficie ortofrutticola nazionale | *ettari* | 1.097.658 | | 1.127.888 | | 1.115.375 | | 1.116.596 | | 1.136.062 | | 1.139.117 | |
| Quota superfici e soci OP su superfici totali | *%* | 31% | | 29% | | 31% | | 32% | | 31% | | 32% | |
|  | | | | | | | | | | | | | | |
| Produzione dei soci commercializzata da OP/AOP | *1.000 t* | 10.332 | | 10.077 | | 11.283 | | 11.968 | | 11.816 | | 12.140 | |
| Produzione ortofrutticola nazionale | *1.000 t* | 24.020 | | 23.348 | | 23.883 | | 24.704 | | 24.981 | | 23.837 | |
| Quota produzione commercializzata da OP/AOP | *%* | 43% | | 43% | | 47% | | 48% | | 47% | | 51% | |
|  | | | | | | | | | | | | | | |
| Produzione dei soci commercializzata da OP/AOP | *mio euro* | 5.216 | | 5.536 | | 5.504 | | 5.746 | | 5.952 | | 6.412 | |
| Valore della produzione nazionale ai prezzi di base | *mio euro* | 11.763 | | 12.897 | | 11.614 | | 12.515 | | 12.124 | | 12.384 | |
| Quota produzione commercializzata da OP/AOP | *%* | 44% | | 43% | | 47% | | 46% | | 49% | | 52% | |

Fonte: elaborazioni su dati MIPAAF

1. Numero di OP non ortofrutticole a dicembre 2018, Italia e macro-aree

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Territorio** | **Prodotti biologici** | **Patate** | **Olio e olive da tavola** | **Vino** | **Cereali** | **Lattierocaseari** | **Carni bovine** | **Altro** | **Totale** |
| **Nord** | 1 | 3 | 7 | 1 | 4 | 25 | 6 | 20 | **67** |
| **Centro** |  | 1 | 18 |  | 3 | 7 |  | 4 | **33** |
| **Mezzogiorno** | 4 | 7 | 107 | 10 | 7 | 18 | 4 | 10 | **167** |
| **Italia\*** | **5** | **11** | **135** | **10** | **14** | **50** | **10** | **35** | **270** |

\*il totale Italia comprende anche le 3 AOP del settore olivicolo che operano a livello nazionale

Fonte: elaborazioni su dati MiPAAF

## 4.2 Il sistema cooperativo

Il sistema cooperativo rappresenta un punto di forza del settore agricolo italiano concentrando l’offerta agroalimentare e giocando un ruolo di tutto rilievo nell’industria agroalimentare. Circa il 23% del fatturato dell’agroalimentare è ascrivibile alle cooperative (Osservatorio sulla cooperazione agricola, 2017). Tuttavia, in confronto agli standard delle maxi cooperative europee, il sistema della cooperazione agro-alimentare italiana soffre ancora di un certo nanismo.

### I fatti principali

* A fine 2018 le cooperative attive nel sistema agro-alimentare sono 5.080, il numero di soci assomma a 741.968 e il fatturato si aggira sui 40,7 milioni di euro (CREA, 2020).
* Rispetto all’anno precedente, il 2018 registra una contrazione nel numero delle cooperative aderenti alle centrali[[22]](#footnote-22) di rappresentanza italiane (-11%), che parrebbe confermare la dinamica di “stop & go” che contraddistingue il trend evolutivo dell’ultimo quinquennio, dove un arresto della fase di concentrazione dell’offerta si manifesta come conseguenza di una precedente espansione (e viceversa). Tale dinamica è essenzialmente ascrivibile all’andamento dell’industria alimentare, delle bevande e del tabacco.
* Al contempo, tutte le altre variabili segnano variazioni in area positiva, particolarmente importante nel caso del fatturato (+5% rispetto all’anno precedente) e, soprattutto, degli addetti (+12%), a testimonianza del processo di ispessimento della cooperazione agricola nel sistema agro-alimentare nazionale e che si manifesta anche attraverso la crescita del fatturato medio per cooperativa e per socio.
* L’arretramento del processo di crescita delle società cooperative nel 2018 ha riguardato quasi tutte le filiere produttive con tassi di variazione importanti nel settore delle foreste e della manutenzione forestale (-25,9%) e in quello olivicolo (-19%) che, tuttavia, rappresentano quote modeste del panorama cooperativo italiano.
* L’impresa cooperativa in agricoltura permane particolarmente rappresentativa nel settore dei servizi (28,3%), seguito dall’ortofrutta (20,3%) e dal lattiero-caseario (12,6%). In termini di soci, invece, è il comparto olivicolo ad intercettare la maggior percentuale di aderenti (31,6%), seguito dalle cooperative di servizio che raccolgono il 29,2% e dal comparto vitivinicolo a cui afferisce il 19,3% dei soci cooperativi registrati nel 2018.
* L’83% circa del fatturato si concentra in solo quattro settori con l’ortofrutticolo che, con 9.207 milioni di euro, incide per il 22,6%, seguono, in termini di risultati economici realizzati nel corso dell’anno, il settore zootecnico con una quota del 21,5%, il lattiero caseario (20,3%) e i servizi (18,3%). Di riflesso, l’unico andamento negativo è ascrivibile alle cooperative di servizi che segnano un calo di fatturato del 4,5%.
* Da evidenziare come i settori ortofrutticolo e zootecnico sono altresì quelli con il maggior numero di addetti rappresentando, rispettivamente il 30,6% e il 20,9% del totale.
* Il comparto olivicolo continua a caratterizzarsi per essere quello di maggiori dimensioni con oltre 800 soci a cooperativa, pur mostrando il livello più basso in termini di ricavi operativi medi. Ciò nonostante, si tratta di uno dei comparti, insieme a quello forestale e alla categoria “altri settori”, che ha registrato la performance migliore in termini di fatturato rispetto al 2017 distinguendosi per una crescita del 16,3%.
* Secondo le informazioni del Rapporto sulla Cooperazione agricola italiana del 2017, il rafforzamento strutturale del settore cooperativo si polarizza a livello territoriale nelle regioni del Nord Italia dove il 45% delle cooperative genera l’82% del fatturato. Le cooperative dell’Italia settentrionale generano un fatturato medio di 13,6 miliardi contro i 2,1 miliardi registrati da quelle del Sud.

1. Evoluzione delle cooperative agricole e dei soci in Italia (2009-2018)



Fonte: CREA, 2020

1. La struttura delle cooperative agricole per comparto produttivo (anno 2018)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Cooperative** | | | **Soci** | | | | **Fatturato (milioni di euro)** | | | | **Addetti** | | |
| **Comparti** | 2018 | Peso % su totale | Var. % 2018/17 | 2018 | Peso % sul totale | Var. % 2018/17 | 2018 | | Peso % sul totale | var. % 2018/17 | 2018 | | Peso % sul totale | Var. % 2018/17 |
| Agricolo e servizi | 1.438 | 28,3 | -6,6 | 216.650 | 29,2 | 1,7 | 7.435 | | 18,3 | -4,5 | 16.076 | | 15,1 | 65,8 |
| Ortoflorofrutticolo | 1.032 | 20,3 | -12,8 | 80.349 | 10,8 | -0,8 | 9.207 | | 22,6 | 5,8 | 32.473 | | 30,6 | 4,7 |
| Lattiero-caseario | 639 | 12,6 | -12,6 | 23.963 | 3,2 | 3,4 | 8.271 | | 20,3 | 9,4 | 14.478 | | 13,6 | 4,1 |
| Vitivinicolo | 500 | 9,8 | -8,8 | 143.099 | 19,3 | 0,4 | 5.710 | | 14,0 | 3,9 | 10.129 | | 9,5 | -0,1 |
| Zootecnico | 383 | 7,5 | -17,5 | 12.893 | 1,7 | -0,9 | 8.762 | | 21,5 | 8,1 | 22.164 | | 20,9 | 4,0 |
| Olivicolo | 289 | 5,7 | -19,0 | 234.203 | 31,6 | 4,0 | 276 | | 0,7 | 16,3 | 1290 | | 1,2 | -2,5 |
| Forestazione e multifunzionalità | 303 | 6,0 | -25,9 | 6.356 | 0,9 | 0,1 | 258 | | 0,6 | 12,6 | 3.172 | | 3,0 | -4,6 |
| Altro | 496 | 9,8 | 4,4 | 24.455 | 3,3 | 13,6 | 816 | | 2,0 | 26,3 | 6.494 | | 6,1 | 54,2 |
| **Totale** | **5.080** | **100,0** | **-11,0** | **741.968** | **100,0** | **2,2** | **40.735** | | **100,0** | **5,1** | **106.276** | | **100,0** | **12,0** |

Fonte: CREA, 2020

## Approfondimento - Le reti d’imprese

Uno strumento per favorire l’aggregazione per l’accrescimento della competitività delle imprese italiane introdotto nella legislazione italiana, è il contratto di rete d’impresa, nato nel 2009, attraverso il quale più imprenditori che perseguono lo scopo di accrescere la propria capacità innovativa e la propria competitività sul mercato, si obbligano sulla base di un programma di rete a collaborare, a scambiarsi informazioni e prestazioni, a esercitare in comune una o più attività. Per sostenere la costituzione delle reti sono state previste forme agevolative di tipo fiscale ed è stata prevista la priorità nell’accesso ai finanziamenti dei Programmi di sviluppo rurale, un fattore che ne ha stimolato certamente lo sviluppo nel settore agricolo.

### I fatti principali

* A fine 2017 erano oltre 20 mila le imprese coinvolte in circa 4 mila reti d’imprese in Italia (Fonte Infocamere); circa 4 mila appartengono al settore agroalimentare (di cui l’85% sono aziende dell’agricoltura, silvicoltura e pesca e il restante 15% imprese dell’industria alimentare, delle bevande e del tabacco), coinvolte in circa 770 reti contratto; queste reti nel complesso aggregano imprese appartenenti oltre al settore agricolo, anche ai settori dell’industria (11% delle imprese), commercio (7%), servizi (9%), turismo (3,6%) e in maniera residuale altri settori.
* I primi contratti che hanno coinvolto imprese agricole sono stati stipulati nel 2011 e negli anni successivi vi è stata una crescita progressiva del numero di nuovi contratti e di aziende partecipanti, soprattutto negli ultimi due anni (2016-2017).
* Le imprese agroalimentari nelle reti si trovano soprattutto nel Nord Italia (42% del totale delle agroalimentari in rete) e secondariamente nel Mezzogiorno (32%); la maggiore concentrazione al Nord è caratteristica delle reti d’imprese in generale, ma per le agroalimentari la quota del Mezzogiorno è superiore rispetto al dato riferito al totale dei settori economici.
* Lo strumento nel complesso, sebbene coinvolga un numero di imprese marginale ‒ si tratta infatti circa dello 0,5% delle imprese agricole e dell’1% delle imprese dell’industria alimentare registrate nel Registro delle imprese ‒ appare di notevole interesse, non soltanto per gli incentivi messi in campo a livello nazionale e regionale, ma anche per la natura dello strumento che consente di perseguire progetti comuni d’innovazione a imprese che restano giuridicamente ed economicamente indipendenti.

# Le filiere forestali

I boschi italiani rappresentano oggi la base produttiva di differenti filiere legate alla gestione, utilizzazione e fruizione del patrimonio forestale. Dalla metà del secolo scorso la loro storica funzione produttiva si è progressivamente ridotta, principalmente a causa dello spopolamento delle aree rurali e montane e del conseguente abbandono delle attività più intensive legate alla gestione del bosco. Le motivazioni che limitano oggi le normali pratiche di gestione del patrimonio forestale nazionale e inibiscono le iniziative imprenditoriali sono da imputare a diversi motivi: difficili condizioni orografiche, inadeguata viabilità di servizio, alto costo della manodopera, polverizzazione della proprietà terriera, complessità del panorama normativo e vincolistico nazionale e regionale, scarsa organizzazione della filiera, inadeguata remunerazione del prodotto da parte dei mercati.

La filiera foresta-legno italiana, per la sua complessa struttura, presenta in primo luogo un grave deficit nell’integrazione e nel coordinamento fra i diversi segmenti che la compongono, caratterizzati da gradi di sviluppo diversi. Oggi l’anello più debole della filiera è rappresentato dalla sua base produttiva, ossia i settori delle utilizzazioni e della prima trasformazione, a causa dello scarso utilizzo del patrimonio forestale nazionale e del limitato valore qualitativo degli attuali prodotti, della diminuzione delle superfici destinate a produzioni legnose fuori foresta e della conseguente dipendenza dall’estero per l’approvvigionamento di materia prima. Nonostante ciò la filiera produttiva italiana legata alla risorsa legno - connessa sia con le foreste di origine naturale che con le produzioni legnose fuori foresta - rappresenta un'importante realtà produttiva e occupazionale per il Paese e presenta ampie possibilità di crescita e sviluppo.

Attualmente si stima che nelle attività connesse alla filiera del legno (dalla produzione, alla trasformazione industriale in prodotti semilavorati e finiti, fino alla commercializzazione - mobili, impieghi strutturali, carta, cartone, pasta di cellulosa e legno per fini energetici), siano coinvolte circa 80.000 imprese, per oltre 350.000 unità lavorative. Nell’ultimo ventennio la produzione di materie prime legnose ha rappresentato mediamente poco più del 1% della produzione totale del settore primario e l’1,5% del valore aggiunto.

Il miglioramento della qualità delle produzioni forestali nazionali e dell’efficienza delle filiere foresta-legno e foresta-energia si collocano all’interno della Strategia Forestale Europea, e degli impegni sottoscritti a livello internazionale ed Europeo dal nostro Paese. Particolare importanza assume la gestione del bosco e la filiera energetica ad esso collegata nel raggiungimento degli obiettivi Europa 2030 sulle energie rinnovabili previsti dall’Unione Europea. Oggi infatti in Italia circa il 67% dell’energia termica da Fonti rinnovabili, pari a 7,5 milioni di tonnellate equivalente petrolio (Mtep), proviene dalle biomasse solide agroforestali (colture dedicate e bosco). In particolare, quest’ultimo aspetto è correlato anche all’OS 8, che promuove l’occupazione, la crescita, l’inclusione sociale e lo sviluppo locale nelle zone rurali, inclusa la bioeconomia e la silvicoltura sostenibile.

### I fatti principali

* L’Italia per il settore legno-mobili, risulta il paese dell’UE a 25 (escludendo Lussemburgo e Malta), con il più basso grado di auto-sufficienza nell’approvvigionamento di materia prima legnosa. Le importazioni di materia prima per usi industriali negli ultimi 5 anni superano in media i circa 12 milioni di m3 annui, contro una produzione interna di poco più di 2 milioni di m3 di legname. Il legname consumato (tondo e semilavorato) proviene per oltre il 65% dall’estero e principalmente da Austria, Francia, Svizzera e Germania. Il legname industriale italiano viene principalmente prelevato (66% del totale) da Lombardia, Trentino Alto Adige e Calabria, ed è costituito in massima parte da legname grezzo per trancia, sega, sfogliatura (compensati) e travature. Con materiale legnoso disomogeneo, con forniture discontinue e in limitate quantità, le industrie di trasformazione italiane non riescono a massimizzare il profitto e a retribuire/consolidare la catena del valore che parte dalle utilizzazioni della materia prima: nella maggior parte dei casi, quindi, trovano più conveniente l’approvvigionamento all’estero senza che vi sia una vera valorizzazione del “made in Italy”.
* Le imprese di prima trasformazione, per la maggioranza microimprese individuali o a carattere familiare, operano principalmente nel settore delle produzioni della carpenteria, del pannello, degli imballaggi in legno e nella commercializzazione di prodotti semilavorati. Le specie più utilizzate rimangono l'abete e il pioppo, impiegate principalmente dalle industrie di produzione dei pannelli a base di legno e dai produttori di imballaggi.
* Tra le imprese di seconda trasformazione ad alto livello di specializzazione dei processi produttivi e dei prodotti, le falegnamerie e le carpenterie sono quelle maggiormente rappresentate come numero di imprese. Dalla lavorazione dei prodotti semilavorati le imprese del settore, concentrate prevalentemente nelle industrializzate zone di pianura, lavorano per la produzione di mobili in legno, pannelli e prodotti finiti per l'industria meccanica e manifatturiera.
* Il settore relativo alla trasformazione del legno (prodotti per l’edilizia, semilavorati e componenti per l’industria dell’arredo) copre il 37% della filiera legno-arredo e occupa circa il 25% degli addetti. Il settore del mobile (il 63% di tutta la filiera) occupa il 50% degli addetti del sistema legno arredo. Di particolare importanza sono le imprese di tradizione artigianale nelle produzioni di mobili, caratterizzate dalla ridotta manodopera che utilizza principalmente legname di latifoglie proveniente da mercato locale. Queste attività imprenditoriali radicate sul territorio, costituiscono in molti contesti montani del paese le ultime realtà occupazionali e svolgono un importante ruolo nella valorizzazione delle risorse umane e boschive del nostro territorio.
* L’Italia è tra i primi posti al mondo per l’esportazione di prodotti finiti e il sistema legno-arredo costituisce il comparto trainante della filiera foresta-legno italiana. I principali mercati di destinazione delle esportazioni sono gli Stati Uniti d’America e la Russia, che coprono il 12% circa delle esportazioni italiane e l'Europa, con Francia, Germania e Regno Unito che ricevono da soli circa il 36% delle esportazioni italiane.
* Altro importante segmento della filiera foresta-legno che si approvvigiona di materia prima legnosa, fino agli scarti di lavorazione e materiale ligneo di riciclo è quello della trasformazione in pasta di cellulosa destinata ad uso cartario. L’unico settore in pareggio in termini d’importazioni ed esportazioni è la carta e cartone. Negli ultimi anni questo ambito industriale risulta in crescita come il riciclo e il riutilizzo del legno e dei prodotti derivati che interessa oltre 2 milioni di tonnellate all'anno, e genera nuovamente pannelli di particelle e di fibre o, in misura minore, paste ad uso cartario, ed infine energia.
* Negli ultimi anni si registra inoltre una ripresa del comparto dei pannelli che per soddisfare la propria domanda richiede un maggiore investimento nell’arboricoltura da legno. L’arboricoltura da legno classica è caratterizzata da piantagioni artificiali, regolari e principalmente a fini produttivi, gestite come colture agrarie a notevole apporto esterno di energia e lavoro (concimazioni, prodotti fitosanitari, potature, ecc.). Gli impianti di arboricoltura da legno coprono 96.750 ettari di superficie, di cui 46.125 ettari sono costituiti da Pioppicoltura (Inventario arboricoltura da legno, CREA, 2017) su terreni agricoli ubicati per il 70% in Lombardia e Piemonte con un tasso di produttività superiore ai 20 m3/anno/ettaro. La pioppicoltura rappresenta un settore agro-forestale particolare che, pur occupando poco più dell’1% della superficie boschiva italiana, garantisce annualmente produzioni variabili intorno al 35-45% del legno da lavoro. Di fatto, dopo molti anni di prezzi stagnanti, negli ultimi due anni si è assistito a un aumento del prezzo sia degli alberi in piedi sia degli assortimenti più pregiati, a conferma di una ripresa della produzione industriale principalmente nel comparto dei pannelli. Permangono, peraltro, fattori di vischiosità nella filiera e appare non verosimile, in tempi medi, un incremento delle superfici pioppicole tale da poter colmare le esigenze di legno di pioppo espresse dal comparto industriale nazionale (oltre 2 milioni di m3 anno).
* Il legno è solo uno dei prodotti ottenibili dai boschi, e le filiere forestali legate alla produzione e commercializzazione dei prodotti non legnosi come sughero, resine, funghi, tartufi, frutti a guscio, selvaggina e piccoli frutti costituiscono un importante realtà territoriale dalle elevate potenzialità per lo sviluppo socioeconomico per le aree rurali e interne del paese. La loro valorizzazione richiede comunque attenzioni e competenze specifiche nella gestione selvicolturale.
* Le foreste nazionali inoltre offrono importanti servizi culturali e ricreativi, estetici, educativi, sportivi, spirituali e turistici sempre più richiesti dalla società che si stanno negli ultimi anni sviluppando generando vere e proprie filiere produttive con un diffuso indotto occupazionale e imprenditoriale (RAF 2019).

# Cenni metodologici

## 6.1 Valore aggiunto degli agricoltori nella filiera agroalimentare (I.8)

L’indicatore è definito nel valore aggiunto lordo del settore primario (agricoltura) in termini assoluti e nella sua incidenza sul valore aggiunto totale generato dai diversi partecipanti alla filiera agroalimentare (produzione primaria, industria alimentare, delle bevande e del tabacco, distribuzione e attività di ristorazione). Per il calcolo dell’indicatore, la *fiche* rimanda a una serie di banche dati Eurostat, le cui fonti sono i Conti economici agricoli (CEA) e le statistiche strutturali sulle imprese (SBS).

Sia la fase industriale, sia quella distributiva si riferiscono alle tre tipologie di prodotto proprie del comparto, alimentari, bevande e tabacco. Il settore primario, invece, include anche altri prodotti (ad esempio il settore tessile e lo sbocco delle bio-industrie), pertanto l’incidenza di quest’ultimo sul valore aggiunto di filiera è leggermente sovrastimato. La distribuzione alimentare copre tutti i possibili canali, sia del commercio al dettaglio, che di quello all’ingrosso, visto che la loro importanza è diversificata tra i vari Stati membri.

Dal 2011 in poi, eventuali discrepanze tra il valore calcolato come somma dei dati dei singoli Stati membri e il valore complessivo dell’UE a 28 deriva dall’arrotondamento dell’aggregato applicato a livello europeo per evitare di consentire il calcolo di informazioni tutelate dal segreto statistico a livello dei singoli Paesi.

Allo stato attuale, il confronto Italia-UE 28 è possibile solo per il triennio 2015-2017, unici anni in cui sono disponibili i dati su tutte le fasi per l’UE a 28 all’interno delle banche dati indicate dalla fiche.

Nell’effettuare il raffronto tra fasi della filiera agroalimentare italiana e tra queste e il dato medio europeo, tuttavia, il valore aggiunto (cioè la ricchezza creata da ciascun settore) non dovrebbe essere considerato in termini assoluti o in percentuale sul valore totale di filiera, ma in relazione ad esempio al numero di addetti (salariati e non), al grado di concentrazione e al numero di imprese di ciascuna fase. Il valore aggiunto lordo, infatti, è il valore che resta una volta detratti dal valore della produzione i consumi intermedi (ossia i costi variabili). Questo ammontare andrà a retribuire il lavoro dipendente attraverso i salari, coprire il deprezzamento del capitale (ammortamenti) e remunerare l’attività dell’imprenditore (risultato operativo). Sotto questi aspetti, i diversi settori coinvolti nella filiera hanno caratteristiche molto differenti tra loro, ad esempio in termini di grado di capitalizzazione o di intensità di manodopera. Inoltre, il valore aggiunto agricolo, secondo le indicazioni fornite nella *fiche* della Commissione, include tutti i contributi al netto delle imposte, mentre per gli altri settori della filiera si considera il valore aggiunto al costo dei fattori. La carenza di dati confrontabili per i vari settori della filiera, tuttavia, impedisce di effettuare altre utili elaborazioni.

Nella *fiche* viene segnalato che l’indicatore sul valore aggiunto dei produttori agricoli nell’ambito della catena del valore agroalimentare è calcolabile solo a livello di Stato Membro, quindi non a livello regionale per mancanza di dati di fonte Eurostat. Allo stato attuale, non è possibile colmare questa lacuna ricorrendo alle informazioni disponibili di fonte Istat, in quanto mancano i dati sul valore aggiunto per i settori della distribuzione alimentare e della ristorazione. Inoltre, le regioni sono sistemi aperti e fortemente interconnessi tra di loro, pertanto non sarebbe realistico effettuare l’analisi a questo livello di dettaglio.

Per il calcolo del valore aggiunto agricolo, nelle statistiche dei Conti economici a prezzi correnti va considerata la voce del valore aggiunto lordo ai prezzi di base, al quale va aggiunto il valore sui sussidi alla produzione e detratto quello delle altre tasse sulla produzione. Di conseguenza, per la fase agricola il valore aggiunto comprende tutti i contributi (al netto delle imposte), sia quelli ai prodotti (inclusi nella valutazione ai prezzi base), sia quelli alla produzione (contributi diretti disaccoppiati e altri contributi).

# Riepilogo degli indicatori e link

## Indicatori di contesto/impatto direttamente legati all’OS3

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Indicatore di contesto** | **Indicatore d’impatto corrispondente** | **Fonte** | **Link** |
| C.11 Valore aggiunto per settori di attività (filiera agroalimentare) | I.8 Andamento della quota del valore aggiunto degli agricoltori sul totale della filiera | Elaborazione DG Agri su dati di fonte Eurostat, CEA e SBS | * DG-Agri CAP Indicators CMEF   <https://ec.europa.eu/agriculture/cap-indicators/context/2018_en>  <https://agridata.ec.europa.eu/extensions/DashboardIndicators/DataExplorer.html> |
|  |  |  |  |

## Altri indicatori di contesto commentati nel documento

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Indicatore di contesto** | **Fonte** | **Link** |
| Operatori e superfici certificate biologiche | Sinab | <http://www.ismeamercati.it/osservatori-rrn/indicatori-competitivita/multifuzionalita-qualita/biologico> |
| Fatturato prodotti alimentari IG | Indagine Ismea-Qualivita | <http://www.ismeamercati.it/osservatori-rrn/indicatori-competitivita/multifuzionalita-qualita/fatturato-prodotti-ig> |
| Attività agrituristiche | Istat | <http://www.ismeamercati.it/osservatori-rrn/indicatori-competitivita/multifuzionalita-qualita/multifunzionalita> |

# Riferimenti a documentazione utile

## Pubblicazioni generali

AGCM - Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (2007), Indagine sulla distribuzione agroalimentare, IC28, disponibile al link: <http://www.agcm.it/indagini-conoscitivedb/open/C12564CE0049D161/8D9113CAEBAB738CC12572FB003CE5D3.html>

Commissione Europea (2017), Il futuro dell’alimentazione e dell’agricoltura [COM(2017)713] <https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/future-of-cap/future_of_food_and_farming_communication_it.pdf>

CREA PB (2018), Annuario dell’agricoltura italiana vol. LXX, Roma <http://www.crea.gov.it/web/politiche-e-bioeconomia/-/annuario-dell-agricoltura-italiana>

DIRETTIVA (UE) 2019/633 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 17 aprile 2019 in materia di pratiche commerciali sleali nei rapporti tra imprese nella filiera agricola e alimentare   
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0633&from=IT>

European Commission (2017), Modernising and simplifying the CAP, Economic challenges facing EU agriculture  
<https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/key_policies/documents/eco_background_final_en.pdf>

European Commission (2019), Analytical factsheet for Italy: Nine objectives for a future Common Agricultural Policy. <https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/19522>

Ismea (2018a), Rapporto sulla competitività dell’agroalimentare italiano, luglio. <http://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/8848>

RRN-Ismea (2018b), L’agroalimentare nelle regioni italiane, ottobre <https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/18731>

Ismea (2019a), Rapporto sulla competitività dell’agroalimentare del Mezzogiorno.

RRN-Ismea (2018a), Il sostegno alla competitività nello sviluppo rurale: vecchia e nuova programmazione a confronto, giugno. <https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/18521>

Food & Drink Europe (2019), Data and trends EU Food and Drink Industry 2018, <https://www.fooddrinkeurope.eu/uploads/publications_documents/FoodDrinkEurope_Data_and_Trends_2018_FINAL.pdf>

OECD (2018), Concentration in the seed markets: potential effects and policy responses.

## Pubblicazioni specifiche sulla catena del valore

European CAP specific objective explained, brief n. 3: Farmer position in value chains, giugno, <https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/key_policies/documents/cap-specific-objectives-brief-3-farmer-position-in-value-chains_en.pdf>

Zaghi, A., Bono, P. (2011). La distribuzione del valore nella filiera agroalimentare italiana, Agriregionieuropa, n. 27.

Nomisma (2009), La filiera agroalimentare tra successi, aspettative e nuove mitologie, Bologna.

## Approfondimenti settoriali

Ismea (2018b), Le Schede Ismea per i principali settori dell'agroalimentare <http://www.ismeamercati.it/report-analisi-agroalimentare/schede-settore>

RRN-Ismea (2018c), Le filiere agroalimentari nelle regioni italiane, dicembre <https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/19627>

Ismea (2019b), Piano di settore cerealicolo: I costi di produzione del frumento, marzo <http://www.pianidisettore.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/1033>

RRN-Crea (2019), Rapporto sullo stato delle foreste e del settore forestale in Italia 2017-2018 <https://www.reterurale.it/foreste>

## Approfondimenti su Bio e IG

Ismea – Qualivita (2018), Rapporto 2018 sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG, dicembre <http://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/9193>

Sinab (2020), Bio in Cifre 2020: il biologico italiano, agosto http://www.sinab.it/sites/default/files/share/BIO%20IN%20CIFRE%202020\_2.pdf

Sinab (2018), Bio in Cifre 2018: il biologico italiano, settembre <http://www.sinab.it/sites/default/files/share/Bio%20in%20cifre%202018_web.pdf>

## Approfondimenti su Aggregazione e Reti d’impresa

Osservatorio della Cooperazione Agricola Italiana, MiPAAF (2017), Osservatorio della cooperazione agricola italiana - Rapporto 2017, Roma

http://www.osservatorio-cooperazione-agricola.it/pubblicazioni.html

RRN-Ismea (2018e), Il settore ortofrutticolo alla sfida della nuova PAC: complementarietà degli interventi tra I e II pilastro e prospettive, dicembre <https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/19364>

Ismea (2018c), Manuale delle reti d’impresa per giovani agricoltori. Sviluppo di strumenti e azioni per la costituzione di reti d’impresa per l’imprenditoria giovanile in agricoltura, dicembre <http://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/10553>

## Approfondimenti su diversificazione e multifunzionalità

RRN-Ismea (2018d), Agriturismo e multifunzionalità: scenario e prospettive, dicembre

<https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/19031>

CREA (2020), Annuario dell’agricoltura italiana vol. LXXII, Roma

https://www.crea.gov.it/web/politiche-e-bioeconomia/-/annuario-dell-agricoltura-italiana

## Siti web e banche dati

* Rete Rurale Nazionale, Banca dati Indicatori di contesto post-2020

<https://www.reterurale.it/indicatoricontesto_post2020>

* Rete Rurale Nazionale, Banca dati Indicatori di competitività regionali

<http://www.ismeamercati.it/osservatori-rrn/indicatori-competitivita>

* CE-DG Agri, Il Quadro di monitoraggio e valutazione 2014-20 (CMEF)  
  <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/cap-glance/cmef_en>
* CE-DG Agri, Dashboard 2014-20 (CMEF) <https://agridata.ec.europa.eu/extensions/DataPortal/cmef_indicators.html>
* CE-DG Agri, Dati Indicatori contesto 2014-20 (CMEF) – aggiornamento 2018   
  <https://ec.europa.eu/agriculture/cap-indicators/context/2018_en>

**Pubblicazione realizzata con il contributo del Feasr (Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale)**

**nell’ambito delle attività previste dal Programma Rete Rurale Nazionale 2014-2020**

Autori: Roberto Cagliero, Federica Cisilino, Antonella Finizia, Francesco Licciardo, Maria Nucera, Fabio Pierangeli, Raul Romano, Maria Ronga, Genny Sangiovanni.

RETE RURALE NAZIONALE

Autorità di gestione

Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali

Via XX Settembre, 20 Roma

www.reterurale.it

reterurale@politicheagricole.it

@reterurale

www.facebook/reterurale

1. Per la costruzione dell’indicatore I.8, come indicato nella fiche della Commissione, per la fase agricola viene considerato il valore aggiunto lordo a prezzi base, con l’aggiunta dei contributi alla produzione e con la sottrazione delle imposte sulla produzione. Quindi nel valore aggiunto della fase agricola sono inclusi tutti i contributi al netto di tutte le imposte, a differenza degli altri settori della filiera. Per maggiori informazioni cfr. i cenni metodologici alla fine del documento. [↑](#footnote-ref-1)
2. Per l’UE i dati annuali sul valore aggiunto filiera sono incompleti, non è quindi disponibile una serie storica completa confrontabile con quella dell'Italia. [↑](#footnote-ref-2)
3. Nei conti economici nazionali e territoriali, invece, la produzione di vino e olio delle cooperative è attribuita al settore industriale. Cfr. Reg. (CE) n.138/2004. [↑](#footnote-ref-3)
4. Tavole delle Risorse e degli Impeghi (in inglese SUT – Supply and Use Tables). [↑](#footnote-ref-4)
5. Il Margine operativo netto o Risultato netto di gestione (o reddito misto netto) corrisponde al reddito netto dei fattori agricoli (decurtato in questo caso dei contributi pubblici) meno i costi del lavoro dipendente. Questo valore è disponibile nelle tavole Risorse e Impieghi pubblicate dall’Istat per tutte le branche di attività. Per giungere al Reddito netto d’impresa, al Risultato netto di gestione occorrerebbe sottrarre anche gli interessi e gli affitti passivi (esclusi i valori dei servizi d’intermediazione finanziaria e degli affitti degli immobili che sono inclusi nei consumi intermedi). Questi ultimi dati non sono disponibili per tutte le branche e quindi non possono essere considerati nell’elaborazione della catena del valore per giungere al vero e proprio Reddito netto d’impresa, ma sulla base dei dati Eurostat dei Conti Economici dell’Agricoltura si stima che queste voci nel settore agricolo incidono sul risultato netto di gestione (comprensivo dei contributi) per circa il 14%. [↑](#footnote-ref-5)
6. [Food Price Monitoring Tool (europa.eu)](https://ec.europa.eu/eurostat/cache/infographs/foodprice/). [↑](#footnote-ref-6)
7. Per i cittadini italiani la provenienza degli alimenti e la sicurezza alimentare raggiungono punte di oltre il 60%, mentre le convinzioni personali e i principi etici, tra i quali il benessere degli animali e la tutela ambientali, interessano il 20% degli intervistati, una media più alta di quella europea (19%). Cfr. anche il PB dell’OS9. [↑](#footnote-ref-7)
8. Rapporto Coop 2019. [↑](#footnote-ref-8)
9. Rapporto Coop 2019. [↑](#footnote-ref-9)
10. <https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/18872> [↑](#footnote-ref-10)
11. <http://www.viticolturasostenibile.org/Home.aspx> [↑](#footnote-ref-11)
12. Per ulteriori dettagli consultare PB9. [↑](#footnote-ref-12)
13. Le tipologie di operatori sono: produttori esclusivi, produttori/preparatori, preparatori esclusivi e importatori (fonte Sinab). [↑](#footnote-ref-13)
14. Le mele Dop della Val di Non in Trentino Alto Adige sono una realtà di successo grazie al marchio commerciale “Melinda” che raccoglie 16 cooperative di produttori (i cui soci aderiscono in gran parte al disciplinare di produzione Dop) e garantisce il 20% della produzione nazionale con oltre 440.000 tonnellate di mele prodotte all’anno. [↑](#footnote-ref-14)
15. Belletti G, Marescotti A. “Costi e benefici delle denominazioni geografiche (DOP e IGP)”, Agriregionieuropa anno 3, n° 8, 2007 (disponibile al link https://agriregionieuropa.univpm.it/it/content/article/31/8/costi-e-benefici-delle-denominazioni-geografiche-dop-e-igp ). [↑](#footnote-ref-15)
16. Le attività remunerative connesse (rilevate in dettaglio dalle indagini strutturali), nella contabilità nazionale si distinguono in attività di supporto e attività secondarie. Le attività di supporto all’agricoltura sono: contoterzismo, prima lavorazione dei prodotti agricoli, lavorazioni sementi per la semina, nuove coltivazioni e piantagioni, manutenzione del terreno al fine di mantenerlo in buone condizioni agricole ed ecologiche, attività di supporto all'allevamento del bestiame, altre attività di supporto. Le secondarie sono invece: agriturismo, attività ricreative e sociali, didattiche e altre, artigianato, lavorazione del legno, energia rinnovabile (fotovoltaico, biogas, biomasse), sistemazione di parchi e giardini, trasformazione dei prodotti vegetali (frutta) e animali (carni), trasformazione del latte, vendita diretta/commercializzazione, produzione di mangimi, acquacoltura. [↑](#footnote-ref-16)
17. Sono circa 800 le aziende agricole che fanno parte del panel Ismea, che sono intervistate ogni tre mesi sull’andamento della congiuntura del settore e sul clima di fiducia. [↑](#footnote-ref-17)
18. La vendita diretta prevede il rapporto diretto tra i due estremi della catena: il produttore e il consumatore. La filiera corta, invece, è “formata da un numero limitato di operatori economici che si impegnano a promuovere la cooperazione, lo sviluppo economico locale e stretti rapporti socio-territoriali tra produttori, trasformatori e consumatori” (Reg. UE n. 1305/2013). Questo tipo di canale prevede, quindi, l’inserimento tra produttore e consumatore di soggetti che svolgono attività diverse, come stoccaggio, confezionamento, gestione ordini e logistica. [↑](#footnote-ref-18)
19. Si considera il valore della produzione commercializzata escludendo quella dei non soci, che è la grandezza per calcolare l’indicatore del grado di organizzazione del settore, ossia l’incidenza della produzione commercializzata dalle OP su quella totale. [↑](#footnote-ref-19)
20. Cfr. RRN-Ismea (2018e), Il settore ortofrutticolo alla sfida della nuova PAC: complementarietà degli interventi tra I e II pilastro e prospettive, dicembre https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/19364 [↑](#footnote-ref-20)
21. Il riconoscimento e l’attività come OI interregionale è avvenuto ai sensi della legge 24/2000 della Regione Emilia-Romagna. [↑](#footnote-ref-21)
22. I dati sono stati forniti dall’Alleanza Cooperative Italiane, il coordinamento nazionale costituito dalle Associazioni più rappresentative della cooperazione italiana: AGCI, Confcooperative, Legacoop. [↑](#footnote-ref-22)