



**Direzione generale dello sviluppo rurale, infrastrutture e servizi**

**OSSERVATORIO SULLE POLITICHE STRUTTURALI**

*LE POTENZIALITÀ DI SVILUPPO DI UN SISTEMA DI QUALITÀ NAZIONALE  
DELLA PRODUZIONE INTEGRATA*

*Executive summary*



Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare

Gennaio 2009

## **1. Obiettivi**

Il presente rapporto si pone l'obiettivo di valutare il ruolo ricoperto sui mercati nazionali dai prodotti ottenuti nel rispetto di disciplinari di produzione integrata, con particolare riferimento ai prodotti ortofrutticoli destinati al consumo fresco.

## **2. Il contesto di riferimento**

Il contesto di riferimento, sia normativo che di mercato, è il primo tema affrontato dal lavoro. La produzione integrata sta attraversando una fase di trasformazione tanto profonda quanto potenzialmente utile. Con questo termine, infatti, fino ad ora si sono identificate modalità produttive definite da disciplinari di produzione di vario tipo ed origine; alcuni di essi sono richiesti dalle imprese della grande distribuzione e dalla distribuzione organizzata (GDO), tipologia distributiva che negli ultimi anni è andata assumendo, anche in Italia, un ruolo di rilievo nel sistema della distribuzione al dettaglio di alimenti, simile a quanto registrato nei principali paesi europei. Tuttavia, l'adozione di questi disciplinari da parte della GDO è giunta in una seconda fase, come variazione rispetto alla iniziale definizione ed applicazione di disciplinari di produzione integrata definiti a livello di organismi tecnici regionali, fortemente sostenuta dalla presenza di contributi economici resi disponibili all'interno delle misure agro-ambientali del "secondo pilastro" della Politica Agricola Comune (PAC), quello dello sviluppo rurale. In molti casi, inoltre, si deve specificare che la GDO ha utilizzato i propri disciplinari - variazioni di quelli di PI definiti dai diversi organismi regionali - allo scopo di differenziare e sviluppare i prodotti venduti con il proprio marchio (private label, PL), cioè quello della catena commerciale. Peraltro le tendenze allo sviluppo delle PL all'interno della GDO sono generalmente positive, sia pure con variazioni di importanza anche molto forti tra prodotto e prodotto.

Questa combinazione di eventi e di richieste ha fortemente promosso l'adozione di disciplinari di Produzione Integrata, favorendo anche, nel contempo, una crescita professionale degli addetti agricoli, in generale, e di quelli operanti nell'ortofrutta fresca, in particolare.

## **3. I fabbisogni emersi**

Le modalità con le quali si è andata sviluppando la PI hanno generato una serie di criticità e forti debolezze. Anzitutto la definizione di diversi disciplinari ha creato confusione e aumento dei costi per la componente agricola del sistema produttivo, ma anche, o forse soprattutto, una sostanziale impossibilità di promuovere adeguatamente tali prodotti presso i consumatori, a causa della mancanza di un marchio unitario e quindi di un chiaro messaggio unificante. Anche quanto la GDO ha sviluppato, grazie alla diffusione dei "suoi" disciplinari, modalità di comunicazione dei prodotti ortofrutticoli a marchio proprio, solo raramente è riuscita a controbilanciare con sufficienti incrementi di ricavo, i maggiori costi sia di transazione che delle attività di controllo.

Tenuto conto anche della crescente pressione competitiva nel comparto ortofrutticolo, sia sul mercato interno che su quello europeo ed extra-europeo, si è ormai compreso quanto sia importante, se non decisivo, pervenire all'adozione di uno standard unificato per

identificare la PI. Una tale azione permetterebbe, tra l'altro, una maggiore e più efficace comunicabilità ai clienti finali, con importanti effetti positivi: riduzione dei costi di produzione e di commercializzazione da parte degli agricoltori, ma anche riduzione dei costi di commercializzazione e di controllo da parte dei trasformatori e/o della fase commerciale, maggiore chiarezza di informazione per i consumatori.

#### **4. L'introduzione del sistema nazionale di qualità della PI**

Un approccio di questo tipo è proprio quello che sta per essere creato mediante l'introduzione di un sistema nazionale di qualità della PI.

A seguito di questa nuova modalità prevista dal Reg CE 1698/05, ma già introdotta con la riforma della PAC del 2003 (Reg. (CE) 1257/99 come modificato dal Reg.(CE) 1783/2003), infatti, è ora possibile sviluppare questi sistemi di qualità nazionali, riconosciuti dall'UE, in modo da integrare le certificazioni di qualità europee (biologico, DOP, IGP, STG) e stimolare un migliore adattamento dei sistemi produttivi alle esigenze dei mercati. Peraltro, il regolamento prevede anche la possibilità di riconoscere alle imprese agricole, nell'ambito dei PRS, un contributo per sostenere i costi iniziali delle certificazioni stesse, ma soprattutto alle organizzazioni di produttori (OP) di accedere anche a importanti sostegni economici per azioni di comunicazione, promozione e pubblicità di tali prodotti certificati.

In ogni caso, il passaggio ad un sistema nazionale di qualità potrebbe portare a significativi benefici anche alle imprese di trasformazione e a quelle della GDO, che potrebbero alleggerirsi della necessità e dei costi dei controlli circa il rispetto dei disciplinari da parte dei loro fornitori. Ciò permetterebbe, contemporaneamente, a tali aziende di dedicare una maggiore attenzione a strategie commerciali di differenziazione più efficaci, valutate sulla base delle caratteristiche dei prodotti di maggiore interesse per i consumatori finali e quindi più comunicabili e maggiormente idonee a sostenere processi di valorizzazione dei propri marchi.

#### **5. Il metodo di analisi**

Al fine di valutare, quindi, il possibile impatto dell'adozione di questo sistema di qualità nazionale per la PI, si sono anzitutto richiamati i dati relativi alle dimensioni economiche dei comparti dell'ortofrutta fresca. Ovviamente la PI, come già il biologico, non si limita a questi soli comparti ma potrà trovare applicazione, anche importante, per altre produzioni vegetali, sia destinate al consumo diretto che soggette a trasformazione: si pensi ad esempio alle conserve di pomodoro, ma anche ai cereali e alle farine da essi ottenute destinate alla produzione di prodotti da forno, di pasta o di pane.

Tuttavia, considerato che il marchio nazionale di qualità per la PI potrà avere implicazioni particolarmente significative soprattutto per i prodotti ortofrutticoli freschi, è rispetto a tale settore che è stata concentrata l'analisi.

Dopo aver ricordato i dati principali delle produzioni a livello nazionale e regionale di prodotti ortofrutticoli freschi, sono stati anche analizzati i dati relativi alle esportazioni di questi stessi prodotti, sempre con riferimento al 2007.

Infatti, anche se è certamente vero che il sistema di qualità della PI che verrà adottato nel nostro Paese avrà solo una portata “nazionale”, è altrettanto vero che tale adozione potrà avere effetti positivi, sia pure indiretti, anche sulle esportazioni, nonché sullo sviluppo a medio termine di una possibile certificazione di PI europea. Come già anticipato, l’adozione di un sistema nazionale di qualità di questo tipo, se adottato in modo generalizzato a livello nazionale anche dalla GDO, potrebbe permettere, infatti, una significativa semplificazione e riduzione degli oneri legati alle transazioni tra produzione agricola e fasi a valle, e, dall’altro, un miglioramento della redditività. Entrambi i fattori, anche se limitati alla sola azione commerciale sui mercati nazionali, oltre a contribuire al miglioramento della competitività dei nostri prodotti su questi stessi mercati (a discapito dei prodotti di importazione), può anche favorire un recupero di competitività utile anche per sostenere, indirettamente, azioni commerciali più forti sui mercati esteri.

Dopo la descrizione del contesto e del ruolo economico ricoperto dalle principali produzioni ortofrutticole sia sul valore della produzione nazionale che su quello delle esportazioni, si è centrata l’attenzione sul mercato nazionale, sviluppando l’analisi anche in modo più mirato, da un lato con riferimento ai principali prodotti ortofrutticoli considerati singolarmente, dall’altro al ruolo e al posizionamento attuale dei prodotti con certificazioni di PI rispetto ai prodotti bio e a quelli convenzionali.

Questa seconda sezione dell’analisi si sviluppa a partire da un’analisi dell’andamento dei consumi e dei comportamenti di acquisto dei consumatori nazionali rispetto ai prodotti ortofrutticoli. I dati utilizzati in questo capitolo sono nella disponibilità di ISMEA e sono frutto dell’analisi delle rilevazioni effettuate da Nielsen tramite il Panel famiglie.

Successivamente, al fine di avvicinarsi progressivamente e sempre più precisamente ad una comprensione del mercato dei prodotti con certificazione di PI, sono presentati ed analizzati altri dati, sempre di fonte Nielsen e frutto di rilevazioni presso i punti vendita della GDO, circa il ruolo ricoperto dalle private label (PL) nei consumi complessivi, a livello nazionale, di ortofrutta. Ciò permette di focalizzare meglio l’attenzione su una parte non trascurabile del mercato per i prodotti commercializzati con riferimento a disciplinari basati su quelli della PI e che in un prossimo futuro potrebbero rappresentare una importante area di applicazione della nuova certificazione di PI.

## **6. I principali risultati**

L’assenza di informazioni statistiche ufficiali dettagliate rispetto alla diffusione e al posizionamento dei prodotti che già oggi sono commercializzati con una certificazione, sia pure di tipologie diverse, di Produzione Integrata, ha rappresentato la difficoltà principale della ricerca. Per superare, almeno parzialmente, questa limitazione, si è svolta una specifica indagine - presumibilmente la prima di questo tipo almeno di natura pubblica-, presso un campione di soggetti della GDO nazionale. Ciò ha permesso di ricavare informazioni interessanti anche se di natura campionaria; il campione è abbastanza ben distribuito sia per tipologia di catene che dal punto di vista geografico, anche se non può essere considerato adeguatamente rappresentativo dell’intero universo nazionale. Tuttavia, per quanto già evidenziato, questa è non solo la migliore ma l’unica fonte attualmente disponibile e le indicazioni che ne sono emerse sono certamente preziose.

L'indagine è stata svolta nei mesi di ottobre e novembre 2008 mediante la rilevazione diretta effettuata con questionari strutturati, presentati prevalentemente a responsabili di acquisto (buyer) di 20 aziende della GDO, 18 dei quali di dimensioni almeno interregionali.

Nelle aziende intervistate, la PI ha interessato mediamente il 35% delle vendite di prodotti ortofrutticoli freschi, con un 12% rappresentato da prodotto con PI e marca (privata) ed il restante 23% da prodotto con PI senza alcuna marca. In queste stesse aziende il ruolo del prodotto bio per questi stessi prodotti è limitato all'1%. Rispetto ai singoli prodotti, le mele presentano un peso della PI decisamente superiore alla media, con una quota che supera il 50% (unico caso tra i prodotti considerati); ad esse seguono le patate, con un peso della PI sul totale vendite delle aziende intervistate di poco inferiore al 50%).

Informazioni di rilievo riguardano anche il posizionamento di prezzo del prodotto con PI: il prezzo medio di vendita di questi prodotti, infatti, è sempre superiore rispetto al prodotto convenzionale, con una forbice compresa tra il 3% ed il 7% se riferita agli aggregati di prodotti con o senza marchio, e con valori che si disperdono ulteriormente se si scende a livello di singoli prodotti: da circa l'1% di arance, pere e clementine con marchio della PL, a più del 9% di actinidia (kiwi). Nel caso degli ortaggi il premio di prezzo sembra generalmente leggermente superiore, concentrandosi, nella quasi totalità dei casi, al di sopra del 4%, con un livello superiore al 10% per le fragole.

Un aspetto ancor più interessante è quello emerso dalla rilevazione delle tendenze delle vendite nel corso dell'ultimo anno. Mentre nel caso dei prodotti ortofrutticoli bio e convenzionali prevalgono decisamente le variazioni negative rispetto a quelle positive, nel caso dei prodotti ortofrutticoli della PI si registra una situazione opposta, sia che si tratti di prodotto PI senza marca, che prodotto PI con marca della GDO: mentre nel primo caso, se si esclude il 30% dei casi circa con andamento stabile, quelli che presentano incrementi delle vendite sono più del 52% contro un 18% circa in diminuzione, nel secondo caso la fascia stabile si riduce a circa il 20%, mentre quella in crescita supera il 63%. In altri termini, l'andamento delle vendite degli ortofrutticoli freschi sembra già premiare i prodotti con certificazioni della PI, anche quando questi presentano, come detto, prezzi medi superiori a quelli degli omologhi prodotti convenzionali. Ovviamente sarebbe particolarmente interessante poter verificare se questo andamento si manterrà anche nelle peggiorate condizioni economiche che stanno interessando il nostro Paese.

A livello di singoli prodotti, a far registrare le migliori performance nel caso di presenza di certificazione della PI ma senza marca, sono stati anzitutto uva da tavola e pesche, seguite dall'actinidia. Nel caso di prodotti da PI con marca, invece, le mele hanno registrato l'andamento migliore: nell'80% dei casi si è avuto un incremento significativo delle vendite rispetto agli anni precedenti. Ortaggi, come, fagiolini freschi e lattuga hanno anch'essi registrato sempre un incremento delle vendite particolarmente significativo nell'ultimo anno, seguito da patate e pomodori. Per i prodotti senza marca, invece, si segnalano gli andamenti positivi delle vendite, oltre ai prodotti di cui sopra, anche di carciofi e fragole.

L'indagine ha anche consentito di raccogliere preziose valutazioni circa la percezione, da parte degli operatori della GDO, dell'atteggiamento che i consumatori esprimono nei confronti delle attuali modalità di identificazione dei prodotti ottenuti con PI. Ciò che emerge è che nella quasi totalità dei casi i consumatori faticano molto a riconoscere le attuali diverse modalità di certificazione della PI e ciò, di conseguenza, influenza molto poco i loro comportamenti di acquisto. Infine, si è anche sondato l'interesse delle aziende della GDO nei confronti di un sistema nazionale di certificazione della PI da cui sono emerse informazioni particolarmente confortanti; tali aziende nel 75% dei casi sono assolutamente favorevoli a questo sistema (hanno risposto "molto" o "moltissimo"), per un altro 25% risultano comunque "abbastanza" favorevoli.

Da evidenziare l'ampia disponibilità emersa ad adottare tale sistema di certificazione anche per i prodotti da commercializzare con marchio della GDO: nel 45% dei casi le aziende monitorate hanno risposto "molto" o "moltissimo" e per un altro 40% hanno risposto "abbastanza".

Secondo gli intervistati, inoltre, tale sistema potrebbe portare benefici di natura economica per le filiere interessate (nel 38% dei casi), in termini di semplificazione (nel 24% ), di qualità e sicurezza (14%) e per l'ambiente (14%).

Infine, nel 50% dei casi dalle interviste viene confermato che il sistema nazionale di certificazione permetterebbe di migliorare "molto" o "moltissimo" la comunicazione dei contenuti e dei valori della PI ai consumatori, e per un altro 35% "abbastanza".

## **7. Note conclusive**

L'analisi eseguita ha consentito di illustrare, da un lato l'importanza potenziale dell'impatto di un sistema di certificazione unificato e semplificato della PI sul sistema produttivo nazionale e sulla sua competitività, permettendo, contemporaneamente, di evidenziare come esso potrebbe generare comportamenti di acquisto più informati e consapevoli da parte dei consumatori, oltre che un recupero di efficienza nelle filiere, in particolare quelle dei prodotti ortofrutticoli freschi, dei quali potrebbero beneficiare tutti i soggetti coinvolti, dalla produzione al consumo finale. Per queste ragioni sembra anche che le condizioni per una rapida applicazione e diffusione di questo nuovo strumento siano già ben presenti.

Il passaggio a questa nuova modalità di produzione integrata, quindi, implica cambiamenti a tutti i livelli: da quello delle politiche agro-ambientali a quello dei servizi pubblici in questo campo, alle strategie delle imprese di trasformazione e di commercializzazione dei prodotti ortofrutticoli, alle stesse imprese agricole; ma tali cambiamenti sono al tempo stesso sempre più necessari da un lato e potenzialmente promettenti dall'altro.