



Rete Rurale
Nazionale
2007.2013



La Rica nell'analisi della competitività: una proposta

Felicetta Carillo – Elisa Ascione

Un'occasione

Roma, 29 marzo 2011



Premessa

- In generale, le statistiche riguardanti le aziende agricole, nell'assicurare l'omogeneità e la comparabilità delle osservazioni, fanno riferimento al settore o comparto produttivo tradizionale di appartenenza, trascurando la componente "innovativa" dell'attività agricola.
- Al contrario, nello scenario che si va sempre più delineando, diventa opportuno adottare una diversa aggregazione aziendale, che tenga conto delle nuove funzioni produttive associate all'agricoltura.
- La metodologia proposta cerca di sviluppare una procedura di *ri-classificazione* del campione Rica, al fine di restituire informazioni sui risultati economici aziendali, il più possibile aderenti ai più complessi profili delle aziende agricole italiane.
- L'ipotesi di base è stata quella di offrire misure di performance aziendali che meglio approssimano le diverse scelte produttive adottate dalle aziende agricole, costituendo così degli utili riferimenti sia agli addetti alla consulenza aziendale, nella loro attività di supporto alla gestione alle imprese, sia alle imprese stesse

L'evoluzione della competitività agricola

- Nei Paesi caratterizzati da elevati livelli di reddito, formazione culturale e conoscenza si evolve una sensibilità sociale che sviluppa una pluralità di dimensioni di valutazione dei diversi modi di “fare agricoltura”, che si riflette sulle scelte di consumo e sulla funzione di benessere sociale che orienta le politiche (Belletti G., 2003).
- Da un altro canto, gli accordi WTO hanno portato alla riduzione e allo smantellamento della maggior parte delle modalità di “protezione” delle produzioni agricole domestiche, le quali, a causa della struttura di costo poco competitiva, rischiano di essere spazzate via dalla competizione globale.
- Pertanto l'offerta produttiva ha cercato forme di competitività non più basate sull'adozione di principi di gestione e tecnologici standardizzati e intensivi, ma sulla differenziazione delle produzioni e sulla diversificazione delle attività.

Profili aziendali emergenti e gruppi di aziende Rica

Per l'individuazione dei profili aziendali nella banca dati Rica si è cercato di sintetizzare le strategie che, in maniera più o meno consapevole, vengono adottate attualmente dalle aziende agricole italiane:

1. Aziende “**Produttivistiche – convenzionali grandi**” (*focus competitivo sui costi di produzione e sui volumi di vendita*)
 - In questo profilo viene esaltato il carattere monofunzionale dell'agricoltura, quest'ultima integrata nelle filiere di trasformazione e della grande distribuzione organizzata.
 - L'obiettivo principale di queste aziende è di produrre col minor costo possibile i prodotti richiesti, nei tempi, nelle quantità e nella qualità commissionati dai principali acquirenti (industria di trasformazione, GDO).

Profili aziendali emergenti e gruppi di aziende Rica

2. **Il profilo “Convenzionale piccola”** sono aziende omogenee al profilo precedente per scelte produttive, ma con un approccio gestionale più tradizionale e caratterizzate da un insieme di relazioni instaurate nel tempo con il contesto economico locale.
 - Queste aziende sono tendenzialmente di piccole o al massimo di medie dimensioni, si tratta sostanzialmente di aziende che si tramandano per generazioni e che pertanto presentano una rete di relazioni commerciali fortemente radicata nel territorio.
3. **Il profilo delle “Non professionali”**, con dimensione economica insufficiente a remunerare i fattori produttivi impiegati.
 - Queste aziende rappresentano più una base di consumo e di residenza della famiglia che un’attività imprenditoriale rivolta al mercato, vi rientrano dunque le cosiddette aziende *pluriattive* e le aziende *part-time*.
4. Nell’ambito dei gruppi “convenzionali” sono state individuate le aziende che, seppure contenuto, presentano un livello di qualificazione dell’offerta produttiva e/o di diversificazione, al fine di separare quelle aziende con una “sensibilità” maggiore all’innovazione ed allo sviluppo aziendale.

Profili aziendali emergenti e gruppi di aziende Rica

5. **Profilo “Differenziate grandi”** (*focus competitivo sulla qualità delle produzioni per posizionamento in “nicchie” di mercato*), adottano strategie di differenziazione produttiva, rivolta ai mercati sensibili agli aspetti qualitativi piuttosto che al prezzo
- I caratteri aziendali s’identificano nella dimensione medio - grande, oppure si tratta di aziende associate, il che consente loro di avere una maggiore capacità d’interlocuzione con i principali attori della filiera.
 - Gli investimenti agricoli sono rivolti principalmente alla fase produttiva, nella ricerca e nell’adozione di tecniche che assicurano prodotti e servizi aggiuntivi, caratterizzati da standard qualitativi elevati;
 - mentre le attività di marketing, in particolare la comunicazione e le altre leve di valorizzazione commerciale, sono spesso affidate alla grande distribuzione o alla cooperazione produttiva.

Profili aziendali emergenti e gruppi di aziende Rica

- Un ulteriore paradigma di sviluppo è quello basato sui sistemi di produzione locali, che valorizzano le diversità territoriali e culturali. In questo caso le aziende, con la diversificazione e la differenziazione produttiva, tentano di farsi riconoscere dal mercato una compensazione economica, almeno parziale, dell'offerta di *non commodity outputs*.
 - Si evidenziano due gruppi di imprese appartenenti a questo paradigma.
6. Un primo gruppo, denominato “**Differenziate piccole**”, riguarda quelle aziende che adottano una strategia cosiddetta di *approfondimento*, caratterizzata da catene di offerta corte, prodotti tipici e di qualità, agricoltura biologica
 7. Un secondo profilo, denominato “**Diversificate**”, riguarda le aziende che associano all'agricoltura attività appartenenti ad altri settori (agriturismo, fattorie didattiche, ecc.), sfruttando il sistema di relazioni tra attività agricola e risorse locali e assicurando servizi di valenza socio-culturale (identità culturali delle comunità, attrazioni turistiche e risorse paesaggistiche locali, ecc.).

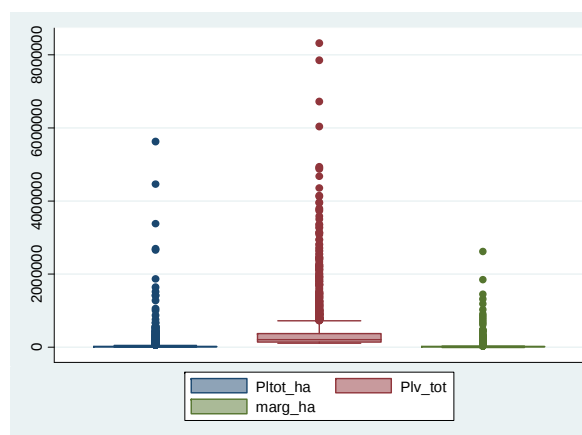
La metodologia

Le variabili utilizzate per identificare le aziende Rica omogenee ai profili evidenziati:

- Il valore della produzione lorda vendibile (anziché il RLS) è stato utilizzato sia per dividere le aziende non professionali da quelle che “competono” sul mercato, sia per dividere i profili in grandi e piccole,
- La scelta della plv è derivata dall'opportunità di avere un indicatore di sintesi di tutte le attività presenti in azienda (agricole e diversificate) e che rispecchia la qualità delle produzioni o comunque la capacità delle aziende di riscontrare sul mercato prezzi più elevati a parità di quantità vendute
- Le singole plv associate alle diverse tipologie di produzione presenti in azienda (con certificazioni di origine, biologiche, altri marchi, attività agrituristica, altre entrate diversificate, ecc..), hanno rappresentato la determinante per qualificare i diversi profili aziendali (convenzionali, differenziati, diversificati).

La metodologia

- Altre variabili “di controllo” sono state utilizzate per meglio definire i diversi profili (forma giuridica, peso del lavoro salariato e familiare, intensività dei fattori, costi, ecc.) oltre alla eliminazione di aziende *outliers*.
- Per l'individuazione degli outliers si è proceduto a scegliere alcune variabili “chiave” (Sau, plv/ha, Rn/ha, ecc.) sulle quali si è operato attraverso:
 1. L'analisi grafica, con la costruzione di box plot
 2. L'eliminazione secondo la regola statistica dello scostamento dalla media, a seconda dei casi, di 2 o 3 volte la deviazione standard



I gruppi di aziende Rica

Tipologie aziendali	"Non professionali"	"Convenzionali grandi"	"Convenzionali piccole"	"Diversificate grandi"	"Diversificate piccole"	"Differenziate piccole"	"Differenziate grandi"	"Non professionali multifunzionali"	"Convenzionali piccole - qualità"	"Convenzionali grandi - qualità"
Focus strategico - produttivo	<i>Pluriattive e part-time</i>	<i>Cost leadership</i>	<i>Omogenee al contesto localizzativo</i>	<i>Diversificazione attività agricola</i>	<i>Diversificazione attività agricola</i>	<i>Qualità e tipicità produttiva</i>	<i>Qualità e tipicità produttiva</i>	<i>Misto</i>	<i>Misto</i>	<i>Misto</i>
Variabili e Soglie	PLv <15.000	PLv >=100.000	15.000 >= PLv <100.000	PLv >=100.000	15.000 < PLv <100.000	15.000 < PLv <100.000	PLv >=100.000	PLv <15.000	15.000 < PLv <100.000	PLv >=100.000
	Peso plv biologico <10%	Peso plv biologico <10%	Peso plv biologico <10%	Peso plv biologico <30%	Peso plv biologico <30%	Peso plv biologico >=30%	Peso plv biologico >=30%	Peso plv biologico >30%	10% < Peso plv biologico 30%	10% < Peso plv biologico 30%
	Peso plv marchi <10%	Peso plv marchi <10%	Peso plv marchi <10%	Peso plv marchi <30%	Peso plv marchi <30%	Peso plv marchi >=30%	Peso plv marchi >=30%	Peso plv marchi >30%	10% < Peso plv marchi <30%	10% < Peso plv marchi <30%
	Peso Altre entrate <30%	Peso Altre entrate <30%	Peso Altre entrate <30%	Peso Altre entrate >=30%	Peso Altre entrate >=30%	Peso Altre entrate <30%	Peso Altre entrate <30%	Peso Altre entrate >=30%	Peso Altre entrate <30%	Peso Altre entrate <30%
	Peso Agritur=0	Peso Agritur=0	Peso Agritur=0	Peso Agritur>0	Peso Agritur>0	Peso Agritur=0	Peso Agritur=0	Peso Agritur=0	Peso Agritur=0	Peso Agritur=0
		Peso plv trasform.<30%	Peso plv trasform.<30%	Peso plv trasform.>=30%	Peso plv trasform.>=30%	Peso plv trasform.<30%	Peso plv trasform.<30%		Peso plv trasform.<30%	Peso plv trasform.<30%

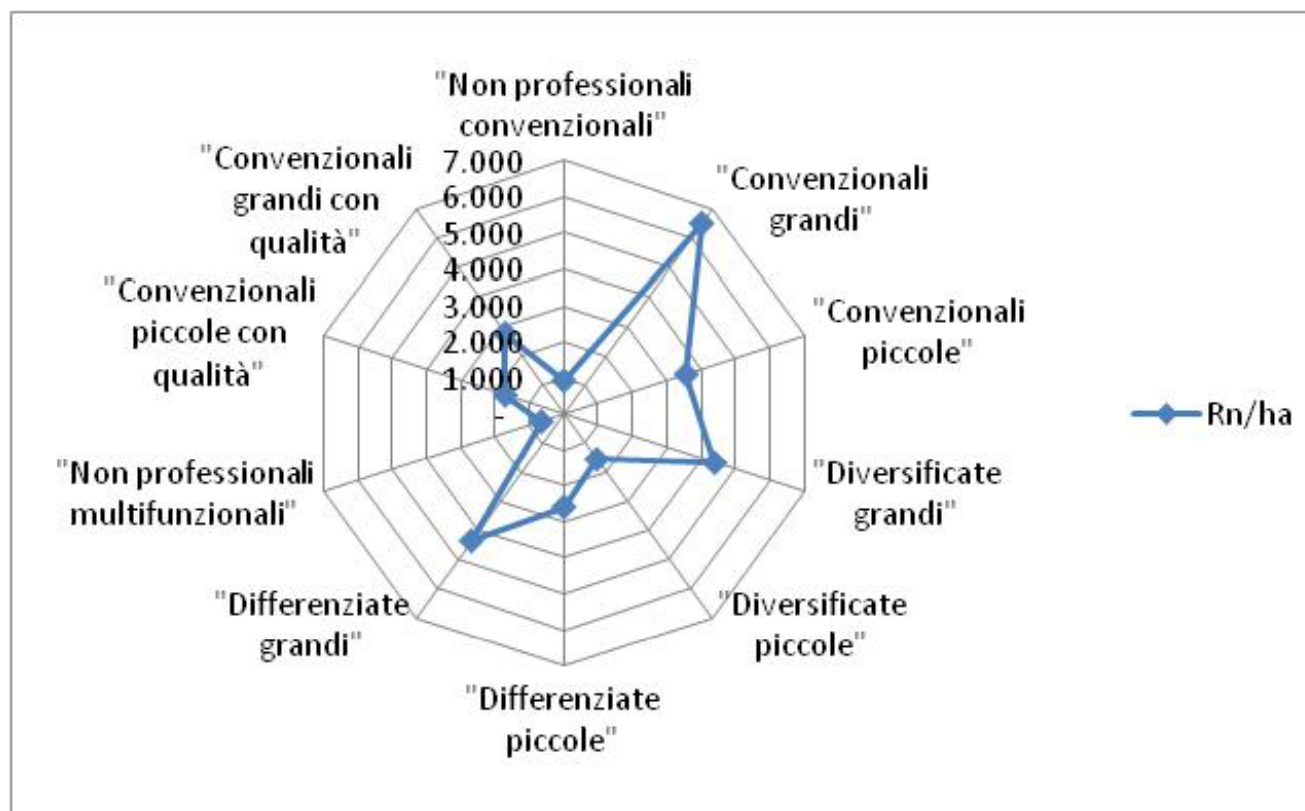


I gruppi di aziende Rica

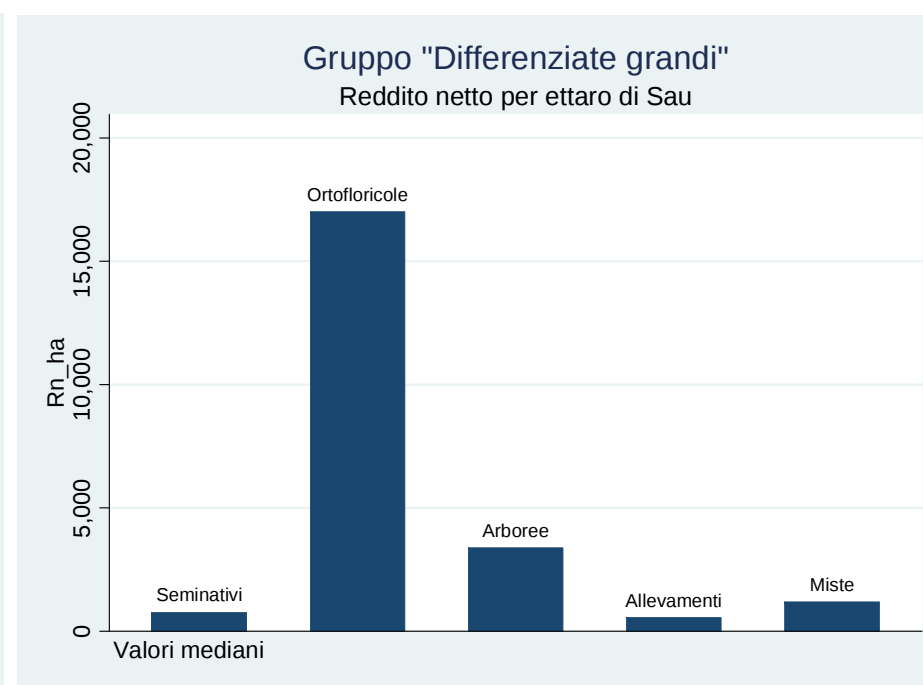
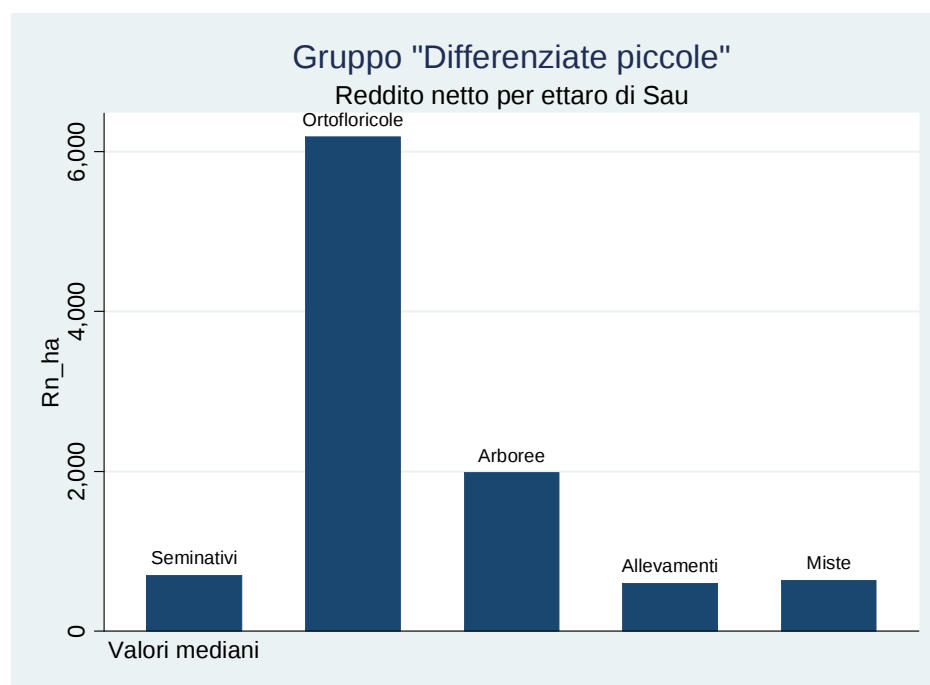
Profili	N° obs.	Peso campione
"Non professionali convenzionali"	1.529	10%
"Convenzionali grandi"	2.948	20%
"Convenzionali piccole"	5.726	39%
"Diversificate grandi"	593	4%
"Diversificate piccole"	1.394	10%
"Differenziate piccole"	1.238	8%
"Differenziate grandi"	468	3%
"Non professionali multifunzionali"	525	4%
"Convenzionali piccole con qualità"	131	1%
"Convenzionali grandi con qualità"	89	1%
Totale campione Rica 2007	14.641	100%



Alcuni indici di performance Confronto fra gruppi



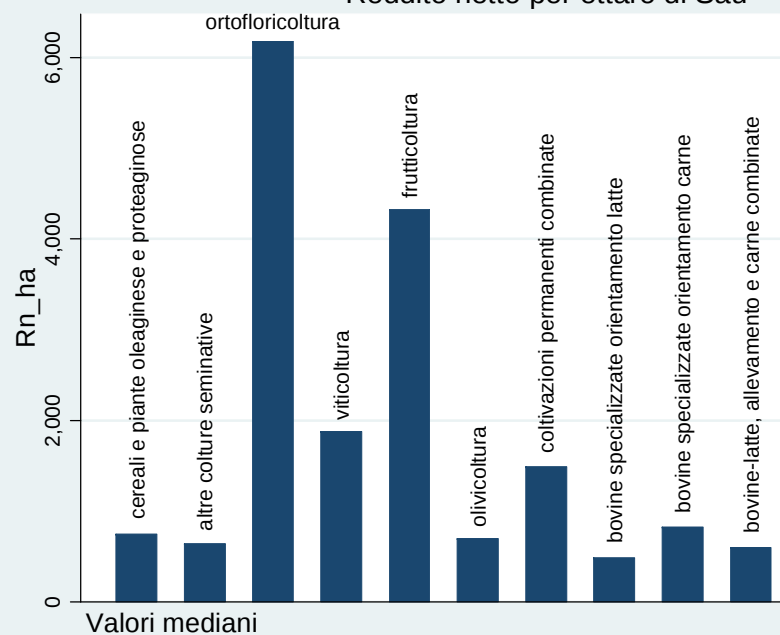
Alcuni risultati Stratificazione del gruppo “differenziate” per Poli Ote



Alcuni esempi di gruppi Stratificati per Ote principali

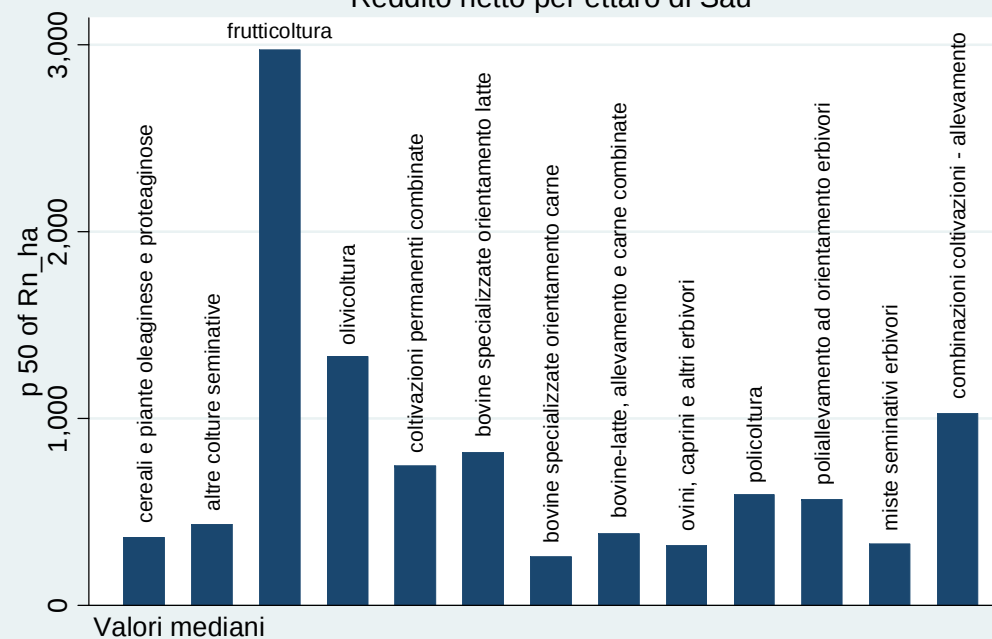
Gruppo "Differenziate piccole"

Reddito netto per ettaro di Sau



Gruppo "Diversificate piccole"

Reddito netto per ettaro di Sau





Aziende Differenziate piccole: Ote Viticoltura

Dati di sintesi sulle dotazioni di fattori e sui risultati economici (Medie aziendali)

Ote_principale = 31		Aziende specializzate nella viticoltura				
variable	N obs.	mean	median	standard deviation	min	max
Superficie agricola utilizzata (ha)	460	9,2	6,9	8,3	0,9	75,0
Unità di lavoror totali (n)	460	1,5	1,4	0,7	0,2	5,3
Unità di lavoro salariato (n)	460	0,2	0,0	0,3	0,0	3,0
Capitale fondiario totale (€)	460	342.473	232.700	333.825	28.252	2.634.567
Capitale d'esercizio totale (€)	460	43.919	34.032	40.873	2.387	361.969
variable	N obs.	mean	median	standard deviation	min	max
Produzione lorda vendibile (€)	460	40.064	34.221	21.742	15.045	99.793
Plv Qualità (€)	460	35.191	29.220	20.372	5.868	99.394
Costi variabili (€)	460	10.517	7.863	8.614	934	61.332
Costi fissi (€)	460	14.100	11.552	9.516	1.237	74.977
Valore aggiunto (€)	460	28.257	23.726	17.087	-1.295	84.895
Prodotto netto (€)	460	21.559	17.211	15.996	-13.266	84.949
Reddito netto (€)	460	15.485	12.624	14.212	-41.966	68.243
Contributi pubblici correnti (€)	460	1.856	631	2.840	0	18.501



Aziende Differenziate piccole Ote Frutticoltura (Medie aziendali)

Ote_principale =32	Aziende specializzate in frutticoltura					
variable	N obs.	mean	median	standard deviation	min	max
Superficie agricola utilizzata (ha)	171	6,6	4,6	6,3	0,6	35,8
Unità di lavoro totali (n)	171	1,4	1,3	0,7	0,3	4,4
Unità di lavoro salariato (n)	171	0,3	0,2	0,4	0,0	2,0
Capitale fondiario totale (€)	171	378.568	254.446	326.966	35.641	1.815.019
Capitale d'esercizio totale (€)	171	37.586	31.939	26.836	3.156	138.327
variable	N obs.	mean	median	standard deviation	min	max
Produzione lorda vendibile (€)	171	49.893	46.415	24.703	15.070	99.810
Plv Qualità (€)	171	45.654	41.178	22.844	10.192	98.066
Costi variabili (€)	171	13.917	11.379	10.413	1.711	53.192
Costi fissi (€)	171	13.625	11.620	8.070	1.992	58.014
Valore aggiunto (€)	171	37.897	34.478	20.162	-1.662	83.604
Prodotto netto (€)	171	30.942	26.521	18.472	-9.837	81.575
Reddito netto (€)	171	22.478	19.044	16.450	-46.377	65.305

Alcune considerazioni finali

- La metodologia è stata applicata sull'archivio Rica dell'anno 2007, ma dal 2008 il procedimento potrà essere più immediato e facilmente replicabile grazie alle più dettagliate informazioni presenti nella nuova metodologia contabile Rica "Gaia" (sia sulle differenti tipologie di attività aziendali che sulle caratteristiche qualitative delle produzioni)
- I risultati presentati rappresentano soltanto un primo esperimento volto soprattutto a valutare la bontà della procedura e verificare la capacità informativa



Rete Rurale
Nazionale
2007.2013



Grazie per l'attenzione

Felicetta Carillo

carillo@inea.it

Un'idea da

Roma, 29 marzo 2011

