

Il Sistema Agroalimentare Italiano

Prof. Gianni Cicia
Dipartimento di Agraria
Università di Napoli Federico II
cicia@unina.it

Istituzioni di Economia e
Gestione dell'Impresa Agraria e Forestale



Definizione di
Sistema Agroalimentare

Per **Sistema Agroalimentare** (SAA) si intende l'insieme di attività (cioè imprese e settori) tra di loro collegate da rapporti commerciali e che contribuiscono alla creazione del valore del prodotto alimentare. Il SAA è composto da:

- ✓ Industrie di mezzi tecnici (input) per l'agricoltura
- ✓ Settore agricolo (base produttiva)
- ✓ Industria alimentare
- ✓ Settore distributivo
- ✓ Ristorazione
- ✓ Consumo finale

Per **Sistema Agroindustriale** (SAI) si intende l'insieme di attività alimentari e non alimentari basate sulla trasformazione di materie prime agricole.

Il Sistema Agroindustriale comprende oltre al SAA anche le attività di trasformazione di materie prime agricole in beni non alimentari quali: legname, tabacco, cuoio, tessile, bioenergie, etc.

Quanto pesa il SAA italiano?

Il **SAA** italiano vale **266 miliardi di euro**,
circa il **17% del PIL nazionale**
con il **14% di occupati** (dati riferiti al 2015)

Secondo stime della Federalimentare il fatturato della sola **Industria Alimentare** era pari, nel **2017**, a **134 miliardi di euro**. L'industria alimentare italiana è la seconda del Paese dopo quella meccanica.

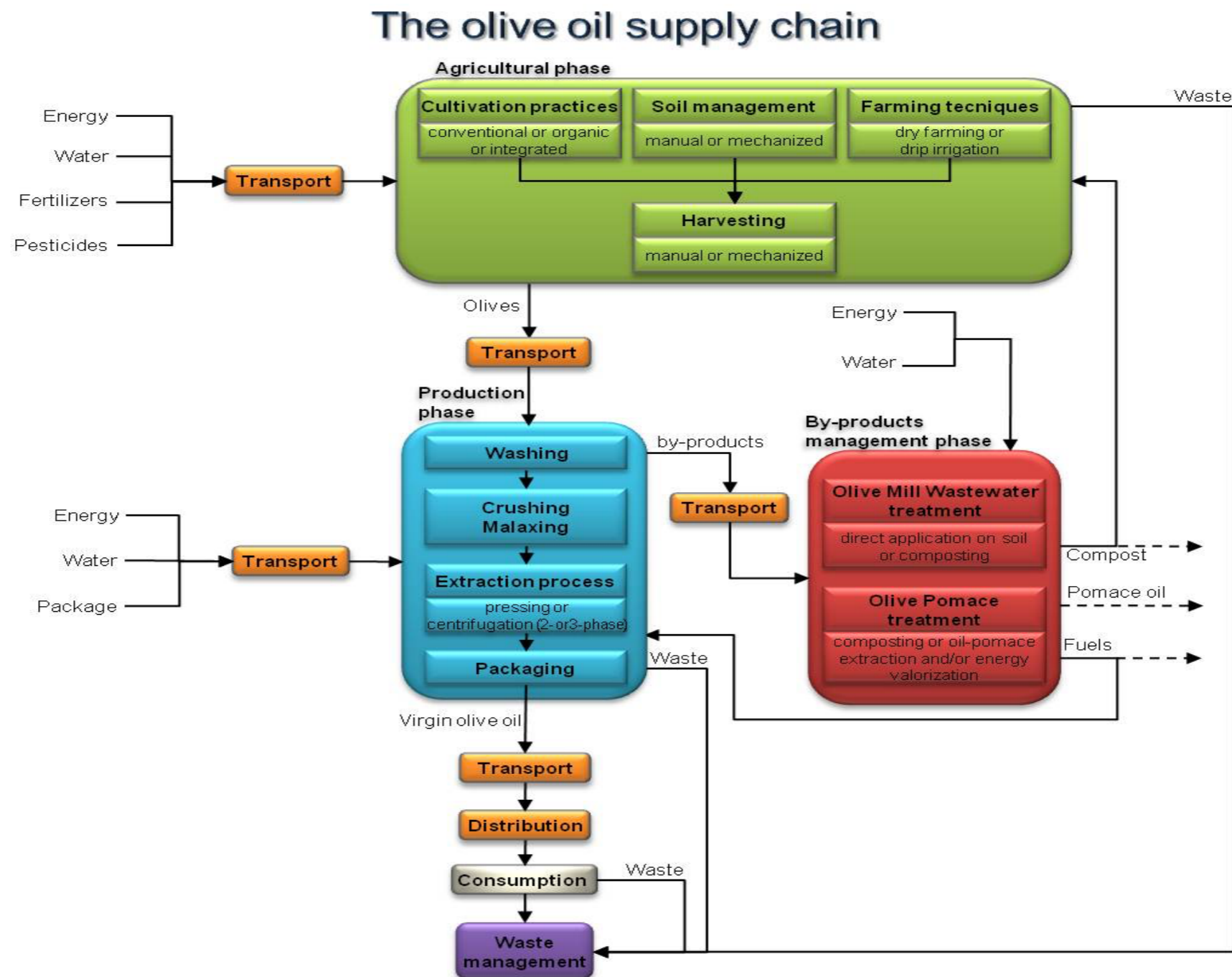
L'analisi del Sistema Agroalimentare viene spesso condotta attraverso lo strumento della **filiera**.

Una **filiera agroalimentare** rappresenta una scomposizione del SAA in senso verticale, per categoria di prodotto: filiera del vino, filiera del latte, filiera del pomodoro da industria, etc.

Per **filiere** si intende l'itinerario seguito da un prodotto all'interno di un sistema produttivo, che riguarda l'insieme degli agenti e delle operazioni che concorrono alla formazione ed al trasferimento di un prodotto fino alla sua utilizzazione finale (*L. Malassis*).

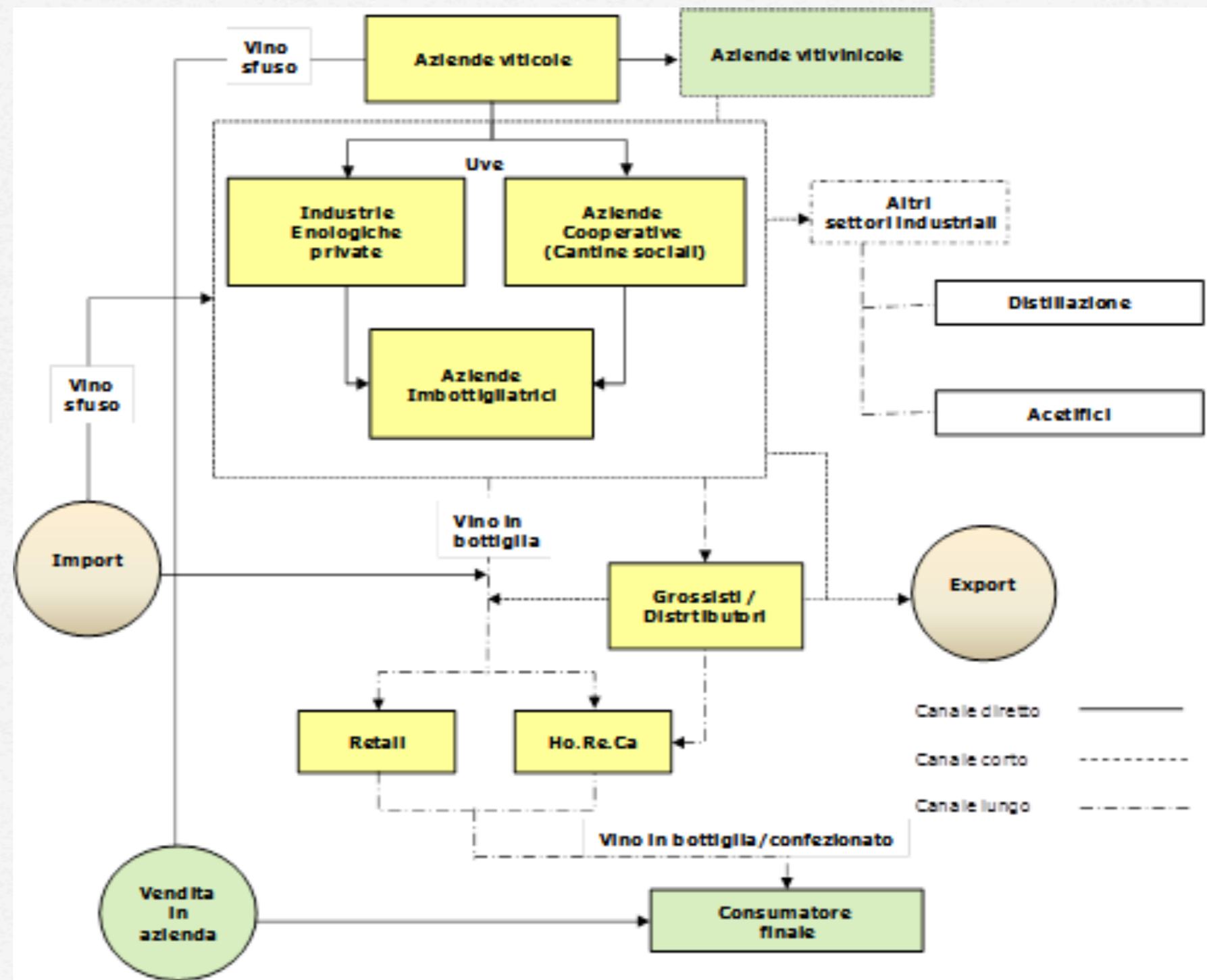
Per **filiere alimentare** s'intende l'insieme degli agenti che direttamente o indirettamente operano lungo tutto l'itinerario economico di un prodotto dallo stadio iniziale della produzione a quello finale dell'utilizzazione (*V. Saccomandi*).

Filiera Olio d'oliva

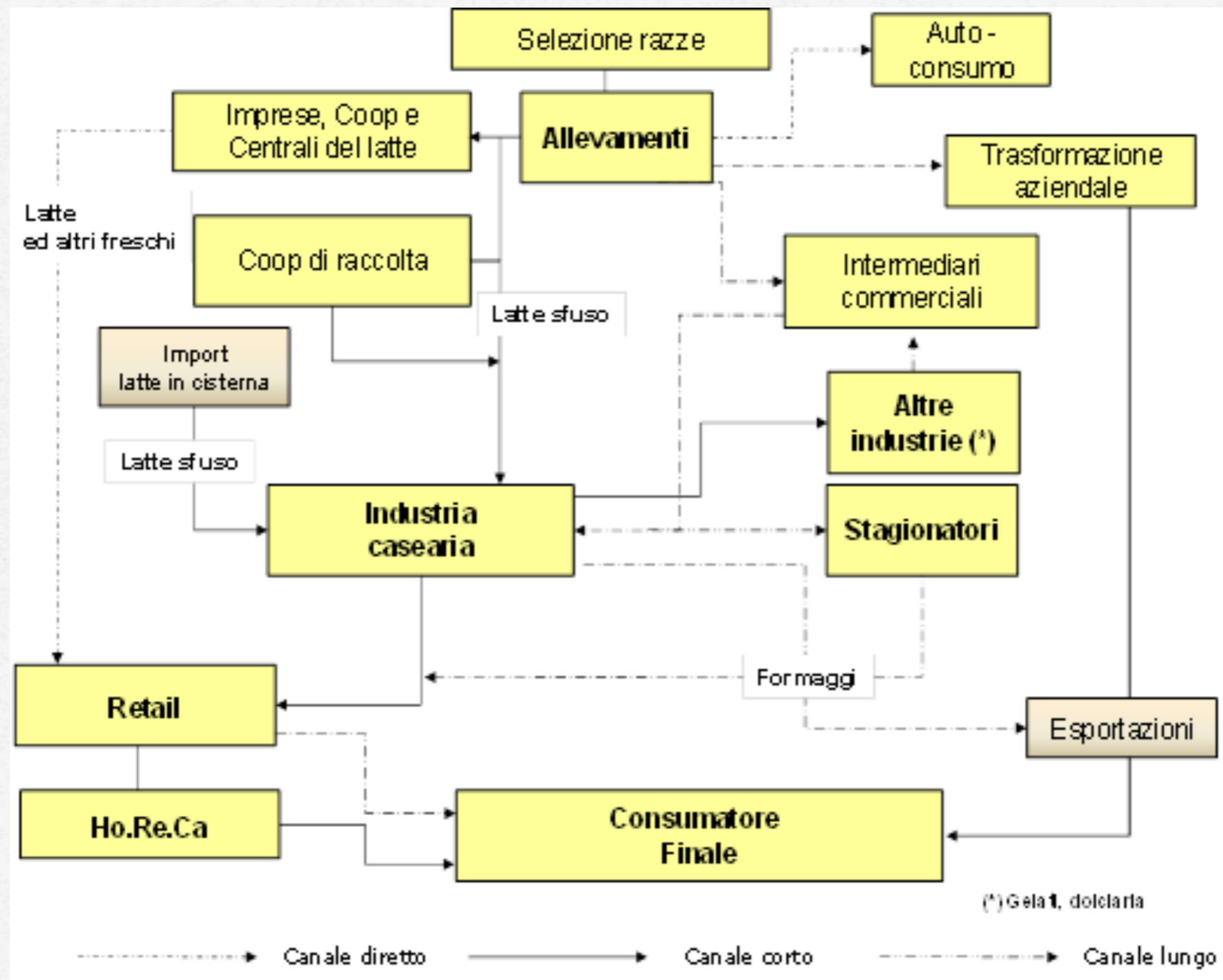


Please note that only the main processes and the main inputs/outputs of the supply chain are indicated

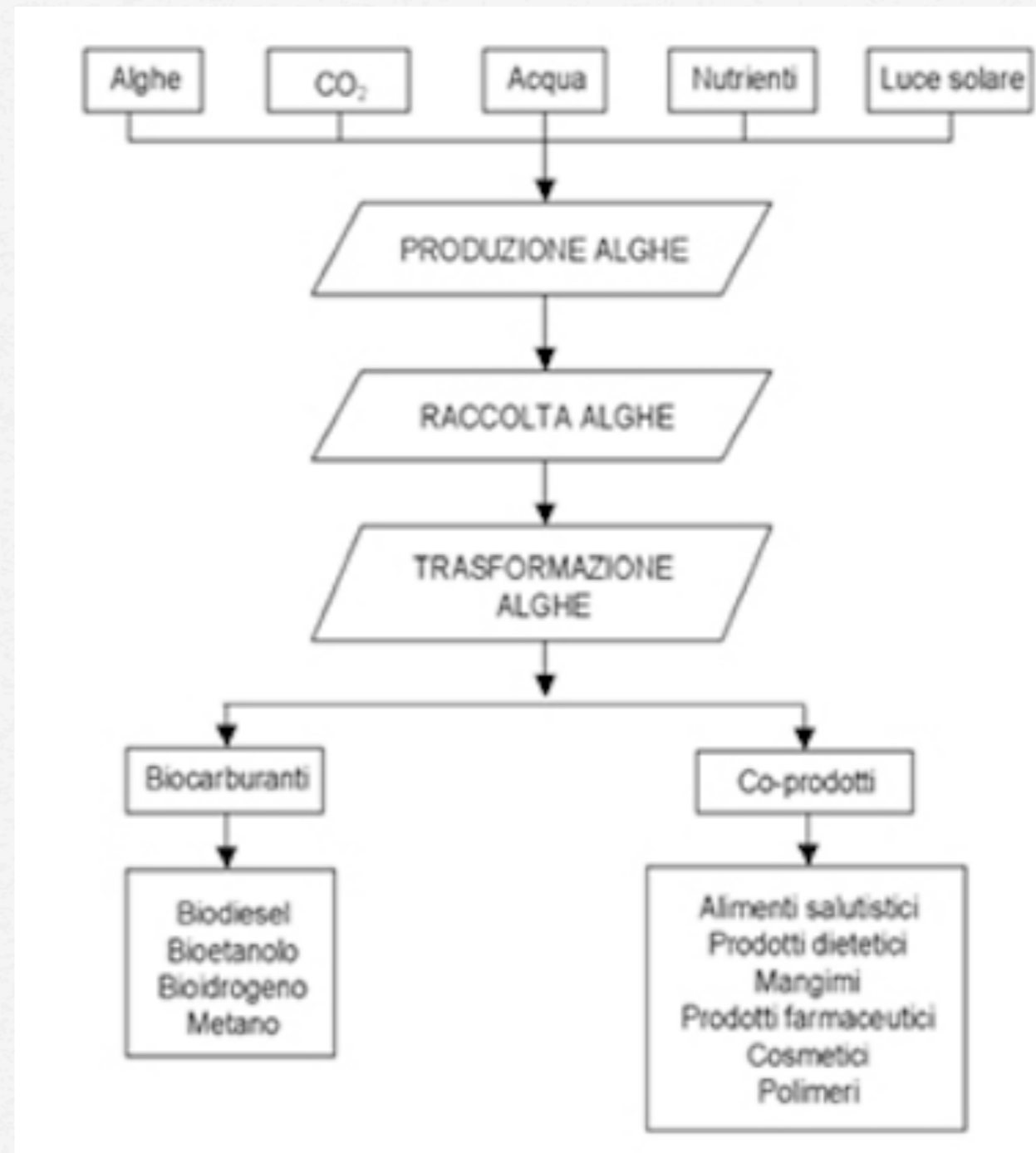
Filiera Vitivinicola (NOMISMA)



Filiera Latte (*NOMISMA*)



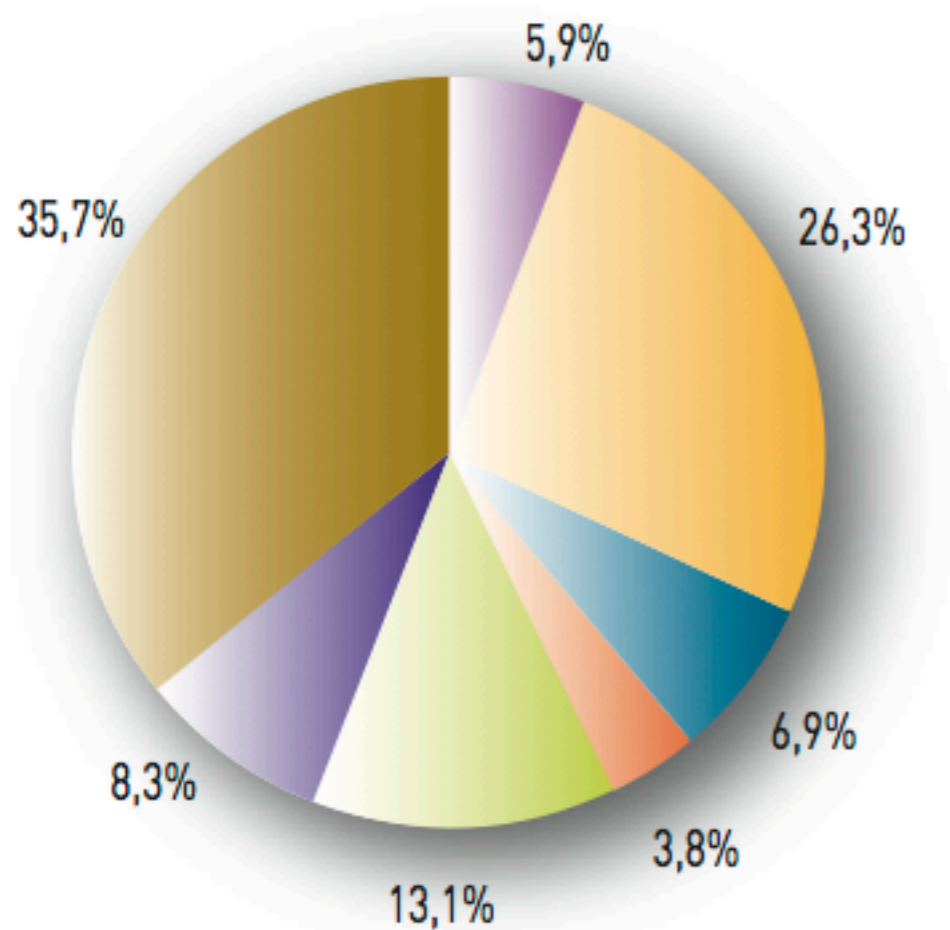
Filiera Biodiesel da alghe (*Filiera Agroindustriale*)



I Consumi intermedi in Agricoltura

I **consumi intermedi** sono pari al valore dei beni e dei servizi consumabili quali input in un processo di produzione, escluso il capitale fisso il cui consumo è registrato come ammortamento. I beni e i servizi possono essere trasformati oppure esauriti nel processo produttivo (*Glossario PAC*).

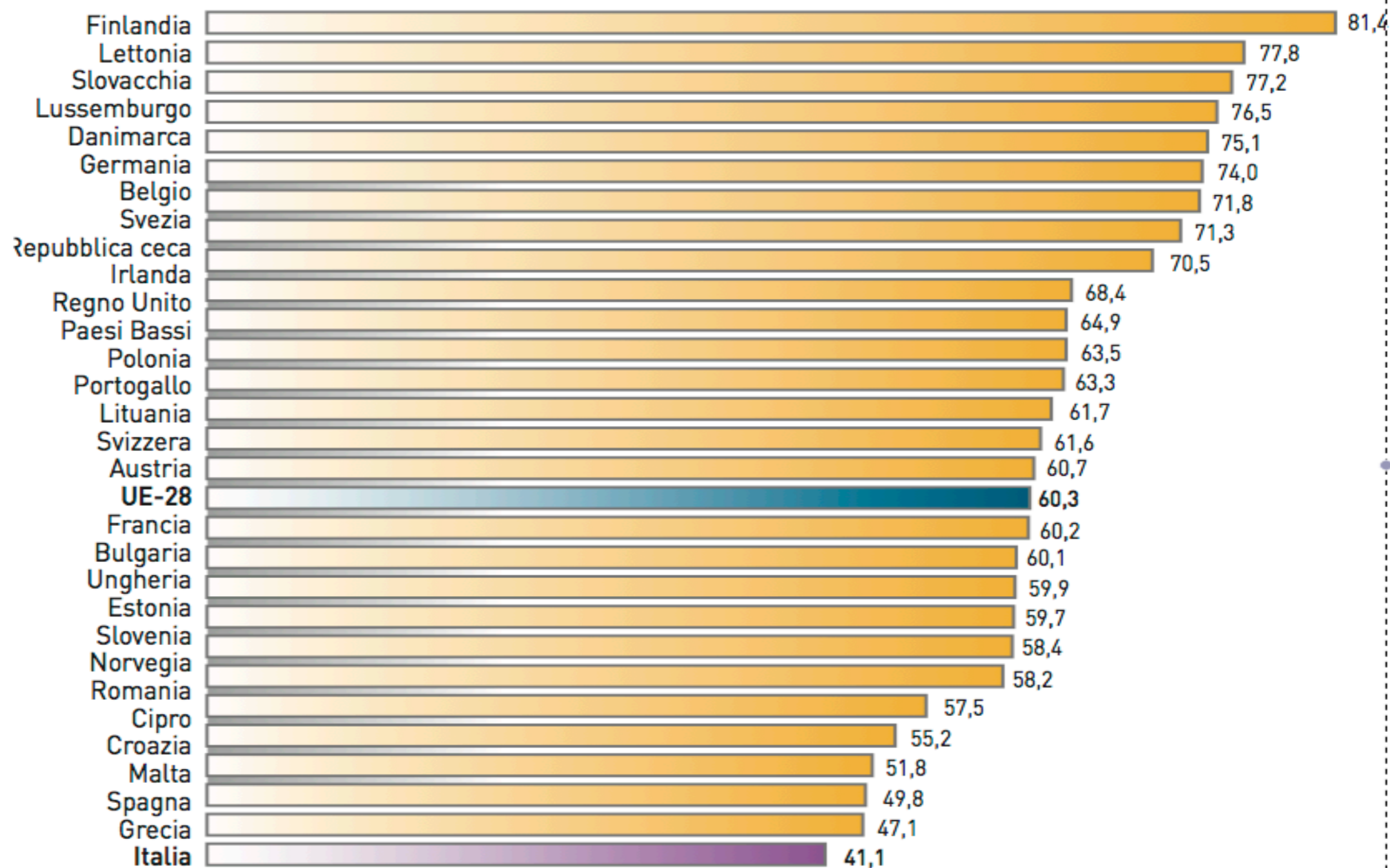
Ripartizione dei consumi intermedi dell'agricoltura (mio. euro), 2015



Sementi e piantine	1.384
Mangimi e spese varie per il bestiame	6.185
Concimi	1.615
Fitosanitari	905
Energia motrice	3.094
Reimpieghi	1.948
Altri beni e servizi	8.417

Fonte: ISTAT.

Consumi intermedi sulla produzione agricola nell'UE-28* (%)

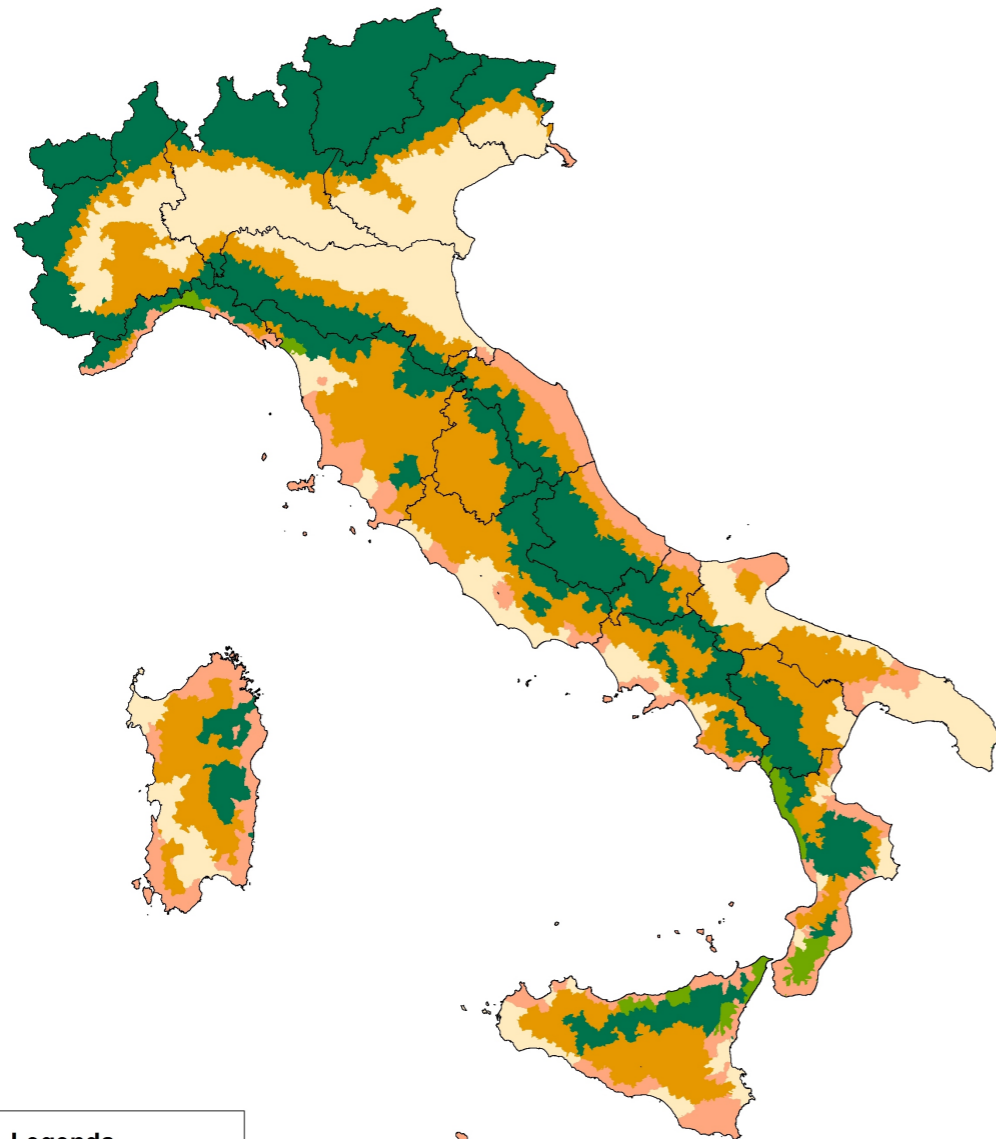


* Produzione agricola di beni e servizi ai prezzi di base e consumi intermedi valutati entrambi a prezzi correnti.

Fonte: Eurostat.

La base produttiva agricola

Le zone altimetriche



Legenda

ALTIMETRIA

- Montagna interna
- Montagna litoranea
- Collina interna
- Collina litoranea
- Pianura

a cura di S. Vanino

Italia

(30 132 858 ha)

Montagna
10 611 208
(35,2 %)

Pianura
6 978 265
(23,2 %)



Collina
12 543 385
(41,6 %)

La base produttiva

Anni (Censimenti)	Aziende		(Sat)		(Sau)	
	Numero (000)	Var %	Ettari (000)	Var %	Ettari (000)	Var %
Universo Italia						
1961	4.294	-	26.572	-	-	-
1970	3.607	-16	25.065	-5,7	17.491	
1982	3.269	-9,4	23.631	-5,7	15.843	-9,4
Universo UE						
1982	3.133	-	22.398	-	15.973	-
1990	3.023	-3,5	22.702	1,4	15.046	-5,8
2000	2.396	-20,7	18.767	-17,3	13.182	-12,4
2010	1.621	-32,4	17.081	-9	12.856	-2,5

Fonte: Istat, Censimenti generali dell'agricoltura e Censimento Agricoltura 2010

La base produttiva

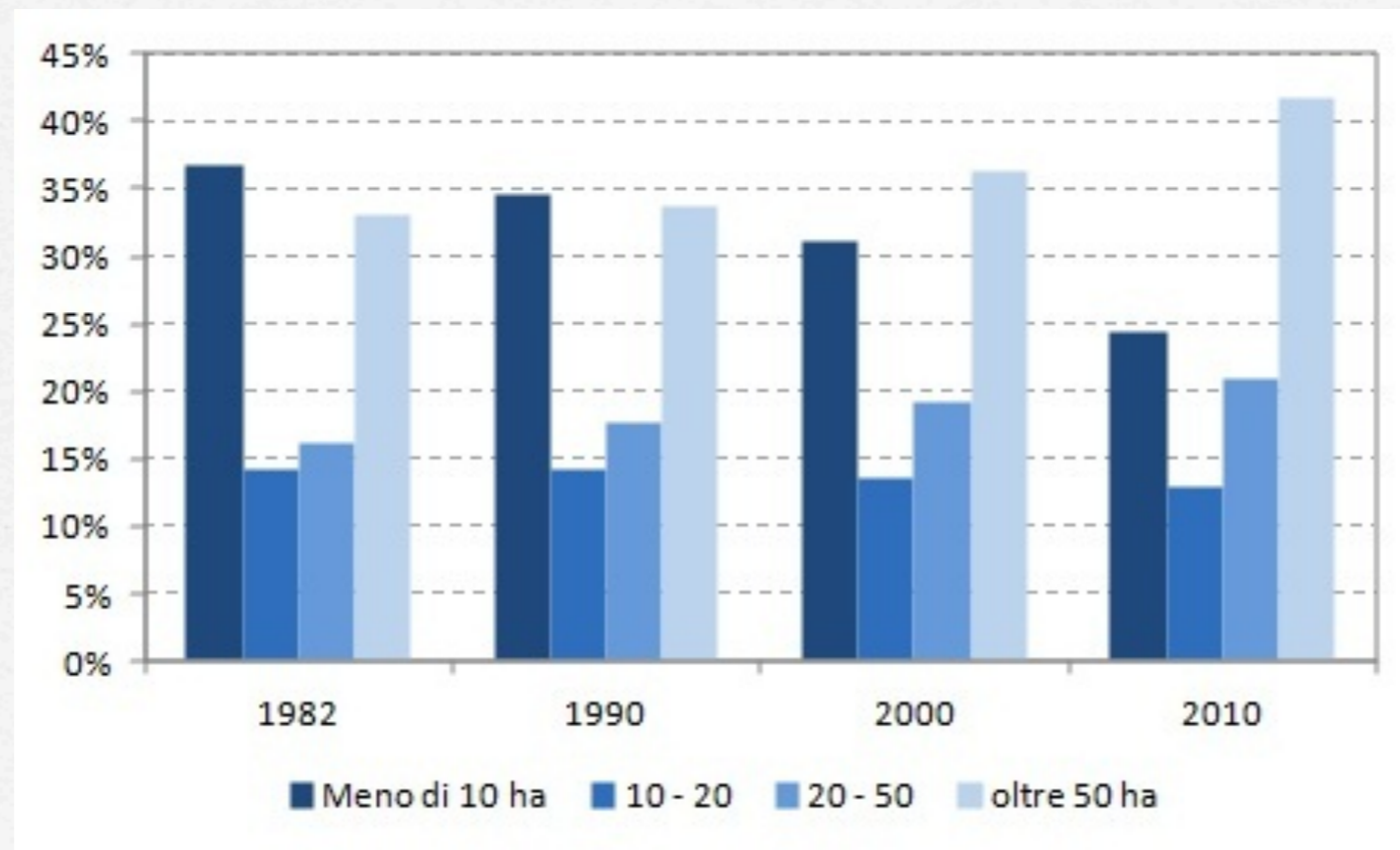
Numero delle aziende agricole (000) per zona altimetrica in Italia

Zone altimetriche\ Anni	2010	2000	1990	1982	1970*	1961*
Aziende (000)						
Italia	1.620	2.396	2.848	3.133	3.607	4.293
Montagna	275	445	596	684	873	1.086
Collina	833	1.254	1.442	1.564	1.749	2.062
Pianura	511	696	809	885	985	1.145
Variazione % aziende	2010/2000	2000/1990	1990/1982	1982/1970*	1970/1961*	
Italia	-32,4	-15,9	-9,1	-9,4	-16,0	
Montagna	-38,2	-25,3	-12,9	-15,0	-19,6	
Collina	-33,6	-13,0	-7,8	-7,1	-15,2	
Pianura	-26,6	-14,0	-8,6	-8,3	-14,0	

Fonte: Istat, Censimenti generali dell'agricoltura e Censimento Agricoltura 2010

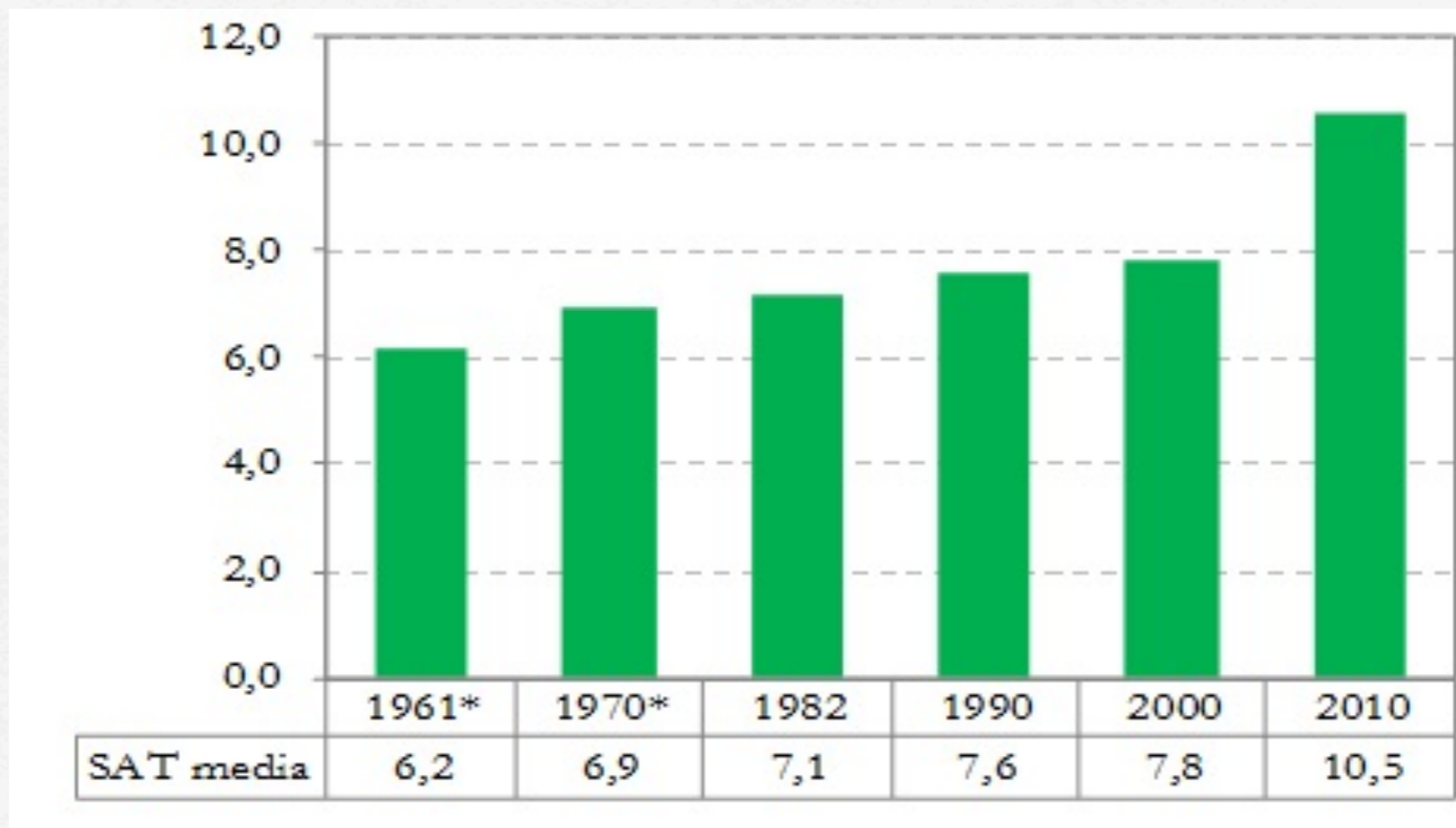
La base produttiva

Distribuzione percentuale della SAU per classe di dimensione



Fonte: Istat, Censimenti generali dell'agricoltura e Censimento Agricoltura 2010

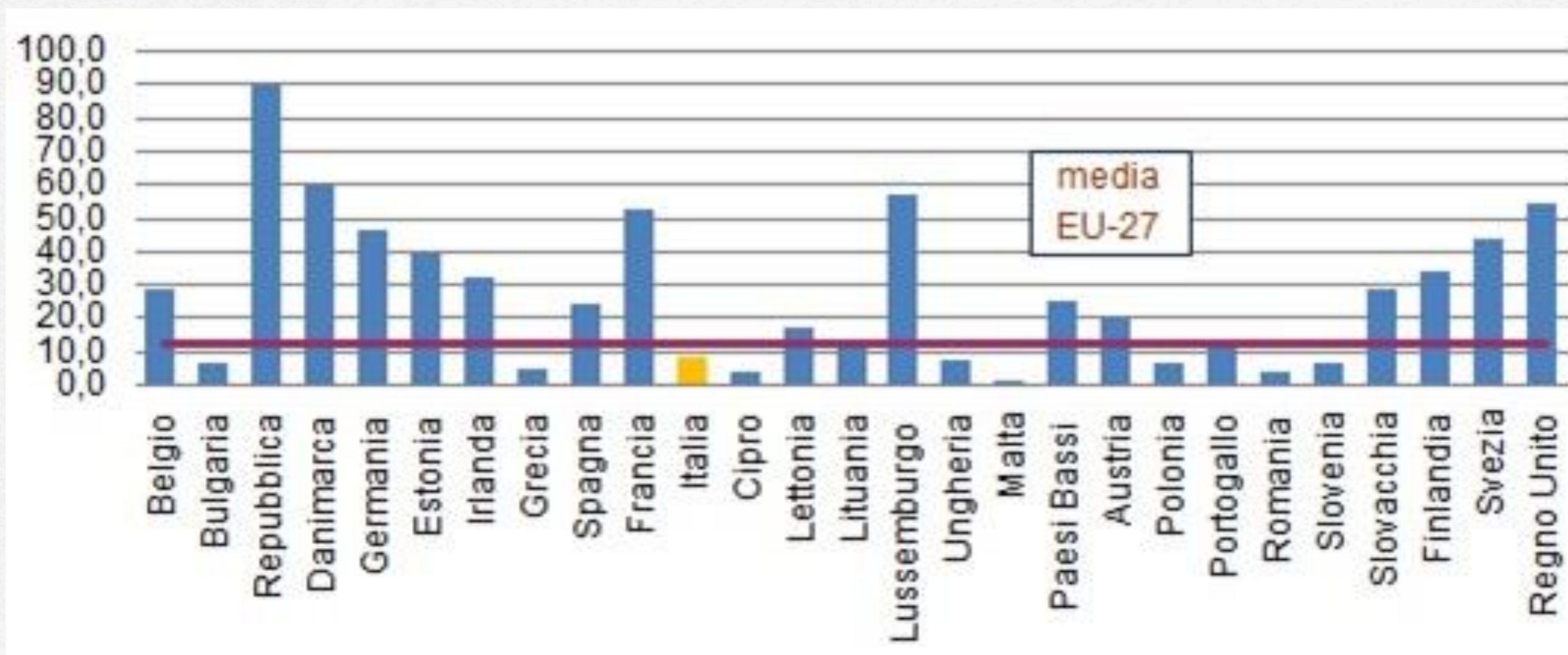
La base produttiva



Fonte: Istat, Censimenti generali dell'agricoltura e Censimento Agricoltura 2010

La base produttiva

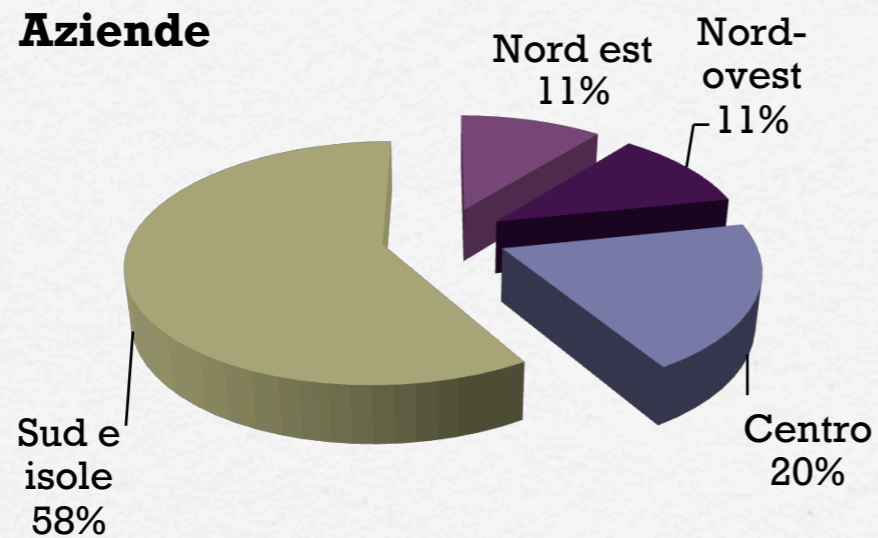
SAU media



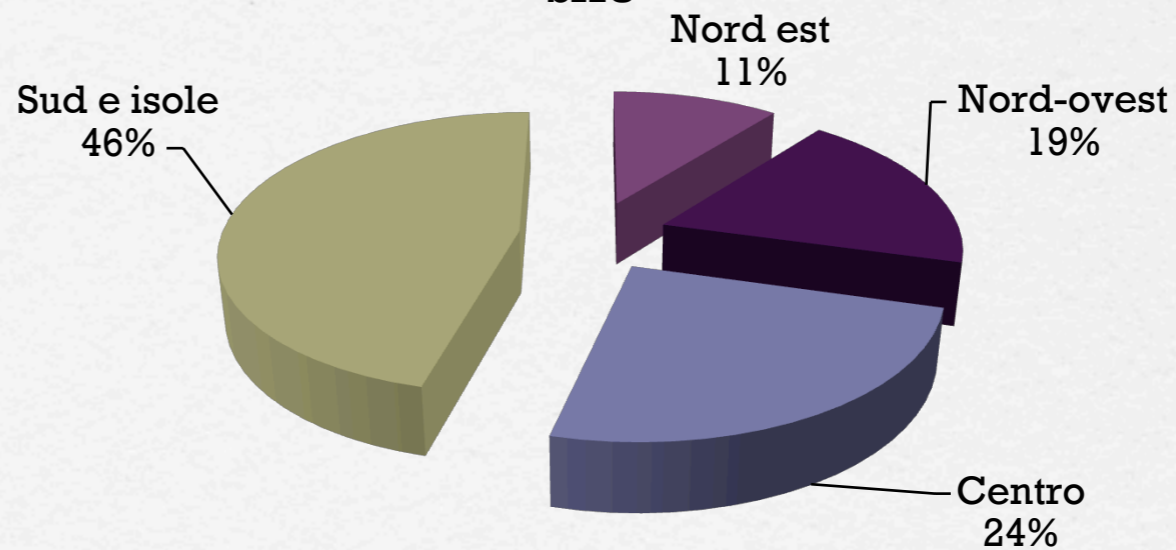
Fonte: Istat, Censimenti generali dell'agricoltura e Censimento Agricoltura 2010

La base produttiva

Aziende

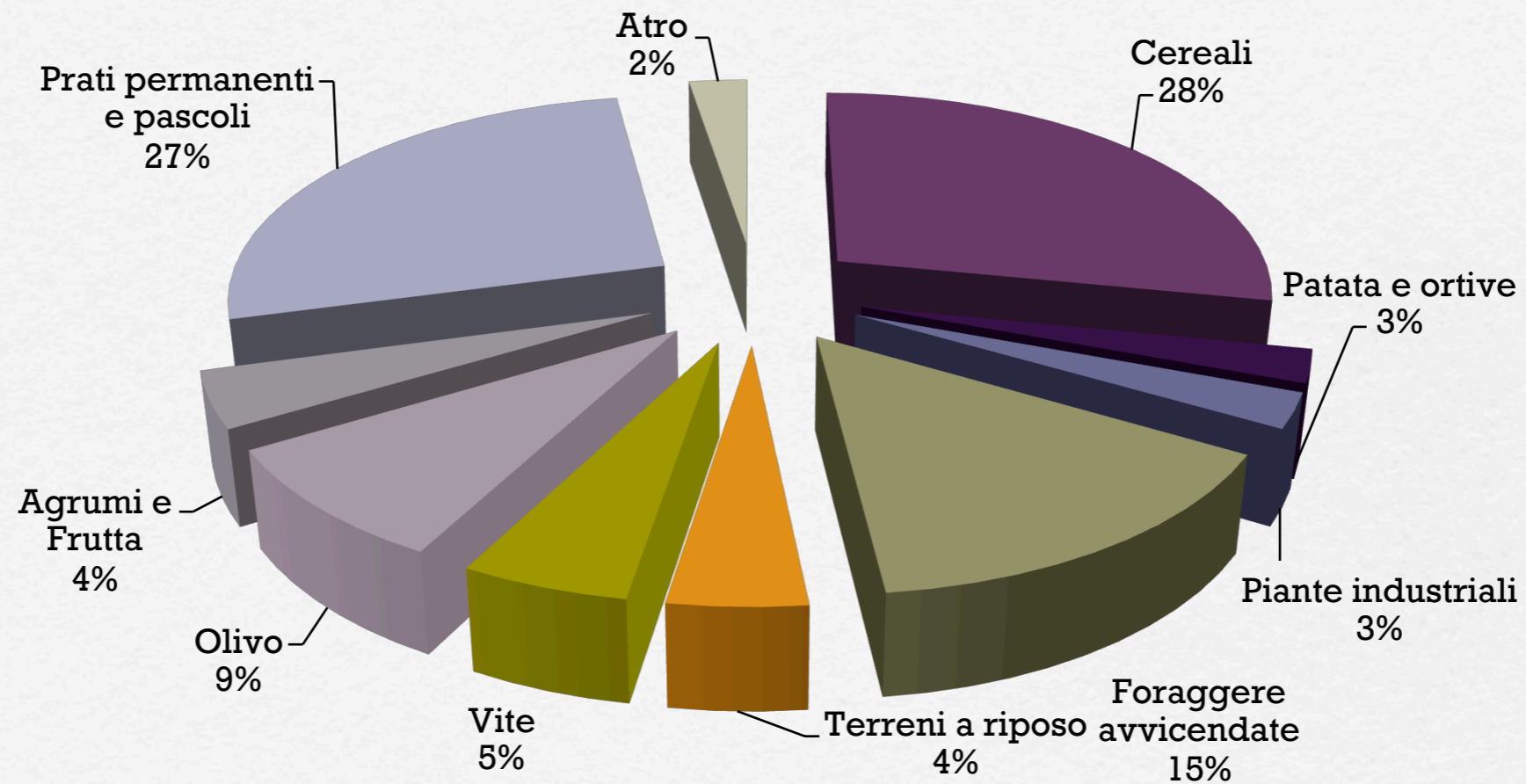


SAU



Fonte: Istat, Censimenti generali dell'agricoltura e Censimento Agricoltura 2010

La base produttiva



Fonte: Istat, Censimenti generali dell'agricoltura e Censimento Agricoltura 2010

La base produttiva

Anno 2017

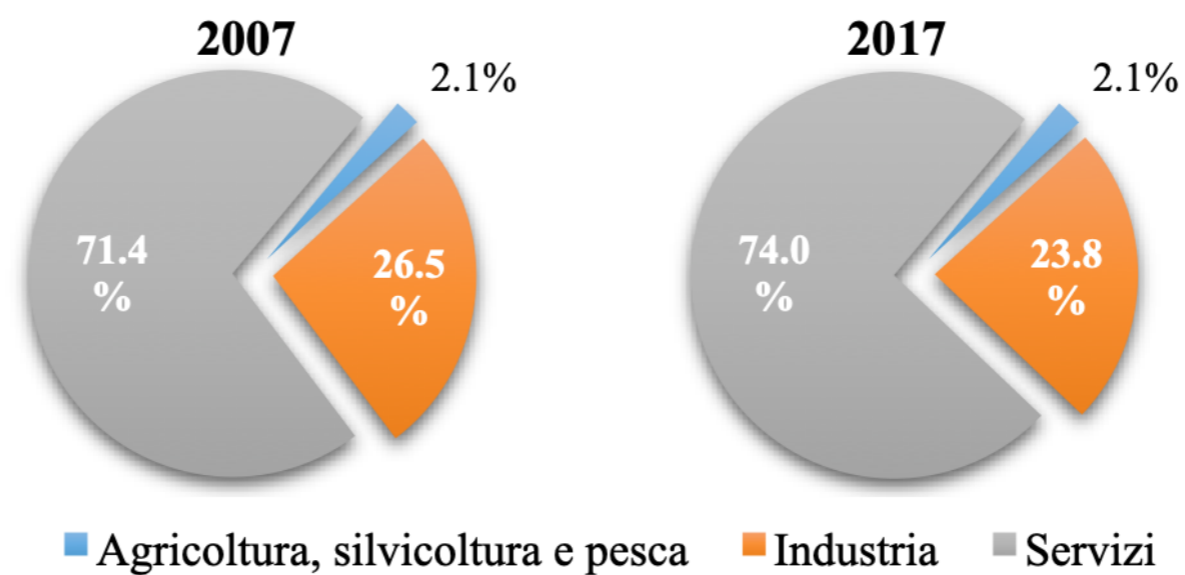
Valore aggiunto per settore a prezzi correnti (miliardi di euro)

Settore	2017
Agricoltura, silvicoltura e pesca	33
Industria	367
Servizi	1,138
Totale attività economiche	1,538

La base produttiva

Anni 2007- 2017

FIG. 1. Ripartizione del valore aggiunto per settori. Confronto anni 2007 e 2017



Fonte: Elaborazioni UNINA-DIA su dati ISTAT

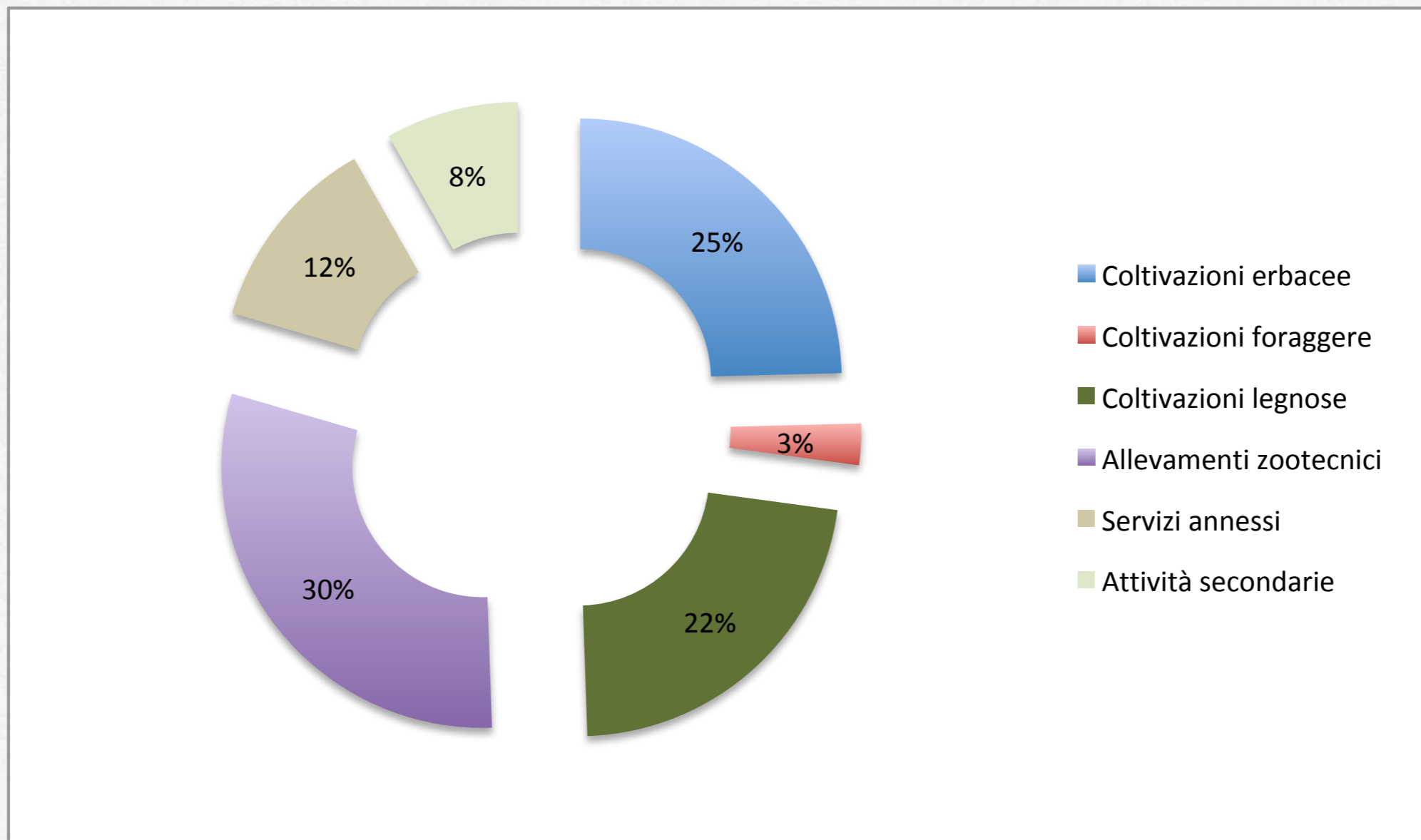
La base produttiva

Anno 2012

Circoscrizioni	VA totale	VA	VA	UL totali	UL	UL
	(milioni di Euro)	agricoltura e pesca (milioni di Euro)	agricoltura e pesca / VA totale %	(migliaia)	agricoltura e pesca (migliaia)	agricoltura e pesca/UL totali %
Mezzogiorno	319.002	11.175	3,5	6.271	547	8,7
Centro-Nord	1.080.770	16.734	1,5	17.467	639	3,7
Italia	1.401.875	28.108	2,0	23.746	1.186	5,0

La base produttiva

PLV agricola per comparto - 2017



La base produttiva

PLV agricola per circoscrizione e comparto - 2017

Tab. 2. Valore della produzione agricola nazionale e per circoscrizione, per comparto (milioni di euro). Anno 2017

Prodotti	Valori correnti				
	Nord	Centro	Sud e Isole	Italia	
	Milioni di euro	Milioni di euro	Milioni di euro	Milioni di euro	% sul totale della produzione
Coltivazioni agricole	10.81	4.106	12.594	27.51	50,3
di cui Erbacee	5.276	1.887	6.518	13.68	25,0
di cui Foraggere	940	157	326	1.423	2,6
di cui Legnose	4.593	2.063	5.751	12.407	22,7
Allevamenti zootecnici	11.696	1.9	3.118	16.714	30,6
Servizi annessi	2.77	1.045	3.016	6.832	12,5
Attività secondarie (+) *	2.643	897	1.03	4.57	8,4
Attività secondarie (-) **	310	127	522	960	-1,8
Totale produzione	27.61	7.821	19.235	54.666	100

* Attività economiche non agricole, secondo la classificazione Ateco, effettuate nell'ambito della branca agricola (ad esempio agriturismo, trasformazione di latte, frutta e carne).

** Attività economiche agricole esercitate in altre branche (per esempio le coltivazioni o gli allevamenti di imprese commerciali).

La base produttiva

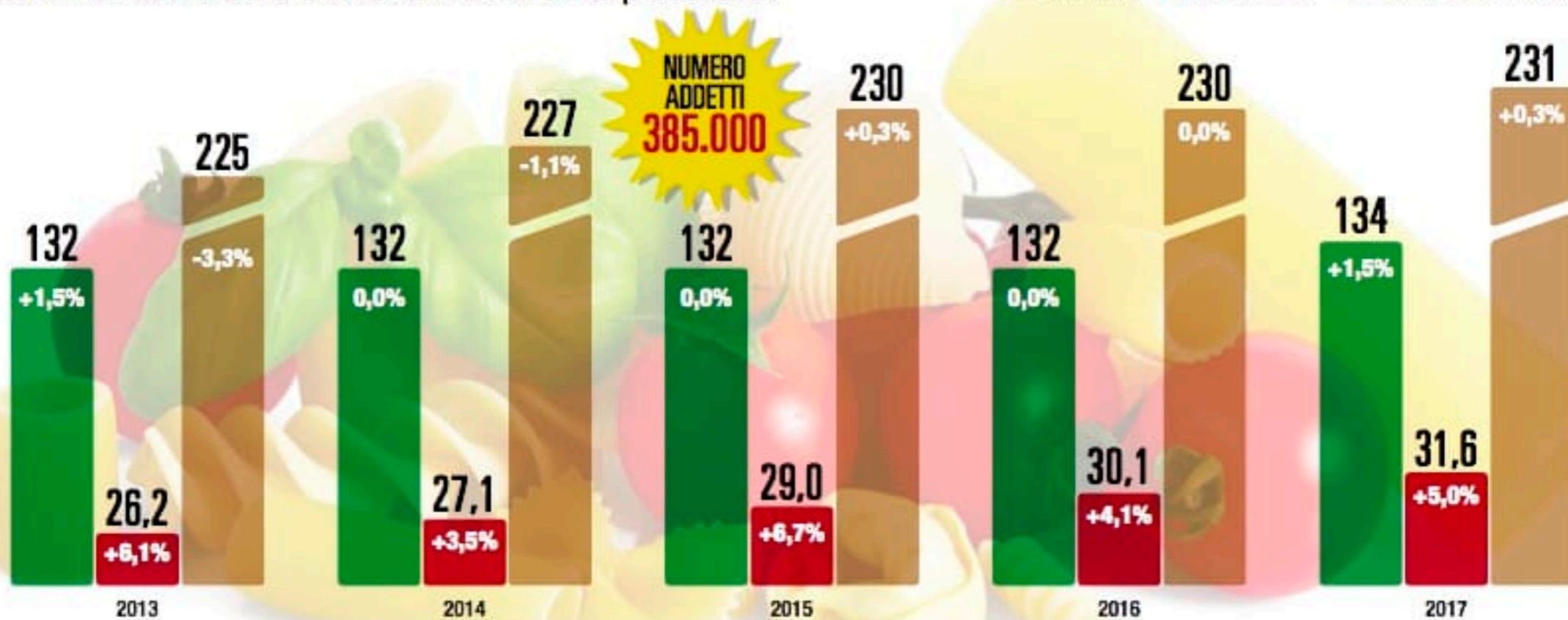
La superficie forestale italiana continua ad aumentare e ha superato i **10,5 milioni di ettari**. Dalla fine della seconda guerra mondiale a oggi, le foreste sono pressoché raddoppiate. **Ormai oltre un terzo (34,7%) della superficie nazionale è coperta da boschi**, una percentuale paragonabile a quelle di altri Paesi del centro e nord Europa. Questa trasformazione è legata sia a interventi attivi di creazione di nuovi boschi (afforestazione e riforestazione), sia – **soprattutto** – a processi naturali di espansione del bosco su coltivi e pascoli abbandonati in zone di collina e montagna.

L'Industria alimentare

L'INDUSTRIA ALIMENTARE ITALIANA

Valori in miliardi di euro e variazioni % su anno precedente

FATTURATO ESPORTAZIONI TOTALE CONSUMI ALIMENTARI



N.B. Le variazioni % 2013-15 sono calcolate sui dati effettivi e completi, non coincidono esattamente quindi con quelle effettuabili sugli arrotondamenti riportati

Fonte Elaborazioni Centro Studi Federalimentare su dati ISTAT

Cosa produce l'industria alimentare?

Comparti	Fatturato 2013 (milioni di euro)	Incid% 2013
Acque minerali	2.400	1,8
Alcoli e acquaviti	900	0,7
Alimentazione animale	7.350	5,6
Avicolo	5.750	4,4
Bevande gassate	1.830	1,4
Birra	2.700	2,0
Caffè	3.100	2,3
Carni bovine	5.850	4,4
Conserven vegetali (*)	5.200	3,9
Dolciario	13.382	10,1
Infanzia, dietetici e integratori alimentari	3.250	2,5
Ittici	1.480	1,1
Lattiero – Caseario	14900	11,3
Molitorio	3.601	2,7
Olio di oliva e di semi	4.000	3,0
Pane industriale	700	0,5
Pasta	4.642	3,5
Preparati 4a gamma freschi e prod. liofilizzati	1.025	0,8
Riso	1.030	0,8
Salumi	7.944	6,0
Sostituti del pane	389	0,3
Succhi di frutta/Elab.	975	0,7
Surgelati	4.050	3,1
Vino	10.120	7,7
Zucchero	700	0,5
Varie	24.732	18,7
TOTALE	132.000	100,0

Fonte: Federalimentare 2016

Cosa esporta l'industria alimentare italiana?

Prodotti	Milioni euro	Incid%
Riso	558	1,9
Molitorio	301	1,0
Pasta	2.378	8,2
Dolciario	3.634	12,5
Zucchero	146	0,5
Carni preparate	1.523	5,2
Ittico	319	1,1
Trasfor. Ortaggi	2.188	7,6
Trasfor. Frutta	1.073	3,7
Lattiero-Casario	2.544	8,8
Oli e Grassi	1.997	6,9
Alim. Animale	730	2,5
Vini, Mosti, Aceto	5.783	20
Birra	183	0,6
Acquaviti e Liquori	715	2,5
Alcool etilico	56	0,2
Acque Minerali e gassose	859	3,0
Caffè	1.267	4,3
Altre Ind. Alimentari	2.713	9,5
Totale	28.966	100,0

Fonte: Federalimentare 2015

Cosa esporta l'industria alimentare italiana?

L'ITALIA È LEADER EUROPEA NEL FOOD (???)... QUALCOSA NON TORNA

VALORE E PROPENSIONE ALL'EXPORT DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE

53,6Mrd€



GERMANIA

42,7Mrd€



FRANCIA

23,7Mrd€



SPAGNA

27,4Mrd€



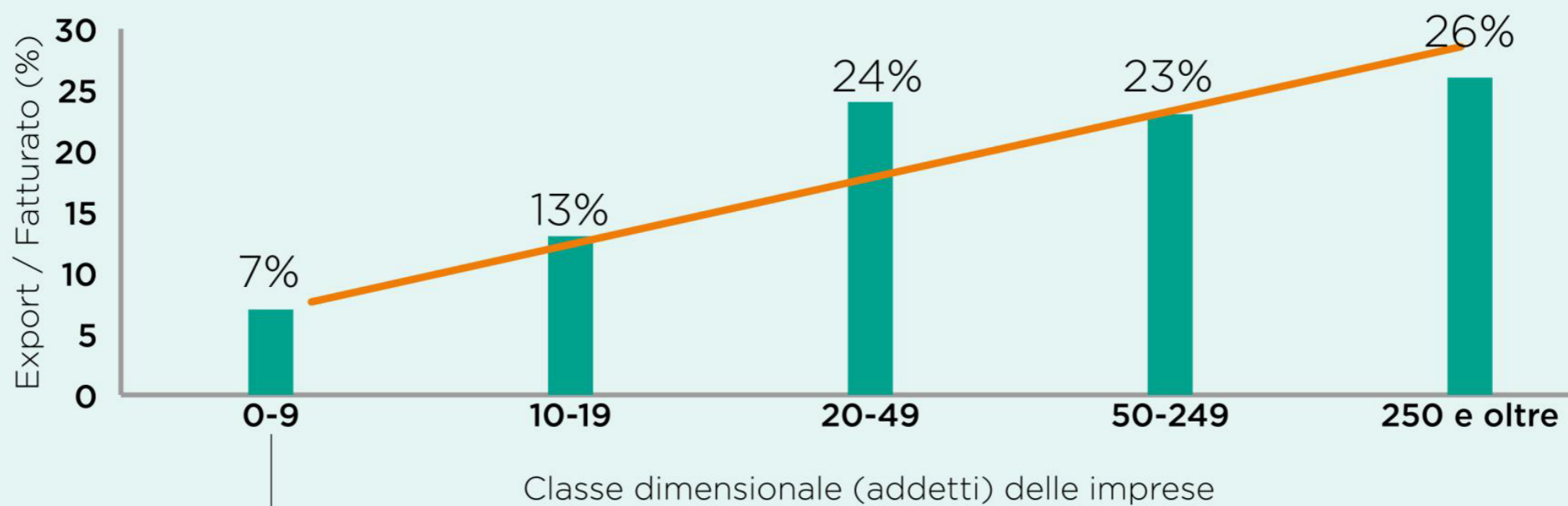
ITALIA

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat e Eurostat

Cosa esporta l'industria alimentare italiana?

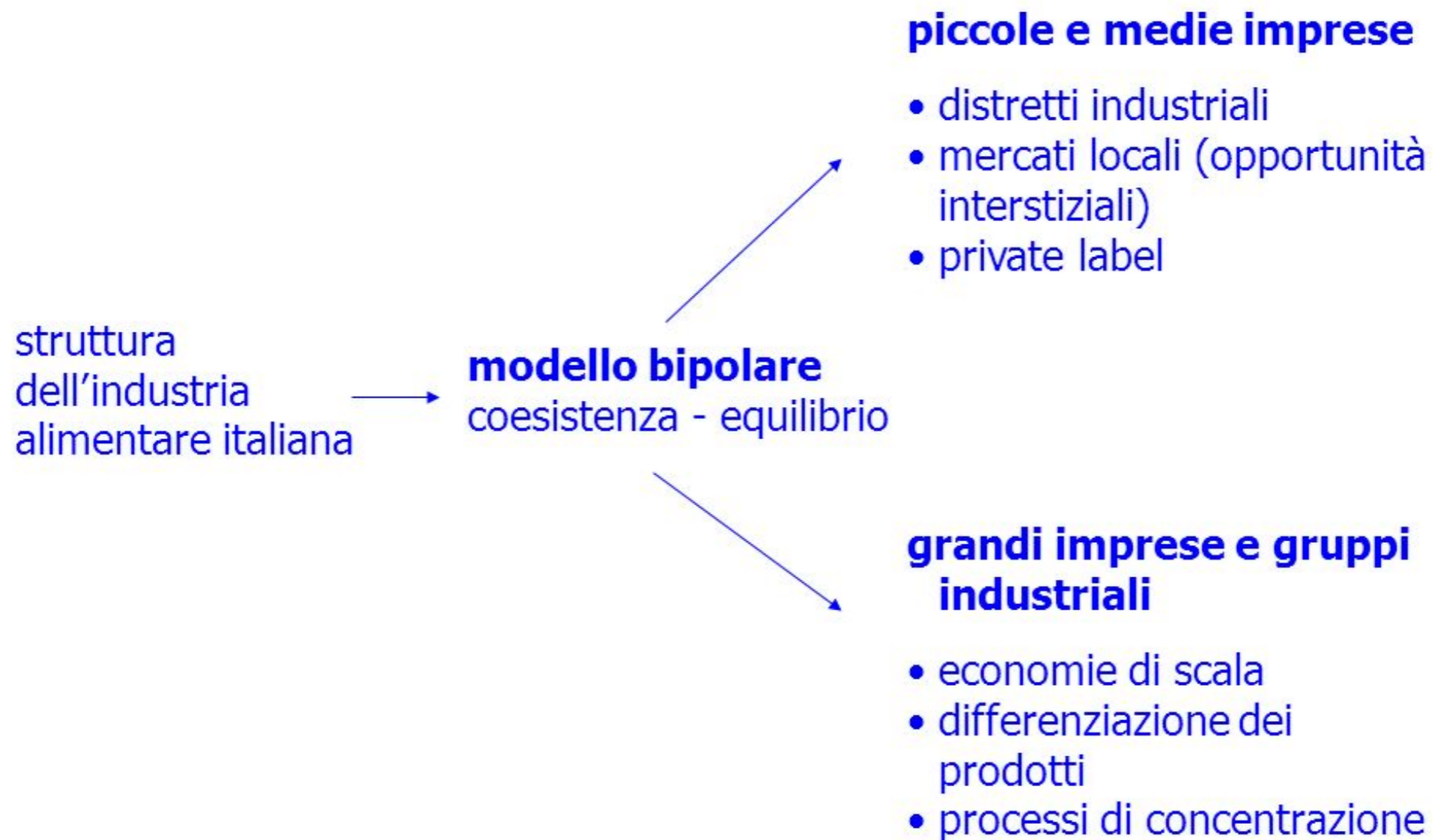
LE DIMENSIONI AZIENDALI NON AIUTANO

PROPENSIONE ALL'EXPORT NELL'INDUSTRIA ALIMENTARE ITALIANA



L'87% DELLE IMPRESE ALIMENTARI HA MENO DI 10 ADDETTI

Modello del bipolarismo strutturale



Le piccole imprese rappresentano la “spina dorsale” dell’agroalimentare italiano.

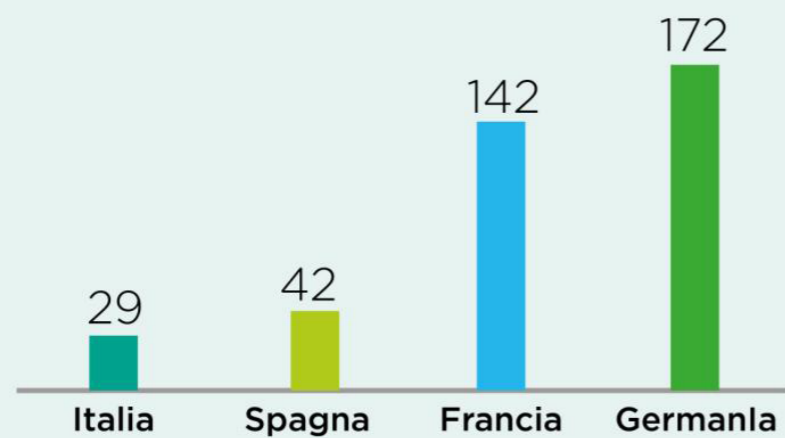
Dall’archivio studi di settore emerge infatti che le imprese con ricavi inferiori ai 5,2 milioni di euro sono circa l’ 85% dell’intera platea delle imprese del settore alimentare.

Dagli stessi studi di settore emerge che durante gli anni della crisi 2008-2013, in cui molti settori sono crollati, il sistema delle micro e piccole imprese agroalimentari ha tenuto.

LE IMPRESE SONO TROPPO "PICCOLE": LA FASE PRODUTTIVA

AGRICOLTURA

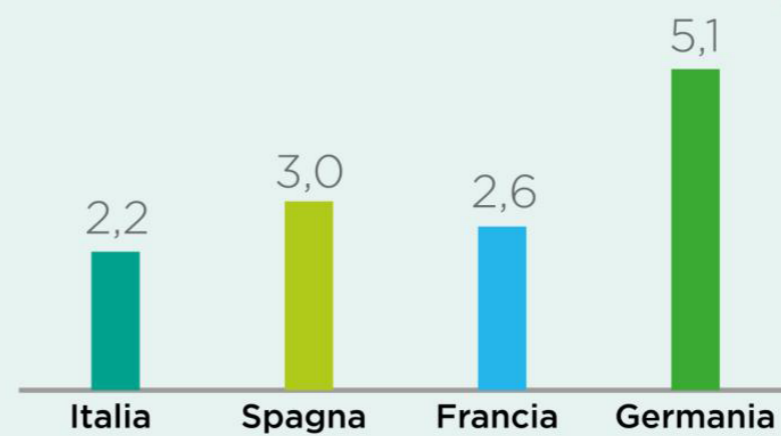
Valore della produzione per impresa (media 2010-2013): 000. €



Aziende agricole con valore della produzione superiore a 500.000 €: 0,7% del totale

INDUSTRIA ALIMENTARE

Fatturato per impresa, 2011: Mln €



Imprese alimentari con oltre 50 addetti: 1,5% del totale

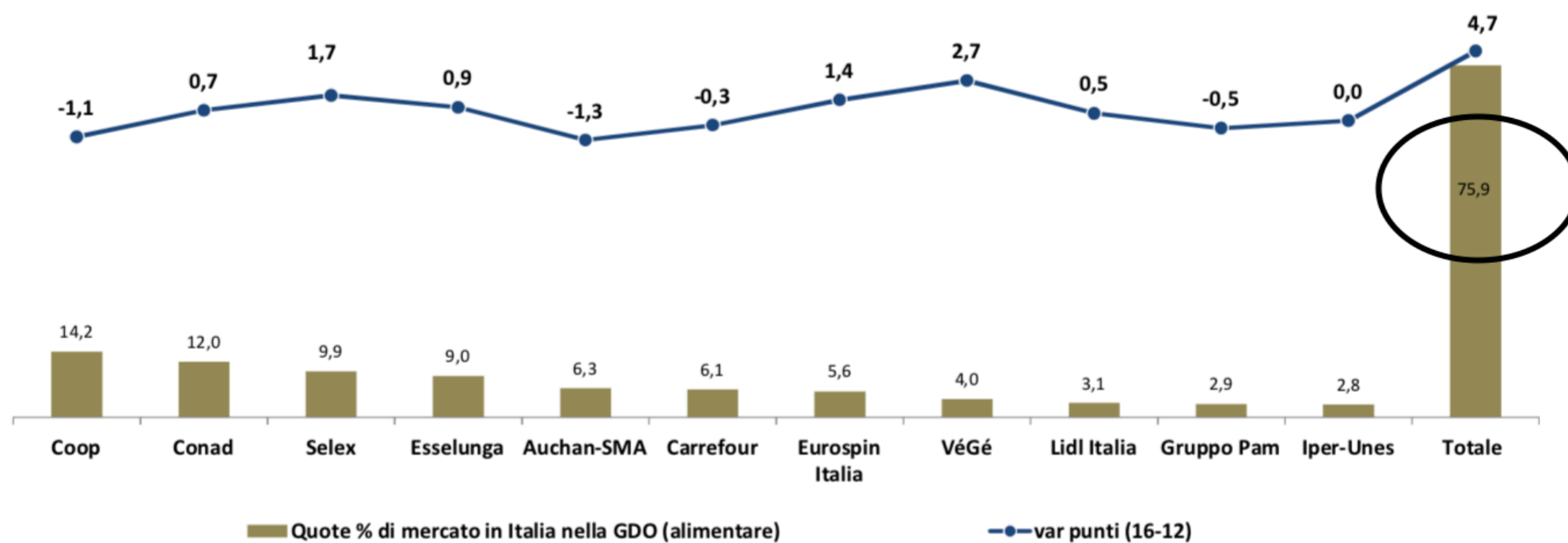
La distribuzione

Oligopsionio e Grande Distribuzione Organizzata (GDO)

- ✓ In Italia circa il 76% della spesa domestica alimentare viene effettuata in super, ipermercati, discount e minimarket. La restante parte (meno di $\frac{1}{4}$) nel dettaglio tradizionale, dagli ambulanti e in altri canali;
- ✓ I supermercati (superficie da 400 a 2.500 mq) dal 1970 ad oggi hanno mostrato una crescita molto forte dei punti vendita, della superficie media e dell'occupazione.

Oligopsionio e Grande Distribuzione Organizzata (GDO)

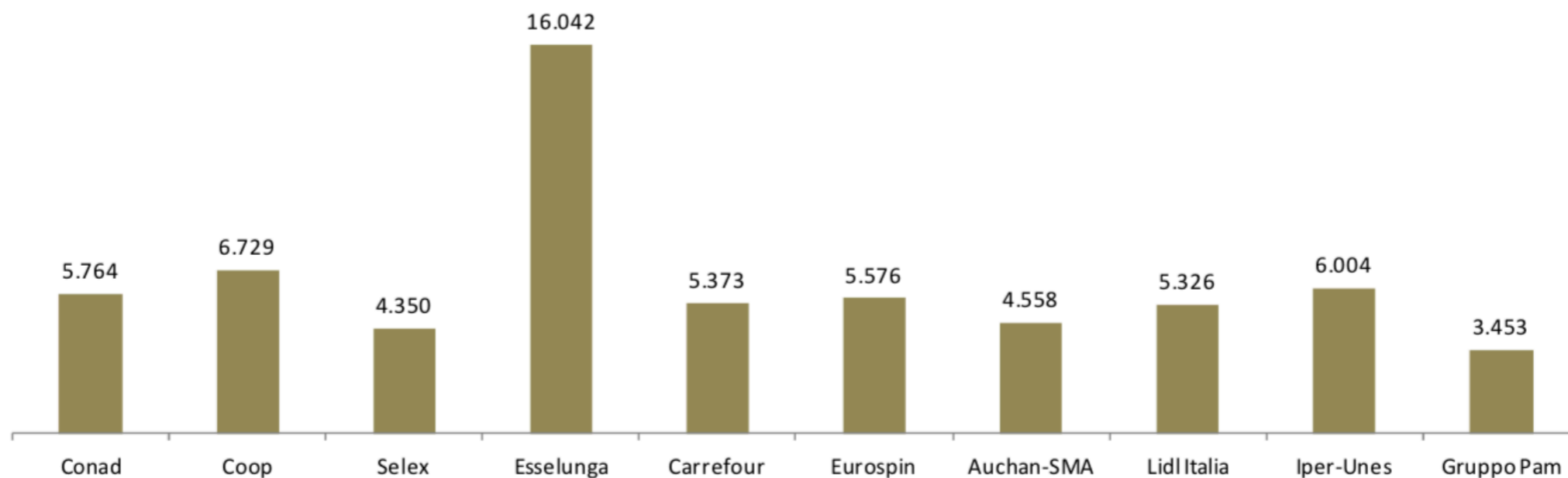
Graf. 1 – Quote di mercato nella Gdo alimentare nel 2016



Fonte: Federdistribuzione

Oligopsionio e Grande Distribuzione Organizzata (GDO)

Graf. 2 – Vendite al dettaglio per mq nel 2016 (migliaia euro)



Per Eurospin, Lidl Italia e Iper-Unes si tratta di stime R&S – Mediobanca su dati Nielsen desunti dall' Annual Report Conad. Il dato di Iper-Unes è relativo al 2015. Per Conad e Selex stime al netto dell'Iva.

Oligopsionio e Grande Distribuzione Organizzata (GDO)

LA FASE DISTRIBUTIVA: CONCENTRAZIONE E VENDITA DIRETTA



Il **72% dei consumi alimentari** italiani passa dalla **Distribuzione Moderna (DM)**



Quota mkt primi **3 attori** della **DM Italia: 35%**
Negli **altri** principali **paesi UE** sempre **> 50%**



La «**vendita diretta**» rappresenta **solo il 3%** dei consumi alimentari

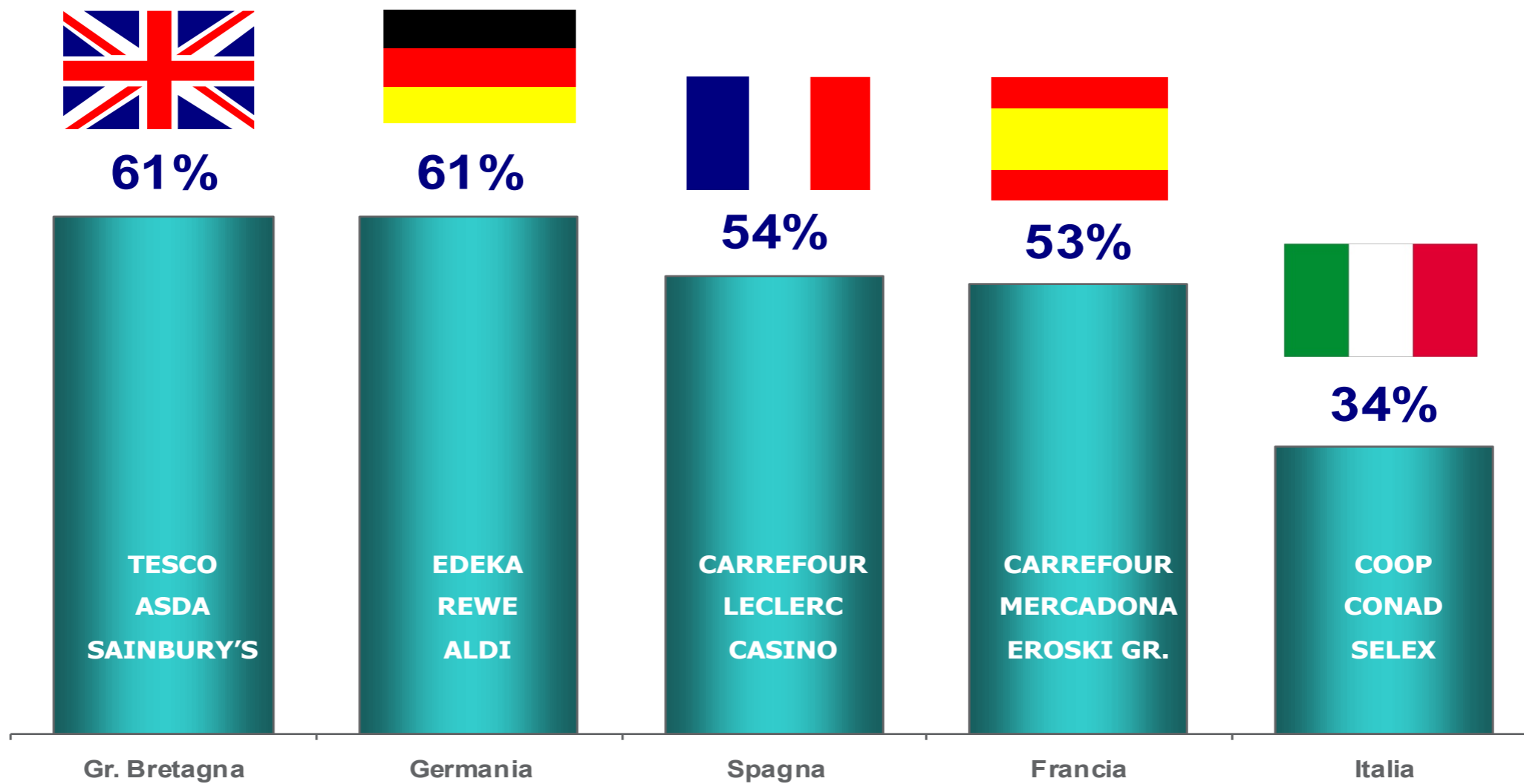


Oltre **1/3 della vendita diretta** è realizzata da **cooperative** agroalimentari

Oligopsionio e Grande Distribuzione Organizzata (GDO)

LA DIMENSIONE DELLE IMPRESE DISTRIBUTIVE

Quota dei primi 3 distributori

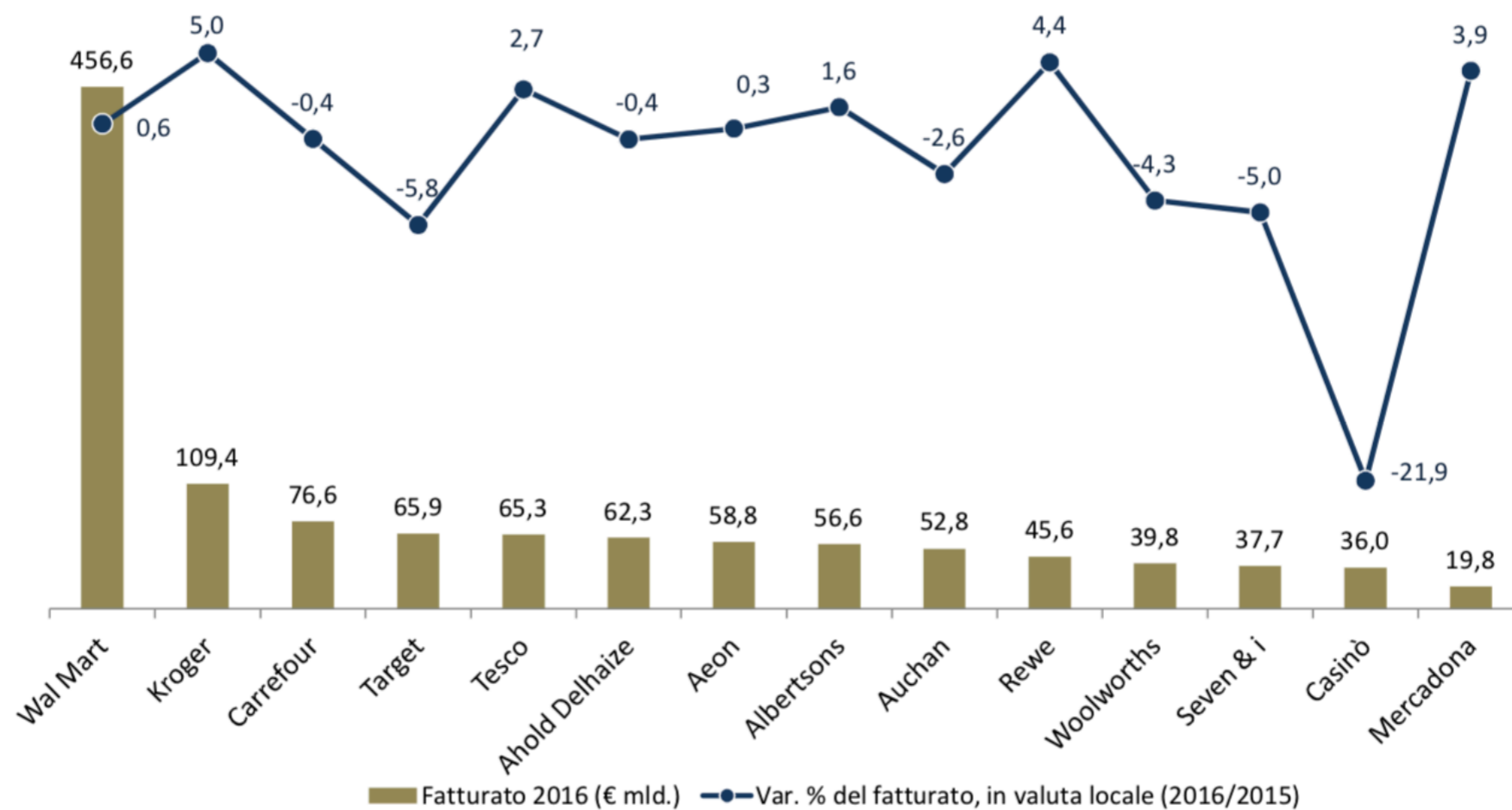


Nielsen European Universe - Dati consuntivo anno 2010

Gen 2012

Oligopsionio e Grande Distribuzione Organizzata (GDO)

Graf. 7 – Fatturato nel 2016 e variazioni % sul 2015



Oligopsionio e Grande Distribuzione Organizzata (GDO)

Tab. 2 - Punti vendita complessivi (unità)(*)

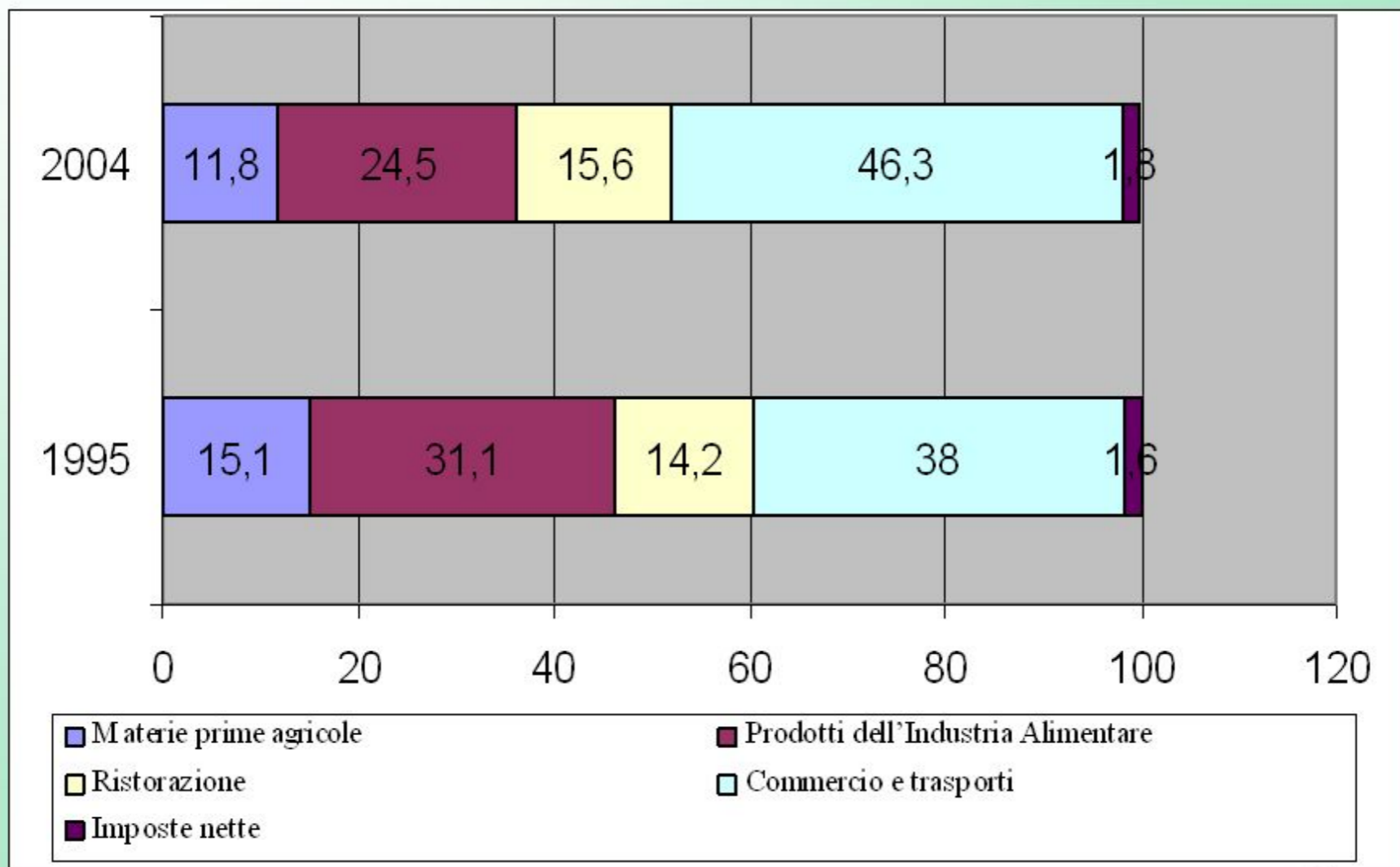
	Coop	Conad	Selex	Esselunga	Auchan-SMA	Carrefour	Eurospin Italia	Lidl Italia	Gruppo Pam	Iper-Unes	Totale
2012	1.211	3.067	2.880	144	1.840	1.218	929	568	596	n.d.	n.c.
2013	1.199	3.019	2.563	143	1.806	1.125	972	577	610	n.d.	n.c.
2014	1.189	3.015	2.549	149	1.875	1.158	1.003	556	630	n.d.	n.c.
2015	1.173	3.055	2.470	152	1.895	1.101	1.048	568	684	n.d.	n.c.
2016	1.176	3.169	2.542	153	2.080	1.067	1.081	586	691	n.d.	n.c.
<i>var % (16-12)</i>	<i>-2,9</i>	<i>3,3</i>	<i>-11,7</i>	<i>6,3</i>	<i>13,0</i>	<i>-12,4</i>	<i>16,4</i>	<i>3,2</i>	<i>15,9</i>	<i>n.c.</i>	<i>n.c.</i>
<i>var % (16-15)</i>	<i>0,3</i>	<i>3,7</i>	<i>2,9</i>	<i>0,7</i>	<i>9,8</i>	<i>-3,1</i>	<i>3,1</i>	<i>3,2</i>	<i>1,0</i>	<i>n.c.</i>	<i>n.c.</i>

(*) Dati relativi all'intera rete di vendita.

³ Canova 2007-Finiper (Iper-Unes) non rende noto il numero dei punti di vendita complessivi (diretti + indiretti); quelli diretti nel 2016 erano pari a 148 unità.

I rapporti di forza
all'interno del SAA italiano

La catena del valore agroalimentare



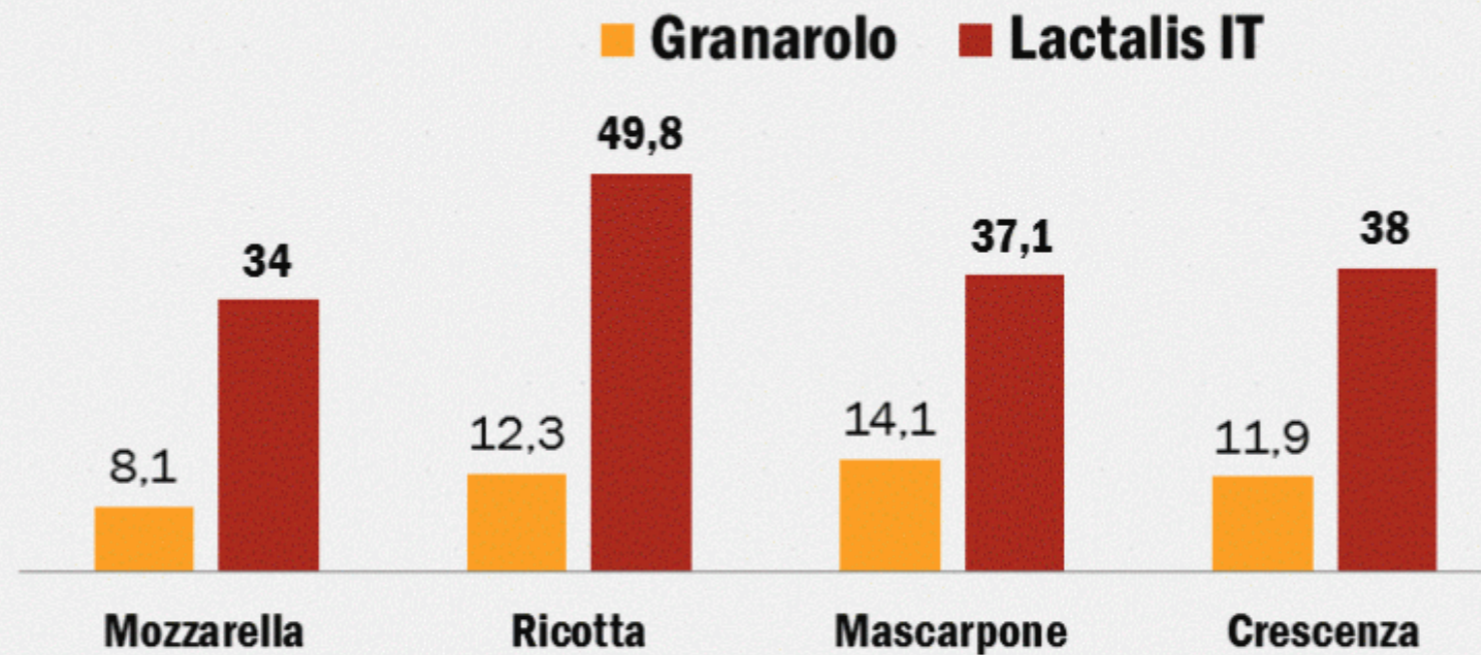
Un caso studio:
Oligopsonio nel mercato del latte

L'Oligopsionio nella filiera alimentare: il mercato del latte



CHI COMANDA IL MERCATO

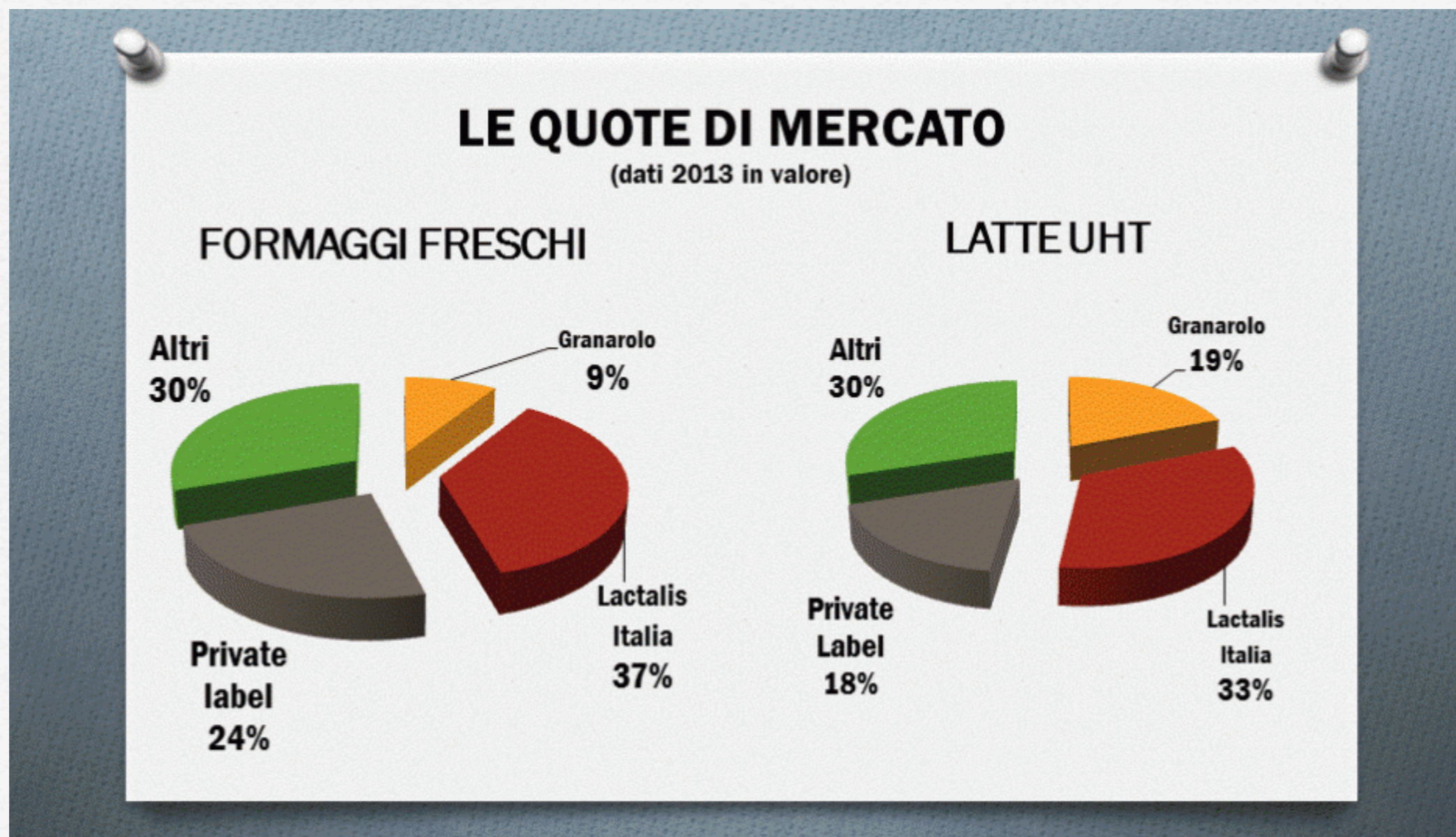
Il peso dei due leader (dati in %)



Fonte: Coldiretti 2015

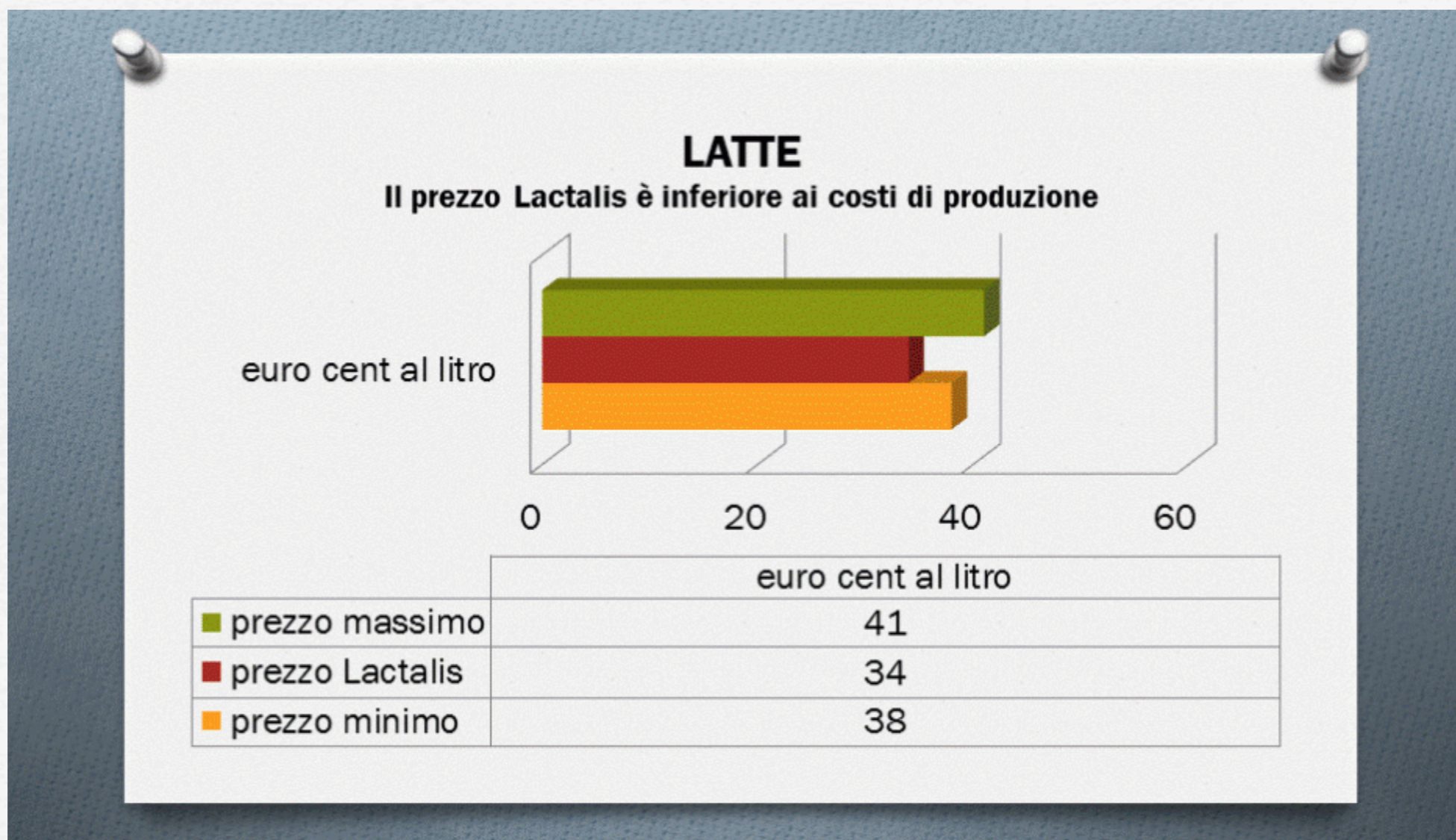


L'Oligopsionio nella filiera alimentare: il mercato del latte



Fonte: Coldiretti 2015

L'Oligopsionio nella filiera alimentare: il mercato del latte



Fonte: Coldiretti 2015

Oligopsonio nella GDO

Oligopsionio e Grande Distribuzione Organizzata (GDO)

✓ **Le private label**

- I prodotti con il marchio del distributore (dell'insegna o di fantasia) forniscono margini di redditività maggiori dei prodotti a marchio industriale realizzati da imprese industriali mediante contratti e disciplinari di produzione non si hanno i costi di ricerca e sviluppo, marketing e pubblicità.
- I prezzi si posizionano nella fascia inferiore alle grandi marche, ma in taluni casi anche nella fascia di prezzo superiore; ad esempio di assortimento prodotti di pregio, grandi marche, private label, altri marchi industriali, primi prezzi.

Oligopsionio e Grande Distribuzione Organizzata (GDO)

✓ **Gli standard qualitativi**

- Le grandi catene distributive tendono sempre più a garantire la sicurezza e la qualità dei prodotti, soprattutto per le private label e per i prodotti a filiera controllata ortofrutticoli, carni, pesce.
- Si stanno diffondendo a livello internazionale degli standard che disciplinano le caratteristiche qualitative dei prodotti forniti GlobalGAP, tracciabilità volontaria, ecc.

Oligopsionio e Grande Distribuzione Organizzata (GDO)

La **Certificazione di filiera agroalimentare**, rendendo "tracciato" e rintracciabile il prodotto:

- fornisce ai consumatori esaurienti e credibili informazioni sul prodotto e sul sistema produttivo;
- conferisce ai prodotti un valore aggiunto del quale le aziende produttrici possono avvalersi in termini di marketing;
- rappresenta anche un valido sistema di tutela della sicurezza igienico-sanitaria delle produzioni agro-alimentari che permette alle Autorità di controllo di intervenire, efficacemente, anche in casi di emergenze alimentari e di ricerche di responsabilità;

La certificazione di Filiera riguarda la singola Azienda operante in qualsiasi fase della filiera agro-alimentare: da quella della produzione e vendita delle materie prime agricole a quella della loro lavorazione, trasformazione e vendita dei prodotti alimentari così ottenuti.

Strumenti per il riequilibrio dei rapporti
di forza all'interno del SAA

La Cooperazione in Agricoltura

Una cooperativa è un'associazione autonoma di persone che si uniscono volontariamente per soddisfare i propri bisogni economici, sociali, culturali e le proprie aspirazioni attraverso la creazione di un'impresa a proprietà comune, controllata democraticamente.

Le Cooperative agricole si occupano di coltivazione della terra, di acquisti e servizi di raccolta, conservazione e trasformazione dei prodotti, allevamento e vendita del bestiame, agricoltura biologica, agriturismo, ecc.;

Le cooperative agricole sono, ad oggi, la forma cooperativa più diffusa in Italia.

Il loro ruolo economico è stato finora individuato essenzialmente nella capacità di generare economie di scala a favore di singoli soci-agricoltori e di superare, attraverso la concentrazione dell'offerta, i fallimenti dello specifico mercato dovuti alla presenza di strutture non concorrenziali a monte ed a valle della filiera.

La Cooperazione agroalimentare associata in Italia è rappresentata, soprattutto, da piccole imprese.

Il 63% ha un fatturato inferiore e 2 milioni di euro e solo il 2% supera i 40 milioni.

Il 42% delle cooperative si trova nelle regioni settentrionali e realizza quasi l'80% del fatturato totale (34,3 miliardi di euro), mentre il 43% presente nelle regioni meridionali ne realizza solo il 14%.

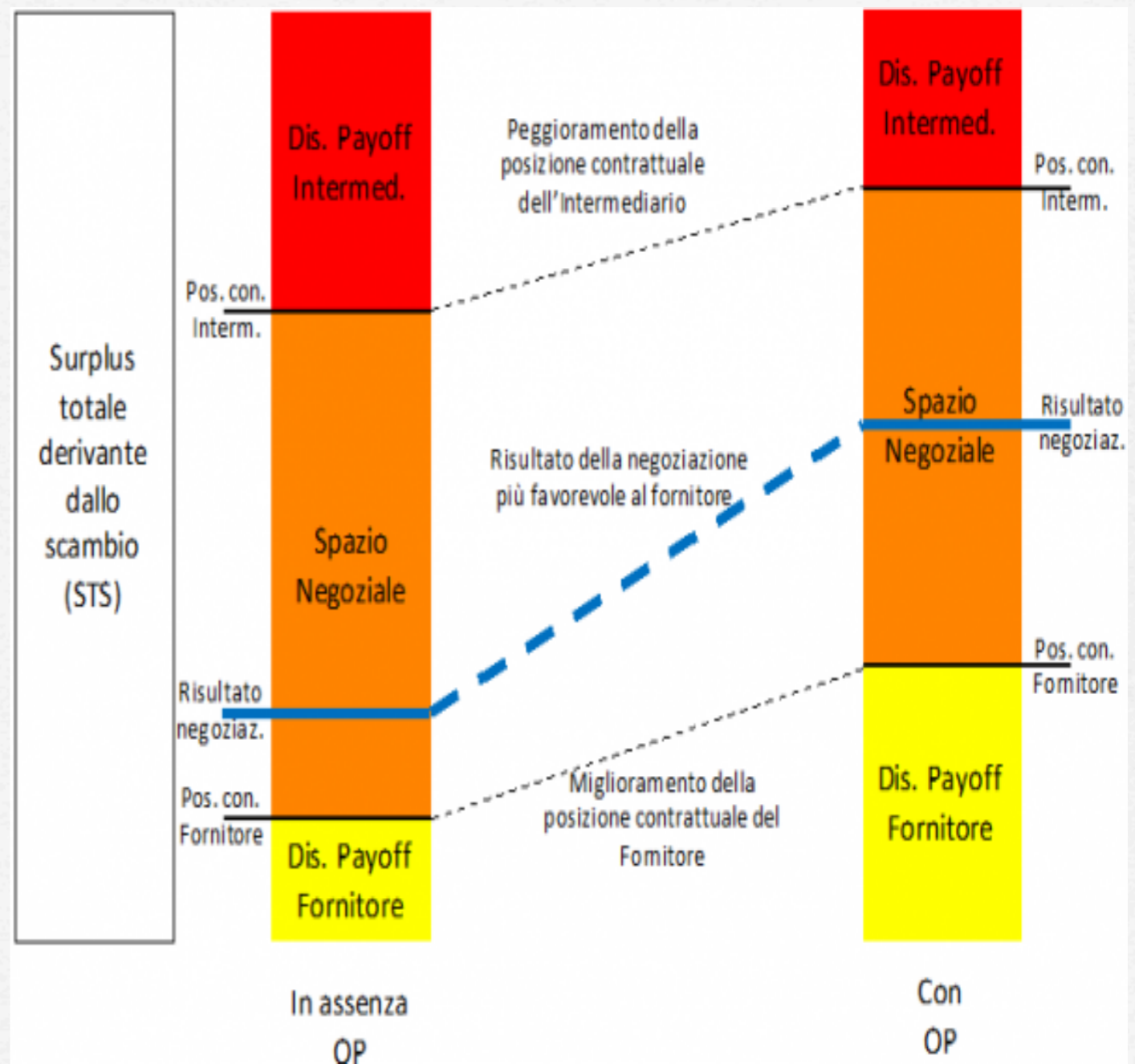
Le Organizzazioni di Produttori (OP)

Le OP sono società che hanno lo scopo principale di aggregare e commercializzare il prodotto dei propri soci.

Muovendo da considerazioni connesse alla tradizionale condizione di debolezza economica dei produttori agricoli nei confronti delle imprese di trasformazione e commercializzazione, le OP sono giudicate favorevolmente dalla politica economica.

In particolare, la presenza di un'offerta concertata o coordinata dei prodotti è considerata non già come un elemento di perturbazione del mercato o limitativo della concorrenza ma, al contrario, come un necessario fattore di consolidamento strutturale delle imprese produttrici e di promozione della loro forza di mercato, meritevole pertanto di una disciplina di favore.

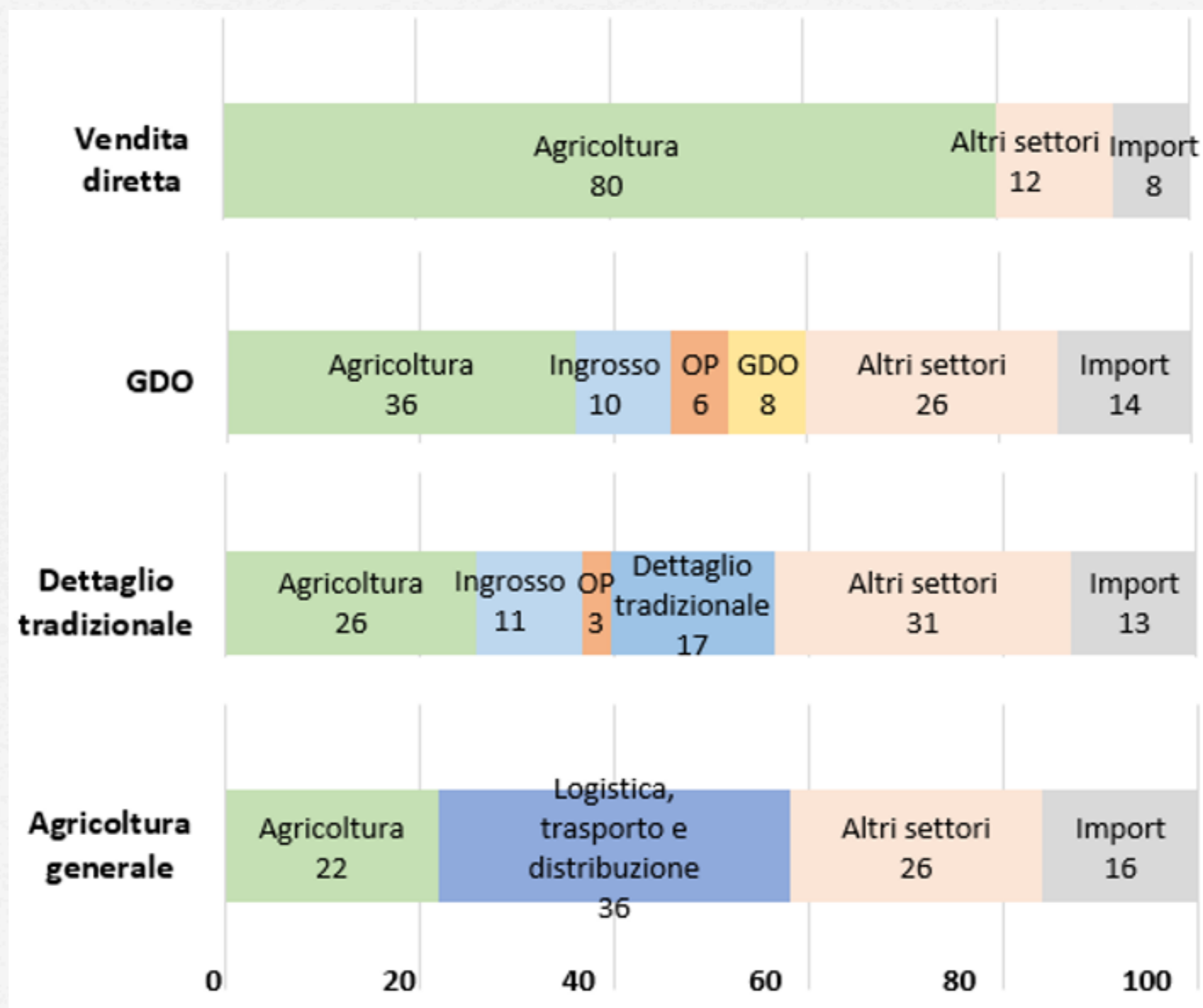
L'integrazione orizzontale e la vendita tramite OP possono consentire ai produttori agricoli (che operano un regime concorrenziale) una maggiore capacità contrattuale o, almeno, una migliore abilità a contenere il potere negoziale della controparte che opera in regime di oligopsonio.



Cacchiarelli et al. (2016)

Le **OP** possono avere effetti rilevanti e positivi sulla posizione contrattuale degli agricoltori qualora riescano a garantire ai produttori l'accesso a mercati nuovi e più redditizi, costringendo gli acquirenti a concedere una quota maggiore di valore per concludere la transazione.

La catena del valore del “*radicchio*” in presenza di OP



Le filiere corte

Una **Filiera** è detta **corta** quando contempla un numero circoscritto di intermediari commerciali tra il produttore e il consumatore, portando anche al contatto diretto fra i due. L'obiettivo principale di una filiera corta è quello di ridurre il prezzo finale di un prodotto. (L. Malassis).

Con il termine '**Prodotti a km zero**' si fa riferimento a quei prodotti alimentari la cui vendita avviene in un'area distante pochi chilometri da quella di produzione.

Una particolare forma di filiera corta nata in Italia è costituita dai **Gruppi di Acquisto Solidale (GAS)**.

I GAS sono gruppi di acquisto organizzati spontaneamente, che partono da un approccio critico al consumo e che vogliono applicare i principi di equità e solidarietà ai propri acquisti.

Il termine "Solidale" è utilizzato dai GAS per distinguerli dal gruppo d'acquisto tout-court, "che possono non presentare connotazioni etiche, ma essere solo uno strumento di risparmio".

Il successo che sta incontrando la **filiera corta** è dovuto ai numerosi vantaggi che essa genera per produttori e consumatori, o per meglio dire cittadini.

Dal lato della **produzione** si ha:

- ✓ internalizzazione dei vantaggi della distribuzione;
- ✓ (possibile) condivisione di una parte dei rischi produttivi con i cittadini;
- ✓ maggiori opportunità lavorative in azienda;
- ✓ incentivi alla cooperazione con altre aziende.

I **consumatori**, invece:

- ✓ ottengono prodotti freschi e raccolti al punto ottimale di maturazione;
- ✓ conoscono l'origine dei loro prodotti e chi li produce;
- ✓ sostengono la difesa dell'ambiente su scala locale;
- ✓ (possono) avere la possibilità di avere accesso alle attività organizzate dalle aziende agricole di cui si è "soci";
- ✓ (possono) influire sull'ordinamento produttivo delle imprese agricole.

Infine, va sottolineato che anche da un punto di vista della **Società nel suo complesso** ci sono numerosi vantaggi:

- ✓ si incentiva l'agricoltura a basso impatto ambientale;
- ✓ si riduce il consumo di energia, di materiale da imballaggio e le emissioni di anidride carbonica collegato alla distribuzione tradizionale;
- ✓ si sostiene lo sviluppo delle aree rurali via mercato.

Il consumo

La dinamica dei consumi alimentari in Italia

Consumi domestici

- acquisto di prodotti alimentari per uso domestico

caratteristiche

- stabili in termini fisici
- dinamici rispetto alle caratteristiche del prodotto
- in calo rispetto al totale dei consumi
- ridotta elasticità al reddito

Consumi extra domestici

- ristorazione commerciale (Horeca)
- ristorazione collettiva

caratteristiche

- molto dinamici
- in aumento rispetto al totale dei consumi
- elevata elasticità al reddito

La dinamica dei consumi alimentari in Italia

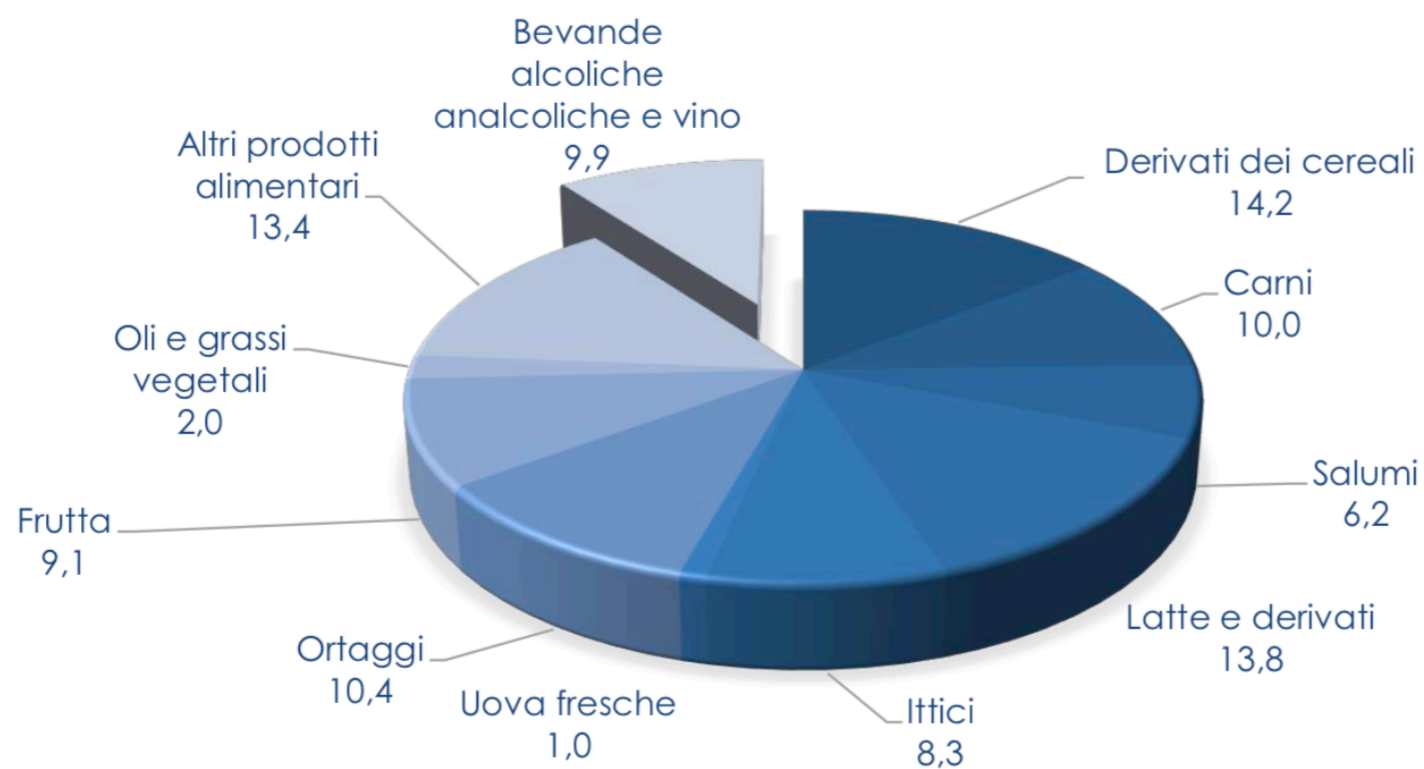
Consumi alimentari: principali categorie merceologiche/TAVOLA 2 bis
(Valori espressi in kg/pro-capite/annui, medie di periodo)

Periodo	Prodotti Ortofrutticoli	Cereali	Carne	Pesce	Latte	Formaggi	Uova	Zucchero e Dolcificanti	Bevande Alcoliche	Caffè
1901-1910	189,4	208,1	15,5	3,9	35,8	3,7	5,4	3,5	127,8	0,6
1911-1920	199,8	209,7	19,0	3,9	33,8	4,4	6,6	4,8	119,4	1,0
1921-30	195,0	223,7	19,5	5,4	35,4	4,4	6,5	7,9	116,6	1,2
1931-40	176,6	211,8	20,3	6,1	38,9	5,1	7,2	7,5	89,4	0,8
1941-50	173,0	175,2	13,6	4,2	38,3	4,4	5,1	7,7	77,0	0,4
1951-60	208,5	183,1	22,0	7,3	54,7	7,9	7,7	16,8	106,0	1,5
1961-1970	320,3	181,7	43,0	11,0	69,7	9,7	9,7	27,9	122,6	2,5
1971-1980	317,4	182,6	65,0	10,6	90,9	12,7	11,5	33,2	119,1	3,6
1981-1990	337,0	160,5	80,1	12,5	112,2	15,6	11,7	30,2	95,9	4,4
1991-2000	357,2	158,1	87,1	14,0	108,0	15,1	12,4	30,9	82,3	4,9
2001-2010	357,5	158,5	87,2	15,0	112,5	15,7	11,7	30,7	73,1	5,6
2011	328,8	155,6	86,7	15,7	110,8	15,4	11,7	29,1	60,1	5,8
2012	313,6	151,7	84,2	14,1	108,5	15,1	11,4	27,4	59,4	5,5
2013	307,1	149,5	82,3	13,1	107,6	15,0	11,3	26,8	57,5	5,2
2014	313,4	149,9	80,8	13,0	106,7	14,9	11,2	26,9	58,7	5,4
2015	315,3	150,9	80,8	13,0	107,0	14,9	11,3	27,0	59,3	5,4
2016	319,7	152,4	80,7	13,1	107,5	15,0	11,3	27,1	59,3	5,4

Fonte: Ufficio Studi Coop su fonti varie (Istat, Fao, Ref Ricerche, Daniele Tirelli "Pensato e Mangiato")

La dinamica dei consumi alimentari in Italia

Ripartizione della spesa per acquisti di prodotti alimentari (quote % spesa sul totale)



La dinamica dei consumi alimentari in Italia

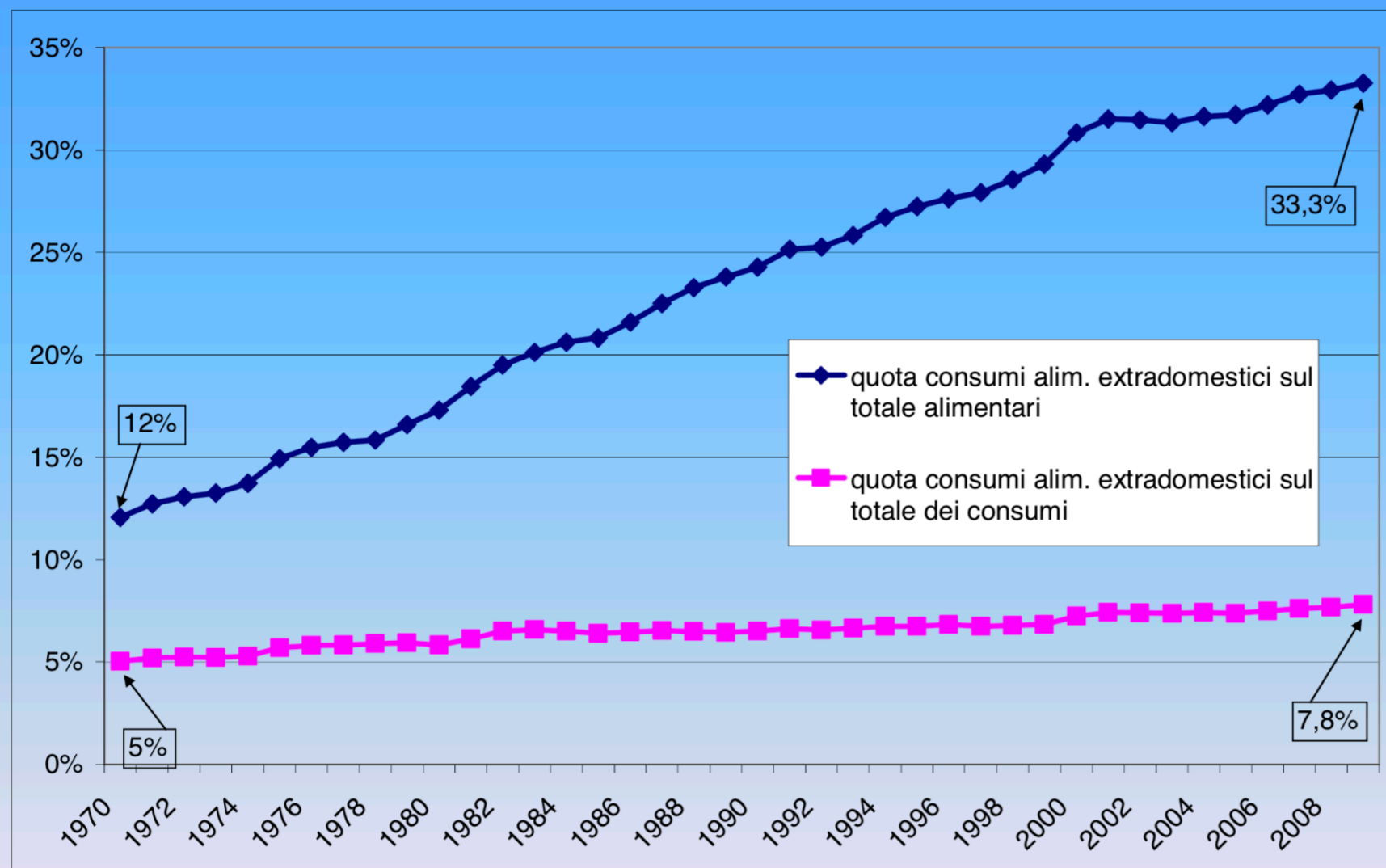
Tab. 4 – Composizione percentuale e ripartizione geografica della spesa media mensile per alimenti e bevande

ANNO	NORD-OVEST	NORD-EST	CENTRO	SUD
1951	42,7	44,5	41,3	50,6
1961	41,6	44,4	41,7	48,2
1973	33,9	32,6	36,8	40,2
1983	27,6	24,8	31,5	35,1
1993	21,1	19,2	22,0	27,7
2003	18,0	16,6	19,0	24,0

Fonte: Elaborazione da ISTAT, *Annuario della contabilità nazionale*, t. 2, 1974, e ISTAT, *L'Italia in 150 anni. Sommario di statistiche storiche 1861-2010*, 2011, pp. 528-32

La dinamica dei consumi alimentari in Italia

La dinamica della spesa per consumi alimentari extra-domestici



I consumi extra domestici sono oggi pari a 1/3 di quelli alimentari

La dinamica dei consumi alimentari in Italia

LA STRUTTURA DEL FUORI CASA (anno 2005)

	Occupati	Imprese
Belgio	137.819	39.952
Germania	812.229	120.514
Irlanda	90.005	9.738
Grecia	215.906	79.660
Spagna	933.375	261.997
Francia	631.575	179.674
Italia	810.273	224.379
Lussemburgo	11.384	2.341
Olanda	238.032	31.870
Austria	134.053	30.307
Portogallo	217.031	78.532
Slovenia	20.912	6.021
Finlandia	40.476	8.675
EA13	4.293.070	1.073.660
EU27	6.526.888	1.392.298

Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati Eurostat

I consumi extra domestici sono oggi pari a 1/3 di quelli alimentari

Regimi di qualità agroalimentare garantiti
tramite un sistema di certificazione pubblica:

DOP, IGP, STG, PAT, Agricoltura Biologica

DOP, IGP, STG

La Comunità Europea istituì i regimi di qualità DOP, IGP, STG nel 1992, con i Regg. 2081 e 2082, poi modificati nel 2006 con i Regg. 509 e 510.

Attualmente sono vigenti i Reg (UE) 1151/2012 e Regg. (UE) 664/2014 e 668/2014.

La **Denominazione di Origine Protetta**, è un nome attribuito dall'UE a prodotti agricoli e alimentari le cui peculiari caratteristiche qualitative dipendono essenzialmente o esclusivamente dal territorio in cui sono stati prodotti.

L'ambiente geografico comprende sia fattori naturali (clima, caratteristiche ambientali), sia fattori umani (tecniche di produzione tramandate nel tempo, artigianalità, savoir-faire) che, combinati insieme, consentono di ottenere un prodotto inimitabile all'esterno di una determinata zona produttiva.

Le fasi di produzione, trasformazione ed elaborazione avvengono **tutte** nell'area geografica delimitata

L' **Indicazione Geografica Protetta**, è un nome attribuito dalla UE a prodotti agricoli e alimentari per i quali una determinata qualità, la reputazione o un'altra caratteristica dipende dall'origine geografica, e la cui produzione, trasformazione e/o elaborazione avviene in un'area geografica determinata.

Almeno una fase del processo produttivo avviene nell'area geografica delimitata.

N.B.: il confezionamento non è una fase del processo produttivo

Per **Specialità Tradizionali Garantite**, identifichiamo quei prodotti agroalimentari, non legati nello specifico ad un territorio, ma tali che si caratterizzano per il metodo di produzione tipico tradizionale.

In Italia sono registrate, al 2016, solo due STG:

- * **Mozzarella**

- * **Pizza napoletana**

Con **801** riconoscimenti DOP, IGP e STG conferiti dall'Unione Europea (ad Aprile 2016), l'Italia precede di gran lunga la Francia (658 riconoscimenti), la Spagna (316 riconoscimenti), la Grecia (249 riconoscimenti), il Portogallo (173 riconoscimenti).

I **Prodotti Agroalimentari Tradizionali** italiani (PAT) sono prodotti inclusi in un apposito elenco, predisposto dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali con la collaborazione delle Regioni.

Il requisito per essere riconosciuti come Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT) è quello di essere «ottenuti con metodi di lavorazione, conservazione e stagionatura consolidati nel tempo, omogenei per tutto il territorio interessato, secondo regole tradizionali, per un periodo non inferiore ai venticinque anni».

N.B.:I PAT tutelano il metodo di lavorazione **NON** l'Area di Produzione.

Il MIPAAF riconosce che tali prodotti di nicchia, di produzioni limitate in termini quantitativi e relativi ad aree territoriali molto ristrette, tali da non giustificare una DOP o una IGP, incontrano molte riserve in sede di Unione Europea. Questa in linea di massima è contraria a queste produzioni e vieta la registrazione di marchi collettivi che contengano un nome geografico. Il timore è infatti che si confondano con i prodotti DOP e IGP.

Il Ministero ha pertanto rinunciato ad un ruolo attivo, delegando tali compiti alle regioni, e conservando a sé stesso solo un ruolo di controllo e quello della tenuta ufficiale del libro.

La **Regione Campania** ha riconosciuto **515 PAT** al 14 Luglio 2017.

Agricoltura Biologica

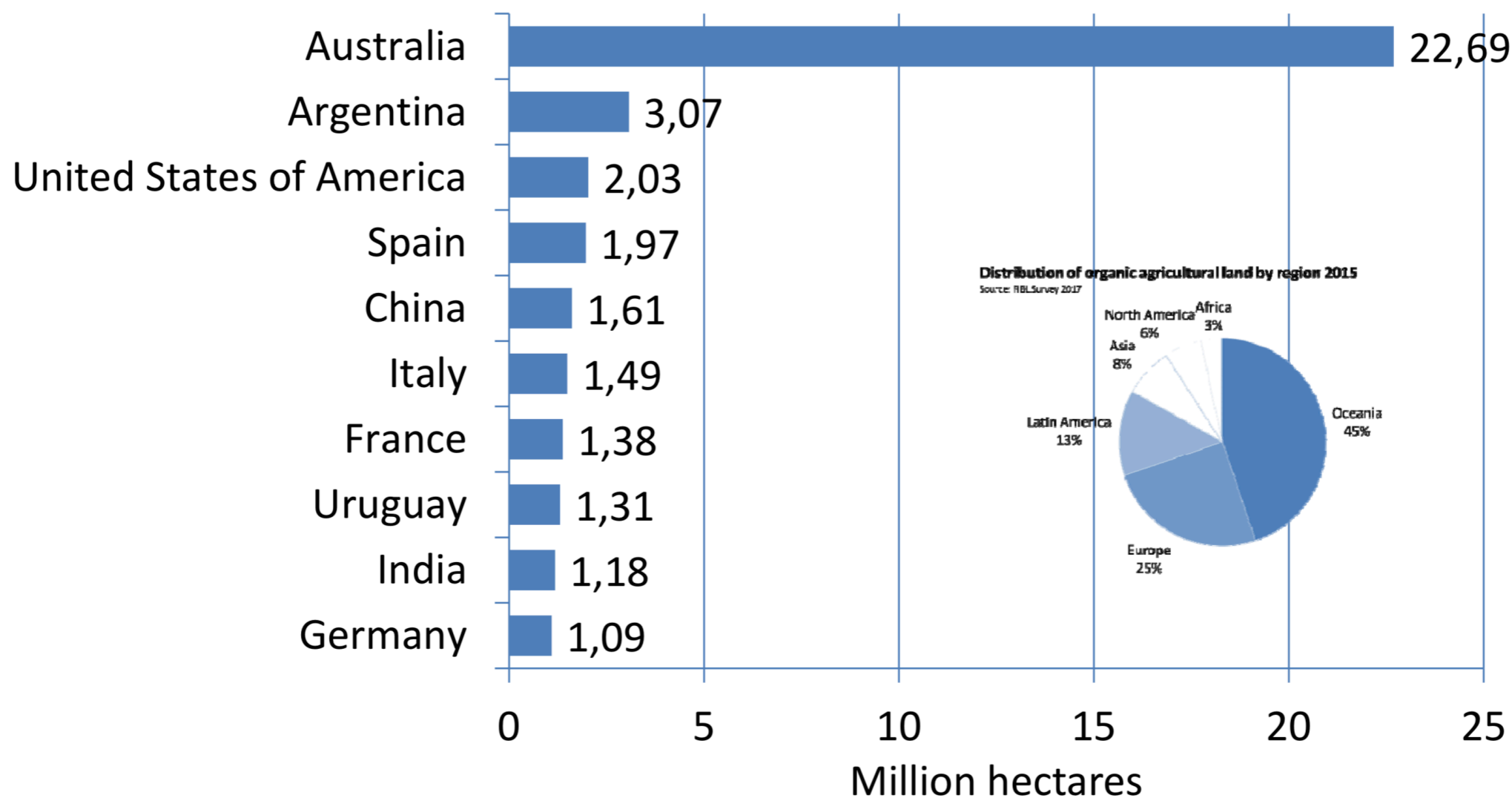
L' **agricoltura biologica** è un tipo di agricoltura che considera l'intero ecosistema agricolo, sfrutta la naturale fertilità del suolo favorendola con interventi limitati, promuove la biodiversità dell'ambiente in cui opera ed esclude l'utilizzo di prodotti chimici di sintesi, e degli organismi geneticamente modificati (OGM).

Nei paesi UE è regolamentata dal Reg. CE 2092/91 e successive modifiche.

La dinamica dei consumi alimentari in Italia

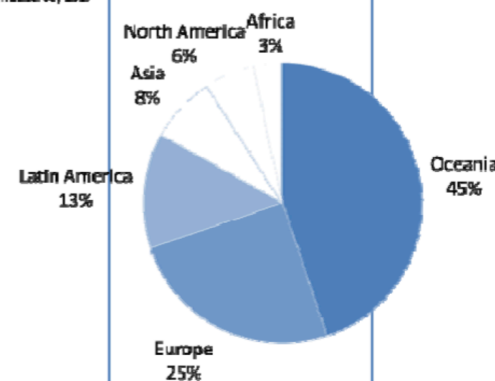
The ten countries with the largest areas of organic agricultural land 2015

Source: FiBL survey 2017



Distribution of organic agricultural land by region 2015

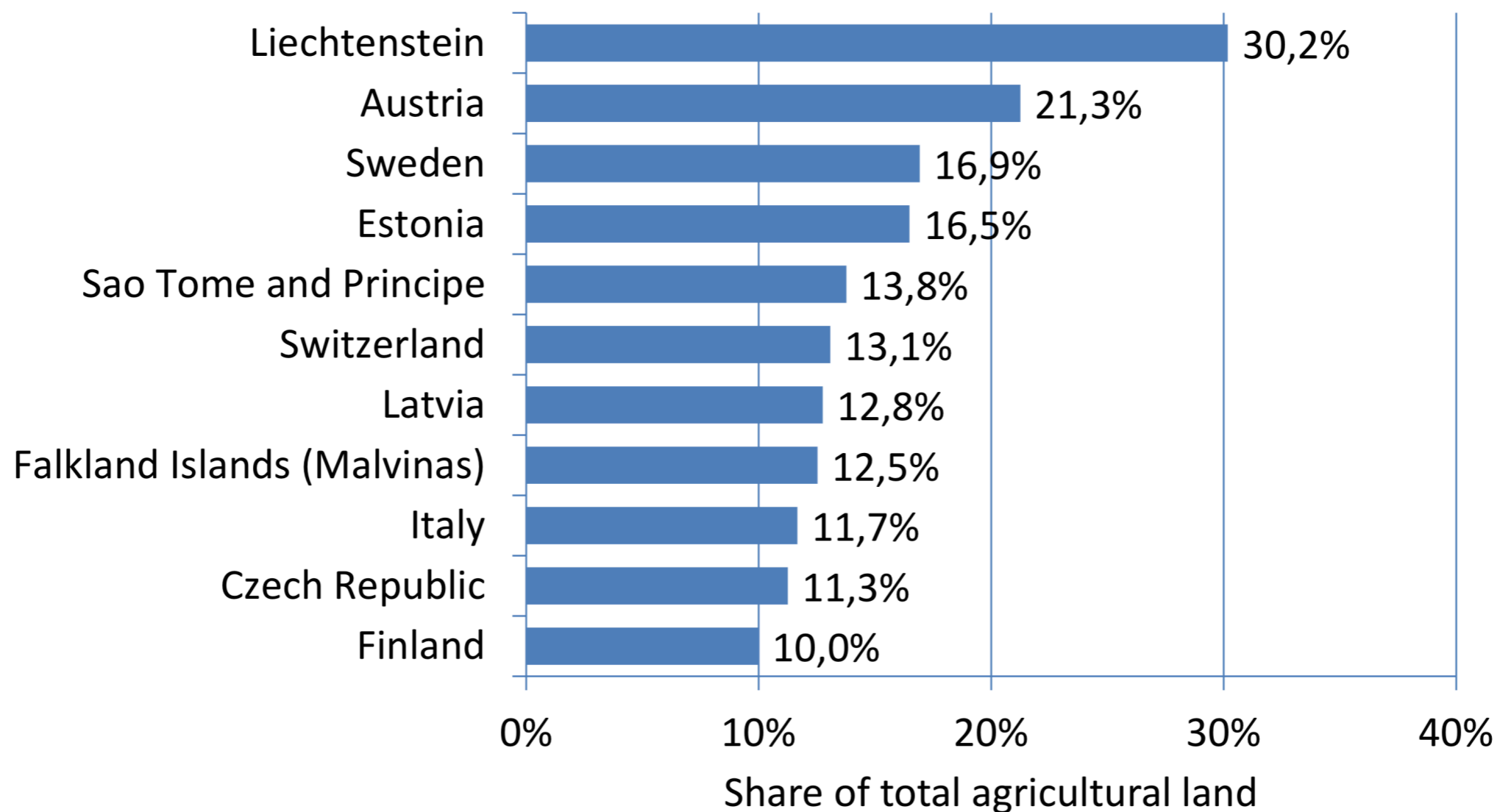
Source: FiBL Survey 2017



La dinamica dei consumi alimentari in Italia

Countries with organic shares of at least 10 percent 2015

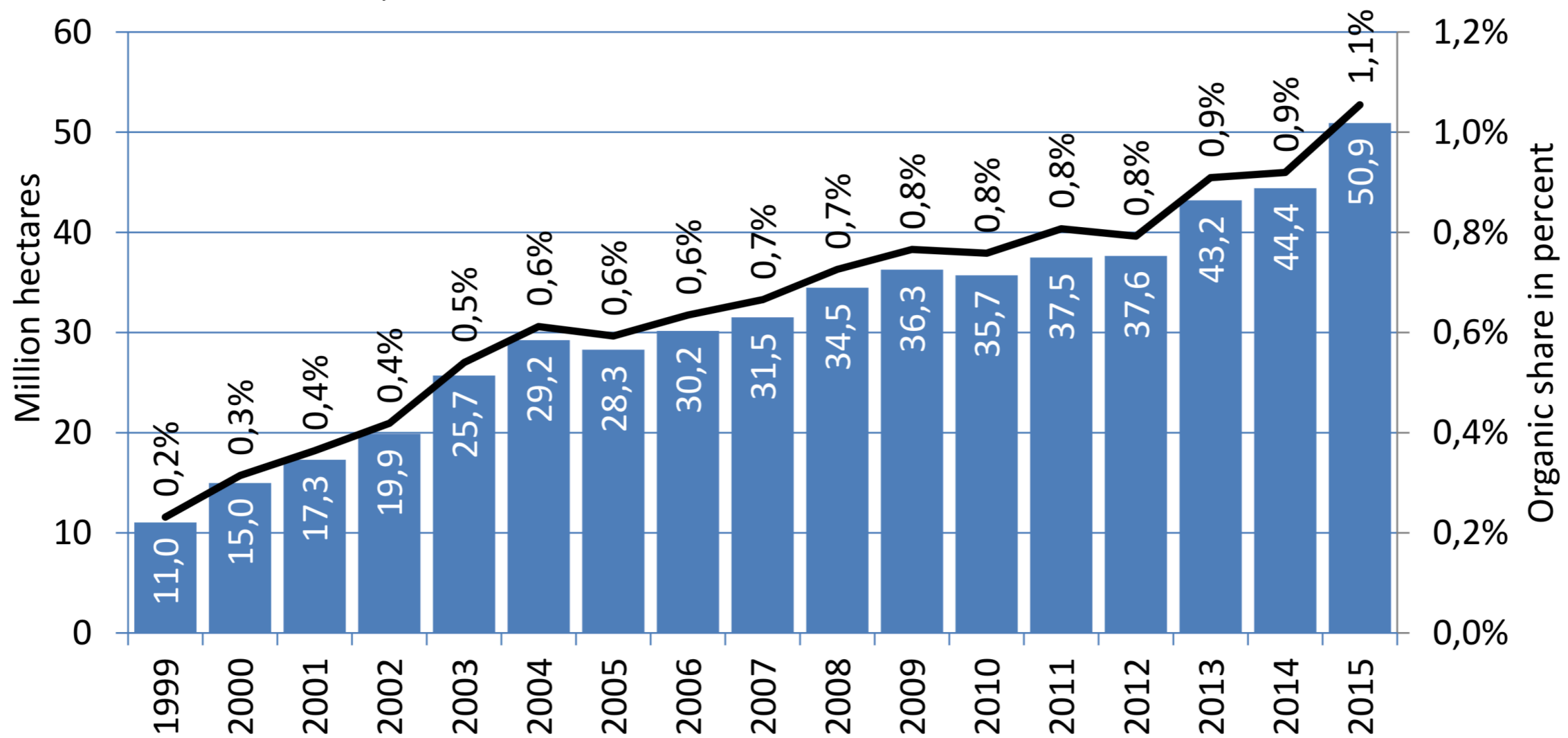
Source: FiBL survey 2017



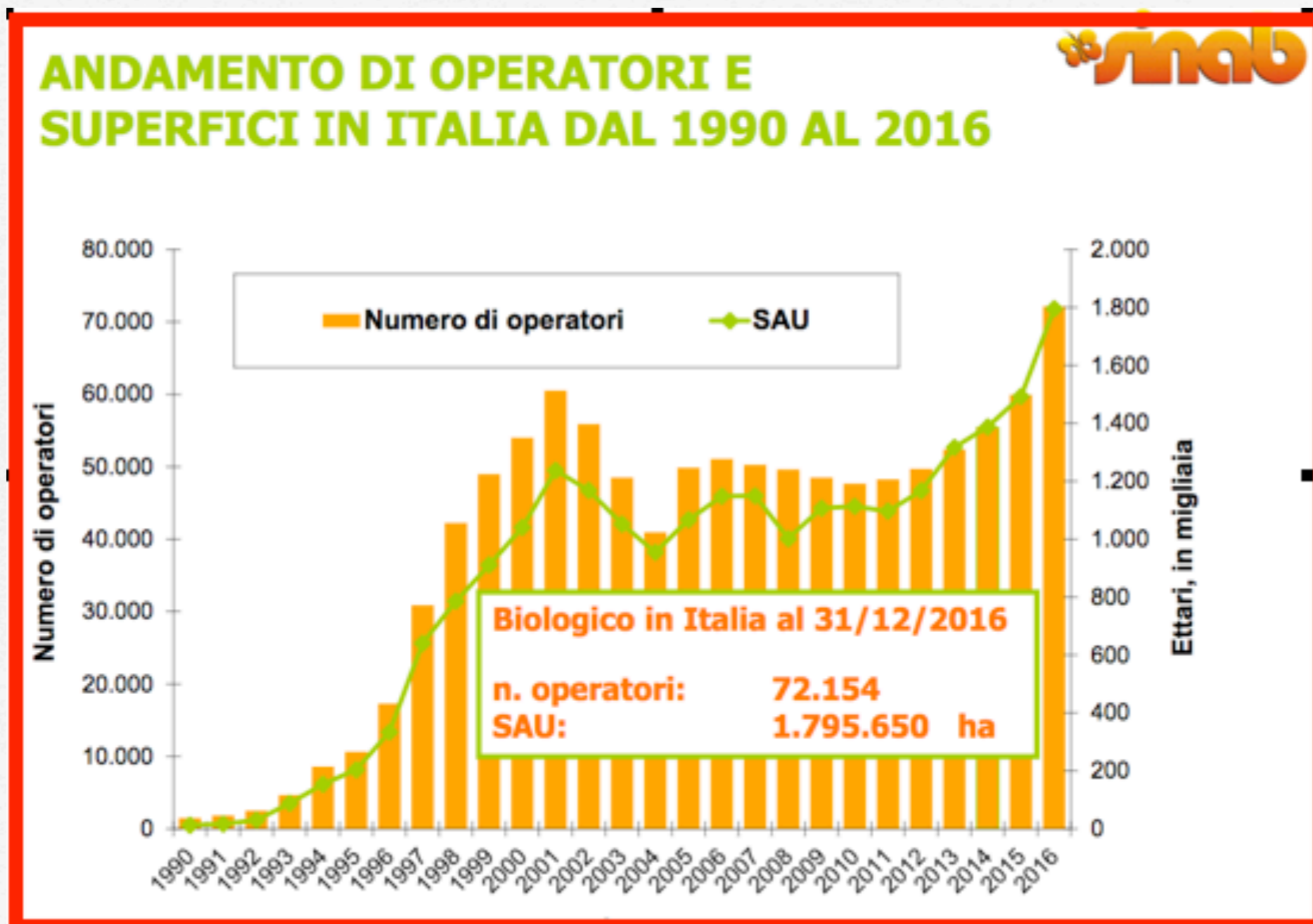
La dinamica dei consumi alimentari in Italia

Growth of the organic agricultural land and organic share 1999-2015

Source: FiBL-IFOAM-SOEL-Surveys 1999-2017



La dinamica dei consumi alimentari in Italia



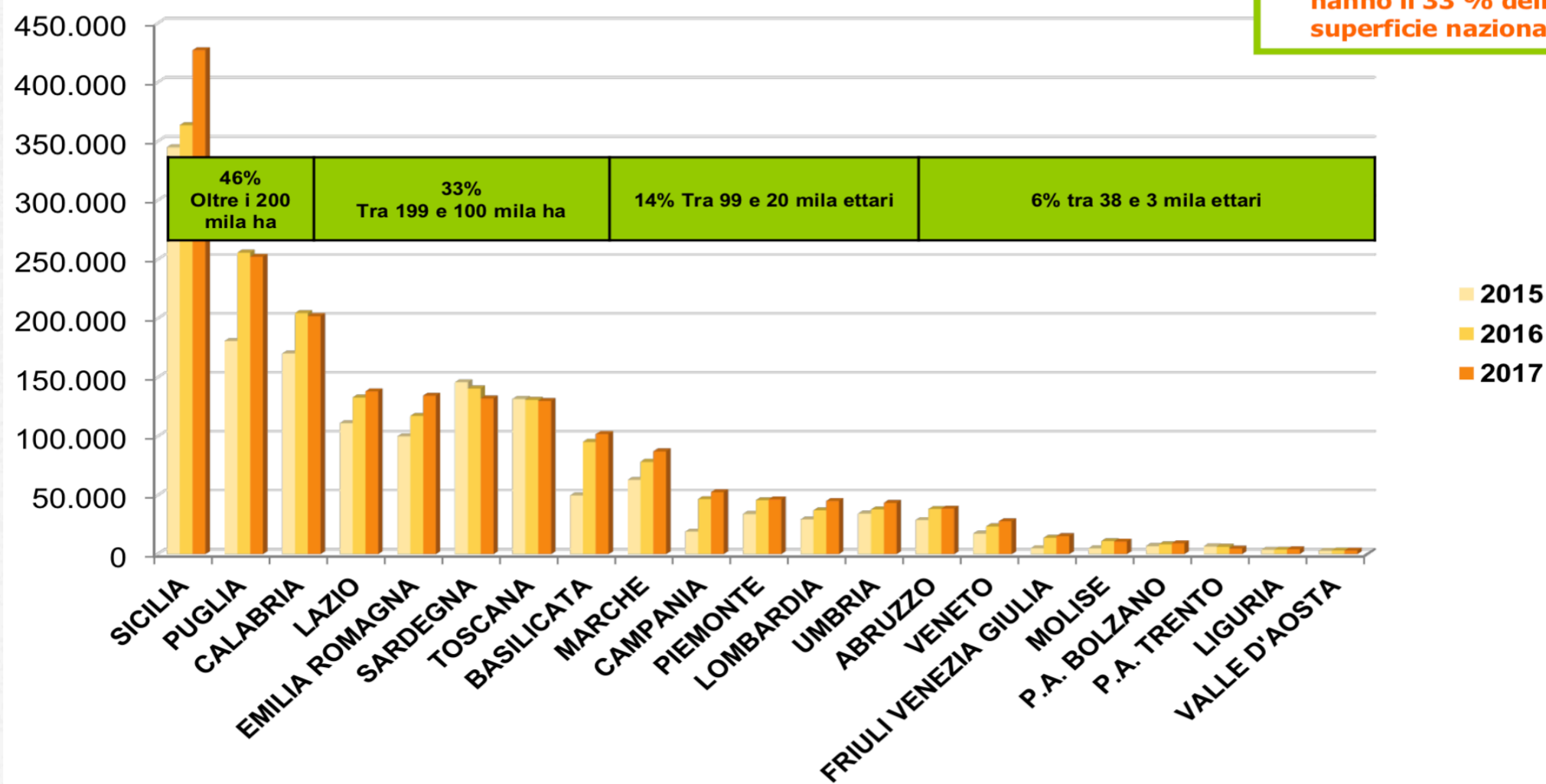
Fonte: A. Banterle

La dinamica dei consumi alimentari in Italia



SUPERFICI PER REGIONE: 2015 – 2017

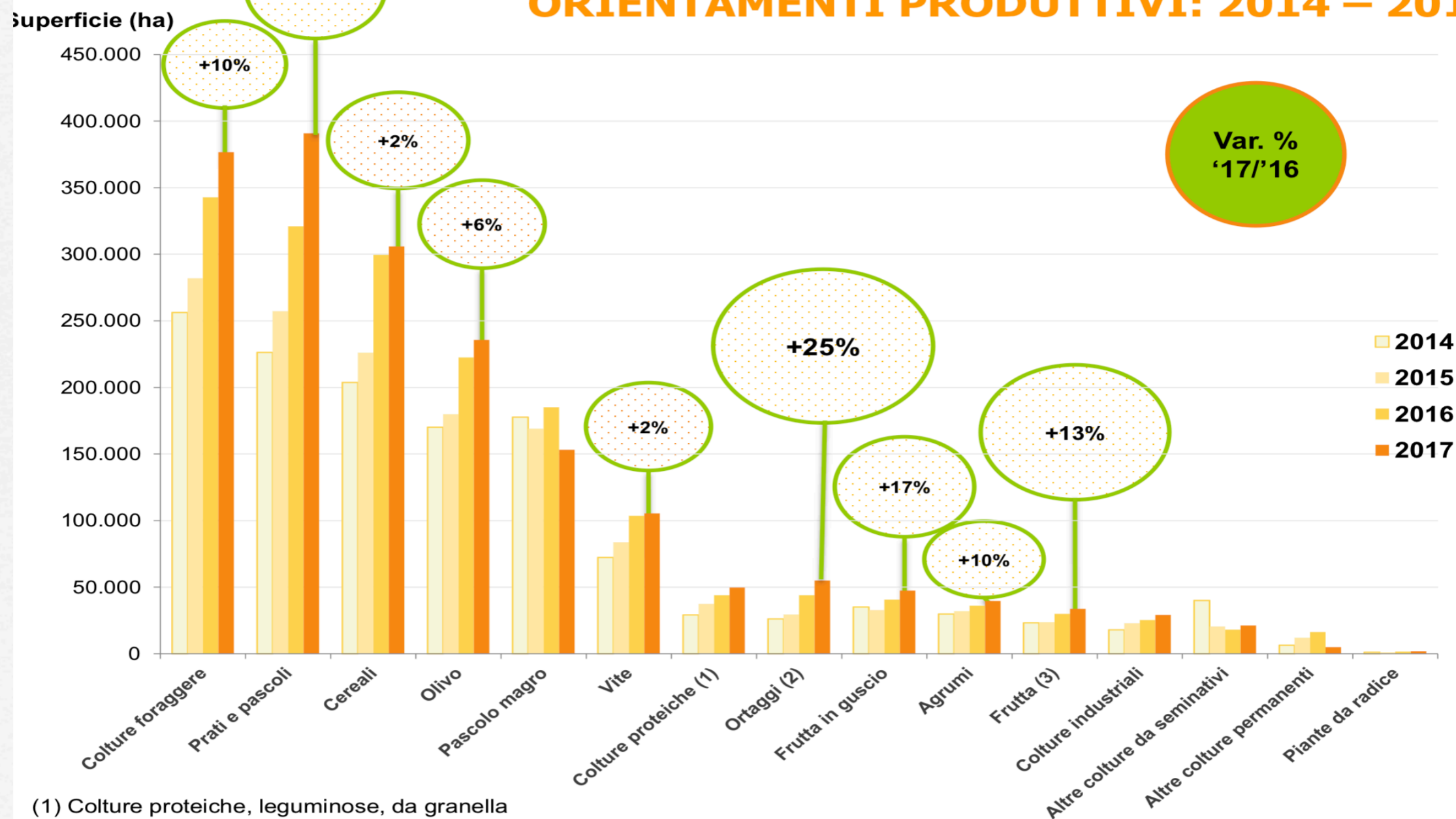
- Sicilia, Puglia e Calabria hanno il 46%
- Lazio, Emilia Romagna, Sardegna, Toscana e Basilicata hanno il 33% della superficie nazionale



La dinamica dei consumi alimentari in Italia



SUPERFICI DEI PRINCIPALI ORIENTAMENTI PRODUTTIVI: 2014 – 2017



(1) Colture proteiche, leguminose, da granella

(2) Ortaggi freschi, meloni, fragole, funghi coltivati

(3) La frutta comprende "frutta da zona temperata", "frutta da zona subtropicale", "piccoli frutti"

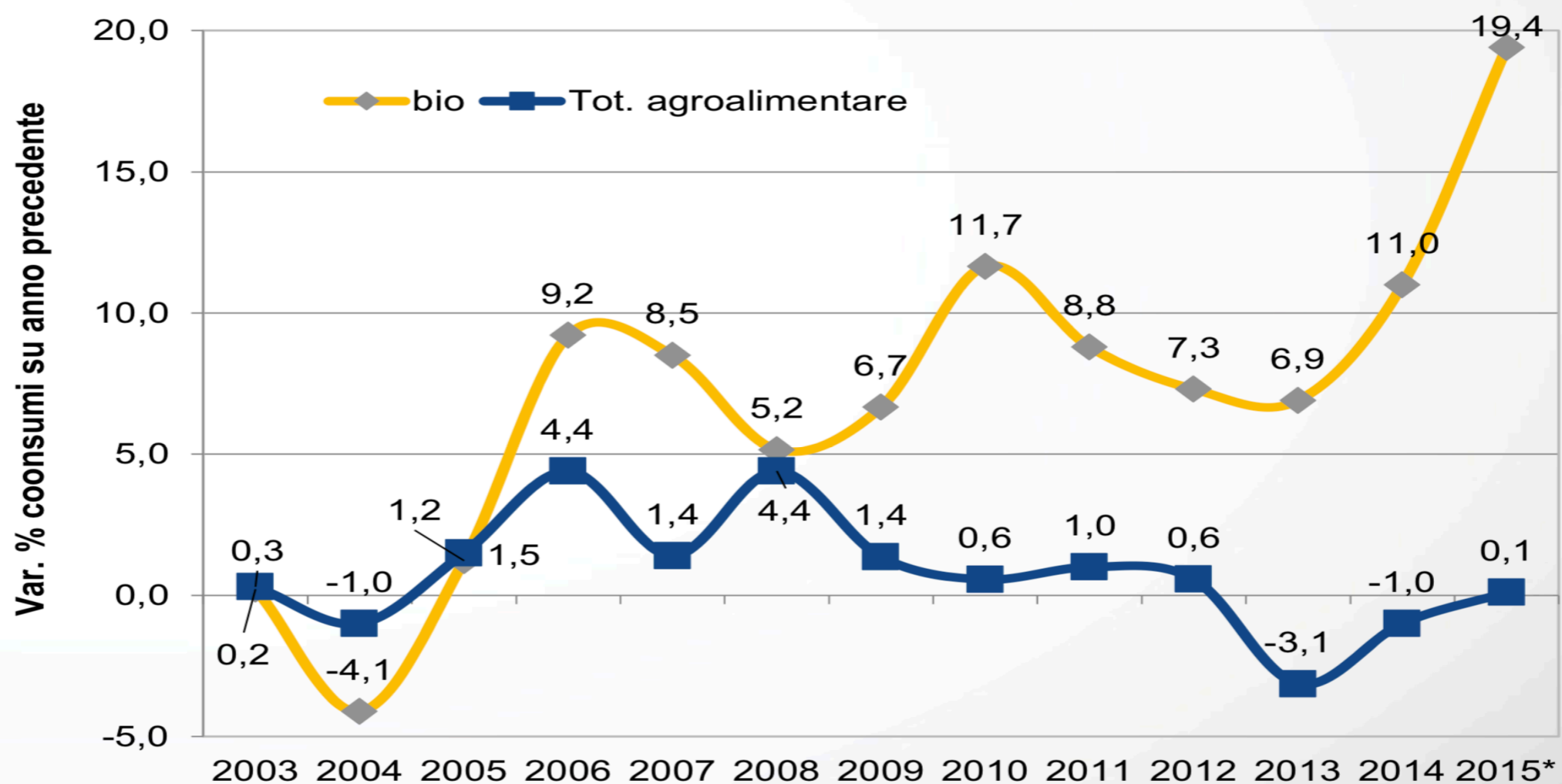
La dinamica dei consumi alimentari in Italia

I Paesi col mercato domestico più rilevante relativo all'alimentazione biologica (2017). Miliardi di Euro

Stati Uniti	38,9
Germania	9,5
Francia	6,7
Cina	5,9
Italia	3,5

La dinamica dei consumi alimentari in Italia

VARIAZIONE % DA UN ANNO ALL'ALTRO DEI CONSUMI BIO IN VALORE NELLA GDO E CONFRONTO CON IL TREND DELL'AGROALIMENTARE

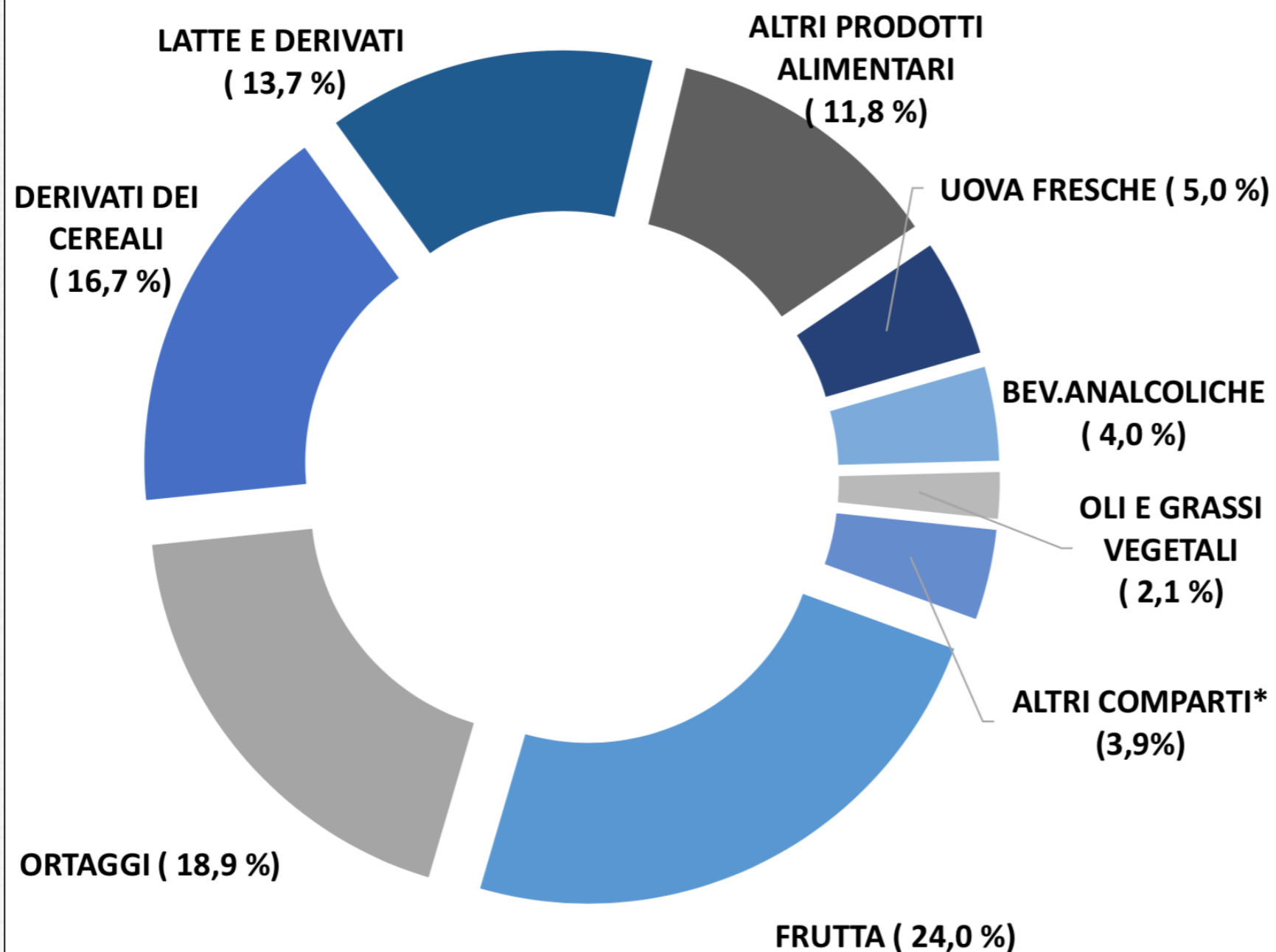


Fonte: Ismea-Nielsen e Panel Ismea-GFK Eurisko

(*) Dati riferiti al primo semestre

La dinamica dei consumi alimentari in Italia

I CONSUMI BIO PER COMPARTO

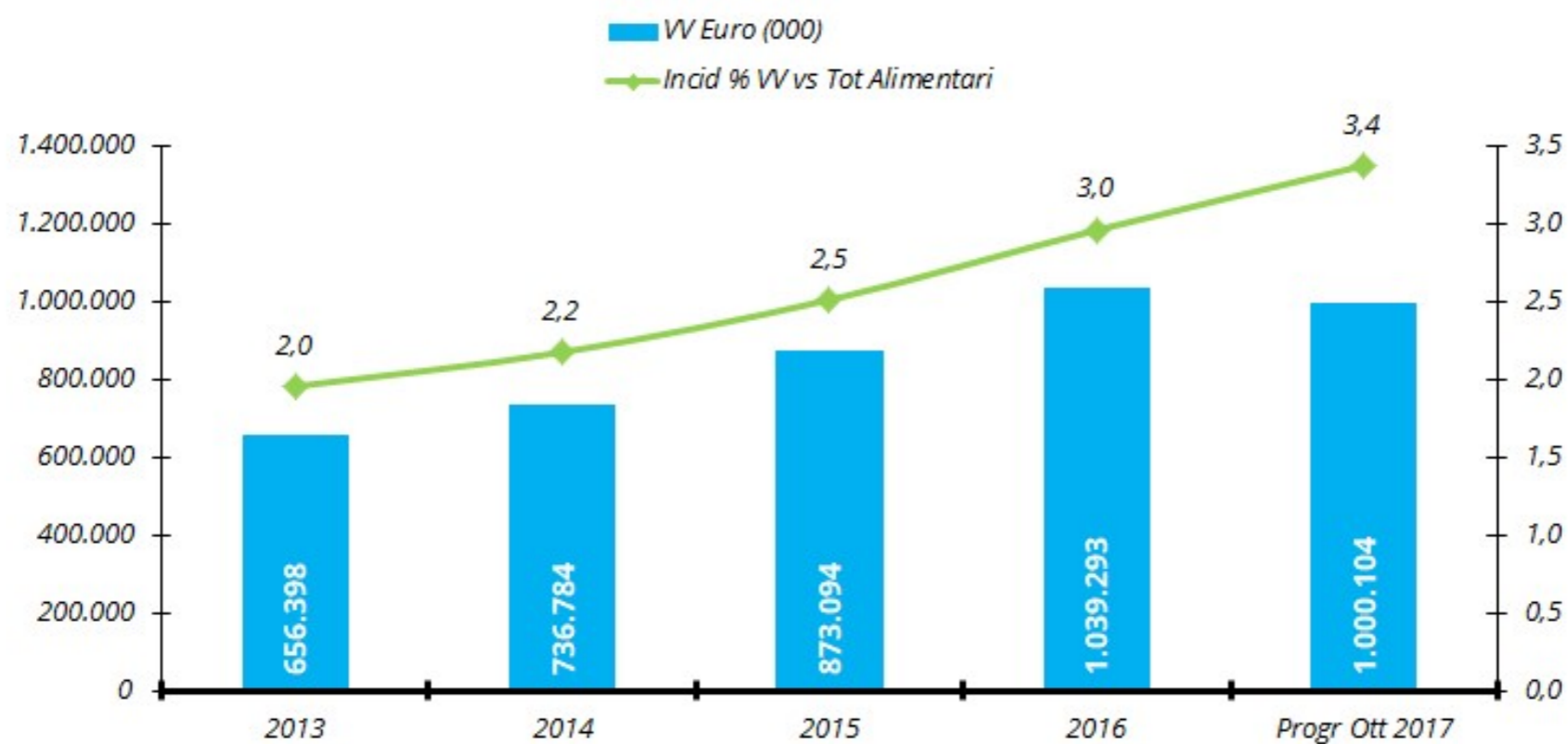


La dinamica dei consumi alimentari in Italia

n

IL BIO VALE IL 3,4% DELLE VENDITE TOTALI DEL FOOD

Supermercati + Ipermercati, totale prodotti biologici a peso imposto



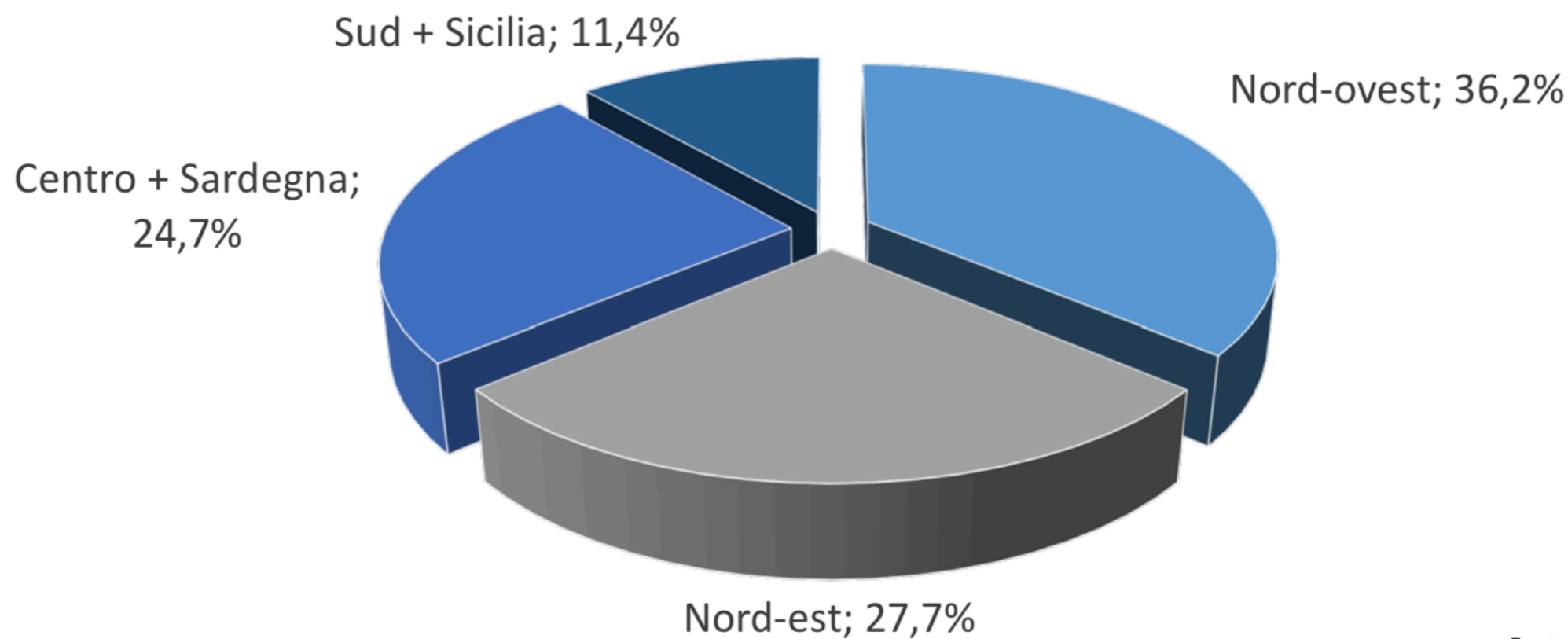
Fonte: Nielsen, Trade*MIS, Iper+Super

Copyright © 2017 The Nielsen Company

La dinamica dei consumi alimentari in Italia

IL «BIO» NELLE DIVERSE AREE D'ITALIA

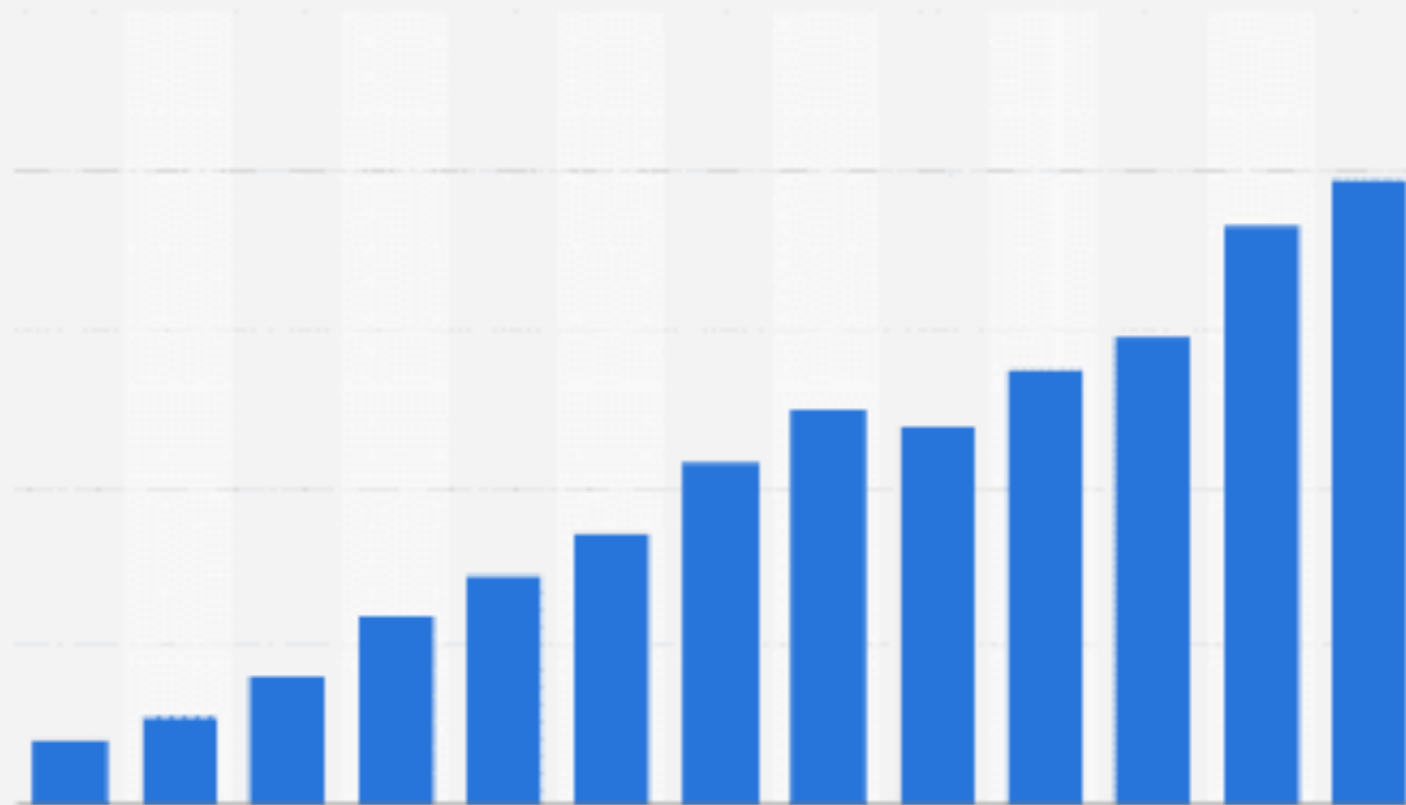
SPESA PER CONSUMI BIO DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA (IPER, SUPER, LIBERI SERVIZI)
PER AREA GEOGRAFICA (GEN-GIU 2018, %)



Fonte: Ismea-Nielsen

I prodotti alimentari equosolidali

Revenue of Fairtrade International products worldwide from 2004 to 2016 (in million euros)*



Source:
Fairtrade International
© Statista 2016

A livello mondiale il mercato dei prodotti alimentari equosolidali vale
1/10° di quello dei prodotti bio

The Organic and FairtradeMarket 2015

Region	Country	Retail sales: [Million €]		Retail sales: [€/person]	
		Fair-trade	Organic	Fair-trade	Organic
	Ireland	251	142	54.2	30.7
	Italy	99	2'317	1.6	38.1
	Latvia	1	4	0.4	2.0
	Liechtenstein		6		142.4
	Lithuania	1	6	0.3	2.0
	Luxembourg	11	94	19.2	170.0
	Montenegro		0.1		0.2
	Netherlands	223	1'072	13.2	63.4
	Norway	81	352	15.6	68.1
	Poland		167		4.4
	Portugal	28	21	2.7	2.0
	Romania		80		3.7
	Russian Federation		120		0.8
	Slovakia	1	4	0.2	0.7
	Slovenia		49		26.6
	Spain	28	1'498	0.6	32.3
	Sweden	349	1'726	36.1	177.1
	Switzerland	475	2'175	57.7	262.2
	Turkey		4		0.1
	Ukraine		18		2.6
	United Kingdom	2'193	2'604	33.9	40.2
Europe total		5'749	29'781	7.0	36.4
Latin America	Belize		0.1		0.2
	Brazil	0.1		0.001	
	Chile		2		0.1
	Costa Rica		1		0.3
	Mexico		14		0.1
	Peru		14		0.5
Latin America total		0.1	31		
Northern America	Canada	273	2'757	7.6	76.7
	United States of America	917	35'782	2.9	111.2
Northern America total		1'189	38'539	3.3	107.7
Oceania	Australia	218	962	9.6	41.6
	New Zealand		124		27.4
Oceania total		218	1'085	5.5	27.6
Other world		43			
World		7'300	75'709	1.0	10.3

VOLUMI DI PRODOTTO EQUOSOLIDALE VENDUTO IN ITALIA E CERTIFICATO FAIRTRADE

Valori in %



Fonte FAIRTRADE