

**ELABORAZIONE DEL QUADRO CONOSCITIVO DEL CONTESTO
SOCIOECONOMICO E DEL SETTORE AGROALIMENTARE
REGIONALE PER IL PROGRAMMA REGIONALE DI SVILUPPO
RURALE 2014-2020**



**ANALISI DI DETTAGLIO E FABBISOGNI DI INTERVENTO
DELLE PRINCIPALI FILIERE AGROALIMENTARI
REGIONALI**

ALLEGATO 1

Ottobre 2013



AGRICONSULTING

INDICE

PREMESSA	1
FILIERE AGROALIMENTARI	1
1. FILIERA BIETICOLA SACCHARIFERA	1
1.1 Sintesi	1
1.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento	3
2. FILIERA OLEO-PROTEAGINOSE	4
2.1 Sintesi	4
2.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento	6
3. FILIERA CEREALI	7
3.1 Sintesi	7
3.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento	9
4. FILIERA ORTAGGI FRESCHI	11
4.1 Sintesi	11
4.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento	13
5. FILIERA FRUTTA	15
5.1 Sintesi	15
5.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento	16
6. FILIERA ORTOFRUTTA TRASFORMATA	18
6.1 Sintesi	18
6.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento	20
7. FILIERA VITIVINICOLA	22
7.1 Sintesi	22
7.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento	24
8. FILIERA CARNI BOVINE	26
8.1 Sintesi	26
8.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento	28
9. FILIERA CARNI SUINE	30
9.1 Sintesi	30
9.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento	32
10. FILIERA CARNI AVICOLE	34
10.1 Sintesi	34
10.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento	35
11. FILIERA LATTE ALIMENTARE E LATTICINI FRESCHI	37
11.1 Sintesi	37
11.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento	39
12. FILIERA FORMAGGI STAGIONATI A DENOMINAZIONE D'ORIGINE PROTETTA	41
12.1 Sintesi	41
12.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento	43
13. FILIERA UOVA	45
13.1 Sintesi	45
13.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento	46
14. FILIERA SEMENTI	47
14.1 Sintesi	47
14.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento	48
15. FILIERE MINORI	50
15.1 Foraggiere	50
15.2 Miele	51
15.3 Olio di oliva	51
15.4 Florovivaismo	52
15.5 Aceto balsamico	54
15.6 Ovicaprini	54
15.7 Cunicoli	55

PREMESSA

Il presente Allegato 1 alla Priorità 3 comprende le analisi SWOT e l'individuazione dei fabbisogni per le diverse filiere agroalimentari e regionali. Il completamento del lavoro ha tenuto conto dei preziosi suggerimenti emersi dagli *stakeholders* in occasione dei "tavoli con il partenariato" realizzati nei giorni 11-12 e 13 giugno 2013 a Bologna.

Le analisi SWOT e i fabbisogni di ciascuna filiera sono stati riletti e complessivamente integrati nell'analisi di cui al Capitolo 6 del documento relativo all'Analisi del Contesto Socioeconomico dell'agricoltura e dei Territori Rurali della Regione e all'Analisi SWOT e Fabbisogni di Intervento per la programmazione 2014-2020.

FILIERE AGROALIMENTARI

1. FILIERA BIETICOLA SACCARIFERA

1.1 Sintesi

Nel 2009 il **consumo** pro-capite di zucchero e dolcificanti in Italia è stato di 31,4 Kg (fonte FAO), rimasto praticamente immutato rispetto all'anno precedente. Gli acquisti di zucchero e dolciari hanno pesato per il 6,4% della spesa alimentare complessiva. Rispetto al 1999, la quantità consumata di zucchero e dolciari è cresciuta ad un tasso medio annuo di circa l'1% mentre i prezzi sono aumentati mediamente del 2,1%.

La quota di produzione attribuita all'Italia dai regolamenti comunitari e detenuta dalle 3 società operanti (Copro, Eridania Sadam e Nuovo Zuccherificio del Molise) è pari a 508.378,80 tonnellate di zucchero, che coprono circa un terzo dei consumi nazionali pari a 1,65 milioni di tonnellate. Oltre il 75% dello zucchero viene venduto all'industria della trasformazione per la produzione di cibi e bevande; la parte residua (25% circa) di zucchero consumato in Italia, viene distribuito dalla Grande Distribuzione Organizzata (supermercati e negozi,) e dal canale Ho.Re.Ca.

Riguardo ai **rapporti con l'estero**, le esportazioni di zucchero, nel 2011, sono state 38,9 mio € mentre le importazioni sono ammontate a poco più di 1 miliardo di €. Nel confronto con l'anno precedente il saldo commerciale è ulteriormente peggiorato, diminuendo del 47%. In termini monetari, i principali fornitori di zucchero per l'Italia, tra i paesi UE, sono la Germania e la Francia che distribuiscono il 53,4% del prodotto importato, equivalente al 43,8% dei quantitativi acquistati. Tra i paesi extra-UE, spiccano le Maurizio dalle quali l'Italia importa l'8,8% del totale delle importazioni.

Il settore bieticolo saccarifero nel corso degli anni si è notevolmente ridimensionato a seguito dell'applicazione della riforma della specifica OCM, avviata nel 2006, che ha trasformato l'UE da secondo esportatore, dietro il Brasile, a primo importatore mondiale. La Regione Emilia-Romagna per sostenere le aziende che hanno dovuto abbandonare o ridurre la produzione bieticola, con deliberazione 664 del 16 maggio 2011, ha approvato un secondo **Programma Operativo** per la concessione di aiuti, fino ad un massimo di 1,65 milioni di €, previsti dal Piano di azione regionale attuativo del Programma nazionale di ristrutturazione del settore bieticolo-saccarifero. La finalità del Programma Operativo è quella di favorire la riconversione economica delle aziende agricole, a seguito della radicale riforma del settore bieticolo-saccarifero, mediante sostegni all'acquisto esclusivo di impianti tecnologici, macchinari ed attrezzature.

In Emilia-Romagna le **aziende agricole** che coltivano barbabietola da zucchero ammontano a 3.306 unità su una **superficie** di 25.309,77 ettari, pari all'2,4% della SAU totale e al 43,2% della superficie nazionale utilizzata per la coltivazione della barbabietola da zucchero. Rispetto al 2000, si registra un calo consistente del 78% nel numero delle aziende e del 65% nell'estensione delle superfici coltivate. Le dimensioni medie crescono passando da 4,8 ettari a 7,7 ettari. L'Emilia-Romagna risulta fortemente **specializzata** nella coltivazione della barbabietola da zucchero: la quota di superficie regionale dedicata a questa coltivazione risulta infatti 5 volte la quota nazionale.

Appena lo 0,1% delle aziende è rappresentato da unità che gestiscono terreni con metodo **biologico**, le quali esibiscono dimensioni medie rilevanti (32 ettari).

La **produzione** di barbabietole da zucchero è stata nel 2011 di 1,6 mio t, corrispondente ad un **valore** a prezzi base di 65,8 mio€ ovvero l'1,2% della produzione agricola regionale e il 45% del valore della produzione nazionale di barbabietola da zucchero. Rispetto al 2010, si riscontra un aumento dell'1,6% della quantità prodotta e del 10,4% del valore della produzione. Il **prezzo base** è stato di 42 €/t, aumentato del 9% rispetto al 2010.

In merito alla fase della **trasformazione**, nella regione, si localizzano due dei quattro zuccherifici ancora in funzione sull'intero territorio nazionale, ovvero la cooperativa agricola di produttori bieticoli CO.PRO.B di Minerbio (Bologna) e Eridania-Sadam a San Quirico (Parma). Secondo i dati della Camera di Commercio, le unità locali di lavorazione dello zucchero che operano in Emilia-Romagna sono al 2011 in numero di 15, diminuite del 25% rispetto al 2009. Fino al 2005, operava nel settore saccarifero il gruppo Sfir¹ di Cesena, una delle aziende storiche del comparto che a causa della riforma ha deciso di riconvertire le proprie attività.

Riguardo alla **distribuzione territoriale** della fase produttiva, il 60,7% delle aziende agricole si localizza nelle province di Bologna e Ferrara. Il resto delle aziende si ritrova soprattutto nelle province di Parma (12%), Modena (11,4%), Piacenza (6%) e Reggio Emilia (7%). La quasi totalità (95,3%) della superficie coltivata a barbabietola da zucchero si concentra in pianura, mentre la parte rimanente è situata quasi completamente in area collinare.

Dal punto di vista associativo, nella regione operano 26 **cooperative** agricole che coltivano barbabietola da zucchero su una superficie di 731,63 ettari, il 3% della SAU corrispondente. In rapporto alla media nazionale, il fenomeno della cooperazione nella coltivazione di questa coltura appare più sviluppato.

Riguardo alle **organizzazioni di produttori**, esiste una sola OP, l'unica a livello nazionale, ovvero la CO.PRO.B riconosciuta ai sensi del decreto legislativo 102/2005. La OP, che opera anche sui territori di Veneto, Friuli Venezia Giulia e Lombardia, aggrega 5.102 soci per una produzione commercializzata di 33,5 milioni di €.

Riguardo al funzionamento della filiera, esistono due importanti **accordi interprofessionali** stipulati dagli zuccherifici con le organizzazioni di bieticoltori allo scopo di garantire all'intera filiera bieticolo-saccarifera la continuità di coltivazione della bietola e la garanzia nella produzione di zucchero. Un primo accordo² è quello siglato dalla COPROB con le Associazioni nazionali ANB e CNB. L'altro accordo³ è quello tra Eridania-Sadam ed organizzazioni dei bieticoltori, con l'obiettivo di garantire allo stabilimento di San Quirico (Parma) conferimenti di materia prima corrispondenti alle effettive capacità produttive dello zuccherificio nella prossima campagna saccarifera, contrariamente a quanto avvenuto nel corso del 2011.

¹L'azienda nel 2010 ha ripreso l'attività di produzione di zucchero realizzando in prossimità del porto di Brindisi una nuova raffineria di zucchero grezzo di canna. Il nuovo stabilimento Sfir ha una capacità produttiva teorica che sfiora le 500 mila tonnellate di zucchero (300 mila le tonnellate previste nel 2011 e 350 mila quelle per il 2012) destinata per circa l'85% ad essere commercializzata in Italia.

²Per la campagna bieticola 2012 è stato sottoscritto un accordo per la definizione del prezzo bietola per la prossima campagna bieticolo-saccarifera, pari a 46,60 euro a tonnellata. Tale remunerazione è raggiunta grazie al valore di 2,50 euro a tonnellata riconosciuto all'assunzione dell'impegno di coltivazione triennale.

³L'accordo definisce le modalità di valorizzazione della barbabietola da zucchero nell'annata 2012. Per il comprensorio tradizionale di San Quirico (inclusa l'area ex Casei Gerola) l'accordo ha assicurato un prezzo minimo di 50 €/t (importo comprensivo di valorizzazione polpe e contributo articolo 68).

1.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento

Punti di forza (STRENGTH)	Punti di debolezza (WEAKNESS)
<ul style="list-style-type: none"> • Elevata specializzazione e dimensione economico-produttiva • Elevato valore agronomico della barbabietola quale elemento essenziale nella pratica della rotazione • Consistente dotazione di strutture, infrastrutture e <i>know-how</i> • Presenza dell'unica OP a livello nazionale • Presenza di importanti accordi interprofessionali finalizzati a stabilizzare la filiera 	<ul style="list-style-type: none"> • Difficoltà ad assicurare stabilità e adeguata continuità alla fornitura di barbabietole per garantire un livello di produzione idoneo a saturare la capacità degli zuccherifici e soddisfare il fabbisogno interno di zucchero • Condizioni pedoclimatiche meno adatte alla coltivazione rispetto al Centro-Nord Europa • Prodotto finito indifferenziato • Alti costi energetici per la fabbrica e per i trasporti • Variabilità climatica che influenza pesantemente le rese produttive • Insufficiente salvaguardia del settore nazionale in ambito UE
Opportunità (OPPORTUNITY)	Minacce (THREAT)
<ul style="list-style-type: none"> • Valorizzazione del <i>made in Italy</i> • Diversificazione della produzione (es. bioplastiche realizzabili da sottoprodotti della lavorazione dello zucchero) • Trasformazione energetica dei sottoprodotti della filiera 	<ul style="list-style-type: none"> • Abbandono delle coltivazioni incentivato dai programmi di ristrutturazione del settore bieticolo-saccarifero • Volatilità del prezzo dello zucchero • Costante aumento delle importazioni dovuto alla riforma dell'OCM • Effetti della prossima cessazione (2017) delle quote produttive e conseguente destabilizzazione sia del mercato europeo, a causa del divario di competitività con i produttori di canna da zucchero, sia di quello regionale e nazionale per la maggiore competitività della bieticoltura del Centro-Nord Europa.

Fabbisogni di intervento
<ul style="list-style-type: none"> • Supportare investimenti nel miglioramento dell'efficienza energetica e della gestione della risorsa idrica • Incentivare la ricerca varietale verso colture più resistenti alle fitopatie e alla siccità e con maggiori rese produttive • Sostenere progetti per l'innovazione di prodotto a livello di servizi offerti e/o di caratteristiche intrinseche • Concentrare le coltivazioni attorno agli zuccherifici per ridurre l'incidenza dei costi di trasporto • Migliorare l'efficienza e i rapporti di filiera incentivando la forma associata e supportando le OP • Favorire l'utilizzo dei sottoprodotti per la diversificazione della produzione (es. bioplastiche) • Offrire maggiori servizi di assistenza tecnica a favore degli agricoltori • Favorire investimenti nelle politiche commerciali e di marketing • Sostenere l'introduzione e la diffusione di strumenti di gestione del rischio connesso alla volatilità dei prezzi

2. FILIERA OLEO-PROTEAGINOSE

2.1 Sintesi

Nel 2010, gli **acquisti** delle famiglie italiane di oli e grassi sono ammontati al 4,1% della spesa alimentare, pari a circa 5,8 miliardi di €. Il consumo annuo pro-capite di oli e grassi e vegetali al 2009 è risultato pari a 35 Kg.

Le statistiche ASSITOL indicano che la **disponibilità** di semi oleosi per la disoleazione nel 2011 si è attestata a circa 2,3mio di tonnellate, in calo del 10,4% rispetto al 2010. Allo stesso modo è calato anche il quantitativo di semi oleosi passati effettivamente alla trasformazione (-6% circa). Il quantitativo di semi oleosi destinato alla disoleazione continua ad essere costituito per la maggior parte dai semi di soia, rappresentando circa il 67%. Analogamente, anche la disponibilità complessiva di oli da semi (sia per uso alimentare che industriale), nel 2011 si è ridotta di circa 344 mila tonnellate, pari al 14,8%, con un'inversione di tendenza rispetto al trend del 2010. La componente più significativa è costituita dall'olio di soia che rappresenta circa il 20% del totale. Relativamente ai panelli e alle farine di estrazione da semi oleosi, si evidenzia una crescita della disponibilità complessiva di circa l'1%, dipesa dalla crescita delle importazioni.

In merito agli **scambi con l'estero**, le esportazioni di semi e frutti oleosi sono risultate nel 2011 pari a 6,9 mio € a fronte di importazioni per un ammontare di 59 mio €. Rispetto al 2010, il saldo commerciale è ulteriormente peggiorato di 4,9 mio. L'Italia importa soprattutto dall'Ucraina e dal Paraguay che forniscono il 67% del prodotto importato, equivalente al 60,4% delle importazioni in valore. Il principale mercato di sbocco è la Germania che concentra il 17,2% delle esportazioni in valore, ovvero il 21,1% delle quantità esportate.

Anche riguardo all'olio di semi e frutti oleosi, la bilancia commerciale si conferma negativa. Le importazioni al 2011 sono state 222 mio di € mentre le esportazioni appena 31 mio di €, portando il saldo negativo a 191 mio di €. Nel confronto con l'anno precedente il saldo è continuato a peggiorare diminuendo di ulteriori 31 mio di € (-19%). In termini monetari, i principali fornitori di olio di semi e frutti oleosi per l'Italia sono l'Indonesia e l'Argentina che forniscono il 47,2% del prodotto importato, equivalente al 50,5% dei quantitativi acquistati. I mercati ai quali l'Italia esporta gran parte dell'olio sono Germania, Austria, Francia e Spagna, che assieme assorbono il 51% delle esportazioni in valore. In termini quantitativi, è invece l'Austria il principale mercato di sbocco con il 33,9% delle esportazioni.

Infine, con riferimento ai panelli e alle farine di estrazione da semi e frutti oleosi, si registrano importazioni per un ammontare di 60 mio di €, contro 6 mio di € di prodotti esportati. L'Argentina è il principale fornitore (59,8% delle importazioni in valore) mentre il mercato di sbocco per le esportazioni italiane è rappresentato soprattutto dall'Austria alla quale l'Italia cede il 55% del prodotto venduto all'estero.

Le **aziende** censite nel 2010 che coltivano in Emilia-Romagna piante da semi oleosi ammontano a 3.046 ed investono 30.445,3 ha di **superficie** agricola pari a circa il 3% della SAU regionale. Il 72% dei terreni è dedicato alla coltivazione della soia, che rappresenta la coltura principale. Il 18% è invece utilizzato per il girasole, al quale seguono colza e ravizzone (8%), semi di lino e ad altre piante di semi oleosi (2%). Ciascuna azienda gestisce in media 10 ha di terreno (contro un valore nazionale di 6 ha). Rispetto al 2000, le aziende sono diminuite del 47%. Anche la superficie utilizzata decresce ma a tassi inferiori (-35%), portando quindi ad un aumento delle dimensione medie del 6%.

Le aziende che adottano metodi **biologici** sono in numero di 67 (appena il 2,6% delle aziende con semi oleosi) su una superficie di 1.000 ha, ovvero il 2,8% della superficie complessivamente coltivata. Rispetto alla media nazionale, si nota una leggera **specializzazione** produttiva in Emilia-Romagna nella coltivazione biologica di piante destinate alla produzione di olii. L'incidenza delle aziende biologiche è infatti il 30% più alta rispetto a quella riscontrabile sul territorio nazionale.

Riguardo alla fase della **trasformazione**, in regione operano al 2011 58 stabilimenti per la lavorazione di oli e grassi vegetali, di cui 18 sono quelli artigianali mentre 40 sono quelli a caratterizzazione industriale, aumentati del 2,6% rispetto al 2009.

Nel 2011, la **produzione** di oleaginose industriali è stata di 106,5 mila tonnellate, il 12,3% della produzione nazionale, registrando una flessione del 3,4% rispetto alla campagna precedente. A fronte di un **prezzo base** di circa 282,3 €/t, aumentato di quasi il 13% in confronto al 2009, il **valore della produzione** si è attestato a 30 milioni di €, quasi il 9% in più rispetto alla campagna precedente. Le oleaginose pesano per meno dell'1% sulla produzione regionale e per il 12% su quella nazionale. La soia rappresenta la coltura più importante rappresentando il 78% della produzione di piante da semi oleosi e il 79% della produzione in valore. Tutte e tre principali colture, soia, girasole e colza, hanno visto diminuire i livelli produttivi, in special modo la colza che ha registrato una riduzione del 6,6%. I prezzi sono invece aumentati, comportando un rialzo del valore delle rispettive produzioni, soprattutto per il girasole il cui prezzo è aumentato del 20%. Sull'aumento dei prezzi pesa lo squilibrio tra l'offerta, ancora inadeguata, e la domanda crescente per usi alternativi quali la produzione di biocarburanti e l'alimentazione zootecnica. Ha inoltre influito l'applicazione della circolare n. 5220 del Mipaaf firmata nel 2010 ai sensi della l. 99 del 2009, connessa all'avvio dei processi di certificazione della provenienza e della qualità dell'olio, la quale, comportando costi più alti per i produttori, ha contribuito all'aumento generale dei prezzi.

Le aziende con **vendita diretta** di piante industriali e proteiche (che in Emilia-Romagna sono rappresentate soprattutto piante da semi oleosi) sono 123, appena l'1,1% delle aziende che commercializzano prodotti direttamente ai consumatori e il 3,5% delle aziende che coltivano piante industriali.

In relazione alla **dislocazione territoriale**, emerge prevedibilmente una elevata concentrazione della produzione nelle zone di pianura (oltre il 90% di aziende e superfici). Dal punto di vista provinciale, Ferrara è la realtà in cui tende a localizzarsi oltre la metà delle aziende e delle superfici coltivate.

Sul piano **associativo**, le aziende che conferiscono prodotti agricoli per fini industriali agli organismi associativi sono in numero di 3.146, ben il 90% delle aziende con coltivazioni di piante industriali, ponendone in evidenza l'elevato grado di aggregazione (oltre due volte quello medio nazionale). Le **cooperative** con colture industriali sono 50, l'1,4% delle aziende complessive, e gestiscono una superficie di 3 mila ettari, il 9% dei terreni usati per coltivazioni destinate all'industria. Il fenomeno della cooperazione è molto rilevante se rapportato al contesto nazionale. Difatti il livello di diffusione in termini di unità produttive è sette volte maggiore di quello medio.

2.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento

Punti di forza (STRENGTH)	Punti di debolezza (WEAKNESS)
<ul style="list-style-type: none"> • Buon livello di specializzazione territoriale • Know-how industriale e impiego di tecnologie avanzate 	<ul style="list-style-type: none"> • Scarso collegamento fra fase di produzione e successiva trasformazione industriale • Lenta introduzione di innovazioni tecnologiche • Carenza di innovazioni genetiche • Mancanza di strumenti per la copertura dei rischi di volatilità dei prezzi • Aumento dei costi dovuto alla normativa sulla certificazione della qualità e della provenienza dell'olio vegetale • Offerta indifferenziata • Basso grado di approvvigionamento
Opportunità (OPPORTUNITY)	Minacce (THREAT)
<ul style="list-style-type: none"> • Qualità e della salubrità del prodotto (NO OGM) in relazione ai fabbisogni delle principali produzioni a DO nel settore dei formaggi e carni • Crescita della domanda di consumo di proteine di fonte non animale (soia in sostituzione di carne e latte) • Crescita della domanda per usi alternativi a quelli alimentari quali la produzione di biocarburanti e l'alimentazione zootecnica • Produzione biologica • Aumento domanda di soia per l'alimentazione animale • <i>Greening</i> e rotazione colturale 	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrenza da parte di produzioni OGM • Cambiamento climatico e conseguenti rischi di instabilità delle produzioni e dei redditi • Elevata volatilità dei prezzi sui mercati internazionali • Crescente concorrenza della materia prima e dei prodotti derivati provenienti da paesi terzi • Possibili effetti depressivi dovuti alle emergenze sanitarie negli allevamenti animali • Aumento del costo dei fattori produttivi

Fabbisogni di intervento
<ul style="list-style-type: none"> • Migliorare il grado di integrazione della fase agricola nell'ambito delle filiere di destinazione (in particolare allevamenti DOP/IGP) attraverso accordi di filiera che coinvolgano anche i produttori di sementi • Incentivare investimenti finalizzati all'introduzione di sistemi di certificazione della qualità e di produzioni NO OGM • Sostenere le innovazioni di processo e la razionalizzazione nell'uso dei mezzi tecnici volte a migliorare la qualità del prodotto, ridurre l'impatto ambientale e favorire un corretto utilizzo della risorsa idrica sia nella fase di produzione che in quella di trasformazione • Incentivare la ricerca di cultivar maggiormente sostenibili e più adatte alle aree di produzione che richiedano un minore impiego di input • Sviluppare la fase di trasformazione in funzione di prodotti derivati funzionali a successivi utilizzi non alimentari • Sostenere l'introduzione di strumenti di prevenzione e gestione del rischio connesso in particolare alla volatilità dei prezzi

3. FILIERA CEREALI

3.1 Sintesi

Nel 2010 il **consumo** interno di cereali si è attestato a 160 kg pro-capite. La spesa annua delle famiglie italiane per i derivati del frumento è risultata nel 2011 pari a 27,3 miliardi di €, mostrando in termini sia complessivi sia pro-capite un leggero aumento nei confronti dell'anno precedente (rispettivamente +1,2% e +0,7%). Nel dettaglio dei principali derivati del frumento, emerge una sostanziale stabilità del consumo di pasta, cui è corrisposta la medesima dinamica sul fronte della spesa. Al contrario, sono risultati in aumento i volumi dei prodotti a maggior contenuto di servizi, come i sostituti del pane e i primi piatti pronti, per i quali si è riscontrato un aumento dei volumi acquistati nonostante la crescita dei prezzi al consumo.

La **spesa** media mensile delle famiglie emiliano-romagnole per l'acquisto di pane e cereali è risultata nel 2010 pari a 75,3€, inferiore di 7 € rispetto al 2009 e tornando ai livelli del 2000. In relazione alla composizione della spesa per generi alimentari, il consumo di pane e cereali costituisce il 17% del totale, rappresentando la terza voce di spesa per importanza, dopo il consumo di carne e quello di patate, frutta e ortaggi.

Nel 2011, il volume di **esportazioni** di cereali e farine è ammontato a 462 mio € mentre le **importazioni** sono risultate 2.873 mio €, dando luogo ad un saldo negativo di 2.412 mio €. Rispetto al 2010, il saldo è peggiorato del 42%. I principali partner sono rappresentati dalla Tunisia, la Germania e la Francia che assieme assorbono quasi il 40% delle esportazioni e il 37,4% del prodotto importato.

Con riferimento alla pasta, la bilancia commerciale italiana si conferma molto positiva. Le esportazioni di paste alimentari sono risultate pari a 1.536 mio € a fronte di importazioni equivalenti a 34,6 milioni di €. Il saldo commerciale, di 1.502 mio €, rispetto al 2010 è ulteriormente migliorato aumentando del 9% circa. I mercati di sbocco principali sono la Germania, la Francia, il Regno Unito e gli Stati Uniti che assorbono il 54% delle esportazioni.

Sulla base dei dati censuari, le **aziende** di coltivazioni di cereali per la produzione di granella presenti nella regione sono al 2010 in numero di 36.382 (50% delle aziende totali) e impiegano 383.526,91 ettari di **superficie** (36% della SAU totale). Gran parte della superficie è impiegata per il frumento tenero (40%), il mais (25,5%) e il frumento duro (18,4%). Ciascuna azienda possiede mediamente 10,5 ettari di superficie. Rispetto al 2000, le superfici investite a cereali sono aumentate del 5%, mentre la numerosità delle aziende è scesa del 31%, portando quindi ad un rafforzamento delle dimensioni medie che al 2000 ammontavano a quasi 7 ettari.

Delle tre colture principali, il frumento duro è il solo ad aver registrato una dinamica positiva caratterizzata da un aumento sia delle aziende (+84%) sia delle superfici investite, quasi raddoppiate nell'arco del decennio considerato. Per tutte e tre le colture, si nota un aumento delle dimensioni medie, che risulta però più consistente nel caso del frumento duro. L'Emilia-Romagna presenta elevati livelli di **specializzazione** nella coltivazione di frumento tenero, come mostra una quota di superficie investita pari ad oltre 3 volte la quota nazionale di superficie impiegata per la produzione di frumento tenero.

Le aziende che adottano metodi **biologici** nell'uso del terreno sono il 3% delle aziende cerealicole e gestiscono una superficie di quasi 12 mila ettari, il 3% della SAU cerealicola.

La **produzione** di cereali nel 2011 è risultata pari a 3,8 milioni di tonnellate corrispondente ad una produzione in **valore** a prezzi base di 788,3 milioni di €, equivalente al 13% della produzione regionale e al 14,8% del valore nazionale dei cereali. Nel confronto con l'annata precedente, si osserva una crescita dei volumi produttivi del 5,8% e di un aumento del valore della produzione del 41,8%. A trainare la crescita, sono soprattutto il mais e il frumento tenero cresciuti rispettivamente del 76 e 45%, grazie ad un andamento meteo-climatico particolarmente favorevole. Cala invece la produzione di frumento duro, diminuita del 31%. Ciononostante il ricavo ad essa associata registra a livello regionale un incremento del 4%, per via del forte aumento dei prezzi medi (+34%). Il **prezzo** medio dei cereali è stato di circa 21 €/t, aumentato del 34% rispetto al 2010. I prezzi dei principali cereali si sono attestati a 25€/t per il frumento tenero, 34€/t per il frumento duro e 23€/t per il mais.

Riguardo alla fase della **trasformazione** sono presenti in Regione nel 2011 191 unità locali appartenenti alla categoria della molitura di cereali. Sono inoltre operativi 162 stabilimenti per la produzione di mangimi di cui 35 sono gestiti da imprese artigiane mentre 127 sono quelli industriali. Rispetto al 2009, si è verificata una riduzione delle unità impegnate nella molitura che ha maggiormente interessato le imprese industriali (-5,4% contro -1,1% delle imprese artigiane). Riguardo alla mangimistica, si sono ridimensionate solo le unità locali delle imprese artigiane (-8%) mentre gli stabilimenti industriali sono aumentati del 7%. Da rilevare che l'Emilia-Romagna rappresenta il secondo più grande produttore di mangimi completi in Italia, subito dopo il Veneto. Nel 2009, la produzione di mangimi è risultata pari a circa 28 milioni di quintali, ovvero il 26% della produzione nazionale.

Le aziende con **vendita diretta** al consumatore sono 567, appena l'1,6% delle aziende cerealicole.

Nel territorio regionale ricade un unico prodotto **DOP**: la Coppia Ferrarese DOP. I dati ISTAT sui prodotti a denominazione di origine rivelano che nel 2010 risultavano 5 trasformatori di Coppia Ferrarese.

In merito alla **distribuzione territoriale**, con riferimento alla fase della produzione, i dati censuari indicano che una parte preponderante della superficie coltivata a cereali si concentra nelle province di Ferrara e Bologna che assieme assommano quasi la metà di tutta la superficie. Dal punto di vista altimetrico, come è logico attendersi, risulta prevalente l'area di pianura (83,4% del totale) seguita da quella collinare (14,9%) e, in via residuale, da quella localizzata in montagna (1,7%).

Riguardo all'**associazionismo**, i dati censuari indicano che le aziende che hanno venduto o conferito prodotti cerealicoli ad organismi associativi sono nel 2010 in numero di 20.684, pari al 57% delle aziende regionali che coltivano cereali, tre volte il grado di associazionismo presente a livello nazionale (22%). Le **cooperative** agricole di produzione di cereali sono 122 ed impiegano una superficie di 13 mila ettari, il 3,4% della superficie cerealicola. Rispetto alla media nazionale, l'Emilia-Romagna presenta un'alta specializzazione cooperativistica nella coltivazione di cereali.

Nella Regione, secondo i dati ministeriali, al 30 giugno 2012, operano quattro **organizzazioni dei produttori** nel settore cerealicolo-riso-oleaginoso, di cui due riconosciute in base al d.lgs 228/01 (Grandi colture italiane e Cereali Emilia-Romagna) e le restanti in base al d.lgs 102/05 (Capa Ferrara OP e la Cerealbio Organizzazione Produttori). In particolare, la OP Grandi colture italiane è una organizzazione interregionale che coinvolge anche la Lombardia e il Veneto. La Cereali Emilia-Romagna è la più grande Organizzazione di produttori di cereali in Italia, nata dalla fusione di tre grandi Op del settore (Esperia, Cereali Romagna e Progeo) in rappresentanza di altrettanti Consorzi agrari (Ravenna, Forlì-Cesena-Rimini e Bologna-Modena), di Terremerse e Progeo. Le OP aggregano oltre 8 mila soci produttori e commercializzano una produzione in valore di 125,6 mio di €, circa l'85% della produzione commercializzata a livello nazionale attraverso le OP.

Negli ultimi anni il comparto cerealicolo è stato investito da un importante processo di riorganizzazione e integrazione della filiera motivato sia dall'esigenza dell'industria di trasformazione di assicurarsi l'approvvigionamento di materia prima rispondente a determinati criteri qualitativi e nutrizivi, sia dalla necessità dei produttori di cereali di far fronte ai problemi legati alla forte volatilità dei mercati. In questo contesto si inserisce il progetto "Grano duro di alta qualità in Emilia-Romagna", patrocinato dalla Regione, che prevede la stipula di un **contratto quadro** per la fornitura di un ingente quantitativo di prodotto all'industria Barilla. Con riferimento alla campagna cerealicola 2011/12, il contratto quadro, rinnovato nel 2011 per la sesta volta, ha istituito due importanti novità rispetto alla campagna precedente: l'aumento delle quantità conferite da 70 mila a 90 mila tonnellate di grano duro (pari al 36% della produzione regionale), una maggiore flessibilità nella fissazione del prezzo di vendita della materia prima. Quest'ultima novità si pone come obiettivo quello di massimizzare l'utile degli agricoltori, ridurre gli effetti negativi legati alla volatilità dei prezzi, nonché incentivare la coltivazione del grano duro con requisiti di elevata qualità.

Un altro importante strumento di integrazione della filiera, a garanzia della qualità e del consumatore, è rappresentato dall'**accordo quadro**, rinnovato per il triennio 2012-2014, per la produzione di pane fresco a Qualità Controllata (QC), siglato dalle associazioni di panificatori (Unione regionale panificatori, Cna, Confartigianato), le imprese molitorie e le organizzazioni dei produttori cerealicoli. Nel 2011, i forni aderenti al progetto sono stati 70 per una produzione che ha superato i 2 mila quintali.

La Regione Emilia-Romagna supporta 7 **progetti integrati di filiera** finalizzati alla valorizzazione della qualità del grano duro, all'ammodernamento e alla razionalizzazione delle strutture produttive di stoccaggio e trasformazione di prodotti e sottoprodotti cerealicoli, al miglioramento della fase commerciale e all'introduzione di innovazioni di processo. Le imprese aderenti sono 479, di cui 167 sono i beneficiari diretti. Le spese progettuali ammontano a 28 mio € finanziate per il 34%.

3.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento

Punti di forza (STRENGTH)	Punti di debolezza (WEAKNESS)
<ul style="list-style-type: none"> • Diffuso ed elevato livello della conoscenza delle tecniche di coltivazione • Buon livello di specializzazione territoriale • Presenza di contoterzismo professionale • Livello elevato di associazionismo • Aumento dell'integrazione contrattuale • Borsa merci di Bologna quale riferimento nazionale per i prodotti cerealicoli • Prossimità territoriale materia prima-industria • Strutture di produzione e trasformazione leader nazionali e internazionali • Know-how industriale e impiego di tecnologie avanzate • Buon posizionamento dei derivati del frumento sui mercati internazionali • Affermazione della dieta mediterranea basta sui cereali quale modello alimentare nazionale e internazionale 	<ul style="list-style-type: none"> • Polverizzazione produttiva • Scarsa integrazione lungo la filiera e tra filiere integrabili tra loro (cereali e allevamenti) • Stoccaggio indifferenziato in funzione della qualità • Uso non ottimizzato della meccanizzazione e lenta introduzione di innovazioni tecnologiche • Utilizzo non razionale di impianti di raccolta e stoccaggio • Crescita dei costi di produzione • Basso livello di spesa in programmi di ricerca e miglioramento varietale • Elevata volatilità dei prezzi anche nell'arco della stessa campagna di commercializzazione • Mancanza di strumenti per la copertura dei rischi di volatilità dei prezzi • Basso valore aggiunto dell'attività molitoria
Opportunità (OPPORTUNITY)	Minacce (THREAT)
<ul style="list-style-type: none"> • Ruolo strategico che i cereali possono svolgere nelle filiere agro-energetiche favorendo prospettive di diversificazione delle attività e di possibile integrazione del reddito agli agricoltori. • Creazione di distretti agro-energetici per la valorizzazione della filiera agroenergetica, coinvolgendo, oltre ai produttori, anche soggetti finanziatori ed enti pubblici, a garanzia della loro continuità funzionale e solidità • Rivalutazione dei prezzi e incentivo alla coltivazione • Accordi di filiera con il settore suinicolo per l'alimentazione animale • Realizzazione di strutture efficienti per lo stoccaggio differenziato per classi omogenee di qualità • Diversificazione produttiva delle aziende agricole verso nuove attività della trasformazione (es. panifici, birrifici) grazie al nuovo quadro legislativo • Produzione di prodotti trasformati ad alto contenuto salutistico 	<ul style="list-style-type: none"> • Condizioni di mercato rigide, stock scarsi, elevata volatilità dei prezzi, e moderata crescita della produzione • Sottrazione di terreno alle produzioni edibili per produzioni agro energetiche (accentuata dal processo di <i>greening</i> previsto dalla riforma della PAC) e conseguente aumento degli affitti dei terreni. • Saturazione dei mercati di riferimento e perdita di spazi di mercato nell'export • Aumento del costo dei fattori produttivi • Riduzione della biodiversità per l'alta specializzazione regionale (attenuate, in parte dall'introduzione del <i>greening</i>) • Cambiamento climatico che porta a stress idrico e fitopatie (es. aflatossine)

Fabbisogni di intervento

- Sostenere processi di aggregazione a livello aziendale (OP, cooperazione), con meccanismi di premialità, e di accorpamento fondiario per abbattere i costi, costituire massa critica di prodotti, accrescere la qualità dei prodotti, ridurre le intermediazioni e aumentare il potere negoziale
- Supportare l'innovazione tecnologica di processo (anche in forma aggregata) per ottimizzare le rese, ridurre i costi di produzione, aumentare la produttività del lavoro e migliorare la qualità dei prodotti, anche attraverso la certificazione ambientale (es. *carbon foot print*.)
- Stipulare accordi che non vincolino esclusivamente agricoltori e stoccatore, ma che si estendano anche agli altri soggetti della filiera (industria, associazioni di panificatori, GDO), per definire parametri qualitativi, quantitativi, relazioni commerciali e pagamenti
- Processi di internazionalizzazione per consentire una migliore valorizzazione dell'offerta interna
- Dare seguito al rinnovo annuale dell'accordo quadro tra Barilla e i produttori di grano duro emiliano-romagnoli, che rafforza in regione la filiera del grano duro di alta qualità, contribuisce alla riduzione delle importazioni e al miglioramento della programmazione quali-quantitativa delle produzioni, e offre prospettive per la coltivazione di questo cereale
- Favorire processi di integrazione di filiera nella forma di accordi interprofessionali finalizzati al fornire supporto alla sperimentazione e alla sostenibilità economica e ambientale, e multi-filiera per gestire al meglio le rotazioni colturali e definire un programma poliennale di coltivazione
- Investimenti per la razionalizzazione e il miglioramento dei processi di raccolta e stoccaggio (es. tecnica del freddo) e la differenziazione dei prodotti stoccati in funzione di classi omogenee
- Ammodernamento di impianti di essiccazione mais (es. macchine a effetto ottico per la pulizia dalle aflattossine)
- Favorire l'adozione di sistemi produttivi innovativi (agricoltura di precisione, sistemi di supporto alle decisioni basati per esempio su modelli climatici)
- Fornire supporto alla formazione nell'utilizzo della innovazione tecnologica e di processo
- Regolamentazione delle produzioni agroenergetiche per stabilizzare il mercato dei cereali
- Investimenti in ricerca per l'identificazione e la selezione delle varietà meno esigenti da un punto di vista idrico e più resistenti alle fitopatie indotte dai cambiamenti climatici.
- Favorire investimenti nelle aziende per lo sviluppo di attività di lavorazione e trasformazione dei cereali (es. pane, birra) attraverso la costituzione di reti di agricoltori
- Sostenere l'introduzione e la diffusione di strumenti di gestione del rischio connesso alla volatilità dei prezzi

4. FILIERA ORTAGGI FRESCHI

4.1 Sintesi

Nel 2010, il **consumo** pro-capite annuo di ortaggi freschi (inclusi legumi e patate) si aggirava attorno ai 162 Kg a persona, di cui il 73% è costituito da ortaggi, il 20% da patate, il 4% da legumi secchi ed il 3% da legumi freschi. La spesa annua delle famiglie è risultata 15,4 miliardi di €, equivalente a 254,21 € a persona. Le vendite di ortaggi avvengono per il 54,5% attraverso gli iper e supermercati. Il restante transita attraverso il dettaglio tradizionale (13,4%), ambulanti e mercati rionali (12,1%), discount (8,3%), liberi servizi e altri canali (16,3%).

Nel 2011, le **esportazioni** di ortaggi freschi, inclusi legumi e patate, sono state 1.233 mio €, per il 92% rappresentate dagli ortaggi, mentre le **importazioni** sono risultate 1.136 mio €. Rispetto all'anno precedente, si registra una diminuzione rilevante del saldo commerciale pari al 56% di peso in particolare da una riduzione delle esportazioni di circa il 9% unitamente ad un leggero aumento delle importazioni (+0,3%). Le principali destinazioni sono i mercati di Germania, Austria e Francia con il 52% del valore del prodotto esportato (equivalente al 55,1% del quantitativo venduto), mentre i più grandi fornitori sono la Francia, i Paesi Bassi e la Spagna i quali esportano verso l'Italia il 58% delle importazioni, corrispondente al 56,6% della quantità di ortaggi complessivamente acquistati dall'estero.

Secondo i dati censuari, le **aziende** agricole che nella regione coltivano legumi secchi, patate e ortaggi sono in numero, rispettivamente, di 1.101, 1.855 e 7.418. Rispetto al 2000, aumentano le unità che coltivano legumi secchi (+10%), in controtendenza rispetto alla media nazionale (-54,7%), mentre calano quelle che producono patate (-46,5%) e ortive (-36,3%) sebbene a tassi inferiori rispetto alla media nazionale.

La **superficie** complessivamente investita ammonta a 60.852,08 ettari (incluso anche quella impiegata per il pomodoro da industria), pari al 5,7% della SAU regionale. Di questa, gran parte è utilizzata per gli ortaggi (oltre 50 mila ettari). Nell'arco di un decennio, la superficie è aumentata del 15,3%, in misura però inferiore rispetto alla media nazionale (+27,8%). Rispetto al contesto nazionale, l'Emilia-Romagna appare decisamente **specializzata** nella coltivazione di ortive e patate in termini di superfici utilizzate.

Nel 2011, le superfici investite nelle colture orticole principali sono risultate pari a 59.650 ettari, registrando una leggera diminuzione rispetto al 2010 (-1,2%). Gran parte della superficie risulta impiegata per il pomodoro da industria (42%), seguito dalla patata comune (10% del totale), il pisello fresco (9,2%), il fagiolo (7,9%) e la cipolla (5,8%).

La **produzione** regionale di ortaggi (incluso il pomodoro da industria) è ammontata 2,5 mio t, pari al 15% della produzione nazionale. Rispetto al 2010, si assiste ad una contrazione del 3%, su cui ha dipeso l'effetto della psicosi generatasi a seguito dell'epidemia di infezioni di Escherichia coli in Germania che ha comportato il ritiro a livello comunitario di numerose produzioni (cetrioli, pomodori, lattuga, zucchine e peperoni). Il **valore della produzione** è stato di 647,9 mio € (11% della produzione agricola regionale), in aumento del 4% rispetto al 2010. I contributi maggiori provengono dai pomodori (21,7%), patate (13,1%) e cipolle (11,5%). La Regione rappresenta poco più del 9% del valore della produzione nazionale, con differenze sensibili da prodotto a prodotto. Il **prezzo** medio degli ortaggi è ammontato a 25€/q. I pomodori sono stati pagati agli agricoltori 9€/q, con un incremento del 26% rispetto al 2010, le patate 38€/q e le cipolle 56€/q, in diminuzione dell'11% rispetto alla campagna precedente.

Le unità censite che adottano metodiche **biologiche** per la coltivazione di legumi secchi sono il 14% delle aziende totali per una superficie di 757 ettari, il 15% della superficie totale condotta da aziende con legumi secchi. Quante coltivano patate biologiche ammontano a 94 unità (5% delle aziende) mentre quelle con ortaggi prodotti biologicamente sono il 5% delle aziende complessive per una superficie equivalente al 14% della superficie nazionale investita a biologico.

Le aziende agricole che fanno **vendita diretta** al consumatore sono 2.138, pari a circa il 30% delle aziende ortive, in linea con il dato nazionale.

Nella Regione ricadono 4 prodotti orticoli **DOP** o **IGP**: l'Aglio di Voghiera (DOP), l'Asparago verde di Altedo (IGP), la Patata di Bologna (DOP) e lo Scalogno di Romagna (IGP). Ad essi, seppure non coltivato ma fatto rientrare comunque fra i prodotti ortofrutticoli, si aggiunge il Fungo di Borgotaro (IGP) comune anche alla Toscana.

La **distribuzione territoriale** fa riferimento alle statistiche censuarie dalle quali emerge come siano le province di Piacenza e Ferrara a concentrare le maggiori superfici destinate a legumi, patate e ortaggi (49,1%), seguite in particolare da Ravenna (14%) e Bologna (12,4%). La quasi totalità (84,5%) della superficie coltivata è localizzata in pianura. La parte rimanente è situata prevalentemente in area collinare (14,9%) ed in via residuale in montagna (0,6%).

Dal punto di vista **associativo**, le aziende che hanno venduto o conferito ortaggi e patate ad organismi associativi sono nel 2010 in numero di 3.051, pari al 41% delle aziende ortive. Le **cooperative** che coltivano legumi secchi sono 20. Quelle che producono patate sono 8 mentre le unità orticole sono 62. La superficie complessivamente utilizzata dalle cooperative dell'orticoltura ammonta a 1.784,46 ettari. La cooperazione per la coltivazione di legumi secchi appare molto più sviluppata rispetto alla media nazionale come dimostra la quota di superficie gestita in forma cooperativistica, pari a 8 volte la quota corrispondente a livello nazionale.

Secondo i dati ministeriali, nella Regione esistono 30 **organizzazioni** nel comparto ortofrutticolo riconosciute ai sensi del Regolamento (CE) 2200/96, di cui 26 sono le organizzazioni di produttori e 4 le associazioni di organizzazioni di produttori. In Emilia-Romagna si concentra il 10% delle 299 organizzazioni riconosciute a livello nazionale. Nel 2011 i **programmi operativi** presentati dalle Organizzazioni dei Produttori o dalle aggregazioni di queste, Associazioni di Organizzazioni di Produttori (AOP) facenti capo alla Regione Emilia-Romagna hanno contemplato una spesa complessiva di quasi 163 mio €, ed hanno percepito un aiuto pari ad oltre 81 mio € (circa il 50%).

Esistono inoltre due organizzazioni di produttori nel settore pataticolo riconosciute ai sensi del decreto 228/01: l'Associazione Produttori Patate emiliano romagnoli e l'ASSO.PA. Queste associazioni, che operano esclusivamente sul territorio regionale, aggregano 1.816 soci, pari al 98% delle aziende pataticole censite, per un valore della produzione commercializzata di 28,5 milioni di €, quasi la metà di tutta la produzione commercializzata sul territorio nazionale dalle OP.

Riguardo alla filiera pataticola esiste un **contratto quadro**, a carattere regionale, per la cessione di patate da consumo fresco, patrocinato dalla Regione Emilia-Romagna, che coinvolge Op, cooperative di produttori, associazione FRUITIMPRESE, associazione commercianti ASCOM e ditte commerciali. Il contratto, rinnovato nel 2010 per il triennio 2010-2012, è stato modificato nel 2011 rivedendo i tempi di consegna, le modalità di cessione e pagamento, nonché le azioni di miglioramento e qualificazione del prodotto, nell'ambito delle quali si dà la possibilità a una quota importante di patate non identificabile con marchio specifico (come nel caso dei marchi "Selenella" e "Patata di Bologna DOP") di poter essere valorizzata attraverso la certificazione "Qualità controllata" (QC).

Nell'ambito dell'intero comparto ortofrutticolo, la Regione finanzia 14 **progetti integrati di filiera** con l'obiettivo di ridurre i costi di produzione attraverso processi di razionalizzazione e l'introduzione di innovazioni di processo, favorire l'aggregazione, migliorare la fase di conservazione del prodotto, ammodernare le strutture produttive, migliorare la sostenibilità ambientale e sviluppare prodotti innovativi. Le imprese che aderiscono ai progetti sono in numero di 3.475, di cui 729 sono i beneficiari diretti. Il valore complessivo dei progetti si aggira attorno agli 88 mio €, finanziati dalla Regione per il 36,5%.

4.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento

Punti di forza (STRENGTH)	Punti di debolezza (WEAKNESS)
<ul style="list-style-type: none"> • Elevata specializzazione e presenza di produzioni tipiche • Elevato livello di associazionismo • Qualità e sicurezza delle produzioni • Vocazione produttiva del territorio • Buona propensione all'export di alcune produzioni orticole • Calendario di raccolta e commercializzazione sufficientemente ampio 	<ul style="list-style-type: none"> • Polverizzazione del tessuto produttivo e insufficiente aggregazione dell'offerta • Costi di produzione elevati • Filiera frammentata caratterizzata dal mancato raccordo tra grossisti e intermediari • Elevata volatilità dei prezzi • Redditività condizionata dall'andamento climatico dei paesi del Nord Europa (patate) • Scarsa propensione alle innovazioni di prodotto e di processo • Alta deperibilità del prodotto e difficoltà di programmazione delle semine e dei raccolti • Inefficienze nelle fasi di conservazione/lavorazione • Produzioni spesso indifferenziate e percepite come <i>commodity</i> • Scarsa valorizzazione del prodotti a IV gamma • Eccessivo potere contrattuale della Grande Distribuzione • Dipendenza dall'estero per il materiale sementiero
Opportunità (OPPORTUNITY)	Minacce (THREAT)
<ul style="list-style-type: none"> • Aumento della domanda internazionale e nuovi sbocchi di mercato • Sviluppo di prodotti ad elevato contenuto di servizio • Innovazioni di prodotto • Diffusione di modelli alimentari salutistici grazie anche a programmi istituzionali (es. Programma "frutta nelle scuole") • Diffusione del <i>Green Public Procurement</i> • Sviluppo di nuovi rapporti di filiera sulla base della nuova OCM • Sviluppo del canale breve • Produzione di energie rinnovabili da serre fotovoltaiche 	<ul style="list-style-type: none"> • Riduzione dei consumi interni • Concorrenza internazionale • Andamento climatico (che determina, per alcune colture, picchi di concentrazione di prodotto estremamente deperibile in corrispondenza della raccolta) • Riduzione disponibilità della risorsa idrica a causa dei mutamenti climatici (a rischio soprattutto il pomodoro da industria) • Comportamenti di alcuni paesi competitori che non collaborano per controllare l'offerta produttiva e svendono partite di ortofrutta

Fabbisogni di intervento

- Favorire processi di aggregazione territoriale e la stipula di accordi interprofessionali
- Perseguimento di una maggiore efficienza nella *performance* produttiva attraverso la riduzione dei costi
- Sostenere un concreto processo di rinnovamento varietale, di miglioramento delle tecniche colturali (basso impatto ambientale) e della qualità dei prodotti
- Regolamentare l'offerta e gestire la produzione che non ha mercato o che contribuisce a ribassare i prezzi all'origine
- Realizzazione di strumenti di prevenzione e gestione del rischio da attivare nel caso di annate negative
- Creazione di fondi autofinanziati per destinare una quota della produzione ordinaria all'avviamento di nuovi mercati
- Miglioramento della strategia nazionale di attuazione dell'OCM ortofrutta, favorendo misure che prevedano la prevalenza delle risorse destinate alle fasi di produzione agricola
- Promuovere l'applicazione dell'articolo 62 del decreto liberalizzazioni (Decreto legge 24 gennaio 2012, n. 1), che introduce l'obbligo di contratti scritti nei contratti di fornitura e tempi massimi di pagamento.
- Supportare progetti di filiera che migliorino la sostenibilità ambientale dell'intera filiera, valorizzino il territorio e coinvolgano la fase di commercializzazione al consumatore finale
- Incentivare la produzione di prodotti di IV gamma attraverso il sostegno ad investimenti che consentano un risparmio di costi
- Favorire l'introduzione di un sistema di supporto alle decisioni degli agricoltori basato sulla raccolta e l'analisi di dati produttivi (rese) e qualitativi più precisi e informazioni relative all'andamento produttivo e commerciale delle produzioni europee (patate)
- Incentivare l'assistenza tecnica e l'agricoltura di precisione non solo legate alla difesa colturale ma anche all'uso razionale della risorsa idrica e degli altri input in relazione agli obiettivi produttivi e qualitativi
- Intensificare i controlli sanitari relativamente al seme proveniente da altri paesi europei per migliorare la qualità delle produzioni
- Migliorare la fase di post-raccolta e selezione nei magazzini
- Sviluppare azioni di co-marketing mediante, ad esempio, l'uso di un marchio europeo che certifichi la qualità dei prodotti e del territorio di provenienza
- Incentivare il ricorso al canale corto da parte degli agricoltori
- Identificare produzioni più vulnerabili ai cambiamenti climatici e predisporre azioni di adattamento (ad esempio con riferimento alla gestione della risorsa idrica)

5. FILIERA FRUTTA

5.1 Sintesi

Nel 2010, la **spesa** domestica per frutta fresca e in guscio è risultata pari a 8 miliardi di €, equivalente ad una spesa pro-capite di 132,54 €. Le vendite di frutta avvengono per il 72% attraverso il canale al dettaglio. In particolare, il 55% transita attraverso gli iper e i supermercati mentre il 45% sul canale tradizionale.

Nel 2011, le **esportazioni** di frutta sono ammontate a 2.672 mio € a fronte di **importazioni** del valore di 1.965 mio €. Il saldo commerciale è diminuito dell'11% rispetto al 2010, attestandosi a 707 mio €. Questo risultato è frutto di un incremento maggiore (+6%) che ha interessato le importazioni rispetto ai volumi esportati (+1,2%). Il principale mercato di sbocco delle esportazioni italiane di frutta è la Germania, con il 27,3% della produzione complessiva esportata (29,8% del valore delle esportazioni). Le importazioni provengono soprattutto dalla Spagna con il 22,2% di frutta importata, equivalente al 20,9% del valore delle importazioni.

Secondo i dati censuari, in Emilia-Romagna esistono al 2010 18.355 **aziende** frutticole, pari al 25,1% delle aziende regionali. Rispetto al 2000, le aziende sono diminuite del 40%. La superficie utilizzata per colture da frutto ammonta a 67.454,31 ettari, pari al 6,3% della SAU regionale. Anche la superficie, nel decennio considerato, si è ridimensionata scendendo del 21,6%. La minore riduzione delle superfici rispetto alle aziende è all'origine di un aumento delle dimensioni medie che passano da 2,8 nel 2000 a 3,7 ettari per azienda nel 2010. La quota di superficie investita a colture ortofrutticole è circa 2 volte la corrispondente quota nazionale, ponendo in evidenza una spiccata **specializzazione** in questo tipo di colture.

Le aziende che coltivano frutta **biologica** sono 893, il 5,4% delle aziende totali e gestiscono una superficie di oltre 3 mila ettari, pari al 7% della superficie nazionale biologica.

Nel 2011, la **superficie** in produzione delle principali colture frutticole è stata di oltre 65 mila ettari, di cui il 34% impiegati per la coltivazione del pero, il 18% per le nettarine e il 14% per il pesco. Rispetto al 2010, sono aumentate significativamente le superfici impiegate per l'actinidia (+9%) e il loto (+8%).

La **produzione** frutticola in Emilia-Romagna è ammontata a 1,5 mio t, il 21% della produzione nazionale, per un **valore di produzione** di 660,8 mio €, pari al 12,3% della produzione agricola regionale e al 21% del valore nazionale. Il maggiore contributo proviene dalle pere (48% del valore di produzione frutticola), dalle nettarine (16%) e dall'actinidia (8%). Rispetto al 2010, si è avuta una diminuzione in valore del 2,3%, dovuta ad una forte riduzione di prezzi (in media, -18%). Il **prezzo** medio della frutta ricevuto dagli agricoltori è stato di 43€/q. Le pere sono state vendute a 49€/q, le nettarine a 34€/q e l'actinidia a 66€/q. In confronto alla campagna precedente, i prezzi sia delle pere sia delle nettarine sono diminuiti, rispettivamente, del 25 e 27%. L'actinidia, invece, ha assistito ad un aumento del 18%.

Le aziende agricole che fanno **vendita diretta** al consumatore sono 2.417, pari a poco più del 13% delle aziende frutticole, conformemente al dato nazionale.

Sul territorio regionale, trovano collocazione 5 prodotti **IGP**: le Amarene Brusche di Modena, la Ciliegia di Vignola, il Marrone di Castel del Rio, la Pera dell'Emilia-Romagna, la Pesca e Nettarina di Romagna.

Con riferimento alla **distribuzione territoriale**, dalle statistiche censuarie emerge come la superficie agricola coltivata a frutticole si localizzi prevalentemente nelle province di Ravenna (31%), Ferrara (20,8%), Forlì-Cesena (15,6%), Modena (14,7%) e Bologna (14,6%). Dal punto di vista altimetrico, gran parte delle coltivazioni frutticole si situa in aree pianeggianti (82,5%). Il resto si colloca per il 14,9% in area collinare e per il 2,6% in area di montagna.

A livello **associativo**, le aziende che hanno venduto o conferito prodotti frutticoli ad organismi associativi sono nel 2010 in numero di 8.824, pari al 48,1% delle aziende regionali che coltivano frutta. Le **cooperative** agricole di frutta sono 52 e possiedono una superficie di 673,9 ettari.

Riguardo alle **organizzazioni di produttori** riconosciute nel comparto ortofrutticolo, si veda il paragrafo 4.

In merito ai rapporti di filiera, è in fase di istituzione una **organizzazione interprofessionale** nella filiera delle pere, frutto di cui l'Emilia-Romagna è il principale produttore nazionale con il 70,4% della produzione complessiva nel 2011. L'obiettivo è anzitutto quello di assicurare una corretta remunerazione del prodotto attraverso una puntuale programmazione della produzione e l'autoregolamentazione dell'immissione sul mercato. Fra i compiti rientrano: la realizzazione di iniziative di conoscenza delle dimensioni produttive, tramite la predisposizione di un catasto delle superfici coltivate a pero, e lo studio più approfondito dei costi di produzione; la definizione di regole condivise di produzione e di immissione sul mercato per migliorare il livello qualitativo e rendere più aderente l'offerta alla domanda; azioni di studio e supporto per fronteggiare le problematiche fitosanitarie, ma soprattutto per favorire l'eliminazione delle barriere fitosanitarie all'export e l'armonizzazione delle normative sui residui di fitofarmaci. È previsto inoltre un forte impegno sulle attività di informazione, divulgazione e promozione per lo sviluppo di nuovi mercati.

Con riferimento ai **progetti integrati di filiera** nel comparto ortofrutticolo si rimanda al par. 4.

5.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento

Punti di forza (STRENGTH)	Punti di debolezza (WEAKNESS)
<ul style="list-style-type: none"> • Vocazione produttiva del territorio • Elevata specializzazione produttiva • Buona presenza di impianti frutticoli moderni che consentono di contenere i costi di produzione e ridurre il consumo di risorse idriche • Stoccaggio e gestione dell'offerta di frutta autunno vernina • Capacità di valorizzare la materia prima • Discreta capacità di innovazione di prodotto • Prossimità delle strutture di commercializzazione rispetto alle aree di coltivazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Scarsa integrazione di filiera • Elevata frammentazione del sistema produttivo • Perdita di quote sui tradizionali mercati di sbocco • Eccesso di offerta ed elevata volatilità dei prezzi • Elevata deperibilità della frutta estiva • Problemi logistici a causa delle carenze di infrastrutture ed all'uso quasi esclusivo del trasporto su gomma • Eccessivo potere contrattuale della Grande Distribuzione • Incapacità della filiera di creare politiche commerciali comuni • Riduzione strutturale dei consumi interni • Difficoltà di percezione della qualità organolettica (es. per pesche) • Frutta percepita dal consumatore come <i>commodity</i>
Opportunità (OPPORTUNITY)	Minacce (THREAT)
<ul style="list-style-type: none"> • Aumento della domanda mondiale • Applicazione dei contratti di filiera • Sviluppo di prodotti ad elevato contenuto di servizio e salutistico • Diffusione di modelli alimentari salutistici anche grazie a programmi istituzionali (es. Programma "frutta nelle scuole") • Diffusione del <i>Green Public Procurement</i> • Sviluppo di nuovi rapporti di filiera sulla base della nuova OCM • Sviluppo del canale breve • Domanda qualificata espressa dall'industria dolciaria • Possibilità di produzione di energie rinnovabili: serre fotovoltaiche, biogas e valorizzazione scarti 	<ul style="list-style-type: none"> • Ulteriore aumento del potere della GDO • Crisi dei consumi • Crisi da sovrapproduzione e difficoltà di reazione • Concorrenza internazionale • Riduzione disponibilità della risorsa idrica a causa dei mutamenti climatici

Fabbisogni di intervento

- Favorire processi di differenziazione e aggregazione dell'offerta, volta in particolare alla costituzione di massa critica e allo sviluppo di attività commerciali unitarie
- Incentivare il ricorso al canale corto da parte degli agricoltori
- Incrementare il contenuto di servizi offerti a livello di singoli prodotti;
- Migliorare e incentivare l'introduzione di impianti a supporto dell'attività logistica;
- Sostenere investimenti in tecnologie innovative nella fase di conservazione del prodotto
- Favorire l'introduzione di prodotti innovativi
- Investimenti finalizzati all'adozione di tecnologie innovative (es. agricoltura di precisione) ed alla razionalizzazione dei mezzi tecnici anche in funzione di una riduzione dell'impatto ambientale, del consumo idrico ed energetico
- Introdurre sistemi a supporto delle decisioni aziendali per garantire una agricoltura sostenibile (es. modelli previsionali a supporto della difesa delle piante, irrigazione di precisione e monitoraggio delle avversità)
- Promuovere processi di internazionalizzazione e strategie di marketing commerciale
- Sostenere l'introduzione e la diffusione di strumenti di gestione del rischio connesso alla volatilità dei prezzi
- Migliorare l'integrazione tra ricerca, sperimentazione e produzione, promuovendo anche studi di LCA
- Favorire la programmazione varietale in modo da rispondere adeguatamente alla domanda ed evitare rischi di sovrapproduzione
- Sostenere la valorizzazione delle diverse tipicità (bianca, nettarina, tradizionale e sub acida)
- Promuovere il consumo di frutta fresca attraverso azioni divulgative e promozionali (soprattutto a livello istituzionale) orientate alla valorizzazione del territorio e degli aspetti salutistici connessi al consumo
- Identificare produzioni più vulnerabili ai cambiamenti climatici traducendo, ad esempio, le proiezioni climatiche in variazioni della domanda irrigua, in diverse zone e per diverse colture, e predisporre azioni di adattamento

6. FILIERA ORTOFRUTTA TRASFORMATA

6.1 Sintesi

Nel 2011, gli **acquisti** di ortaggi trasformati sono rimasti sui livelli del 2010, mentre la spesa ha esibito un piccolo aumento (+0,4%) a causa dell'incremento dei listini medi. Tra i prodotti trasformati, le conserve di pomodoro hanno subito una lieve flessione (-0,1%), mentre sono stabili gli acquisti di conserve vegetali, ortaggi e patate surgelati. Continua il trend positivo delle vendite di ortaggi di IV gamma: crescono, infatti, sia gli acquisti di insalate (+4% in volume e +5% la spesa), sia quelli di ortaggi di IV gamma da cuocere (+2%). Particolarmente positiva la *performance* delle insalate miste, i cui volumi sono cresciuti del 12%. Gli acquisti di succhi di frutta sono aumentati dell'1,9%, mentre la spesa è cresciuta dello 0,9%.

Le **esportazioni** di ortofrutta trasformata sono state nel 2011 pari a 2,7 miliardi di €, mentre le **importazioni** sono risultate 1 miliardo di €, con un saldo positivo di 1,624 miliardi di €. Il valore delle esportazioni dipende in special modo dalle conserve di pomodori (49% dell'export) e dai succhi di frutta e ortaggi (19,5%). Rispetto all'anno precedente le importazioni sono aumentate del 9,7% mentre le esportazioni sono cresciute ad un tasso inferiore e pari al 5,4%. Ciononostante, il saldo commerciale è migliorato del 3%. I principali mercati di sbocco sono la Germania, il Regno Unito e la Francia, i quali assorbono il 47% delle esportazioni, mentre i maggiori fornitori sono Francia, Spagna e Germania dai quali l'Italia importa il 46% del valore dei prodotti ortofrutticoli trasformati.

Nell'ambito dell'ortofrutta trasformata, il **pomodoro** costituisce il principale prodotto oggetto di trasformazione industriale.

Secondo i dati censuari, le **aziende agricole** con pomodori da industria che operano sul territorio regionale sono in numero di 1.591 ed impiegano una **superficie** di quasi 27 mila ettari, equivalente al 53% della superficie impiegata per colture ortofrutticole. Nell'arco di un decennio si è verificata una riduzione nella numerosità delle aziende che è scesa del 34% a fronte però di un aumento delle superfici investite del 9%. Le dimensioni medie sono pertanto cresciute passando da 10 a circa 17 ettari per azienda. L'Emilia-Romagna è una regione fortemente **specializzata** nella coltivazione di pomodori da industria: la quota, infatti, di superficie dedicata a questa coltura ammonta a ben 4 volte la stessa percentuale calcolata a livello nazionale.

Nel 2011, la **produzione** regionale di pomodoro è ammontata a 1,6 mio t, per un **valore** di 140 mio €, pari al 3% della produzione regionale e al 14% della produzione di pomodoro a livello nazionale. Rispetto al 2010, si assiste ad un aumento di circa il 20%, dovuto ad una crescita del 26% nel livello dei prezzi, a fronte di una riduzione del 6% delle quantità prodotte.

In merito alla **distribuzione territoriale**, sulla base dei dati regionali, le superfici investite a pomodoro da industria tendono a concentrarsi nella provincia di Piacenza (39,6%), Ferrara (28,7%) e Parma (16,3%). Dal punto di vista altimetrico, gran parte delle superfici si collocano nelle aree di pianura (86,1%) seguite da quelle collinari (13,9%). Nelle aree montane invece sono del tutto assenti.

Nella Regione opera una importante **organizzazione interprofessionale** nel settore del pomodoro da industria, ovvero il "Distretto del Pomodoro da Industria del Nord Italia", che è stata riconosciuta nel dicembre 2011, ai sensi della L.R. 24/2000 ed a norma del Reg. CE 1234/2007. Il Distretto conta 60 associati che rappresentano la quasi totalità del comparto produttivo dell'intero Nord Italia.

Per la parte agricola, partecipano le organizzazioni dei produttori, le OP di auto-trasformazione e le organizzazioni professionali. Per la parte industriale, partecipano invece le imprese private di trasformazione, le cooperative di trasformazione e le associazioni di categoria. Il Distretto opera in Emilia-Romagna, Lombardia, Piemonte, Veneto e Provincia Autonoma di Bolzano.

La sua rappresentatività risulta molto estesa, aggregando il 98% del pomodoro prodotto e trasformato nel Nord Italia e più del 50% del pomodoro prodotto e trasformato in Italia. Le finalità del Distretto consistono nel promuovere forme di confronto, di collaborazione e coordinamento tra le parti coinvolte nella filiera, in particolare dopo l'avvenuto disaccoppiamento degli aiuti comunitari al settore, con lo scopo di rafforzare la competitività della filiera nel suo complesso, approcciando le nuove sfide del mercato in modo compatto e

coordinato. A partire dal 2011, il Distretto è impegnato nell'attività di contrattazione per il rinnovo del contratto quadro nel Nord Italia⁴.

In merito all'integrazione di filiera, su 14 **progetti integrati di filiera** relativi al comparto ortofrutticolo (par. 4), tre sono quelli orientati espressamente alla valorizzazione del pomodoro. La spesa complessiva per questi progetti ammonta a 29,2 mio €, pari al 33% della spesa relativa a tutti i progetti integrati. I beneficiari diretti sono 144 su 335 imprese aderenti.

Con riferimento alle pesche e alla pere destinate alla trasformazioni industriale, per le **pere Williams** il 2011 è stato un anno di elevata produzione. Si stima che la produzione trasformata dalle industrie dell'Emilia-Romagna si sia mantenuta intorno alle 25 mila tonnellate. Nella regione sono 7 le industrie che hanno lavorato pere nel 2011, una in meno rispetto alla campagna precedente.

Relativamente alle **pesche**, la materia prima destinata alla trasformazione è stimata essere attorno alle 8 mila tonnellate con una tendenza alla riduzione delle coltivazioni di *percoche*. Alcune industrie stanno investendo nella ricerca e nell'impianto di varietà specifiche per la trasformazione, con il fine di mantenere produzioni di qualità destinate al mercato in prevalenza europeo. L'Emilia-Romagna conta 5 industrie di trasformazione che hanno lavorato pesche nel 2011, una in meno rispetto alla campagna precedente.

Riguardo alle **prugne secche**, nella regione operano due OP che agiscono in qualità di autotrasformatore: entrambe dispongono di stabilimenti nel territorio regionale. Il quantitativo di prugne secche che ha diritto all'aiuto, con umidità massima del 23%, è pari a 1.003 tonnellate (in diminuzione rispetto al 2010, ma con una remunerazione più elevata); una delle industrie ha trasformato parte del prodotto fuori aiuto. Il prezzo della materia prima pagato dalle industrie di trasformazione è stato di circa 1,6 mio di €.

Le unità locali di **trasformazione** di frutta e ortaggi che operano in Emilia-Romagna sono 302 nel 2011, di cui 49 sono gli stabilimenti di imprese artigiane, mentre 253 sono le unità gestite dalle imprese industriali. Rispetto al 2009, le unità delle imprese artigiane sono diminuite del 2% mentre quelle industriali sono aumentate del 10,5%.

⁴Conformemente ad un documento approvato di "regole condivise" che ha rappresentato la base del contratto quadro, nel 2011 le industrie dell'area nord hanno trasformato in totale 2,5 mio di tonnellate di materia prima, con una riduzione del 6,13% rispetto alla quantità contrattata. Il pomodoro trasformato è stato destinato per il 47% alla produzione di concentrati, il 32% ai pelati non interi e polpe, l'8% a succhi e passate e il restante a salse preparate e altri prodotti. In sede di rinnovo della tradizionale intesa per l'area Nord, il prezzo indicativo di riferimento 2011 è stato fissato in 88 euro per tonnellata franco azienda produttore (+26% rispetto al 2010). L'incremento di prezzo è stato deciso soprattutto in considerazione del cambiamento delle compensazioni comunitarie, che per il pomodoro italiano a partire dal 2011 non sono più accoppiate alla produzione. Nella formazione del prezzo è stato inoltre introdotto un sistema premiante per valorizzare la qualità del prodotto e incentivare la raccolta di pomodori con un basso contenuto di difetti.

6.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento

Punti di forza (STRENGTH)	Punti di debolezza (WEAKNESS)
<ul style="list-style-type: none"> • Alto livello di specializzazione produttiva • Buon livello di tecniche di risparmio di risorse idriche • Elevato profilo qualitativo del prodotto, sia in termini organolettici, sia merceologici (prodotti trasformati ottenuti con metodi di produzione integrata o biologica) • Buon supporto delle forme di aggregazione dell'offerta • Presenza di un'importante OI nel settore del pomodoro da industria • Impianti industriali di medio-grandi dimensioni su cui confluisce anche materia prima proveniente da regioni limitrofe • Buon livello di Innovazione varietale e della tecnica agronomica promossa da istituti di ricerca territoriali • Elevato livello di innovatività di prodotto e processo grazie alle sinergie sviluppate con i maggiori produttori di impianti tecnologici • Esistenza di una fascia consolidata di grandi imprese con livelli di tecnologia avanzata, i cui prodotti sono in grado di competere sui mercati esteri 	<ul style="list-style-type: none"> • Dimensione media aziendale in alcuni casi inadeguata rispetto agli obiettivi di efficienza aziendale • Carenza di servizi e mancanza dell'applicazione delle leve del marketing • Effetti negativi sull'ambiente in termini di eccessivo utilizzo di risorse naturali (acqua), e produzione di sottoprodotti difficilmente collocabili sebbene a basso impatto ambientale • Mancanza di notorietà dei marchi del prodotto italiano presso il consumatore finale • Difficoltà nel mettere a sistema tutti i singoli sforzi di valorizzazione di prodotto e di tutela ambientale • Elevato costo dell'energia per le attività di trasformazione e occasionali difficoltà di approvvigionamento idrico, sia per l'attività agricola che per quella di trasformazione.
Opportunità (OPPORTUNITY)	Minacce (THREAT)
<ul style="list-style-type: none"> • Aumento della domanda internazionale e nuovi sbocchi di mercato • Sviluppo di prodotti ad elevato contenuto di servizio • Domanda qualificata espressa dall'industria dolciaria • Valorizzazione e recupero di sottoprodotti e scarti industriali per fini energetici • Forte immagine dei prodotti italiani trasformati sui mercati esteri 	<ul style="list-style-type: none"> • Ulteriore aumento del potere della GDO • Concorrenza internazionale • Riduzione/stabilità dei consumi interni • Forte competizione dei Paesi del Bacino del Mediterraneo e delle altre aree in via di sviluppo; • Difficoltà di perseguire gli obiettivi dell'OI del pomodoro per mancanza di risorse finanziarie adeguate • Cambiamenti climatici e riduzione della disponibilità di risorse idriche (a rischio il pomodoro da industria)

Fabbisogni di intervento

- Favorire la diversificazione varietale e produttiva verso produzioni con migliori possibilità di sbocco sul mercato: pomodorini, produzioni biologiche
- Favorire percorsi di progettualità comune che interessino i soggetti dell'intera filiera
- Incentivare una maggiore partecipazione degli agricoltori alle varie forme di aggregazione (OP, OI) mediante meccanismi premianti e promuovere nuove forme di aggregazione (contratti di rete)
- Favorire e promuovere lo strumento di *governance* di filiera dell'Organizzazione interprofessionale promuovendone attività e leadership
- Favorire investimenti volti al miglioramento qualitativo, alla riduzione dei costi di produzione e dell'impatto ambientale (soprattutto con riferimento al consumo idrico ed energetico)
- Promuovere un continuo adeguamento dell'offerta verso prodotti (trasformati) a maggiore valore aggiunto
- Finanziare la ricerca e la sperimentazione e favorire il trasferimento tecnologico per migliorare la produzione da un punto di vista qualitativo e ridurre l'impatto ambientale
- Promuovere l'innovazione di prodotto per contrastare la tendenza alla contrazione dei consumi
- Privilegiare gli investimenti alle imprese più innovative e vitali per favorire il ricambio generazionale
- Favorire la valorizzazione dei sottoprodotti e degli scarti industriali a fini energetici
- Centralizzare l'informazione sulla produzione e le dinamiche di mercato per favorire una migliore programmazione della produzione e degli interventi
- Supportare l'introduzione di strumenti di gestione del rischio connesso alla volatilità dei prezzi specialmente per i settori arborei e annuali ad alta intensità di capitale/lavoro
- Promuovere una raccolta coordinata ed efficiente delle informazioni, anche quantitative, relative alla fase di trasformazione e alla fase di commercializzazione, per essere di supporto ai processi decisionali delle aziende impegnate nel settore
- Promuovere processi di internazionalizzazione e strategie di marketing commerciale

7. FILIERA VITIVINICOLA

7.1 Sintesi

Il **consumo** domestico di vino, ormai in flessione strutturale, è risultato nel 2010 pari a 35,9 litri pro-capite. In base all'indagine Mediobanca sul settore viticolo emerge che nel 2011 il 42,8% delle vendite delle principali società vinicole è transitato attraverso la grande distribuzione. Il secondo canale di vendita per importanza è rappresentato dal circuito Ho.Re.Ca (19,6%), seguito dai grossisti (16,4%), le enoteche e *wine bar*, la vendita diretta (7,8%) e gli altri canali (4,2%). Riguardo alle vendite all'estero, i vini vengono introdotti nei mercati soprattutto attraverso l'intermediazione degli importatori (83,9%). Solo il 6,4% transita mediante rete propria mentre il 9,7% viene veicolato attraverso altri canali. Nell'ambito dei grandi vini, l'incidenza più elevata è invece quella del canale Ho.Re.Ca. (44%), cui seguono enoteche e *wine bar* al 25,6%.

Le **esportazioni** nazionali di vino si attestano nel 2011 a 3.217 milioni di €, aumentate del 10% rispetto all'anno precedente. I principali paesi di destinazione dell'export di vino sono gli USA, la Germania e il Regno Unito che assieme assorbono il 54% delle esportazioni. Secondo i dati dell'OIV (*International Organisation of Vine and Wine*), l'Italia è il primo paese esportatore a livello mondiale con 21,8 milioni di hl di vino esportato nel 2010, seguito dalla Spagna (17,7 milioni di hl) e la Francia (13,5 milioni di hl). L'Emilia-Romagna contribuisce per il 7% alle esportazioni di vino italiano nel mondo rappresentando la quinta regione italiana (dopo Veneto, Piemonte, Toscana e Trentino Alto Adige), per volume di esportazione. Tra il 2006 e il 2011 le vendite all'estero sono cresciute in valore del 50%, raggiungendo i 307 milioni di €, contro i 205 milioni di cinque anni prima.

Le **importazioni** nazionali di vino ammontano a 94 milioni di €, il 53% in più rispetto alle importazioni dell'anno precedente ed in ripresa dopo la riduzione consistente (-45%) che si è verificata nel 2010. I paesi che coprono il nostro import sono principalmente la Spagna e la Francia, che vendono quasi l'80% dei vini importati.

I dati censuari indicano che le **aziende** agricole che nel 2010 coltivano vigneti sono 25.336 su una superficie di 55.929,23 ettari, il 5% della SAU regionale. Le dimensioni medie sono di 2,2 ettari, leggermente superiori alla media nazionale (1,7 ettari). Rispetto al 2000, si è verificata una riduzione consistente nel numero di aziende pari al 43,2%. La superficie è diminuita invece del 6,8% segnalando quindi, a fronte di una riduzione maggiore delle aziende, un aumento nelle dimensioni medie che nel 2000 ammontavano a 1,3 ettari per azienda.

Le aziende **biologiche** sono 806 per una superficie utilizzata di 2,4 mila ettari, il 4% della superficie investita a vite.

Secondo i dati ISTAT, nel 2011 la **superficie** destinata alla produzione di uva nella regione Emilia-Romagna è stata di 55.532 ettari, pari al 7,6% della superficie nazionale. Di questa, la quasi totalità è impiegata per la coltivazione di uva da vino. La **produzione** regionale di uva da vino è ammontata a 8,4 mio di quintali, mentre quella da tavola ad appena 2.470 quintali. L'Emilia-Romagna si contraddistingue per essere il terzo più grande produttore di uva da vino (dopo Veneto e Puglia) e per le elevate rese produttive di uva da vino rispetto alla media nazionale (152 contro 87 q/ha). La quantità prodotta di vino è risultata pari a 5,8 mio di hl, equivalente al 14% di quella nazionale, il che fa dell'Emilia-Romagna il secondo produttore in Italia, dopo il Veneto (21%). Della produzione complessiva, il 40,8% è rappresentato da vini I.G.T., il 31,6% da vini da tavola e il 27,6% da vini DOC e DOCG. I vini di qualità e tipici ammontano complessivamente a 4 mio di hl, pari al 68,4% della produzione regionale e al 14% della produzione di qualità italiana. In relazione ai soli vini di qualità e tipici, l'Emilia-Romagna si colloca al secondo posto nella graduatoria dei maggiori produttori nazionali dopo il Veneto. Rispetto al 2010, la produzione di vino è diminuita del 5,6% in linea con la tendenza riscontrata nelle altre regioni seppure in misura inferiore rispetto alla media nazionale (-9,1%). Tutte le categorie di vino, compresi i vini di qualità, hanno subito una contrazione che ha riguardato soprattutto i vini da tavola (-8%). Oltre ai fattori meteo, a condizionare la campagna viticola è intervenuto anche il ricorso alle estirpazioni con premio e l'abbandono definitivo, che ormai stanno portando ad una riduzione strutturale delle produzioni.

Nella Regione ricadono 19 vini a **DO** e 9 vini **IGP**. Di questi ultimi, i vini IGP Emilia o dell'Emilia, Ravenna e Rubicone si collocano fra i primi dieci vini italiani IGT nel 2010 in termini di produzione (rispettivamente, terzo, sesto e settimo posto) con una percentuale del 18% del volume potenziale complessivo. Nel 2011, il Consorzio dei Vini di Romagna ha dato vita ad un nuovo disciplinare "Romagna" con l'obiettivo di salvaguardare e promuovere con maggiore efficacia i territori e i vini romagnoli, a livello nazionale e internazionale. La nuova Doc Romagna riunisce 5 precedenti disciplinari (Sangiovese, Trebbiano, Cagnina, Pagadebit Romagna Albana Spumante) in un'unica denominazione e modifica la DOCG con il nuovo nome Romagna Albana, con l'obiettivo di tutelare e promuovere con maggiore efficacia, sul mercato nazionale e internazionale, le aree vocate alla viticoltura e i vini della regione del "Passator Cortese".

La produzione di vino, limitatamente a quello prodotto con uve regionali ed escludendo le produzioni delle cooperative e dell'industria, è stata nel 2011 di 1,4 milioni di hl per un **valore di produzione** pari a 108,3 mio €, ovvero l'1,8% della produzione agricola regionale e il 6% del valore della produzione nazionale di vino. Rispetto al 2010, si riscontra una riduzione nelle quantità prodotte del 14% e in valore del 6%. Il **prezzo** base è ammontato a 77 €/hl, cresciuto del 9% in confronto all'annualità precedente.

In merito alla fase della **trasformazione**, nel 2011 risultano 169 unità locali di produzione del vino in Emilia-Romagna, di cui 20 sono unità artigiane mentre 149 sono quelle di imprese industriali. Rispetto al 2009, le unità gestite da imprese artigiane sono diminuite del 16,7% mentre quelle industriali sono cresciute del 3,5%.

Le aziende agricole che fanno **vendita diretta** di uva da vino al consumatore sono 527, equivalenti al 2% delle aziende vitivinicole. Quelle che vendono uva da tavola sono invece 52 mentre quante commercializzano vino e mosto direttamente alla fase del consumo sono 1.628, circa il 6% delle aziende regionali.

Riguardo alla **distribuzione territoriale**, in base ai dati censuari, le aziende agricole viticole tendono a concentrarsi nell'area romagnola (59,3%), in particolare nelle province di Ravenna (21,5%) e Forlì-Cesena (16%). Anche la superficie viticola prevale nell'area della Romagna per via della realtà ravennate che assorbe il 29,3% della superficie complessiva. Dal punto di vista altimetrico, il 68,6% delle superfici si colloca nelle aree di pianura, il 30,8% in collina e meno dell'1% nelle zone montane. La distribuzione delle aziende risulta molto simile, con il 63,3% delle aziende operanti in pianura, il 33,8% in collina e il 2,9% nelle aree montane.

Con riferimento all'**associazionismo**, le aziende che hanno venduto o conferito uva da vino ad organismi associativi sono nel 2010 pari a 15 mila unità (il 59,2% delle aziende viticole) mentre quelle che hanno conferito uva da tavola ammontano a 18 unità. Le aziende che invece hanno conferito uva già trasformata (vino e mosto) sono in numero di 203. Le **cooperative** agricole di produzione viticola sono 45 e gestiscono una superficie di 831 ettari, l'1,5% della superficie investita a vite. La cooperazione per la coltivazione di vite risulta un fenomeno molto più diffuso in Emilia-Romagna rispetto al contesto nazionale come dimostra un indice di specializzazione di 1,8.

In relazione agli obiettivi di integrazione della filiera vitivinicola, 8 sono i **progetti integrati di filiera** supportati dalla Regione e destinati alla riduzione dei costi di produzione, all'ammodernamento tecnologico della fase di produzione, al miglioramento qualitativo dei vini, al potenziamento della fase di imbottigliamento, promozione e commercializzazione. Il costo dei progetti è di 23,3 mio €, finanziato per il 40%. Le imprese coinvolte sono 3.115 mentre le aziende beneficiarie sono in numero di 248.

7.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento

Punti di forza (STRENGTH)	Punti di debolezza (WEAKNESS)
<ul style="list-style-type: none"> • Elevata incidenza dei vini di qualità • Elevata specializzazione e professionalità degli operatori in tutte le fasi produttive • Livello elevato di associazionismo (conferimento ad organismi associativi) • Presenza di grandi marchi e di imprese qualificate • Buon livello di ristrutturazione e ringiovanimento del tessuto produttivo • Forte valenza paesaggista delle coltivazioni • Diversificazione dell'offerta con prodotti con buon rapporto qualità/prezzo che permette di stabilizzare le oscillazioni di prezzo 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di cantine di piccola dimensione • Problema del corretto posizionamento dei prodotti di media qualità e relativa comunicazione • Scarsa promozione e organizzazione commerciale specie nella piccola dimensione • Basso livello di formazione degli operatori in azienda in merito alla qualità • Investimenti e ricerca indirizzati su produzioni autoctone di basso valore commerciale • Scarso livello di penetrazione nei mercati esteri • Limiti alla diversificazione produttiva • Canale ho.re.ca. poco sensibile ai vini di qualità • Asimmetrie di mercato (consumatore non è in grado di riconoscere la qualità) dovute a basso livello di educazione del consumatore
Opportunità (OPPORTUNITY)	Minacce (THREAT)
<ul style="list-style-type: none"> • Potenziali nuovi importatori nei paesi in crescita (vino ed enogastronomia) • Crescita domanda estera di vini più versatili e frizzanti e di vini di alta qualità • Crescita di una nuova cultura enologica tra le fasce giovani • Sviluppo nuovi canali altamente strutturati (es. <i>Eataly</i>) • Miglioramento del sistema dei controlli a garanzia e tutela del prodotto di qualità • Rilancio di iniziative collettive di programmazione e commercializzazione • Riforma OCM e nuove opportunità di integrazione verticale e orizzontale • Forme di etichettatura sostenibile per segmentare il mercato (etichette ambientali o <i>ecolabel</i>) • Recupero bioenergetico degli scarti della potatura • Produzioni biologiche e produzioni alternative (aceto balsamico) • Sviluppo di prodotti innovativi a base di uva/vino 	<ul style="list-style-type: none"> • Flessione strutturale dei consumi interni • Mercato molto più selettivo relativamente al rapporto qualità/prezzo • Restrizioni legislative legate al consumo di alcool • Rischi di deturpazione del paesaggio con perdita di immagine legati alle estirpazioni e all'abbandono definitivo • Nuovo sistema di definizione ed etichettatura con aumento dei costi di produzione • Concorrenza dei principali player internazionali come la Francia, il Cile, l'Australia che si organizzano per penetrare in nuovi mercati in maniera strutturata, attraverso accordi commerciali locali e strategie di comunicazione per fidelizzare consumatore inesperti • Concorrenza proveniente da prodotti contraffatti • Rischi legati ai cambiamenti climatici in termini di fitopatie (es. "mal dell'esca della vite"), spostamento degli areali produttivi ottimali e cambiamento delle qualità organolettiche del vino

Fabbisogni di intervento

- Intraprendere percorsi coordinati di comunicazione e valorizzazione (marketing) per costruire un'identità di prodotto/territorio ben definita, per evitare che un consumatore internazionale poco attento penalizzi non un singolo vino, ma un'intera filiera produttiva
- Sostenere strategie promozionali volte a migliorare il livello di educazione dei consumatori in merito al consumo di vino
- Favorire processi di aggregazione nelle fasi produttiva (ai fini per esempio della meccanizzazione ad uso interaziendale), della trasformazione e commercializzazione
- Supportare strategie integrate di internazionalizzazione basate sull'uso di marchi collettivi
- Sostenere la ricerca e la sperimentazione in campo e in cantina in particolare per la valorizzazione e il recupero di vitigni autoctoni e l'identificazione di nuovi vitigni che si adattino alla ridotta disponibilità idrica e abbiano un'alta resistenza alle principali fitopatie (es. "mal dell'esca della vite")
- Promuovere ricerche di mercato per l'individuazione dei mercati di sbocco e l'analisi delle richieste dei consumatori
- Sostenere l'attività di consulenza e formazione rivolta agli operatori di settore in particolare riguardo alla qualità dei prodotti e ai rapporti col mercato
- Favorire l'introduzione di prodotti innovativi e processi produttivi a basso impatto ambientale (ad es. Impronta carbonica vino) e a basso consumo energetico
- Incentivare la diffusione della viticoltura di collina per il ruolo strategico svolto nella tutela del territorio (evitando quindi il trasferimento di diritti di reimpianto verso la pianura) e per la qualità dei vini ottenuti
- Favorire la razionalizzare delle fasi di trasformazione e commercializzazione specie nella piccola dimensione
- Potenziare la fase di commercializzazione per ciò che riguarda in particolare la logistica, la conservazione del prodotto durante il trasporto (es. pre-refrigerazione) e l'imbottigliamento
- Incentivare la diversificazione produttiva: valorizzazione di produzioni biologiche, di prodotti alternativi a base di uva/vino, di scarti della potatura per fini energetici
- Demarcare più nettamente le competenze del PSR da quelle dell'OCM con riferimento alle politiche di investimento
- Sviluppare etichette più attraenti che attraggano fasce di consumatori più giovani
- Analisi di vulnerabilità delle produzioni ai cambiamenti climatici

8. FILIERA CARNI BOVINE

8.1 Sintesi

Il **consumo** pro-capite di carne bovina fresca e trasformata è risultata nel 2011 pari a 21,6 Kg/pro-capite, subendo una riduzione significativa del 7,5% rispetto all'anno precedente. La spesa domestica è ammontata a 17,4 miliardi di €. Il 2011 si è rivelato un anno di stagnazione per i consumi domestici di carne bovina che hanno registrato una lieve contrazione in volume (-0,1%) ed un leggero incremento in valore (+0,6%). Nell'ambito della carne fresca naturale, il calo in volume si è verificato sia per il vitello che per il bovino adulto (-1,2% e -0,2% rispettivamente), mentre si registra un lieve incremento in valore per la carne di bovino adulto (+0,6%) e una lievissima contrazione per il vitello (-0,1%). Al contrario, si rileva una forte crescita dei consumi per le carni elaborate fresche, anche se l'impatto di tale categoria di prodotto sui trend complessivi della carne bovina è minimo. Buone performance commerciali si sono infine avute per la bresaola, i cui acquisti sono aumentati del 3,6% in volume e del 6,3% in valore.

Le **importazioni** di bovini, carni e trasformati sono state nel 2011 3,8 miliardi di €, di cui il 30,5% rappresentato dagli animali vivi, contro 672 milioni di € di **esportazioni**. Rispetto al 2010, il saldo commerciale è leggermente migliorato (+1,4%), per via delle esportazioni cresciute del 10% e di importazioni tendenzialmente stabili. L'incremento delle esportazioni è legato ad una analoga crescita delle vendite di carni e preparati. Le esportazioni di animali vivi sono invece diminuite del 5,5%. I partner italiani sono soprattutto la Francia, la Germania e i Paesi bassi dai quali l'Italia importa, in valore, il 61,9% dei prodotti ed esporta il 54,9% di animali vivi, carni e preparati.

I dati dell'Anagrafe Nazionale Zootecnica indicano che nel 2011 l'Emilia-Romagna ha importato 64.648 capi bovini e bufalini soprattutto dalla Francia (88%) ed ha esportato appena 250 capi verso la Romania (49,2%), San Marino (38%) e il Libano (12,8%).

Gli **allevamenti** regionali con bovini tipicamente da carne (bovini tra 1 e 2 anni) al 2010 ammontano a 5.445, pari al 74% delle aziende con allevamenti bovini. Nell'arco di un decennio, le aziende sono diminuite del 38%. La consistenza di bovini da carne ha avuto un calo meno marcato dal momento che i **capi** sono diminuiti passando da oltre 154 mila a 130 mila con una riduzione del 16%. A fronte dei diversi tassi di variazione nel numero di aziende e capi, le dimensioni medie aumentano da 18 a 24 capi per azienda.

Le aziende con allevamenti di bovini gestiti con metodi **biologici** (indipendentemente dalla destinazione della produzione) sono 385, il 5% delle aziende totali, ed allevano oltre 29 mila capi. Le dimensioni medie ammontano a ben 76 capi per azienda, contro i 48 capi a livello nazionale.

In base ai dati dell'indagine ISTAT sul bestiame macellato, nel corso del 2010, le **macellazioni** di bovini e bufalini nell'Emilia-Romagna hanno riguardato quasi 604 mila capi, per un peso morto complessivo di oltre 172 mila t. In Regione viene abbattuto il 15,6% dei bovini macellati in Italia (16% in termini di peso morto), collocando la regione al quarto posto fra le realtà produttive italiane, dopo Veneto, Lombardia e Piemonte. L'Anagrafe Nazionale Zootecnica indica che a dicembre 2011, gli **stabilimenti** attivi per la macellazione di bovini e bufalini (comprendendo sia quelli specializzata sia quelli misti), presenti in Emilia-Romagna, erano in numero di 65 di cui 38 con bollo CEE.

La **produzione** regionale a prezzi base di carne bovina nel 2011 è di 139,5 mila tonnellate pari ad un **valore** di 325.897 mila €. Rispetto al 2010, si assiste ad un incremento del 7% in valore e del 2% in quantità. Il **prezzo base** è di 234 €/q, aumentato del 5% rispetto all'anno precedente.

Nel territorio regionale ricade un unico prodotto a **DO**: il Vitellone bianco dell'Appennino centrale IGP. Si tratta dell'unica IGP riconosciuta in Italia che valorizza le carni bovine fresche derivanti dalle razze Romagnola, Chianina e Marchigiana. Ad oggi sono iscritti al sistema di valorizzazione dell'IGP "Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale" circa 3 mila allevamenti di Chianina, Romagnola e Marchigiana, 900 punti vendita e 95 mattatoi. Il rilancio della razza Romagnola è avvenuto attraverso la creazione di filiere produttive costituite dall'allevatore, dal macellatore e dal porzionatore (nel punto vendita) che applicano il disciplinare di produzione e i regolamenti di controllo dell'Indicazione geografica protetta. In Emilia-Romagna gli allevamenti di Romagnola iscritti all'Igp sono 438, mentre i capi sottoposti ai controlli sono 13.456.

L'analisi della **distribuzione territoriale** per zona altimetrica degli allevamenti di capi bovini da carne allevati in regione evidenzia come il 40,9% si collochi in pianura il 33,3% in aree collinari e il 25,9% in montagna. Riguardo alla consistenza degli allevamenti, emerge che il 64,3% dei capi si concentra in pianura, il 24,7% è allevato in collina e l'11% staziona in aree montane. A livello provinciale, le aziende si localizzano per il 75,4% nell'area emiliana, in particolare nelle province di Parma e Reggio Emilia che assorbono poco meno della metà delle aziende. La numerosità dei capi presenta una distribuzione simile: il 73,4% si concentra infatti nell'area emiliana con una maggiore incidenza nelle realtà parmensi e di Reggio Emilia.

Riguardo all'associazionismo, a giugno 2012 risulta una sola **organizzazione di produttori** nel comparto bovino riconosciuta ai sensi del decreto legislativo 102/2005. Si tratta della Società Cooperativa BovinItaly, sorta nel 2007 con il compito di commercializzare il prodotto dei soci di razza Romagnola, Chianina, Marchigiana e loro incroci certificato con l'Igp "Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale" e con sistemi di etichettatura autorizzati. I soci in vincolo di OP sono 82 per una produzione commercializzata di 4 mio €.

In base ai dati divulgati da BovinItaly, nel corso del 2011 (da gennaio a ottobre) sono state gestite compravendite per un totale di 6.437 capi, di cui 4.568 certificati IGP "Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale" (39% di razza Chianina, 20% di razza Romagnola, 12% di razza Marchigiana) e 1.869 etichettati ai sensi del Reg. CE. 1760/00 (meticci e vacche a fine carriera). In merito alla **distribuzione** del prodotto commercializzato, il 60% è stato veicolato attraverso la GDO e il 24% è stato venduto ai laboratori di sezionamento (mense scolastiche, ristorazione, punti vendita tradizionali). Il restante 16% è transitato sui canali alternativi (manifestazioni, privati, ecc.) e venduto direttamente.

In merito al funzionamento della filiera, è presente un **accordo quadro** che definisce le condizioni per la gestione dei vitelli da ristallo inseriti nel circuito IGP Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale, con particolare riferimento a quelli di razza bovina Romagnola, per gli anni 2010 e 2011. L'accordo attribuisce alla OP BovinItaly il ruolo di coordinamento e programmazione della gestione di 1.000-2.500 vitelli da ristallo annui. All'accordo aderiscono allevatori sia acquirenti sia venditori i quali si impegnano a rispettare norme obbligatorie in materia di sanità, alimentazione e benessere animale, il disciplinare di produzione e le condizioni previste dal piano di miglioramento di BovinItaly in merito al benessere animale, il pacchetto igiene e la dichiarazione di alimentazione no OGM. Gli allevatori aderenti sono tenuti inoltre a comunicare le informazioni necessarie per la definizione di programmi annuali preventivi di consegne e ritiri ad un prezzo stabilito in funzione dei principali fattori economici della filiera (in particolare il costo dell'alimentazione) e di altri parametri di qualità. L'incontro domanda e offerta di vitelli da ristallo avviene per il tramite della BovinItaly.

La Regione Emilia-Romagna supporta due **progetti integrati di filiera** di cui sono soggetti capofila, rispettivamente, BovinItaly e la Unipeg Società cooperativa agricola. I progetti sono rivolti all'aumento della competitività degli operatori della filiera del Vitellone bianco IGP dell'Appennino centrale e a migliorare l'integrazione fra la fase agricola e quella industriale raccordando le strategie produttive dei singoli alle potenzialità di macellazione e alle politiche di commercializzazione. Le imprese aderenti sono 128, di cui 28 sono le beneficiarie dirette. La spesa complessiva si attese sui 9 milioni di €, di cui il 44% è il contributo regionale.

8.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento

Punti di forza (STRENGTH)	Punti di debolezza (WEAKNESS)
<ul style="list-style-type: none"> • Ruolo strategico dell'allevamento per l'attivazione di importanti processi produttivi a monte (industria mangimistica) e a valle (macellazione e trasformazione) • Importante ruolo di presidio territoriale degli allevatori di collina/montagna • <i>Know-how</i> di elevato valore (<i>management</i>, tecnologia, genetica) • Presenza di impianti di macellazione di elevata capacità e tecnologicamente avanzati • Aree e allevamenti specializzati • Sistema dei controlli sanitari pubblici efficiente; • Tracciabilità obbligatoria e preferenza del consumatore all'acquisto di prodotti tracciati di cui è nota l'area di produzione • Presenza dell'unica IGP riconosciuta in Italia che valorizza le carni bovine fresche derivanti dalle razze Romagnola, Chianina e Marchigiana • Rilancio della razza Romagnola • Presenza cospicua di stabilimenti attivi per la macellazione di bovini e bufalini con bollo CEE • Buona diffusione nel mercato al dettaglio e recenti sbocchi nella GDO 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di vincoli sempre più restrittivi (benessere degli animali, smaltimento degli animali morti in stalla, inquinamento ambientale, alimentazione animale) con impatto negativo sui costi • Applicazione direttiva nitrati che sta creando notevoli difficoltà sia per quanto riguarda le disposizioni a cui attenersi sia per la necessità di terreno adeguato agli spandimenti • Aumento dei costi delle materie prime dovuto all'aumento della domanda sui mercati internazionali (Cina, India), alla riduzione delle superfici investite a cereali per l'alimentazione animale (principalmente mais e orzo), alle sfavorevoli condizioni atmosferiche in alcune aree cerealicole del mondo • Scarse conoscenze tecnico-gestionali • Offerta indifferenziata in funzione della qualità • Scarsa attività di coordinamento fra gli operatori e scarsa programmazione della produzione • Dipendenza dall'estero per l'approvvigionamento di animali da allevamento destinati all'ingrasso • Difficoltà di adattamento della produzione alle esigenze specifiche del <i>trade</i> • Stagnazione dei consumi interni • Ripetute crisi sanitarie e conseguente forte perdita di immagine della carne che ha determinato una riduzione strutturale della domanda • Scarsa promozione delle carni bovine nazionali
Opportunità (OPPORTUNITY)	Minacce (THREAT)
<ul style="list-style-type: none"> • Aumento domanda di prodotti più economici, con un vantaggio per il segmento della vacca • Espansione mercato di alta fascia per le carni di qualità e garantite • Crescente attenzione del mercato e del <i>trade</i> nei confronti dei prodotti di eccellenza in alcuni circuiti locali; • Certificazione di filiera • Sbocchi nella ristorazione collettiva e nelle varie forme di filiera corta • Produzione di energia e calore da biogas 	<ul style="list-style-type: none"> • Diffusione di modelli salutistici basati sul ridotto consumo di carne rossa • Delocalizzazione produzione di tagli pronti in altri Paesi • Crescente concorrenza internazionale (America latina) • Proliferazione eccessiva di marchi/certificazioni • Costi e problemi di adeguamento alla normativa nitrati e alle norme igienico-sanitarie • Oscillazione del prezzo dei principali fattori produttivi (cereali, soia e energetici) • Riforma PAC dopo il 2013 e pesante diminuzione del sostegno • Cambiamenti climatici e effetti negativi che il caldo esercita sugli animali (benessere, epizootie e produttività)

Fabbisogni di intervento

- Aumentare il grado di integrazione della filiera
- Favorire una migliore programmazione dell'offerta e sostenere progetti di sistema
- Garantire la presenza di strutture di macellazione in grado di valorizzare le produzioni locali
- Sostenere gli investimenti finalizzati a ridurre l'impatto ambientale degli allevamenti con particolare attenzione al rispetto della direttiva nitrati e al razionale utilizzo delle risorse idriche
- Migliorare il grado di differenziazione dei prodotti a base di carne bovina
- Favorire la diffusione di programmi di risanamento (es. da paratubercolosi)
- Favorire la razionalizzazione dell'utilizzo dei mezzi tecnici allo scopo di ridurre i costi attraverso innovazioni di processo
- Incentivare gli investimenti finalizzati ad assicurare il benessere degli animali e alla garanzia dei requisiti sanitari
- Assicurare idonea assistenza tecnica rivolta ad una migliore gestione della stalla e alla consapevolezza dei requisiti sanitari e delle esigenze del benessere degli animali
- Analizzare le vulnerabilità ai cambiamenti climatici e sostenere l'applicazione delle relative misure di adattamento per migliorare il benessere animale e diminuire il rischio di epizootie, con interventi di tipo strutturale (ricoveri) e gestionale (cambiamento dieta alimentare)
- Favorire la produzione di animali da ingrasso sostenendo allevamenti linea vacca-vitello, in particolare in zone destinate al pascolo
- Migliorare il sostegno agli allevamenti di montagna e di collina mediante progetti mirati
- Incentivare in particolare gli allevamenti di razza romagnola
- Favorire gli investimenti finalizzati a ridurre l'impatto ambientale della fase di macellazione anche attraverso l'adozione di processi alternativi di gestione degli scarti e dei sottoprodotti
- Rafforzare l'azione promozionale promuovendo il consumo di carni bovine
- Incentivare investimenti per la produzione di biogas da allevamenti per fini energetici

9. FILIERA CARNI SUINE

9.1 Sintesi

Nel 2011, il **consumo** interno di carne suina fresca e trasformata si è attestato a 40 kg pro-capite. La spesa annua delle famiglie è risultata pari a 13,3 miliardi di €, corrispondente ad una spesa pro-capite di 219 €. Le vendite di carne suina e preparati avvengono per l'81% tramite il canale al dettaglio e per il 19% attraverso quello ho.re.ca.

Nel 2011, le **importazioni** complessive di suini vivi, carni e preparati sono risultate pari a 2.148 mio € mentre le **esportazioni** sono ammontate a 1.226 mio €, con un saldo negativo di 921 mio €. L'86% delle importazioni è costituito da carni fresche, refrigerate e congelate. Riguardo all'export, gran parte del prodotto esportato è rappresentato da carni salate, in salamoia, secche o affumicate (42,2%), salsicce e salami (26,5%) e carni fresche, refrigerate e congelate (13,9%). Rispetto al 2010, il saldo negativo si è mantenuto stabile. I principali paesi destinatari di animali vivi e prodotti a base di suidi sono Germania, Francia e Regno Unito con il 48,6% delle esportazioni mentre i maggiori fornitori per l'Italia sono anzitutto la Germania, con il 33,8% del prodotto importato, seguita dai Paesi Bassi, Francia, Spagna e Danimarca che assieme concentrano il 49,4% delle importazioni.

Nella regione, secondo i dati censuari, il numero di **aziende** con allevamenti nel corso di un decennio è notevolmente diminuito passando da 4.438 aziende nel 2000 a 1.179 nel 2010, con una diminuzione del 73%, inferiore però a quella registrata a livello nazionale (-83%). Il patrimonio suinicolo regionale è costituito da 1.247.460 **capi** allevati, corrispondente al 13,4% del patrimonio nazionale. Rispetto al 2000, si assiste ad una contrazione del 20% che, unitamente alla vistosa riduzione degli allevamenti, segnala un aumento consistente delle dimensioni medie, passate da 350 a ben 1.058 suini per azienda, contro una media nazionale di 356 capi per allevamento.

Le aziende con allevamenti di suini gestiti con metodi **biologici** sono appena 66, il 6% delle aziende totali, ed allevano oltre 26 mila capi. Le dimensioni medie ammontano a circa 400 capi per azienda, contro i 105 capi a livello nazionale.

In base ai dati dell'indagine ISTAT sul bestiame macellato nel corso del 2010, le **macellazioni** di suini nell'Emilia-Romagna hanno riguardato 3,9 mio di capi, per un peso morto complessivo di 521 mila t. In Regione viene abbattuto quasi il 29% dei suini macellati in Italia (31% in termini di peso morto), mettendo in evidenza come l'Emilia-Romagna sia un polo d'attrazione per le produzioni di altre regioni e per i suini importati. La regione si colloca comunque al secondo posto dopo la Lombardia che vanta quasi il 40% di suini macellati a livello nazionale.

L'Anagrafe Nazionale Zootecnica indica che a dicembre 2011, gli **stabilimenti** attivi per la macellazione di suini (comprendendo sia quelli specializzata sia quelli misti) presenti in Emilia-Romagna erano in numero di 60 di cui 37 con bollo CEE.

In base ai dati INEA, la **produzione** regionale di carni suine è stata pari a 373,2 mila tonnellate nel 2011 per un **valore** (a prezzi base) di 490,2 mila € (il 17,4% del valore nazionale) in aumento del 15% rispetto al 2010. Il **prezzo** base è risultato di 131€/q, cresciuto del 13% in confronto all'anno precedente.

Sul territorio regionale ricadono 12 prodotti **DOP** e **IGP** a base di carne suina: Coppa di Parma, Coppa Piacentina, Cotechino Modena, Culatello di Zibello, Mortadella Bologna, Pancetta Piacentina, Prosciutto di Modena, Prosciutto di Parma, Salame Cremona, Salame Piacentino, Salamini italiani alla cacciatora e Zampone di Modena. Nel 2011 due sono i prodotti che hanno ottenuto il riconoscimento, specificatamente la Coppa di Parma e il Salame Piacentino. Tra tutti, il prodotto leader è il **Prosciutto di Parma** il quale, secondo i dati del Consorzio interessa 109 macelli, 160 prosciuttifici e 3 mila addetti alla lavorazione. Nel 2011 i prosciutti marchiati sono stati 9.080.255. Il valore alla produzione è pari a 740 milioni di € per un giro d'affari al consumo di 1.500 milioni di €. Le confezioni vendute nel 2011 sono state 67 milioni (+10,6% rispetto all'anno precedente), di cui 18 milioni vendute in Italia e ben 49 milioni vendute all'estero.

I dati ISTAT sui prodotti di qualità indicano che gli allevamenti di suini destinati alla produzione del Prosciutto di Parma sono 4.376 mentre gli operatori complessivamente coinvolti nella filiera sono 3.990.

Sulla base dei dati provenienti dall'Indagine Qualivita (Ismea, 2012), nel 2011, il Prosciutto di Parma DOP vanta un peso del 60% sui volumi esportati totali di prodotti a base di carne DOP e IGP (23.176 t) e un fatturato da export pari al 67% del totale (299 mio €), collocandosi per questo al primo posto nella graduatoria di prodotti italiani DO nei rapporti con i paesi terzi. La percentuale di vendite all'estero si mantiene a livelli non ancora soddisfacenti attestandosi al 26%. Rispetto al 2010, si registra una dinamica positiva caratterizzata da aumenti in termini di volumi esportati (+4,2%), fatturato proveniente dalle vendite estere (+8,4%) e penetrazione nei mercati esteri (+2%). La **Mortadella di Bologna IGP** pesa per il 13% dei volumi complessivi esportati (5.040 t) e si colloca per questo subito dopo il prosciutto di Parma in termini di esportazioni. Il fatturato da export è ammontato a 31 mio €, pari al 6,9% del totale. Le vendite all'estero sono risultate pari al 14% della produzione complessivamente commercializzata. Nel confronto con l'anno precedente emergono incrementi nel volume delle esportazioni (+2,9%), nel fatturato da export (+7,1%) e in termini di incidenza delle vendite estere su quelle complessive (+1%).

L'analisi della **distribuzione territoriale** degli allevamenti di suini per zona altimetrica e per area è stata effettuata sulla base dei dati censuari. Gli allevamenti suini interessano prevalentemente l'area emiliana con il 72% del totale dei capi suini e il 48% delle aziende suinicole, che ne testimonia l'elevata dimensione delle imprese in essa operanti. Il 75% del totale dei capi suini si concentra in area di pianura, il 20% in collina e la restante parte in montagna.

Nella Regione, secondo i dati ministeriali, al 30 giugno 2012, operano due **organizzazioni di produttori** nel settore suinicolo: l'organizzazione dei suinicoltori dell'Emilia-Romagna Asser e l'Italsuini. La prima è stata riconosciuta in base al d.lgs. 228/01 mentre la seconda in base al d.lgs 102/05. Le OP aggregano 91 produttori e commercializzano una produzione in valore di 74,8 mio €, ovvero il 65% della produzione commercializzata a livello nazionale. In particolare, la Italsuini è una O.P. interregionale che opera anche nelle regioni Veneto, Umbria, Toscana, Piemonte, Lombardia, Lazio, Campania, Basilicata, Abruzzo e Puglia.

In merito ai rapporti di filiera, opera una **organizzazione interprofessionale** regionale, l'Associazione Gran Suino Italiano, riconosciuta ai sensi del Reg. CE 1234/07 e della L.R. 24/2000. All'Associazione aderiscono organizzazioni di produttori del settore, industrie di macellazione e di trasformazione sia private sia cooperative e le organizzazioni professionali agricole più rappresentative. Il piano di lavoro prevede attività di studio sulla filiera per orientare la produzione al miglioramento della qualità e ai fabbisogni del mercato, ma anche l'elaborazione di contratti tipo per i propri aderenti, in linea con la normativa comunitaria e in grado di promuovere regole in materia di certificazione etica e di responsabilità sociale dell'impresa.

Quattro sono i **progetti integrati di filiera** finanziati dalla Regione Emilia-Romagna nel comparto dei suini, promossi, rispettivamente, dal Salumificio Ferrari Giovanni & C., il Consorzio per la valorizzazione dei prodotti tipici dell'Appennino faentino e forlivese, Italcarni Società cooperativa agricola e Bizeta S.p.a. I progetti sono finalizzati all'integrazione e al miglioramento della competitività della filiera suinicola, all'aggregazione della fase produttiva, alla valorizzazione qualitativa e commerciale dei prodotti suinicoli, al miglioramento del benessere animale, all'introduzione di innovazioni di processo e al potenziamento delle esportazioni. Il costo complessivo dei progetti è di circa 30 mio €, per un contributo pubblico del 40%.

9.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento

Punti di forza (STRENGTH)	Punti di debolezza (WEAKNESS)
<ul style="list-style-type: none"> • Buone conoscenze sia nella fase di allevamento, sia in quella di trasformazione • Concentrazione territoriale degli attori della filiera nelle zone vocate • Diffusione dei contratti di soccida nell'ambito dell'integrazione verticale di filiera che attenuano la volatilità dei prezzi e consentono di standardizzare le caratteristiche qualitative e igienico-sanitarie della produzione • Eccellenza dei prodotti del <i>Made in Italy</i> a base di carni suine • Alto livello di specializzazione qualitativa che comporta rese inferiori a quelle di altre produzioni suinicole europee • Attenzione alle condizioni di benessere degli animali 	<ul style="list-style-type: none"> • Elevati costi di produzione (in particolare alimentazione) per gli allevatori rispetto ai prezzi di mercato • Livello di integrazione della filiera non ancora adeguato • Presenza di vincoli sempre più restrittivi (benessere degli animali, smaltimento degli animali morti in stalla, normativa ambientale, alimentazione animale) con impatto negativo sui costi • Mancata diversificazione produttiva • Scarsa programmazione dell'offerta • Problemi di compatibilità ambientale dovuti alla concentrazione territoriale degli allevamenti • Basso livello di internazionalizzazione della filiera • Scarsa capacità di adeguamento dell'offerta alle esigenze del consumatore finale • Immagine nutrizionale negativa associata al consumo di carne suina e derivati • Scarso potere contrattuale dell'industria nei confronti della DM • Assenza di forme contrattuali moderne • Eccessiva dipendenza dai partner esteri per l'import di animali, carni fresche e prodotti stagionati • Scarsa specializzazione e qualificazione del mercato del prodotto fresco (soprattutto tagli secondari) • Basso indice di penetrazione all'estero dei prodotti a DO
Opportunità (OPPORTUNITY)	Minacce (THREAT)
<ul style="list-style-type: none"> • Apertura di nuovi mercati di sbocco nei paesi terzi per le esportazioni di carni e derivati • Sviluppo di prodotti ad elevato contenuto di servizio • Valorizzazione del fresco attraverso marchi di qualità • Produzione di suino intermedio (130-140 Kg) • Salumi a base di carne suina italiana con tracciabilità completa • Aumento della domanda da parte del canale ho.re.ca. • Accordi di filiera con la DM per la valorizzazione del prodotto • Pacchetto qualità UE 	<ul style="list-style-type: none"> • Crescente concorrenza della DM con <i>private label</i> sui salumi/insaccati • Diffusione di prodotti <i>unbranded</i> a basso prezzo a discapito delle produzioni a DO • Vincoli ambientali e difficoltà degli allevatori ad investire nei necessari interventi di adeguamento (Direttiva europea sui nitrati che ha portato alla cessazione di numerose attività) • Progressivo aumento dei costi per l'introduzione di nuove norme (benessere animale, smaltimento reflui) • Diffusione di modelli salutistici che disincentivano il consumo di carni suine e derivati

Fabbisogni di intervento

- Favorire l'associazionismo tra gli allevatori e l'integrazione di filiera, coinvolgendo anche la DM.
- Migliorare la capacità di programmazione dell'offerta produttiva
- Miglioramento dell'efficienza tecnica razionalizzando i cicli produttivi
- Incentivare investimenti per il settore primario atti a migliorare l'efficienza produttiva e/o qualitativa degli allevamenti suinicoli regionali
- Sostenere lo sviluppo di investimenti per lo sviluppo di energia da fonti rinnovabili (biogas, fotovoltaico e geotermico)
- Assicurare idonea assistenza tecnico-specialistica con riferimento alla gestione aziendale, ai requisiti igienico-sanitari, al benessere degli animali e alla normativa ambientale
- Supportare la ricerca genetica per garantire uniformità delle carcasse suine
- Sostenere programmi di ristrutturazione dei macelli per una migliore gestione della fase di trasformazione del prodotto nazionale
- Supportare azioni promozionali per migliorare l'immagine nutrizionale associata al consumo di carni suine e derivati
- Promuovere strategie aggregative di internazionalizzazione e penetrazione all'estero
- Aumentare la trasparenza con il consumatore per migliorare la percezione qualitativa mediante lo sviluppo di brand aziendali dei prodotti a DO
- Sostenere gli investimenti finalizzati a ridurre l'impatto ambientale degli allevamenti con particolare attenzione al rispetto della direttiva nitrati, al razionale utilizzo delle risorse idriche e allo smaltimento dei reflui
- Sostenere progetti per l'innovazione di prodotto (per migliorare la qualità e valorizzare gli altri tagli dei suini nazionali) e di processo (alto contenuto di servizio-preaffettato) della salumeria a DO
- Incentivare gli investimenti finalizzati al rispetto del benessere degli animali e alla garanzia dei requisiti sanitari anche in relazione ai cambiamenti climatici in corso (stress da caldo)

10. FILIERA CARNI AVICOLE

10.1 Sintesi

Il **consumo** pro-capite di carni avicole si è attestato nel 2011 a 17,6 Kg, in aumento del 3,3% rispetto al 2010. La spesa annua delle famiglie è risultata pari a 6,2 miliardi di €, corrispondente ad una spesa pro-capite annua di 102 €. Gli acquisti sono lievemente calati rispetto all'anno precedente anche se tale flessione è stata frutto di andamenti piuttosto diversificati. Le carni fresche elaborate sono sempre più apprezzate dai consumatori, sia quelle di III gamma (hamburger, spiedini, salsicce, ecc.) sia quelle di IV gamma (*cordon bleu*, cotolette, ecc.). Meno dinamici i consumi di carne fresca naturale con un calo sia per il pollo sia per il tacchino. Di minor gradimento per le famiglie italiane sono state le carni avicole surgelate, rappresentate in prevalenza da prodotti elaborati. Le **vendite** domestiche di carni avicole avvengono per il 52% presso gli iper e supermercati. Gli esercizi tradizionali coprono il 21% del mercato.

Sul fronte degli **scambi internazionali**, le esportazioni di avicoli, carni e preparati sono risultate nel 2011 pari a 399 mio € mentre le importazioni sono state 216 mio € generando un saldo positivo (l'unico positivo dell'intera bilancia carnea) di 182,7 mio €. Gli scambi commerciali riguardano soprattutto le carni fresche, refrigerate e congelate con il 78,4% delle esportazioni e il 58% delle importazioni. Rispetto al 2010, il saldo commerciale è rimasto sostanzialmente stabile. Il principale mercato di sbocco di capi e carne avicola per il settore italiano è rappresentato dalla Germania con il 27,6% delle esportazioni mondiali in valore. La Germania è anche il principale fornitore con il 29,3% delle importazioni.

Al 2010 risultano presenti in regione 979 **aziende** avicole che allevano 28,2 milioni di capi, equivalenti al 16,9% del patrimonio avicolo nazionale. Le aziende con polli da carne sono 541 con 11,8 milioni di **capi** di allevamento. Rispetto al 2000, si riscontra una vistosa contrazione nel numero di aziende avicole pari al 90%. Anche i capi allevati diminuiscono ma di appena il 2,6% con la conseguenza che le dimensioni medie sono notevolmente aumentate passando da 2.922 a ben 28.853 capi per azienda. E' questo il risultato di un forte processo di industrializzazione intensiva che ha interessato il settore per via dell'espansione della grande distribuzione che richiede prodotti di qualità controllata, disponibili in quantitativi notevoli, oltre che pochi, ma efficaci interlocutori.

Le aziende con allevamenti avicoli gestiti con metodi **biologici** sono 57, il 6% delle aziende totali, ed allevano quasi 600 mila capi. Le dimensioni medie ammontano ad oltre 10 mila capi per azienda, contro i 3 mila capi a livello nazionale.

L'Emilia-Romagna è la seconda regione italiana in termini di **macellazioni** di capi avicoli, con il 18,8% degli avicoli abbattuti in Italia (17,6% in termini di peso morto). La prima regione è il Veneto che concentra quasi la metà di capi abbattuti in Italia. Nel 2010 sono stati macellati oltre 99 milioni di avicoli, di cui 91 milioni rappresentati da polli, galline e tacchini.

La **produzione** regionale di carne di pollame è ammontata nel 2011 a 348 mila t per un **valore** a prezzi base di 531,9 mio €, pari al 20,3% del corrispondente valore nazionale e al 9% della produzione agricola regionale. Rispetto all'anno precedente, si assiste ad un aumento nelle quantità del 4% e in valore del 18,5%. Il **prezzo base** è ammontato a 153 €/q, in crescita rispetto al 2010 (+14%).

Dall'analisi della **distribuzione territoriale** degli allevamenti di polli da carne emerge come l'area romagnola, capeggiata da Forlì-Cesena con il 46%, sia fortemente specializzata concentrando l'84% dei capi allevati. Il 56% dei polli da carne presenti in regione è allevato in area di pianura, il 24,4% in area collinare e poco più del 20% in montagna.

10.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento

Punti di forza (STRENGTH)	Punti di debolezza (WEAKNESS)
<ul style="list-style-type: none"> • Elevato livello di autoapprovvigionamento • Forte integrazione di filiera che si concretizza in rapporti stretti fra produzione e commercializzazione spesso gestita dallo stesso soggetto • Competitività di prezzo rispetto ad altre tipologie di carne che rendono il consumo appetibile in periodi di difficoltà economica • Diffusione di modelli di consumo che prediligono le carni bianche per motivi salutistici • Segmentazione del mercato ottenuta attraverso l'introduzione di prodotti di ampia gamma e ad elevato contenuto di servizi • Utilizzo di sistemi di produzione moderni nel rispetto degli standard di qualità e ambientali • Presenza di strutture di macellazione/trasformazione ubicate nelle aree di allevamento • Minori vincoli di natura religiosa legati al consumo • Estrema flessibilità dei contratti di lavoro che permettono di affrontare la volatilità del mercato • Completa tracciabilità delle carni a vantaggio della trasparenza e tutela del consumatore 	<ul style="list-style-type: none"> • Livello considerevole dei costi di alimentazione per i prodotti di elevata qualità che determina difficoltà di remunerazione • Consumi interni stabili • Elevata probabilità di sviluppo di epidemie nelle aree ad alta densità di allevamento • Difficile applicazione di politiche di marca a sostegno di un prodotto indifferenziato (fresco) • Domanda sensibile alle problematiche sanitarie • Poca attenzione al settore da parte della PAC • Diffusione insufficiente dei metodi di etichettatura volontaria • Basso livello di diffusione delle carni bianche nel settore ristorativo • Scarsa attività promozionale
Opportunità (OPPORTUNITY)	Minacce (THREAT)
<ul style="list-style-type: none"> • Potenziale espansione del mercato in funzione delle apprezzate caratteristiche dietetiche del prodotto • Potenzialità di differenziazione della produzione • Internazionalizzazione e penetrazione nei mercati esteri • Sviluppo etichettatura volontaria • Maggiore segmentazione del prodotto • Aumento fascia consumatori attenti alla tipicità • Produzione di carni biologiche certificate • Produzione di biogas a fini energetici 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercato volubile, sensibile agli allarmi sanitari, ed attratto dalle innovazioni di prodotto • Abitudini alimentari consolidate che limitano l'aumento della domanda • Concorrenza dell'importazione da paesi terzi con prodotto offerto di qualità inferiore, ma a basso costo • Vincoli sempre più restrittivi in tema di: benessere degli animali, smaltimento degli animali morti, inquinamento ambientale, alimentazione animale, e conseguenti incrementi dei costi ad essi annessi • Incremento dei costi di alimentazione legati ai prezzi dei cereali • Cambiamenti climatici e conseguenti effetti negativi derivanti dal caldo (benessere, epizootie, produttività)

Fabbisogni di intervento

- Migliorare il livello di integrazione di filiera supportando progetti di sistema concernenti la sostenibilità ambientale, la razionalizzazione dei costi, la sperimentazione, la qualità e il livello di informazione
- Interventi volti a migliorare le condizioni di salute dei lavoratori e ridurre gli incidenti sul lavoro
- Sostenere progetti per l'innovazione di processo e di prodotto a livello di servizi offerti e/o di caratteristiche intrinseche
- Incentivare gli investimenti finalizzati ad aumentare il benessere degli animali e alla garanzia dei requisiti sanitari, anche in un'ottica di cambiamenti climatici in atto e futuri (stress da caldo)
- Sostenere gli investimenti finalizzati a ridurre l'impatto ambientale degli allevamenti con particolare attenzione al rispetto della direttiva nitrati e al razionale utilizzo delle risorse idriche
- Interventi per favorire stoccaggio della pollina a livello aziendale e/o interaziendale per le possibili destinazioni energetiche e/o agronomiche
- Miglioramento dell'efficienza tecnica razionalizzando i cicli produttivi
- Incentivare l'aggregazione produttiva mediante istituzione di organizzazioni di produttori
- Azioni promozionali per incentivare il consumo di carni avicole
- Analisi della vulnerabilità ai cambiamenti climatici e adozione di adeguate misure di mitigazione
- Assicurare idonea assistenza tecnica rivolta alla consapevolezza dei requisiti sanitari e delle esigenze del benessere degli animali
- Privilegiare gli investimenti in impianti che adottano sistemi di tracciabilità e di etichettatura volontaria delle produzioni
- Sostenere progetti per la produzione di energia e calore da biogas

11. FILIERA LATTE ALIMENTARE E LATTICINI FRESCHI

11.1 Sintesi

Il **consumo** di latte nel 2010 in Italia è stato di 3,2 mio t, pari a 53 Kg pro-capite. Il consumo di yogurt è risultato invece di 513 mila t, equivalente a 8,5 Kg pro-capite mentre quello di burro è pari a 157 mila t corrispondente a 2,6 Kg pro-capite. Nell'arco di 5 anni, i consumi di latte alimentare e yogurt sono diminuiti ad un tasso medio annuo, rispettivamente, dello 0,9% e dello 0,2%, a differenza di quello di burro, cresciuto mediamente dello 0,5% annuo.

Le **esportazioni** di latte (sia fresco che trattato) e derivati (panna, burro, yogurt, ecc.) nel 2011 sono state pari a 2.133 mio €, di cui la quasi totalità (99%) rappresentata da derivati. Le **importazioni** sono ammontate a 3.786 mio di €, in costante aumento rispetto agli ultimi anni. Rispetto all'anno precedente, la bilancia commerciale è ulteriormente peggiorata: il saldo è infatti diminuito di un ulteriore 7% raggiungendo il livello di 1.653 mio €. I principali partner italiani sono la Germania e la Francia che assommano il 62% delle importazioni e il 37,8% delle esportazioni. Rilevanti sono anche i mercati di Stati Uniti, Regno Unito e Svizzera verso cui l'Italia esporta il 24,8% del prodotto.

Secondo l'ultimo censimento, in Emilia-Romagna le **aziende** con allevamenti di vacche da latte nel 2010 ammontano a 4.272 (il 58% del totale di allevamenti bovini), con una diminuzione di ben 3.416 allevamenti rispetto al 2000, ovvero il 44,4% in meno. Le **vacche da latte** sono 247.632, ridottesi del 10% nell'arco di un decennio. Nello stesso periodo, le dimensioni medie aziendali sono aumentate passando da 36 a 58 capi allevati. Riguardo agli allevamenti **biologici** si rimanda al par. 0.

La **produzione** complessiva di latte di vacca e bufala in Regione è stata nel 2011 di 18 mio hl (16% della produzione nazionale), mantenendosi sostanzialmente ai livelli dell'anno precedente. Il **valore** della produzione è risultato 749 mio € (14% della produzione regionale), con un incremento del 12% rispetto al 2010. Il **prezzo** base è risultato di 4€/hl, aumentato del 14% in confronto all'annualità precedente.

I dati ISTAT riportano che la produzione industriale di latte alimentare è stata nel 2011 di 564.865,7 tonnellate, pari al 21,3% della produzione nazionale, a fronte di una quantità complessiva di latte raccolto presso le aziende agricole di 229.878,5 tonnellate (il 41% del latte alimentare prodotto). Il 38% della produzione è rappresentato da latte intero, il 52% da latte parzialmente scremato e il restante 10% dal latte scremato. L'Emilia-Romagna è il secondo produttore nazionale di latte alimentare dopo la Lombardia. La produzione industriale di burro è invece risultata di 328.447 quintali, equivalente al 32,1% del totale nazionale.

In merito alla **raccolta** e alla **trasformazione**, nella regione sono presenti al 2011 102 caseifici e centrali del latte, 23 stabilimenti di aziende agricole, 250 stabilimenti di enti cooperativi agricoli e 7 centri di raccolta (7%). L'Emilia-Romagna è la prima regione italiana per numero di stabilimenti di aziende agricole (32% di quelli nazionali) e di enti cooperativi agricoli (49%).

Le aziende agricole che fanno **vendita diretta** di latte al consumatore sono 125, il 3% delle aziende con vacche da latte, contro il 7% a livello nazionale.

Riguardo alla **distribuzione territoriale**, le vacche da latte si concentrano per il 93% nell'area emiliana ed in particolare nella provincia parmense con il 33% del numero di capi complessivi, seguita da Reggio Emilia (29%), Modena (18%) e Piacenza (13%). Dal punto di vista altimetrico, i capi allevati per la produzione di latte tendono a collocarsi prevalentemente nelle aree di pianura (57,6%). Il 27,6% si posiziona nelle aree collinari mentre il restante 14,7% in montagna.

Dal punto di vista **associativo**, le aziende che hanno venduto o conferito latte ad organismi associativi sono nel 2010 in numero di 2.765, pari al 65% delle aziende regionali che allevano vacche da latte.

Nella Regione esistono due **organizzazione di produttori** riconosciute ai sensi del decreto 228/2001 specializzate nella raccolta di latte crudo conferito dai soci. Si tratta della Agri Piacenza Latte che opera anche in Lombardia e che dal 2005 produce anche Grana Padano e della Granlatte Consorzio cooperativo. I dati ministeriali di giugno 2012 indicano che alle OP aderiscono 279 produttori per una produzione commercializzata di 60,2 milioni di €. Il Consorzio Granlatte rappresenta una realtà produttiva molto importante in Emilia-Romagna. Controlla infatti per circa il 78% il gruppo Granarolo SpA, uno dei principali

gruppi alimentari in Italia. Al Consorzio conferiscono il latte 25 Cooperative di raccolta e circa 1.500 produttori, per una consegna annua agli stabilimenti del gruppo Granarolo di 3,7 mio hl di latte alimentare, di cui 1,9 mio destinati alla produzione di latte alta qualità e 0,1 mio prodotti con metodo biologico. Il fatturato nel 2011 è stato di 204,7 mio €.

La Regione finanzia 3 **progetti integrati di filiera** espressamente orientati alla produzione e alla valorizzazione di latte e latticini freschi di cui sono soggetti promotori, rispettivamente, Agri Piacenza Latte, Granlatte e la società cooperativa agricola Ce.La.T. Centro Latte Tricolore. I progetti sono destinati a favorire l'aggregazione della produzione, ad aumentare la competitività dei produttori di latte mediante l'introduzione di innovazioni di processo e l'abbattimento dei costi di produzione, al miglioramento delle condizioni di benessere degli animali, della tracciabilità del prodotto e del controllo igienico-sanitario. Ai progetti aderiscono 69 imprese, di cui 59 sono quelle che beneficiano di misure/azioni. La spesa è di 10,6 mio € per un contributo pubblico di 4,3 mio € (40%).

11.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento

Punti di forza (STRENGTH)	Punti di debolezza (WEAKNESS)
<ul style="list-style-type: none"> • Elevata produttività degli allevamenti e processo di concentrazione produttiva in atto • Capacità di innovazione e di sviluppo delle aziende agricole • Attenzione ai problemi di impatto ambientale degli allevamenti • Sensibilità alle condizioni di benessere degli animali • Livello elevato di associazionismo • Produzione orientata alla qualità e alla sicurezza • Buona integrazione di filiera 	<ul style="list-style-type: none"> • Problema di smaltimento dei reflui zootecnici e degli stoccaggi • Costi di produzione legati a volatilità materie prime • Forte squilibrio di potere negoziale tra allevatori ed acquirenti • Scarsa valorizzazione di prodotti derivati (siero, panna, burro) • Risposta inadeguata dell'industria di trasformazione rispetto alle richieste di mercato • Prodotto finito indifferenziato • Problemi di sicurezza sanitaria connessi alla produzione di latte (micotossine) • Scarsa remunerazione delle produzioni di alto livello qualitativo • Concorrenza del prodotto di importazione • Forte presenza degli allevamenti da latte nelle zone critiche in rispetto all'applicazione della Direttiva Nitrati • Politiche sanitarie e ambientali penalizzanti e burocratiche • Scarsa informazione del consumatore sulle caratteristiche nutrizionali del latte fresco che ne penalizza il consumo
Opportunità (OPPORTUNITY)	Minacce (THREAT)
<ul style="list-style-type: none"> • Domanda sempre più orientata ad aspetti nutrizionali e salutistici, freschezza e innovazione • Forte segmentazione del mercato, che premia i prodotti innovativi (es. latte crudo) • Crescente affermazione sui mercati esteri dei prodotti nazionali • Espansione domanda internazionale • Miglioramento dell'integrazione di filiera grazie al nuovo Pacchetto Latte • Valorizzazione dell'origine locale, specie per prodotti trasformati • Diversificazione della produzione aziendale (gelati, yogurt) • Valorizzazione di rifiuti e sottoprodotti per produzioni energetiche (nuove tecnologie biogas, denitrificazione digestato, cogenerazione) • Sottoprogramma montagna nella nuova programmazione del PSR 	<ul style="list-style-type: none"> • Latte fresco con marchio GDO • Concorrenza da parte di produttori UE • Maggiori costi per qualità e sicurezza • Incremento dei costi di alimentazione legati ai prezzi dei cereali • Instabilità dei prezzi • Effetti riforma PAC e abolizione del regime delle quote latte • Situazione riscossione multe: pericolo di turbolenze interne alla filiera • Cambiamenti climatici e conseguenti effetti negativi derivanti dal caldo (benessere, epizootie, produttività) • Possibili modificazioni dell'alimentazione dei bovini causate dai cambiamenti climatici e dalla minore disponibilità idrica (ad es. foraggi autunno-vernini invece di insilati di mais) con conseguenze sulla qualità del latte prodotto. • Perdita di centralità strategica del latte fresco per le industrie di produzione

Fabbisogni di intervento

- Migliorare l'efficienza tecnico-economica razionalizzando i cicli produttivi ed incrementando la produttività
- Incentivare la ricerca in grado di intercettare i bisogni delle aziende agricole che producono latte e generano valore aggiunto
- Sostenere progetti per l'innovazione di processo e di prodotto a livello di servizi offerti e/o di caratteristiche intrinseche
- Promuovere la valorizzazione dei prodotti derivati e processi di differenziazione dell'offerta
- Incentivare gli investimenti finalizzati ad assicurare il benessere degli animali e alla garanzia dei requisiti sanitari
- Sostenere progetti di valorizzazione di rifiuti e sottoprodotti per produzioni energetiche
- Incentivare programmi di formazione e divulgazione a favore degli operatori di settore
- Promuovere strategie di internazionalizzazione
- Favorire processi di aggregazione e la costituzione di reti di imprese in fase di trasformazione e commercializzazione del prodotto
- Introdurre strumenti contrattuali moderni per la commercializzazione del prodotto
- Sostenere gli investimenti finalizzati a ridurre l'impatto ambientale degli allevamenti con particolare attenzione al rispetto della direttiva nitrati, al razionale utilizzo delle risorse idriche e allo stoccaggio dei liquami
- Assicurare idonea assistenza tecnica finalizzata all'accrescimento dell'efficienza aziendale
- Supportare l'attuazione della contrattualistica promossa dal cosiddetto "Pacchetto latte"
- Incentivare l'introduzione delle innovazioni tecnologiche in campo informatico negli allevamenti e nei processi produttivi
- Sostenere la creazione di strumenti di gestione del rischio a difesa dei redditi

12. FILIERA FORMAGGI STAGIONATI A DENOMINAZIONE D'ORIGINE PROTETTA

12.1 Sintesi

I formaggi sono tra le poche categorie di prodotto che nel 2011 hanno mostrato una dinamica positiva, seppure contenuta, dei **volumi acquistati** dalle famiglie italiane. L'aumento è stato trainato dalla buona performance dei freschi, degli industriali e dei duri, in particolare grana privi di denominazione e pecorini. I formaggi hanno raggiunto l'incidenza del 64% sulla spesa delle famiglie italiane in latte e derivati e del 12% sull'intera spesa agroalimentare. L'analisi tipologica vede i formaggi freschi prevalere, con una quota del 33% sulla spesa totale dei formaggi, seguiti a breve distanza dai duri, mentre minore è l'incidenza delle altre tipologie di formaggi. Considerando la spesa complessiva per i formaggi, il 35% circa continua ad essere rappresentata dai prodotti a DO, in particolare Parmigiano Reggiano DOP e Grana Padano DOP. La spesa dei due formaggi duri ha inciso nel 2011 per due terzi sulla spesa complessiva dei formaggi a denominazione di origine. In media, ogni famiglia ha speso poco più di 120 € per l'acquisto di 11 kg di prodotti a DO.

Oltre il 70% degli acquisti in volume di formaggi a DO è stato effettuato nel 2011 presso la distribuzione moderna (ipermercati, supermercati e discount), mentre per il dettaglio tradizionale (ambulanti inclusi), la quota è stata di poco superiore al 22%.

Per quanto riguarda gli **scambi con l'estero**, i dati ISMEA mettono in evidenza come il comparto dei formaggi rappresenti il simbolo del *made in Italy* agroalimentare, caratterizzato nel 2011 da una distribuzione delle vendite pari al 28% sul mercato estero, 122 mila tonnellate esportate circa e un volume di affari per l'export pari a più di un miliardo di €. Questo importante risultato dipende da due produzioni a DO, ovvero il Grana Padano DOP e il Parmigiano Reggiano DOP che incidono assieme per il 67% dei volumi esportati e l'80% del fatturato. Per il Grana Padano DOP si assiste però nel 2011 ad un calo della produzione esportata del 6,8% e del 2,3% per il fatturato mentre per il Parmigiano Reggiano DOP il trend è positivo: rispettivamente +9,2% e +12,4%. Anche il Provolone Valpadana DOP ha avuto prestazioni positive con un +78,6% e un +84% rispettivamente per il volume esportato e il fatturato da export.

La **produzione** regionale di latte vaccino impiegato per la produzione di formaggi è risultata nel 2011 pari a 1.887,9 mila tonnellate, con un incremento del 6,2% rispetto al 2010.

I dati ISTAT indicano che la produzione industriale di formaggi in Emilia-Romagna è ammontata a 151.270,3 tonnellate, pari al 13% della produzione nazionale, facendo della regione il secondo produttore italiano dopo la Lombardia. Della produzione regionale complessiva, l'81% è rappresentato dai formaggi a pasta dura.

Le aziende agricole che fanno **vendita diretta** di formaggi al consumatore sono 471, pari all'11% delle aziende con vacche da latte contro il 14% delle aziende nazionali.

Nella Regione Emilia-Romagna ricadono 3 prodotti **DOP** stagionati: Parmigiano-Reggiano (DOP), Grana Padano (DOP) e Provolone Valpadana (DOP).

Nel 2010 il consumo di **Parmigiano Reggiano** è stato di 38.199 tonnellate, diminuito del 5% rispetto all'anno precedente. I principali canali di vendita sono i supermercati (15.174 t), gli ipermercati (11.738 t) e il dettaglio tradizionale (7.554 t). Rispetto al 2009, sono aumentate le vendite attraverso i discount (+7%) e il dettaglio tradizionale (+6,5%). Diminuiscono invece le vendite verso gli altri canali, in particolare verso i supermercati (-12%) e le *superette* (-9%). Dal punto di vista territoriale, il consumo tende ad equidistribuirsi sul territorio nazionale sebbene il consumo tenda ad essere maggiore nel Sud.

La produzione di Parmigiano Reggiano è stata pari a 109,7 mila tonnellate, contro 102,7 mila tonnellate nel 2010. Le forme di formaggio prodotte in Emilia-Romagna sono state 2.884.723 (l'89% delle forme complessivamente prodotte), di cui il 36,1% prodotto nella provincia di Parma, il 31,3% a Reggio Emilia, il 19,7% a Modena e il 2,4% a Bologna. I caseifici coinvolti nella produzione di formaggio risultano in numero di 357 (93% del totale caseifici) di cui 9 si localizzano a Bologna, 79 a Modena, 164 a Parma e 105 a Reggio Emilia. Le strutture più grandi in termini di produzione di forme di formaggio si localizzano a Reggio Emilia, con 9.645 forme per stabilimento. Rispetto al 2010, si assiste ad un incremento nel numero di forme prodotte del 7% a fronte di una diminuzione della consistenza di caseifici che nel 2010 ammontava a 365 unità.

Gli allevamenti che nel 2010 hanno conferito latte per la produzione di Parmigiano Reggiano sono 3.476. I trasformatori sono 456 mentre gli operatori complessivamente coinvolti nella fase di lavorazione e commercializzazione risultano 3.877 di cui 3 sono produttori-trasformatori.

Nel 2010 il consumo di **Grana Padano** è stato di 56.200 tonnellate, aumentato del 2% rispetto all'anno precedente. I principali canali di vendita sono i supermercati (40%) e gli ipermercati (29,5%). Rispetto al 2009, sono aumentate le vendite attraverso tutti i canali commerciali in particolare attraverso il discount (+7,4%) e il dettaglio tradizionale (+5,6%). Fanno eccezione le *superette* che vedono diminuire le vendite del 2%. Dal punto di vista territoriale, il consumo tende a concentrarsi nel Sud (35%) e nel Nord Ovest (27%).

La produzione piacentina di Grana padano è ammontata nel 2011 a 22,4 mila tonnellate con un incremento del 15,4% rispetto all'anno precedente.

Secondo i dati del Consorzio di tutela, la produzione di **Provolone Valpadana** è risultata nel 2009 pari a 88 mila quintali, per la quale sono stati impiegati 867 mila quintali di latte. I caseifici di produttori certificati sono in numero di 11. Le esportazioni, di un ammontare pari a 36.450 quintali, si sono indirizzate per il 70% verso paesi europei e per il 21% verso il Nord America. I principali paesi importatori sono gli Stati Uniti (16%), la Francia (15%) e la Germania (12%). Rispetto al 2008, sia la produzione sia le esportazioni sono diminuite, rispettivamente dell'8 e 19%.

Gli allevamenti che nel 2010 hanno conferito latte per la produzione di Provolone Valpadana sono 1.060. I trasformatori sono 15 mentre gli operatori complessivamente coinvolti nella fase di lavorazione e commercializzazione ammontano a 1,065.

Dal punto di vista dell'**associazionismo**, le aziende che hanno venduto o conferito formaggi e altri prodotti lattiero-caseari sono nel 2010 in numero di 91, appena il 2% delle aziende regionali che allevano vacche da latte. Secondo i dati ministeriali, nella Regione esistono 3 **organizzazioni dei produttori** nel settore lattiero-caseario riconosciute ai sensi dei decreti 228/2001 e 102/2005 che producono formaggi DOP: il Consorzio Granterre, la OP Santa Vittoria e la OP Caseificio cooperativo Casanova. La prima produce Parmigiano Reggiano mentre le altre due sono specializzate nella produzione di Grana Padano. Tutte le OP operano sul territorio regionale. Complessivamente, i soci produttori che aderiscono alle organizzazioni sono 191 per un valore della produzione commercializzata di circa 55,1 milioni di €.

La Regione fornisce sostegno a 16 **progetti integrati di filiera** orientati alla valorizzazione della filiera formaggi. I progetti sono rivolti alla razionalizzazione dei cicli produttivi della fase di allevamento, all'abbattimento dei costi di produzione, all'ottimizzazione della gestione del sottoprodotto siero, a una migliore sostenibilità economico-ambientale degli allevamenti, al raggiungimento di dimensioni idonee ad assicurare una produzione adeguata di formaggi, alla valorizzazione delle caratteristiche intrinseche dei formaggi nella fase di stagionatura, alla commercializzazione di prodotti ad elevata distintività, al miglioramento della fase logistica e allo sviluppo del canale corto e di altri sbocchi di mercato. Ai progetti aderiscono 838 imprese, di cui 208 sono i beneficiari diretti. La spesa è di 62,1 mio € per un contributo pubblico di 24,3 mio € (39%).

12.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento

Punti di forza (STRENGTH)	Punti di debolezza (WEAKNESS)
<ul style="list-style-type: none"> • Importante ruolo dei caseifici gestiti in forma cooperativistica che favoriscono la sostenibilità economica nei territori collinari e montani • Elevato livello qualitativo della materia prima impiegata e dei formaggi ottenuti • Notorietà internazionale dei prodotti tipici 	<ul style="list-style-type: none"> • Elevata frammentazione della trasformazione e del sistema di commercializzazione • Costi di produzione elevati • Mancanza di standardizzazione delle operazioni produttive soprattutto nelle realtà più piccole e disomogeneità dei prodotti ottenuti • Scarso ricorso al canale corto e scarsa attitudine alla vendita diretta da parte di caseifici dovute anche alla difficoltà ad implementare politiche di vendita senza adeguata assistenza • Mancanza di diversificazione produttiva • Difficoltà di gestione di strutture (stalle e caseifici) di minori dimensioni da un punto di vista sanitario, tecnologico ed economico
Opportunità (OPPORTUNITY)	Minacce (THREAT)
<ul style="list-style-type: none"> • Sviluppo delle vendite dei caseifici mediante il canale corto (vendite dirette direttamente nei caseifici posti sulle vie enogastronomiche e nei punti a forte richiamo turistico; internet) • Diffusione dei <i>Green Public Procurement</i> (quota formaggi di qualità) • Diversificazione della produzione (latte alimentare, siero di latte a uso alimentare e zootecnico, panne, burro, yogurt, altri formaggi) per aumentare la liquidità dei caseifici e commercializzazione in proprio aumentando il periodo di stagionatura • Integrazione tra i caseifici per definire una politica commerciale comune e più efficiente e valorizzare il territorio • Aumento domanda da parte di paesi emergenti 	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrenza di prodotti provenienti da paesi terzi che usano denominazioni internazionalmente riconosciute • Uscita di stalle e caseifici dal sistema del Parmigiano con conseguenti ripercussioni sulle strutture di trasformazioni cooperative e industriali • Concentrazione della produzione di latte e formaggio in aree dove sono più bassi i costi di produzione e trasformazione (in pianura e bassa collina), con un doppio impatto negativo (più rischi di inquinamento in pianura e più rischi di abbandono in montagna) • Adeguamento a Direttiva benessere animale e a Direttiva nitrati • Applicazione di norme più stringenti in merito all'obbligatorietà dell'HACCP anche per le stalle con divieto di superamento della carica batterica del latte • Possibili modificazioni dell'alimentazione dei bovini causate dai cambiamenti climatici e dalla minore disponibilità idrica (ad es. foraggi autunno-vernini invece di insilati di mais) con conseguenze sulla qualità dei formaggi

Fabbisogni di intervento

- Favorire l'aggregazione (es. consorzi e reti tra imprese) in fase di trasformazione e commercializzazione del prodotto;
- Sostenere progetti per l'innovazione di processo e di prodotto a livello di servizi offerti e/o di caratteristiche intrinseche
- Favorire la commercializzazione diretta dei formaggi mediante il canale corto sfruttando la presenza di strade enogastronomiche e sostenere nuove strategie per la commercializzazione all'ingrosso.
- Garantire alle aziende adeguato supporto di consulenza tecnica e professionale e incentivare programmi di formazione e divulgazione a favore degli operatori di settore
- Sostenere la creazione di strumenti di gestione del rischio a difesa dei redditi
- Promuovere la ricerca e lo sviluppo finalizzati ad intercettare i bisogni delle aziende agricole che producono latte e generano valore aggiunto
- Promuovere accordi di filiera e organismi interprofessionali
- Rafforzare le OP esistenti e favorire la nascita di nuove OP per la commercializzazione dei formaggi DOP e freschi in Italia ma soprattutto all'estero
- Migliorare la fase di commercializzazione supportando la creazione di reti di vendita
- Favorire l'internazionalizzazione della commercializzazione mediante una azione di valorizzazione della produzione locale e l'inserimento in mercati internazionali
- Promuovere la diversificazione produttiva dei caseifici
- Sostegno a progetti per la valorizzazione di sottoprodotti e rifiuti destinati alla produzione di energia rinnovabile (es. biogas, cogenerazione fotovoltaico)

13. FILIERA UOVA

13.1 Sintesi

Nel 2011, il numero di uova in guscio e di equivalenti in prodotti a base di uova immessi al consumo si è attestato a 12,49 miliardi, segnando una diminuzione dell'1,9% rispetto all'anno precedente. Il consumo pro-capite è diminuito da 210 a 206 uova. La quota rappresentata dagli **acquisti** delle famiglie è tuttavia salita al 66% con un consumo pro-capite per uso domestico di 135 uova. L'equivalente delle utilizzazioni da parte dell'industria alimentare, dei laboratori artigianali e degli operatori della ristorazione è invece diminuito da 75 a 71 uova.

Nel 2011 sono stati **esportati** uova (in guscio e sgusciate) e derivati (tuorli, albumine) per un valore di 97,2 mio €, di cui oltre la metà rappresentata dalle albumine, a fronte di **importazioni** per un ammontare di 61,7 mio €, generando un saldo positivo di 35,5 mio €. Rispetto al 2010, si assiste ad un consistente peggioramento del saldo commerciale pari al 36% in meno dovuto ad una maggiore riduzione che ha interessato le esportazioni (-22%) rispetto alle importazioni (-11%). I principali mercati di sbocco sono la Germania (22% delle esportazioni), Giappone e Francia (entrambe 10%) mentre i fornitori sono soprattutto Francia (28%), Paesi Bassi (15%), Spagna (12%) e Germania (10%).

Le **aziende** con allevamenti di galline da uova presenti in regione sono al 2010 in numero di 662 ed allevano poco meno di 1,1 milioni di capi. Rispetto al 2000, la riduzione è stata cospicua interessando il 92,6% delle aziende allora operanti. Al contrario le galline da uova sono aumentate del 130% con la conseguenza che le dimensioni medie sono notevolmente aumentate passando da 927 a 16.366 galline per azienda.

La **produzione** regionale nel 2011 è stata di 2,6 miliardi di uova per un **valore della produzione** a prezzi base di 245 mio €, pari al 4% della produzione agricola regionale e al 21% della produzione nazionale di uova. Nel confronto con l'annata precedente, si evince un aumento dell'1% nel numero di uova e del 2,6% nel valore della produzione. Il **prezzo** base è risultato di 93€ per migliaia di uova, registrando una leggera crescita rispetto al 2010.

In base ai dati del Ministero della Salute, in Emilia-Romagna risultano 44 **stabilimenti** riconosciuti ai sensi del Reg. (CE) 853/2004 per la produzione di uova e ovoprodotti (pari al 7,8% degli stabilimenti nazionali). Di questi 43 sono centri di imballaggio uova, 3 sono impianti di produzioni di uova liquide e 5 sono gli stabilimenti di trasformazione (14,3% degli stabilimenti nazionali di trasformazione).

In merito alla **distribuzione territoriale** di capi e allevamenti, il 96,6% delle galline da uova allevate in Emilia-Romagna si concentra nell'area romagnola. Circa il 73% degli allevamenti si localizza in pianura, il 21,4% in collina e poco più del 6% in montagna. Gli stabilimenti di imballaggio, produzione e trasformazione risultano meno concentrati rispetto agli allevamenti, con il 66% (29 su 44) localizzato nelle province dell'area romagnola.

13.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento

Punti di forza (STRENGTH)	Punti di debolezza (WEAKNESS)
<ul style="list-style-type: none"> • Elevata capacità di soddisfare i consumi interni • Elevato controllo della qualità e della sicurezza sanitaria in tutti i passaggi produttivi • Presenza di strutture di commercializzazione e trasformazione ubicate nelle aree di allevamento • Tracciabilità delle produzioni • Sviluppo e offerta di prodotti innovativi e alternativi (allevamenti a terra e all'aperto) 	<ul style="list-style-type: none"> • Scarsa aggregazione e integrazione di filiera • Elevati costi energetici e legati all'alimentazione animale • Consumi stabili tendenti alla contrazione • Produzione a forte impatto ambientale • Scarsa diffusione di certificazioni ambientali • Basso livello di diffusione di sistemi di qualità volontari • Scarsa differenziazione del prodotto fresco • Scarso contenuto di servizi nei prodotti offerti
Opportunità (OPPORTUNITY)	Minacce (THREAT)
<ul style="list-style-type: none"> • Sviluppo dell'export • Allevamenti a terra (minori costi di produzione legati ad adeguamento direttiva) per via della crescita di domanda dei consumatori per questo tipo di allevamenti • Sviluppo di prodotti innovativi (es. mousse d'uovo in bomboletta) con elevate componenti di servizio • Produzione di biogas a fini energetici 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento dei costi dei fattori produttivi destinati all'alimentazione (soia, cereali) • Concorrenza di paesi terzi che immettono sul mercato uova di dubbia qualità, a basso costo e senza etichettatura • Aumento costi di produzione per adeguamento a vincoli sempre più stringenti in materia ambientale e di benessere animale • Sovrapproduzione e conseguenti riduzioni di prezzo • Shock sanitari e crollo dei consumi • Cambiamenti climatici e conseguenti effetti negativi derivanti dal caldo (benessere, epizootie, produttività)

Fabbisogni di intervento
<ul style="list-style-type: none"> • Promuovere la diffusione dell'etichettatura volontaria e la valorizzazione del marchio italiano • Favorire l'integrazione di filiera incentivando progetti di sistema volti a fornire supporto tecnico e organizzativo, migliorare la sostenibilità ambientale, la formazione, la sperimentazione, ecc. • Supportare l'aggregazione nelle sue varie forme (OP, OI) allo scopo in particolare di definire una strategia comune • Incentivare investimenti volti alla razionalizzazione dei cicli produttivi e all'abbattimento dei costi • Incentivare gli investimenti finalizzati a ridurre l'impatto ambientale degli allevamenti ed il razionale utilizzo delle risorse idriche • Sostenere progetti per l'innovazione di processo e di prodotto a livello di servizi offerti e/o di caratteristiche intrinseche • Favorire lo sviluppo di allevamenti alternativi in special modo quelli a terra e all'aperto • Favorire processi di internazionalizzazione • Sostenere progetti per la produzione di energia e calore da biogas • Assicurare idonea assistenza tecnica rivolta alla consapevolezza dei requisiti sanitari e delle esigenze del benessere degli animali • Analisi di vulnerabilità ai cambiamenti climatici e relativi processi di adattamento

14. FILIERA SEMENTI

14.1 Sintesi

Il settore sementiero rappresenta un comparto particolarmente importante sia per la sua rilevanza economica, sia per la notevole dinamicità sotto il profilo commerciale con particolare riferimento alla sua forte propensione verso l'export.

Le statistiche ISTAT 2011 per l'import-export di sementi evidenziano un incremento in valore del 25% per le esportazioni e del 15% per le importazioni, rispetto al 2010. Ciononostante la bilancia commerciale resta comunque passiva, per un importo di poco superiore ai 90 mio €. Le **esportazioni** sono passate da circa 180 mio € nel 2010, a 225 mio € nel 2011, con gli incrementi maggiori per barbabietola da zucchero (+89%), loietto italico (+58%), trifogli, erba medica, riso e sementi da orto. Le **importazioni** complessivamente sono salite nel 2011 a circa 320 mio € (erano 275 mio € nel 2010) con evidenti aumenti per mais ibrido, patate da seme, sementi da orto, loietto italico e trifogli. A livello di singola coltura, le sementi che mostrano saldi positivi sono: la barbabietola da zucchero, il riso e l'erba medica. Quelle invece con saldi negativi sono il mais, la soia, la patata da seme, le sementi da orto ed il loietto italico.

L'Emilia-Romagna è la prima regione in Europa per moltiplicazione e produzione di sementi e rappresenta quasi un terzo del volume di affari nazionale. Nel 2011 il **fatturato** raggiunto dalle colture sementiere in Emilia-Romagna ha superato i 115 milioni di €, con un incremento nei confronti dell'annata precedente di oltre il 25%.

Le **aziende** sono oltre 6 mila, con una superficie investita a colture sementiere di 45 mila ettari, dei quali circa 9 mila con specie a carattere intensivo e ad elevata redditività: orticole e barbabietola da seme. Oltre il 35% delle aziende sementiere italiane ha sede in Regione e, per quanto riguarda le imprese moltiplicatrici di seme di bietola ed orticole, l'incidenza supera il 95%.

Sulla base dei dati diffusi dall'Ense, la **superficie** regionale destinata alla produzione di sementi ammonta nel 2011 a 37.397,52 ettari, corrispondente al 23,8% della superficie italiana controllata, percentuale questa che fa dell'Emilia-Romagna la più importante realtà produttiva per la riproduzione di sementi. Le principali colture da semi sono l'erba medica (24,5%), il frumento tenero (21,4%), il frumento duro (15,1%) e la barbabietola da zucchero (11,6%). Nel confronto con altre regioni, l'Emilia-Romagna mostra di essere la zona elettiva per la riproduzione di semi da cicoria industriale, facelia, e loglio ibrido e, quasi totalmente, anche per quelli di semi da barbabietola da zucchero, ibridi sorgo per erba sudanese e sorgo.

I dati ISTAT mostrano che la **distribuzione di sementi** in Emilia-Romagna nel 2010 si è attestata a 610,2 mila quintali, equivalente al 15,9% delle sementi distribuite sul territorio nazionale. L'Emilia-Romagna rappresenta la prima regione italiana per quantità di sementi distribuite seguita da vicino dalla Lombardia. Il 67,8% delle sementi è costituito da cereali, il 16,6% da semi di patate, l'8,1% da semi di foraggiere e il restante 7,5% da semi di ortaggi, piante industriali, fiori e piante ornamentali ed altri tipi di semi. Nell'arco di un quinquennio, si assiste ad una riduzione delle sementi distribuite del 18,4% a carico in particolar modo dei semi di piante industriali (-46,8%) e cereali (-25,5%). Crescono invece i semi di ortaggi (+39%), quelli di patate (+10%) e di quasi tre volte i semi di fiori e piante ornamentali. La **distribuzione territoriale** per provincia evidenzia come Bologna, Ferrara, Ravenna e Modena concentrino il 68% delle sementi distribuite.

La fornitura di **seme biologico** rappresenta, al 2010, l'1,6% del seme complessivamente distribuito in regione e il 12% di quello nazionale, collocando la regione al terzo posto tra le regioni con i più alti livelli di distribuzione di sementi biologiche, dopo Basilicata e Puglia. Nell'arco di cinque anni, i quantitativi di seme biologico hanno subito una contrazione meno marcata (-11%) rispetto alle sementi convenzionali, grazie in particolare alla crescita dei semi di patate.

In merito all'associazionismo, i dati censuari rivelano l'esistenza di 22 **cooperative** agricole che hanno in gestione 866 ettari di superficie.

Secondo i dati del Ministero, al 30 giugno 2012 risultano 4 **organizzazioni di produttori** in Emilia-Romagna, le uniche che operano sul territorio nazionale: la Cooperativa agricola cesenate, il Consorzio nazionale sementi, l'OP Sementi Romagna e l'OP APROS. Le prime due sono state riconosciute ai sensi del decreto legislativo n. 228/2001, mentre le restanti ai sensi del decreto legislativo n. 102/2005. Delle OP

riconosciute, solo la Cooperativa agricola cesenate opera a livello interregionale coinvolgendo altre otto regioni, specificatamente Lombardia, Veneto, Toscana, Marche, Umbria, Abruzzo, Molise e Puglia. Le OP aggregano 2.497 soci per un valore di produzione commercializzata pari a 32,9 mio €.

In relazione agli obiettivi di integrazione, la Regione finanzia 2 **progetti integrati di filiera** di cui sono soggetti promotori, rispettivamente, l'OP Sementi Romagna e il Consorzio delle organizzazioni degli agricoltori moltiplicatori di sementi. I progetti sono destinati dal miglioramento della qualità delle sementi grano e all'innovazione tecnica e organizzativa per la produzione, la selezione e il confezionamento delle sementi. Ai progetti aderiscono 79 imprese di cui 67 sono i beneficiari diretti. La spesa complessiva ammonta a 14,2 milioni di €, di cui il 34,7% è il contributo PSR.

14.2 Analisi SWOT e fabbisogni di intervento

Punti di forza (STRENGTH)	Punti di debolezza (WEAKNESS)
<ul style="list-style-type: none"> • Elevata professionalità degli operatori agricoli • Buona legislazione a difesa delle colture sementiere • Idonee caratteristiche pedoclimatiche • Propensione/disponibilità degli agricoltori ad adottare innovazioni di processo e di prodotto (produzioni integrate e biologiche) • Importante ruolo delle OP nelle contrattazioni • Sviluppata rete di servizi a favore delle aziende • Cicli colturali corti e possibilità di porre rimedio a scelte errate 	<ul style="list-style-type: none"> • Alti costi di produzione per via di alti costi della manodopera, dimensioni limitate e mancanza di attrezzature specifiche • Difficoltà legate al mutare delle condizioni climatiche • Mancanza di una forte ricerca genetica a livello regionale e nazionale • Difficoltà ad adottare innovazioni meccaniche per la ridotta ampiezza aziendale • Scarsi investimenti in strutture protette e nelle relative tecnologie. • Complessità e lentezza dei processi di certificazione rispetto ai competitors europei (Francia) • Minore professionalità della manodopera avventizia
Opportunità (OPPORTUNITY)	Minacce (THREAT)
<ul style="list-style-type: none"> • Attività di lavorazione e selezione del seme prodotto (maggiore valore aggiunto) • Messa a punto di tecniche colturali più rispondenti alle esigenze qualitative del prodotto • Internazionalizzazione delle aziende sementiere • Sviluppo di tecniche di lavorazione in magazzino che garantiscano maggior qualità al seme • Adozione di supporti informatici per garantire gli isolamenti e le produzioni non OGM. • Maggiore peso nella contrattazione con le ditte sementiere attraverso le O.P. • Moltiplicazione del seme di varietà tipiche 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento della concorrenza di paesi con maggiore organizzazione e da quelli caratterizzati da minori costi • Rischio di contaminazione da colture OGM che possono inquinare il territorio e renderlo non più adatto alla moltiplicazione di sementi OGM-Free • Minore disponibilità di mezzi di difesa contro i parassiti • Minori redditi su colture standard e minori opportunità d'investimento • Introduzione di novità varietali senza conoscere il potenziale produttivo e le reazioni ai cambiamenti climatici • Rischi legati ai cambiamenti climatici (stress idrico, infestazioni parassitarie)

Fabbisogni di intervento

- Incentivare investimenti volti al miglioramento dell'efficienza e all'abbattimento dei costi
- Aumentare il grado di integrazione di filiera e tra filiere allo scopo di migliorare l'assistenza, la ricerca, il monitoraggio tecnico-sanitario-ambientale e favorire i rapporti con le forme aggregate e con gli apicoltori (impollinazione assistita)
- Rafforzare il ruolo delle OP nella gestione di programmi volti all'introduzione di macchine innovative e all'offerta di servizi agricoli e nella fase di contrattazione
- Favorire programmi per la sperimentazione di tecniche agronomiche e difesa fitosanitaria specifiche per le colture da seme che consentano di contenere i costi e migliorare la qualità del seme prodotto
- Favorire la diffusione di strumenti per la difesa dei redditi
- Sostenere progetti destinati alla moltiplicazione di semi di varietà tipiche
- Promuovere la diffusione di strumenti informatici per garantire gli isolamenti e le produzioni non OGM.
- Favorire investimenti in strutture protette per la coltura dei semi e nelle relative tecnologie

15. FILIERE MINORI

15.1 Foraggiere

I dati del censimento riportano la presenza al 2010 di 27.502 aziende che coltivano foraggiere avvicendate per una superficie complessiva di 298.676,7 ha, equivalente al 28% della superficie regionale, facendo delle foraggiere la seconda coltura più estesa sul territorio dopo i cereali. Nell'arco di un decennio, si assiste ad una riduzione di oltre il 30% nel numero di aziende ed un aumento del 5% della superficie investita, quale conseguenza del disaccoppiamento degli aiuti agli agricoltori. La dimensione media è di 11 ha, il 52% in più rispetto ai livelli del 2000. L'Emilia-Romagna presenta una rilevante specializzazione nella coltivazione di foraggiere dal momento che la loro incidenza in termini di superfici è due volte quella media nazionale. Alle foraggiere, si aggiungono oltre 102 mila ettari di prati e pascoli permanenti gestiti da 13.752 aziende, diminuite del 38% rispetto al 2000. Anche le superfici tendono a contrarsi ma a tassi inferiori (-12,3%) segnalando un incremento delle dimensioni medie che passano a 7,5 ha per azienda. La produzione a prezzi base dei foraggi è ammontata nel 2011 a 288 mila €, pari al 5% della produzione regionale e al 16% di quella nazionale. In confronto alla campagna precedente, si registra un incremento di circa il 4%. Le aziende che vendono direttamente foraggi sono 1.548, il 6% delle aziende foraggiere totali. La distribuzione territoriale è condizionata dall'attività zootecnica presente nella regione, in particolare dalla produzione di latte destinata al parmigiano reggiano e dalla necessità di disporre di cospicui quantitativi di foraggio con caratteristiche tali da corrispondere alle prescrizioni del disciplinare di produzione. Gran parte delle unità produttive si localizza infatti nella parte emiliana, in particolare a Parma dove si ritrova il 21% delle aziende. A livello altimetrico, quasi la metà delle aziende foraggiere si situa in pianura, il 36% in collina e il restante 15% in zone montane. La distribuzione delle superfici riflette grossomodo quella aziendale. Sotto il profilo associativo, il 5% delle aziende vende o conferisce foraggi ad organismi associativi, una percentuale tre volte superiore a quella media nazionale. Le cooperative agricole sono 112 e gestiscono 8.448 ha di superficie (3% della superficie complessiva), pari ad una media di 75 ha. Nonostante la scarsa rilevanza, il fenomeno della cooperazione nell'ambito delle foraggiere risulta molto più presente rispetto al contesto nazionale, come conferma una incidenza in termini di superficie utilizzata di 3 volte superiore a quella nazionale. Nella regione, secondo i dati ministeriali di giugno 2012, opera una sola organizzazione dei produttori, la Aliverde, riconosciuta in base al decreto n. 228/2001 e specializzata nella raccolta, conservazione e commercializzazione di foraggi disidratati. Si tratta dell'unica OP presente a livello nazionale, alla quale aderiscono 778 soci per una produzione commercializzata di 5,2 mio di €.

Analisi SWOT⁵

Punti di forza: Produzione di proteine no Ogm; base per sostituire gli insilati; filiera corta; produzione orientata alla qualità e alla sicurezza.

Punti di debolezza: Frammentazione dei fienatori, mancanza di UF biologiche; mancanza di un mercato di riferimento per produzioni foraggiere su parametri verificabili; bassa redditività.

Opportunità: Crescita della domanda estera e sviluppo dell'export; lotta al dissesto idrogeologico e all'abbandono dei terreni marginali di collina.

Minacce: Competizione delle colture *non food* che beneficiano di sostegni UE; competizione dei produttori francesi che accedono ad aiuti art. 68; inquinamento dovuto a forte concentrazione industriale e urbanizzata nelle aree di produzione di foraggio destinato alla alimentazione di bovini per la produzione di Parmigiano Reggiano (rischi di presenza di metalli pesanti e altri residui nel latte).

Fabbisogni di intervento: Sostegno all'essiccazione aziendale e interaziendale cooperativa; supporto all'aggregazione della fase produttiva e allo sviluppo della filiera produttori-utilizzatori; sviluppo foraggicoltura per biologico e produzioni a DO; sostegno alle produzioni di foraggi essiccati di qualità mediante aiuti accoppiati; miglioramento delle attrezzature per la fienagione.

⁵ L'analisi SWOT e l'identificazione dei fabbisogni delle foraggiere derivano dai suggerimenti degli *stakeholders* durante i "tavoli di partenariato" realizzati a Bologna l'11, 12 e 13 giugno 2013.

15.2 Miele

Secondo l'ultimo censimento dell'agricoltura, in Emilia-Romagna sono presenti 515 aziende che allevano api per un totale di 53.837 alveari. Rispetto al 2000, le aziende si sono più che dimezzate mentre gli alveari sono aumentati del 21%. La conseguenza è stata un aumento delle dimensioni medie che sono passate da 41 a 104 alveari per azienda. Ad eccezione di Ferrara e Rimini, le aziende tendono ad equi-distribuirsi sul territorio con percentuali che variano tra circa il 10% (Piacenza e Parma) e il 20% (Bologna). Gli alveari invece si concentrano nelle province di Bologna (23,8%), Modena (16,7%) e Ravenna (15,9%). La produzione di miele risultato nel 2011 pari a 15 mila quintali con una riduzione del 6,2% rispetto al 2010. In termini di valore, la produzione del settore a prezzi base nello stesso periodo ha raggiunto i 4,5 milioni di € segnando una crescita del 4,1% in confronto con l'annata precedente. Il prezzo pagato è risultato di 303€ per quintale di miele, cresciuto dell'11% rispetto al 2010. Nell'ambito del comparto apicolo, la Regione supporta un progetto integrato di filiera per la valorizzazione della filiera del miele del costo di quasi 900 mila €, al quale aderiscono 62 imprese, di cui 12 beneficiarie dirette.

Analisi SWOT⁶

Punti di forza: ruolo strategico della filiera apicola per lo sviluppo dell'agricoltura, la diversificazione, il miglioramento delle produzioni vegetali, la difesa della biodiversità, il rispetto e la salvaguardia dell'ambiente; settore in crescita; buon livello di professionalità; presenza di giovani relativamente più alta rispetto ad altri settori; riconoscimento del prodotto di qualità (miele, propoli, polline, sciami ed api regine selezionate); eccellenza del patrimonio genetico delle api regine; buone potenzialità produttive del territorio per orografia, conduzione agricola e presenza di parchi naturali; diffusione dell'associazionismo e della cooperazione; presenza di organismi di supporto.

Punti di debolezza: forte dipendenza della produzione apistica dalle condizioni metereologiche; riduzione degli habitat per le api; diffusione di patologie legate ad una gestione apistica o agricola del territorio inadeguata; scarsa efficacia dei principi attivi di trattamento della varroa; difficoltà di accesso al PSR a causa delle piccole dimensioni delle aziende, spesso senza terra; carenza e sottostima dei dati di settore.

Opportunità: aumento della domanda di prodotti a base di miele di qualità; aumento dei consumi pro-capite di miele; integrazione con l'agricoltura per servizi di impollinazione.

Minacce: uso di presidi fitosanitari sistemici e da irrorazione su frutteti, vigneti, orticole e sementiere, con scarso rispetto delle leggi in materia; concorrenza estera, spesso con prodotti di qualità inferiore; cambiamenti climatici; utilizzo degli OGM in agricoltura.

Fabbisogni di intervento: formazione e assistenza tecnica per gli operatori ma anche per gli agricoltori e gli operatori del verde pubblico; miglioramento genetico e ricerca finalizzata al miglioramento quanti-qualitativo delle produzioni apistiche; miglioramento delle fasi di produzione, lavorazione, confezionamento e commercializzazione dei prodotti dell'apicoltura (con particolare riferimento alla realizzazione e all'allestimento dei laboratori di smielature aziendali); azioni di valorizzazione e promozione della qualità e distintività dei prodotti apistici legati al territorio; favorire il mantenimento o la diffusione di habitat favorevoli all'attività pronuba e mellifera delle api (es. semina di piante di interesse mellifero), anche nell'ambito del verde pubblico.

15.3 Olio di oliva

Al 2010, le aziende regionali coinvolte nella produzione di olive per olio ammontano a 4.875, ovvero 42 unità in meno rispetto al 2000. La superficie in produzione risulta nel 2011 pari a 2.726 ettari, perdendo 126 ettari (-26,8%) rispetto alla campagna precedente. La quantità prodotta di olive da olio è pari a 54 mila quintali, equivalente allo 0,17% della produzione nazionale. Rispetto al 2010, il volume produttivo ha subito una diminuzione inferiore rispetto alla superficie (-4,5%), per via di una certa stabilità della resa che si è mantenuta attorno ai 15 q/ha. Dal punto di vista territoriale, gran parte dell'attività produttiva si concentra

⁶⁶ L'analisi SWOT e l'identificazione dei fabbisogni della filiera del miele derivano dai suggerimenti degli *stakeholders* durante i "tavoli di partenariato" realizzati a Bologna l'11, 12 e 13 giugno 2013.

nelle province di Rimini e Forlì-Cesena con il 73,7% della superficie e l'86,8% della produzione di olive da olio. Nella Regione vi sono due prodotti oleari a DO: l'Olio Extra Vergine di oliva *Colline di Romagna* DOP, prodotto nelle province di Forlì-Cesena e Rimini, e l'Olio Extra Vergine di oliva di *Brisighella* DOP, prodotto nelle realtà di Ravenna e Forlì-Cesena. Relativamente agli oli a DO, i produttori sono nel 2011 212 e investono una superficie di 267,02 ettari. Sono poi presenti 12 imprese trasformatrici che gestiscono 20 impianti, 10 molitori e 10 imbottigliatori. Gli operatori nel complesso ammontano a 220 unità di cui 3 sono produttori-trasformatori. La produzione regionale di olio di oliva è risultata nel 2011 pari a 7 mila quintali con una riduzione rispetto al 2010 del 12,5%. In valore, la produzione a prezzi base mostra un peso irrilevante nell'ambito del settore agricolo regionale. Nel periodo considerato la produzione di olio ha registrato in termini nominali, coerentemente con il dato produttivo, una riduzione del 5,3% attestandosi a 2,7 milioni di €. Il prezzo base è risultato 387€/q con un aumento dell'8% rispetto alla campagna precedente.

Analisi SWOT⁷⁷

Punti di forza: prodotti di nicchia di elevata qualità; produzioni non eccedentarie; capacità di recepire le innovazioni tecniche e gestionali; buona assistenza tecnica per prodotti DOP; patrimonio ambientale e paesaggistico; presenza di due DOP.

Punti di debolezza: elevati costi di certificazione per le DOP; carenza di assistenza tecnica nelle aree di espansione (es. Bologna); recupero e smaltimento scarti di lavorazione dei frantoi; difficoltà delle aziende a mettersi in rete e fare sistema; impianti di molitura con sistemi di estrazione inadeguati; costi troppo elevati per smaltire le acque di vegetazione.

Opportunità: possibilità di vendita a prezzi medio-alti; aumento della domanda di consumo indotta da attività comunicativa in merito alle caratteristiche specifiche del prodotto; sviluppare produzioni QC e biologiche; valorizzazione del paesaggio rurale e delle tecniche colturali tradizionali; recupero dei sottoprodotti.

Minacce: forte concorrenza da parte di altri prodotti DOP di elevata qualità con maggiore visibilità sul mercato; invecchiamento dei produttori; perdita del patrimonio varietale autoctono; aumento dei costi (es. smaltimento acque di vegetazione).

Fabbisogni di intervento: sostenere l'innovazione tecnologica dei frantoi per favorire lo smaltimento e il recupero dei sottoprodotti; possibilità di accesso alla nuova programmazione del PSR anche per le piccole aziende con riduzione degli importi minimi di accesso alle misure; cooperazione fra le associazioni della filiera per sviluppare attività di ricerca; piano di sviluppo collettivo per il mantenimento degli oliveti secolari, storici; premiare le superfici a produzione integrata e biologica; informazioni al consumatore e ai ristoratori con iniziative specifiche di promozione e divulgazione.

15.4 Florovivaismo

La produzione in valore a prezzi base del settore florovivaistico ammonta nel 2011 a 70,3 milioni di €, pari all'1,2% della produzione agricola regionale. Rispetto all'anno precedente, si assiste ad una diminuzione del 4,6%. Al 2010 le aziende agricole produttrici di fiori e piante ornamentali ammontano a 507 ed impiegano una superficie di 452,5 ettari. Rispetto al 2000, si evidenzia una riduzione nel numero di aziende pari al 21,4% e una contrazione delle superfici investite del 7%. Dal punto di vista territoriale, escludendo le province di Piacenza e Parma dove la presenza risulta più contenuta (5-6%), le aziende tendono a distribuirsi uniformemente. Per quanto concerne il vivaismo frutti-vite, l'Emilia Romagna è la principale regione in Italia con produzioni concentrate principalmente nelle province di Ferrara, Ravenna, Forlì-Cesena e Bologna su una superficie di oltre 1.000 ha. Nel 2012 le produzioni vivaistiche certificate mediante il sistema nazionale di certificazione volontaria "virus esente" e il programma regionale "bollino blu" sono ammontate a: 150 mio di piantine di fragola (su una produzione complessiva di 170 mio), 3 mio di astoni di pomacee (su un totale di 6 mio), 1,7 mio di astoni di drupacee (su 5 mio), 10 mio di portinnesti di drupacee e 6,5 mio di portinnesti di pomacee (oltre il 90% della produzione totale), 1,9 mio di barbatelle di vite, oltre 1 mio di talee da innesto e circa 3 mio di actinidia.

⁷⁷ L'analisi SWOT e l'identificazione dei fabbisogni della filiera dell'olio derivano dai suggerimenti degli *stakeholders* durante i "tavoli di partenariato" realizzati a Bologna l'11, 12 e 13 giugno 2013.

La Regione finanzia un progetto integrato di filiera del costo complessivo di 784 mila €, del quale fanno parte 6 imprese, di cui 4 sono i beneficiari diretti.

Analisi SWOT Vivaismo⁸

Punti di forza: Elevata vocazione produttiva del territorio; elevata specializzazione dei vivaisti; prossimità ad aree agricole fortemente vocate e altamente industrializzabili che conferisce un vantaggio commerciale; ampia disponibilità di varietà colturali e conoscenza di varietà locali minori a vantaggio del mantenimento della biodiversità e delle produzioni biologiche; costante aggiornamento varietale grazie all'acquisizione di licenze di moltiplicazione e la possibilità per i vivaisti di brevettare direttamente novità varietali; elevato livello di aggregazione nell'ambito del vivaismo frutti-viticoło attraverso il Centro Attività Vivaistiche (i soci rappresentano oltre l'80% della produzione regionale); elevati standard qualitativi grazie all'adesione ai programmi nazionali di certificazione genetico-sanitaria e a quelli regionali (es. programma "bollino blu"); buon livello di internazionalizzazione.

Punti di debolezza: Presenza di patogeni che mettono a rischio la produzione (es. PPV nelle drupacee e PSA nell'actinidia); difficile programmazione della fase produttiva legata anche alla carenza di sinergie con le OP frutticole; contraffazione varietale che causa danni economici e rischi di diffusione di malattie a causa di moltiplicazione abusiva e non certificata; mancanza di un codice di comportamento sottoscritto da tutte le aziende vivaistiche aderenti al sistema di certificazione delle piante; riduzione dei fitofarmaci utilizzabili in specifiche fasi vivaistiche; mancanza di un disciplinare di produzione ispirato ai principi della difesa integrata e sostenibile; presenza di normative diverse per i diversi settori con conseguente frammentazione delle possibili azioni di supporto; deperibilità del prodotto e carenza di celle frigorifere.

Opportunità: Innovazione di prodotto (nuove varietà/ nuove tipologie di prodotto); nuovi sbocchi sul mercato internazionale.

Minacce: Riduzione delle aree vocate esenti da organismi nocivi; prossimità ad aree agricole industrializzate che aumenta il rischio di trasmissione di malattie dalle coltivazioni frutti-vinicole a quelle vivaistiche; certificazione volontaria europea per frutteti di livello inferiore all'attuale standard italiano; crisi da sovrapproduzione; riduzione della disponibilità idrica.

Fabbisogni di intervento: Contrastare la diffusione delle emergenze sanitarie regionali (es. PPV nelle drupacee, PSA nell'actinidia, flavescenza dorata e virus nella vite) potenziando il sistema di produzione di materiale vivaistico certificato; potenziamento dei centri di conservazione e costruzione di nuove serre isolate e distanti da frutteti/vigneti; favorire il rinnovo e l'ampliamento dei campi di piante madri per fruttiferi e vite, sia per nesti che per portinnesti; potenziamento dei laboratori di diagnostica fitopatologica e di caratterizzazione varietale impiegati nella certificazione; sostegno ai vivaisti che decidano di spostare le produzioni in aree indenni da emergenze fitosanitarie o di realizzarle in strutture protette; contrastare il ricorso dei frutticoltori alla pratica dell'autoproduzione; maggiori strumenti per tutelare gli innovatori varietali da frodi commerciali e controllare la rispondenza genetica del materiale moltiplicato dai vivaisti; costituire di una rete dei laboratori per controlli fitosanitari/genetici riconosciuti/accreditati sul territorio regionale; predisporre un nuovo accordo di programma fra vivaisti e mondo frutticolo organizzato per la produzione di piante secondo un nuovo protocollo concordato e sottoscritto dalle parti; sviluppo di nuovi sistemi di certificazione genetico sanitaria (privati) per fruttiferi ai fini del riconoscimento degli elevati standard qualitativi delle produzioni vivaistiche italiane rispetto allo standard volontario europeo; favorire la formazione degli operatori di settore; sostenere la ricerca di produzioni di minor impatto ambientale; incentivi alla meccanizzazione, alla automazione e infrastrutturali, in particolare serre e *screen-house*; introduzione di nuovi prodotti vivaistici.

⁸ L'analisi SWOT e l'identificazione dei fabbisogni del vivaismo derivano dai suggerimenti degli *stakeholders* durante i "tavoli di partenariato" realizzati a Bologna l'11, 12 e 13 giugno 2013.

15.5 Aceto balsamico

Le produzioni strategiche del settore sono costituite dalle due DOP, *Aceto Balsamico Tradizionale di Modena* e *Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia* istituite nel 2000, e dall'IGP *Aceto Balsamico di Modena*, riconosciuto nel 2009. I prodotti DOP e IGP fanno riferimento ai rispettivi consorzi di tutela. Il consorzio Aceto Balsamico di Modena e il Consorzio Tutela Aceto Balsamico Tradizionale di Modena associano 21 aziende produttrici/acetarie mentre quello di Reggio Emilia ne associa 25. Il comparto degli aceti balsamici sta acquisendo una crescente rilevanza dal momento in cui è entrata sul mercato l'IGP Aceto Balsamico di Modena che ha progressivamente aumentato, in particolare nel 2010, la sua quantità certificata. Nel 2011, l'Aceto Balsamico di Modena IGP si è collocato al sesto posto nella graduatoria dei principali prodotti a DO, esibendo un fatturato all'origine di 260 mio €, il 4% del fatturato dei prodotti a DO, per una produzione certificata di 73,4 milioni di €. Rispetto al 2010, sia il valore della produzione sia la quantità certificata sono cresciute del 7%. Il prezzo all'origine è rimasto quindi immutato e pari a circa 3,5 €/litro.

Analisi SWOT⁹

Punti di forza: notorietà internazionale del prodotto e vocazione produttiva del territorio; elevata qualità dei prodotti in particolare quelli a marchio DOP; produzione elevata di aceto balsamico a marchio IGP; tempi di maturazione brevi per aceto IGP.

Punti di debolezza: scarsa chiarezza normativa (il termine "balsamico" è considerato generico); elevata frammentazione dei produttori e difficoltà ad individuare obiettivi comuni; tempi produttivi lunghi per aceti balsamici tradizionali; scarsa organizzazione commerciale in particolare per aceti balsamici tradizionali; elevati oneri burocratico-economici per acquisire la certificazione DOP; scarso riconoscimento da parte dei consumatori dell'elevato valore qualitativo associato alla produzione di aceti balsamici a DO.

Opportunità: crescita della domanda di consumo indotta dalla promozione e dalle elevate caratteristiche qualitative degli aceti balsamici; possibilità di posizionamento dell'aceto balsamico tradizionale di RE su fascia di mercato molto elevata; filiera corta con viticoltori.

Minacce: diffusione di imitazioni sul mercato e facile scambio di identità dei prodotti finali DOP-IGP da parte dei consumatori; fasi di eccessiva riduzione dei prezzi per aceti balsamici a DO e difficoltà crescenti dei consorzi.

Fabbisogni di intervento: favorire percorsi di promozione volti alla comunicazione e alla valorizzazione del prodotto facendo emergere le differenze qualitative tra gli aceti a DO; incentivare processi di aggregazione ed integrazione tra produttori di uva locale e trasformatori; sostegno alla formazione degli assaggiatori; sostegno all'attività dei Consorzi in particolare per la promozione e la vigilanza; definire e separare le produzioni viticole per aceto balsamico da quelle per vino.

15.6 Ovicapriani

La produzione regionale di carni ovicaprine è risultata nel 2011 pari a 6 mila quintali esibendo, rispetto ai livelli produttivi dell'annata precedente, una contrazione del 14% circa. La produzione in valore del comparto nello stesso periodo ha registrato un calo pari al 13,6% attestandosi ad 1,7 milioni di €. Il prezzo base è ammontato a 285 €/q, rimasto in pratica immutato rispetto al 2010. Al 2011 la consistenza del bestiame ovicaprino regionale è stata di 97.874 capi (circa l'1,1% della consistenza nazionale) di cui oltre 89 mila ovini e circa 7 mila caprini. I capi avviati alla macellazione nel 2010 sono stati 11.559, pari ad appena lo 0,2% dei capi abbattuti a livello nazionale. Al 2010 risultano complessivamente 1.010 aziende coinvolte nell'allevamento di ovini e 531 aziende con caprini. In un decennio è scomparsa circa la metà delle unità che allevano ovicapriani, mentre i capi sono diminuiti del 23%. Le aziende con allevamenti biologici di ovini sono 90, il 9% delle aziende totali, ed allevano oltre 11 mila capi, ovvero il 18% dei capi censiti a livello regionale. Quelle invece con allevamenti di caprini gestiti con metodi biologici sono 39, il 7% delle aziende totali, e allevano circa 1.500 capi, il 17% dei capi presenti in regione. Nel confronto con il contesto nazionale,

⁹ L'analisi SWOT e l'identificazione dei fabbisogni della filiera dell'aceto balsamico derivano dai suggerimenti degli *stakeholders* durante i "tavoli di partenariato" realizzati a Bologna l'11, 12 e 13 giugno 2013.

L'Emilia-Romagna risulta fortemente specializzata nella produzione ovicaprina di natura biologica. Ne sono una riprova gli elevati indici di specializzazione compresi tra 1,8 e 1,9. Il patrimonio ovicaprino si concentra soprattutto nelle province di Forlì-Cesena (25,9%), Bologna (15,2%) e Rimini (13,3%). A livello altimetrico, il 51,3% si localizza in collina, il 28,9% in pianura e il restante 19,8% in montagna.

Analisi SWOT¹⁰

Punti di forza: Recupero delle aree svantaggiate; valorizzazione del prodotto locale; filiera corta con caseificio aziendale; ritorno di giovani operatori; mantenimento della biodiversità di razze autoctone minacciate da estinzione.

Punti di debolezza: scarso ricambio generazionale; frammentazione produttiva; difficoltà allo svolgimento dell'attività di allevamento al pascolo e transumante, specie in alta quota, per la presenza di predatori (lupi), scarsi o inefficienti punti di approvvigionamento idrico, e controlli sanitari impegnativi; scarsa valorizzazione e scarsa richiesta di carne e prodotti secondari da parte del mercato (es. lana, ricotta); scarsa remunerazione del latte crudo e della carne; scarsa aggregazione della filiera e mancanza di accordi interprofessionali per il latte ovino; servizi di assistenza tecnica non sempre adeguati; vincoli restrittivi ed onerosità dello smaltimento delle carcasse di animali morti.

Opportunità: Salvaguardia e presidio del territorio di aree montane e svantaggiate; mantenimento di opportunità occupazionali in aree in ritardo di sviluppo; valorizzazione dell'origine locale, specie per carne e prodotti trasformati e secondari; ricorso al canale corto (caseificio e macello aziendale); aumento della domanda di carne, anche di pecore da riforma, per festività islamiche; segmentazione del mercato che premia prodotti innovativi (es. latte crudo).

Minacce: abbandono dell'attività di allevamento, anche per difficoltà di carattere sociale; rinaturalizzazione dei pascoli di montagna e delle aree collinari svantaggiate; predatori; concorrenza dei mercati esteri; maggiori costi per qualità e sicurezza; cambiamenti climatici e conseguenti effetti negativi derivanti dal caldo (benessere, epizootie, produttività).

Fabbisogni di intervento: fornire possibilità di accesso, con massimali adeguati, alla nuova programmazione di sviluppo rurale anche alle piccole aziende; incentivare investimenti finalizzati a proteggere le greggi dai predatori, ad aumentare il benessere degli animali e alla garanzia di requisiti igienico-sanitari; favorire lo sviluppo della filiera corta e l'ammodernamento dei caseifici; favorire l'integrazione di filiera; incentivare l'attività di allevamento finalizzato a tutelare la biodiversità ed al mantenimento di razze autoctone a limitata diffusione; formazione specifica per gli allevatori, i casari e corsi per la sicurezza degli addetti; assicurare idonea assistenza tecnico-economica agli operatori e fornire incentivi per la gestione della contabilità; valorizzazione e promozione dei prodotti derivati, anche in riferimento a quelli innovativi (es. prodotti a latte crudo); aiuti per lo smaltimento delle carcasse; favorire un utilizzo più razionale dei pascoli (recinzioni, miglioramento cotico, punti di abbeveraggio, ecc.).

15.7 Cunicoli

I dati censuari indicano la presenza in regione nel 2010 di 384 aziende cunicole che allevano oltre 700 mila conigli. Rispetto al 2000, si riscontra una vistosa contrazione nel numero di aziende pari al 93%. I capi allevati decrescono invece del 21% portando ad una crescita consistente (oltre 10 volte) delle dimensioni medie che nel 2010 si attestano a 1.823 capi per azienda. Le aziende biologiche sono 16, il 4% delle unità censite, ed allevano appena 568 capi. I capi avviati alla macellazione nel 2010 sono stati oltre 6 milioni, pari al 25,4% dei capi macellati a livello nazionale (25,5% in termini di peso morto). L'Emilia-Romagna è la seconda regione italiana, dopo il Veneto, per numero di capi abbattuti. Gran parte del patrimonio cunicolo si concentra nella provincia di Reggio Emilia (54,5%) mentre dal punto vista zonale si ritrova soprattutto in collina con il 68,5%. In pianura si disloca il 31% della consistenza dei capi allevati. Irrisoria è invece la presenza in montagna con appena lo 0,4%. Nell'ambito del comparto, la Regione finanzia un progetto

¹⁰ L'analisi SWOT e l'identificazione dei fabbisogni degli allevamenti di ovicaprini derivano dai suggerimenti degli *stakeholders* durante i "tavoli di partenariato" realizzati a Bologna l'11, 12 e 13 giugno 2013.

integrato di filiera per la valorizzazione delle carni cunicole dall'allevamento alla commercializzazione. Il costo è di 522 mila €. Al progetto aderiscono 8 imprese, di cui la metà sono aziende beneficiarie.

Analisi SWOT¹¹

Punti di forza: Prodotto salubre e magro; capacità di soddisfare i consumi interni; tracciabilità; controllo qualità e sicurezza.

Punti di debolezza: Consumi in contrazione; scarsa differenziazione del prodotto fresco; costo elevato rispetto ad altre carni bianche; difficoltà d'approccio del consumatore (cucina lunga e difficile); struttura impiantistica obsoleta.

Opportunità: Sviluppo di prodotti innovativi (porzionato, panato, arrostiti); sviluppo etichettatura (SQM); valorizzazione dei sottoprodotti.

Minacce: Crescita dei costi di produzione; affettività crescente nei riguardi dei cunicoli; cambiamenti climatici

Fabbisogni di intervento: Sviluppo di linee genetiche a basso utilizzo di farmaci; incentivare sistemi di etichettatura volontaria; promuovere azioni promozionali per la valorizzazione del prodotto; sostenere processi di aggregazione (OP) e integrazione di filiera (OI); favorire processi di differenziazione del prodotto (arrostiti, ecc.); miglioramento dell'efficienza tecnica razionalizzando i cicli produttivi; incentivare gli investimenti finalizzati ad aumentare il benessere degli animali ed alla garanzia dei requisiti sanitari, anche in un'ottica di cambiamenti climatici in atto e futuri (stress da caldo).

¹¹ L'analisi SWOT e l'identificazione dei fabbisogni degli allevamenti di conigli derivano dai suggerimenti degli *stakeholders* durante i "tavoli di partenariato" realizzati a Bologna l'11, 12 e 13 giugno 2013.