

LA COMPETITIVITÀ DELLA FILIERA AGRUMICOLA IN ITALIA

APRILE 2020





**Documento realizzato nell'ambito del Programma
Rete Rurale Nazionale 2014-20
Piano di azione biennale 2019-20
Scheda Progetto Ismea 10.2 Competitività e
Filiere agroalimentari**

Autorità di gestione: Ministero delle politiche
agricole alimentari e forestali
Ufficio DISR2 - Dirigente: Paolo Ammassari

Responsabile scientifico:
Fabio Del Bravo

Coordinamento operativo:
Antonella Finizia

Autori:
Fabio Del Bravo, Antonella Finizia, Mario
Schiano Lo Moriello e Mariella Ronga

Ha collaborato:
Federica Silvestrelli

Impaginazione e grafica:
Roberta Ruberto e Mario Cariello

Aprile 2020



INDICE

Introduzione	5
1 Le principali caratteristiche della filiera.....	7
1.1 I numeri della filiera.....	12
2 Le principali dinamiche di lungo periodo	15
3 La fase agricola.....	22
3.1 Le aziende agrumicole secondo l'indagine strutturale del 2016.....	22
3.2 La produzione di agrumi	25
3.2.1 Trend delle superfici e della produzione	25
3.2.2 Agrumi a indicazione geografica	28
3.2.3 Coltivazioni biologiche	29
3.3 L'indagine presso le aziende agricole	31
3.3.1 Caratteristiche delle aziende e della produzione	32
3.3.2 Modalità di vendita.....	36
4 L'industria di trasformazione	40
5 Il mercato interno	43
5.1 Prezzi all'origine.....	43
5.2 Costi di produzione.....	46
5.3 Le assicurazioni agevolate	48
5.4 Acquisti al dettaglio di agrumi e succhi	49
6 Gli scambi con l'estero dell'Italia	56
7 Competitività della filiera.....	65
7.1 Produzione in campo	65
7.2 Commercializzazione	67
7.3 Rapporti con le istituzioni.....	69
8 Analisi SWOT.....	70
Punti di forza	70



Punti di debolezza	70
Opportunità	71
Minacce	71
9 CONCLUSIONI.....	72



Introduzione

Con questo report sulla competitività della filiera agrumicola italiana, realizzato nell'ambito del Programma Rete Rurale Nazionale 2014-2020, si vuole tracciare un quadro dello stato di salute del settore, con gli obiettivi, da un lato, di fornire informazioni utili ad aumentare la consapevolezza degli operatori sulle scelte da operare per competere sul mercato, e dall'altro lato, di supportare le Autorità di Gestione nell'attività di programmazione delle risorse della PAC, soprattutto in vista della definizione della strategia nazionale per la nuova PAC post-2020.

Com'è noto si tratta di una filiera fortemente concentrata nelle regioni meridionali del Paese e, in particolare, in Sicilia e Calabria che riuniscono più dell'80% della superficie nazionale investita ad agrumi. Si tratta in effetti di un settore strategico per queste regioni e per l'agroalimentare del Mezzogiorno. Si pensi che il 99,9% della produzione ai prezzi di base afferente agli agrumi è realizzata nel Mezzogiorno e che l'incidenza dell'agrumicoltura sul comparto agricolo è pari al 5% nel Mezzogiorno contro l'1,8% a livello nazionale.

Nella prima parte di questo rapporto sono descritte le dinamiche di lungo periodo, in particolare per quanto riguarda il numero di aziende, le superfici investite, la produzione, i prezzi all'origine e gli scambi con l'estero. L'andamento ventennale di queste variabili evidenzia come la filiera agrumicola italiana abbia avuto un forte ridimensionamento, con riduzione delle superfici investite, della produzione e delle esportazioni. In estrema sintesi, le statistiche disponibili confermano la perdita di "peso" e di competitività della filiera agrumicola italiana in ambito nazionale e internazionale.

La descrizione della fase agricola è arricchita dai risultati di un'indagine diretta che ha coinvolto 500 aziende agricole – per lo più siciliane e calabresi – mirata a investigare sulla competitività delle imprese agricole con particolare riguardo alla struttura aziendale e alla commercializzazione degli agrumi. Dall'indagine emerge un settore costituito in ampia misura da un numero elevato di aziende piccole, con impianti obsoleti, una bassa propensione a realizzare investimenti, una scarsa tendenza all'aggregazione dell'offerta. Le modalità di vendita raramente contemplano la possibilità di aggiungere valore aggiunto in azienda e quasi sempre delegano a terzi anche l'organizzazione della raccolta. Ne consegue che buona parte della produzione agrumicola viene realizzata da un numero limitato di imprese agricole di grandi dimensioni.

Nella seconda parte del report vengono approfonditi – anche per singola specie – i temi dell'offerta, della domanda e degli scambi con l'estero, concentrando l'attenzione sulle ultime cinque campagne agrumarie. Anche in questo periodo la produzione nel complesso ha mostrato un trend negativo con un calo medio annuo dello 0,6%. La flessione dell'offerta è stata influenzata dalla riduzione della produzione di arance e mandarini; di contro, è aumentata l'offerta di limoni e clementine. Sulla flessione dell'offerta hanno inciso diversi fenomeni; tra i principali si ricordano la riduzione delle superfici, l'alea climatica e la diffusione in alcune aree della Sicilia del virus della *tristeza*.

Allo stesso tempo l'andamento delle vendite al dettaglio è stato molto variabile, registrando, tra una campagna e la successiva, variazioni di segno opposto. Nel complesso, gli acquisti delle famiglie si sono ridotti dello 0,5% all'anno ma l'incremento dei prezzi medi di acquisto si è tradotto in una crescita della spesa del 2,1% all'anno. Per quanto riguarda gli scambi con l'estero, nelle ultime cinque campagne il saldo, strutturalmente negativo, è oscillato tra un valore minimo di -104 milioni di euro della campagna 2018/19 e i -180 milioni di euro della campagna 2014/15. In termini di quantità, negli ultimi anni, le importazioni di agrumi hanno riguardato oltre 400mila tonnellate per campagna, tra cui le arance sono il prodotto maggiormente importato. Di contro, le esportazioni hanno registrato un andamento incostante, dipendente principalmente dalle oscillazioni registrate dalla produzione in campo.



La terza e ultima parte contiene una dettagliata analisi SWOT della filiera, messa a punto anche con l'ausilio dei risultati dei *focus group* realizzati in tre aree agrumicole del Sud Italia, a cui hanno partecipato agricoltori, Organizzazioni di Produttori (OP), imprese di commercializzazione e istituzioni regionali. In questo modo si è realizzato un coinvolgimento attivo del partenariato con il duplice scopo di arricchire l'analisi desk e suscitare la riflessione e lo scambio di idee degli stessi operatori sui problemi, ma anche sui punti di forza e le opportunità del settore.

Gli elementi qualitativi emersi nel corso di questi incontri, unitamente alle analisi quantitative delle principali variabili economiche illustrate nel report, consentono quindi di tracciare un quadro dettagliato dei punti di forza e debolezza della filiera agrumicola nazionale e di individuare le opportunità e le minacce per gli operatori economici, fornendo elementi importanti anche in vista della futura redazione del Piano strategico nazionale della PAC post-2020. Lo scopo infatti è di supportare la definizione di una strategia ben fondata sui fabbisogni emergenti dalle analisi di contesto e dalle SWOT Analysis, che ponga particolare attenzione anche alle problematiche settoriali e territoriali.



PARTE PRIMA – QUADRO D’INSIEME E TENDENZE

1 Le principali caratteristiche della filiera

L’offerta italiana di agrumi è composta da arance, clementine, limoni, mandarini, pompelmi, satsuma miyagawa e altri agrumi tra cui bergamotto, cedro e chinotto, che si declinano in un ricco e variegato patrimonio varietale e di eccellenze legate a diversi territori di Sicilia, Calabria, Puglia, Basilicata e Campania. Si va infatti dalle arance a polpa rossa, come le varietà Tarocco, Moro e Sanguinello della piana di Catania, a quelle a polpa bionda come l’ovale d’Anapo del siracusano o le arance ombelicate di Ribera, dai mandarini Ciaculli della provincia di Palermo alle clementine della Piana di Sibari e quelle di Taranto, passando per le coltivazioni di bergamotto e cedro della costa tirrenica e ionica della Calabria, fino alle arance del Gargano e ai limoni di Amalfi.

L’offerta agrumicola italiana è localizzata nelle regioni meridionali del Paese, con Sicilia e Calabria che riuniscono più dell’80% del totale. Le arance rappresentano più del 60% dell’offerta totale, seguite da clementine (17%), limoni (16%), mandarini (5%), pompelmi e altri agrumi per la parte residuale.

Il calendario di commercializzazione concentra la maggior parte dell’offerta di agrumi italiani nel periodo che va dal mese di ottobre ad aprile dell’anno solare successivo. I calendari differiscono a seconda delle specie; in generale si può semplificare come segue:

- ✓ le clementine sono commercializzate da ottobre a metà febbraio;
- ✓ le arance da ottobre ad aprile, e l’ampiezza del calendario di commercializzazione è garantita dal susseguirsi di diverse varietà: si inizia con le arance Navelina, seguite da Tarocco nucellare, Tarocco comune, Biondo comune, Washington Navel, Tarocco Gallo, Ovale e Valencia;
- ✓ i mandarini da metà novembre a fine marzo;
- ✓ i limoni sono una specie che fiorisce più volte nell’arco dell’anno e in tal modo dà vita a una raccolta principale, costituita dal limone primofiore, la cui campagna di commercializzazione va da ottobre a maggio, e due raccolte secondarie, il limone bianchetto che va da aprile a giugno e costituisce circa il 10% della produzione complessiva e il limone verdello che va da luglio a ottobre e rappresenta circa il 20% del totale.

Il calendario di commercializzazione dei piccoli agrumi (clementine e mandarini) è ampliato da varietà precoci (clemenrubi, oronules, caffin, satsuma miyagawa, spinoso) e da varietà tardive (clementine Hernandina e Nour e mandarino tardivo di Ciaculli e mandalate).

A differenza delle principali specie frutticole a raccolta autunnale (mele, pere e kiwi), nel caso degli agrumi non viene effettuata la frigoconservazione del prodotto per lunghi periodi, in quanto lo stoccaggio a basse temperature ha un effetto negativo sulla qualità organolettica. In linea di massima gli agrumi restano sugli alberi fino a quando le condizioni climatiche e quelle di mercato ne consigliano la raccolta. Una volta raccolto, il prodotto deve essere poi rapidamente commercializzato.

La maggior parte dell’offerta è destinata al consumo fresco, ma una parte cospicua della produzione è conferita alle industrie di estrazione del succo e una quantità più limitata, principalmente di bergamotto e piccoli agrumi, viene destinata all’estrazione degli oli essenziali.

La struttura e l’organizzazione della filiera agrumicola sono molto complesse, in quanto in uno stesso territorio si riscontrano numerose forme di organizzazione della filiera. Tale situazione è frutto della



contaminazione delle antiche forme commerciali locali con la moderna organizzazione delle filiere ortofrutticole. Quest'ultima è incentrata nell'Organizzazione di Produttori (OP) che rappresenta il presupposto per l'adesione alle azioni e agli interventi previste dall'OCM.

In Italia, a dicembre 2018, nel Mezzogiorno si contavano 176 OP ortofrutticole, su un totale nazionale di 304 (di cui 82 al Nord Italia e 46 in Centro). A livello nazionale a fine 2018 erano presenti anche 13 Associazioni di OP (AOP), di cui nessuna ha sede nel Mezzogiorno. Nel complesso, nel corso del decennio sempre a livello nazionale il numero delle organizzazioni è leggermente aumentato, mentre il valore della produzione da esse commercializzato è notevolmente cresciuto, passando da 4,4 miliardi nel 2007 a 6,4 miliardi nel 2017. Il valore della produzione commercializzata dalle OP è quindi passato dal 37,7% al 51,8% del valore della produzione ai prezzi di base dell'ortofrutta.

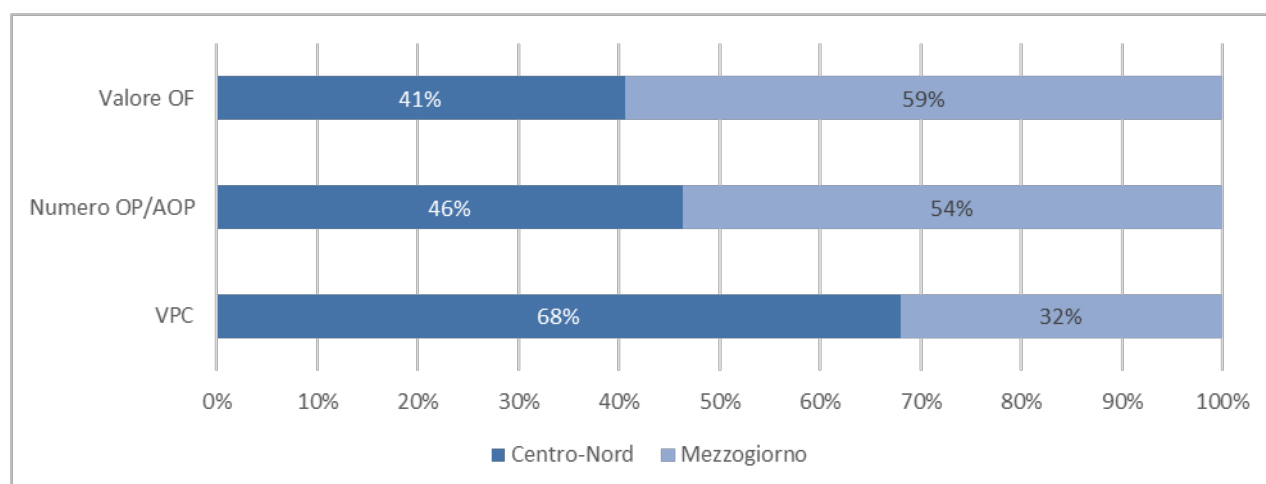
Una discrasia che va sottolineata è che mentre il 59% del valore della produzione ortofrutticola si deve alle regioni meridionali e il 54% delle OP risiede negli stessi territori, soltanto il 32% del valore commercializzato dal sistema organizzato a livello nazionale deriva dalle OP del Mezzogiorno. Questo accade, in parte, perché nel Mezzogiorno esiste una buona quota di produzione che non viene veicolata con il sistema ortofrutticolo organizzato e, in secondo luogo, perché molte aziende agricole delle regioni meridionali sono associate a OP del Centro-Nord.

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

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

Fonte: elaborazioni dati MiPAAF e Istat

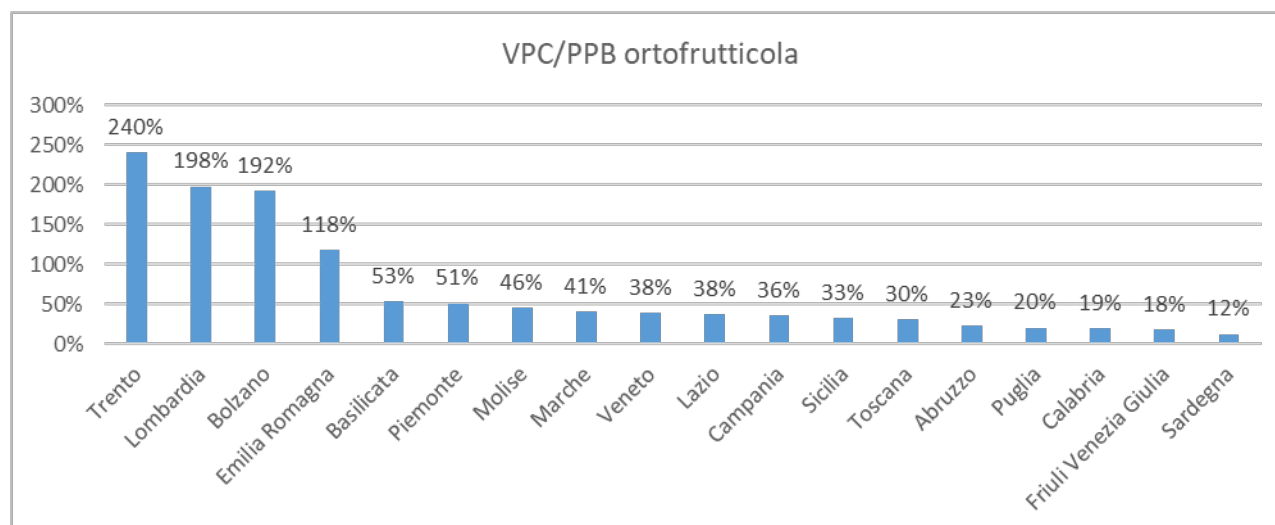
Composizione del valore della produzione ortofrutticola (OF), del numero di OP e del valore della produzione commercializzata (VPC) dalle stesse per macro-area nel 2017



Fonte: elaborazioni dati MiPAAF e Istat



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



Fonte: elaborazioni dati MiPAAF e Istat

Valore della produzione a prezzi base ortofrutticola (milioni di euro), numero di OP/AOP e valore della produzione commercializzata dalle stesse (milioni di euro) nel 2017

Territorio	PPB OF	N. OP/AOP	VPC	VPC/PPB OF (%)	VPC/N. OP
Abruzzo	521	7	119	22,9	17,0
Basilicata	291	9	154	52,9	17,1
Calabria	851	18	164	19,2	9,1
Campania	1.539	33	548	35,6	16,6
Emilia-Romagna	1.347	33	1.589	118,0	48,2
Friuli V. Giulia	55	2	10	18,2	5,0
Lazio	1.050	41	395	37,6	9,6
Liguria	33	-	-	-	0,0
Lombardia	351	23	695	197,7	30,2
Marche	139	5	57	40,7	11,4
Molise	76	2	35	45,6	17,5
P.A. Bolzano	330	3	634	192,0	211,3
P.A. Trento	144	5	346	240,3	69,2
Piemonte	484	12	245	50,7	20,4
Puglia	1.716	34	343	20,0	10,1
Sardegna	396	11	48	12,1	4,4
Sicilia	1.950	56	638	32,7	11,4
Toscana	188	5	57	30,2	11,4
Umbria	37	-	-	-	-
Valle d'Aosta	4	-	-	-	-
Veneto	883	18	337	38,2	18,7



Nord	3.631	96	3.856	106,2	40,2
Centro	1.414	51	509	36,0	10,0
Mezzogiorno	7.340	170	2.049	27,9	12,1
Totale Italia	12.384	317	6.412	51,8	20,2

Fonte: elaborazioni su dati MiPAAF

I dati relativi alle due principali regioni agrumicole, Sicilia e Calabria, evidenziano le difficoltà dell'attività delle OP in queste aree. A dicembre 2017 risultavano attive 56 OP in Sicilia e 18 in Calabria, di queste circa 30 commercializzano prevalentemente agrumi. La quota regionale di produzione ortofrutticola ai prezzi di base commercializzata per il tramite delle OP è molto bassa, 33% in Sicilia e 19% in Calabria; anche il valore commercializzato medio per OP è basso: 9 milioni di euro in Calabria e 10 milioni in Sicilia.

In particolare, la maggior parte delle 30 OP agrumicole ha un fatturato inferiore a 10 milioni di euro e quindi non incidono significativamente sull'aggregazione dell'offerta e sulla valorizzazione della produzione.

Nelle principali aree agrumicole italiane una grossa fetta della produzione raggiunge il mercato attraverso soggetti e imprese che operano al di fuori delle OP. In questi casi le funzioni proprie dell'OP, quali aggregazione dell'offerta, stoccaggio, cernita, calibrazione, confezionamento, sono svolte da una o più figure, che determinano uno "stiramento" della filiera con una perdita di efficienza della stessa e uno squilibrio nella distribuzione del valore aggiunto tra gli attori della filiera. In particolare, questo è il caso di quelle filiere che vedono la presenza di attori come raccoglitori, mediatori e grossisti. Per tutti questi motivi, in una stessa area di produzione e per uno stesso prodotto coesistono differenti tipi di organizzazione della filiera che coinvolgono un numero assai variabile di operatori.

In alcuni casi, le OP agrumicole svolgono anche la funzione di coordinamento e razionalizzazione delle operazioni di raccolta e di trasporto del prodotto dalla campagna ai centri di condizionamento e confezionamento.

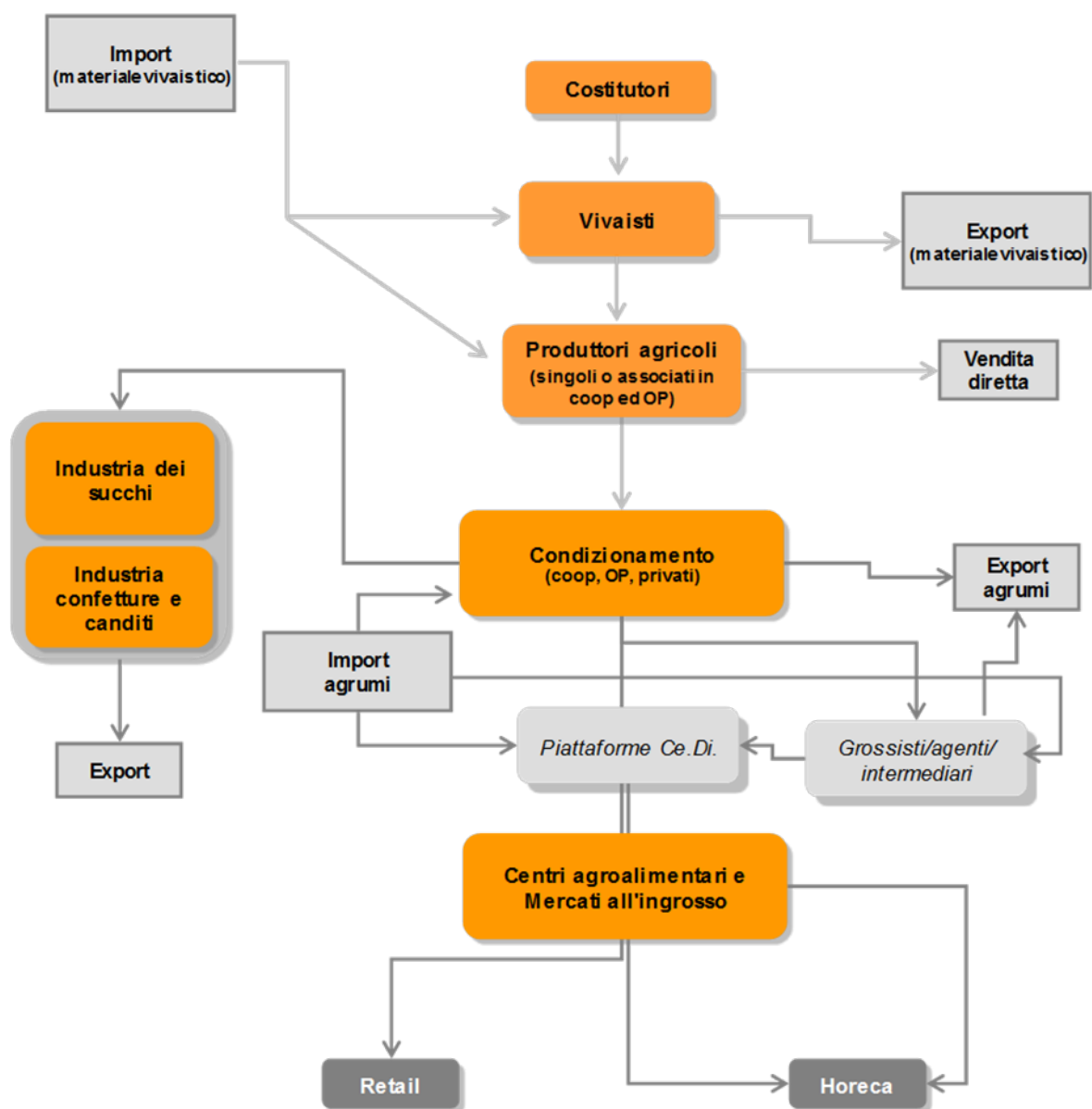
Non mancano infine esempi di filiera ultracorta, ossia la vendita al dettaglio direttamente in azienda agricola oppure attraverso i gruppi di acquisto o in punti vendita gestiti dall'OP o dalla Cooperativa.

In sintesi, nella filiera agrumicola è possibile incontrare le seguenti figure professionali:

- ✓ agricoltore;
- ✓ raccoglitore;
- ✓ intermediario commerciale (mediatore);
- ✓ grossista;
- ✓ operatore di condizionamento e confezionamento;
- ✓ organizzazione di produttori (OP);
- ✓ piattaforma della distribuzione moderna (CeDi) o in alternativa mercato ortofrutticolo all'ingrosso (o centro agroalimentare);
- ✓ punto vendita al dettaglio;
- ✓ consumatore.



I principali attori della filiera



Fonte: ISMEA

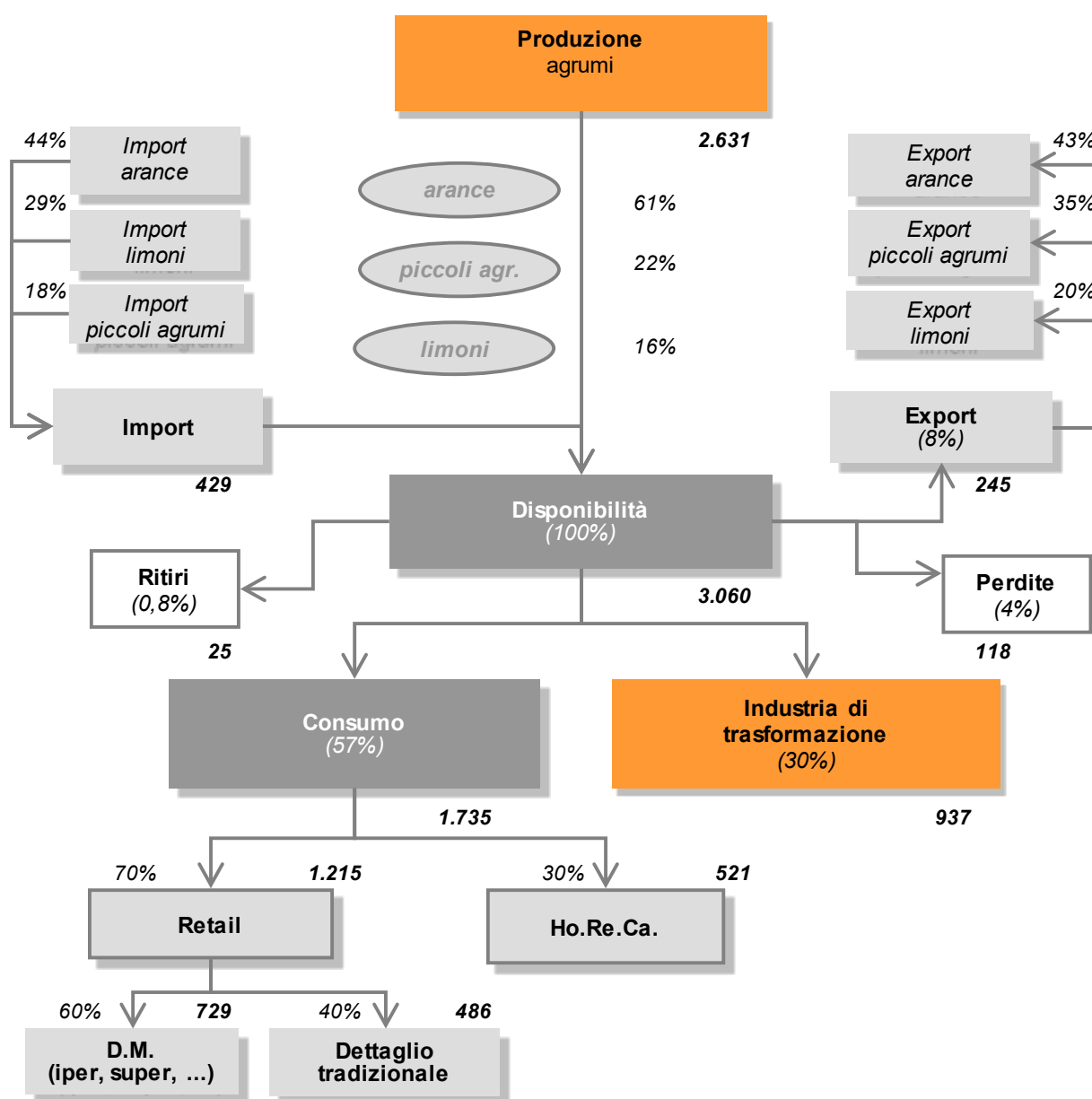


1.1 I numeri della filiera

Nella campagna 2018/19 la produzione di agrumi ha superato di poco 2,6 milioni di tonnellate ed è composta prevalentemente da arance (61%), seguite da mandarini e clementine (22%) e limoni (16%). Il restante 1% della produzione agrumicola nazionale è costituito da 30mila tonnellate di bergamotto, 5mila tonnellate di pompelmi, 800 tonnellate di cedro e 50 tonnellate di chinotto.

Le importazioni ammontano a circa 430mila tonnellate, di cui il 44% di arance, il 29% di limoni e il 18% di clementine e mandarini. Ne consegue una disponibilità di prodotto pari a 3 milioni di tonnellate di cui il 57% è destinato al consumo fresco, il 30% va all'industria di trasformazione in succhi ed essenze, l'8% viene esportato, il 4% viene perso lungo la filiera e una quota residuale, inferiore all'1%, viene ritirata dal mercato.

Flussi della filiera agrumicola nella campagna 2018/19 (.000 tonnellate)

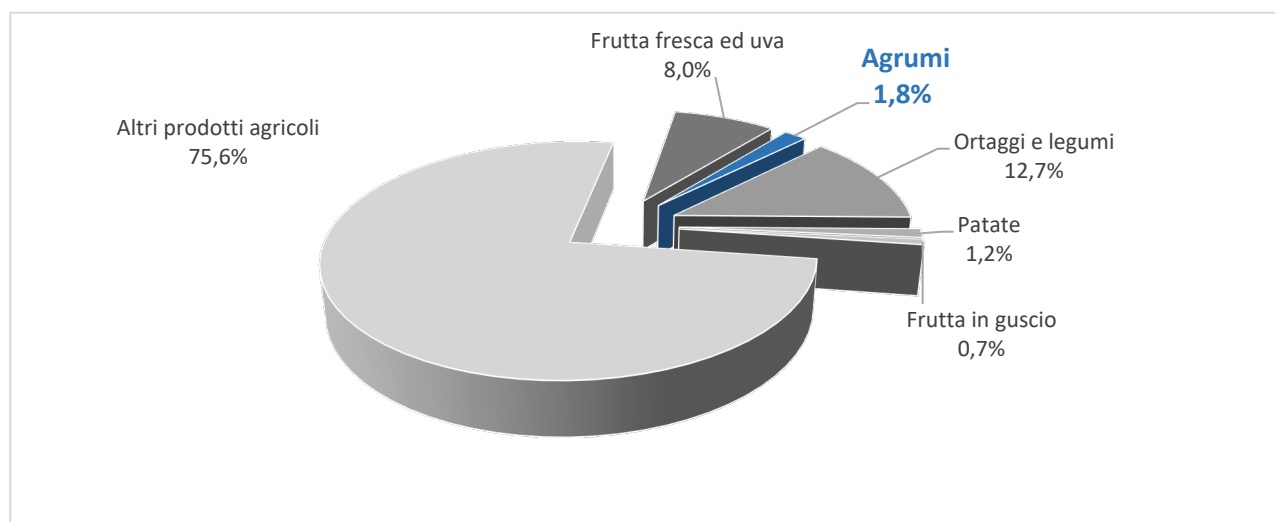


Fonte: ISMEA



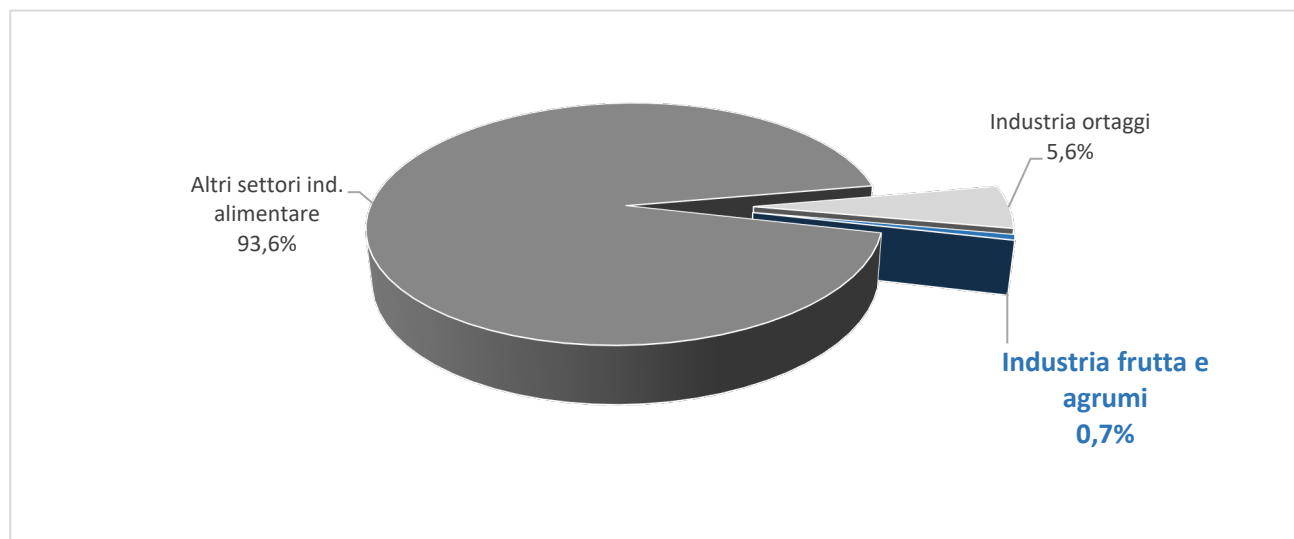
Nel 2018, il valore della produzione agrumicola italiana è stimato in 925 milioni di euro, che costituiscono circa il 2% del valore della produzione agricola nazionale a prezzi base che ammonta a 52.175 milioni di euro. Il fatturato dell'industria di trasformazione di frutta e agrumi nel complesso è stimato in 995 milioni di euro, ossia meno dell'1% del fatturato complessivo dell'industria agroalimentare, che ammonta a circa 140.000 milioni di euro.

Incidenza degli agrumi sulla produzione agricola nel 2018 (*quota in valore*)



Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat

Incidenza dell'industria di frutta e agrumi sul fatturato dell'industria alimentare nel 2018 (*quota in valore*)



Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Federalimentare

Com'è noto, la coltivazione di agrumi in Italia è diffusa quasi esclusivamente nelle regioni meridionali e insulari. Infatti, il 99,9% della produzione in valore è imputabile alle regioni del Mezzogiorno mentre la piccola quota residua è ascrivibile al Lazio. Per quanto concerne il peso dell'agrumicoltura sul comparto agricolo nel complesso nel Mezzogiorno tale quota è pari al 5% contro l'1,8% del totale Italia. A livello di regioni, spiccano Sicilia e Calabria con un peso dell'agrumicoltura sul valore della produzione agricola totale rispettivamente del 13 e 11%.



Produzione ai prezzi di base del settore agrumicolo e del comparto agricolo nel Mezzogiorno (2018)

	PPB Agrumi	PPB Agricoltura	Incidenza PPB Agrumi vs Agricoltura
	(.000 €)	(.000 €)	(%)
Abruzzo	-	1.497.621	-
Molise	-	486.744	-
Campania	25.584	3.289.537	0,8%
Puglia	72.179	4.524.695	1,6%
Basilicata	31.173	889.967	3,5%
Calabria	206.726	1.893.473	10,9%
Sicilia	561.211	4.289.788	13,1%
Sardegna	26.569	1.705.482	1,6%
Mezzogiorno	923.442	18.577.306	5,0%
Italia	924.623	52.175.865	1,8%
Incidenza Mezzogiorno vs Italia (%)	99,9%	35,6%	

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat



2 Le principali dinamiche di lungo periodo

I dati relativi alla struttura delle aziende agrumicole italiane, ossia il numero di aziende e la superficie coltivata, sono censiti dall'Istat con diverse metodiche e con differenti intervalli di rilevazione. L'ultimo Censimento dell'Agricoltura risale al 2010, anno in cui risultavano presenti in Italia circa 80mila aziende agrumicole, in calo del 49% rispetto alle 155mila censite nel 2000, con un tasso di variazione medio annuo del -7,1%. Il 73% delle aziende con la coltivazione di agrumi risultava concentrato in Sicilia e Calabria.

Se si considera anche la successiva indagine campionaria dell'Istat sulla struttura delle aziende agricole, riferita al 2013, il numero di aziende agrumicole è sceso ulteriormente attestandosi a poco meno di 62mila aziende e registrando quindi un calo del 22% in soli tre anni.

Anche per quanto riguarda le superfici investite, nel decennio tra i due ultimi censimenti gli ettari coltivati in Italia hanno registrato un calo del 2,7% rispetto al 2000, con un tasso di variazione medio annuo del -0,3%. La superficie investita nel 2010 risultava ancora più concentrata in Sicilia e Calabria del numero di aziende: l'82% della superficie agrumicola italiana censita appartiene a queste due regioni.

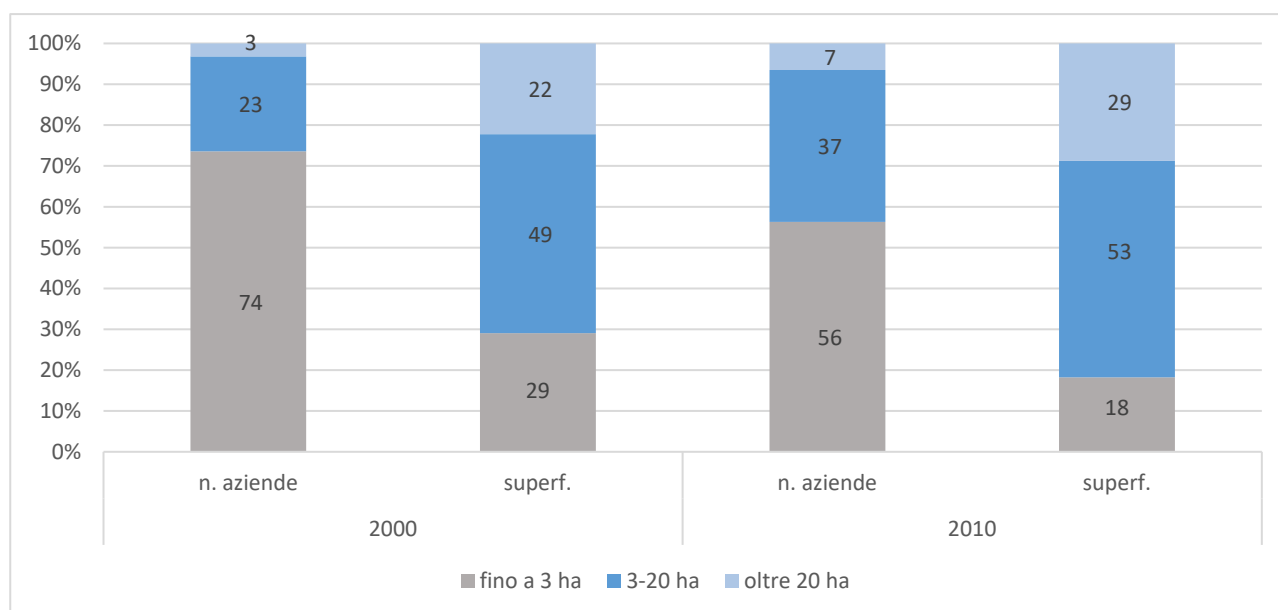
La riduzione delle superfici investite nel medio-lungo periodo è confermata anche considerando i dati congiunturali dell'Istat, basati su una metodologia di rilevazione di tipo estimativo ed elaborati con frequenza annuale: da circa 178mila ettari nel 2000 si è passati a 165mila nel 2010, fino a 140mila nel 2018, con una contrazione media annua dell'1,2% nell'intero periodo.

Per quanto riguarda la dimensione media aziendale, con riferimento ai dati del Censimento si è registrato tra il 2000 e il 2010 il raddoppio della superficie utilizzata agrumetata da 0,86 a 1,62 ettari per azienda, per effetto della drastica riduzione del numero di aziende agricole che producono agrumi, a fronte di una contrazione ben più moderata delle superfici. Con riferimento al 2010, nelle principali regioni agrumicole la superficie investita media delle aziende è leggermente più alta di quella nazionale, ma in media le dimensioni sono molto piccole e non raggiungono i due ettari per azienda (1,68 ettari per azienda in Calabria, 1,84 ettari per azienda in Basilicata e 1,92 ettari per azienda in Sicilia). Tra le principali province agrumicole, spiccano Catania (2,61 ettari per azienda), Siracusa (3,25 ettari per azienda) e Taranto (2,70 ettari per azienda), anche se a livello regionale in Puglia la SAU agrumetata media risulta pari a 1,54 ettari per azienda.

La distinzione delle aziende per classi di superficie investita mostra un tessuto produttivo molto polverizzato che emerge dai dati censuari. Si pensi che – tra le aziende che producono agrumi – sei su dieci nel 2010 avevano un'estensione inferiore a tre ettari e cumulavano il 18% della superficie investita ad agrumi. L'incidenza delle aziende di media dimensione (SAU agrumicola da 3 a 20 ettari) è passata dal 23% del 2000 al 37% del 2010, mentre le aziende con più di 20 ettari ad agrumi sono aumentate dal 3 al 7%.



Numero di aziende e superficie ad agrumi per classe di ampiezza (2000 vs 2010)



Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat Censimenti dell'Agricoltura

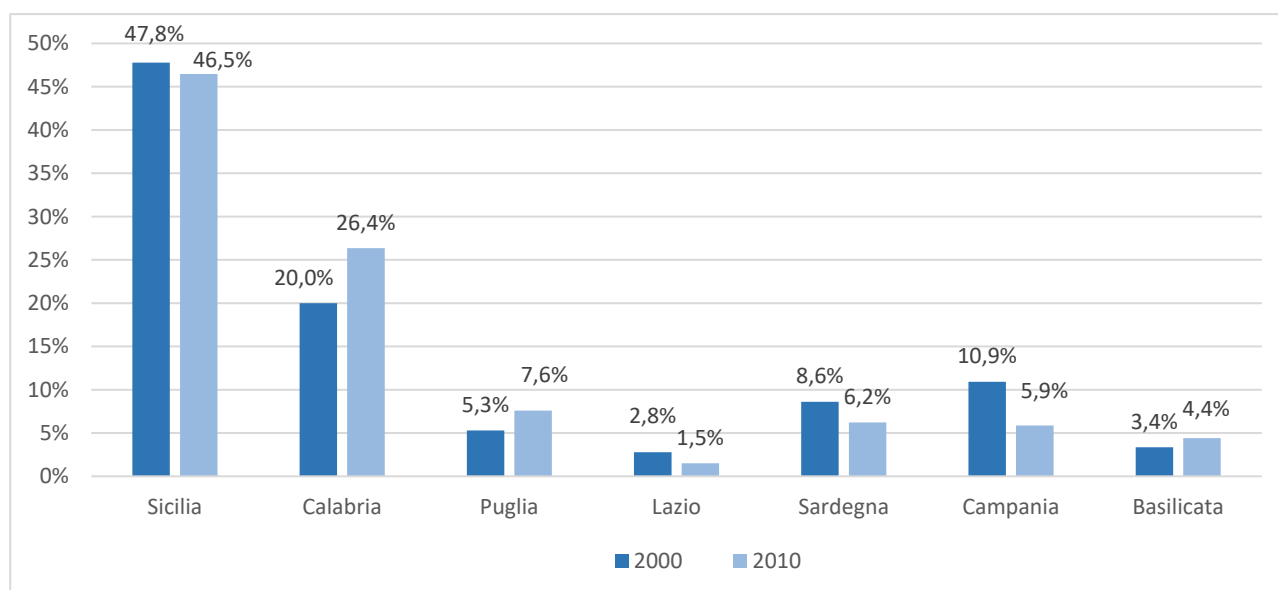
In buona sostanza, la fotografia della struttura produttiva agrumicola possibile con i dati a disposizione, indica un settore interessato da un importante processo di ridimensionamento del numero di strutture, con particolare riferimento a quelle di dimensioni estremamente piccole, a gestione part time strettamente familiare. Proiettando le dinamiche degli ultimi anni l'attuale struttura aziendale potrebbe aggirarsi attorno alle 55.000 aziende. In effetti, i dati dell'indagine più recente che viene commentata più avanti, basata su un universo più ristretto, che esclude le aziende di dimensione molto piccola (cfr. paragrafo 3.1) forniscono una stima di circa 52.000 aziende. Parallelamente, la superficie investita ad agrumi, pur uscendo ridimensionata dal processo riorganizzativo, ha subito tassi di contrazione inferiori determinando un incremento della superficie media delle superfici agrumicole aziendali. Ma al di là dei valori medi, quello che emerge è l'ampliarsi del peso delle aziende con superfici di oltre 20 ettari che, pur rappresentando una minima parte del totale, contribuiscono in maniera considerevole alla produzione nazionale.

D'altro lato, le dimensioni produttive minime acquisiscono una rilevanza negativa ancora maggiore in un contesto in cui la propensione all'aggregazione presenta limiti, anche culturali, estremamente elevati rendendo impossibile – contrariamente ad altre realtà anche nazionali – di rendere competitive aziende di dimensioni sotto una soglia minima.

Queste modifiche strutturali hanno anche leggermente modificato gli equilibri tra regioni agrumicole; tra il 2000 ed il 2010 la quota di aziende siciliane sul totale nazionale è leggermente diminuita mentre quella della Calabria è cresciuta di oltre 6 punti percentuali, sebbene per entrambe le regioni si sia verificato un incremento dell'incidenza delle superfici investite sul totale nazionale.

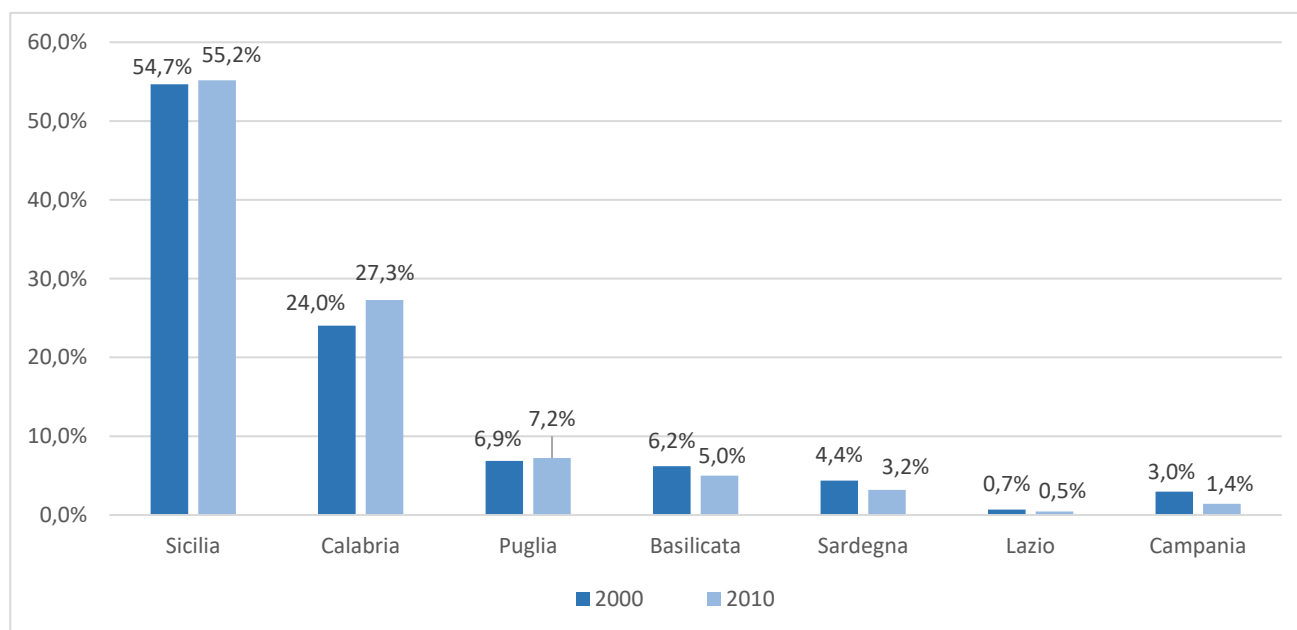


Ripartizione regionale del numero aziende agrumicole in Italia (2010 vs 2000)



Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat Censimento Agricoltura

Ripartizione regionale della superficie agrumetata in Italia (2010 vs 2000)



Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat Censimento Agricoltura

In merito alla produzione raccolta, nella campagna agrumaria 2018/19 questa ammontava a 2,6 milioni di tonnellate, contro i 3,1 milioni di tonnellate della campagna 2000/2001. Quindi, nel periodo in esame si è verificata una flessione della produzione di circa mezzo milione di tonnellate, con un tasso medio di decrescita dello 0,6% all'anno. Di contro, grazie al miglioramento delle tecniche agronomiche e alla migliore organizzazione dell'azienda agricola, la resa produttiva è cresciuta da 175 a 188 quintali per ettaro con un incremento medio annuo dello 0,7%.



Per quanto concerne il consumo apparente di agrumi si osserva una sostanziale stabilità e in particolare il consumo pro-capite è stimato in circa 30 kg all'anno.

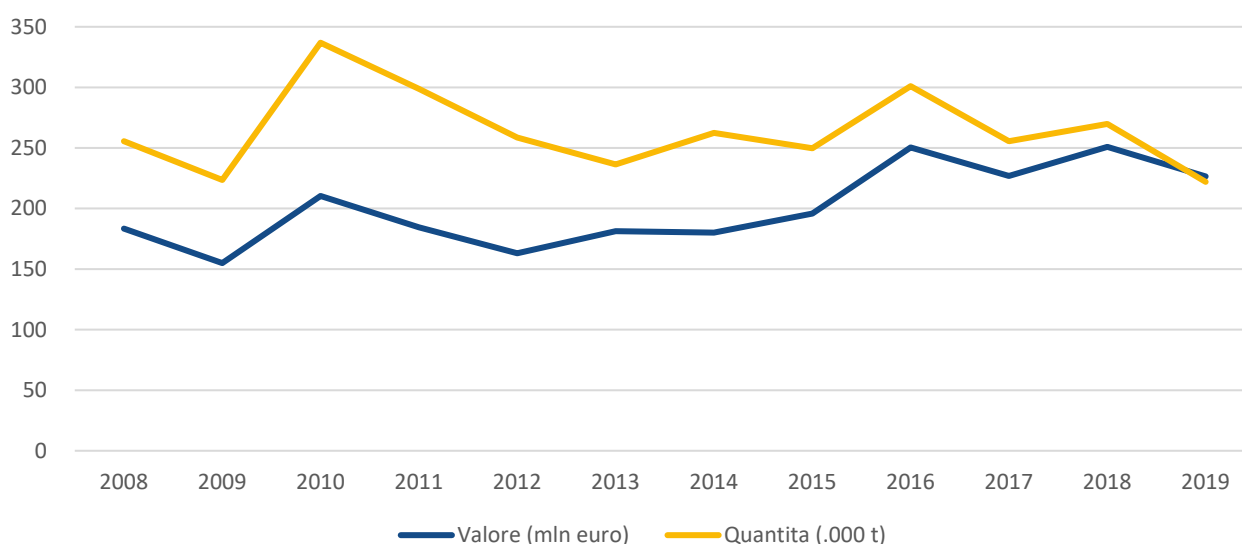
Per quanto riguarda gli scambi con l'estero, tra il 2000 e il 2018 si è verificata un'intensificazione dei flussi, infatti sono cresciute sia le quantità esportate sia quelle importate. Alle esportazioni è destinata una quota della produzione che negli ultimi anni è oscillata tra il 6 ed il 9% a seconda del livello produttivo e dell'andamento di mercato. Tuttavia, le importazioni sono cresciute a un ritmo medio annuo doppio rispetto a quello delle esportazioni – rispettivamente 5% e 2,7% – e ciò ha determinato il peggioramento del saldo della bilancia commerciale che in termini di quantità è diventato strutturalmente negativo.

Nell'arco dell'ultimo decennio la media 2018-2019 confrontata con quella 2008-2009 mostra:

- **+3%** le quantità esportate;
- **+41%** il valore all'export;
- **+38%** il prezzo all'esportazione.

La crescita in valore delle esportazioni è dovuta in gran parte all'aumento dei prezzi sui mercati esteri senza aumento nel lungo periodo delle quantità medie esportate.

Evoluzione delle esportazioni di agrumi dell'Italia in valore e quantità



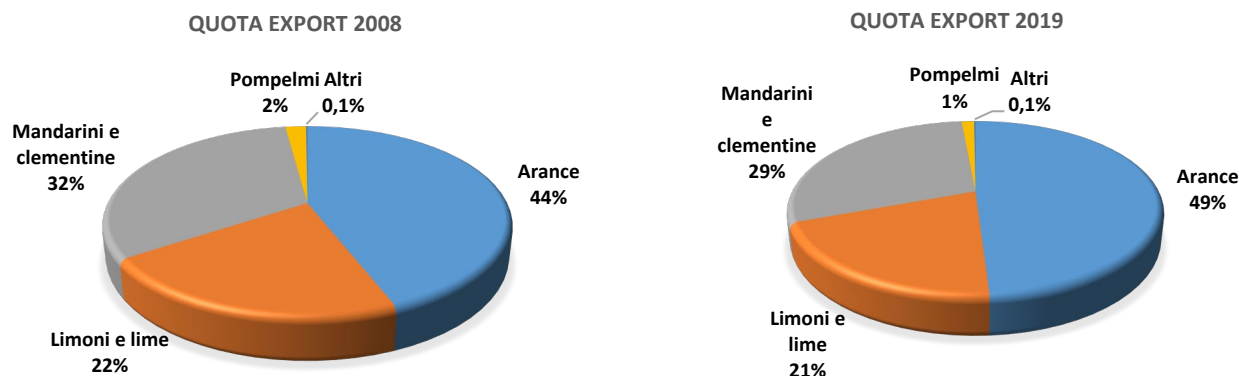
Fonte: Ismea su dati ISTAT

Se si considerano le variazioni delle esportazioni dei principali prodotti tra il 2008 e il 2019 si osserva un incremento delle spedizioni di arance (+5% della quota in quantità e +7% in valore) e una flessione per le clementine (-3% della quota in quantità e -6% in valore). Flessioni della quota di export in quantità sono state registrate anche da limoni e pompelmi, -1%.

¹ Il consumo apparente è l'ammontare di un determinato prodotto consumato all'interno di un Paese, proveniente da produzione nazionale o da importazioni. Può essere ottenuto come residuo sottraendo la produzione interna esportata e quella destinata all'industria di estrazione di succo ed essenze dalla somma di produzione interna e produzione estera importata.



Evoluzione delle esportazioni di agrumi dell'Italia in quantità

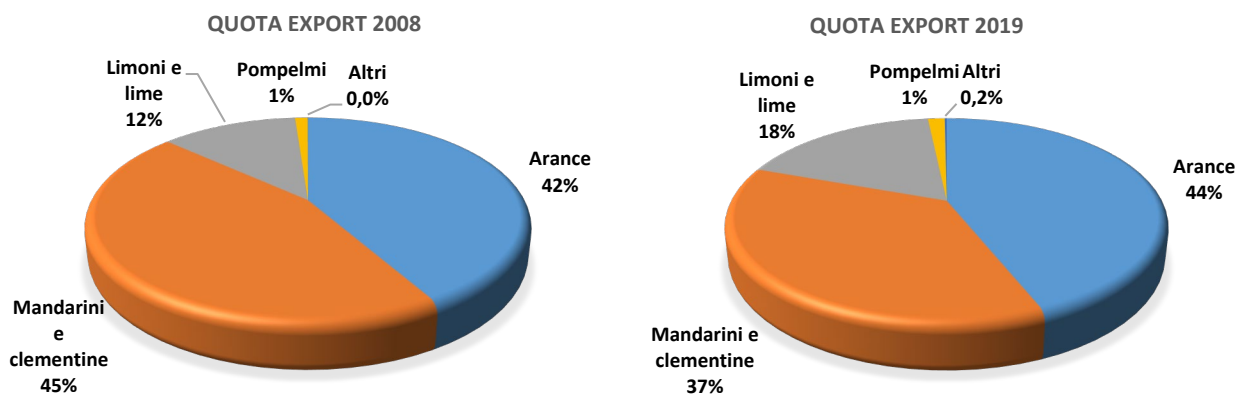


Fonte: Ismea su dati ITC

Per quanto concerne i mercati di sbocco, tra il 2008 e il 2019 si rilevano variazioni positive per Francia, Svizzera, Repubblica Ceca, Belgio e Regno Unito, mentre altri paesi hanno ridotto la quota di importazioni dall'Italia. Tra questi ultimi si segnalano Austria, Polonia, Slovenia e Grecia. La Germania che era e si conferma il principale mercato di sbocco degli agrumi italiani, ha evidenziato tra il 2008 e il 2019 un aumento delle importazioni dall'Italia del 6% circa, anche se il prezzo medio all'export è cresciuto meno dell'incremento medio registrato su tutti i mercati.

Altri importanti spunti di riflessione emergono se si considerano le variazioni registrate nello stesso periodo dalle esportazioni della Spagna. Preliminarmente però è necessario rimarcare il differente ruolo che Italia e Spagna svolgono nel commercio mondiale degli agrumi. La Spagna è leader mondiale del commercio internazionale di agrumi e le sue esportazioni sono 15 volte superiori a quelle dell'Italia, che compare solo al 13° posto tra gli esportatori mondiali. Ciò premesso, si evidenzia come tra il 2008 e il 2019 le esportazioni della Spagna siano cresciute dell'11% in quantità, contro la sostanziale stagnazione dell'export dell'Italia. Nello stesso periodo, l'incremento del prezzo medio del prodotto esportato dalla Spagna è stato di 15 punti percentuali, ossia meno della metà di quanto registrato dall'Italia. È evidente come i due paesi seguano strategie di mercato completamente differenti con la Spagna che è concentrata a mantenere e incrementare le quote sui mercati presidiati, facendo leva sul contenimento del prezzo; mentre l'Italia, non potendo concorrere su questo fronte, ha puntato alla valorizzazione delle sue eccellenze nei mercati esteri.

Evoluzione delle esportazioni di agrumi della Spagna in quantità



Fonte: Ismea su dati ITC

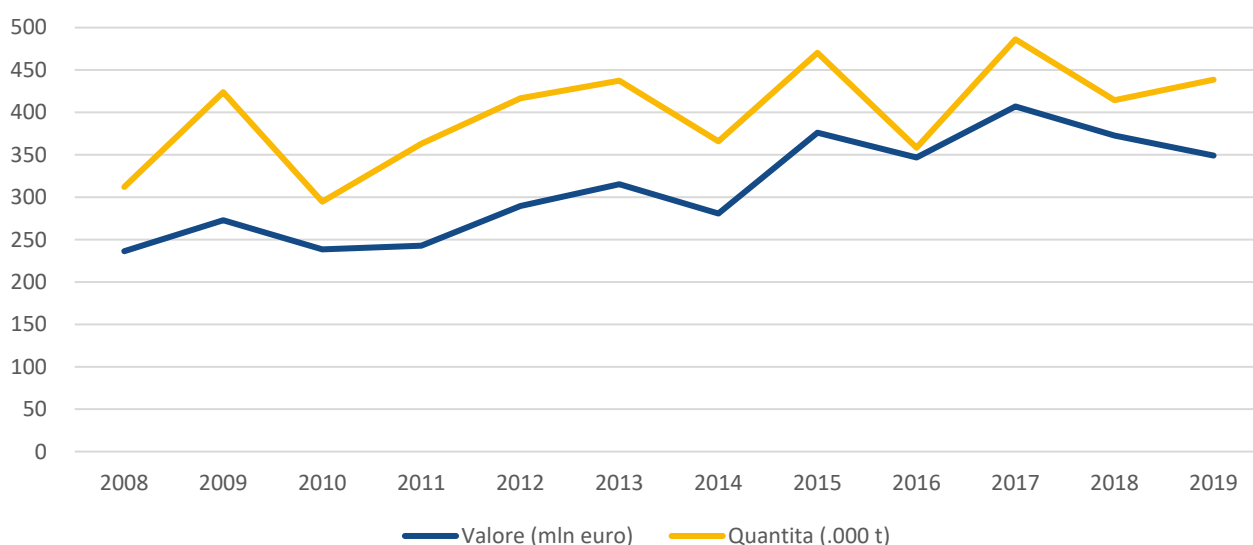


Si evidenzia inoltre la forte variabilità delle quantità importate in funzione della produzione nazionale. In particolare, la ridotta estensione della campagna di produzione nazionale crea una lunga assenza del prodotto e lascia spazio alle importazioni di produzioni mediterranee.

Nell'arco del decennio si registra:

- **+16%** le quantità importate;
- **+42%** il valore all'import;
- **+21%** il prezzo all'importazione.

Evoluzione delle importazioni di agrumi dell'Italia in valore e quantità



Fonte: Ismea su dati ISTAT

In sintesi, le statistiche ufficiali confermano quella che è la sensazione ampiamente diffusa tra gli operatori circa il ridimensionamento della filiera agrumicola italiana. È importante però fare alcune considerazioni e dei distinguo.

Una prima considerazione riguarda gli scostamenti delle diverse specie dalla dinamica generale degli agrumi. Infatti, mentre per limoni, arance e mandarini la contrazione delle superfici investite e della produzione è stata superiore a quella del dato medio degli agrumi, per le clementine si registra un aumento degli investimenti e della produzione. Infatti, nel periodo 2000-2018:

- per le arance, la superficie si è ridotta con un ritmo dell'1,3% all'anno, tasso lievemente più alto della riduzione registrata dagli agrumi nel complesso;
- per i limoni, la superficie si è ridotta con un ritmo molto sostenuto, in media -2,3% all'anno;
- per i mandarini, la superficie si è ridotta con un ritmo simile a quello osservato per le arance, in media -1,3% all'anno;
- al contrario, per le clementine la superficie produttiva è cresciuta a un tasso di variazione medio annuo dello 0,5% mentre la produzione totale è cresciuta ad un ritmo medio del 1,5% all'anno;
- per pompelmi, bergamotto e cedro la superficie produttiva e la produzione sono cresciute ad un ritmo medio annuo molto elevato, in media +28% all'anno, dato che però va relativizzato considerando le modeste superfici coltivate.



Una seconda considerazione riguarda il processo di “professionalizzazione” dell’agrumicoltura. La riduzione del numero di aziende e delle superfici investite ad agrumi ha riguardato prevalentemente l’espulsione di aziende marginali e scarsamente competitive. Il dato relativo all’incremento della resa produttiva media per ettaro conferma questa ipotesi. La razionalizzazione delle tecniche agronomiche e il processo tecnologico, come ad esempio la diffusione di impianti di irrigazione moderni, ha determinato l’aumento della resa per ettaro prima descritto.



PARTE 2 – L'ANDAMENTO NEGLI ULTIMI CINQUE ANNI

3 La fase agricola

3.1 Le aziende agrumicole secondo l'indagine strutturale del 2016

Attraverso i dati elementari dell'ultima indagine campionaria dell'Istat sulle strutture agricole è possibile ricostruire il quadro delle caratteristiche principali delle aziende agrumicole, cioè nelle quali sono presenti terreni investiti ad agrumi², in confronto alla totalità delle aziende con SAU (tutte le coltivazioni). L'indagine consente di delineare tra le altre cose alcuni elementi della gestione dell'impresa, come il sesso, l'età e il livello d'istruzione del capo azienda, la presenza di attività connesse, l'orientamento prevalente verso il mercato o verso l'autoconsumo, le fonti di ricavi — distinte tra ricavi delle vendite, ricavi da attività connesse e pagamenti diretti —, il grado di modernizzazione della gestione definito dall'uso di tecnologie informatiche.

Per quanto riguarda le caratteristiche del capo azienda, nel settore agrumicolo vi è una rappresentanza di imprese a conduzione femminile ancora più bassa rispetto a quanto si riscontra nella media delle aziende agricole con coltivazioni: la percentuale di aziende del settore con capo azienda donna è del 28%, rispetto a 32% per il totale delle aziende con coltivazioni.

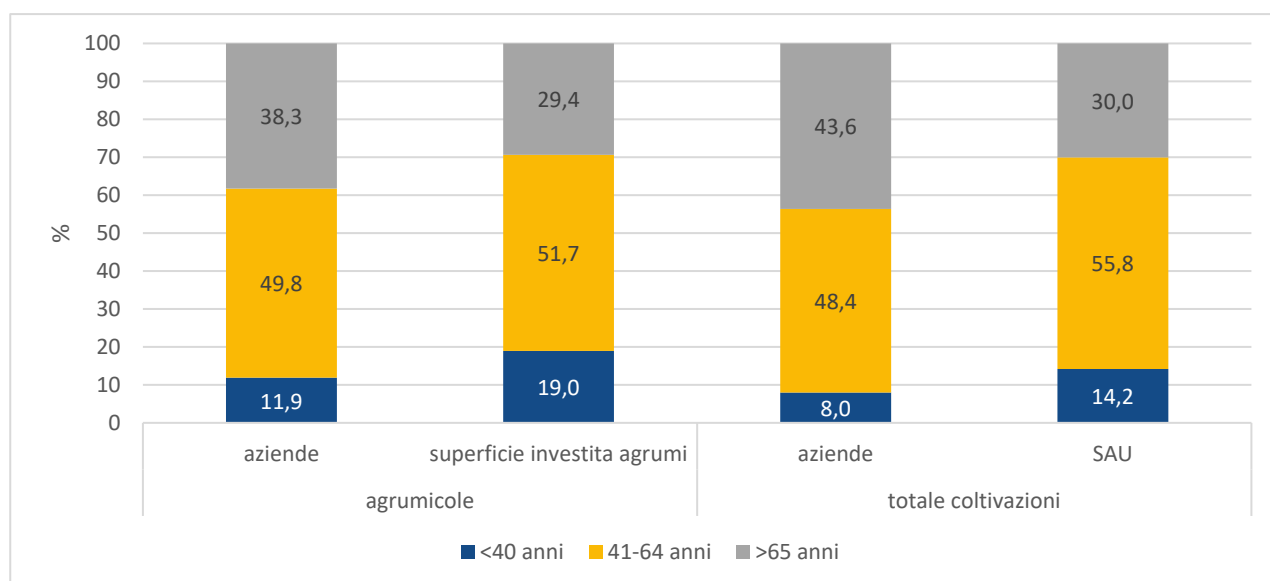
Tuttavia, le aziende guidate da giovani sono più presenti nel settore, rispetto all'universo di riferimento: le aziende agrumicole con a capo un agricoltore con meno di 40 anni sono il 12% del totale e coprono il 19% della superficie ad agrumi; entrambe le percentuali sono maggiori che nel totale delle coltivazioni, dove i giovani guidano l'8% delle aziende e il 14% della SAU. All'opposto, le aziende con capi azienda anziani, con 65 anni e più, sono il 38% (vs 44% del totale coltivazioni) e coprono circa il 30% della superficie agrumicola. Quasi la metà delle aziende e poco più della metà della superficie fanno capo a imprenditori di mezza età (41-64 anni), più che nel resto delle coltivazioni.

Quindi, la situazione per quanto riguarda il ricambio generazionale appare meno grave nel settore agrumicolo: nel quadro generale dell'agricoltura italiana in cui gli anziani superano numericamente di gran lunga i giovani imprenditori, per le aziende agrumicole il tasso di ricambio generazionale, misurato dal rapporto tra il numero di agricoltori under 40 e il numero di over 65, pari al 31%, è più alto rispetto alla media delle aziende agricole con coltivazioni (18%). Ancora più favorevole è il rapporto se si considerano le superfici: è pari al 65% per il settore degli agrumi, a fronte del 47% medio di tutte le coltivazioni.

² Si tratta di aziende che in generale oltre agli agrumi possono avere la SAU aziendale impegnata anche in altre coltivazioni. I dati campionari sono riportati all'universo. È da sottolineare che il campione dell'indagine SPA 2016 è basato su un universo di riferimento più ridotto in termini di copertura rispetto all'universo del Censimento dell'agricoltura 2010; sono state escluse le aziende molto piccole, definite secondo una serie di criteri uniformi a livello nazionale stabiliti nel Regolamento (CE) 1166/2008 e adottati anche negli altri paesi dell'UE. Pertanto, i dati del 2016 non sono del tutto confrontabili con i dati dell'indagine SPA 2013 e del Censimento 2010.



Distribuzione delle aziende e della superficie per classi di età del capo azienda



Fonte: Elaborazioni Ismea su dati ISTAT, SPA 2016

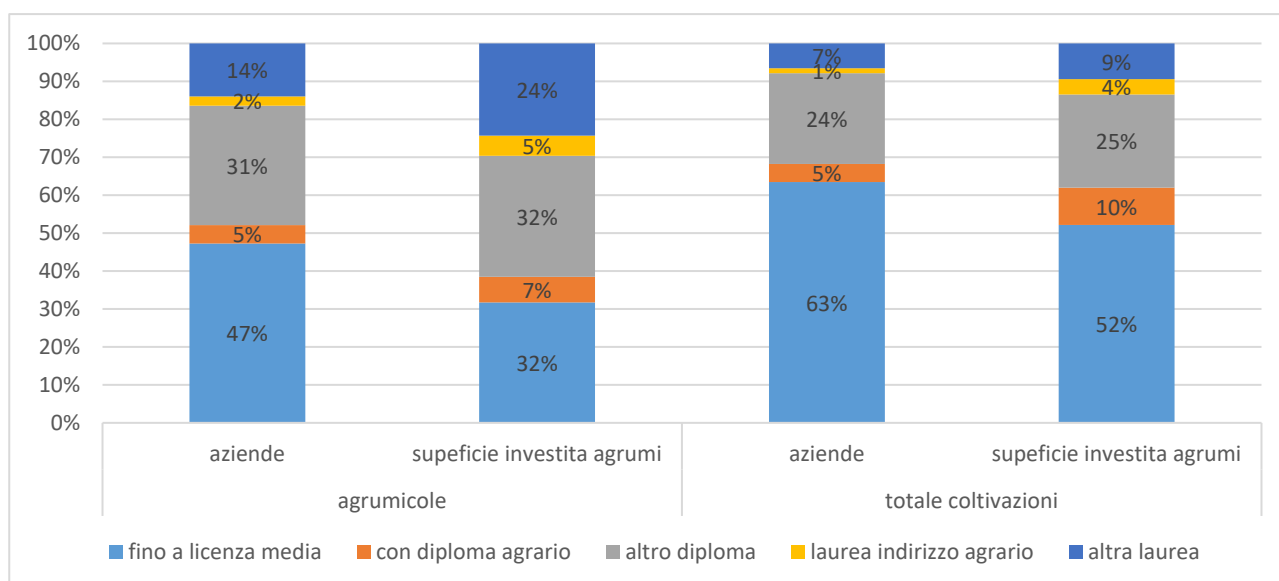
I dati fanno emergere che l'agrumicoltura è un'attività generalmente condotta su piccole dimensioni (la superficie investita media ad agrumi è di 2,4 ettari per azienda in Italia, 2,9 ettari in Spagna e molto meno in Grecia e Portogallo), ma le superfici nelle aziende di giovani sono in media più grandi (3,8 ettari) e diminuiscono all'aumentare dell'età dell'imprenditore (1,8 ettari per gli over 65).

Anche il livello d'istruzione dei capi azienda per le agrumicole è più alto della media generale, coerentemente con la maggiore incidenza delle classi di età meno anziane. Sebbene il 47% degli imprenditori agrumicoli abbia solo la licenza di scuola media secondaria o neanche quella, questo dato sale al 63% per la totalità delle aziende con coltivazioni. La quota di laureati (16%) nel settore è il doppio di quella che riguarda le altre aziende. Anche i possessori di un diploma diverso da quello agrario sono più rappresentati (31% vs 24%), mentre i diplomati a indirizzo agrario hanno lo stesso peso percentuale (solo il 5%)³.

³ Per i livelli di istruzione sono possibili 9 tipi di risposte: 01-Nessuno; 02-Licenza di scuola elementare; 03-Licenza di scuola media inferiore; 04-Diploma di qualifica ad indirizzo agrario che non permette accesso universitario (2-3 anni); 05-Diploma di qualifica di altro tipo che non permette accesso universitario (2-3 anni); 06-Diploma di scuola media superiore ad indirizzo agrario; 07-Diploma di scuola media superiore di altro tipo; 08-Laurea o diploma universitario ad indirizzo agrario; 09-Laurea o diploma universitario di altro tipo. Nel grafico sono stati raggruppati.



Distribuzione delle aziende e della superficie per livello d'istruzione del capo azienda



Fonte: Elaborazioni Ismea su dati ISTAT, SPA 2016

Per quanto riguarda il tipo di conduzione, sebbene la stragrande maggioranza delle aziende sia a conduzione diretta (86%), la quota di aziende con salariati è il doppio di quella della media delle aziende agricole con coltivazioni (14% vs 7%) ed esse detengono una quota importante, pari al 31%, delle superfici agrumicole. La distribuzione delle aziende per forma giuridica non si discosta invece da quella media dell'intera agricoltura, con la quasi totalità delle aziende che sono imprese individuali (96%) e posseggono l'87% delle superfici agrumicole.

Sebbene questi dati facciano intravedere che è in atto un certo grado di modernizzazione del settore, proseguendo l'approfondimento emerge come sia particolarmente diffuso nel settore degli agrumi il fenomeno dell'autoconsumo. Dal punto di vista dell'analisi, è rilevante considerare che il 15% delle aziende destina la totalità della produzione all'autoconsumo e l'8% più della metà. Va sottolineato tuttavia che le aziende dove la famiglia consuma da oltre il 50% fino a tutta la produzione, sono piccolissimi appezzamenti che hanno una superficie media di 0,5 ettari⁴, con un peso del 23% sul numero totale di aziende agrumicole e solo del 5% sulla superficie totale ad agrumi.

A questo quadro si aggiunge l'informazione sulle fonti dei ricavi aziendali, che aiuta a comporre il quadro della rilevanza delle aziende che stanno sul mercato rispetto a quelle orientate alla sussistenza o dipendenti dai pagamenti diretti. Quasi il 15% delle aziende (corrispondenti però solo al 7% della superficie totale) dichiara di non avere ricavi dalle vendite, si tratterebbe cioè di piccole aziende totalmente orientate all'autoconsumo, dove l'agricoltore si dedica all'agrumicoltura per *hobby* e attaccamento alla terra. Per una quota analoga di aziende, i ricavi delle vendite coprono non più della metà delle entrate totali, che derivano anche dai pagamenti diretti o da attività connesse. Anche queste aziende esercitano l'agrumicoltura su limitate dimensioni e coprono infatti solo il 14% della superficie agrumicola totale. Per il 70% delle aziende (con l'80% della superficie) invece le vendite assicurano dal 50% fino alla totalità dei ricavi dell'azienda.

⁴ Viceversa, le aziende che rivolgono meno della metà della produzione all'autoconsumo hanno una superficie investita media di 2,8 ettari, e quelle che hanno dichiarato di non fare autoconsumo di 3,7 ettari.



Per quanto riguarda i pagamenti diretti, rispetto all'universo di riferimento le agrumicole si confermano meno dipendenti dai pagamenti diretti. La maggioranza delle aziende agrumicole non li riceve (per il 36% delle aziende e il 27% della superficie investita la quota percentuale dei ricavi rappresentata dai pagamenti diretti è zero). Per la metà delle restanti aziende (31%, che copre la maggiore quota di superficie, pari al 45%) l'incidenza dei pagamenti diretti sui ricavi è compresa tra l'1 e il 20%; per l'altra metà supera il 20% arrivando anche fino al 100%.

Circa le modalità di vendita, per le agrumicole la vendita diretta al consumatore finale è diffusa, dato che ben il 33% delle aziende ha dichiarato di fare vendita diretta, mentre in media per le aziende con coltivazioni la percentuale è solo del 18%. Tuttavia, solo l'1% delle aziende, sia agrumicole che totali, fa anche vendita diretta on-line. Solo l'1% delle aziende, inoltre, dichiara di vendere all'estero.

Le aziende agrumicole appaiono invece meno coinvolte in altre attività di diversificazione, rispetto alla media delle aziende con coltivazioni. Il 6% delle aziende, che rappresentano solo il 6% della superficie agrumicola totale, hanno dichiarato di esercitare almeno uno dei 12 tipi di attività connesse elencati nel questionario. Nel complesso delle aziende con coltivazioni, le aziende diversificate solo l'8% del totale e coprono il 20% della SAU. L'incidenza delle aziende con agrumi che hanno dichiarato di avere anche l'agriturismo sul totale è solo dell'1%, mentre per la lavorazione dei prodotti in azienda e le energie rinnovabili le percentuali sono rispettivamente del 3% e del 2%.

Infine, alcune domande del questionario sono dedicate al tema degli strumenti informatici utilizzati nell'attività dell'azienda, come l'uso di Personal Computer/Computer portatile/Tablet/Smartphone con applicazioni dedicate, la presenza di connessioni internet, l'uso di software gestionali, l'uso del web per marketing e/o commercio elettronico. L'incidenza delle aziende agrumicole che utilizzano in azienda almeno uno di questi strumenti è allineata a quella del totale delle aziende con coltivazioni, cioè il 22% delle aziende che possiedono quasi la metà della superficie investita ad agrumi (46%). In particolare, queste aziende sono quasi tutte dotate di PC/portatile/ tablet/smartphone e di connessione internet, mentre solo il 5% delle aziende agrumicole usa un software gestionale o il web per marketing o vendita on-line, con dati del tutto in linea con quelli medi di tutte le aziende con coltivazioni. Un fatto generale che risulta da questi risultati, seppure riferiti al 2016, è quindi che la stragrande maggioranza, quasi l'80%, delle imprese coltivatrici non utilizza neanche il computer o la connessione internet per le attività aziendali o professionali.

3.2 La produzione di agrumi

3.2.1 Trend delle superfici e della produzione

Prendendo a riferimento l'ultimo quinquennio, tra la campagna 2014/2015 e la campagna 2018/2019 si evidenzia un calo delle superfici in produzione per gli agrumi nel complesso, da attribuire però esclusivamente alla contrazione registrata nell'ultima campagna; infatti la tendenza è stata positiva nelle tre campagne precedenti. Vi è stata inoltre un'evoluzione differente per le diverse specie, con una riduzione media per arance, mandarini e altri agrumi (bergamotto, pompelmo, ecc.), una sostanziale stabilità per le clementine, una crescita per i limoni (che tuttavia non è tale da contrastare la riduzione di lungo periodo della superficie a limone).



Superficie agrumicola in produzione (ettari)

Campagna	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	Quota 2018/19	tvma 2014-2019	tvma 2000-2018
Arancio	84.530	84.407	84.675	86.324	82.019	58%	-0,7%	-1,3%
Clementino	25.696	25.807	25.455	25.706	25.678	18%	0,0%	0,5%
Limone	20.584	21.188	22.647	22.592	22.325	16%	2,1%	-2,3%
Mandarino	9.076	9.138	8.694	8.918	8.375	6%	-1,9%	-1,3%
Altri agrumi	2.125	1.820	1.822	1.822	1.831	1%	-3,4%	28,0%
Agrumi totale	142.011	142.360	143.293	145.362	140.228	100%	-0,3%	-1,2%

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat Congiunturali

Le arance sono la principale specie di agrumi coltivata in Italia. In accordo con i dati congiunturali Istat, la superficie coltivata ad arance, in produzione, ammonta a circa 82mila ettari che corrispondono al 58% della superficie agrumetata nazionale; nell'ultimo quinquennio la superficie è rimasta sostanzialmente stabile nelle prime tre campagne, mentre ha subito forti oscillazioni nelle ultime due.

Le clementine sono la seconda specie di agrumi più coltivata in Italia. La superficie in produzione nel periodo è rimasta stabile a circa 25.700 ettari che corrispondono al 18% della superficie agrumetata nazionale.

I limoni sono la terza specie di agrumi più coltivata in Italia e l'unica per la quale le superfici in produzione sono cresciute nell'ultimo quinquennio, sebbene estendendo l'orizzonte temporale al lungo periodo (2000-2019) anche per i limoni si osservi una notevole contrazione. La superficie coltivata a limoni, in produzione, supera i 22mila ettari che corrispondono al 16% della superficie agrumetata nazionale.

I mandarini vivono una fase di declino degli investimenti e sono spesso sostituiti da altre varietà di piccoli agrumi, anche se resistono bene nelle aree maggiormente vocate della Sicilia. La superficie in produzione di mandarini ammonta a circa 8.300 ettari, che corrispondono al 6% della superficie agrumetata nazionale.

Il restante 1% della superficie agrumicola nazionale è costituito da investimenti a bergamotto (1.500 ettari), pompelmo (280 ettari), cedro (45 ettari) e chinotto (6 ettari). Anche queste specie tuttavia sono nel complesso in ridimensionamento.

Tra la campagna 2014/15 e quella 2018/19 anche la produzione in volume di agrumi ha mostrato un trend negativo, con una decrescita annua dello 0,6%, trascinata in basso da arance e mandarini, mentre è aumentata l'offerta di limoni e clementine. Tali dati sono condizionati dalla riduzione delle superfici investite ma sono suscettibili anche di ampie variazioni da una campagna all'altra a causa dell'alea climatica che condiziona pesantemente la produttività degli agrumeti. Oltre a questi fenomeni, nel corso dell'ultimo quinquennio ci sono stati altri fattori che hanno condizionato la quantità e la qualità del raccolto di agrumi, tra i principali si ricorda la diffusione del virus della *tristeza*, le alluvioni che nel recente passato hanno colpito Calabria e Sicilia e le eruzioni dell'Etna, le cui ceneri sovente determinano problemi qualitativi.



Produzione raccolta di agrumi (tonnellate)

Campagna	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	Quota 2018/19	tvma 2014-2019	tvma 2000-2018
Arance	1.668.709	1.668.332	1.590.303	1.621.682	1.592.402	61%	-1,1%	-0,5%
Clementine	478.264	613.779	572.221	613.919	453.735	17%	0,7%	1,5%
Limoni	370.458	383.279	435.471	418.102	424.663	16%	3,7%	-1,5%
Mandarini	138.709	138.160	125.505	133.137	124.579	5%	-2,5%	-1,4%
Altri agrumi	49.423	35.618	42.916	24.684	36.025	1%	-1,0%	28,6%
Agrumi totale	2.705.564	2.839.168	2.766.416	2.811.523	2.631.403	100%	-0,6%	-0,6%

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat Congiunturali

Infine, l'evoluzione del valore della produzione a valori correnti tra il 2014/15 e il 2018/19 fornisce un'indicazione molto importante circa la crisi del settore agrumicolo italiano. In particolare, si è osservata una consistente riduzione del valore della produzione totale, soprattutto nella campagna 2018/19. Le contrazioni medie annue più considerevoli sono state registrate da arance (tvma -4,9%) e mandarini (tvma -4,2%), mentre per limoni e clementine è stato registrato un consistente incremento.

Valore della produzione a prezzi base a valori correnti nella fase agricola (migliaia di euro)

Campagna	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	Quota 2018/19	tvma 2014-2019	tvma 2000-2018
Arance	576.770	571.817	439.162	527.508	444.519	48%	-4,9%	-0,3%
Clementine	126.318	184.845	178.480	167.098	145.559	16%	5,9%	0,7%
Limoni	232.858	224.053	281.425	256.444	288.333	31%	6,3%	1,6%
Mandarini	43.653	42.616	39.587	37.556	36.693	4%	-4,2%	-2,6%
Altri agrumi	17.668	13.070	15.861	9.427	9.518	1%	-11,1%	5,5%
Agrumi totale	997.267	1.036.401	954.516	998.033	924.623	100%	-1,7%	-0,4%

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat

In definitiva, quello che emerge dall'analisi dei dati relativi a produzione e superficie agrumicola è che la produzione di arance, al di là di oscillazioni, pure importanti, è interessata sia nel lungo termine sia nel medio termine da una tendenza al ridimensionamento della base produttiva con espulsione delle aziende gestite familiarmente in part time e questo, assieme a una certa evoluzione tecnologica che interessa le aziende di dimensioni più rilevanti, ha comunque comportato un incremento delle rese, nonostante gli andamenti meteorologici, altri fattori naturali e la diffusione del virus della *tristeza* complichino notevolmente il contesto produttivo, specie in determinate aree.

Per quanto riguarda le clementine, siamo di fronte a un processo di lieve sviluppo delle superfici stabilizzatosi negli ultimi anni. Anche in questo caso, un certo processo evolutivo delle aziende ha portato a una crescita delle rese.

La produzione di limoni è stata al centro di un evidente rinnovato interesse lungo il decennio, sopitasi nell'ultima parte. Anche per la produzione di limoni sembrerebbe chiaro un certo processo evolutivo che ha



portato a incrementi delle rese in termini assoluti anche a fronte di un ridimensionamento delle superfici nell'ultima parte del decennio.

La produzione di mandarini appare come l'unica che ha evidenziato un processo continuo di contrazione delle superfici nel corso del decennio aggravata da un calo delle rese che ha determinato un decremento produttivo più che proporzionale a quello delle superfici. Si tratterebbe, indubbiamente, dell'agrumo in maggiore difficoltà secondo la lettura di questi dati.

Infine, sebbene il peso relativo dei rimanenti agrumi sia sostanzialmente irrilevante, l'impressione che emerge dalla lettura dei dati è che l'orientamento verso agrumi alternativi abbia vissuto una fase di entusiasmo nel corso del decennio che è andata ridimensionandosi nel tempo.

3.2.2 Agrumi a indicazione geografica

Una delle caratteristiche di maggiore rilievo dell'agrumicoltura italiana è lo stretto legame tra prodotti e territorio. È questo il caso dell'Arancia Rossa di Sicilia IGP della Piana di Catania e delle Clementine di Calabria IGP la cui produzione è concentrata nella Piana di Sibari. Si tratta di due prodotti che da soli rappresentano un importante segmento del mercato agrumicolo nazionale. Ma la ricchezza espressa dai territori vocati all'agrumicoltura si esprime anche con l'Arancia di Ribera DOP, in provincia di Agrigento, il Limone di Amalfi, Sorrento, Siracusa, Messina e Rocca imperiale (CS) (tutti IGP), l'Arancia e il Limone del Gargano, le Clementine del Golfo di Taranto e il Bergamotto di Reggio Calabria.

Produzione certificata di agrumi a indicazione geografica (tonnellate)

Campagna	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2018/19 vs 2017/18	quota 2018/19
Arancia Rossa di Sicilia	9.840	15.315	10.954	17.158	17.208	0,3%	42%
Arancia di Ribera	2.313	3.006	3.412	6.781	7.402	9%	18%
Limone di Siracusa	5.258	4.819	5.295	4.987	6.519	31%	16%
Clementine di Calabria	2.176	3.703	5.325	4.577	6.353	39%	15%
Limone Costa d'Amalfi	2.969	1.358	1.809	1.860	2.010	8%	4,8%
Limone di Sorrento	2.297	1.202	1.441	1.092	1.505	38%	3,6%
Limone Interdonato Messina		739	31	217	227	5%	0,5%
Limone di Rocca Imperiale	132	563		46	161	246%	0,4%
Clementine del Golfo di Taranto	215	23		210	64	-70%	0,2%
Limone Femminello del Gargano		19	22	9	1	-92%	0,0%
Arancia del Gargano		10	3	9	1	-89%	0,0%
Agrumi	25.200	30.758	28.293	36.946	41.450	12%	100%
Ortofrutta	654.472	656.675	580.488	545.496	378.534	-31%	
Agrumi/Ortofrutta	3,9%	4,7%	4,9%	6,8%	11,0%		

Fonte: ISMEA

Le produzioni agrumicole certificate con un marchio d'indicazione geografica (IG) crescono di anno in anno e nella campagna agrumaria 2018/19 hanno raggiunto quota 41mila tonnellate, con una crescita del 12% rispetto alla campagna precedente. Nonostante il trend sia positivo, l'offerta di agrumi con marchio IG resta



per il momento una quota residuale della produzione agrumicola nazionale: infatti, nella campagna 2018/19 ha superato di poco l'1%, mentre l'incidenza degli agrumi sull'offerta di prodotti ortofrutticoli con marchio IG ha raggiunto l'11%. Si tratta di quote modeste ma che potrebbero presentare anche grossi margini di crescita considerata la bassa pressione competitiva che in molti casi caratterizza il prodotto e la forte connotazione territoriale dello stesso.

In molti casi, tuttavia, il processo di riconoscimento delle IG non è stato fatto precedere da un'adeguata analisi delle politiche di mercato da intraprendere, a cui si associa una frequente debolezza delle strutture organizzative, che spesso non hanno saputo trasmettere al territorio le potenzialità dell'aggregazione. In questo senso, le dimensioni spesso limitate degli areali produttivi e i nomi non sempre evocativi per un consumatore medio non hanno aiutato.

Per favorire la funzione di traino all'economia del territorio dei riconoscimenti ottenuti sarebbe importante intraprendere politiche aggregative finalizzate a ridurre i costi di gestione e di controllo dei Consorzi di tutela e, allo stesso tempo, attuare iniziative di organizzazione dell'offerta e di parallela promozione dei prodotti con l'obiettivo di coinvolgere inizialmente una base produttiva ragionevolmente ampia e, successivamente, puntare a un suo ampliamento.

Per quanto riguarda la composizione dell'offerta di agrumi a IG si evidenzia come nella campagna 2018/19 il 42% della produzione certificata sia riconducibile all'Arancia Rossa di Sicilia IGP. A seguire si collocano – in forte crescita – l'Arancia di Ribera DOP (18%), il Limone di Siracusa IGP (16%), le Clementine di Calabria IGP (15%), il Limone Costa d'Amalfi IGP (5%) e il Limone di Sorrento IGP (4%). Gli altri agrumi a IG hanno un peso delle quantità certificate sul totale di circa l'1%.

3.2.3 Coltivazioni biologiche

Le superfici agrumicole coltivate ad agricoltura biologica, nel 2018, ammontavano a 35.660 ettari, di questi oltre 6mila erano in fase di conversione (Sinab, 2019). Tra le varie specie prevalgono le arance, con oltre 18mila ettari, corrispondenti al 52% della superficie agrumicola bio. Seguono i piccoli agrumi con circa 10mila ettari, i limoni con 6.800 ettari e i pompelmi con circa 150 ettari.

Superficie coltivata in regime biologico (ettari)

Campagna	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	Quota 2018/19	var. 2018/19 vs 2017/18	tvma 2014-2019
Arance	14.482	15.838	18.218	20.951	18.626	52%	-11%	7,1%
Piccoli agrumi	9.698	9.516	10.437	10.614	10.039	28%	-5%	1,0%
Limone	5.588	6.419	7.343	7.982	6.841	19%	-14%	5,9%
Pompelmo	82	96	127	108	154	0,4%	43%	19,2%
Agrumi totale	29.849	31.869	36.125	39.656	35.660	100%	-10%	5%

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Sinab

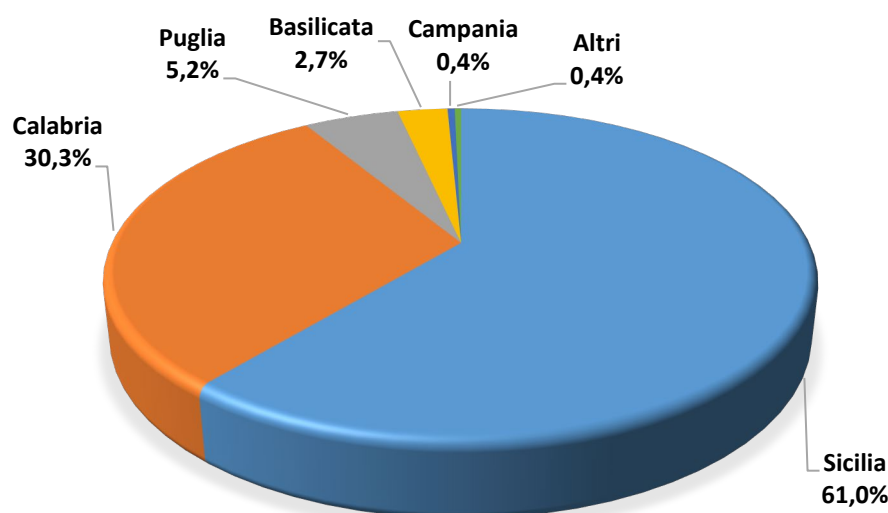
In accordo ai dati Sinab, l'incidenza della superficie agrumicola biologica sulla superficie agrumicola complessiva è particolarmente elevata arrivando a toccare il 25%. Questo fenomeno è da attribuire alla relativa semplicità di conduzione delle coltivazioni agrumicole in regime biologico, la concentrazione in regioni del Mezzogiorno che hanno meno problemi fitosanitari per il clima più asciutto e alla bassa redditività soprattutto per le aziende gestite in part-time con manodopera familiare che trovano spesso conveniente



assicurarsi un'entrata certa dai premi della PAC attraverso la riconversione ad agricoltura biologica. Tutto questo implica che, sebbene non esistano dati ufficiali, a fronte di una superficie molto ampia, l'effettiva produzione certificata e commercializzata come prodotto biologico è verosimilmente limitata.

La ripartizione per regione delle superfici agrumate in regime biologico è simile a quella delle superfici nel complesso.

Superficie coltivata in regime biologico (ettari)



Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Sinab

I Piani di sviluppo rurale contribuiscono alla diffusione del biologico principalmente ricorrendo all'aiuto a superficie della misura 11. Tale misura viene declinata in due sottomisure:

- 11.1 che prevede un sostegno per le nuove aziende che si convertono al biologico;
- 11.2 che contribuisce al mantenimento delle superfici biologiche nel corso degli anni, con impegni di 5 anni.

Gli importi che vengono concessi sono definiti da ogni Regione a partire da analisi di compensazione economica per il mancato reddito che si ritiene le aziende biologiche subiscono per via delle minori rese e dei maggiori costi amministrativi (costi di gestione e transazione per le pratiche di certificazione).

Per gli agrumi, gli importi per ettaro molto diversi da regione a regione in alcuni casi appaiono poco giustificabili dal punto di vista tecnico agronomico e fonte di una sperequazione che in ottica di mercato può tradursi in un'effettiva distorsione.



3.3 L'indagine presso le aziende agricole

Nell'ambito del programma "Rete Rurale Nazionale 2014-2020" è stata realizzata un'indagine diretta presso un campione di aziende agricole produttrici di agrumi mirata a rilevare e analizzare i fattori che determinano la competitività dell'impresa.

Le dimensioni rispetto alle quali sono stati rilevati e analizzati i fattori competitivi sono essenzialmente riconducibili alle seguenti:

- ✓ caratteristiche strutturali dell'azienda;
- ✓ elementi descrittivi della produzione;
- ✓ modalità di commercializzazione.

In particolare, relativamente agli elementi descrittivi dell'azienda e della produzione sono stati individuati alcuni aspetti che possono essere messi in relazione alla performance competitiva, come la localizzazione, l'appartenenza a un'associazione, l'età degli impianti produttivi, l'irrigazione, ecc.⁵

Invece, relativamente alle modalità di commercializzazione sono stati individuati i seguenti item di ricerca:

- ✓ tipologia di acquirente;
- ✓ modalità di conferimento del prodotto;
- ✓ effettuazione di vendita diretta al consumatore e modalità di realizzazione;
- ✓ presenza di attrezzature/macchinari per le lavorazioni post raccolta;
- ✓ realizzazione di lavorazioni post raccolta.

Il campione intervistato è costituito da 500 aziende agricole che producono agrumi e risponde alla ripartizione territoriale per regione e per provincia riportata nelle tabelle che seguono. Va sottolineato che si tratta di un campione ragionato mirato a raccogliere indicazioni di tipo qualitativo e che rispetto all'universo di riferimento, cioè alla stratificazione regionale delle aziende agrumicole del Censimento dell'Agricoltura, è stato volutamente sovradimensionato in Sicilia e Calabria, ossia nelle due regioni che concentrano circa l'80% della produzione agrumicola.

⁵In particolare, sono stati rilevati i seguenti aspetti:

- ✓ dimensione territoriale (sede dell'azienda e luogo di produzione);
- ✓ forma associativa;
- ✓ superficie agricola investita ad agrumi;
- ✓ produzione nell'ultima campagna;
- ✓ resa per ettari nell'ultima campagna;
- ✓ produzione prevalente (specie) e relativa superficie investita;
- ✓ età impianto della produzione prevalente;
- ✓ presenza di impianti di irrigazione e percentuale della superficie irrigata;
- ✓ rinnovo degli impianti per la resistenza al virus della tristeza.

Gli item di ricerca sono stati strutturati nel questionario di indagine somministrato al proprietario dell'azienda o al conduttore, previa verifica che l'interlocutore avesse gli strumenti conoscitivi per poter affrontare gli argomenti di indagine. In ragione delle richieste e delle preferenze manifestate dagli interpellati, tutte le interviste sono state effettuate in modalità CATI (Computer-Assisted Telephone Interviewing).



Stratificazione del campione per regione

Regione	N. aziende	% su totale	% cumulata
Sicilia	264	52,8	52,8
Calabria	185	37	89,8
Basilicata	15	3	92,8
Puglia	15	3	95,8
Sardegna	10	2	97,8
Campania	8	1,6	99,4
Lazio	3	0,6	100
Totale	500	100	

Fonte: ISMEA-RRN

Stratificazione del campione per provincia

Provincia	N. aziende	% su totale	% cumulata
Catania	130	26	26
Cosenza	90	18	44
Reggio Calabria	50	10	54
Siracusa	49	9,8	63,8
Messina	40	8	71,8
Vibo Valentia	27	5,4	77,2
Agrigento	24	4,8	82
Matera	15	3	85
Taranto	15	3	88
Catanzaro	13	2,6	90,6
Palermo	11	2,2	92,8
Cagliari	10	2	94,8
Ragusa	10	2	96,8
Crotone	5	1	97,8
Salerno	5	1	98,8
Latina	3	0,6	99,4
Napoli	3	0,6	100
Totale	500	100	

Fonte: ISMEA-RRN

3.3.1 Caratteristiche delle aziende e della produzione

I risultati dell'indagine sostanzialmente confermano quanto emerso dalle statistiche ufficiali: in riferimento alle caratteristiche aziendali e della produzione, si evidenzia, infatti, una ridotta dimensione media aziendale

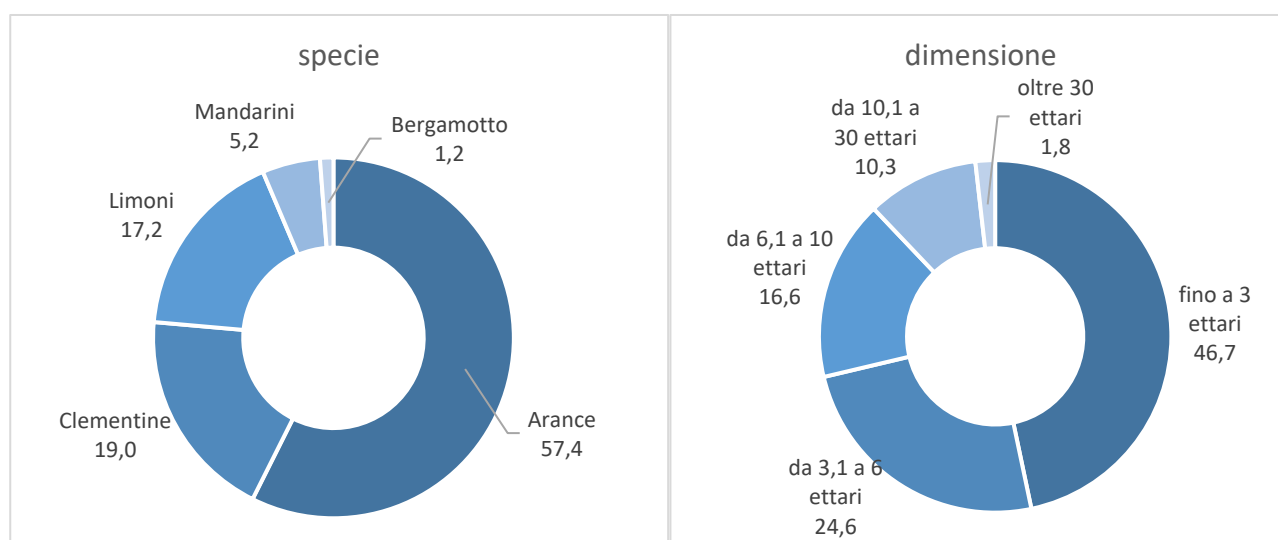


dei rispondenti in termini di superficie investita ad agrumi (circa 6 ettari)⁶ e una scarsa propensione delle imprese agricole ad associarsi a cooperative ed OP.

Di seguito possono essere sintetizzate le principali caratteristiche strutturali e produttive del campione.

- Le arance sono la specie più diffusamente coltivata dalle aziende agricole intervistate (57%); a seguire clementine e limoni, rispettivamente con il 19% e il 17%; molto distaccati in termini di incidenza sul totale, mandarini e bergamotto.
- Per quanto riguarda l'età degli agrumeti, circa i due terzi degli intervistati ha riferito di impianti di età superiore a 20 anni (67%). In particolare, gli impianti più "vecchi" si rilevano per arance, limoni e clementine (rispettivamente 72% dei rispondenti, 63% e 62%). Gli impianti di età inferiore ai tre anni sono stati dichiarati circa dal 7% del totale dei rispondenti. In particolare, i nuovi impianti sono più frequenti per i limoni (13%) e le arance (7%). Per quanto riguarda il contrasto al virus della *tristeza*, poco più di un quarto del campione dichiara di aver rinnovato gli impianti. In particolare, Puglia e Sicilia sono le regioni che sembrano prestare più attenzione al virus, soprattutto per le coltivazioni di arance, mandarini e clementine.
- Quasi tutte le aziende agrumicole intervistate – il 97% del campione – sono dotate di un impianto di irrigazione. Per quanto concerne la percentuale di superficie irrigata, oltre il 90% delle aziende dichiara di irrigare l'intero agrumeto.

Produzione prevalente (specie) e dimensione media (ettari) delle aziende del campione (%)

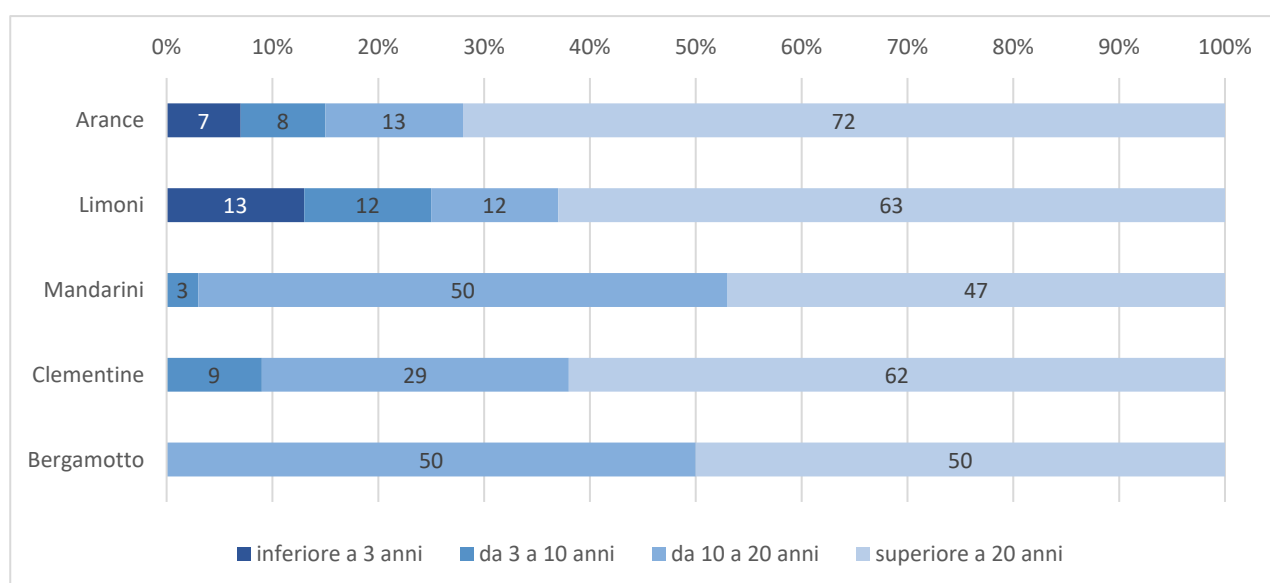


Fonte: ISMEA-RRN

⁶L'indagine è stata rivolta ad aziende di tipo professionale e per questo la superficie media per azienda del campione è superiore a quella media che emerge dai dati censuari (1,6 ettari), che includono anche tutte le piccole aziende con conduttore part-time o orientate all'autoconsumo.



Età impianto della produzione prevalente

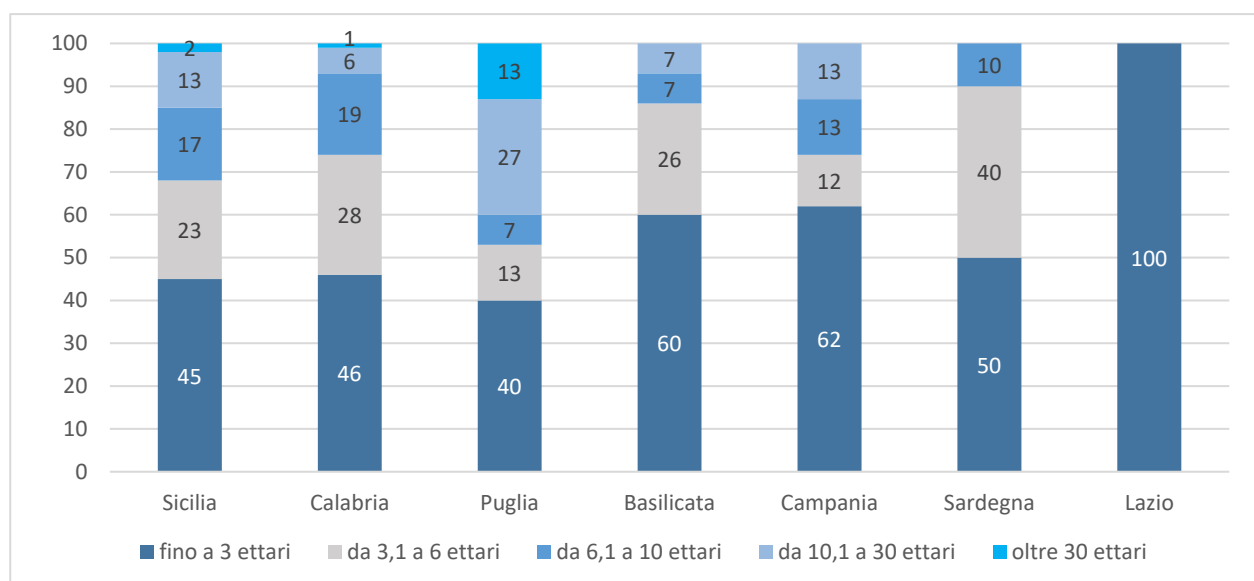


Fonte: ISMEA-RRN

- La superficie media aziendale investita ad agrumi dalle aziende che compongono il campione è pari a 6 ettari, mentre il caso più frequente dichiarato dagli intervistati (moda) è di 1 ettaro. Ai due estremi, la dimensione aziendale minima dichiarata è stata 0,1 ettari, mentre quella massima è stata di 65 ettari. Le aziende del campione presentano un investimento medio ad arance e clementine leggermente superiore alla media, rispettivamente 7 ettari e 6,4 ettari. Di contro, gli investimenti a bergamotto, limoni e mandarini sono inferiori alla media del campione, rispettivamente 5,1 ettari, 3,9 ettari e 3,7 ettari.
- Per quanto riguarda la ripartizione delle aziende per classe di SAU, nelle due principali regioni agrumicole (Sicilia e Calabria) i risultati sono molto simili e vedono una quota rispettivamente del 45% e del 46% di aziende di piccole dimensioni (fino a 3 ettari). In Calabria si osserva, invece, una concentrazione maggiore (47%) delle realtà di dimensioni medio-grandi (SAU da 3 a 10 ettari), mentre in Sicilia sono maggiormente rappresentate le aziende grandi e grandissime (con SAU superiore ai 10 ettari) con una quota pari al 15%. La Puglia che ricordiamo pesa per il 3% sul campione di imprese intervistate si distingue per l'elevata incidenza di imprese superiori ai 6 ettari.



Superficie agrumetata per classe di SAU, per regione



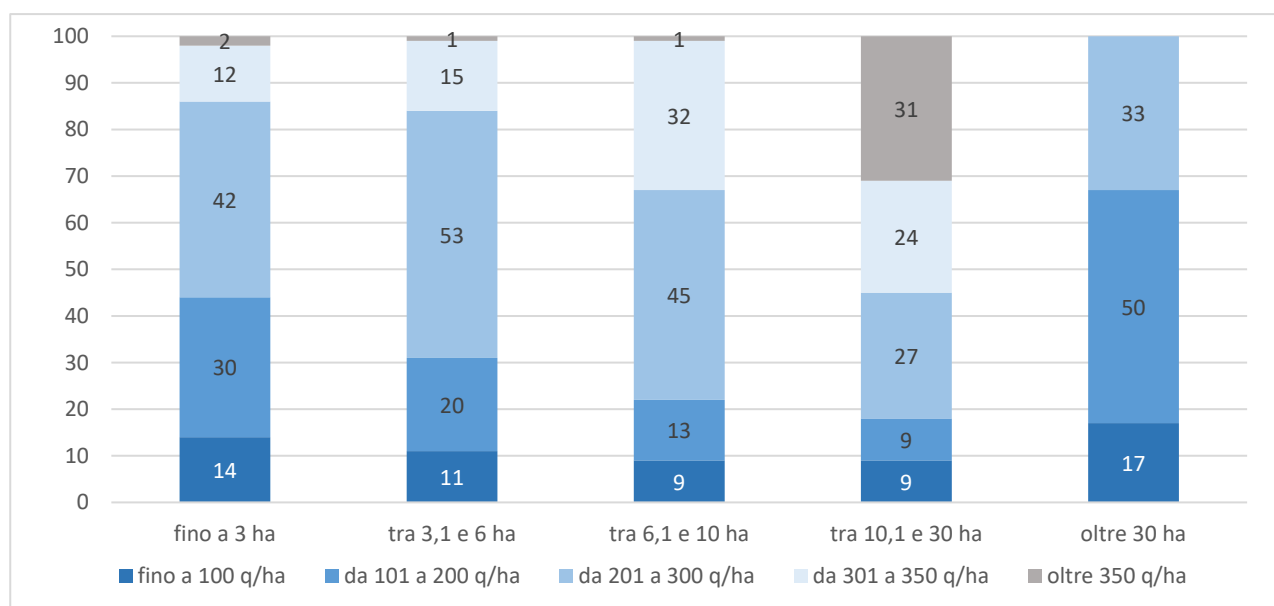
Fonte: ISMEA-RRN

- La resa produttiva media dichiarata dagli intervistati è di 234 quintali per ettaro nel complesso, con sensibili differenze tra le diverse specie: si va, infatti, dai 200 quintali del bergamotto, ai 220 dei limoni, ai 230 di arance e mandarini fino ai 250 quintali delle clementine. Considerando la resa media per regione, il livello più alto si osserva in Calabria e Sicilia, con valori pari rispettivamente a 248 quintali/ettaro e 235 quintali/ettaro. La resa per ettaro per classe di superficie investita ad agrumi evidenzia come la resa sia mediamente maggiore nelle aziende di grandi dimensioni⁷.
- Le aziende agricole intervistate hanno evidenziato una scarsa propensione all'adesione a cooperative e Organizzazione di Produttori (OP). Infatti, il 63% del campione sostiene di non essere associato né a cooperative né ad OP. Tra chi ha risposto positivamente a questa domanda, la forma di associazione più frequente è quella cooperativa (27%), seguita dalle OP (9%). Solo sette aziende sulle cinquecento intervistate (1,4%) hanno dichiarato di esser socie sia di coop sia di OP. A livello regionale, in Calabria un'azienda agrumicola su due non è associata né a coop né a OP; in Sicilia questa quota sale a sette aziende su dieci. L'adesione di aziende agrumicole del campione a cooperative è relativamente più alta in Calabria (43%), mentre è solo del 18% in Sicilia. Invece, l'adesione alle OP è più frequente in Sicilia, con l'11% a fronte del 6% registrato in Calabria.

⁷Fanno eccezione quattro delle sei aziende agrumicole appartenenti alla classe di SAU superiore a 30 ettari che hanno indicato una resa media inferiore a 200 quintali per ettaro. Tale eccezione è giustificata proprio dall'esiguità del numero di imprese agricole appartenenti a questa classe di SAU comprese nel campione di indagine.

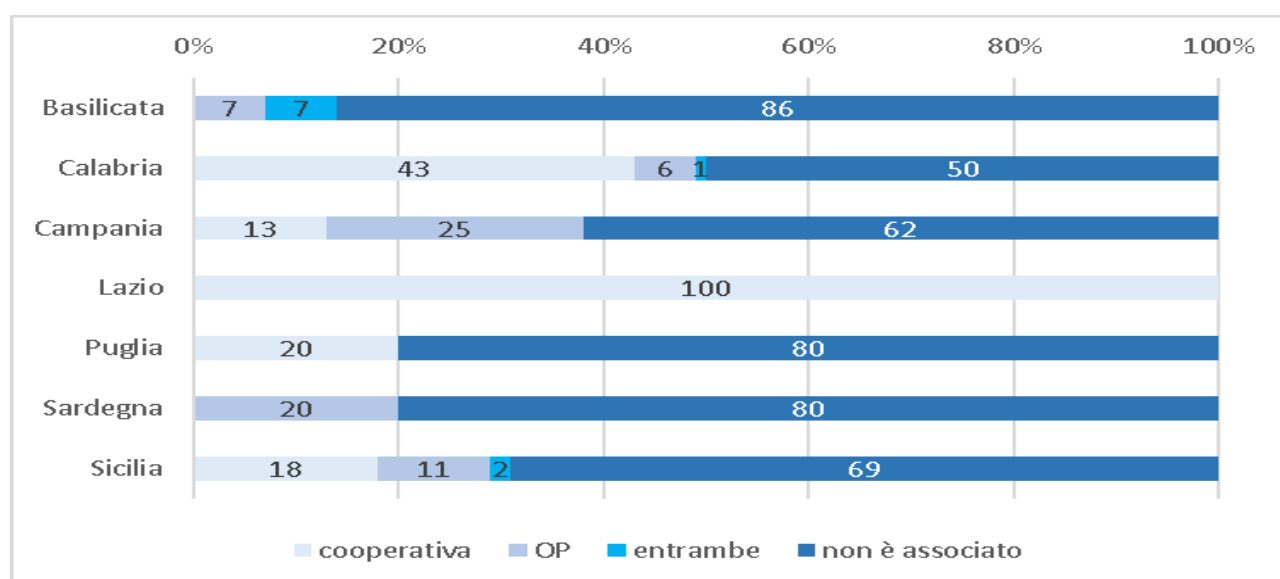


Resa per ettaro delle aziende per classe di superficie investita ad agrumi (in %)



Fonte: ISMEA-RRN

Adesione a cooperativa e/o OP per regione (in %)



Fonte: ISMEA-RRN

3.3.2 Modalità di vendita

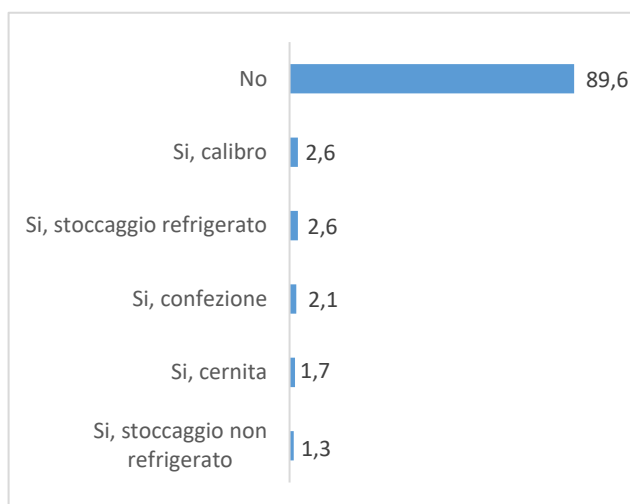
Il 90% delle aziende ha dichiarato di non possedere macchinari o attrezzature per la lavorazione post raccolta degli agrumi e, quindi, di non realizzare alcuna lavorazione dopo la raccolta.

Tra i pochi che hanno risposto positivamente, si segnala la disponibilità di macchinari per la calibrazione dei frutti e lo stoccaggio refrigerato, in particolare per clementine, arance e limoni. Le operazioni svolte da chi ha dichiarato di disporre in azienda di macchinari per la lavorazione post raccolta degli agrumi sono la

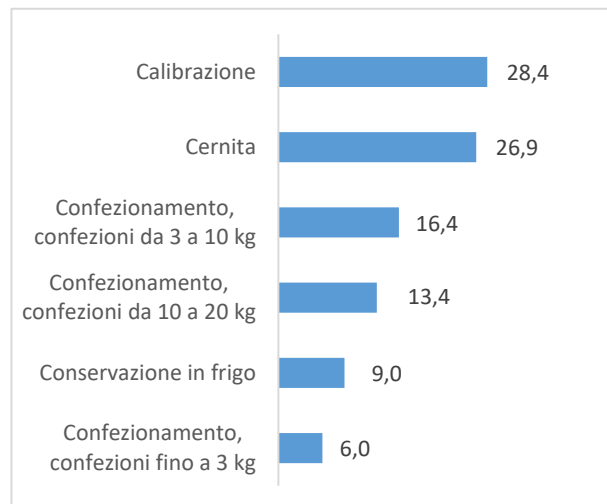


calibrazione (in particolare per clementine e arance), la cernita (in particolare per clementine e mandarini) e il confezionamento in confezioni da massimo 10 kg.

Dotazione aziendale di attrezzature o macchinari per le lavorazioni degli agrumi post raccolta (% delle risposte)



Lavorazioni post raccolta realizzate nell'azienda agricola (% sul totale di coloro che hanno risposto sì alla domanda precedente)



Fonte: ISMEA-RRN

Per quanto riguarda la tipologia di acquirente delle aziende agrumicole, circa la metà degli intervistati ha dichiarato di rivolgersi a intermediari e grossisti, seppure con caratteristiche e modalità diverse. In particolare, la vendita degli agrumi:

- ✓ sulla pianta a intermediari commerciali è stata indicata dal 23% del campione;
- ✓ a grossisti locali nel 21% dei casi;
- ✓ a intermediari commerciali, che però non si fanno carico delle operazioni di raccolta (3%);
- ✓ a grossisti di caratura nazionale (3%).

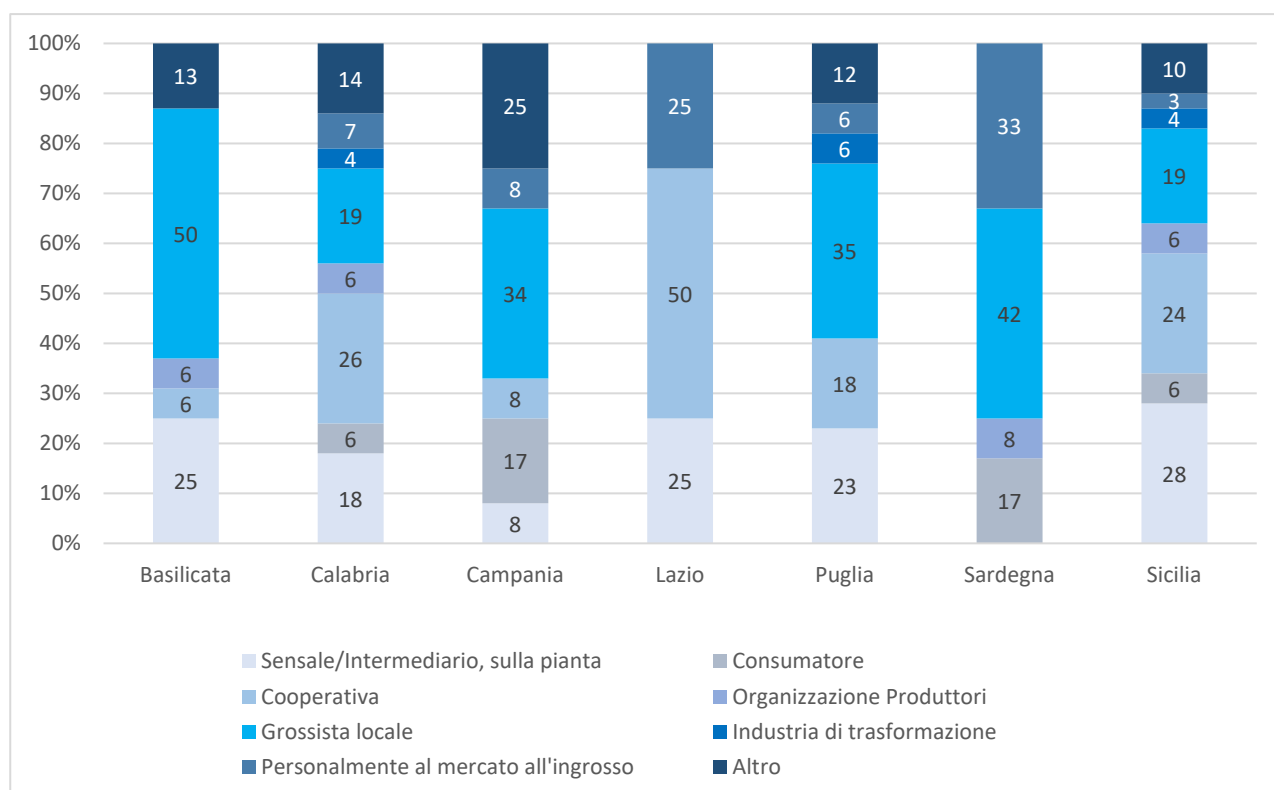
Queste risposte forniscono alcuni elementi molto importanti sia relativamente alla diffusione e all'importanza di queste figure di intermediazione commerciale (sensali, grossisti, intermediari) nella filiera agrumicola nazionale, sia rispetto alla pratica – molto diffusa tra i produttori di agrumi – di affidare le operazioni di raccolta agli intermediari commerciali. L'esternalizzazione delle operazioni di raccolta da un lato riduce il prezzo di vendita pagato al produttore, comprimendone il ricavo, ma d'altro canto solleva l'agricoltore da tutte le problematiche connesse all'impiego della manodopera (reperimento, gestione, oneri contributivi, ecc.).

Il conferimento degli agrumi alla cooperativa costituisce la principale modalità di vendita per il 23% degli intervistati, mentre il conferimento alle OP riguarda solo il 6% delle aziende agricole coinvolte nell'indagine. Il 5,6% delle imprese intervistate vende direttamente il proprio prodotto ai mercati generali all'ingrosso, mentre il 4% conferisce all'industria di trasformazione per l'estrazione di succhi ed essenze. Infine, circa il 2% degli intervistati cede la propria produzione direttamente a distributori esteri.

La ripartizione delle risposte per regione evidenzia come il ruolo svolto dalle cooperative e dalle OP in Sicilia e Calabria sia molto simile. Infatti, circa un quarto delle aziende intervistate in queste due regioni conferisce alla cooperativa la propria produzione, mentre il 6% degli intervistati conferisce alla OP di appartenenza.



Canali di destinazione della produzione agrumicola aziendale per regione (in %)

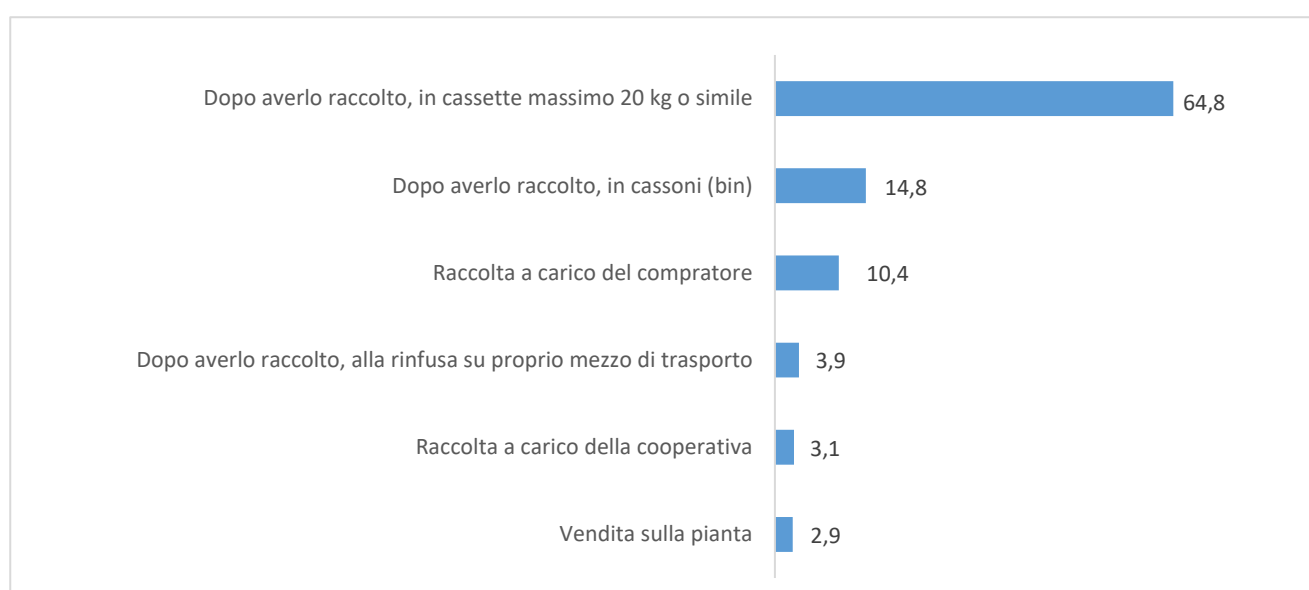


Fonte: ISMEA-RRN

Per quanto concerne le modalità di conferimento del prodotto alla cooperativa, all'OP o al proprio cliente, l'utilizzo delle cassette con capienza fino a 20 kg costituisce la modalità più utilizzata, coinvolgendo circa due aziende agrumicole su tre. Il 15% degli intervistati, invece, ha riferito di utilizzare dei cassoni (bin).

Il 35% dichiara di sostenere un costo per il trasporto del prodotto all'acquirente.

Modalità di conferimento del prodotto (% delle risposte)

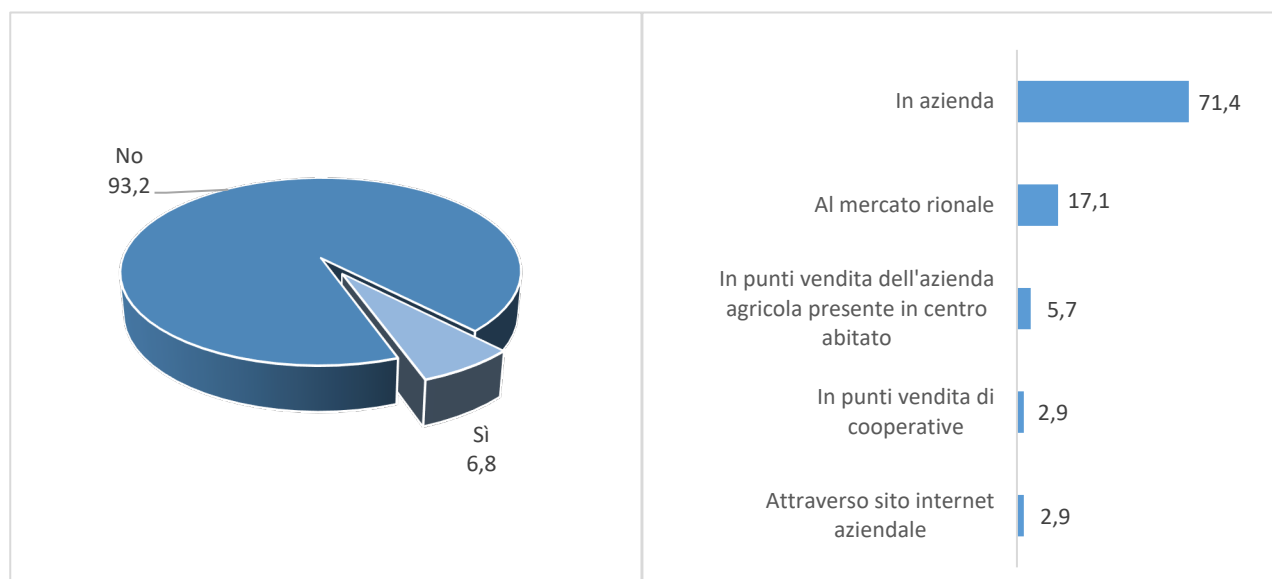


Fonte: ISMEA-RRN



La vendita diretta al consumatore da parte dell'agricoltore è realizzata dal 7% degli intervistati e si realizza prevalentemente mediante vendita in azienda (71%), seguita da quella al mercato rionale (17%). Molto rari risultano la vendita in punti vendita aziendali esterni all'azienda agricola e l'e-commerce (citato in un solo caso).

Incidenza della vendita diretta e relative modalità (% delle risposte)



Fonte: ISMEA-RRN

In sostanza, l'indagine sul campo è stata utile per confermare come il profilo del settore emerso dall'analisi a tavolino corrisponda sostanzialmente alla realtà produttiva prevalente, nella quale le criticità superano ampiamente gli aspetti positivi. Un settore costituito in ampia misura da un numero elevato di aziende piccole, con impianti obsoleti, rese mediamente basse, una scarsa tendenza all'aggregazione dell'offerta e modalità di vendita legate ad antiche tradizioni senza la possibilità di aggiungere valore aggiunto in azienda ma, anzi, delegando spesso a terzi anche l'organizzazione della raccolta. Si tratta quindi di un settore che, pure alla presenza di un certo numero di aziende di eccellenza, è strutturato diffusamente con modalità che lo relegano alla produzione di base senza alcuna possibilità/opportunità di incorporare nella fase agricola elementi di valore aggiunto della filiera che, peraltro, spesso si presenta lunga e farragिनosa nei meccanismi di funzionamento.



4 L'industria di trasformazione

Il fatturato dell'industria di trasformazione di frutta e agrumi del 2018 è stimato in circa 995 milioni di euro, stabile rispetto all'anno precedente, e rappresenta l'1% circa del totale agroalimentare e l'11% di quello dei prodotti ortofrutticoli trasformati.

L'industria di trasformazione costituisce un importante sbocco di mercato della produzione agrumicola nazionale. Per quanto riguarda i succhi di agrumi, per convenzione, si distingue l'industria di prima trasformazione, che si occupa dell'estrazione del succo ed eventualmente della concentrazione e del congelamento del succo tal quale, e l'industria di seconda trasformazione che utilizza i semilavorati prodotti nella fase precedente per realizzare i succhi di agrumi/frutta e/o le bibite gassate a base di succo. Non sono molto frequenti i casi in cui una stessa azienda realizzi entrambe le fasi industriali.

L'industria di prima trasformazione degli agrumi è caratterizzata da due differenti tipologie:

- ✓ imprese di piccole dimensioni, che effettuano solamente l'estrazione del succo naturale a partire dalla materia prima agricola;
- ✓ imprese di dimensioni medie e grandi che oltre a realizzare l'estrazione del succo naturale realizzano il processo di concentrazione del succo naturale in prodotto concentrato che viene pastorizzato e congelato. Queste imprese lavorano sia la materia prima agricola sia il succo naturale prodotto dalle imprese di piccole dimensioni.

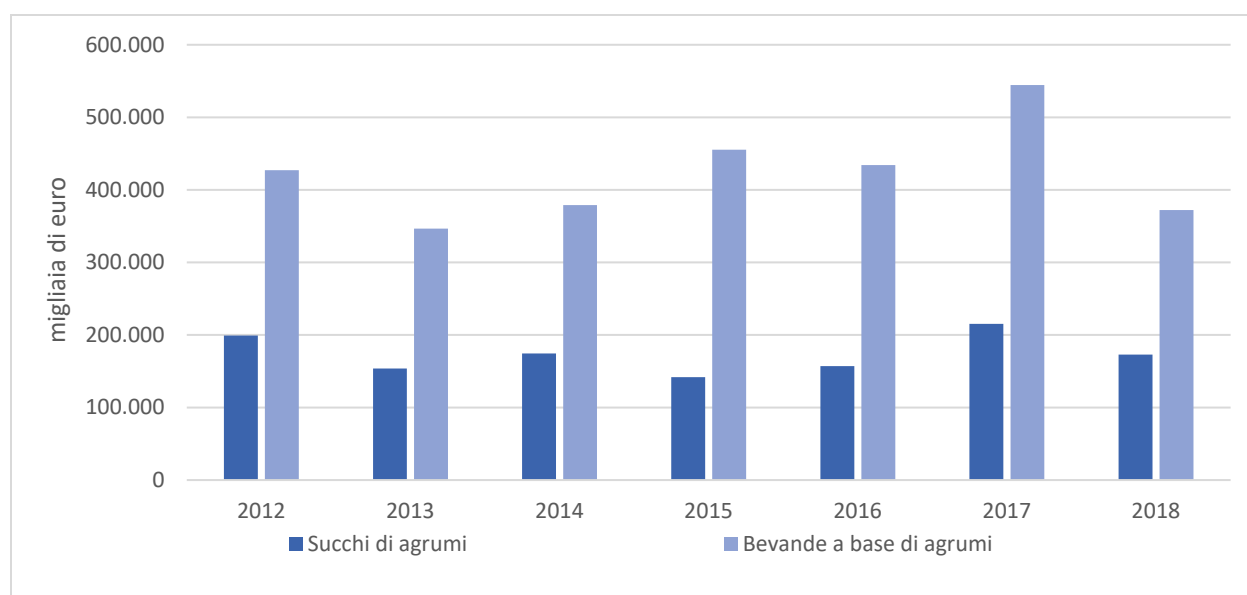
Per molti anni, l'OCM (l'Organizzazione Comune di Mercato nell'ambito della Politica Agricola Comunitaria) ha incentivato il conferimento degli agrumi all'industria per l'estrazione del succo e degli oli essenziali, ma le modifiche regolamentari del 2006 hanno determinato un cambiamento dell'erogazione degli aiuti comunitari rendendo economicamente meno conveniente per i produttori il conferimento degli agrumi freschi all'industria. Quindi, l'effetto indiretto della modifica dell'OCM è stata la riduzione del numero di imprese di trasformazione, in particolare di quelle della prima fase di lavorazione. Tale processo ha selezionato le realtà di maggiori dimensioni, più competitive e dotate di più solidi legami con il territorio e con i produttori che conferiscono la materia prima. In tale contesto, le OP di autotrasformazione sono quelle che hanno superato meglio questa fase di transizione.

Le produzioni ottenute dall'industria di prima trasformazione sono generalmente delle *commodity* e, di conseguenza, sono caratterizzate da un basso valore aggiunto. I succhi naturali, prodotti da una tipologia di impianti tecnologicamente meno avanzata, solitamente vengono acquistati allo stato grezzo dalle imprese in grado di effettuare la fase di concentrazione del succo. L'industria agrumaria italiana produce per lo più succhi concentrati utilizzati dalle imprese che confezionano i succhi di frutta e di agrumi (industrie di seconda trasformazione) quali ad esempio Oranfrizer, Conserve Italia (con i marchi Yoga, Valfrutta, Derby), Parmalat (Santal) o le bevande gassate a base di succo di arancia (ed es. Sanpellegrino, Fanta, Pejo, Tomarchio, ecc.). Nei confronti di tali imprese l'industria di prima trasformazione evidenzia scarso potere contrattuale, sia in conseguenza delle notevoli differenze dimensionali, sia delle caratteristiche del prodotto (elevata deperibilità).

Il valore della produzione industriale di succhi di agrumi ammonta a circa 173 milioni di euro contro i 373 milioni di euro delle bevande a base di agrumi, tra cui aranciate, limonate, chinotto e cedrate.



Valore della produzione industriale di succhi e bevande a base di agrumi (.000 euro)



Fonte: ISMEA su dati Istat Prodcom

L'industria di prima trasformazione agrumaria è localizzata in Calabria e Sicilia, laddove esiste un rapporto di fornitura relativamente stabile tra aziende agricole e imprese di trasformazione, grazie all'ampia disponibilità di materia prima. Le aziende calabresi risultano ubicate principalmente nelle province di Reggio Calabria e Cosenza; nella maggior parte dei casi gli stabilimenti lavorano arance e clementine, mentre più raramente sono specializzate in un solo segmento.

In provincia di Reggio Calabria vi sono imprese specializzate nell'estrazione dell'olio essenziale di bergamotto (Capua 1880 s.r.l., Citoflor s.r.l. e Cilione Antonino s.r.l.). La coltivazione del bergamotto è tipica dell'area compresa nel tratto di costa tra Villa San Giovanni e Gioiosa Jonica.

In Sicilia le imprese di trasformazione sono localizzate nelle zone di Catania, Messina e Palermo, legate prevalentemente alla trasformazione di limoni, arance e mandarini.

Per quanto concerne la materia prima destinata all'industria è opportuno distinguere due diverse linee di approvvigionamento:

1. le varietà di agrumi con caratteristiche qualitative e merceologiche non apprezzate dal mercato del fresco (ad es. elevato numero di semi), come nel caso di "vecchie" varietà di arance (p.e. il Biondo comune);
2. gli agrumi freschi che in fase di calibrazione e selezione non risultano idonei alla commercializzazione sul mercato del fresco a causa della presenza di qualche difetto di forma e/o di colore o per la presenza di macchie o più semplicemente perché di calibro inferiore o superiore a quello stabilito per ciascuna specie/varietà dalle norme di qualità.

La tendenza in atto è quella di conferire all'industria prevalentemente gli agrumi di cui al secondo punto, in quanto l'elevato costo da sostenere per la raccolta e il basso prezzo pagato dalle industrie di estrazione del succo determinano una scarsa convenienza al conferimento degli agrumi di cui al primo punto.

Nell'ambito dei succhi, la produzione di concentrati commercializzati tal quali o surgelati rappresenta ancora il principale prodotto ottenuto, anche se esiste la tendenza ad aumentare le produzioni di succo bevibile, destinato al consumo finale, proveniente da succo naturale congelato e non da succhi concentrati.



Esistono, inoltre, imprese di trasformazione specializzate nell'estrazione degli olii essenziali destinati all'industria dolciaria, cosmetica e farmaceutica. In queste imprese si ottiene anche del succo naturale che, visto il basso grado Brix e l'elevata acidità, può essere considerato un sottoprodotto della produzione principale. Gli olii essenziali maggiormente apprezzati dal mercato, quali mandarino e bergamotto, offrono una discreta redditività ai produttori, in particolare negli areali di Palermo e Reggio Calabria. Infine, dall'estrazione del succo di agrumi si ottengono diversi sottoprodotti (scorze, polpa, cellule e pastazzo) che vengono utilizzati essenzialmente per l'alimentazione animale.

Nella campagna 2018/19, l'industria di trasformazione ha impiegato circa 900mila tonnellate di agrumi, che corrispondono al 30% della disponibilità complessiva di agrumi. La ripartizione per specie dei prodotti conferiti all'industria di trasformazione degli agrumi è la seguente: arance (68%); limoni (16%); clementine (10%), mandarini (3%) e altri agrumi (3%).

Materia prima avviata alla trasformazione per specie (tonnellate)

	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	Quota 2018/19	tvma 2014-2019
Arance	667.484	583.916	636.121	648.673	636.961	68%	-0,9%
Limoni	129.660	134.148	152.415	146.336	148.621	16%	3,7%
Mandarini	34.677	34.540	31.376	33.284	31.145	3%	-2,5%
Clementine	95.653	122.756	114.444	122.784	90.742	10%	0,7%
Altri	42.184	29.563	36.503	19.469	29.787	3%	0,0%
Agrumi totale	969.658	904.922	970.860	970.545	937.255	100%	-0,7%

Fonte: Ismea



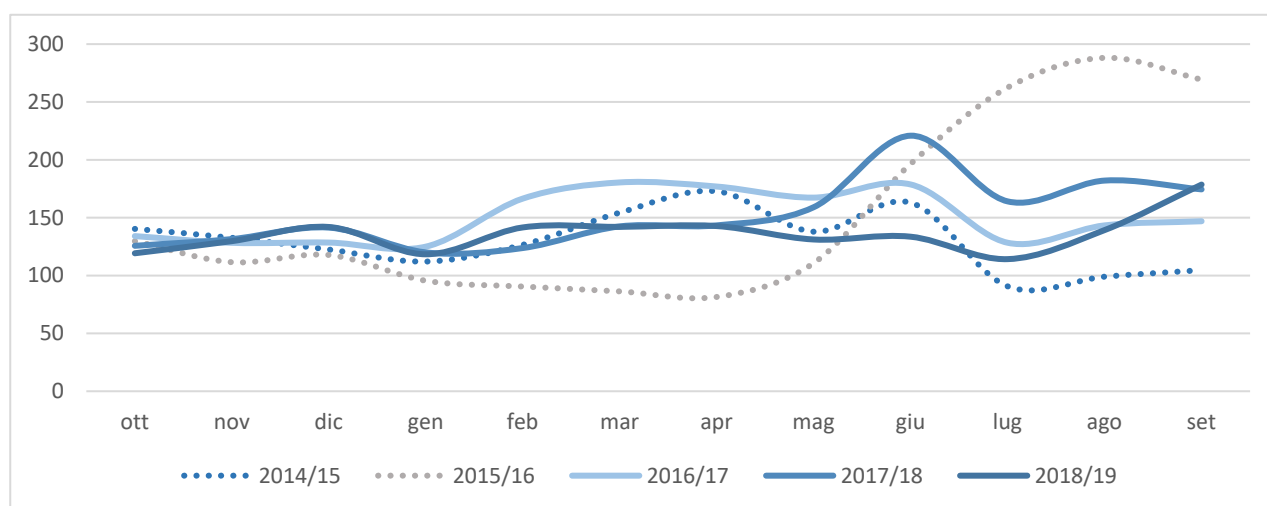
5 Il mercato interno

5.1 Prezzi all'origine

L'indice Ismea dei prezzi all'origine sintetizza l'andamento dei prezzi alla produzione degli agrumi, secondo un paniere composto dalle diverse specie e varietà di agrumi rappresentativo della produzione italiana delle principali piazze di scambio.

Una prima osservazione generale è relativa al fatto che l'indice dei prezzi all'origine Ismea degli agrumi mostra andamenti parabolici, con punte massime in coincidenza del periodo estivo quando il settore è rappresentato dalla sola produzione di limoni. La forte volatilità dell'indice dei prezzi all'origine degli agrumi è un fenomeno in parte correlato alla stagionalità della produzione e ai cambiamenti che il "paniere agrumi" subisce mese per mese in termini di mix di prodotti che lo compongono; in parte, è legata alle oscillazioni dell'offerta internazionale. Ad esempio, i livelli particolarmente alti del periodo luglio-settembre 2016 sono correlati alla crisi dell'offerta internazionale dei limoni che ha portato i prezzi alle stelle in tutte le fasi di scambio.

Indice dei prezzi all'origine degli agrumi (2010=100)

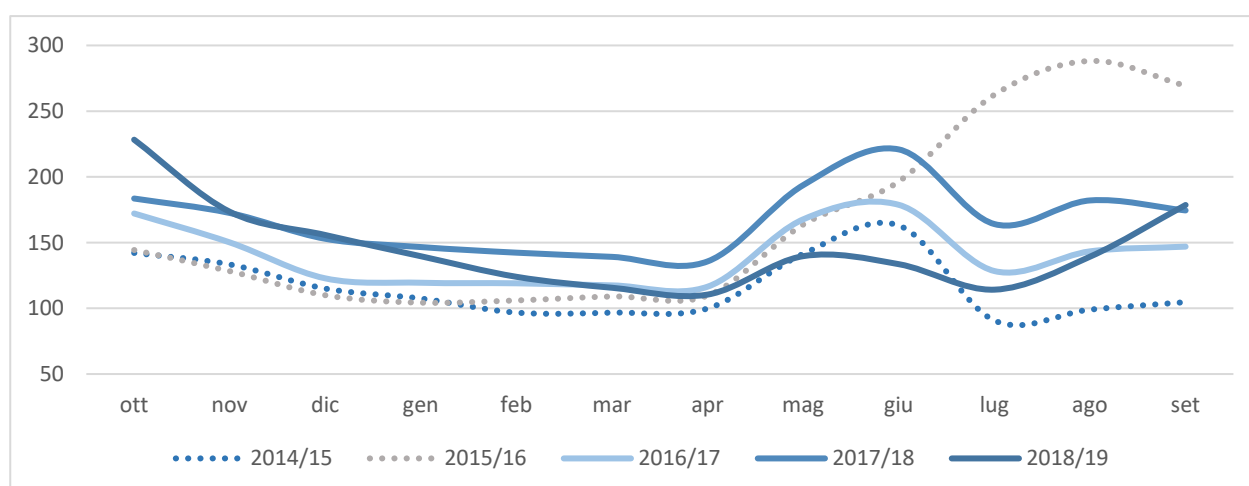


Fonte: Ismea

Negli ultimi anni, i limoni sono la specie che ha mostrato la maggiore variabilità dei prezzi all'origine. In particolare, nella campagna 2015/16 e in quella 2017/18 sono stati raggiunti picchi particolarmente elevati a causa della carenza di offerta sia nazionale sia estera nel periodo estivo.



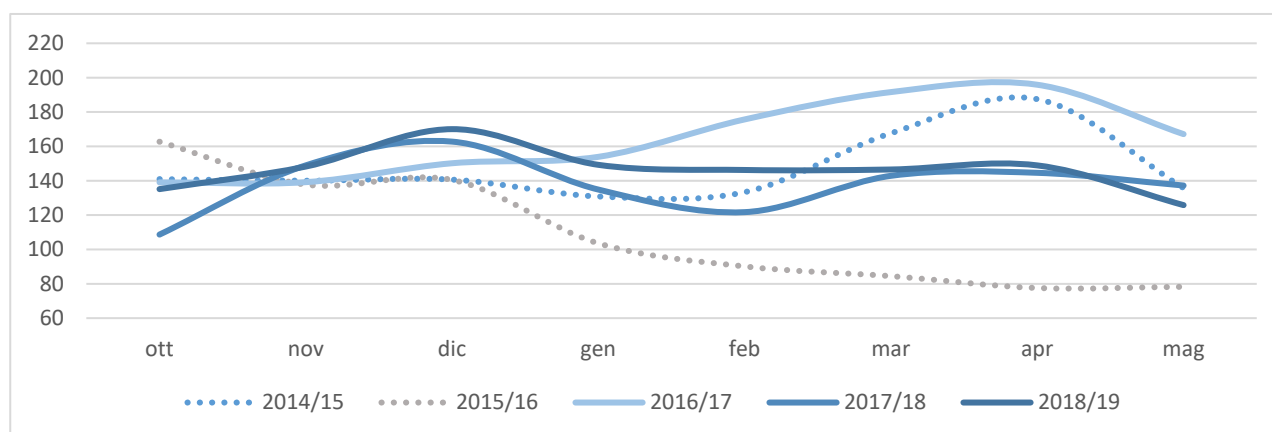
Indice dei prezzi all'origine dei limoni (2010=100)



Fonte: Ismea

La campagna commerciale delle arance va dal mese di ottobre a maggio, coprendo quindi un periodo molto lungo dell'anno. Per le arance vale il discorso fatto per gli agrumi nel complesso. L'indice dei prezzi mostra forti oscillazioni tra una campagna e l'altra a causa della variabilità dell'offerta nazionale e di quella dei competitor mediterranei, ma sono evidenti anche ampie oscillazioni dei prezzi in una stessa campagna a partire dal mese di gennaio in concomitanza con la disponibilità sul mercato delle arance Tarocco e delle varietà tardive come Ovale e Valencia.

Indice dei prezzi all'origine delle arance (2010=100)

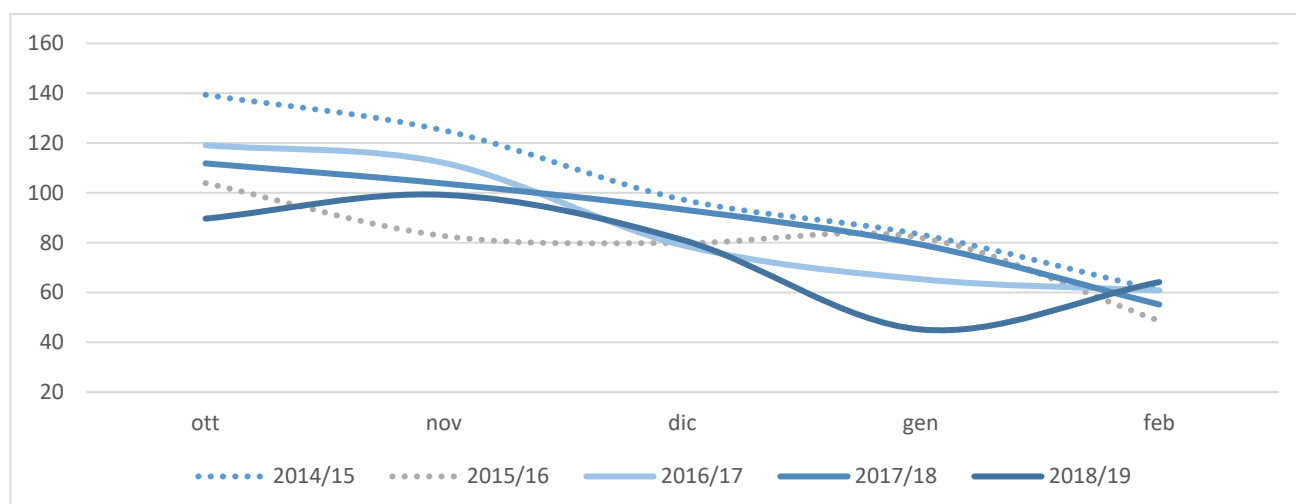


Fonte: Ismea

La campagna commerciale delle clementine è abbastanza corta ed è generalmente compresa tra ottobre e febbraio. Nelle ultime cinque annate si evidenzia come la parte centrale della campagna – tra novembre e dicembre – sia caratterizzata da una minore variabilità dei prezzi, mentre l'inizio e la coda della campagna commerciale mostrano una maggiore variabilità.



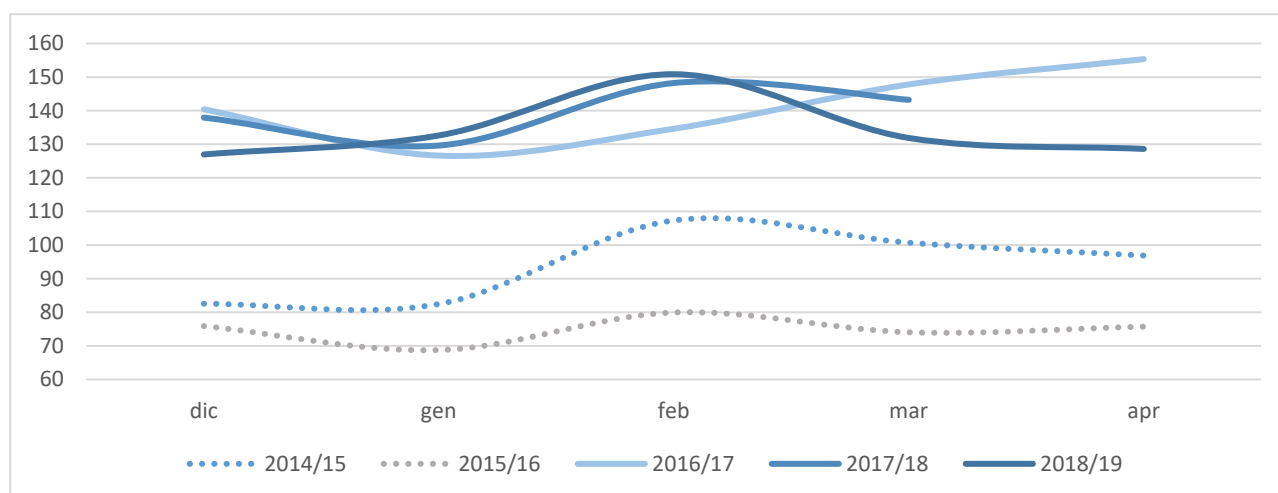
Indice dei prezzi all'origine delle clementine (2010=100)



Fonte: Ismea

La campagna commerciale dei mandarini dura in genere cinque mesi all'anno e va da dicembre ad aprile. L'indice dei prezzi all'origine dei mandarini mostra come nelle ultime tre campagne commerciali vi sia stato un innalzamento del livello dei prezzi rispetto alle campagne 2014/15 e 2015/16, a causa di un'offerta più contenuta. In una stessa campagna invece, i prezzi mostrano sostanziale stabilità.

Indice dei prezzi all'origine dei mandarini (2010=100)



Fonte: Ismea



Prezzo franco azienda - raccolta a carico acquirente (euro/kg)

Prodotto	Piazza	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19
Arance Tarocco comune	Catania	0,33	0,14	0,35	0,29	0,32
Arance Navel	Corigliano (CS)	0,28	0,32	0,30	0,27	0,29
Clementine	Corigliano (CS)	0,46	0,48	0,44	0,37	0,32
Limone Primofiore *	Siracusa	0,35	0,36	0,46	0,53	0,56
Mandarini	Palermo	0,25	0,24	0,45	0,49	0,45

* raccolta a carico del produttore

Fonte: Ismea

5.2 Costi di produzione

I costi di produzione degli agrumi sono influenzati da molte variabili quali: la dimensione aziendale, la specie e la varietà coltivata, il sesto d'impianto, le tecniche di produzione (convenzionale, integrata, biologica), il grado di meccanizzazione, le pratiche colturali adottate (concimazioni, irrigazione, diserbo, ecc.), la dislocazione geografica dell'azienda (pianura o collina) e la giacitura dei terreni, l'appartenenza a strutture associative e, non ultimo, la forte dipendenza dall'andamento meteo-climatico.

In linea generale, concorrono alla formazione dei costi totali di produzione:

- ✓ i costi diretti di coltivazione, quali i costi delle materie prime (concimi, fitofarmaci, diserbanti, irrigazione, costi energetici, consulenze tecniche e noleggi) e della manodopera salariata (per la raccolta e le altre operazioni colturali);
- ✓ i costi indiretti, quali le quote di ammortamento, di manutenzione, le spese di assicurazione, amministrative, gli interessi passivi e gli oneri sociali.

Le maggiori voci di costo per le aziende che producono agrumi sono la manodopera, i prodotti energetici (energia elettrica e carburanti, che oltre che per le macchine agricole, sono necessari anche per l'adduzione e la distribuzione di acqua irrigua), i fitofarmaci, i concimi. L'analisi dei costi realizzate per le principali specie agrumicole (arance, limoni e clementine) evidenzia come i costi variabili incidano per il 60% sui ricavi. Tra i costi variabili, la manodopera è la principale voce con un'incidenza media del 60% su questa tipologia di costi. Il lavoro manuale per eseguire potatura e raccolta determina circa il 90% del costo totale per la manodopera.

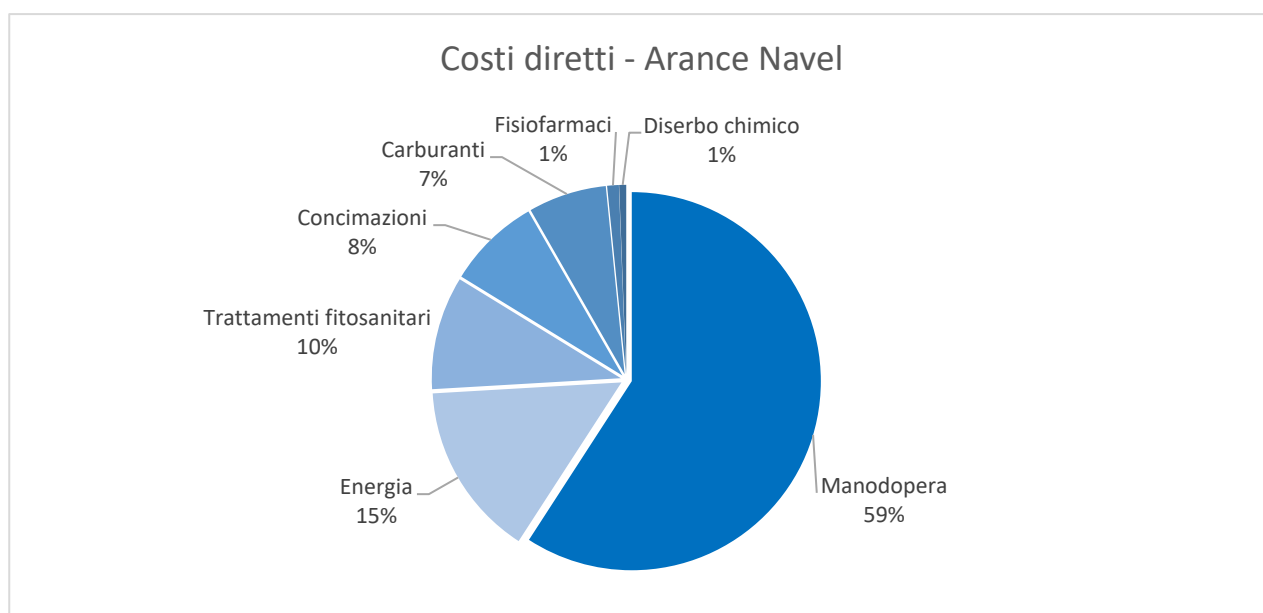
A seconda dei casi esaminati, concimi e fitofarmaci incidono in maniera molto diversa sui costi variabili, con quote comprese tra il 16 e il 36%.

Infine, l'irrigazione, incluso il costo di carburante per l'adduzione e la distribuzione dell'acqua e la manodopera per la gestione dell'irrigazione, incide sui costi variabili con una quota compresa tra il 5 e il 17%.

Nella figura che segue sono riportate le quote dei costi variabili per le arance Navel coltivate in Calabria. Anche in questo caso, si evince che la principale voce di costo è la manodopera (59%), seguita da concimi e fitofarmaci (18%) e da carburante ed energia elettrica (15%).



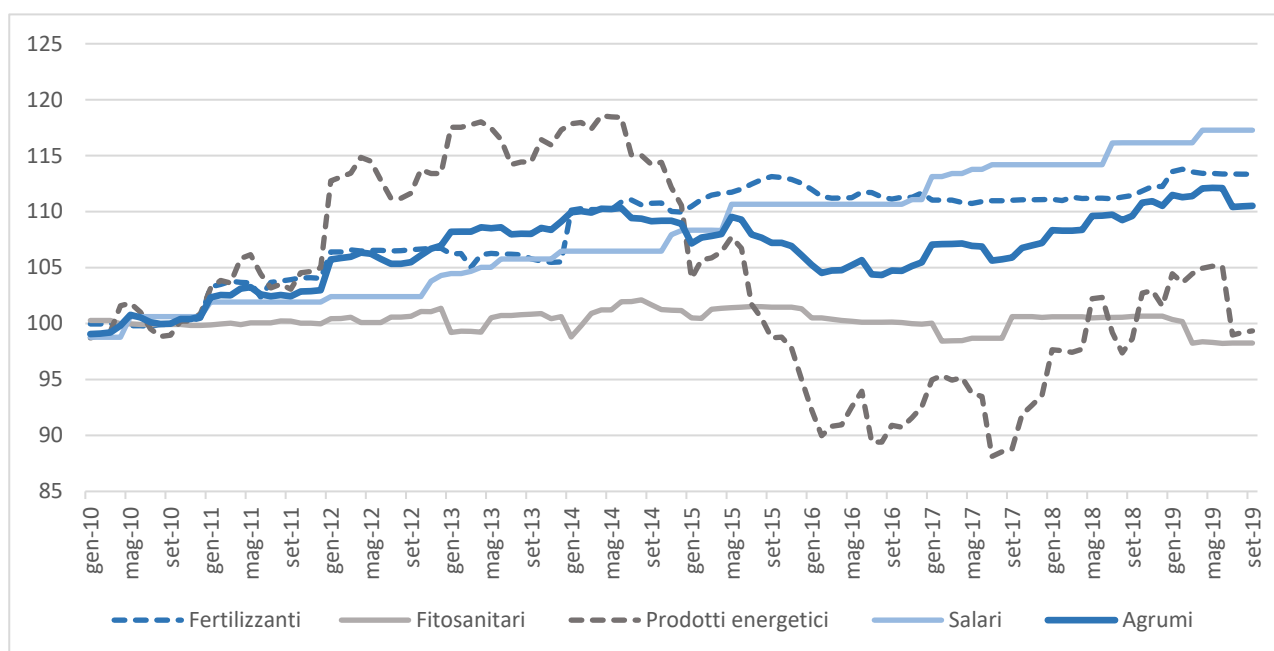
Ripartizione costi di produzione per voce di spesa – Arance varietà Navel (Calabria)



Fonte: Ismea

Analizzando la dinamica dei prezzi dei fattori produttivi impiegati nelle aziende agrumicole, attraverso l'indice Ismea dei mezzi correnti di produzione degli agrumi, si evidenzia un lieve ma costante aumento dei prezzi degli input nel periodo 2010-2019. La tendenza generale è determinata dagli incrementi registrati per concimi, prodotti energetici e antiparassitari che nel periodo in esame si sono sovrapposti o alternati. Il trend crescente è confermato nelle ultime cinque campagne agrumarie – per convenzione la campagna va dal mese di ottobre a settembre dell'anno successivo – con l'indice dei mezzi di produzione complessivamente aumentato del 2,7% circa.

Indice dei mezzi di produzione degli agrumi (2010=100)



Fonte: Ismea



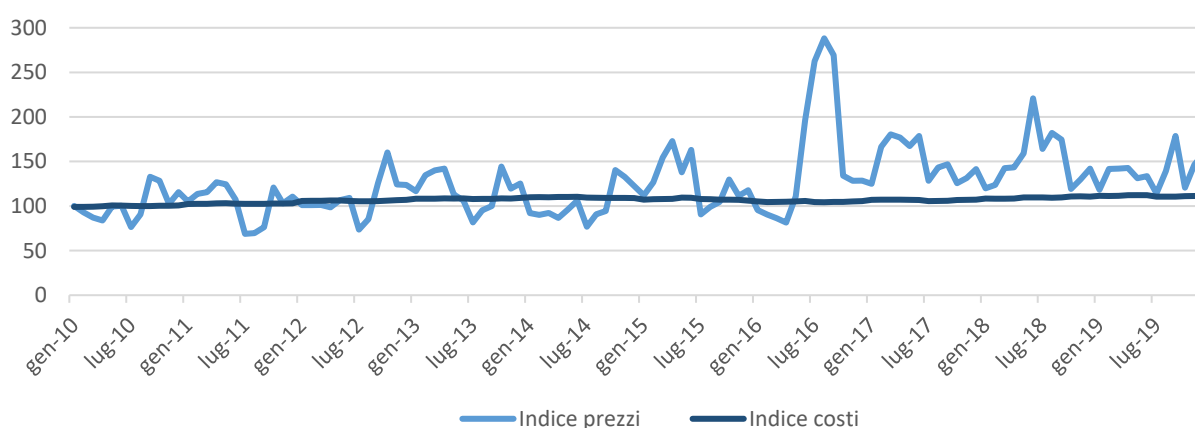
In particolare, se si esamina il periodo 2010-2019, si nota come l'indice degli agrumi sia trascinato verso l'alto dall'andamento dei prezzi dei prodotti energetici e dei fertilizzanti. I prezzi dei prodotti energetici (energia elettrica e carburanti) sono cresciuti fino al mese di giugno del 2014, a partire da quella data hanno iniziato a calare fino al mese di agosto del 2017, determinando la riduzione dell'indice generale. Di contro, nello stesso periodo, l'aumento dei prezzi dei fertilizzanti è stato più lieve anche se continuo determinando a partire dall'agosto del 2016 l'incremento dell'indice generale. Le dinamiche dei prezzi dei prodotti energetici sono strettamente legate alle dinamiche internazionali del costo del petrolio.

Il costo per i salari ha registrato – tra il 2010 ed il 2019 - una crescita lenta ma continua che ha portato - a settembre 2019 - l'indice di questo mezzo di produzione a quota 117,3 determinato il maggior incremento netto tra tutti i mezzi di produzione presi in esame.

Un discorso a parte va fatto per gli antiparassitari i cui prezzi hanno oscillato lievemente chiudendo il periodo osservato su livelli di poco inferiori a quelli del 2010.

La comparazione dell'indice dei prezzi all'origine con l'indice dei costi evidenzia come le oscillazioni delle produzioni e quindi la volatilità dei prezzi all'origine sia superiore a quella dei costi.

Evoluzione dei prezzi all'origine e dei prezzi dei mezzi di produzione degli agrumi (2010=100)



Fonte: Ismea

5.3 Le assicurazioni agevolate

La strategia della gestione del rischio in agricoltura è uno dei principali strumenti di politica economica per la tutela dei redditi dei produttori agricoli colpiti da calamità naturali, condizioni climatiche avverse, fitopatie o infestazioni parassitarie, oltre che per il contrasto delle dinamiche negative di mercato e la volatilità dei prezzi. L'inasprirsi degli eventi atmosferici (come ad esempio il verificarsi di avversità climatiche sempre più intense) e delle dinamiche di mercato (dovute alla sempre più marcata concorrenza straniera o dalle stesse condizioni climatiche avverse) evidenziano la necessità per le aziende agricole di dotarsi di strumenti per la gestione del rischio ai fini di assicurare la sostenibilità economica delle proprie imprese.



Nel 2019 risultavano assicurate produzioni di agrumi per un valore di 30,7 milioni di euro. Si tratta di una cifra molto bassa rispetto al valore complessivo assicurato⁸ per le coltivazioni agricole che ammonta a circa 7.115 milioni di euro, con un'incidenza quindi del valore assicurato per gli agrumi sul totale coltivazioni dello 0,43%. Anche l'incidenza del valore assicurato sulla produzione ai prezzi di base di agrumi è molto bassa ed è stimabile in circa il 3%.

Cinque anni prima, nel 2015, il valore assicurato per gli agrumi ammontava a 21,6 milioni di euro, mentre quello delle coltivazioni agricole era di 5.785 milioni di euro. Quindi tra il 2015 ed il 2019 è stata registrata una crescita dei valori assicurati del 42% per gli agrumi e del 23% per le coltivazioni agricole nel complesso.

È importante evidenziare come nel corso dei focus group con gli operatori della filiera agrumicola (si veda il capitolo 7) il tema delle assicurazioni non sia emerso in maniera spontanea nel corso del dibattito. Si evince quindi che da un lato, una larga fetta degli operatori non abbia contezza delle opportunità offerte dagli strumenti assicurativi e dall'altro che le istituzioni debbano impegnarsi maggiormente per promuovere e agevolare l'adozione di questi strumenti da parte di questi operatori.

5.4 Acquisti al dettaglio di agrumi e succhi

In Italia, nel corso della campagna 2018/19, la disponibilità di agrumi ammontava a circa 3 milioni di tonnellate. Il consumo finale costituiva il 57% delle disponibilità e può essere stimato in 1,7 milioni di tonnellate; è ripartito per il 70% (1,2 milioni di tonnellate) in acquisti al dettaglio (*retail*) e per il restante 30%, ossia 520 mila tonnellate, in consumi fuori casa (*ho.re.ca.*).

Nell'ambito delle vendite *retail*, la Distribuzione Moderna (DM) assume un'importanza sempre crescente. Per le aziende agricole e le OP che riforniscono direttamente la DM appaiono determinanti alcuni elementi in grado di soddisfare le richieste delle insegne in termini di continuità delle forniture, volumi, assortimento, servizi offerti e profondità della gamma. L'ampliamento del calendario di commercializzazione anche ricorrendo al prodotto d'importazione determina quindi un vantaggio competitivo nei confronti dei concorrenti per le OP che adottano questa strategia.

Accanto a queste realtà ormai consolidate, stanno nascendo canali di vendita alternativi come la vendita diretta in azienda, i mercati degli agricoltori o *farmer's market*, i gruppi di acquisto, cioè formule distributive legate a concetti di risparmio, legame tra prodotto e territorio, genuinità e contatto con il produttore, così come stanno emergendo gli acquisti presso le *vending machine* e quelli on line, legati a concetti di comodità, praticità e rapidità. Ma tutti questi nuovi canali costituiscono una fetta di mercato piccolissima e difficilmente quantificabile che pur avendo delle valenze etiche e sociali molto positive non rappresenta, ad oggi, una vera alternativa ai canali distributivi tradizionali e alla DM.

Il consumo pro capite di agrumi (inteso come consumo apparente, derivato dal bilancio di approvvigionamento) tra il 2014 ed il 2019 è rimasto sostanzialmente stabile sui 30 chili con una riduzione nell'ultimo anno; in particolare, nel periodo si è registrata una flessione per le arance. Dal lato dei consumi domestici va comunque sottolineata l'evidenza di progressiva disaffezione dei consumatori verso i prodotti ortofrutticoli freschi in genere nel medio-lungo termine, soprattutto tra i più giovani.

⁸Per valore assicurato si intende il valore economico del bene o della merce che costituisce oggetto della polizza assicurativa. Più specificamente, tale grandezza che viene dichiarata nella polizza assicurativa, potrebbe coincidere con il valore massimo che la compagnia assicurativa risarcirà in caso di avvenimento del sinistro, cioè del danneggiamento del bene, se non si considerano le franchigie.



Il consumo di piccoli agrumi (clementine e mandarini) che invece è stato premiato dal consumatore negli ultimi vent'anni proprio per la praticità di utilizzo, negli ultimi cinque anni ha registrato un'evoluzione negativa a causa della riduzione sia in termini di quantità sia di qualità del prodotto, legata a problematiche climatiche. Nel caso dei mandarini, inoltre, la riduzione dell'offerta è riconducibile anche al ridimensionamento degli ettari dedicati alla coltivazione di questo prodotto.

Una nota positiva è quella relativa al consumo di limoni che sta crescendo anche grazie all'aumento delle importazioni in particolare nei mesi in cui vi è minore disponibilità di offerta nazionale.

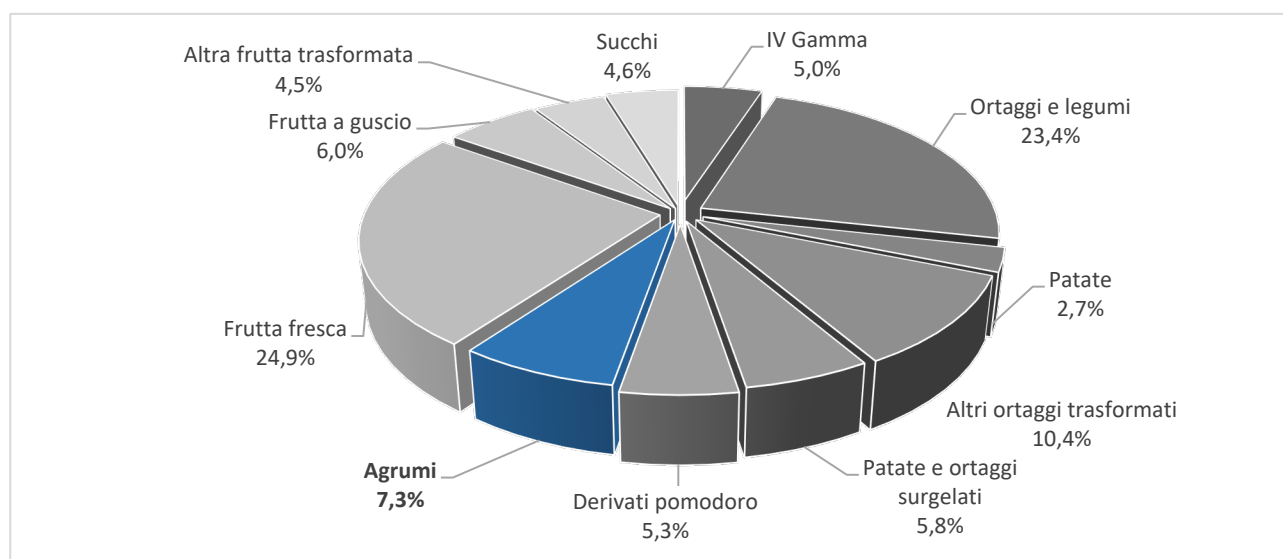
Consumo umano apparente (kg/procapite)

Campagna	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	Quota 2018/19	tvma 2014-2019
Arance	16,7	16,4	16,4	15,2	15,8	55%	-1,3%
Clementine	5,9	7,4	6,7	7,4	5,2	18%	-0,5%
Limoni	4,9	4,6	5,4	5,3	5,4	19%	2,8%
Mandarini	1,7	1,7	1,6	1,7	1,6	6%	-1,4%
Altri agrumi	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	2,4%	1,2%
Agrumi totale	29,8	30,8	30,7	30,4	28,7	100%	-0,9%

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat

Secondo i dati del panel di famiglie monitorato da Ismea-Nielsen, in Italia, gli acquisti di agrumi incidono per circa il 2% sulla spesa complessiva di prodotti agroalimentari per consumi domestici. Con riferimento più in generale alla spesa per ortofrutta fresca e trasformata nel 2019 si è registrata una situazione stabile rispetto all'anno precedente, mentre il prezzo medio del paniere degli ortofrutticoli è cresciuto del 2,1%. In particolare, la spesa per ortofrutta fresca, inclusi gli agrumi, è scesa dello 0,3% rispetto al 2018, nonostante l'aumento del prezzo medio (+2,3%). La spesa per prodotti ortofrutticoli trasformati è cresciuta dello 0,7% rispetto al 2018, soprattutto a causa dell'aumento del prezzo medio del paniere (+1,6%).

Acquisti domestici in valore di prodotti ortofrutticoli freschi e trasformati (quote in %- anno 2019)



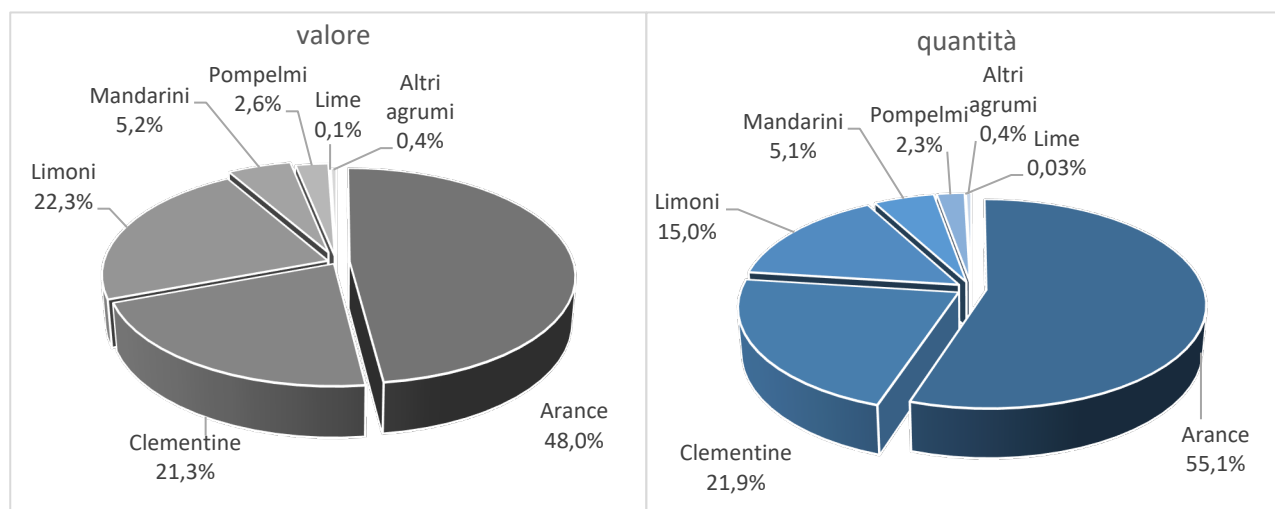
Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen



Nel 2019, la spesa per gli acquisti al dettaglio di **agrumi** costituiva il 7,3% di quella dei prodotti ortofrutticoli freschi e trasformati.

Esaminando gli acquisti di agrumi relativi all'ultima campagna – da ottobre 2018 a settembre 2019 – si vede come le arance siano il prodotto più acquistato rappresentando il 55% dei volumi complessivi ed il 48% della spesa per agrumi. Seguono limoni, clementine, mandarini e pompelmi.

Acquisti domestici nella campagna 2018/19, da ottobre a settembre (*quota %*)



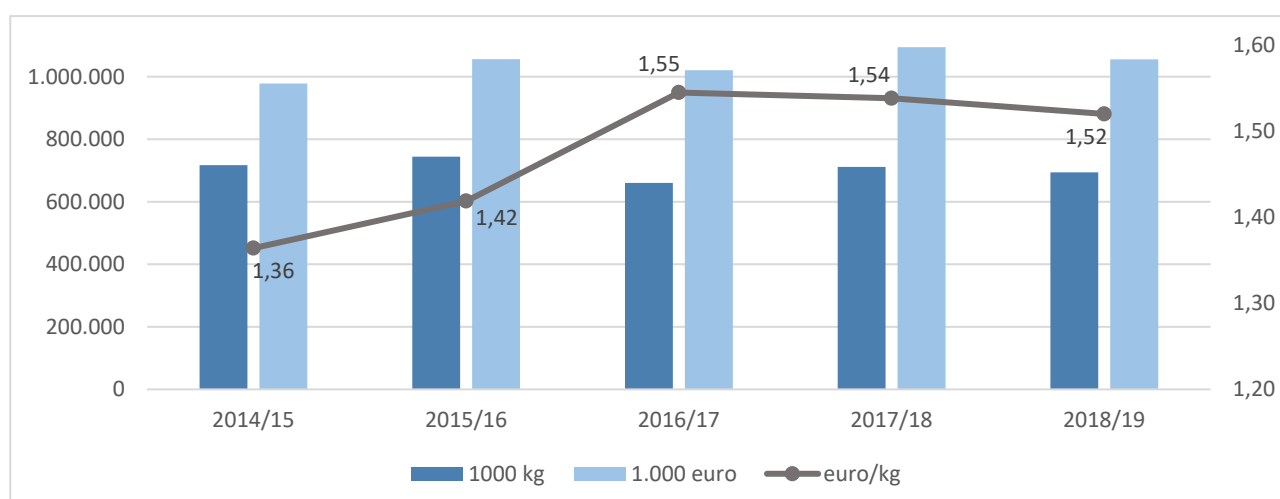
Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

In accordo ai dati Ismea-Nielsen, nelle ultime cinque campagne agrumicole, l'andamento delle vendite al dettaglio è stato molto variabile, registrando, tra una campagna e la successiva, variazioni di segno opposto. Nel complesso la variazione delle vendite in volume di agrumi è stata negativa anche se di modesta entità (-0,5%). Nel periodo osservato le variazioni più consistenti hanno riguardato i prezzi medi di acquisto che sono cresciuti da 1,36 €/kg (campagna 2014/15) a 1,52 €/kg (campagna 2018/19), aumentando dell'11% in cinque anni. La spesa ha registrato variazioni molto simili a quelle viste per i prezzi medi e nel complesso si è verificata una crescita media del 2,1% all'anno.

Per quanto riguarda l'ultima campagna (2018/2019), nel complesso le vendite al dettaglio di agrumi hanno registrato un andamento negativo rispetto al periodo precedente. Tale calo è imputabile essenzialmente alla riduzione dell'offerta nazionale a causa della contrazione produttiva. Le quantità vendute sono ammontate a circa 694mila tonnellate, con una riduzione degli acquisti del 2,5%. Il prezzo medio al dettaglio del paniere degli agrumi si è attestato a 1,52 €/kg, livello di poco inferiore a quello della campagna precedente (-0,4%). In conseguenza di ciò la spesa si è contratta rispetto all'anno precedente (-2,9%) fermandosi a 1.055 milioni di euro.



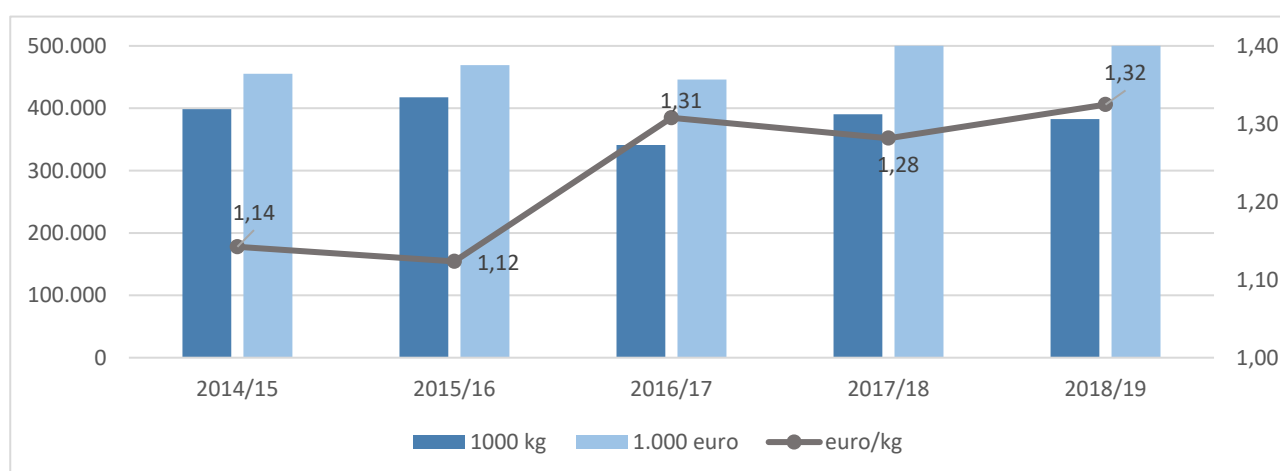
AGRUMI - Acquisti domestici per campagna in quantità e in valore (da ottobre a settembre)



Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Nella campagna 2018/19, gli acquisti *retail* di arance sono ammontati a circa 380mila tonnellate e sono diminuiti dell'1,9% rispetto allo stesso periodo dell'precedente. La spesa ha superato i 506 milioni di euro ed è cresciuta dell'1,5% rispetto alla campagna precedente a causa dell'aumento del prezzo medio al dettaglio (+3,5%). Il dato degli acquisti di arance 2018/19 è in linea con quello medio delle ultime tre campagne mentre la spesa è cresciuta del 7,4%, sostanzialmente a causa dell'aumento del prezzo medio al dettaglio (+7%).

ARANCE - Acquisti domestici per campagna in quantità e in valore (da ottobre a settembre)

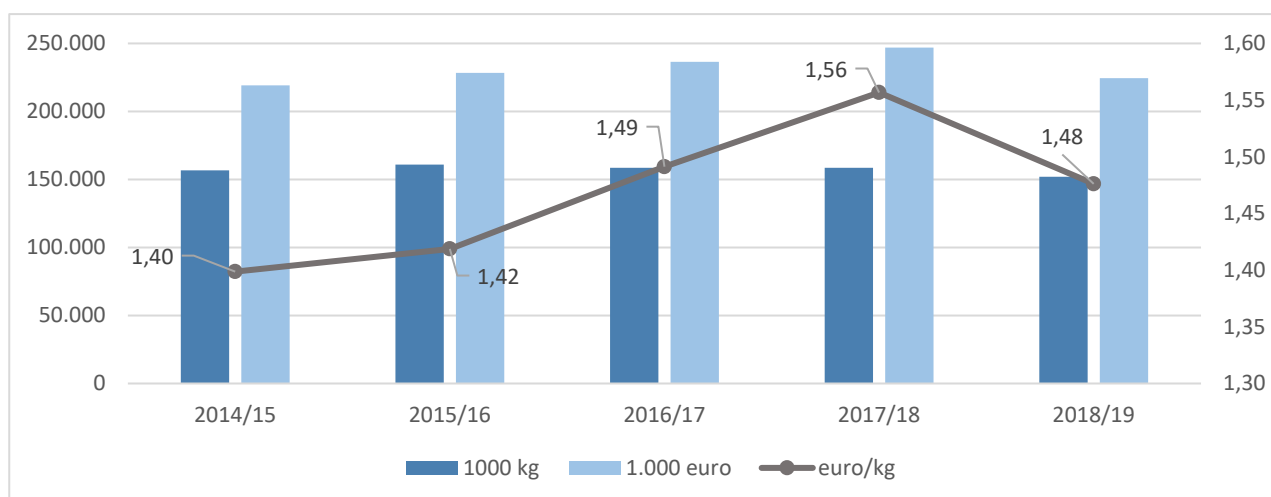


Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Nella campagna 2018/19 gli acquisti di clementine sono ammontati a 152mila tonnellate, il dato più basso degli ultimi 5 anni, con una flessione del 4,7% rispetto alla campagna precedente. La brusca diminuzione degli acquisti non è dipesa dal prezzo ma bensì dall'offerta limitata e dal livello non soddisfacente del prodotto. Il prezzo medio è sceso da 1,56 €/kg a 1,48 €/kg, con una flessione del 5,4%. In conseguenza di tutto ciò la spesa delle famiglie è scesa a 224 milioni di euro, registrando un calo del 9,8%, rispetto alla campagna precedente. La scarsa fortuna dell'ultima campagna delle clementine è confermata dal confronto con i dati di acquisto medi delle ultime tre campagne, gli acquisti sono calati del 4,6%, la spesa è diminuita 5,4% e anche il prezzo medio al dettaglio è sceso (-0,9%).



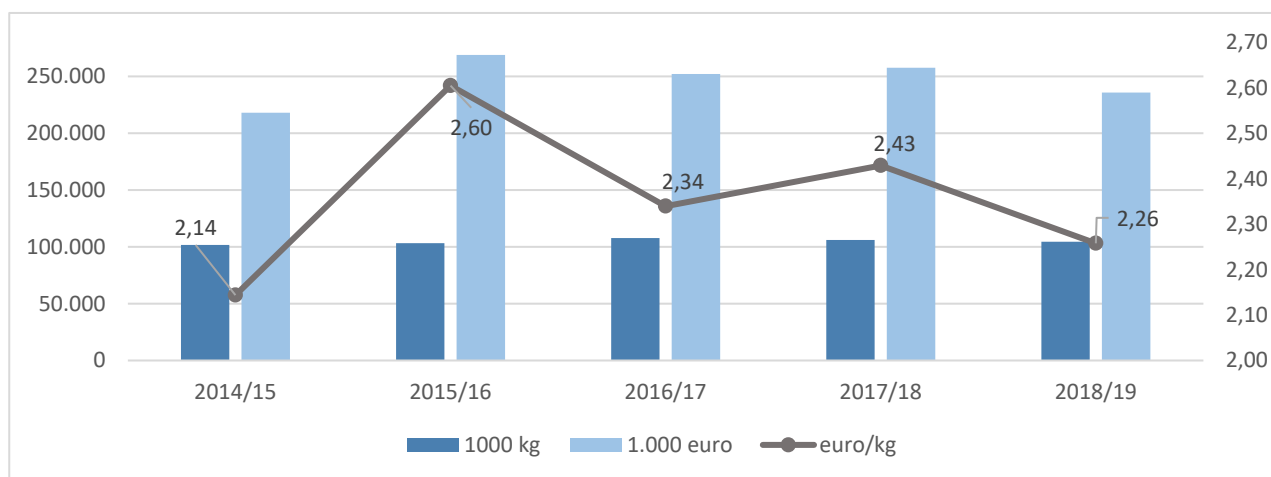
CLEMENTINE - Acquisti domestici per campagna in quantità e in valore (da ottobre a settembre)



Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Nella campagna 2018/19 gli acquisti di limoni sono ammontati a 104mila tonnellate, con una riduzione del 2,9% rispetto alla campagna precedente. Il prezzo medio di vendita è stato pari a 2,26 €/kg con una flessione del 2,4% e di conseguenza la spesa delle famiglie è scesa a 236 milioni di euro (-5,2%). Il confronto dei dati di vendita della campagna 2018/19 con quelli medi del triennio 2015-18 evidenziano il forte calo del prezzo medio (-8,1%). Se a ciò si aggiunge la contrazione registrata dagli acquisti in volume (-1,2%) ne consegue una riduzione della spesa del 9,1%.

LIMONI - Acquisti domestici per campagna in quantità e in valore (da ottobre a settembre)



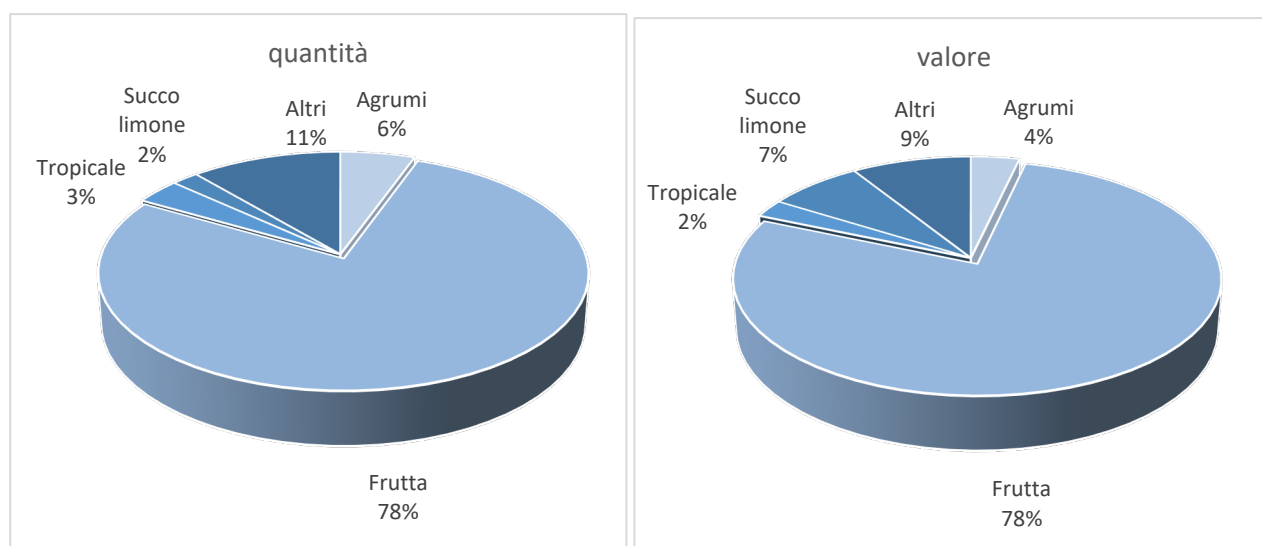
Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Passando ai prodotti trasformati, gli acquisti di succhi di agrumi e succo di limone secondo i dati Ismea-Nielsen costituiscono circa l'8% degli acquisti della categoria "succhi e nettari" e l'11% della relativa spesa.

Succhi e nettari di altra frutta (albicocca, pera, pesca, mela, eccetera) infatti rappresentano circa l'80% della categoria "succhi e nettari", mentre i succhi di agrumi costituiscono il 6% delle vendite in volume e il 4% della spesa complessiva e il succo di limone rappresenta solo il 2% degli acquisti di succhi e nettari e il 7% della spesa.



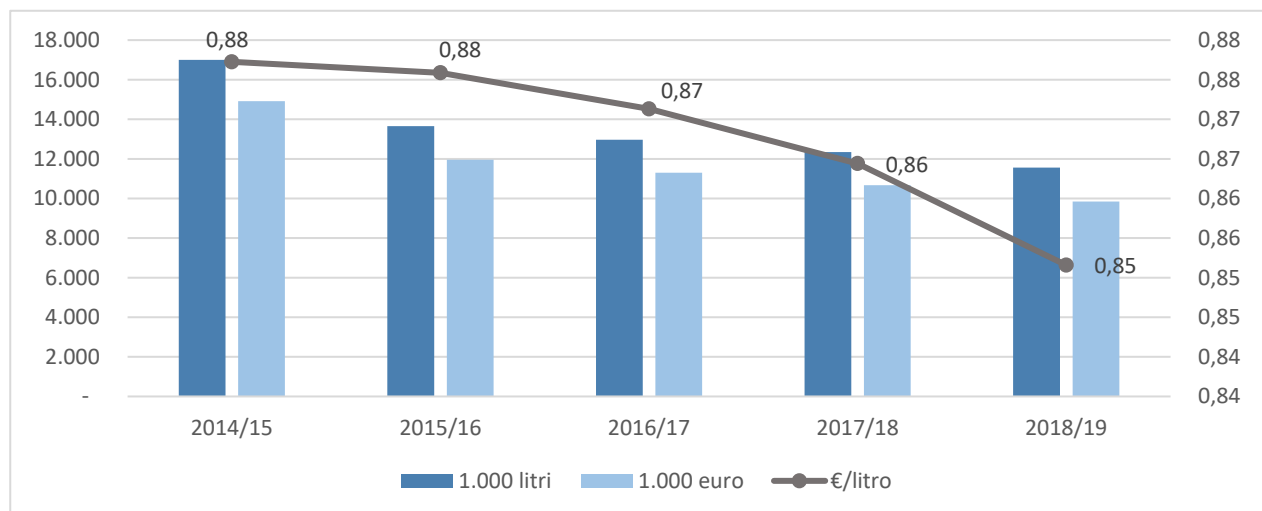
SUCCHI E NETTARI – Composizione degli acquisti nella campagna 2018/19 (quota %)



Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

I succhi di agrumi comprendono essenzialmente il succo di arancia, il succo ACE (arancia, carota e limone) e i succhi di altri agrumi, come pompelmo, mandarino, eccetera. L'andamento delle vendite al dettaglio degli ultimi cinque anni evidenzia il drastico calo dei consumi domestici di questi prodotti.

SUCCHI DI AGRUMI - acquisti domestici per campagna in quantità e in valore (da ottobre a settembre)

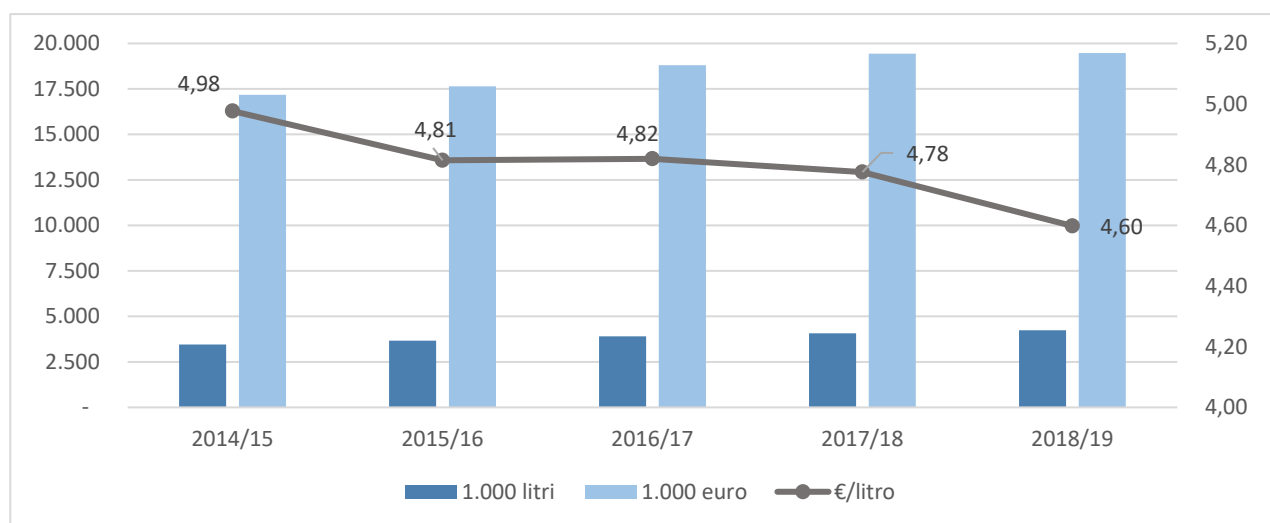


Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Nella campagna 2018/19, gli acquisti retail di succhi di agrumi sono ammontati a circa 11,6 milioni di litri e sono diminuiti del 6% rispetto alla campagna precedente. Nello stesso periodo, la spesa delle famiglie è stata di 9,8 milioni di euro ed è calata dell'8% rispetto alla campagna precedente anche a causa della flessione del prezzo medio al dettaglio (+1,5%). Il dato degli acquisti di succhi di agrumi 2018/19 è in netto calo rispetto a quello medio delle ultime tre campagne (-11%), la concomitante flessione del prezzo medio al dettaglio (-2,2%) ha determinato una riduzione della spesa del 13%.



SUCCO DI LIMONE - Acquisti domestici per campagna in quantità e in valore (da ottobre a settembre)



Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Un discorso a parte va fatto per il succo di limone i cui acquisti retail nel corso della campagna 2018/19 sono ammontati a circa 4,2 milioni di litri e sono cresciuti del 4% rispetto alla campagna precedente. Nello stesso periodo, la spesa delle famiglie è stata di circa 20 milioni di euro ed è invariata rispetto alla campagna precedente. Il prezzo medio del succo di limone, invece, è diminuito del 4%. Il consumo di succo di limone è in fase di espansione tra le famiglie italiane. Il dato degli acquisti di succhi di agrumi 2018/19 mostra rispetto a quello medio delle ultime tre campagne un incremento del 9%, mentre la spesa è cresciuta del 5% in ragione della flessione del prezzo medio al dettaglio del 4%.



6 Gli scambi con l'estero dell'Italia

La domanda mondiale di agrumi è cresciuta costantemente negli ultimi cinque anni: le importazioni globali sono passate da 10,5 miliardi di euro del 2014 a quasi 14 miliardi del 2018.

Nello scenario competitivo globale degli agrumi, l'Italia riveste un ruolo di secondo piano, occupando l'undicesimo posto nella graduatoria dei principali importatori e la tredicesima posizione tra gli esportatori.

Tra gli importatori mondiali di agrumi le prime quattro postazioni sono occupate da USA, Germania, Francia e Russia, ossia paesi con produzione nulla o scarsa e grandi consumi. Al quinto posto si posizionano i Paesi Bassi che importano agrumi sia per soddisfare il consumo interno sia per riesportarli nei paesi dell'Ue.

Top 15 importatori mondiali di agrumi (1.000 euro)

Rank	Paesi	2015	2016	2017	2018	2019	Var.% 2019/18
	Mondo	12.084.405	12.975.516	13.215.505	13.595.395	-	-
1	USA	887.775	958.192	1.082.703	1.241.773	1.242.362	0,05%
2	Germania	1.004.713	1.078.972	1.076.441	1.110.032	1.027.505	-7,4%
3	Francia	980.941	1.092.759	1.086.662	1.051.373	997.346	-5,1%
4	Russia	1.073.058	1.048.830	1.052.681	1.042.763	1.144.300	9,7%
5	Paesi Bassi	799.274	921.270	906.102	936.839	1.057.358	12,9%
6	Regno Unito	712.008	744.649	728.905	710.160	686.078	-3,4%
7	Cina	240.859	320.629	488.779	536.631	530.809	-1,1%
8	Canada	485.338	493.208	513.274	518.718	505.971	-2,5%
9	Hong Kong	298.864	337.816	405.616	426.987	431.126	1,0%
10	Polonia	321.004	329.763	345.525	393.171	400.261	1,8%
11	Italia	375.790	346.620	407.037	372.321	348.518	-6,4%
12	Arabia Saudita	281.050	316.097	291.063	307.888	-	-100,0%
13	Giappone	303.323	333.001	321.069	307.491	305.403	-0,7%
14	Corea	224.131	260.111	260.765	277.403	244.984	-11,7%
15	Spagna	180.157	270.152	217.841	276.264	192.268	-30,4%

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati ITC

In base alle principali caratteristiche produttive e commerciali è possibile distinguere i player mondiali in quattro gruppi: *export oriented*, *balanced*, *consume and juice oriented* e *trader*.

Export oriented – Di questo gruppo fanno parte Spagna, Repubblica Sudafricana, Turchia, Egitto, Marocco, Cile, Australia, Grecia, Israele ed Uruguay. Questi paesi presentano un'elevata propensione all'export, in quanto spediscono all'estero una quota rilevante della produzione nazionale, generalmente compresa tra il 30 ed il 60%. In tali aree, le multinazionali e i grandi *trader* svolgono un ruolo rilevante non solo sulla fase commerciale, ma anche sulla fase agricola, controllando direttamente o indirettamente la produzione.

Balanced – In questo gruppo ci sono paesi come Messico, Argentina e **Italia** che hanno una buona propensione all'export, ma che si distinguono dal gruppo precedente per un rapporto più equilibrato tra produzione e consumi interni.



Consume & Juice oriented – Questo gruppo è costituito da Cina, Usa e Brasile. Si tratta di paesi che hanno una bassa propensione all'export, in quanto destinano quasi tutta la produzione al consumo interno e all'industria di estrazione del succo.

Trader – Comprende Paesi Bassi, Belgio e Germania. Si tratta di paesi che sono caratterizzati da un potenziale produttivo scarso o addirittura nullo, ma fanno leva sulle loro spiccate capacità commerciali e relazionali e rendono i loro porti e i centri logistici un crocevia obbligatorio degli scambi internazionali.

Top 15 esportatori mondiali di agrumi (1.000 euro)

Rank	Paesi	2015	2016	2017	2018	2019	Var. % 2019/18
	Mondo	11.346.914	12.143.553	12.266.835	12.509.088	-	-
1	Spagna	3.244.345	3.144.028	3.176.102	3.093.276	3.203.314	3,56%
2	Sudafrica	985.844	1.053.576	1.239.107	1.258.363	1.207.769	-4,0%
3	Cina	1.133.489	1.178.103	947.076	1.067.904	1.134.939	6,3%
4	USA	894.089	939.415	900.966	837.877	802.138	-4,3%
5	Turkey	747.611	807.257	754.966	753.588	670.991	-11,0%
6	Paesi Bassi	563.901	719.098	703.363	747.035	848.999	13,6%
7	Egitto	473.954	516.980	561.277	651.878	-	-
8	Messico	347.860	438.486	493.631	505.365	-	-
9	Marocco	351.895	327.016	340.301	377.986	-	-
10	Cile	223.879	267.352	310.871	319.771	284.530	-11,0%
11	Australia	192.683	230.298	313.490	287.101	336.243	17,1%
12	Argentina	230.509	362.630	282.549	265.317	-	-
13	Italia	195.502	250.348	226.829	238.943	227.311	-4,9%
14	Hong Kong	93.977	134.007	199.841	206.802	192.556	-6,9%
15	Grecia	156.012	243.845	162.310	196.693	182.918	-7,0%

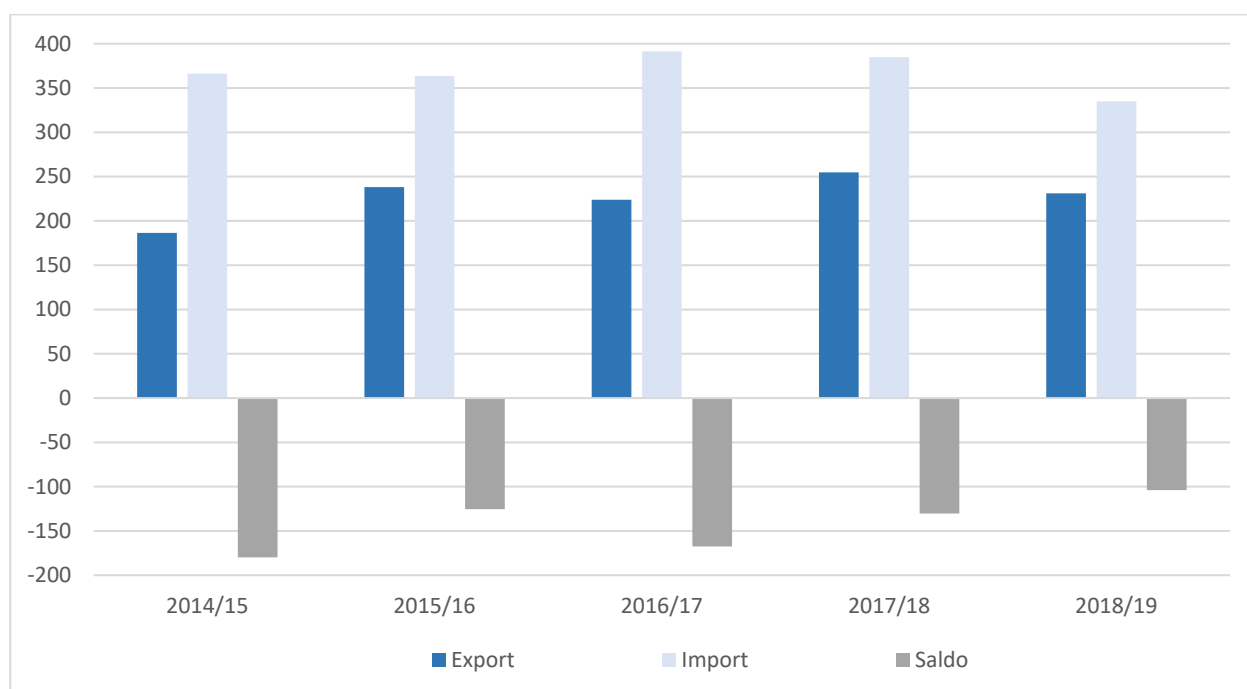
Fonte: elaborazioni ISMEA su dati ITC

Focalizzando l'attenzione sull'Italia si osserva innanzitutto che il saldo della bilancia commerciale degli agrumi è strutturalmente negativo. Nelle ultime cinque campagne il passivo è oscillato tra i 104 milioni di euro dell'ultima campagna e i 180 milioni di euro della campagna 2014/15. Nel periodo in esame, le esportazioni hanno oscillato tra 185 (campagna 2014/15) e 255 milioni di euro (campagna 2017/18), mentre le importazioni sono comprese tra un minimo di 335 milioni di euro della campagna 2018/19 e il massimo di 390 milioni di euro di quella 2016/17.

In termini di quantità, negli ultimi anni, le importazioni di agrumi hanno riguardato oltre 400mila tonnellate per campagna. Le arance sono il prodotto maggiormente importato. La variabilità dei quantitativi importati dipende essenzialmente dal livello dell'offerta nazionale; infatti, le importazioni, oltre a soddisfare la domanda di prodotto fuori stagione – coprono anche il vuoto d'offerta che si verifica in annate caratterizzate da una scarsa produzione nazionale. I limoni sono il secondo prodotto più importato. Le importazioni di limoni sono più massive nel periodo estivo allorquando l'offerta di prodotto italiano è scarsa mentre la domanda si esprime su livelli massimi. Negli ultimi anni sono aumentate le importazioni di mandarini e lime, mentre si sono contratte quelle di clementine. Stabili le importazioni di pompelmi che - campagna dopo campagna - oscillano intorno a 30mila tonnellate.



Commercio estero dell'Italia per campagna agrumaria (milioni euro)



Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat

Importazioni di agrumi dell'Italia, per specie e per campagna da ottobre a settembre (tonnellate)

Campagna	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	Var.% 2019/18	Quota 2018/19
Agrumi totale	471.292	371.749	470.294	425.996	428.601	0,6%	100%
Arance	218.370	146.105	225.536	173.289	186.528	7,6%	44%
Limoni	117.685	103.405	120.804	119.095	124.699	4,7%	29%
Lime	6.540	7.626	8.002	8.823	9.688	9,8%	2%
Mandarini	8.102	7.542	8.595	15.382	15.950	3,7%	4%
Clementine	90.178	75.883	74.751	75.389	60.962	-19,1%	14%
Pompelmi	29.991	30.106	30.086	32.415	28.569	-11,9%	7%
Altri agrumi (cedro, bergamotto, ecc.)	426	1.083	2.521	1.602	2.206	37,6%	0,5%

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat

Nelle ultime cinque campagne agrumicole la spesa per l'importazione di agrumi è oscillata tra 360 e 390 milioni di euro. Il dato relativo all'ultima campagna indica un esborso di 335 milioni di euro con una flessione del 13% rispetto alla campagna precedente.

A differenza di quanto rilevato per le importazioni in quantità, in termini di spesa, le importazioni di limoni sono superiori a quelle delle arance. Nella campagna 2015/16 l'esborso per le importazioni di limoni ha superato i 150 milioni di euro. Nella campagna successiva, invece, la spesa per l'approvvigionamento di arance ha raggiunto la quota record di 148 milioni di euro.



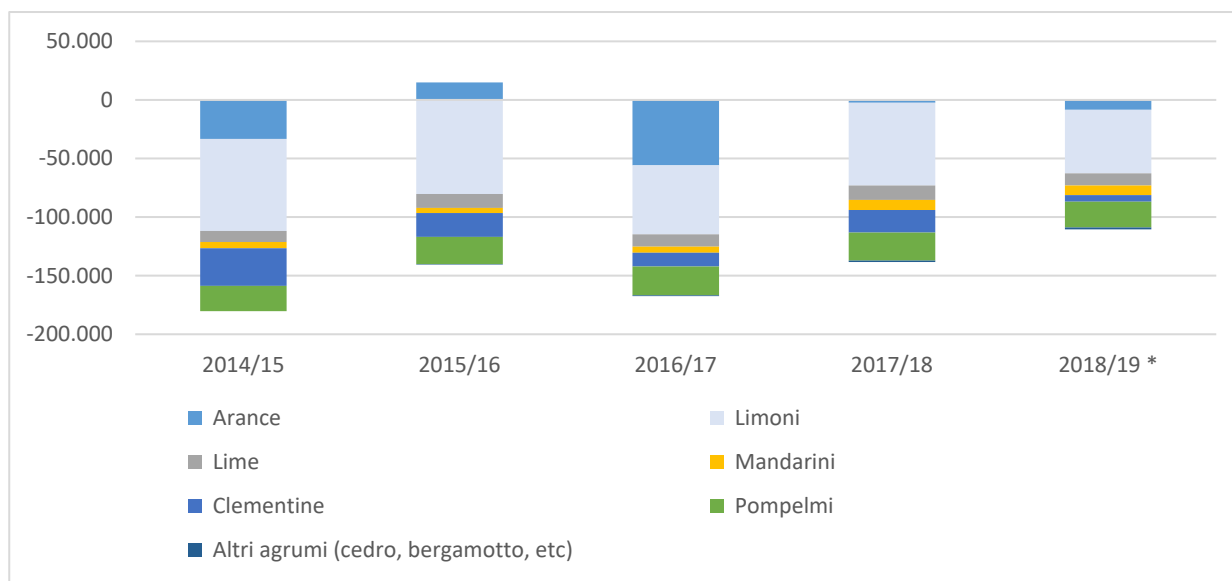
Importazioni di agrumi dell'Italia, per specie e per campagna da ottobre a settembre (migliaia di euro)

Campagna	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019 vs 2018	Quota 2018/19
Agrumi totale	366.258	363.557	391.353	384.955	335.048	-13%	100%
Arance	123.087	93.215	148.185	113.634	110.506	-3%	33%
Limoni	123.235	151.894	122.837	139.914	117.808	-16%	35%
Lime	10.186	12.780	11.617	13.303	11.950	-10%	4%
Mandarini	8.477	8.479	9.258	16.447	15.572	-5%	5%
Clementine	76.759	70.215	69.158	73.408	51.961	-29%	16%
Pompelmi	24.113	25.550	27.447	26.320	24.896	-5%	7%
Altri agrumi (cedro, bergamotto, ecc.)	402	1.424	2.851	1.930	2.355	22%	0,7%

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat

In conclusione, negli ultimi cinque anni il contributo più rilevante e stabile al deficit commerciale dell'Italia per gli agrumi è derivato dai limoni, mentre il saldo per le arance ha oscillato notevolmente da un anno all'altro in relazione alla dinamica della produzione (il deficit più ampio si è avuto nella campagna 2016/2017, mentre si è praticamente azzerato nelle ultime due campagne); variabile è risultato anche il disavanzo per le clementine.

Contributo delle singole specie al saldo commerciale dell'Italia degli agrumi, per campagna da ottobre a settembre (migliaia di euro)



Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat

Per quanto riguarda i fornitori dell'Italia, il 63% delle importazioni proviene dai partner dell'Ue e il restante 37% dai Paesi extra-Ue. La sola Spagna è responsabile dell'approvvigionamento di oltre la metà delle importazioni italiane di agrumi. Il secondo partner europeo dell'Italia sono i Paesi Bassi che pur non producendo agrumi, spediscono in Italia il prodotto che importano prevalentemente dai paesi dell'emisfero australe, primo tra tutti il Sudafrica. Al secondo posto dei fornitori dell'Italia troviamo il Sudafrica che grazie agli accordi commerciali con l'Ue sta incrementando le spedizioni dei suoi agrumi in Europa e in Italia. Nel 2019, il Sudafrica ha garantito il 14% delle importazioni italiane di agrumi. Al terzo posto c'è l'Argentina che invia in Italia soprattutto i limoni e detiene una quota dell'8% delle importazioni italiane di agrumi.



Importazioni di agrumi dell'Italia per Paese e per anno (migliaia di euro)

Rank	Paesi	2015	2016	2017	2018	2019	2019 vs 2018	Quota 2019
	Mondo	375.790	346.620	407.037	372.321	348.518	-6,4%	100%
1	Spagna	219.697	149.790	216.533	181.391	196.342	8,2%	56%
2	Sudafrica	42.368	44.494	48.917	57.775	48.639	-15,8%	14%
3	Argentina	35.298	54.986	36.511	45.098	26.441	-41,4%	8%
4	Paesi Bassi	15.126	25.569	22.504	22.099	22.780	3,1%	7%
5	Germania	14.287	18.053	17.954	9.567	14.367	50,2%	4,1%
6	Francia	10.736	10.017	15.745	10.361	6.975	-32,7%	2,0%
7	Uruguay	4.706	5.142	4.240	4.417	5.325	20,6%	1,5%
8	Israele	5.905	4.860	8.421	5.888	4.948	-16,0%	1,4%
9	Cipro	3.050	3.295	4.457	4.436	3.988	-10,1%	1,1%
10	Egitto	4.763	4.232	10.227	7.701	3.555	-53,8%	1,0%
11	Turchia	8.538	7.575	5.833	8.776	2.248	-74,4%	0,6%
12	Brasile	92	837	922	874	1.700	94,5%	0,5%
13	Grecia	1.663	3.551	4.376	4.950	1.687	-65,9%	0,5%
14	Bulgaria	6	-	51	213	1.548	627%	0,4%
15	Cina	1.005	1.532	1.873	1.677	1.306	-22,1%	0,4%

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati ITC

Tra gli agrumi, le arance sono il prodotto maggiormente esportato. Le quantità esportate variano soprattutto in funzione del livello della produzione nazionale e di quella degli altri produttori del Bacino del Mediterraneo. Le oscillazioni delle esportazioni di arance sono molto ampie; ad esempio, nelle ultime cinque campagne sono andate da un minimo di 100mila tonnellate del 2018/19 e un massimo di 150mila tonnellate nella campagna 2015/16. Tra gli altri prodotti, clementine e limoni si distinguono per i quantitativi esportati.

Nelle ultime campagne, gli introiti generati dalle spedizioni di agrumi dell'Italia ammontano a circa 230milioni di euro. Nella campagna 2018/19 si è registrata una flessione del 9% rispetto al periodo precedente. Arance e limoni sono i prodotti che producono i maggiori ricavi, rispettivamente il 44 ed il 30% del totale. I paesi dell'Unione europea costituiscono i principali sbocchi delle esportazioni italiane di agrumi e rappresentano l'84% del totale. Germania, Francia e Austria concentrano il 50% delle esportazioni in valore dell'Italia. Ai paesi extra-Ue va il 16% delle esportazioni in valore e tra questi paesi la sola Svizzera assorbe il 13%.

Esportazioni di agrumi dell'Italia, per campagna da ottobre a settembre (tonnellate)

Campagna	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	Var.% 2019/18	Quota 2018/19
Agrumi totale	252.066	283.537	259.040	279.003	245.028	-12,2%	100%
Arance	121.262	150.046	107.586	141.210	105.696	-25,2%	43%
Limoni	38.929	45.367	48.469	45.070	49.269	9,3%	20%
Lime	369	376	504	558	866	55,3%	0,4%
Mandarini	3.650	4.781	4.344	8.481	8.078	-4,7%	3%
Clementine	84.684	80.049	92.964	80.369	77.512	-3,6%	32%
Pompelmi	2.762	2.592	2.933	2.715	3.341	23,0%	1,4%
Altri agrumi (cedro, bergamotto, ecc.)	410	326	2.239	600	266	-55,6%	0,1%

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat



Esportazioni di agrumi dell'Italia, per campagna da ottobre a settembre (migliaia di euro)

Campagna	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	Var.% 2019/18	Quota 2018/19
Agrumi totale	186.421	238.069	223.899	254.736	231.186	-9,2%	100%
Arance	89.747	108.188	92.389	117.019	101.253	-13,5%	44%
Limoni	44.764	71.655	63.988	69.337	68.707	-0,9%	30%
Lime	761	896	1.002	1.105	1.304	18,0%	0,6%
Mandarini	3.146	4.056	4.157	8.026	7.265	-9,5%	3%
Clementine	44.573	49.893	57.358	55.452	48.600	-12,4%	21%
Pompelmi	2.651	2.339	2.866	2.512	3.369	34,1%	1,5%
Altri agrumi (cedro, bergamotto, ecc.)	779	1.042	2.139	1.285	688	-46,4%	0,3%

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat

Esportazioni di agrumi dell'Italia per Paese e per anno (migliaia di euro)

Rank	Paesi	2015	2016	2017	2018	2019	2019 vs 2018	Quota 2019
	Mondo	195.502	250.348	226.829	238.943	227.311	-4,9%	100%
1	Germania	43.828	64.436	54.581	61.252	55.768	-9,0%	25%
2	Svizzera	25.415	28.263	27.806	31.383	32.346	3,1%	14%
3	Francia	17.732	29.611	27.611	31.861	30.644	-3,8%	13%
4	Austria	22.810	29.669	22.676	25.871	26.402	2,1%	12%
5	Polonia	8.794	13.823	14.479	9.805	8.263	-15,7%	3,6%
6	Repubblica Ceca	2.734	4.658	5.876	8.793	6.624	-24,7%	2,9%
7	Belgio	4.867	5.508	4.975	6.590	6.555	-0,5%	2,9%
8	Slovenia	10.007	10.372	10.263	7.441	6.469	-13,1%	2,8%
9	Slovacchia	3.838	5.197	4.707	5.975	5.124	-14,2%	2,3%
10	Regno Unito	5.863	7.725	5.311	4.343	5.007	15,3%	2,2%
11	Spagna	2.134	2.107	3.836	4.248	4.869	14,6%	2,1%
12	Svezia	4.332	5.261	3.401	5.387	4.859	-9,8%	2,1%
13	Ungheria	4.965	7.128	6.249	5.233	4.423	-15,5%	1,9%
14	Danimarca	4.610	6.421	4.345	4.871	4.414	-9,4%	1,9%
15	Croazia	5.358	6.007	5.690	4.711	4.146	-12,0%	1,8%

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati ITC

Una fetta consistente della produzione di succhi di agrumi concentrati è destinata al mercato estero, rappresentato prevalentemente dall'Ue, ma anche da paesi extra-Ue come Usa e Giappone. Le principali destinazioni dei succhi trasformati sono, per il succo d'arancia, Belgio, Inghilterra e Germania; per il succo di limone, Inghilterra, Svizzera ed Argentina; per il succo di clementine, Germania e Danimarca; per succo di mandarino, Austria ed Inghilterra.

Nel 2019, le esportazioni di succhi di agrumi sono ammontate a 204 milioni di euro e il saldo della bilancia commerciale ha generato un attivo di circa 130 milioni di euro. Sul fronte passivo della bilancia, da sottolineare il fatto che l'industria nazionale dei succhi di frutta ed agrumi alimenta le proprie linee di lavorazione anche ricorrendo all'importazione di semilavorati dall'estero, come i succhi concentrati di arancia e di pompelmo.



Esportazioni di succhi di agrumi dell'Italia per Paese e per anno (migliaia di euro)

Rank	Paesi	2015	2016	2017	2018	2019	var. % 2019/18	Quota 2019
	Mondo	168.299	182.734	182.120	210.906	203.974	-3,3%	100%
	Ue	105.743	129.315	123.857	150.086	143.394	-4,5%	70%
	Extra Ue	62.556	53.419	58.264	60.819	60.581	-0,4%	30%
1	Francia	32.387	36.341	37.923	42.299	40.854	-3,4%	20%
2	Germania	23.101	29.953	26.602	35.822	40.324	12,6%	20%
3	Giappone	21.932	18.726	16.820	20.359	20.811	2,2%	10%
4	Paesi bassi	14.723	21.676	16.767	19.083	15.056	-21,1%	7%
5	USA	17.836	10.683	13.938	16.131	14.573	-9,7%	7%
6	Austria	8.531	8.443	9.519	14.595	13.729	-5,9%	7%
7	Regno Unito	7.625	9.025	9.769	10.709	10.367	-3,2%	5%
8	Svizzera	6.120	7.441	6.606	7.139	7.086	-0,7%	3%
9	Cina	4.026	3.633	5.184	4.588	6.606	44,0%	3%
10	Belgio	6.196	7.609	5.722	6.912	3.812	-44,9%	2%

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat

Importazioni di succhi di agrumi dell'Italia per Paese e per anno (migliaia di euro)

Rank	Paesi	2015	2016	2017	2018	2019	var. % 2019/18	Quota 2019
	Mondo	57.141	63.132	68.408	72.259	69.687	-3,6%	100%
	Ue	44.556	44.521	49.785	50.052	48.281	-3,5%	69%
	Extra Ue	12.585	18.611	18.623	22.207	21.406	-3,6%	31%
1	Paesi Bassi	18.924	17.077	19.971	21.193	17.022	-19,7%	24%
2	Germania	6.995	7.669	8.791	8.405	10.878	29,4%	16%
3	Spagna	3.603	5.454	4.917	5.356	7.922	47,9%	11%
4	Belgio	9.569	7.731	8.269	7.832	5.140	-34,4%	7%
5	Argentina	2.374	6.447	5.950	8.356	4.802	-42,5%	7%
6	Israele	3.841	3.306	3.245	3.504	4.725	34,8%	7%
7	Brasile	1.543	2.813	2.089	3.097	3.961	27,9%	6%
8	Francia	2.364	3.461	3.970	3.346	3.652	9,2%	5%
9	Sudafrica	1.515	1.678	742	1.426	2.063	44,6%	3%
10	Messico	615	560	291	900	1.922	113,6%	3%

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat

Il confronto tra Italia e Spagna riguardo ai principali mercati di sbocco degli agrumi evidenzia che quasi tutti i mercati italiani coincidono con quelli spagnoli con eccezione di alcuni piccoli paesi come la Repubblica Ceca, la Slovenia e la Slovacchia.

I valori medi all'export del prodotto spagnolo sono evidentemente notevolmente inferiori a quelli del prodotto italiano con l'unica eccezione della Polonia.



Esportazioni di agrumi dell'Italia per Paese di destinazione (2019)

Rank	Paesi	Valore	Quantità	Valore medio
#		<i>mln €</i>	<i>mln kg</i>	<i>€/kg</i>
	Mondo	227,3	222,0	1,02
1	Germania	55,8	51,1	1,09
2	Svizzera	32,3	22,9	1,41
3	Francia	30,6	26,2	1,17
4	Austria	26,4	21,8	1,21
5	Polonia	8,3	12,0	0,69
6	Repubblica Ceca	6,6	8,5	0,78
7	Belgio	6,6	5,4	1,20
8	Slovenia	6,5	8,3	0,78
9	Slovacchia	5,1	6,5	0,78
10	Regno Unito	5,0	3,6	1,39

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati ITC

Esportazioni di agrumi della Spagna per Paese di destinazione (2019)

Rank	Paesi	Valore	Quantità	Valore medio
#		<i>mln €</i>	<i>mln kg</i>	<i>€/kg</i>
	Mondo	3.203,3	3.936,5	0,81
1	Germania	845,5	1.064,7	0,79
2	Francia	678,3	783,5	0,87
3	Regno Unito	299,2	333,7	0,90
4	Italia	197,3	279,5	0,71
5	Paesi Bassi	191,6	241,4	0,79
6	Polonia	176,2	243,6	0,72
7	Belgio	89,2	106,3	0,84
8	Svezia	66,6	88,8	0,75
9	Svizzera	63,4	63,5	1,00
10	Austria	62,9	67,3	0,94

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati ITC

Riguardo alle esportazioni di arance, il confronto tra Italia e Spagna evidenzia che:

- la Spagna è il primo esportatore mondiale di arance: nel 2019 ne ha esportate circa 1,8 milioni di tonnellate con introiti per 1,1 miliardi di euro;
- l'Italia è il decimo fornitore mondiale con 104 mila tonnellate e introiti per 100 milioni di euro;
- la quota dell'export verso i primi tre paesi clienti è molto simile: 56% della Spagna contro il 55% dell'Italia;
- il prezzo medio all'export delle arance è di 0,64 euro/kg per la Spagna e 0,97 euro/kg per l'Italia. Il prodotto italiano è quello con il prezzo medio più elevato.



Esportazioni di arance dell'Italia per i principali paesi di destinazione (2019)

Paesi	Valore	Quantità	Valore medio
	<i>mln euro e quota %</i>	<i>mln kg e quota %</i>	<i>euro/kg</i>
Mondo	101	104	0,97
Svizzera	22%	17%	1,27
Germania	22%	24%	0,87
Francia	14%	14%	1,02
Altri	42%	45%	0,90

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati ITC

Esportazioni di arance della Spagna per i principali paesi di destinazione (2019)

Paesi	Valore	Quantità	Valore medio
	<i>mln euro e quota %</i>	<i>mln kg e quota %</i>	<i>euro/kg</i>
Mondo	1.118	1.758	0,64
Germania	25%	26%	0,60
Francia	23%	22%	0,66
Paesi Bassi	7%	8%	0,63
Altri	45%	44%	0,65

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati ITC



PARTE 3

7 Competitività della filiera

La competitività della filiera agrumicola italiana è stata oggetto di un'indagine qualitativa realizzata dall'ISMEA mediante la conduzione di focus group che hanno coinvolto attori della filiera, in particolare aziende agrumicole, cooperative, OP, referenti degli enti istituzionali, ecc.⁹

In dettaglio, l'obiettivo dell'indagine è quello di rilevare e analizzare i fattori che influiscono sulla competitività delle imprese che operano nella filiera agrumicola, sia rispetto al contesto locale sia un'ottica più allargata (nazionale ed estera), in particolare individuando gli elementi di criticità in tre principali ambiti di attività: 1) produzione in campo; 2) commercializzazione, anche in chiave di internazionalizzazione; 3) rapporti con le istituzioni.

7.1 Produzione in campo

In linea generale è emersa una difficoltà a fare "sistema" da parte degli operatori della filiera. Si tratta di un fattore ancora più determinante in ragione di una elevatissima parcellizzazione produttiva.

In Sicilia, è emersa in maniera unanime la drammaticità del problema legato alla diffusione del virus della tristeza. A giudizio dei partecipanti, la questione "tristeza" è stata affrontata in modo inadeguato da tutti i soggetti coinvolti, anche a livello istituzionale, e le risorse finanziarie messe finora a disposizione sono risultate insufficienti. Gli operatori hanno presentato un quadro molto allarmistico circa le prospettive del settore in assenza di interventi mirati, pur sottolineando che un intervento efficace richiederebbe ingenti investimenti, non realizzabile con gli strumenti e le risorse attuali. L'auspicio dei partecipanti è l'implementazione di un piano di settore nazionale che ponga al centro della sua azione il problema della *tristeza*.

In Sicilia è stata evidenziata una condizione di deficit produttivo; in particolare, negli ultimi anni anche a causa del virus della *tristeza*, è scarsa l'offerta di prodotti di qualità. Per qualche OP questa situazione è grave al punto che impedisce di soddisfare la domanda e di adempiere gli impegni contrattuali presi con la GDO.

Alla questione del contrasto del virus della *tristeza* si associa un altro elemento di grande importanza relativo alla sicurezza fitosanitaria delle piante allevate nei vivai, che in alcuni casi non garantirebbero gli standard qualitativi richiesti. A titolo di esempio è stato riportato il caso di un produttore che ha realizzato un reimpianto con materiale infetto proveniente da un vivaio locale.

Un elemento particolarmente importante per la competitività della filiera agrumicola nazionale è quello della diversificazione delle specie/varietà/cloni al fine di ampliare il calendario di raccolta e commercializzazione, condizione questa ritenuta necessaria per poter competere sui mercati nazionali ed esteri. La diversificazione delle varietà, se opportunamente programmata ed organizzata, eviterebbe la concentrazione in alcuni momenti dell'anno di ingenti quantitativi di produzione, con annessi problemi di approvvigionamento della

⁹L'indagine è stata realizzata mediante tre focus group che hanno coinvolto circa 30 operatori della filiera agrumicola italiana, per lo più imprenditori agricoli associati a cooperative ed OP, imprenditori agricoli non associati, presidenti e direttori di OP, funzionari regionali ed altre figure che a vario titolo partecipano alla produzione ed alla valorizzazione della produzione agrumicola italiana. I focus group sono stati realizzati a Catania, Scanzano Jonico e Lametia Terme ad ottobre 2018.



manodopera e di intasamento del mercato. Questo aspetto presenta ovvie implicazioni in chiave commerciale, consentendo agli operatori di presidiare i canali distributivi per un periodo più ampio.

È stato evidenziato inoltre un problema di riqualificazione della qualità dei prodotti, a causa della presenza di varietà non più gradite dal mercato o in altri casi non rispondenti alla logica dell'ampliamento del calendario produttivo.

In collegamento a questo punto è emerso come l'introduzione di nuove varietà – quasi sempre selezionate per adattarsi a situazioni ambientali e climatiche particolari – richieda tempo per effettuare i test per verificare l'adattamento ambientale e la produttività delle nuove varietà/cloni prima di avviarli alla produzione su scala più ampia. Gli operatori hanno evidenziato come questo aspetto non sia considerato in maniera adeguata. A questo proposito è stato citato il caso della Spagna, dove esisterebbe un piano molto più organico circa la fase di test delle varietà, riducendo al minimo i rischi di ambientamento non ottimale e di scarsa produttività.

Si tratta di problematiche complesse che non dovrebbero essere lasciate all'arbitrio del singolo produttore ma potrebbero divenire oggetto di un confronto – per esempio in una cabina di regia di filiera/prodotto – che veda coinvolte in primo piano OP e il mondo associativo in genere, così da diffondere conoscenze e buone pratiche all'intero comparto agricolo nazionale.

In Basilicata e in Calabria è stato sollevato il problema della carenza della ricerca pubblica, in particolare sul fronte della selezione di nuove varietà in modo da ridurre l'esposizione verso l'estero e favorire le esportazioni.

Un'altra questione ampiamente dibattuta è stata quella delle royalty pagate per l'impianto di varietà coperte da diritti e generalmente di origine straniera soprattutto nel caso delle clementine. Il pagamento di questi diritti è un elemento che aumenta il fabbisogno finanziario per realizzare l'investimento e riduce notevolmente i margini di impresa, creando un effetto speculativo distorsivo sul funzionamento della filiera. In alcune situazioni le royalty rappresentano, tuttavia, uno strumento concreto per la creazione di valore e difesa dei prezzi di vendita, intervenendo sul lato della gestione dell'offerta.

Un altro problema strutturale che è stato segnalato è la carenza di acqua per l'irrigazione, richiamando l'importanza di interventi pubblici volti a fronteggiare la questione degli approvvigionamenti e delle perdite di acqua degli acquedotti.

Un altro elemento da notare è rappresentato dai furti in campo, che rischia di diventare, in assenza di interventi mirati, una vera e propria criticità.

È stato dibattuto anche il tema del reperimento della manodopera e dei relativi costi che hanno un notevole impatto sulla competitività delle aziende. La scelta di vendere il prodotto “sulla pianta” rappresenta spesso la soluzione più diffusa anche se impedisce all'agricoltore di aggiungere valore al proprio prodotto.

In alcuni casi è stato evidenziato un problema di ricambio generazionale che ostacolerebbe l'adozione di strategie innovative nelle aziende agrumicole.



La trasformazione in succo ed essenze rappresenta un'opportunità solo per valorizzare il prodotto di "fascia inferiore"¹⁰ che mediamente costituisce il 25-30% del raccolto complessivo. Per quanto concerne i succhi, il settore andrebbe meglio tutelato e governato sotto il profilo normativo ad esempio per tutto quanto attiene alla questione della etichettatura e l'origine della materia prima.

7.2 Commercializzazione

In tema di commercializzazione, si ribadisce la necessità di intervenire dal lato dell'offerta cercando, tramite l'impiego di nuove varietà, di ampliare il calendario di produzione, allo stato dell'arte troppo ristretto e insufficiente per essere competitivi sia sul mercato nazionale sia su quelli esteri. L'introduzione di nuove varietà sarebbe particolarmente strategica per anticipare e posticipare l'attuale periodo di raccolta e commercializzazione in modo da presidiare i mercati sin dall'inizio della campagna. Su questo versante però è emerso che è necessario investire ingenti risorse.

Dal lato della redditività, gli operatori sottolineano una distribuzione squilibrata della catena del valore a scapito della fase agricola. In particolare, in Basilicata i margini delle aziende agrumicole sembrerebbero non essere adeguati, per una serie di ragioni, tra cui: il problema delle royalty; volumi di produzione insufficienti per poter competere con quelli della Calabria e della Sicilia; parcellizzazione produttiva; assenza di un piano generale anche rispetto alla commercializzazione. È stato ricorrente in Basilicata il confronto con la filiera delle fragole, ritenuta come una sorta di "caso di successo", tuttavia difficilmente replicabile nel caso degli agrumi, anche a causa di un atteggiamento poco fiducioso da parte degli operatori, che di fatto disincentiva gli investimenti necessari per aumentarne la competitività.

In generale la concorrenza estera – soprattutto della Spagna – viene vista come un fatto ineludibile.

In Sicilia si è ravvisata una maggiore consapevolezza circa la qualità del prodotto locale così come in Calabria è avvenuto per le clementine. Allo stesso tempo, gli operatori della filiera sono consci che la qualità da sola non è sufficiente a garantire la competitività del settore, se non è supportata da strategie efficaci a livello di filiera. È emersa chiaramente l'assenza di una logica di "filiera integrata" per effetto anche del ruolo ritenuto non adeguato degli enti istituzionali, oltre che delle stesse OP, le quali di fatto presentano ancora un tasso di adesione piuttosto ridotto. I motivi di questa scarsa capacità aggregativa vengono imputati a fattori culturali, a un forte individualismo, a radici storiche. Tuttavia, la scelta di non aderire a una OP potrebbe essere riconducibile anche ad altri fattori, tra cui:

- la scarsa conoscenza da parte degli agricoltori degli strumenti e delle leve a disposizione in caso di adesione a una OP, a causa soprattutto di una scarsa consapevolezza dei piccoli produttori ma anche della non efficace comunicazione veicolata da cooperative e OP;
- una scelta consapevole di alcuni produttori, soprattutto di dimensione economica medio-grande, i quali riescono a spuntare prezzi di vendita maggiori e a contenere i costi rispetto a una situazione di adesione a una OP. Non si può negare la possibilità che tra queste vi siano alcune imprese che per limitare i costi agiscono in condizioni di sommerso sia per quanto riguarda la gestione della manodopera, sia dell'adeguamento delle strutture di lavorazione alle condizioni previste dalla normativa in tema di salute e sicurezza sul lavoro;

¹⁰ In genere, si tratta di agrumi sottocalibro o sovracalibro o che presentano difetti di forma o colore.



- le condotte di alcuni grossisti e anche della GDO che in alcuni casi preferiscono le forniture di produttori non associati alle OP;
- le strategie non sempre chiare di alcune OP relativamente al governo dell'organizzazione e alla realizzazione degli investimenti cofinanziati con risorse pubbliche; di fatto, ciò scoraggia gli agricoltori ad associarsi.

Per quanto concerne il tema del numero elevato di OP esistenti, i referenti regionali hanno concordato su questo aspetto mentre le OP presenti hanno manifestato opinioni discordanti riconoscendo comunque come alcune OP siano riconducibili di fatto a uno o pochi soggetti economici, le cosiddette *OP di famiglia*, ossia quelle incardinate su una grande impresa di produzione e commercializzazione di agrumi.

La produzione biologica è ritenuta certamente importante rispetto alle recenti dinamiche della domanda ma, allo stesso tempo, non sembra essere al centro del dibattito in tema di priorità. In ogni caso si è rilevato come il biologico garantisca dei ritorni economici maggiori rispetto al prodotto convenzionale. D'altro canto, la produzione biologica risulta indispensabile alle grandi imprese per poter completare la gamma offerta.

Il rapporto con la GDO viene declinato in modo prevalentemente negativo e non certo come opportunità, a causa della disparità nella relazione, troppo sbilanciata a danno dei produttori. Su questo tema però alcuni grandi produttori hanno mostrato un atteggiamento più cauto evidentemente grazie a una maggiore forza contrattuale. In questo senso, l'incapacità di fare sistema, l'elevata parcellizzazione produttiva, l'assenza di una cabina di regia, determinano indubbiamente questa situazione sbilanciata a danno dei produttori.

Il tema dell'internazionalizzazione non sembrerebbe essere un problema per le grandi realtà produttive. D'altro canto, in molti hanno evidenziato i limiti dell'agrumicoltura italiana nel contesto competitivo internazionale a causa della difficoltà di offrire prodotto di qualità, di contenere i costi e di realizzare strategie commerciali mirate ai paesi esteri. In Sicilia, i limiti delle imprese su questo tema sono stati ricondotti alla mancata sinergia tra gli operatori della fase agricola e quelli della commercializzazione anche per effetto dell'elevata parcellizzazione della fase produttiva. È emerso, inoltre, che su questa questione la filiera paga lo scotto della modesta dimensione media delle OP e di conseguenza della ridotta disponibilità di risorse economiche da investire. Allo stesso tempo, le imprese rivendicano la presenza di un soggetto *super partes* che possa "mettere ordine" all'intera filiera, individuando e sostenendo iniziative strategiche. I partecipanti ai focus group hanno declinato in vario modo l'azione del soggetto e in alcuni casi è stato invocato un Piano di settore o un Piano nazionale agrumi in altri casi una Cabina di regia per la filiera.

Generalmente, l'eccessiva parcellizzazione produttiva, non fronteggiata a dovere dalle OP e dal mondo associativo in generale, implica problemi dal lato della commercializzazione e dell'eventuale internazionalizzazione. A questo proposito viene citato il caso della Spagna dove la produzione è maggiormente concentrata. In particolare, è stato riportato l'esempio delle fiere dove per l'Italia sono presenti innumerevoli e troppi stand mentre per la Spagna è presente un numero ridotto di operatori che determina di fatto una maggiore efficienza ed efficacia commerciale.

Nel corso degli incontri è stato inoltre citato anche il problema dell'embargo della Russia¹¹ verso i prodotti europei.

¹¹In risposta alle sanzioni economiche disposte dall'Ue nei confronti della Russia a causa della crisi ucraina, dall'agosto del 2014 la Federazione russa ha introdotto il divieto di importare molti prodotti agricoli ed agroalimentari, tra i quali gli agrumi, dai paesi dell'Unione europea, USA, Canada, Australia e Norvegia.



Nel corso dei focus group si è osservato talvolta un “senso di frustrazione” per l’incapacità di cogliere le opportunità derivanti da un settore che viceversa presenterebbe una forte impatto economico e occupazionale se ben gestito e supportato.

7.3 Rapporti con le istituzioni

Le risorse a disposizione della filiera sono ritenute del tutto insufficienti, soprattutto per quanto riguarda l’emergenza dovuta alla diffusione del virus della *tristeza* così come per quello della emergenza idrica.

Si ravvisa inoltre un’eccessiva burocratizzazione per quanto riguarda gli adempimenti e le opportunità di finanziamento della fase agricola che di fatto rappresenta una barriera all’ingresso. Contestualmente si lamenta un eccessivo ritardo nei pagamenti, in particolare per quanto riguarda gli investimenti realizzati in ambito PSR. Il sistema dei PSR è spesso considerato inefficace, inefficiente e di scarso appeal per i produttori a differenza di altri strumenti (ad esempio l’OCM) più flessibili e rispondenti alle esigenze del tessuto produttivo.

Dal canto loro, i referenti delle Regioni hanno evidenziato come non sempre le opportunità di finanziamento esistenti siano utilizzate completamente per mancata informazione o per mancato interesse.

I produttori hanno lamentato l’inefficacia in un ruolo di coordinamento da parte della Regione, a prescindere dalle funzioni loro assegnate. In questo caso, le realtà produttive di maggiori dimensioni rivendicano meno questo problema, in ragione probabilmente di una loro maggiore autonomia.

A livello nazionale/comunitario si rivendica la necessità di maggiori controlli fitosanitari sui prodotti importati, al pari di quelli a cui sono sottoposti i prodotti nazionali, affinché siano contrastate le pratiche di concorrenza sleale.

Uno dei temi maggiormente richiamati dagli operatori della filiera agrumicola in merito al rapporto con le istituzioni è quello dell’approvvigionamento e della gestione della manodopera e in particolare di quella stagionale legata alle operazioni di raccolta e di potatura.



8 Analisi SWOT

In sintesi, possono essere individuati i fattori di competitività interni alla filiera agrumicola (punti di forza e di debolezza) e quelli esterni (opportunità e minacce).

Punti di forza

- Microclima e vocazione produttiva del territorio, storica connessione della produzione con il territorio;
- Elevate caratteristiche nutrizionali riconosciute dalla comunità scientifica e consolidato vissuto positivo degli agrumi nell'immaginario collettivo;
- Ampia gamma di agrumi per i quali l'Italia può vantare, in qualche caso, l'esclusività;
- Varietà/cloni locali (tarocco, clementine, limoni, ecc.) di elevato profilo qualitativo, sia in termini organolettici sia nutrizionali;
- Esistenza di produzioni tipiche con un forte legame con il territorio certificate DOP/IGP;
- Consistente offerta di prodotto bio;
- Aumento della presenza di aziende professionalizzate, di aziende con capo azienda giovane e più istruito, orientate al mercato e propense alla vendita diretta.

Punti di debolezza

- Polverizzazione del tessuto produttivo ed eccessiva frammentazione dell'offerta agricola, che determina a cascata una serie di problemi legati all'impossibilità di agire in un quadro e con una logica di sistema "integrato";
- Scarsa partecipazione delle aziende agricole a cooperative e Organizzazioni di Produttori e scarsa propensione all'associazionismo;
- Filiera spesso eccessivamente lunga e basata su antiche tradizioni, con la presenza di figure di intermediazione che drenano valore aggiunto e si appropriano in larga parte dei guadagni delle vendite realizzate a prezzi crescenti sul mercato nazionale ed estero;
- Carenza idrica e inadeguatezza infrastrutturale della rete idrica con consistenti dispersioni;
- Impianti di agrumi spesso di età avanzata, produzione concentrata su alcune varietà, talvolta obsolete, e concentrazione del periodo di offerta sul mercato;
- Elevata incidenza dei costi del lavoro e difficoltà a gestire i picchi di manodopera in alcune fasi del ciclo produttivo (raccolta e potatura);
- Oscillazioni dell'offerta e dei prezzi per ragioni meteo-climatiche, fitopatie o infestazioni parassitarie e insufficiente ricorso a strumenti di gestione del rischio;
- Assenza, in buona parte delle aziende, di una cultura e gestione imprenditoriale adeguata al contesto economico e competitivo internazionale, con incapacità di cogliere direttamente le opportunità della domanda estera;
- Insufficiente ricambio generazionale nelle aziende;
- Elevata numerosità di aziende condotte part time, per hobby o autoconsumo, di piccolissima dimensione;
- Scarsa propensione delle aziende alla diversificazione delle fonti di reddito attraverso attività connesse e secondarie;
- Presenza di alcuni meccanismi della PAC (ad esempio il sistema di titoli) che frenano il mercato immobiliare e impediscono alle aziende competitive di ingrandirsi;



- Elevata onerosità di alcune voci di costo accessorie (ad esempio per l'adempimento di disposizioni di legge), soprattutto per le aziende di dimensioni medio piccole (fino a 7-10 ettari);
- Forte competizione con i produttori mediterranei di agrumi;
- Difficoltà di accesso alle innovazioni tecnologiche in particolare per la selezione e il test di nuove varietà e per l'innovazione tecnologica sia in campo sia nella fase di post raccolta;
- Debolezza strutturale dei Consorzi di tutela delle IG, a causa della piccola dimensione degli areali e/o dei quantitativi di produzione certificati.

Opportunità

- Vocazione turistica e bellezze naturali dei territori agrumicoli che offrono l'opportunità di fare da traino ai prodotti freschi e ai derivati degli agrumi;
- Aumento della domanda mondiale di agrumi;
- Sviluppo dei trasporti e delle infrastrutture logistiche con conseguente riduzione dei costi e dei tempi di viaggio con la possibilità di raggiungere nuovi mercati di sbocco;
- Intensificazione dei programmi pubblici di educazione alimentare, informazione e comunicazione sul miglioramento degli aspetti nutrizionali della dieta attraverso il consumo di agrumi e frutta fresca;
- Maggiore finalizzazione e semplificazione di misure d'intervento con i PSR nell'ambito di un contesto di coordinamento complessivo del settore orientato a raggiungere obiettivi condivisi;
- Introduzione di forme innovative di lavoro agricolo in grado di dare maggiore flessibilità e meno burocrazia all'impiego di manodopera in azienda;
- Tendenza di maggiore attenzione alla salute che potrebbe rilanciare i consumi interni.

Minacce

- Diffusione di virus (come la *tristeza*) e altri patogeni e microrganismi (ad es. Citrus Huanglongbing o HLB) che possono arrivare in Italia attraverso le importazioni e/o il materiale vivaistico;
- Trend di lungo periodo di riduzione dei consumi interni di frutta e agrumi;
- Volatilità del mercato internazionale;
- Insufficienti risorse economiche disponibili e scarso sostegno istituzionale all'agrumicoltura in confronto ad altri settori agricoli;
- Risorse finanziarie ridotte per attività di ricerca (sia pubblica sia privata) per la selezione e il test di nuove varietà e per l'innovazione tecnologica sia in campo sia nella fase di post raccolta;
- Aumento della pressione competitiva, con incremento delle importazioni sia stagionali (Spagna e altri paesi del Mediterraneo) sia di contro-stagione (Sudafrica, Argentina, ecc.);
- Ulteriore concentrazione e rafforzamento della DM con aumento del potere contrattuale nei confronti di OP ed AOP;
- Cambiamenti socio-demografici che impattano negativamente sui consumi come ad esempio l'aumento dei pasti consumati fuori casa e la disaffezione al consumo di ortofrutticoli freschi soprattutto da parte delle fasce di popolazione più giovani.



9 CONCLUSIONI

Le analisi economiche e statistiche contenute in questo lavoro e le indagini sul campo realizzate con il coinvolgimento dei produttori di agrumi consentono di tracciare un quadro affidabile circa la competitività della filiera agrumicola italiana ai nostri giorni.

Appare in maniera chiara e ben definita che i problemi dell'agrumicoltura italiana riguardano tutte le fasi della filiera, dal mondo agricolo a quello della distribuzione, senza escludere chi opera nella fase di lavorazione e confezionamento o le Istituzioni che a vario titolo sono coinvolte.

L'analisi SWOT riportata nel precedente capitolo sintetizza tutti gli elementi emersi nel corso delle analisi e delle indagini svolte e i lunghi elenchi che riportano i punti di debolezza e le minacce sono un evidente segnale di allarme circa le difficoltà della filiera agrumicola italiana.

I risultati di quanto fin qui realizzato sono netti e inequivocabili e i sintomi più evidenti dello stato di cattiva salute di questa filiera sono la scarsa capacità delle imprese della fase agricola di trattenere il valore aggiunto prodotto lungo la filiera, il continuo ridimensionamento economico del comparto e le difficoltà a competere con i prodotti di provenienza estera sia sul mercato interno sia sui mercati esteri. Su quest'ultimo fronte si deve rilevare che nel confronto competitivo con la Spagna, leader mondiale nelle esportazioni di agrumi, l'Italia si è ritagliata uno spazio di mercato molto più piccolo ma basato sulla leva della qualità, esportando a prezzi più elevati e realizzando, nell'ultimo decennio, una crescita in valore delle esportazioni di agrumi del 41%. Tuttavia, è evidente che tali guadagni non si sono completamente trasferiti a monte nella filiera, ai produttori agricoli.

La consapevolezza dei limiti e dei problemi della filiera costituiscono la premessa per la ripartenza di questo comparto. Le aree d'intervento sono numerose e presuppongono l'individuazione di una strategia per il rilancio della filiera che vada al di là di singole categorie ma che al contrario coinvolga tutti gli operatori nelle diverse fasi.

L'innovazione introdotta con l'OCM di settore fin dagli anni '90 ha solo in minima parte modificato la cultura e la capacità imprenditoriale degli operatori della filiera agrumicola nazionale e si ritiene che il primo radicale cambiamento necessario per il rilancio della filiera riguardi proprio la cultura imprenditoriale di produttori e commercianti, il capitale umano che anima questo settore. Da questo punto di vista, qualche segnale di ottimismo sembra intravedersi nelle statistiche agricole, da cui emergono alcuni elementi positivi: una quota di capi azienda giovani e con livelli di istruzione più elevati del passato, con aziende di dimensioni più grandi della media del settore, e che potrebbero essere più propensi a realizzare innovazioni sia produttive sia organizzative, con un maggiore interesse alla cooperazione tra imprese. Tuttavia, il ricambio generazionale nel settore rimane insufficiente, mentre l'incentivazione alla nascita di nuove imprese condotte da giovani potrebbe rappresentare un fondamentale elemento di modernizzazione, soprattutto se ben accompagnato oltre che da un aiuto meramente finanziario, anche da un sostegno di tipo formativo e consulenziale.

La cooperazione e l'aggregazione dell'offerta si confermano elementi cardine per rendere moderna ed efficiente questa filiera e allo stesso tempo vanno incoraggiati e promossi percorsi condivisi e compartecipati da tutti gli attori della filiera, a cominciare dalla ricerca scientifica fino ad arrivare alla distribuzione, allo scopo di condividere gli obiettivi generali, accrescere il valore prodotto semplificando, quindi, la sua ripartizione più equa tra i vari attori.



Un altro elemento imprescindibile per la ripartenza del comparto è l'adeguamento delle varietà coltivate allo scopo di conformare l'offerta alle richieste della domanda (qualità della produzione), ampliare i calendari di raccolta e commercializzazione per poter competere efficacemente sui mercati nazionali ed esteri e introdurre portainnesti resistenti alle fitopatologie e virosi che minacciano gli agrumeti italiani. Infatti, particolarmente opportuno in questa fase sarebbe un sostegno al rinnovo degli impianti colpiti dal virus *tristeza* con astoni dotati di portainnesti resistenti e nesti (marze) di specie, varietà, cloni gradite dal mercato e dai consumatori.

La gestione razionale della risorsa idrica è un altro elemento indispensabile per rendere maggiormente competitiva l'agrumicoltura italiana. Così come appare necessaria una profonda revisione della normativa sull'utilizzo della manodopera stagionale che renda più flessibile l'utilizzo delle risorse umane, nel rispetto dei diritti e della dignità dei lavoratori.

Un ultimo cenno va fatto in merito ai consumi. A tal proposito si ricorda che i benefici sulla salute umana derivanti da un consumo abituale di agrumi sono ampiamente riconosciuti dalla comunità scientifica internazionale. Basterebbe far leva su questo elemento per agevolare e sostenere il consumo di prodotti agrumari freschi, sviluppando anche nuove modalità e occasioni di consumo. Gli attori della filiera, anche con iniziative di cooperazione tra OP e DM, potrebbero perseguire l'innovazione di prodotto e di processo allo scopo di accrescere il valore aggiunto del prodotto (quarta gamma, aumento della *shelf life*, ecc.) e di creare nuove occasioni di consumo e modalità più adatte a stimolare il consumo anche da parte dei giovani (ad es. macedonia o spremute in luoghi di concentrazione di persone come al cinema o allo stadio).

Al contempo, la domanda mondiale in espansione è un'imperdibile opportunità per rivitalizzare il settore, sviluppando la propensione a esportare delle aziende e la capacità di export complessiva del settore, soprattutto per le produzioni caratterizzate da maggiore distintività (certificazione IG o bio). Ciò richiede ancora una volta di prendere atto della necessità di uscire dall'ottica individuale, che è probabilmente alla base anche del riscontrato interesse per la vendita diretta e la vendita on-line, fenomeni interessanti ma che difficilmente consentono, se gestiti individualmente o anche da parte di singole piccole cooperative, di realizzare utili adeguati. Per le piccole aziende è indispensabile agire in cooperazione o in rete, sia per affrontare i costi e le difficoltà organizzative sia per agire sul fronte della penetrazione e promozione del prodotto italiano nei mercati esteri che necessariamente deve essere attuata con azioni più incisive degli attori intermedi (Consorzi di tutela, OP, AOP) e coordinate a livello di sistema. Allo stesso modo le azioni di sostegno pubblico dovrebbero essere rafforzate e concertate a livello regionale e nazionale, per accompagnare tale sviluppo.



Rete Rurale Nazionale
Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
Via XX Settembre, 20 Roma



RETERURALE.IT

Pubblicazione realizzata con il contributo FEASR (Fondo europeo per l'agricoltura e lo sviluppo rurale)
nell'ambito del Programma Rete Rurale Nazionale 2014-2020

