

TENDENZE



FRUTTA



## TENDENZE E DINAMICHE RECENTI

Frutta – Focus mele  
novembre 2022



Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare

1



# SOMMARIO

<b>SINTESI DELLE TENDENZE</b>	<b>3</b>
<b>I DATI DELLA CONGIUNTURA</b>	<b>5</b>
La produzione	5
La fase all'origine	7
Le vendite al dettaglio	8
Commercio con l'estero dell'Italia	9
Considerazioni finali	14



## SINTESI DELLE TENDENZE



### 1. Contesto europeo

Secondo le stime del WAPA (World Apple and Pear Association) la produzione europea di mele del 2022 dovrebbe attestarsi a circa 12.076.000 tonnellate, ossia su livelli molto simili al raccolto 2021. Molti paesi hanno rivisto a ribasso le proprie stime iniziali e nel caso della Polonia, che è il primo produttore europeo, la carenza di manodopera stagionale proveniente dall'Ucraina potrebbe incidere negativamente sul raccolto.

In Europa la carenza di acqua in molti areali produttivi e il caldo eccessivo ha determinato una quota di frutti di calibro medio piccolo molto superiore alla media. È alta anche la quota di frutti che presenta una colorazione non soddisfacente e tutto ciò determinerà una maggiore quantità di prodotto da destinare all'industria di trasformazione.



### 2. Situazione produttiva in Italia

Le stime di Assomela indicano per l'Italia una produzione 2022 che ammonta a circa 2.080.000 tonnellate, in aumento di 26.500 tonnellate rispetto al 2021 (+1,3%). Si tratta di una previsione che sarà aggiornata quando saranno disponibili i dati del raccolto delle varietà tardive. A livello regionale si registra una flessione della produzione nelle Province di Bolzano (-5,8%) e Trento (-4,3%) mentre in Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Lombardia, Piemonte ed Emilia-Romagna si osservano considerevoli incrementi del raccolto. La ripartizione varietale della produzione 2022 evidenzia che la metà del raccolto è costituito da Golden delicious (32%) e Gala (18%), mentre a seguire si posizionano Red delicious (10%) Fuji (7%), Granny Smith (7%), Cripps Pink (5%), Pinova ed Evelina (2%). Altre varietà nuove costituiscono il 9% dell'offerta complessiva.

La produzione biologica è stimata in circa 195 mila tonnellate ossia il 9,4% della produzione complessiva.



### 3. Andamento dei prezzi

Le prime battute della campagna commerciale 2022/23 sono state caratterizzate da quotazioni all'origine in flessione su base annua. Infatti, nel mese di ottobre, i prezzi franco partenza dal magazzino del confezionatore, per tutte le principali varietà e piazze, hanno mostrato una tendenza negativa rispetto allo stesso periodo della campagna precedente. A questa tendenza generale fanno eccezione le mele di calibro medio e grande delle varietà Golden delicious, Fuji e Granny Smith.

Se si raffrontano i prezzi di ottobre 2022 con quelli del medesimo mese nel triennio 2018-2020 emerge una tendenza sostanzialmente positiva ma anche in questo caso non mancano eccezioni per alcune varietà o alcune piazze che mostrano variazioni negative.



### 4. Commercio con l'estero

La campagna 2021/22 si è chiusa con un peggioramento del saldo della bilancia commerciale delle mele rispetto alla campagna precedente, sebbene lo stesso resti ampiamente positivo. Tale risultato è riconducibile principalmente alla flessione delle esportazioni dell'11% circa. La riduzione dei volumi esportati è stata parzialmente bilanciata dall'aumento del prezzo medio (+4,8%). Le importazioni, viceversa, sono cresciute del 41% ma la relativa spesa è stata calmierata dalla riduzione del prezzo medio (-22%).

È difficile fare una previsione per la campagna commerciale 2022/23 in quanto il contesto internazionale è molto incerto a causa della guerra tra Russia e Ucraina e tutti i problemi che da questo



conflitto scaturiscono. Le mele sono certamente un prodotto che continuerà ad avere un ruolo centrale per gli acquisti di frutta delle famiglie europee ma le esportazioni italiane verso i paesi extraeuropei potrebbero essere penalizzate dall'estrema incertezza del contesto economico e logistico globale.



### 5. Acquisti domestici

Dati incoraggianti per le vendite al dettaglio. In tempi di rincari e riduzione del potere di acquisto delle famiglie, le mele consolidano la loro posizione nel paniere alimentare. Infatti, nei primi due mesi della campagna commerciale 2022/23, gli acquisti al dettaglio di mele confezionate registrano un aumento degli acquisti in volume (+6,9%) accompagnato da una flessione del prezzo medio (-4,1%). Particolarmente positiva la vendita di mele bio che su base annua registrano una crescita dell'11,2% in volume.



### 6. Prospettive

L'aumento dei prezzi dei mezzi di produzione – concimi ed energia su tutti – pongono la filiera delle mele in una condizione difficile riducendo i margini di cui gli operatori possono beneficiare. Inoltre, il clima di forte incertezza che caratterizza il contesto economico globale accresce le difficoltà per il settore.



# I DATI DELLA CONGIUNTURA

## Il potenziale produttivo

Negli ultimi anni le statistiche relative alle superfici dei meleti in produzione in Italia si sono assestate intorno a 55mila ettari, con una fortissima concentrazione nelle Province di Bolzano e Trento (insieme rappresentano il 49% della superficie nazionale in produzione). Alla lieve crescita del potenziale produttivo, anche se con situazioni molto differenti, hanno contribuito diverse aree geografiche. In particolare, in Emilia-Romagna e Piemonte le superfici in produzione sono aumentate in maniera più consistente mentre nelle province di Bolzano e Trento si è verificata una riduzione ma ciò va inquadrato in un contesto caratterizzato da un intenso processo di riconversione varietale che vede la sostituzione delle varietà tradizionali con quelle nuove che quasi sempre prevedono una diffusione controllata e contingentata degli impianti.

Mele - superficie in produzione (in ettari)

	2020	2021	2022	QUOTA 2022	2022 VS 2021	2022 VS MEDIA TRIENNIO 2018-2020
<b>ITALIA</b>	54.906	54.470	55.139	100%	1,2%	0,3%
<b>BOLZANO / BOZEN</b>	17.620	16.898	16.905	31%	0,0%	-4,3%
<b>TRENTO</b>	9.900	9.720	9.720	18%	0,0%	-1,4%
<b>PIEMONTE</b>	6.277	6.273	6.583	12%	4,9%	6,2%
<b>VENETO</b>	5.908	5.832	5.832	11%	0,0%	-1,0%
<b>EMILIA-ROMAGNA</b>	4.601	4.775	5.079	9%	6,4%	13,4%
<b>CAMPANIA</b>	3.456	3.489	3.422	6%	-1,9%	0,0%
<b>LOMBARDIA</b>	1.550	1.582	1.582	3%	0,0%	1,7%
<b>FRIULI-V. GIULIA</b>	1.211	1.219	1.350	2%	10,7%	9,3%
<b>ALTRE</b>	4.383	4.682	4.666	8%	-0,3%	-0,3%

Fonte: elaborazioni Ismea su dati Istat

## La produzione

In termini di quantità, la filiera italiana delle mele si basa su una disponibilità di prodotto di circa 2,1 milioni di tonnellate. Il 98% della disponibilità è garantita dalla produzione interna e il restante 2% dal prodotto di importazione. Analogamente a quanto visto per le superfici investite, anche i dati relativi alla produzione italiana evidenziano una forte concentrazione nelle province di Bolzano e Trento, con circa i due terzi della produzione nazionale realizzata in questi due areali.

Va considerato che, dell'intera disponibilità, il 46% viene assorbita dal consumo interno, mentre una quota altrettanto significativa (il 41% circa) è destinata alle esportazioni. La parte di prodotto avviata alla trasformazione in succo è stimata invece nell'ordine del 13% della disponibilità. I quantitativi avviati all'industria dei succhi e quelli relativi alle perdite variano di anno in anno a seconda della qualità della produzione, dell'andamento dei consumi interni e del flusso delle esportazioni. Per quanto concerne i consumi interni, si stima che circa i tre quarti siano destinati alla vendita al dettaglio e il restante quarto sia destinato alla ristorazione collettiva.

La produzione europea di mele del 2022, secondo i dati del WAPA (World Apple and Pear Association), è stimata in circa 12.076.000 tonnellate. Si tratta di un quantitativo molto simile a quello del raccolto dell'anno precedente. In Europa, la carenza di acqua in molti areali produttivi e il caldo eccessivo hanno determinato una quota elevata di frutti dal calibro medio e piccolo. Inoltre, è alta anche la quota di frutti che presentano una colorazione non soddisfacente. Di



conseguenza, tutto ciò determinerà una maggiore quantità di prodotto che sarà destinato all'industria di trasformazione. A livello di singoli paesi, è attesa una riduzione significativa dei raccolti in Spagna, Ungheria, Romania e Belgio. A settembre, tutti i paesi, ad eccezione di Polonia e Repubblica Ceca, hanno rivisto al ribasso le proprie previsioni iniziali. In particolare, per la Polonia, che è il primo produttore europeo, è attesa una riduzione del raccolto anche a causa della scarsità di manodopera stagionale che tradizionalmente proviene dall'Ucraina, oltre a una maggiore quota di prodotto destinato alla trasformazione.

Per quanto concerne la produzione melicola italiana - i dati di Assomela non sono ancora definitivi - in quanto resta qualche incertezza relativamente ad alcune aree e alle varietà tardive come la Cripps Pink, ma si stima che il raccolto si attesterà a circa 2.079.000 tonnellate, in aumento di 26.500 tonnellate rispetto al 2021 (+1,3%).

A livello regionale si registra una flessione della produzione nelle Province di Bolzano (-5,8%) e Trento (-4,3%) mentre in Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Lombardia, Piemonte ed Emilia-Romagna sono attesi considerevoli incrementi del raccolto.

La qualità del prodotto è buona anche se i calibri sono mediamente inferiori alla media a causa delle temperature elevate che hanno caratterizzato la fase di accrescimento dei frutti.

Secondo Assomela, escludendo 290mila tonnellate di mele destinate alla trasformazione (essenzialmente succo, purea, essiccato), l'offerta per il mercato del fresco ammonterà a circa 1,8 milioni di tonnellate, ossia volumi molto simili a quelli del 2021.

Un dato molto positivo riguarda la produzione biologica che si conferma su ottimi livelli. Nel 2022, la produzione biologica è stimata in circa 195 mila tonnellate un quantitativo che corrisponde al 10% circa della produzione complessiva. Tale dato conferma la leadership dell'Italia a livello europeo che in tal modo contribuisce per circa un terzo all'offerta di mele biologiche nel nostro continente.

#### Mele – produzione raccolta (in 000 kg)

	2020	2021	2022	QUOTA 2022	2022 VS 2021	2022 VS MEDIA TRIENNIO 2018-2020
ITALIA	2.123.640	2.052.779	2.079.344	100,0%	1,3%	-3,8%
ALTO ADIGE	902.015	944.555	889.983	42,8%	-5,8%	-7,0%
TRENTINO	533.053	510.010	488.114	23,5%	-4,3%	-6,8%
VENETO	199.825	147.041	207.680	10,0%	41,2%	5,5%
FRIULI V.G.	44.890	43.420	45.490	2,2%	4,8%	5,4%
LOMBARDIA	24.814	18.924	22.450	1,1%	18,6%	-9,8%
PIEMONTE	219.556	187.265	211.843	10,2%	13,1%	2,2%
EMILIA ROMAGNA	154.488	156.564	168.784	8,1%	7,8%	2,2%
ALTRI	45.000	45.000	45.000	2,2%	0,0%	3,8%

Fonte: elaborazioni Ismea su dati Assomela

La ripartizione varietale dell'offerta italiana vede la conferma della Golden delicious come la principale varietà con una quota del 32% della produzione complessiva. A seguire si posizionano Gala, Red delicious, Fuji, Granny Smith, Cripps Pink, Pinova ed Evelina (2%). Le altre varietà nuove costituiscono il 9% dell'offerta complessiva.

Per la varietà Golden delicious si registra un decremento della disponibilità del 5% rispetto al 2021 e del 12% rispetto al dato medio del triennio (2018-2020), tale dinamica - che ha portato per la prima volta questa varietà sotto la soglia di un terzo dell'offerta nazionale - è evidentemente conseguenza della sostituzione della Golden con nuove varietà.

Per le mele del gruppo Gala che sono al secondo posto dell'offerta nazionale con una quota del 18%, nel 2022 il raccolto è atteso in aumento sia su base annua (+2%) sia rispetto al dato medio del triennio (+10%).

A seguire la Red delicious costituisce il 10% dell'offerta italiana e segna una ripresa rispetto al 2021 (+7%) ma una contrazione rispetto al dato medio del triennio (-13%).

Le mele Fuji che rappresentano il 7% della produzione italiana registrano una flessione del raccolto sia rispetto al 2021 (-3%) sia rispetto al dato medio del triennio 2018-2020 (-8%).

Per la varietà Cripps Pink che costituisce il 5% dell'offerta italiana, le prime stime indicano una ripresa produttiva dopo



la battuta d'arresto degli ultimi anni. Il raccolto 2022 dovrebbe aumentare del 16% rispetto al 2021 e del 10% rispetto al dato medio del triennio 2018-2020.

Per le mele Granny Smith – che costituiscono il 6% dell'offerta nazionale – il raccolto cresce del 18% rispetto al 2021 e del 2% rispetto al triennio 2018-2020.

La produzione di Pinova/Evelina è accreditata per un 2% di quella complessiva ed è attesa in lieve calo rispetto al 2021 (-1%) mentre per le “altre varietà nuove” si segnala un incremento della produzione di circa il 40% rispetto al 2021.

## La fase all'origine

La produzione italiana 2022 è leggermente al di sopra del 2021 ma comunque resta al di sotto dei livelli produttivi degli ultimi anni (-3,8% rispetto alla produzione media 2018-2020). Contemporaneamente, la produzione europea dovrebbe essere invariata rispetto al 2021.

Un elemento che caratterizzerà il mercato delle mele nel 2022/23 è senza dubbio il conflitto tra Russia e Ucraina con tutte le conseguenze che da questo ne derivano. Come, ad esempio, la fortissima spinta inflattiva che ha investito i Paesi dell'Ue, colpendo in maniera molto dura il potere d'acquisto delle famiglie europee. Ciò sta avendo ripercussioni sui consumi e sugli acquisti, arrivando a cambiare le abitudini e modificando la composizione del paniere di prodotti alimentari acquistati. In tale contesto, il prodotto mela appare assolutamente solido e ben posizionato rispetto alle altre specie di frutta, grazie all'ampia gamma offerta in termini di varietà, qualità e prezzi.

Maggiori incertezze provengono invece dalle ripercussioni che il conflitto russo-ucraino potrà avere sui rapporti tra l'Italia e i Paesi extra Ue e dalle problematiche legate ai trasporti e alla logistica verso i mercati di sbocco più lontani.

Sulla base di queste considerazioni, la prima fase della campagna 2022/23 ha visto un andamento regolare della domanda sia nazionale sia estera. I prezzi di esordio delle diverse varietà si sono quasi sempre collocati su livelli inferiori a quelli iniziali della campagna 2021/2022. Nel mese di ottobre 2022, i prezzi all'origine franco partenza dal magazzino del confezionatore mostrano una tendenza negativa su base annua che è comune a tutte le varietà e piazze. Non mancano però eccezioni a questa tendenza generale come, ad esempio, per le Golden delicious di calibro medio-grande sulle piazze di Trento e Bolzano o le Granny Smith sempre di calibro medio-grande sulla piazza di Trento o ancora le mele Fuji sia per i calibri medi sia per i grandi.

Se poi si raffrontano i prezzi di ottobre 2022 con quelli medi di ottobre nel triennio 2018-2020 emerge una tendenza sostanzialmente positiva ma anche in questo caso non mancano eccezioni come osservato per le mele Gala (sulle piazze di Cuneo, Trento e Verona) o per le Stark delicious e per le Golden e le Granny Smith sulla piazza di Verona. Di seguito è riportata la tabella con il dettaglio del prezzo medio all'origine per le mele di prima qualità, franco magazzino partenza, per alcune piazze e varietà e la variazione su base annuale e triennale.

**Mele prezzo f.co magazzino partenza per prodotto di I qualità (€/kg) e var. % vs 2021 e vs triennio 2018-20**

VARIETA'	CALIBRO	PIAZZA	SETTEMBRE 2022	OTTOBRE 2022	OTTOBRE 2022 VS 2021	OTTOBRE 2022 VS MEDIA 2018-2020
ANNURCA	50-60	CASERTA		1,10	-13%	15%
FUJI	75-80	FORLI'		0,80	0%	4%
FUJI	75-80	BOLZANO		0,89	4%	20%
FUJI	75-80	TRENTO		0,85	0%	3%
FUJI	80-90	BOLZANO		1,18	12%	33%
FUJI	80-90	TRENTO		1,10	0%	8%
GALA GRUPPO	-	CUNEO	0,43	0,43	-14%	-19%
GALA GRUPPO	-	BOLZANO	0,77	0,77	-4%	16%
GALA GRUPPO	-	TRENTO	0,50	0,50	-13%	-6%
GALA GRUPPO	-	RAVENNA	0,53	0,53	-13%	1%
GALA GRUPPO	-	VERONA	0,50	0,50	-9%	-17%
GOLDEN DELICIOUS	75-80	FORLI'		0,69	-13%	-16%
GOLDEN DELICIOUS	75-80	BOLZANO	0,59	0,67	-8%	9%
GOLDEN DELICIOUS	75-80	TRENTO	0,80	0,78	0%	15%
GOLDEN DELICIOUS	75-80	VERONA	0,38	0,38	-42%	-24%



<b>GOLDEN DELICIOUS</b>	80-85	BOLZANO	0,78	0,84	2%	20%
<b>GOLDEN DELICIOUS</b>	80-85	TRENTO	0,95	0,93	3%	21%
<b>GRANNY SMITH</b>	75-80	BOLZANO		0,80	-9%	22%
<b>GRANNY SMITH</b>	75-80	TRENTO		0,84	-1%	18%
<b>GRANNY SMITH</b>	75-80	VERONA		0,48	-21%	-24%
<b>GRANNY SMITH</b>	80-85	BOLZANO		0,88	-10%	16%
<b>GRANNY SMITH</b>	80-85	TRENTO		1,03	5%	25%
<b>STARK DELICIOUS</b>	75-80	BOLZANO	0,63	0,63	-14%	-4%
<b>STARK DELICIOUS</b>	75-80	TRENTO	0,65	0,65	-10%	-4%
<b>STARK DELICIOUS</b>	75-80	FERRARA		0,43	-6%	-11%
<b>STARK DELICIOUS</b>	75-80	VERONA	0,48	0,48	-37%	-18%
<b>STARK DELICIOUS</b>	80-85	BOLZANO	0,73	0,75	-3%	2%
<b>STARK DELICIOUS</b>	80-85	TRENTO	0,83	0,83	0%	7%

Fonte: ISMEA

## Le vendite al dettaglio

I dati Ismea-NielsenIQ degli acquisti di mele – sia sfuse sia confezionate - per il consumo domestico della campagna commerciale 2021/22 (da agosto a luglio) evidenziano un aumento del 2,2% rispetto alla campagna precedente anche grazie alla riduzione del prezzo medio al dettaglio (-1,9%). La combinazione di questi due elementi ha determinato una crescita della spesa dello 0,3%.

Nei primi due mesi della campagna commerciale 2022/23 (ossia agosto e settembre) si registra una lieve flessione dei quantitativi acquistati (-1%) e una flessione della spesa del 3% a causa della riduzione del prezzo medio al dettaglio (-2%).

### Mele – acquisti al dettaglio per campagna commerciale\* (€/kg) e var. % vs 2021 e vs triennio 2018-20

		2019/20	2020/21	2021/22	2021/22 VS 2020/21	2021/22 VS 2017/19
ACQUISTI	000 kg	499.365	464.335	474.658	2,2%	3,4%
SPESA	000 €	738.716	714.798	716.778	0,3%	6,4%
PREZZO MEDIO	€/kg	1,48	1,54	1,51	-1,9%	2,4%

\* da agosto a luglio

Fonte ISMEA –Consumer Panel NielsenIQ

Se si concentra l'attenzione sulle vendite al dettaglio di mele confezionate che in Italia costituiscono circa un terzo delle vendite complessive di mele, nella campagna commerciale 2021/22 l'aumento dei volumi venduti è stato del 14,8% rispetto alla campagna 2020/21 e il prezzo medio ha registrato una flessione del 3,9%. La sintesi di questi due elementi ha determinato una crescita della spesa del 10,3%. Tale dato conferma il fenomeno in atto ormai da qualche anno e, che è stato rafforzato dalla crisi sanitaria per il Covid, che ha determinato un forte investimento da parte dei produttori italiani per adeguare le linee di lavorazione alle richieste della domanda nazionale ed estera che predilige sempre più il prodotto confezionato a quello sfuso. A tal riguardo è fuori di dubbio che la crisi sanitaria legata alla pandemia abbia impresso una forte accelerazione ad un processo già in atto. Il peso medio per singola confezione venduta sta progressivamente diminuendo; si è passati infatti da 1,5 kg/confezione del 2019/20 a 1,4 kg/confezione del 2021/22. In termini percentuali la riduzione è del 3% su base annua e del 6% su base triennale.

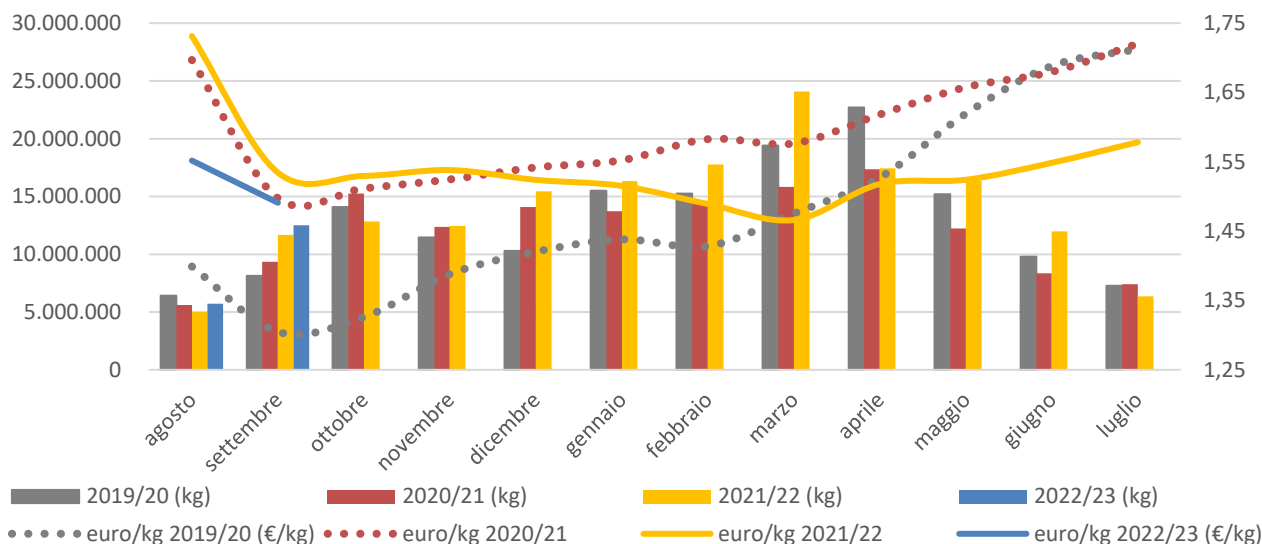
Per il prodotto confezionato, l'inizio campagna 2022/23 – al momento sono disponibili i dati di agosto e settembre – appare segnata da una marcata flessione del prezzo medio (-4,1%) e dal consistente aumento degli acquisti in volume +6,9%. In termini di spesa si registra una crescita del 2,5%. I dati relativi alle vendite di mele biologiche confezionate sono particolarmente positivi ed evidenziano una crescita dell'11,2% in volume a fronte di un prezzo sostanzialmente stabile -1,2%. Le vendite di mele biologiche confezionate rappresentano una quota del 3,3% delle vendite di mele





confezionate in termini di quantità e del 5,6% in valore. L'andamento positivo degli acquisti consolida una dinamica in corso da qualche anno, considerata una crescita del 2,1% in termini di volume e del 5,8% della spesa rispetto alla campagna 2020/21.

#### Ripartizione mensile degli acquisti di mele confezionate (kg) e prezzo medio (€/kg)

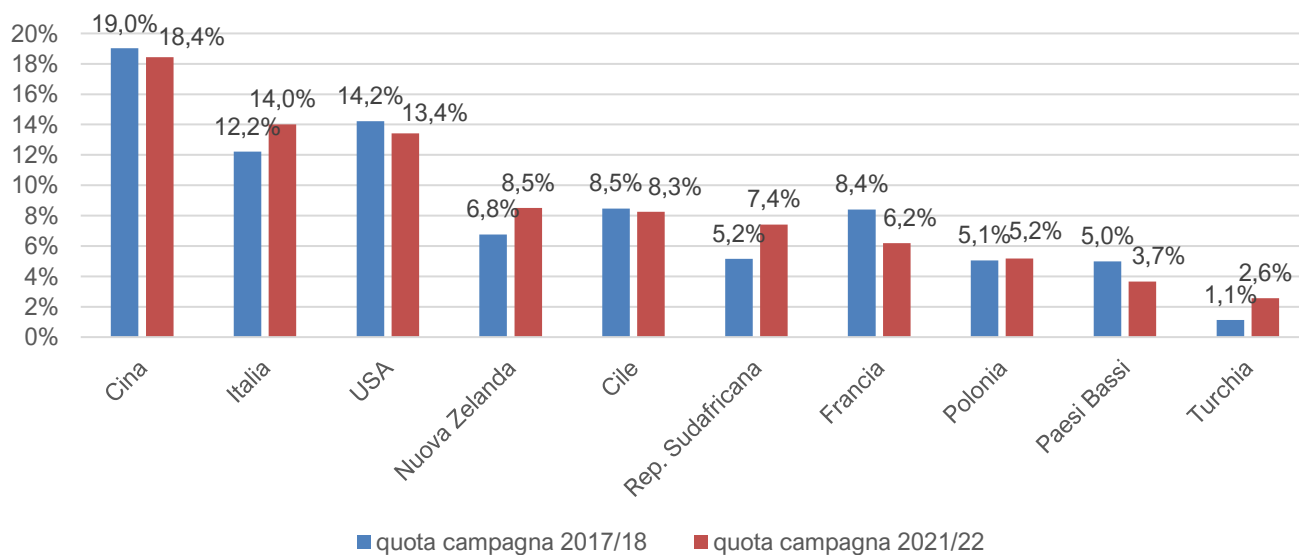


Fonte: ISMEA- NielsenIQ Market Track

## Commercio con l'estero dell'Italia

A livello mondiale le importazioni di mele muovono oltre 8 milioni di tonnellate di prodotto per un controvalore di 7.155 milioni di euro. La Cina è il primo esportatore mondiale con una quota in valore del 18%, seguita da Italia (14%), USA (13%), Nuova Zelanda (9%), Cile (8%), Repubblica sudafricana (7%), Francia (6%), Polonia (5%), Paesi Bassi (4%) e Turchia (3%).

#### Top 10 esportatori mondiali (quota % in valore per campagna commerciale)



Fonte: elaborazione ISMEA su dati ITC

La mela è il prodotto ortofrutticolo italiano che vanta il miglior saldo della bilancia commerciale. Nell'ultima campagna commerciale – da agosto 2021 a luglio 2022 – il saldo dell'Italia ha raggiunto quota 836 milioni di euro grazie all'esportazione di circa 900mila tonnellate di mele.



La campagna 2021/22 si è chiusa con un peggioramento del 6,8% del saldo della bilancia commerciale delle mele rispetto alla campagna precedente. Tale risultato è riconducibile principalmente alla flessione dell'11% dei quantitativi esportati anche se la riduzione dei volumi è stata parzialmente bilanciata dall'aumento del prezzo medio (+4,8%). Le importazioni sono cresciute di circa 10mila tonnellate rispetto alla campagna precedente (+41%) ma la relativa spesa è stata calmierata dalla riduzione del prezzo medio (-22%).

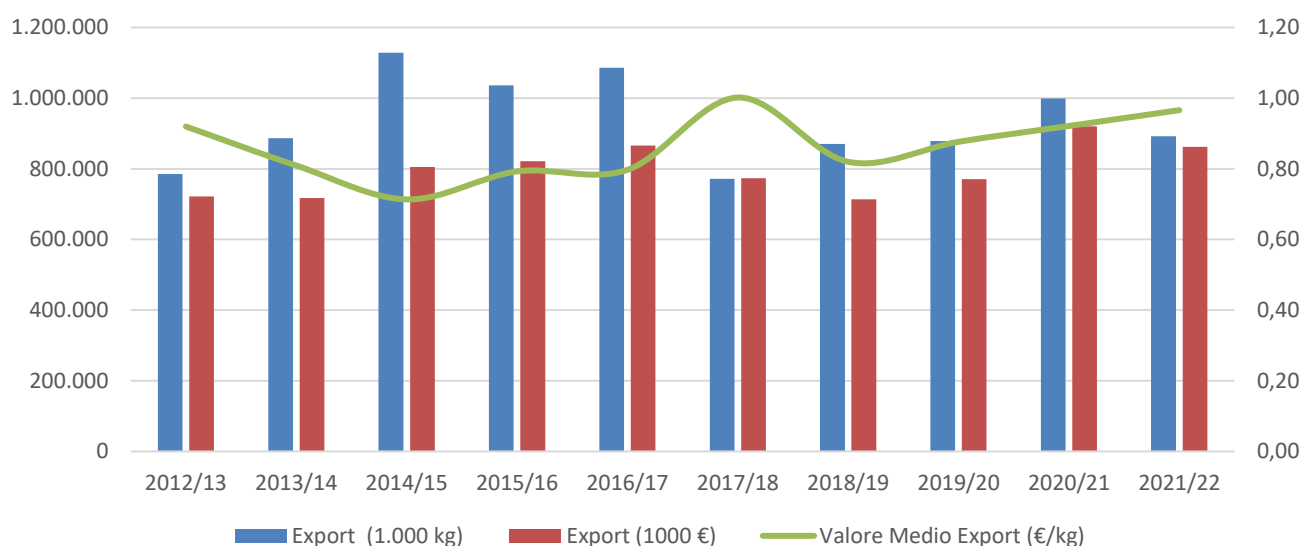
#### Commercio con l'estero di mele dell'Italia

	2019/20	2020/21	2021/22	2021/22 VS 2020/21	2021/22 VS MEDIA CAMPAGNE 2017/18-2019/20
<b>IMPORT (.000 KG)</b>	48.678	25.401	35.871	41,2%	-42,9%
<b>IMPORT (.000 €)</b>	29.386	23.343	25.748	10,3%	-30,4%
<b>EXPORT (.000 KG)</b>	878.918	998.941	892.294	-10,7%	6,2%
<b>EXPORT (.000 €)</b>	770.338	920.382	861.990	-6,3%	14,5%
<b>SALDO (.000 KG)</b>	830.240	973.539	856.423	-12,0%	10,1%
<b>SALDO (.000 €)</b>	740.952	897.039	836.242	-6,8%	16,9%
<b>VALORE MEDIO IMPORT (€/KG)</b>	0,60	0,92	0,72	-21,9%	22,8%
<b>VALORE MEDIO EXPORT (€/KG)</b>	0,88	0,92	0,97	4,8%	7,4%

Fonte: elaborazione ISMEA su dati Istat

Il confronto dei risultati del commercio estero della campagna 2021/22 coi dati medi delle tre campagne comprese tra il 2017/18 ed il 2019/20 sono assolutamente positivi: si evidenzia infatti l'incremento dei quantitativi esportati (+6,2%) e la riduzione di quelli importati (-43%) a fronte di un aumento del prezzo medio sia per il prodotto esportato (+7,4%) sia di quello importato (+23%). Queste dinamiche hanno determinato il miglioramento del saldo della bilancia commerciale sia in quantità (+10%) sia in valore (+17%).

#### Esportazioni di mele (000 kg e 000 €) (asse sn) e valore medio all'export (€/kg) (asse dx)



Fonte: elaborazione ISMEA su dati Istat

Nella campagna 2021/22, in termini di valore, le esportazioni dell'Italia sono ripartite al 53% nell'area UE e per il 47% in area Extra UE. La Germania si conferma come il primo cliente del nostro Paese con una quota del 28% delle esportazioni complessive anche se registra una flessione dell'8,7% rispetto alla campagna 2020/21 e del 3,1% rispetto al dato di medio periodo (campagne 2017/18-2019/20). Consistenti riduzioni delle esportazioni hanno riguardato anche molti altri tra i principali mercati di sbocco come Spagna (-19% su anno ma +28% rispetto al medio periodo), Egitto (-14% e +48%), Regno Unito (-5,2% e +32%), Paesi Bassi (-8,3% e +14%) e paesi scandinavi. Di contro, le spedizioni



verso il Medio Oriente (Arabia Saudita, Emirati arabi e Israele), la Libia e l'India hanno registrato tassi di crescita a due cifre sia rispetto alla campagna 2020/21 sia rispetto al medio periodo.

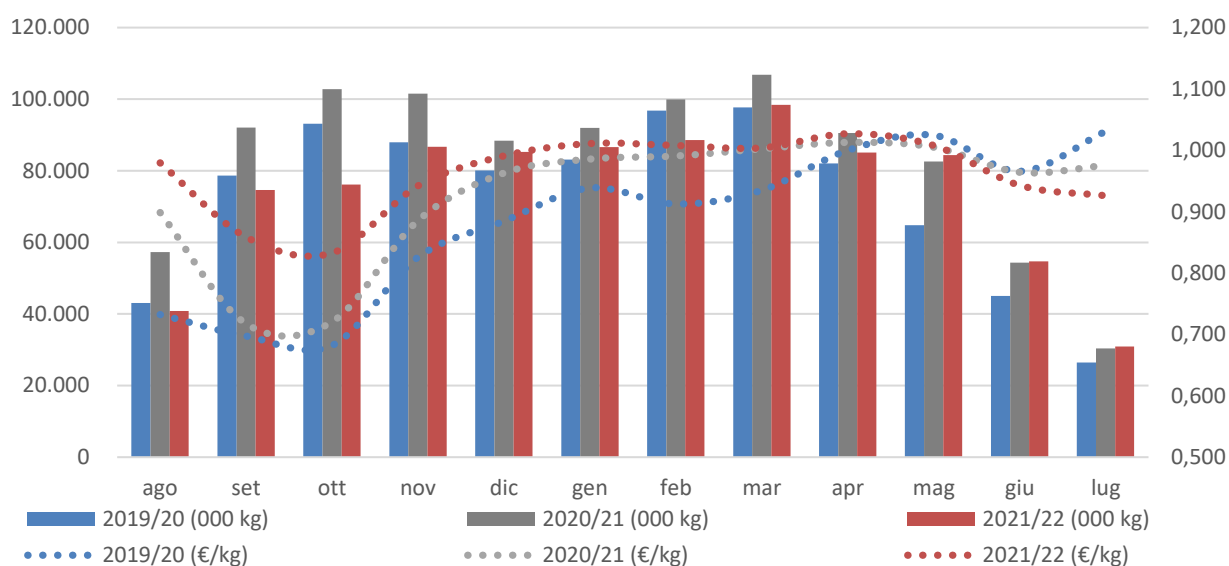
In generale, il confronto con i dati di medio periodo evidenziano una dinamica positiva per tutti i principali clienti dell'Italia ad eccezione di Svezia, Francia, Austria, Repubblica ceca e Svizzera che nel 2021/22 registrano un calo degli introiti generati dalle esportazioni rispetto al dato delle campagne 2017/18-2019/20.

#### Esportazioni dell'Italia di mele per paese cliente (2021/22)

		EXPORT IN QUANTITÀ	EXPORT IN VALORE	VALORE MEDIO	QUOTA IN VALORE	VAR. IN VALORE 2021/22 VS 2020/21	VAR. IN VALORE 2021/22 VS MEDIA 2017/18-2019/20
		(.000 kg)	(.000 €)	(€/kg)	(%)	(%)	(%)
	Mondo	861.990	892.294	0,97	100%	-6,3%	15%
	UE	494.743	495.465	1,00	57%	-13%	2%
	Extra UE	367.247	396.829	0,93	43%	3,9%	38%
<b>1</b>	Germania	237.477	224.415	1,06	27,5%	-8,7%	-3,1%
<b>2</b>	Spagna	71.460	71.204	1,00	8,3%	-19%	28%
<b>3</b>	Arabia Saudita	63.821	63.391	1,01	7,4%	28%	39%
<b>4</b>	Egitto	61.867	91.030	0,68	7,2%	-14%	48%
<b>5</b>	India	53.357	60.386	0,88	6,2%	40%	130%
<b>6</b>	Regno Unito	51.050	42.947	1,19	5,9%	-5,2%	32%
<b>7</b>	Norvegia	29.239	22.841	1,28	3,4%	-16%	12%
<b>8</b>	Svezia	27.786	29.695	0,94	3,2%	-18%	-2,9%
<b>9</b>	Paesi Bassi	27.379	23.449	1,17	3,2%	-8,3%	14%
<b>10</b>	Danimarca	26.186	20.008	1,31	3,0%	-0,9%	20%
<b>11</b>	Israele	25.617	24.793	1,03	3,0%	32%	184%
<b>12</b>	Francia	16.653	35.159	0,47	1,9%	-24%	-21%
<b>13</b>	Finlandia	13.995	14.315	0,98	1,6%	-13%	15%
<b>14</b>	Belgio	13.075	9.747	1,34	1,5%	13%	35%
<b>15</b>	Emirati arabi uniti	12.929	12.221	1,06	1,5%	1,7%	4,0%
<b>16</b>	Libia	9.363	9.304	1,01	1,1%	38%	20%
<b>17</b>	Austria	9.186	8.977	1,02	1,1%	-38%	-35%
<b>18</b>	Repubblica ceca	8.627	11.348	0,76	1,0%	-46%	-16%
<b>19</b>	Svizzera	8.617	13.511	0,64	1,0%	11%	-6%
<b>20</b>	Giordania	7.736	9.193	0,84	0,9%	0,5%	-26%

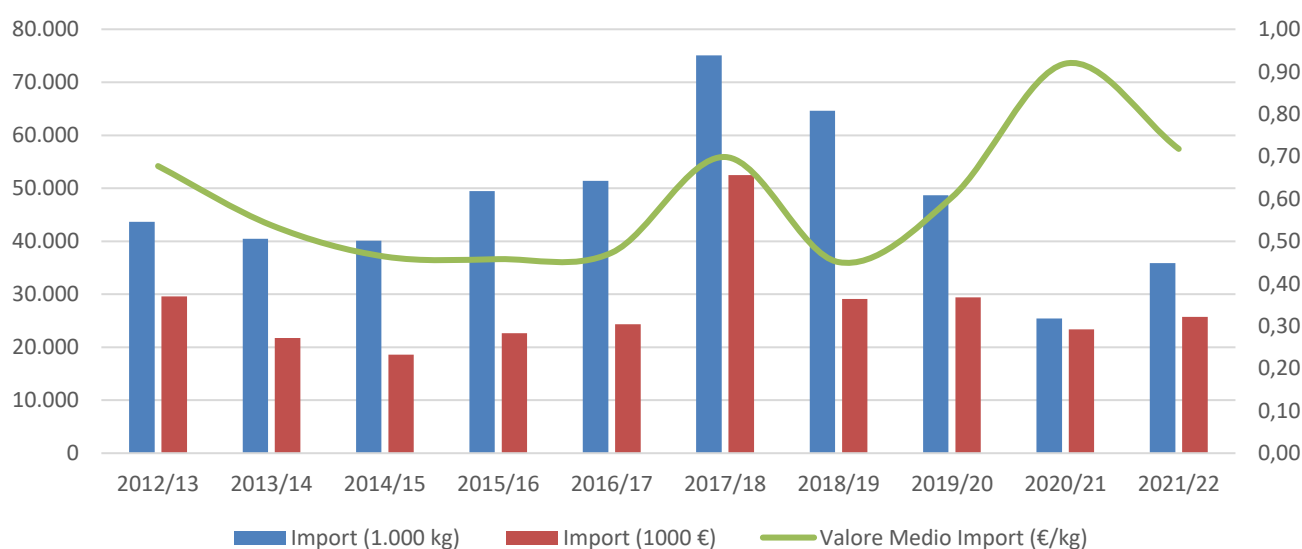
Fonte: elaborazione ISMEA su dati Istat

Per quanto concerne il calendario delle esportazioni di mele dell'Italia, queste sono distribuite in maniera omogenea in 9 mesi l'anno con volumi che - oscillano tra 80 e 100 milioni di kg al mese, mentre tra giugno e agosto le spedizioni procedono a un ritmo molto più lento compreso tra 25 e 50 milioni di kg per mese.


**Esportazioni di mele (.000 kg) (asse sn) e valore medio all'export (€/kg) (asse dx)**


Fonte: elaborazione ISMEA su dati Istat

Nella campagna commerciale 2021/22, le importazioni italiane di mele si sono attestate a circa 36mila tonnellate, ossia sui livelli più bassi dell'ultimo decennio, con la sola eccezione della campagna 2020/21 quando sono state importate poco più di 25mila tonnellate di mele. Il prezzo medio del prodotto importato risente dell'andamento del mercato mondiale e nell'ultima campagna si è ridimensionato rispetto alla campagna precedente, attestandosi a circa 0,72 €/kg.

**Importazioni di mele (000 kg e 000 €) (asse sn) e valore medio all'export (€/kg) (asse dx)**


Fonte: elaborazione ISMEA su dati Istat

Per quanto riguarda i mercati di approvvigionamento dell'Italia, a livello di macroaree, nella campagna 2021/2022, circa i due terzi della spesa per l'importazione di mele da parte dell'Italia riguarda i Paesi dell'Ue e solo un terzo i Paesi extra Ue, anche se nel caso delle importazioni dai Paesi Bassi e dalla Germania si tratta di triangolazioni di prodotto originario dell'emisfero australe.

Nell'ultima campagna, il Cile si è confermato il principale fornitore di mele dell'Italia con una quota del 26% delle importazioni in valore dell'Italia. A seguire si piazzano la Francia con il 16% e la Croazia con il 10%. Rispetto alla campagna precedente le importazioni dal Cile sono diminuite mentre quelle da Francia e Croazia sono cresciute. Il



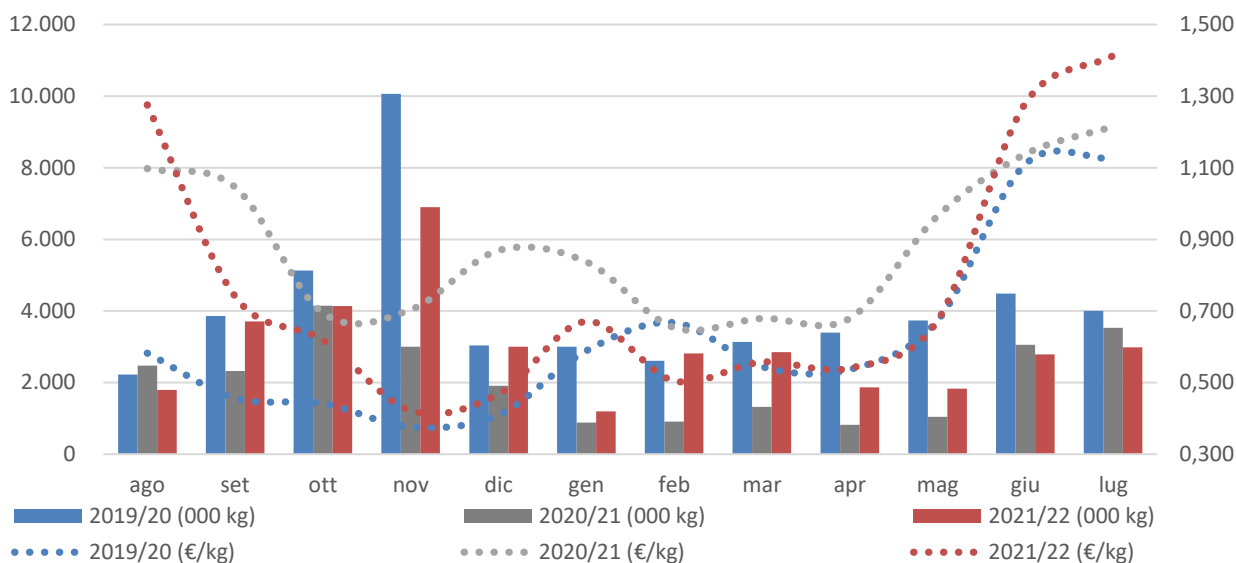
prezzo medio del prodotto cileno è cresciuto del 9% mentre quello delle mele francesi e croate è diminuito rispettivamente del 10 e del 6%.

**Importazioni dell'Italia di mele per paese di provenienza (2021/22)**

		IMPORT IN QUANTITÀ	IMPORT IN VALORE	VALORE MEDIO	QUOTA IN VALORE	VAR. IN VALORE 2021/22 VS 2020/21	VAR. IN VALORE 2021/22 VS MEDIA 2017/18-2019/20
		(.000 kg)	(.000 €)	(€/kg)	(%)	(%)	(%)
	Mondo	35.871	25.748	0,72	100%	10%	-30%
	UE	29.526	16.674	0,56	65%	15%	-42%
	EXTRA-UE	6.345	9.074	1,43	35%	2%	11%
<b>1</b>	Cile	4.659	6.676	1,43	26%	-4%	26%
<b>2</b>	Francia	7.613	4.102	0,54	16%	3%	-28%
<b>3</b>	Croazia	4.730	2.458	0,52	9,5%	261%	29%
<b>4</b>	Germania	3.804	2.036	0,54	7,9%	-26%	-4%
<b>5</b>	Spagna	2.121	2.023	0,95	7,9%	-43%	-67%
<b>6</b>	Slovacchia	2.630	1.735	0,66	6,7%	422%	53%
<b>7</b>	Paesi Bassi	1.355	1.423	1,05	5,5%	55%	-24%
<b>8</b>	Austria	1.488	1.187	0,80	4,6%	18%	-64%
<b>9</b>	Uruguay	609	976	1,60	3,8%	70%	92%
<b>10</b>	Polonia	2.902	878	0,30	3,4%	115%	-70%

Fonte: elaborazione ISMEA su dati Istat

Il calendario delle importazioni dell'Italia vede una distribuzione abbastanza omogenea nell'arco dell'anno, con un flusso in entrata compreso tra 2 e 4 milioni di kg per mese. Negli ultimi anni sono stati registrati picchi di importazioni nei mesi di ottobre e novembre.


**Importazioni di mele (.000 kg) (asse sn) e prezzo medio all'export (€/kg) (asse dx)**


Fonte: elaborazione ISMEA su dati Istat

## Considerazioni finali

La campagna commerciale 2022/23 delle mele italiane si preannuncia tutt'altro che semplice. Il conflitto russo-ucraino sta delineando cambiamenti inimmaginabili soltanto dodici mesi fa quando comunque l'attenzione internazionale era calamitata dalla pandemia da Covid 19. Le conseguenze economiche e sociali che questo conflitto sta determinando assumono toni molto preoccupanti. Limitandoci alla filiera in esame, i frutticoltori hanno dovuto fare i conti con rincari – spesso a tre cifre – di molti dei mezzi che tradizionalmente impiegano per la coltivazione come ad esempio i concimi, il gasolio e l'energia elettrica. Ed è proprio il rincaro dei prodotti energetici a mettere a dura prova la sostenibilità economica delle attività realizzate dalle OP e delle altre imprese che conservano, condizionano e confezionano la frutta.

A cascata i rincari interessano gli operatori più a valle che trasportano a temperatura controllata e distribuiscono in maniera capillare il prodotto nei punti vendita di tutto il mondo. È doveroso ricordare che siamo di fronte a una filiera che fa delle esportazioni in un centinaio di paesi nel mondo un pilastro del proprio sostegno economico.

Sul fronte dei consumi, bisognerà verificare l'effetto che la fortissima spinta inflattiva avrà sul potere d'acquisto delle famiglie europee e sulla spesa per i prodotti alimentari. In tale contesto, "la mela" appare assolutamente solida e ben posizionata rispetto ai prodotti sostitutivi, grazie all'ampiezza della gamma in termini di varietà, qualità e prezzi.

Maggiori incertezze provengono invece dalle ripercussioni che il conflitto russo-ucraino potrà avere sui rapporti tra l'Italia e i Paesi extra Ue. Un altro elemento è rappresentato dalle problematiche legate ai trasporti e alla logistica verso i mercati di sbocco più lontani.

In particolare, sul versante dei Paesi d'oltremare è auspicabile che rientrino le difficoltà legate all'aumento dei costi dei noli per il trasporto marittimo, ma in ogni caso bisognerà fare i conti con la debolezza dell'euro rispetto al dollaro USA che se da un lato rende più competitive le esportazioni del prodotto europeo, dall'altro lato continua a mantenere alti i costi di trasporto.



Responsabile	Fabio Del Bravo
Coordinamento tecnico	Michele Di Domenico
Redazione	Mario Schiano lo Moriello
Contatti	<a href="mailto:redazione@ismae.it">redazione@ismae.it</a>