



IL MERCATO BIOLOGICO: IL PUNTO DI VISTA DEI PRODUTTORI AGRICOLI E DEI TRASFORMATORI

**Enrico De Ruvo – Ismea
Bologna, 8 settembre 2014**

AGENDA

1. Introduzione - Le indagini Panel dell'Ismea sulle aziende agricole e sulle industrie bio
2. Il punto di vista dei produttori agricoli biologici
3. Il punto di vista dei trasformatori bio
4. Conclusioni



1

LE INDAGINI PANEL ISMEA SUL BIOLOGICO

www.ismea.it
www.ismeaservizi.it

I DATI UFFICIALI DEL SINAB SULL' AGRICOLTURA E SULL'INDUSTRIA BIO NEL 2013

	2012	2013	Var. % 13/12
Produttori esclusivi	40.146	41.513	3,4
Preparatori esclusivi	5.597	6.154	10,0
Produttori/Preparatori	3.669	4.456	21,4
Totale operatori	49.709	52.383	5,4

Fonte: Sinab

I PANEL ISMEA: BREVI CENNI METODOLOGICI

L'ISMEA intervista trimestralmente due Panel per complessive 2.000 imprese circa, tra agricole e di trasformazione, al fine di monitorare il loro *sentiment*, misurato sinteticamente dall'**Indice di Clima di Fiducia**.

Per il biologico Ismea si avvale di un **Panel** ragionato di imprese, selezionate a partire dalla lista nazionale ufficiale (MiPAAF): poco più di 200 aziende agricole e circa 300 imprese dell'industria alimentare e delle bevande.

Presentiamo per la prima volta i risultati del Panel biologico.



Clima di Fiducia agricolo

metodologia condivisa a livello europeo con altre 10 nazioni dell'Ue al tavolo tecnico coordinato dal Copa-Cogeca.



Clima di Fiducia dell'industria

conforme alle linee guida dell'UE The Joint Harmonised UE Programme of Business and Consumer Survey - User Guide.



2

IL PUNTO DI VISTA DEI PRODUTTORI AGRICOLI BIO

www.ismea.it
www.ismeaservizi.it

IL PANEL DELLE AZIENDE AGRICOLE BIO

LA DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE

Comparto	Peso %
Seminativi	32%
Cereali	19%
Colture industriali	3%
Patate e ortaggi	9%
Foraggi	1%
Legnose	12%
Frutta	8%
Agrumi	3%
Vivai	1%
Olive per olio	12%
Vite per vino	11%
Zootecnia da carne	18%
Bovini	10%
Suini	2%
Avicunicoli	4%
Zootecnia da latte	16%
Bovini	12%
Ovi-caprini	3%
Totale Agricoltura	100%

Area geografica	Peso %
Nord Ovest	14%
Nord Est	27%
Centro	21%
Mezzogiorno	38%
Italia	100%

LA PRODUZIONE BIO NEL 2014

NON E' CAMBIATO MOLTO NEL 2014 MA...

- Una % consistente delle aziende agricole del Panel (il 38%) ritiene che la **produzione** nei primi due trimestri del 2014 sia **rimasta più o meno uguale** a quella del pari periodo dello scorso anno; è da rilevare tuttavia che un 24% dichiara che non ha avuto produzione fino a questo periodo dell'anno (in coerenza con i calendari produttivi e il riposo vegetativo) e un 22% ha riscontrato una flessione della produzione
- Anche in termini di **rese** il campione ritiene in maggioranza che nel secondo trimestre esse sono risultate in linea col livello medio degli ultimi 3 anni o inferiori alle aspettative
- Anche le **previsioni** per il prossimo trimestre e per l'annata agraria in generale non prevedono grandi scossoni, con il 42-45% delle aziende che prevede un livello normale di produzione
- Da rilevare tuttavia che per l'annata agraria in corso un 24% di aziende ritiene che la produzione possa aumentare rispetto all'anno precedente, in modo particolare quelle che producono olive da olio e legnose fruttifere
- Le aziende intervistate ritengono infine che nel secondo trimestre del 2014 i **costi** siano rimasti **invariati** (46% degli intervistati) o **umentati** (43%); l'aumento dei costi (inerente soprattutto le voci energetiche) riguarderebbe in misura superiore alla media i seminativi e la zootecnia da latte

LA STIMA DELLA PRODUZIONE BIO NEL 2013/1

	superfici (ha)			produzione stimata* (q.li)
	2012	2013	Var. % 13/12	2013
Cereali per la produzione di granella (comprese le sementi)	210.543	191.400	-9,1	6.104.201
Grano duro	87.795	98.359	12,0	3.003.837
Grano tenero e farro	26.347	24.677	-6,3	797.947
Orzo	30.829	30.329	-1,6	869.473
Avena	19.909	20.632	3,6	454.595
Mais	8.400	6.575	-21,7	408.132
Riso	9.049	9.528	5,3	570.217
Piante da radice	1.175	909	-22,7	156.041
Patate (incluse primaticce e da semina)	894	667	-25,4	156.041
Totale semi oleosi	8.760	10.782	23,1	192.668
Girasole	3.262	5.626	72,5	95.665
Soia	4.493	3.888	-13,5	97.003
Ortaggi	19.250	20.157	4,7	1.354.519
Tutte le brassicacee (escl. da radice)	1.686	1.557	-7,6	182.380
Cavolfiore e broccoli	914	878	-3,9	182.380
Ortaggi a foglia o a stelo (escl. brassicacee)	3.634	3.657	0,6	68.265
Asparagi	531	513	-3,4	36.675
Lattuga	197	165	-16,2	31.590
Ortaggi coltivati per il frutto	4.803	5.592	16,4	854.076
Pomodori	2.088	1.967	-5,8	711.443
Meloni	451	737	63,3	142.633
Ortaggi a tubero e bulbo	1.476	1.259	-14,7	249.798
Carote	752	684	-9,1	196.410
Cipolla	270	237	-12,2	53.388
Legumi	7.651	8.092	5,8	n.d.

* per la produzione stimata i sub-totali si riferiscono soltanto alla somma delle voci principali che sono state monitorate

LA STIMA DELLA PRODUZIONE BIO NEL 2013/2

	superfici (ha)			produzione stimata* (q.li)
	2012	2013	Var. % 13/12	2013
Frutta	78.122	100.986	29,3	6.724.007
Frutta da zona temperata	17.894	28.324	58,3	1.949.122
Mele	3.995	3.586	-10,2	1.078.515
Pere	1.280	1.111	-13,2	156.641
Pesche	1.946	1.644	-15,5	261.901
Albicocche	2.001	1.930	-3,6	243.267
Ciliegie	3.004	2.981	-0,7	96.524
Prugne	744	907	21,9	112.274
Frutta in guscio	30.071	38.963	29,6	533.193
Noci	1.245	1.162	-6,7	25.523
Nocciole	6.987	7.175	2,7	106.617
Mandorle	10.572	22.306	111,0	294.222
Castagne	10.665	7.565	-29,1	106.831
Frutta da zona subtropicale	4.817	4.883	1,4	671.315
Kiwi	3.575	3.706	3,7	671.315
Agrumi	25.340	28.816	13,7	3.570.377
Limone e lime	4.364	5.555	27,3	1.359.015
Arance	12.040	13.038	8,3	2.211.362
Vite da vino	55.970	66.578	19,0	4.914.880
Olive da olio	163.454	175.600	7,4	7.622.558

* per la produzione stimata i sub-totali si riferiscono soltanto alla somma delle voci principali che sono state monitorate

LA COMMERCIALIZZAZIONE NEL II TRIMESTRE 2014

L'ANDAMENTO CONGIUNTURALE DELLA COMMERCIALIZZAZIONE IN VOLUME NON PRESENTA UNA DINAMICA UNIVOCA

In riferimento al prodotto principale della sua azienda, potrebbe dirmi se le quantità commercializzate in questo trimestre, rispetto allo stesso trimestre dell'anno scorso, sono:

	Aumentate	Rimaste uguali	Diminuite	Non sa/ nr
Seminativi	35%	38%	26%	0%
Legnose	27%	18%	55%	0%
Olive per olio	40%	27%	33%	0%
Vite per vino	50%	19%	31%	0%
Zootecnia da carne	20%	47%	30%	3%
Zootecnia da latte	26%	56%	18%	0%
Agricoltura	33%	34%	32%	1%

IL FATTURATO NEL I SEMESTRE 2014

IL FATTURATO CUMULATO SEMBREREBBE ESSERE RIMASTO SOSTANZIALMENTE STABILE

Il fatturato complessivo della sua azienda, dall'inizio dell'anno fino a questo trimestre, è aumentato/diminuito rispetto al fatturato dello stesso periodo dell'anno scorso?

	Aumentato	Rimasto uguale	Diminuito	Non so/n.r.
All. animali da latte	26%	37%	26%	11%
All. animali da carne	11%	47%	34%	8%
Vite da vino	26%	43%	22%	9%
Olive da olio	28%	36%	20%	16%
Legnose	12%	31%	35%	23%
Seminativi	11%	56%	24%	9%
Agricoltura	15%	46%	28%	11%

I CANALI DI SBOCCO

Destinazione geografica delle produzioni aziendali

(risposte multiple)

- stessa provincia di ubicazione 82%
- territorio delle province limitrofe 29%
- altre zone d'Italia 26%
- paesi Ue 24%
- paesi extra-Ue 10%

I canali di sbocco

(risposte multiple)

- vendita diretta **39%**
- coop., consorzi, associaz. 37%
- intermediari commerciali 31%
- GDO 6%

La vendita diretta

(risposte multiple)

- tramite punto vendita aziendale 92%
- tramite GAS 14%
- tramite mercati rionali 13%
- tramite sito internet 11%

Le motivazioni per praticarla

- contatto diretto con il consumatore 61%
- spuntare un prezzo più elevato 55%
- far conoscere altre attività connesse 25%

Motivi per cui non viene praticata

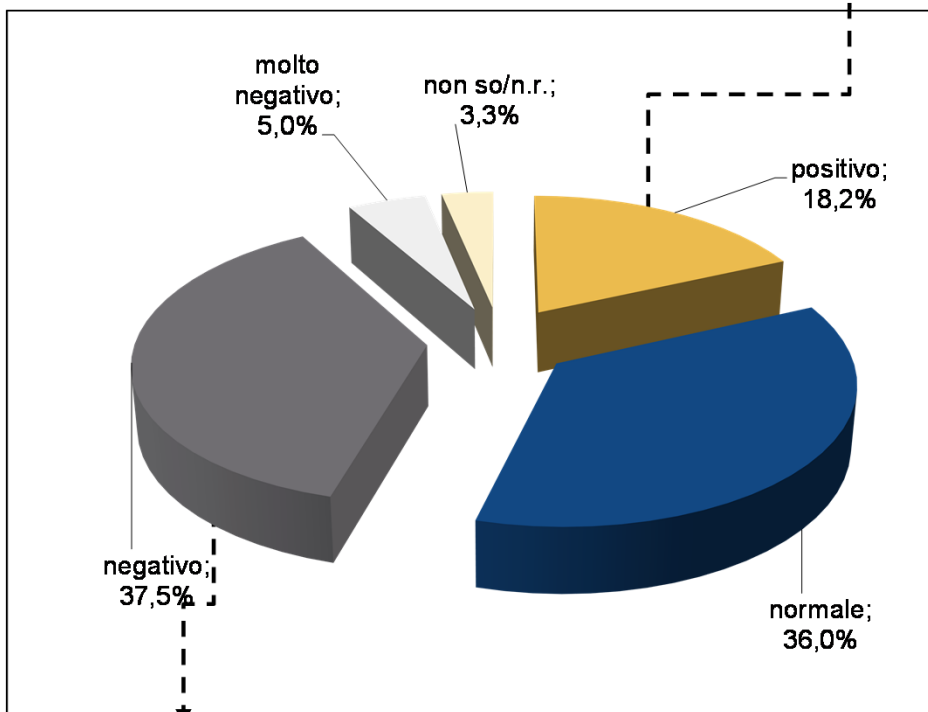
- non si sono mai occupate di commercio 60%
- conferisc. l'intera produzione a Coop/Op/Ass./Consorzi 26%

(NB: giudizi forniti da chi ha risposto che non la pratica)

L'ANDAMENTO DEL SETTORE BIO E LE PROSPETTIVE

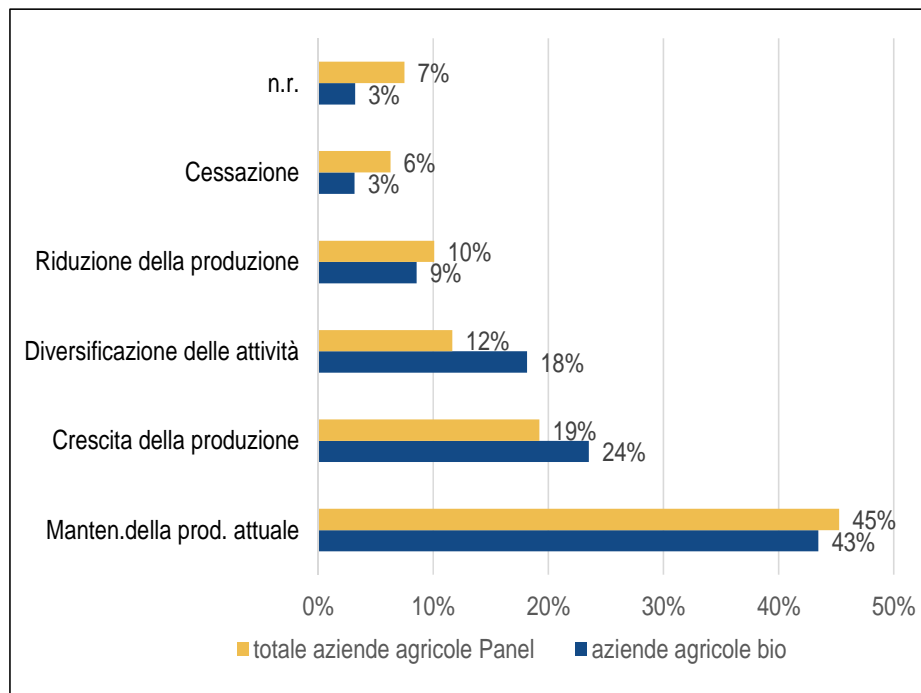
Come giudica nel II trimestre 2014, rispetto al trimestre precedente, l'andamento del settore in cui opera la sua azienda?

Superiore alla media per erbacee e vino



Superiore alla media per allevamenti da carne e legnose

Per la sua azienda quale futuro immagina nei prossimi 2-3 anni?



IL CLIMA DI FIDUCIA NEL II TRIMESTRE 2014

L'indice di clima di fiducia dell'agricoltura bio e le sue componenti

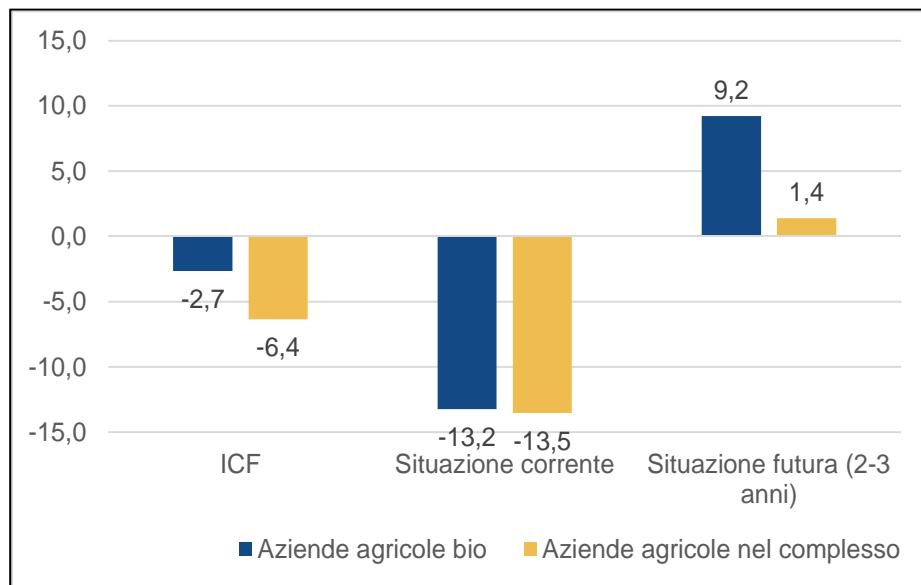
	ICF	Situazione corrente	Situazione futura (2-3 anni)
Agricoltura	-2,7	-13,2	9,2
Vite per vino	21,7	6,5	39,1
Seminativi	0,1	-10,0	11,4
Zootecnia da latte	-4,7	-12,9	4,3
Olive per olio	-6,5	-16,0	4,0
Zootecnia da carne	-8,3	-21,1	6,6
Legnose	-15,1	-25,0	-3,8

Il clima di fiducia è particolarmente favorevole per la vite da vino e superiore alla media per i seminativi; risulta invece maggiormente negativo per legnose e zootecnia da carne

Anche i giudizi sulla situazione corrente e su quella futura vedono eccellere la vite da vino per quanto riguarda le prospettive future e evidenziano una situazione attuale meno rosea per legnose e zootecnia da carne

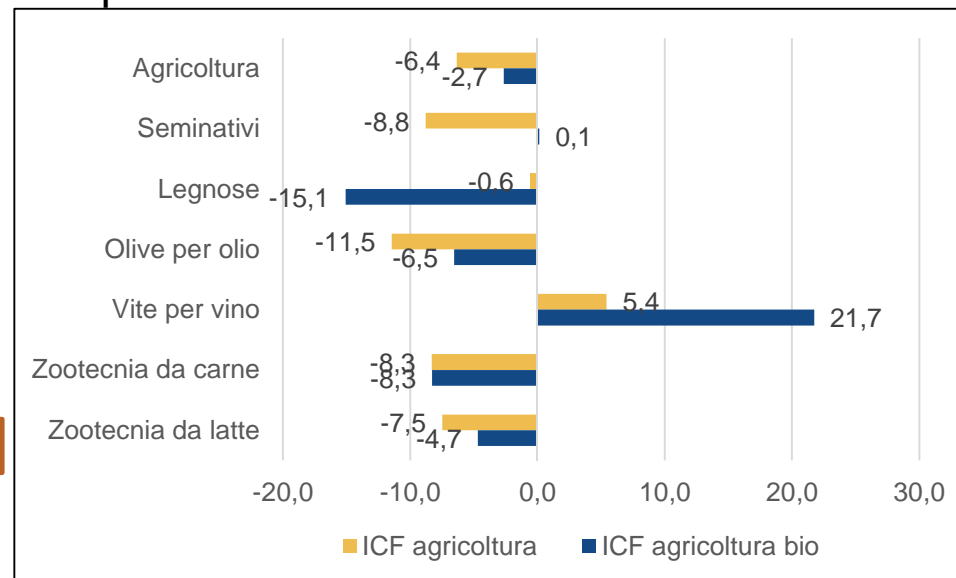
IL CONFRONTO CON L'AGRICOLTURA NEL COMPLESSO

L'indice di clima di fiducia dell'agricoltura bio e le sue componenti a confronto con i corrispondenti indicatori dell'agricoltura nel complesso

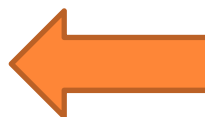


L'agricoltura bio fa sempre meglio dell'agricoltura nel complesso...

L'indice di clima di fiducia bio a confronto con quello agricolo complessivo per l'agricoltura e i suoi sotto-comparti



... e ciò avviene in quasi tutti i comparti, salvo quello delle legnose e della zootecnia da carne





3

IL PUNTO DI VISTA DEI TRASFORMATORI BIO

www.ismea.it
www.ismeaservizi.it

IL PANEL DELLE AZIENDE DI TRASFORMAZIONE BIO

LA DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE

Comparto	Peso %
Carni rosse	5%
Carni bianche	1%
Elaborazioni di carni	4%
Ittica	1%
Ortofrutta	21%
Olio	8%
Lattiero-caseari	20%
Gelati	1%
Molitoria	4%
Riso	2%
Mangimistica	4%
Pane e panetteria	3%
Prodotti da forno	4%
Dolciaria	2%
Pasta	10%
Vino	8%
Acque e bevande	1%
Totale	100%

Area geografica	Peso %
Nord Ovest	28%
Nord Est	34%
Centro	19%
Mezzogiorno	20%
Italia	100%

IL CLIMA DI FIDUCIA DELL'INDUSTRIA BIO NEL II TRIMESTRE 2014

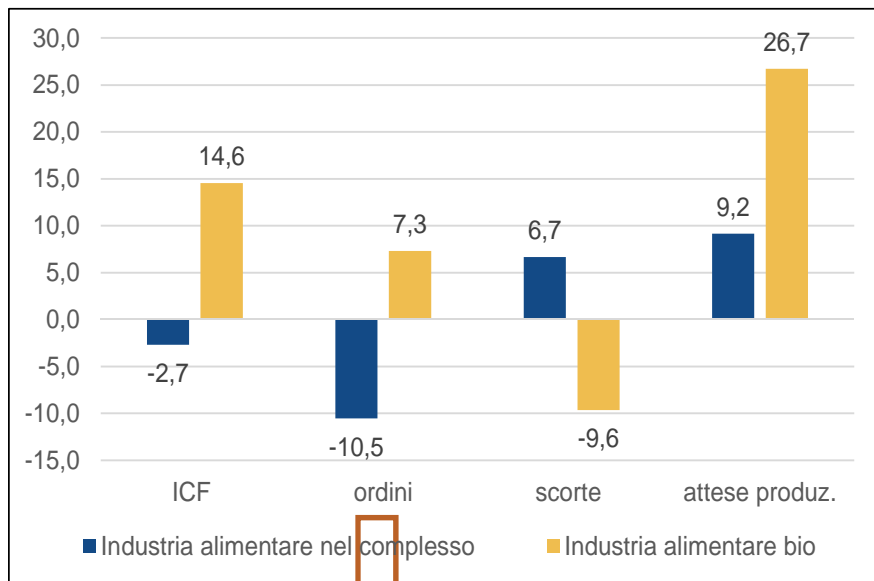
L'indice di clima di fiducia dell'industria bio e le sue componenti

(Variazione II trim 14/II trim 13 per ordini e scorte; attese di produzione per il III trimestre 2014)

	saldo delle percentuali di risposta			
	ICF	ordini	giacenze	attese produzione
Totale industria bio	14,6	7,3	-9,6	26,7
Latt. casearia	-2,1	-11,7	9,0	14,4
Ortofrutta	27,2	36,5	-3,9	41,3
Prod. Forno	13,7	-35,5	-52,8	23,8
Pasta	26,1	43,4	1,2	36,3
Acque e bev.	34,1	97,7	2,1	6,7
Dolciaria	9,4	-38,5	-7,7	59,0
Molitoria	-2,1	-1,8	-1,6	-6,1
Olio	45,1	23,1	-56,6	55,7
Riso	-9,3	-1,7	0,0	-26,3
Elab. carni	36,2	44,3	0,0	64,3
Vino	13,8	-12,5	-2,3	51,8
Carni bianche	29,8	90,6	0,6	-0,6

IL CONFRONTO CON L'INDUSTRIA NEL COMPLESSO

L'indice di clima di fiducia dell'industria bio e le sue componenti a confronto con i corrispondenti indicatori dell'industria nel complesso

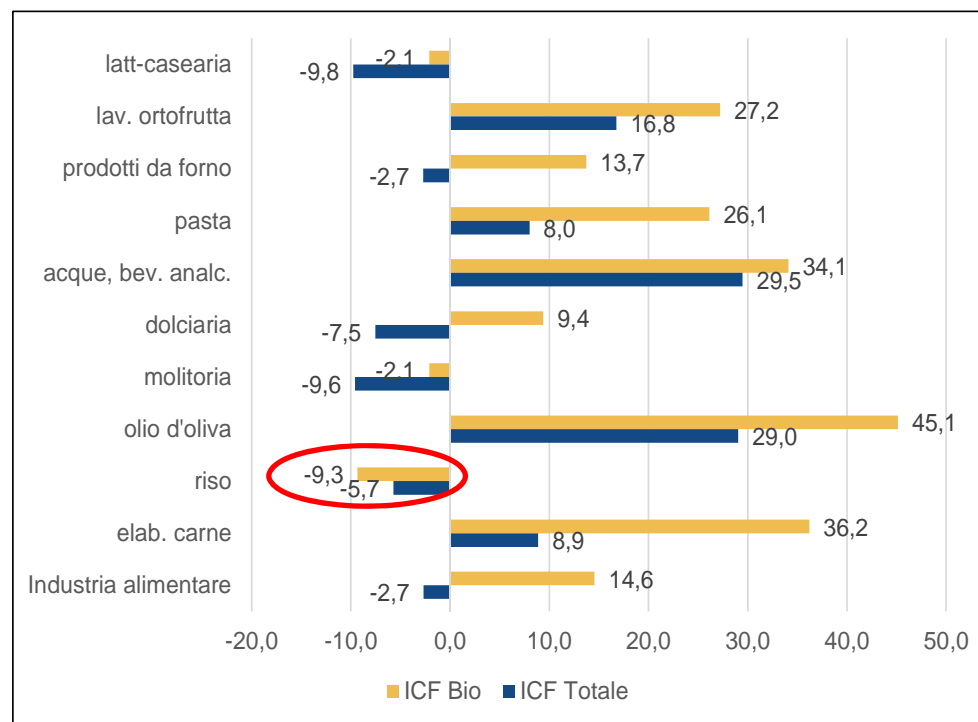


Ordini	Industria bio	Totale industria
nazionali	5,8	-16,2
estero (Area UE)	18,8	5,8
estero (Area Extra UE)	11,9	5,5

Soltanto nel comparto del riso l'indice del clima di fiducia del biologico è meno favorevole del convenzionale



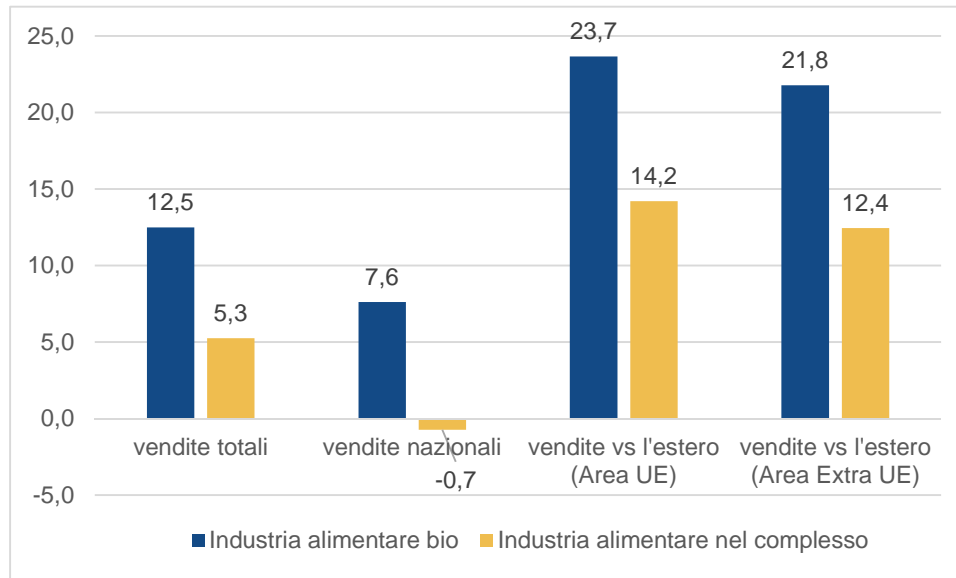
L'indice di clima di fiducia bio a confronto con quello industriale complessivo per industria e i suoi sotto-comparti



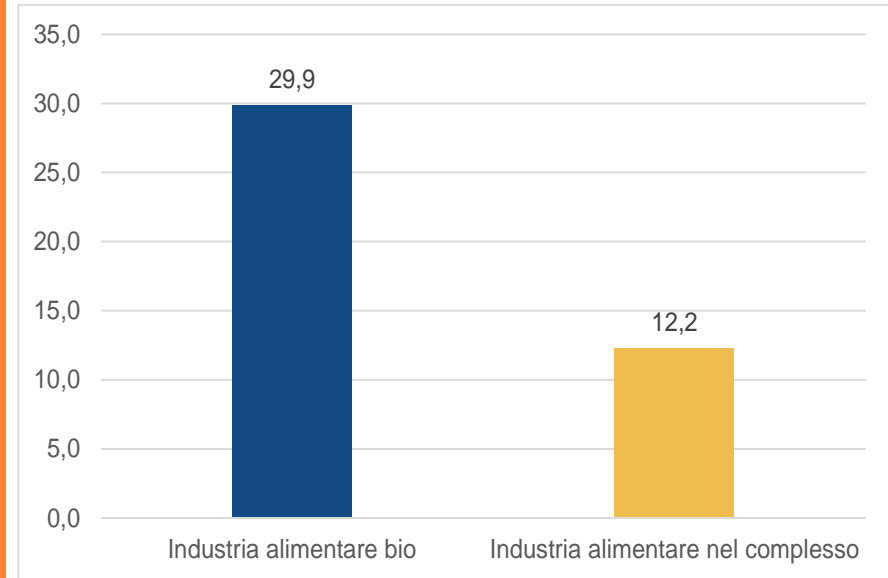
ANDAMENTO DELLE VENDITE DELL'INDUSTRIA BIO

IL BIO MOSTRA SEMPRE PERFORMANCE MIGLIORI DEL CONVENZIONALE E UN ANDAMENTO NETTAMENTE MIGLIORE SUI MERCATI ESTERI, IN PARTICOLARE QUELLI UE

Vendite in volume nel II trimestre 14 rispetto al I trimestre 14 (saldi delle % di risposta "in aumento" - "in diminuzione")



Previsione dei volumi di vendita per il III trim 2014 (saldi delle % di risposta "aumenterà" - "diminuirà")



Gli intervistati dichiarano inoltre che in generale il proprio settore è andato abbastanza bene nel II trimestre 2014 rispetto al primo dello stesso anno, con un andamento più favorevole rispetto all'industria agroalimentare nel suo complesso

4

CONCLUSIONI

L'AGRICOLTURA BIO ACCUSA MAGGIORI DIFFICOLTA'...

- In un contesto molto positivo sul fronte della domanda e dei consumi domestici, appare evidente che nella filiera biologica è la parte agricola che mostra le maggiori debolezze.
- Diversi sono i segnali di maggiore fiacchezza rispetto alla fase industriale:
 - crescita meno elevata del numero di produttori rispetto al numero di trasformatori;
 - costi ritenuti da molti in aumento;
 - produzione ritenuta in parte in flessione;
 - situazione del settore considerata da molti negativa;
 - *sentiment* negativo;
 - fatturato che non decolla;
 - ...
- Vi è tuttavia una favorevole visione a livello agricolo sull'andamento complessivo del settore nei prossimi 2-3 anni; inoltre l'indice di fiducia del biologico risulta meno negativo di quello dell'agricoltura nel suo complesso, condizionato sempre da una situazione attuale negativa e da prospettive future percepite come molto meno rosee.
- Vi sono inoltre dei comparti come quello della vite da vino e delle olive da olio che registrano delle performance sia produttive che di vendita molto favorevoli (al contrario i comparti che accusano più della media delle difficoltà sono quello delle legnose e della zootecnia da carne).

....MENTRE L'INDUSTRIA BIO E' IN BUONA SALUTE

- Nell'industria, ordini (in particolari quelli esteri dell'Area Ue), livello delle scorte e soprattutto le aspettative produttive risultano su livelli favorevoli o molto favorevoli.
- Conseguentemente la fiducia delle imprese che trasformano materie prime bio risulta positiva e ben più favorevole di quella delle industrie della trasformazione alimentare nel complesso, che al contrario registrano valori negativi delle componenti dell'indice di fiducia.
- A livello commerciale le vendite nel secondo trimestre 2014 risultano positive, soprattutto quelle estere dove le performance dei trasformatori bio risultano superiori alla media dell'andamento delle vendite bio in generale, che a loro volta risultano nettamente più positive rispetto all'industria nel suo complesso.
- Anche le previsioni per la seconda metà del 2014 sono all'insegna dell'ottimismo e molto più positive per le industrie bio che per quelle convenzionali.
- Probabilmente il traino proveniente da una domanda molto vivace alimenta la fiducia di un anello della filiera che è molto più vicino alle fasi a valle della filiera ed orientato al mercato.
- Al tempo stesso, i dati esposti evidenziano anche la «distanza» (non solo «di filiera») tra il buon andamento dei consumi e il contesto agricolo.



GRAZIE PER LA
VOSTRA
ATTENZIONE

www.ismea.it
www.ismeaservizi.it

Direzione Servizi di mercato

Enrico De Ruvo
e.deruvo@ismae.it

Via Lancisi, 27
00161 Roma
tel. (+39) 06.855.68. 460