

Il settore ortofrutta



Aprile 2023

Report 2023

[ALLIANZ-TRADE.IT](https://www.allianz-trade.it)

Allianz Trade è il marchio utilizzato per identificare i servizi forniti da Euler Hermes.



Il settore ortofrutta in Italia

Eccellenza del Made in Italy con sempre maggiore presenza nella GDO.

Impatti notevoli sugli utili a causa dei costi energetici che si aggiungono alla scarsa remunerazione dei produttori.

Export record nel 2022 grazie alla crescita a due cifre del trasformato, che ha bilanciato il calo del fresco.



Sfide

- Disfunzione lungo la *supply chain* a causa della grande quantità di player lungo la filiera
- Accelerazione dell'import e della concorrenza internazionale
- Calo dei consumi sul mercato domestico ed incidenza crescente degli eventi climatici



Opportunità

- Adozione di tecnologie digitali, sviluppo delle vendite on line e miglioramento del packaging
- Contributi UE alle Organizzazioni dei produttori per ricerca e agricoltura di precisione
- Incidenza sulle vendite del LCC (Largo Consumo Confezionato) da parte dei discount in crescita rispetto a iper e supermercati



Variabili critiche

- Sviluppo tecnologico e digitale anche per la parte logistica (tracciabilità)
- Sostegno della Politica agricola comune 2023/2027
- Costi di energia, concimi e imballaggi

I numeri del settore

Il panorama nazionale

Aziende > 300mila



Ricavi 15 MLD €



Ettari coltivati 1 milione



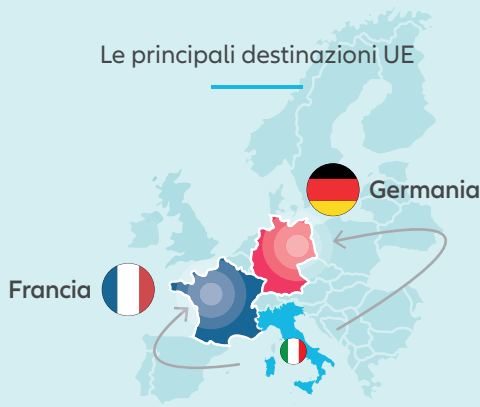
25,5% della Produzione agricola nazionale



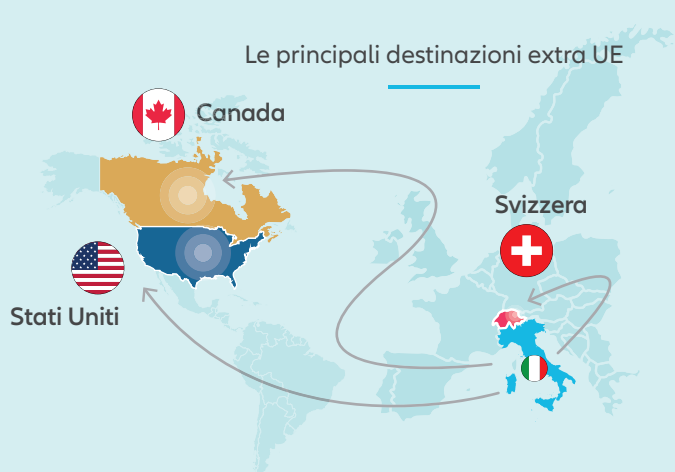
nel 2022



Le principali destinazioni UE



Le principali destinazioni extra UE



Il settore ortofrutta

- 2 L'infografica
- 3 Panorama del settore
- 4 Il censimento delle aziende agricole
- 4 La produzione certificata con denominazione DOP e IGP
- 4 La bilancia commerciale
- 5 L'analisi finanziaria di Allianz Trade
- 6 Ortofrutta 4.0
- 7 La filiera agroalimentare



Panorama del settore

Il **settore ortofrutticolo**, che conta circa 300mila aziende, in Italia vale **15 miliardi di euro** e rappresenta circa 1/4 della produzione agricola nazionale. Su 100 euro di spesa da parte del consumatore, però, solo 6 euro circa finiscono al produttore, valore che scende a 2 euro se si parla di prodotti trasformati, il resto va invece al commercio, alla logistica e all'intermediazione.

Tra le cause di questa disfunzione lungo la **supply chain ortofrutticola** due sono le principali: una mancanza di aggregazione endemica del tessuto produttivo italiano e una grande quantità di player lungo tutta la filiera, dagli operatori logistici ai confezionatori, dagli intermediari ai commercializzatori.

Le sfide del settore non sono poche. L'**ortofrutta consumata** in Italia nel 2022 è stata pari a 5,47 milioni di tonnellate, l'8,6% in meno rispetto ai 5,98 milioni del 2021.

Il calo medio degli **ortaggi** è stato pari al 9,4%, superando quello della **frutta** (-7,8%), e risentendo quindi maggiormente di eventi climatici avversi. L'insalata in busta è la regina degli acquisti di ortofrutta confezionata mentre le patate hanno accusato le maggiori flessioni.

Così anche il **volume d'affari** generato dall'ortofrutta nel 2022 ha finito per segnare un -1% in raffronto al valore degli acquisti nello stesso periodo dell'anno precedente¹.

¹ Osservatorio di mercato Cso Italy.

IL SETTORE ORTOFRUTTA

Il censimento delle aziende agricole

Il settore ortofrutticolo, come tutto il comparto agricolo, sta cambiando: le aziende sono sempre meno anche se di dimensioni maggiori.

Secondo il 7° Censimento Istat, **negli ultimi 20 anni il numero delle aziende agricole si è più che dimezzato** - in 38 anni sono scomparse 2 aziende su 3 - però allo stesso tempo la loro superficie media è più che raddoppiata. La Superficie Agricola Utilizzata (SAU), infatti, è passata da 5,1 a 11,1 ettari medi per azienda.

Un altro aspetto che emerge dal Censimento Istat è che le aziende agricole italiane hanno mantenuto la loro **impronta familiare**, dove anche la manodopera è prevalentemente legata alla famiglia, anche se negli anni è stata anche introdotta manodopera non familiare.

Per quanto riguarda la **digitalizzazione**, anche se sono quasi quadruplicate negli ultimi 10 anni le imprese che si sono digitalizzate (dal 3,8% del 2010 al 15,8% nel 2020), l'adozione di tecnologie digitali è ancora marginale per il settore. Sempre in merito alla digitalizzazione emerge dal Censimento una netta propensione delle imprese più grandi ad adottare soluzioni digitali, così come da parte di quelle aziende guidate da persone giovani, fino a 44 anni di età: in questo caso il tasso di digitalizzazione arriva al 32,2%, mentre se i dirigenti hanno più di 65 anni il tasso si ferma al 7,6%².

La produzione certificata con denominazione DOP e IGP

I **prodotti ortofrutticoli DOP e IGP** contano 118 denominazioni (nel 2021 compresi i cereali) e oltre 20mila

² Dati Istat.



operatori che nel 2022 hanno generato un valore di 384 milioni di euro alla produzione (-1,8%). I dati sono in crescita per la quantità certificata, anche se la contrazione dei listini medi all'origine per alcune grandi IG (in particolare le mele) ha causato la riduzione del valore della produzione.

Nel dettaglio le **principali sottocategorie** sono: mele (187 milioni di euro), ortaggi (50 milioni di euro), frutta in guscio (37 milioni di euro), agrumi (36 milioni di euro) e frutta estiva (32 milioni di euro). Le esportazioni valgono 150 milioni di euro, con una flessione del -15,4% sull'anno precedente³.

La bilancia commerciale

Dopo il vitivinicolo, il settore ortofrutticolo è quello caratterizzato

³ Dati Ismea.

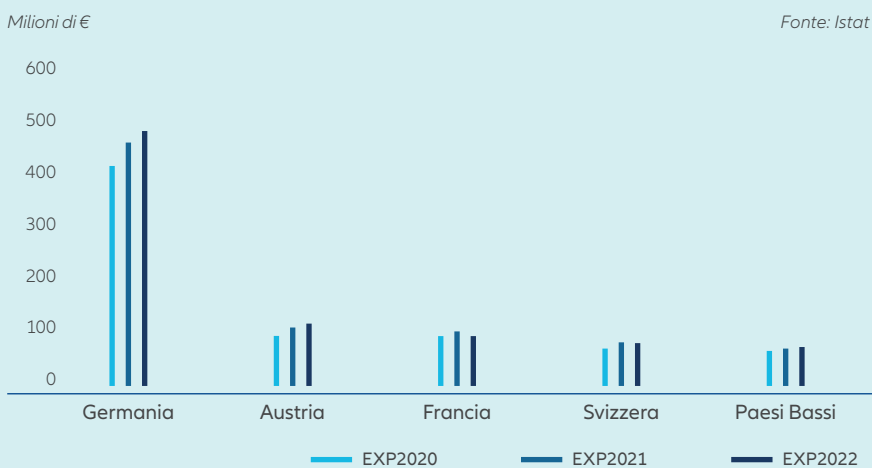
dalla maggiore propensione all'**export**, che ha raggiunto nel 2022 il record di **10 miliardi di euro** tra fresco (in flessione) e trasformato (in crescita a due cifre). Un dato che fa parte dei circa 60 miliardi di euro dell'export agroalimentare nel suo complesso (record anch'esso) e che risente della spirale inflattiva che ha gonfiato i prezzi di vendita.

La **Germania** rappresenta il primo mercato di sbocco, con circa ¼ del totale, mentre il dato degli Stati Uniti è stato influenzato dalla valutazione del dollaro. Ottimo il risultato della Puglia, con la Valle dell'Ofanto in prima linea, e dell'Agro Pontino (Lazio).

Interessante anche il fatto che a questo exploit dell'Italia corrisponde una flessione dell'export di settore di uno dei principali concorrenti, la Spagna (-10%). Si fa invece più agguerrita la concorrenza dei Paesi africani (Marocco, Sudafrica, etc.).

L'import/export nei primi dieci mesi del settore **orticolo** evidenzia un interscambio che si svolge principalmente con l'Europa e registra un attivo commerciale con molti Paesi tranne Francia, Paesi Bassi e, soprattutto, Spagna.

Principali destinazioni di ortaggi nei primi 10 mesi



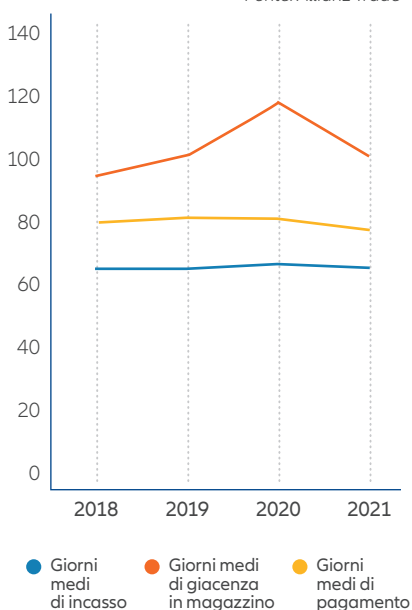
I forti rincari per gli acquisti di concimi, imballaggi, gasolio e attrezzature varie si sono abbattuti sul settore agricolo nel suo complesso mettendone in crisi i bilanci, già stretti nella morsa tra GDO e consumi in calo.

L'analisi del quadriennio 2018/2021 dei conti economici e patrimoniali presenti nel database Allianz Trade, e relativa non solo alla coltivazione ma anche alla lavorazione e alla commercializzazione dell'ortofrutta, evidenzia un **fatturato in ripresa dopo la flessione del biennio 2019/2020**, con redditività comunque contenuta seppure positiva. Le aziende di coltivazione orticola presentano il fatturato medio inferiore, circa ¼ del fatturato medio delle aziende produttrici di frutta.

L'**analisi del capitale circolante** evidenzia come gli alti volumi sono caratterizzati da una altrettanto veloce - e costante nel tempo - rotazione delle poste finanziarie che si accompagna a un appesantimento del magazzino, in riduzione nell'ultimo anno osservato.

Capitale circolante aziende ortofrutticole (raccolto, commercializzazione e lavorazione)

Fonte: Allianz Trade



L'analisi finanziaria di Allianz Trade

Proprio l'analisi delle scorte evidenzia che il maggior rallentamento è da addebitare al comparto della **commercializzazione sia all'ingrosso che al dettaglio**, perché il raccolto procede con una certa velocità anche nella regolazione degli aspetti finanziari (più ravvicinata in assoluto per la coltivazione degli ortaggi), e la parte industriale presenta tempistiche intermedie.

Lo sviluppo delle vendite *on line*, per ora rappresentante una porzione limitata del fatturato, sembra aver contribuito a consolidare questa situazione prima dell'esplosione della tempesta perfetta del 2022 che sicuramente ha inciso sulla redditività di quest'anno.

Ciò è sottolineato dalla **situazione dei mancati pagamenti**, che hanno segnato un picco nel 2018 per poi andare lentamente a declinare negli anni a seguire, con un rimbalzo proprio nel 2022. A causa del sensibile aumento dei costi di produzione più di un'azienda agricola su 10 (l'11%) è stata costretta a dichiarare il fallimento e a cessare la sua attività, e circa un terzo del totale nazionale è costretto a lavorare con reddito negativo.

Anche un numero non trascurabile di intermediari, soprattutto grossisti, sono stati interessati da **procedure concorsuali**. In generale nelle campagne sono registrati aumenti dei costi anche a tre cifre dei concimi e del gasolio. Tutta la filiera si è trovata a dover fronteggiare anche gli aumenti dei fornitori di imballaggi. Qualche esempio: il vetro è aumentato del 30% rispetto al 2021, +15% per il tetra



pack, +35% per le etichette, +45% per il cartone, +60% per i barattoli di banda stagnata, fino al record del +70% per la plastica. A tutto questo si aggiunge anche il rincaro considerevole del trasporto su gomma, al quale si aggiunge la situazione non facile dei costi dei container e dei noli marittimi.

Il principale imputato di questa quantità di rincari è l'**aumento dei costi dell'energia** e, se si pensa che la produzione agricola e alimentare in Italia assorbe circa l'11% dei consumi energetici totali (equivalenti a circa 13,3 milioni di tonnellate di petrolio all'anno), è facile comprendere gli effetti devastanti del caro energia su tutta la filiera del settore.

Ortofrutta 4.0

Dalla **Blockchain** allo **SmartFarming**, il settore dell'ortofrutta è quello che conta il maggior numero di **soluzioni 4.0**, un mercato che vale in Italia 450 milioni di euro, di cui il 39% della spesa è destinato a sistemi di monitoraggio e controllo, il 20% ai software gestionali, il 14% ai macchinari connessi, il 10% ai sistemi di monitoraggio da remoto, e il 9% a quelli di mappatura.

In grande crescita anche le soluzioni digitali innovative per la **tracciabilità alimentare**: dalla Blockchain la cui presenza è più che raddoppiata negli ultimi anni, ai QR Code, dalle mobile app ai data analytics e all'Internet of Things.

Costruire **modelli sostenibili per l'ambiente e per la salute dei consumatori**, per la sicurezza e la tracciabilità alimentare sono i punti irrinunciabili per il comparto per

rimanere competitivo. E l'innovazione digitale rappresenta una delle leve fondamentali per il raggiungimento di questi traguardi, per rendere più efficiente il comparto e fare fronte alle grandi sfide globali, come la lotta ai cambiamenti climatici e agli sprechi alimentari, la risposta alla crescente richiesta di sicurezza alimentare e la risoluzione della povertà alimentare⁴.

⁴ Osservatorio Smart AgriFood della School of Management del Politecnico di Milano.



Leggi l'articolo completo
sul nostro magazine:



La filiera agroalimentare

La principale classificazione delle certificazioni agroalimentari si divide in **3 macro ambiti**:

- **certificazione di prodotto**, intende valorizzare e differenziare le qualità di un prodotto alimentare per le sue qualità organolettiche, igienico sanitarie, nutrizionali o tecnologiche;
- **certificazione di sistema** con cui si fa riferimento alla capacità dell'azienda di perseguire il miglioramento delle sue prestazioni;
- **certificazione di processo/ servizio**, che hanno come oggetto le fasi produttive che effettuano le trasformazioni e/o i servizi.

Alcune certificazioni della filiera di produzione

La **certificazione biologica** attesta una produzione biologica complessiva cioè una gestione dell'azienda agricola e la sua relativa produzione agroalimentare che seguono le migliori pratiche ambientali, un alto livello di biodiversità, la salvaguardia delle risorse naturali, criteri rigorosi di benessere nell'allevamento degli animali, e una produzione ottenuta con sostanze e procedimenti naturali.

I prodotti a **Denominazione di origine Protetta (DOP)** sono quei prodotti agricoli o alimentari che hanno origine in una particolare regione o luogo e le cui qualità e caratteristiche sono dovute esclusivamente a quel particolare ambiente geografico.



È fondamentale però che tutte le fasi, produzione, trasformazione e elaborazione avvengano nella stessa area geografica. È l'insieme dei fattori, sia naturali che umani, legati alle tecniche di produzione e di artigianalità di quest'area che consente di ottenere un prodotto unico e inimitabile.

Anche i prodotti con **certificazione IGP**, come i **prodotti DOP**, sono originari di una specifica area geografica, ma a differenza dei precedenti, per l'IGP è sufficiente che almeno una delle fasi di produzione, e non necessariamente tutte, avvengano in quella zona.

C'è poi la **Specialità tradizionale garantita (STG)**, un riconoscimento che interessa quei prodotti ottenuti secondo un metodo di produzione tipico tradizionale di una specifica area geografica, al fine di tutelarne la peculiarità. Il processo produttivo deve

essere poi conforme ad uno specifico disciplinare di produzione.

Il **Global Gap** invece definisce le buone pratiche agricole (Good Agricultural Practice) relative alle best practice delle aziende agricole, alle coltivazioni e agli allevamenti.

Sono necessari requisiti relativi:

- alla tracciabilità;
- agli aspetti ambientali (gestione del terreno e dei rifiuti ecc.);
- alla produzione (impiego di fitofarmaci, tecniche di irrigazione, modalità di raccolta ecc.);
- alla gestione aziendale, alla salute degli animali e a quella dei lavoratori, così come alla loro sicurezza e alle loro condizioni di lavoro.

Allianz Trade al fianco delle imprese del settore ortofrutta.

Come leader mondiali nell'assicurazione dei crediti commerciali, il nostro obiettivo è quello di proteggere il cash-flow delle imprese, aiutandole a crescere.

Offriamo una serie di servizi integrati per la gestione del rischio credito sia in Italia che all'estero: con un network di oltre 5.500 esperti in tutto il mondo, supportiamo lo spirito imprenditoriale dei nostri clienti.

Il nostro approccio prevede una consulenza a 360°: dalla valutazione preventiva del profilo di rischio, all'indennizzo in caso di mancato pagamento, fino al recupero di eventuali crediti insoluti.

Scopri come possiamo supportare la crescita del tuo business del settore ortofrutta con l'assicurazione del credito, visita il nostro sito:



Allianz Trade è il marchio utilizzato per identificare i servizi forniti da Euler Hermes.

Euler Hermes Italia
Roma
Via Raffaello Matarazzo, 19 - 00139

Milano
Piazza della Repubblica, 14/16 - 20124

Contatti
Numero verde 800.88.77.00
allianz-trade.it/contattaci

Sito web
allianz-trade.it

Segui Allianz Trade su

