

**Università degli studi di Teramo
Facoltà di Bioscienze e Tecnologie
Agro-Alimentari e Ambientali**

**Lezioni di
Economia e gestione delle imprese
vitivinicole**

Il sistema agroalimentare

Emilio Chiodo

Anno Accademico 2022-2023



Il sistema agroalimentare

- L'insieme di attività (cioè imprese e settori) tra di loro collegate da rapporti commerciali e che contribuiscono alla creazione del valore del prodotto alimentare come, infine, giunge sulla tavola del consumatore.
- E', in sostanza, tutto ciò che interviene tra "field" (il campo coltivato) e "fork" (la forchetta, la tavola del consumatore).
 - ⇒ Produzione di mezzi tecnici per l'agricoltura (fertilizzanti, mangimi, ecc.)
 - ⇒ Agricoltura
 - ⇒ Industria alimentare
 - ⇒ Distribuzione al consumo
 - ⇒ Ristorazione collettiva



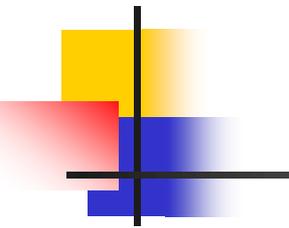
Il sistema agroalimentare

- **Settore**

- Insieme delle imprese che producono principalmente un dato bene o servizio (es. settore agricolo: imprese per più del 50% agricole)

- **Branca**

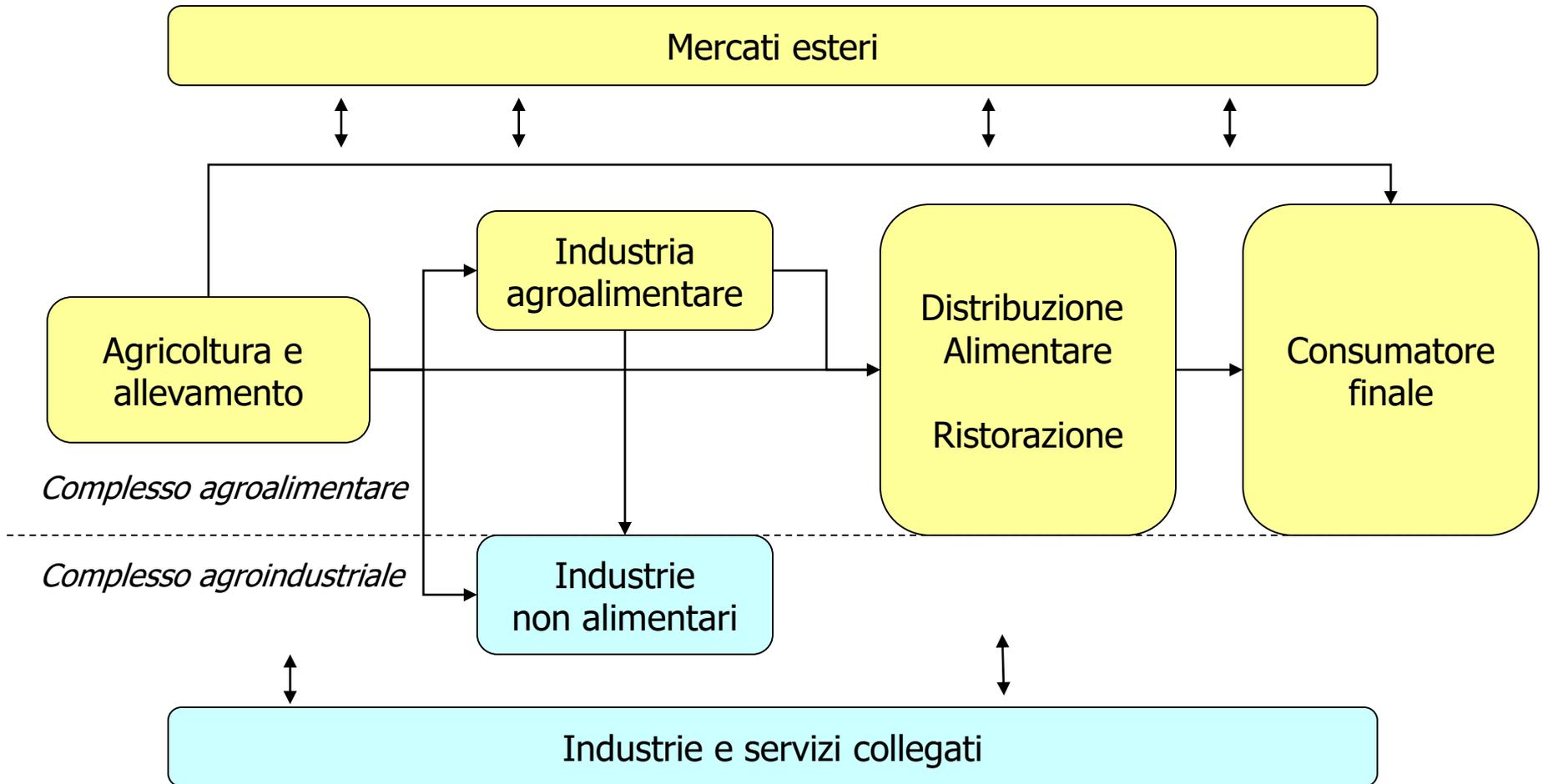
- Insieme delle attività che concorrono alla produzione di un dato bene o servizio (es. branca agricoltura: tutte le attività agricole svolte da qualsiasi impresa, anche non agricola)



Il sistema agroalimentare

- **Complesso agroindustriale**
 - Insieme delle attività alimentari e delle attività di trasformazione delle materie prime agricole a fini non alimentari (silvicoltura, industria del tabacco, cuoio e pellami, tessile, ecc.)
- **Complesso agroalimentare**
 - Insieme delle attività che riguardano i prodotti alimentari
 - Produzione (agricoltura, allevamento, pesca)
 - Trasformazione (industria agroalimentare)
 - Distribuzione (distribuzione alimentare, ristorazione)

Il sistema agroalimentare



Il sistema agroalimentare

Il valore della Bioeconomia in Italia

Settori produttivi	Valore produzione (milioni di euro)			Peso	Occupazione	
	2019	2020	2021	2021	.000	%
Agricoltura silvicoltura e pesca	61.202	60.493	63.154	17,4	928	46,1
Alim., bevande e tabacco	141.904	142.048	153.131	42,1	468	23,2
Tessile bio-based e pelle	9.575	8.110	9.919	2,7	52	2,6
Abbigliamento bio-based	15.276	12.584	15.050	4,1	97	4,8
Concia e pelletteria/ calzature bio-based	16.648	16.203	17.328	4,8	81	4,0
Industria del legno e prodotti in legna	13.348	12.478	16.808	4,6	102	5,1
Industria della carta e prodotti in carta	24.226	24.054	27.494	7,6	68	3,4
Chimica bio-based	5.000	4.825	6.268	1,7	10	0,5
Farmaceutica bio-based	14.296	14.816	15.083	4,1	36	1,8
Gomma e plastica bio-based	1.368	1.321	1.607	0,4	6	0,3
Mobili bio-based	10.772	9.889	12.361	3,4	63	3,1
Bioenergia	3.511	3.321	3.381	0,9	2	-
Biocarburanti	340	292	-	-	-	-
Ciclo idrico	12.499	12.519	13.502	3,7	51	2,5
Gestione e recupero di rifiuti biodegradabili	8.445	8.517	9.189	2,5	49	2,4
TOTALE BIOECONOMIA	338.407	329.471	364.275	100,0	2.013	100,0

10% circa
del totale
economia

CREA,
L'agricoltura
italiana conta
2022

Il sistema agroalimentare italiano

Composizione della catena del valore del sistema agroalimentare (peso %), 2021



Sistema agroalimentare:

549 miliardi di euro di fatturato (15% del totale dell'economia)

- industria alimentare, delle bevande e del tabacco (151,5 miliardi di euro),
- commercio al dettaglio (139 miliardi di euro)
- commercio all'ingrosso (152 miliardi)
- agricoltura (61,6 miliardi di euro)
- ristorazione (44,7 miliardi di euro)

Il sistema agroalimentare italiano

Le dimensioni del sistema agroalimentare: sui consumi delle famiglie

La spesa alimentare delle famiglie è stata nel 2019 di 154,6 miliardi di euro (cui si aggiungono 9,9 miliardi di euro per le bevande alcoliche).

La spesa per gli alimenti e bevande analcoliche è la seconda voce di spesa, dopo quella per l'abitazione, del portafoglio familiare.

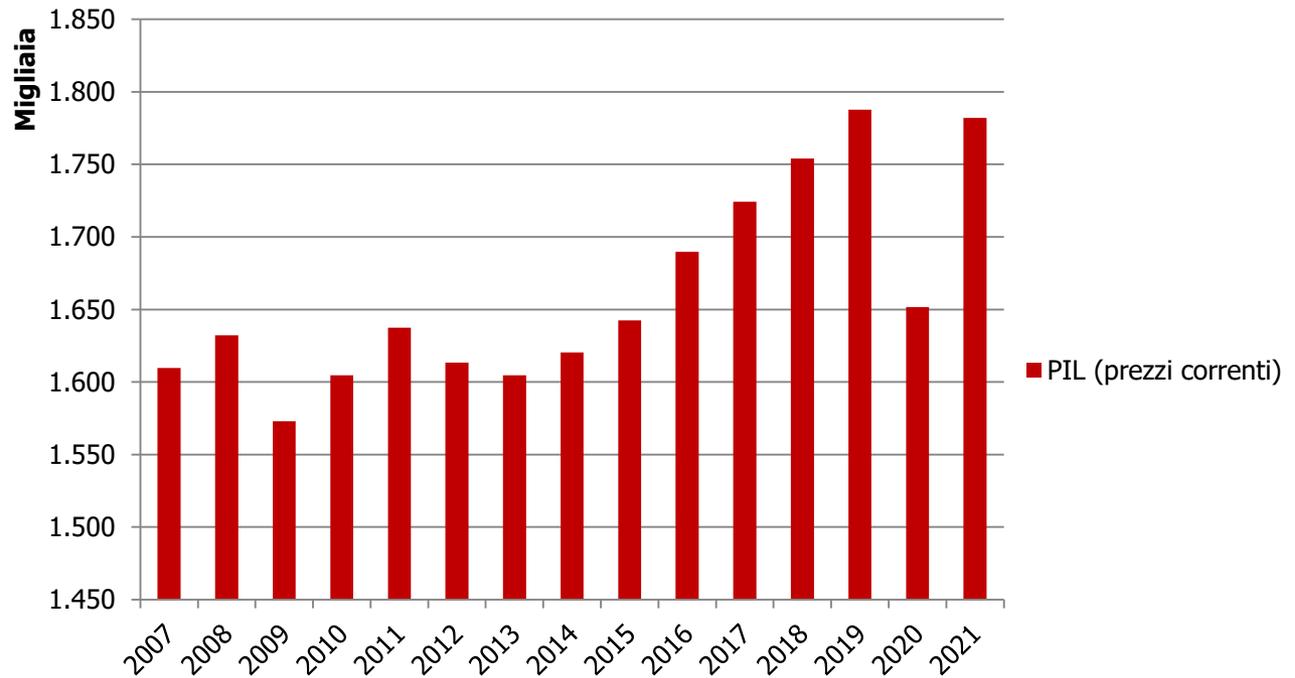
La spesa totale delle famiglie nel 2021 è stata di 2.437 euro in valori correnti, in recupero (+4,7%) rispetto al forte calo del 2020 (2.328 euro al mese, -9% rispetto al 2019).

- In media nel 2021 sono stati spesi 469,9 euro mensili (il 19,3% sulla spesa totale).
- In media nel 2020 sono stati spesi 468 euro mensili (il 20,1% sulla spesa totale).
- In media nel 2019 sono stati spesi 464 euro mensili a famiglia (18,1% del totale della spesa)

(+ 22,4 € per le bevande alcoliche: vini 13,5 e birra 6,2)

Il sistema agroalimentare italiano

Prodotto Interno Lordo (mio €)



Var. %
2020/2019:
-7,7%
2021/2020:
+7,3%

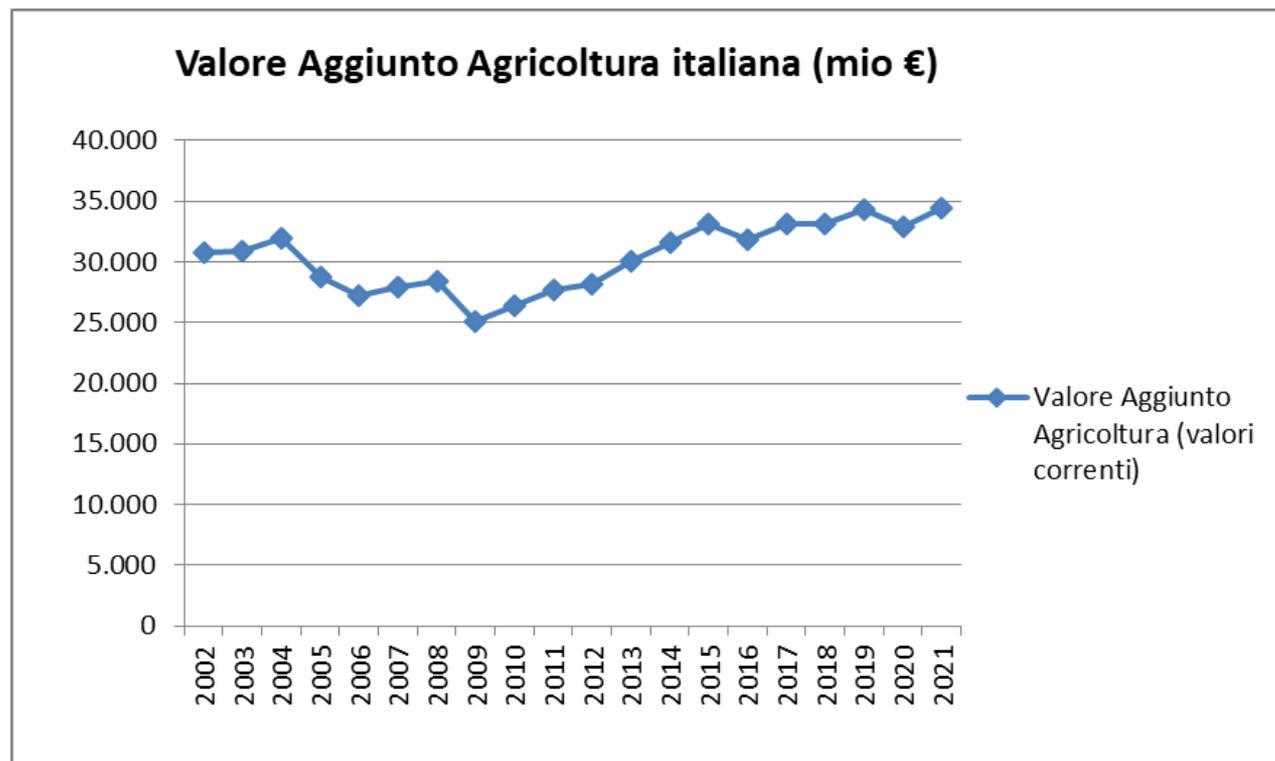
Il sistema agroalimentare italiano

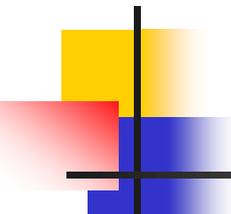
Il Valore Aggiunto (VA) è un indicatore efficace della creazione di valore di un settore. Esso, infatti, è calcolato sottraendo al valore della produzione il costo dei mezzi tecnici acquistati per realizzarla.

Il Valore Aggiunto dell'agricoltura italiana:

**Var. %
2020/2019:
-4,1%
2021/2020:
+ 4,6%**

**Fonte:
elaborazioni da
dati ISTAT**





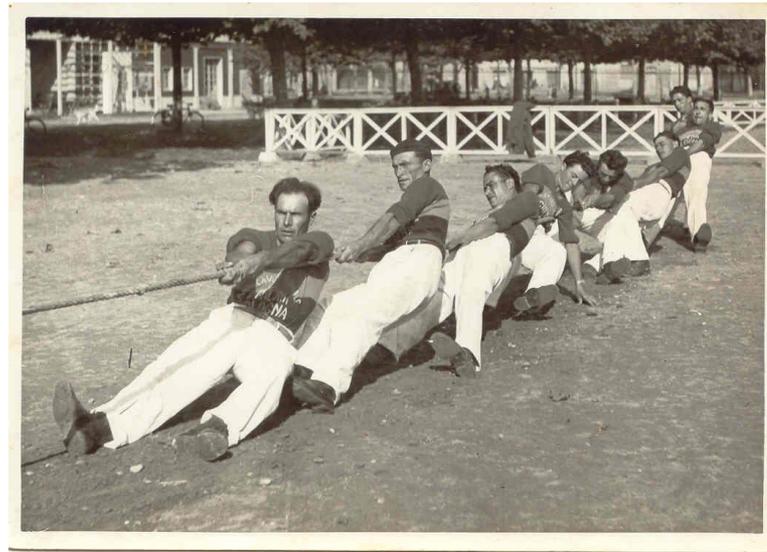
Il sistema agroalimentare

Valore aggiunto

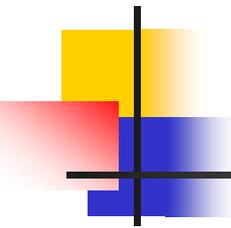
- E' la misura dell'incremento di valore che si verifica nell'ambito della produzione e distribuzione di beni e servizi finali grazie all'intervento dei fattori produttivi (capitale e lavoro) a partire da beni e risorse primarie iniziali.
- La differenza tra il valore finale dei beni e servizi prodotti e il valore dei beni e servizi acquistati per essere impiegati nel processo produttivo è il valore aggiunto.
- Può essere osservato in tre modi differenti, tra di loro equivalenti:
 - dal punto di vista della produzione, sottraendo al valore dei beni e servizi prodotti il valore dei beni e servizi necessari per produrli;
 - osservando come i redditi vengono distribuiti ai fattori della produzione;
 - sommando il valore dei beni e servizi venduti al consumatore finale, osservando cioè la spesa.
- $VA = Produzione - Consumi Intermedi$
- $VA = Costo del lavoro + Oneri Finanziari + Utile + Imposte + Ammortamenti$

Il sistema agroalimentare italiano

La formazione del valore nel sistema agroalimentare tende gradualmente a spostarsi verso i "servizi" a valle, quelli più vicini al consumatore



Sia la componente agricola che quella industriale faticano a difendere la propria quota nella creazione del valore. Le ragioni, pur con le differenze del caso, sono in realtà comuni ai due settori.



L'analisi di filiera

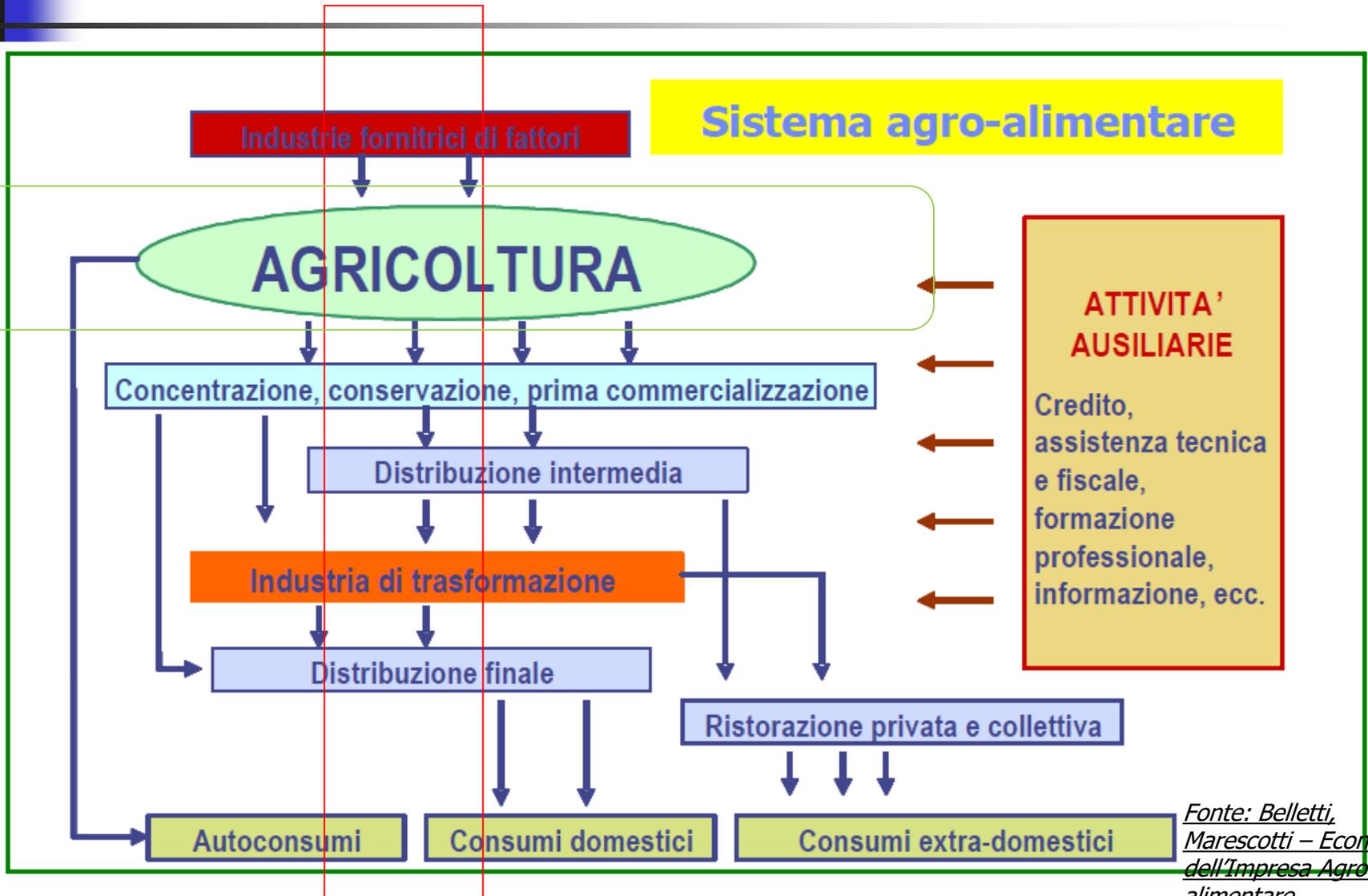
La Filiera:

- Insieme degli agenti e delle operazioni che concorrono alla formazione ed al trasferimento di un prodotto (o di un gruppo di prodotti) allo stadio finale di utilizzazione.

Analisi di filiera

- Identificazione di tutte le attività tecniche ed economiche che intervengono nella fabbricazione di un prodotto alimentare fino alla sua commercializzazione.
 - Analisi delle operazioni (dei processi produttivi) realizzati lungo la catena di trasformazione di un prodotto

Il sistema agroalimentare

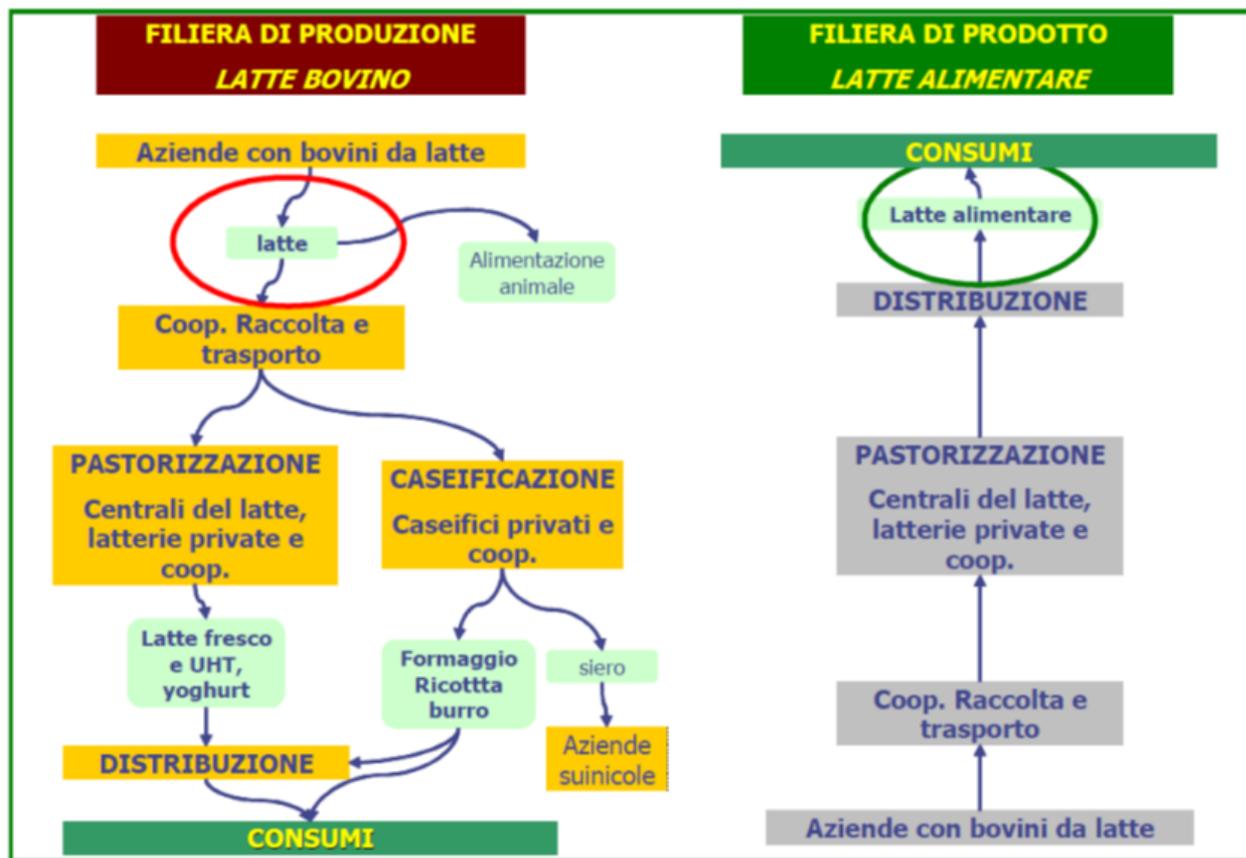


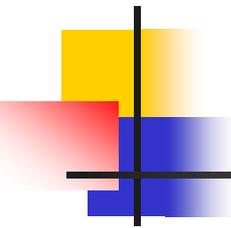
Fonte: Belletti,
Marescotti – *Economia
dell'Impresa Agro-
alimentare*

Articolazione VERTICALE (FILIERA)	FILIERA OLIVICOLA	FILIERA VITICOLA	FILIERA FRUMENTO	FILIERA ORTOFRUTTA FRESCA
Articolazione ORIZZONTALE (SETTORE)				
Produzione di fattori (input)	industria meccanica, chimica, sementiera, ecc.			
AGRICOLTURA	olivicoltura	Viticoltura	frumenticoltura	ortofrutticoltura
Primo ingrosso e condizionamento	raccoglitori, commercianti	raccoglitori, grossisti, import-export	Commercianti, stoccatore	raccoglitori, grossisti, mercati alla produzione, ecc.
.....
Prima trasformazione	Molitura	Vinificazione	Molitura	Condizionamento
Secondo ingrosso	grossisti	Grossisti	Grossisti	grossisti
Seconda trasformazione	raffinazione, miscelazione, confezionamento	invecchiamento, imbottigliamento	panificazione, pastificazione	IV gamma V gamma
.....
Distribuzione finale al dettaglio	vendita diretta, GDO, HORECA, piccolo dettaglio,			
Attività ausiliari	credito, formazione, trasporti, servizi vari			
CONSUMO	Modelli di consumo alimentare			
OUTPUT	oli d'oliva	vini	Pane, pasta,	ortofrutta fresca

L'analisi di filiera

Esempio di filiera di produzione e di prodotto

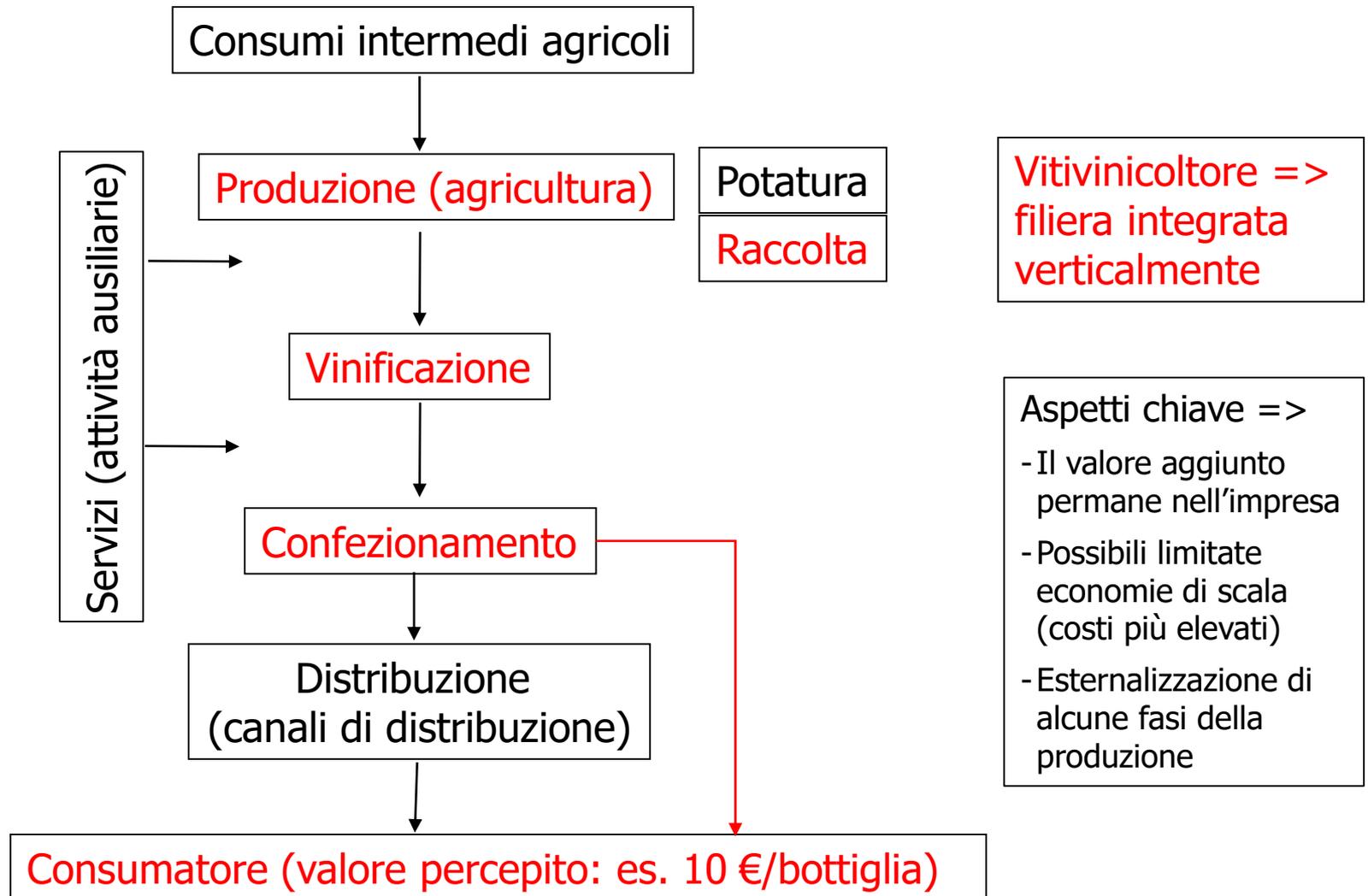




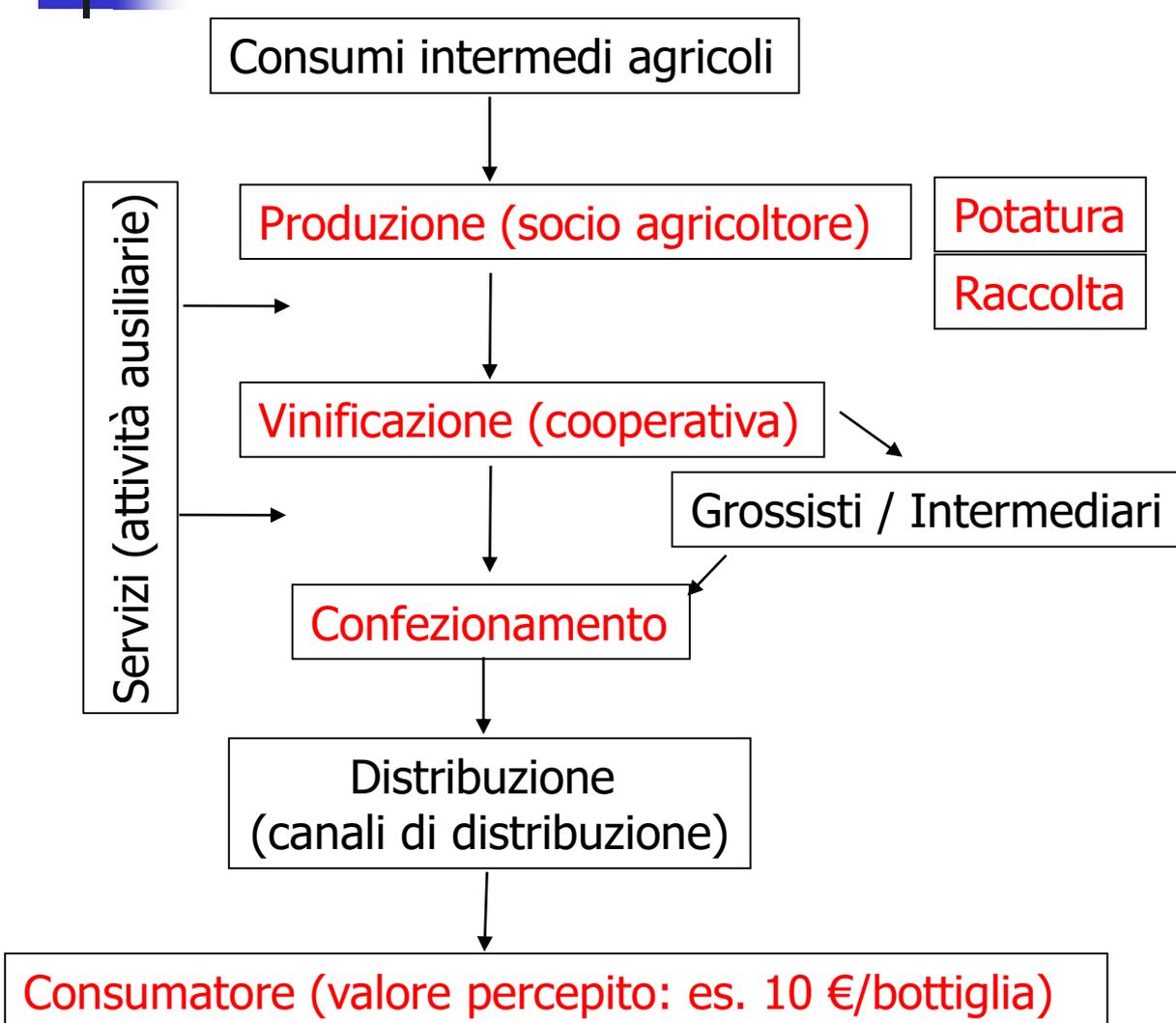
L'analisi di filiera

- La Filiera è quindi un segmento verticale del sistema agroalimentare che raccoglie una concatenazione di **agenti** (e relativi settori) e di **operazioni** dissociabili, separabili e collegate tra loro da legami di carattere tecnico, commerciale e finanziario.
- Si possono distinguere due diverse accezioni di filiera;
 - a) **filiera di prodotto (output-input)**, ove il fattore aggregante della filiera è costituito da un determinato prodotto finale, o da una categoria di prodotti finali. La ricostruzione della filiera avviene dunque secondo la direzione "valle-monte", identificando l'output e risalendo per capire e analizzare i vari settori che hanno concorso alla sua realizzazione fornendo fattori di produzione (input);
 - b) **filiera di produzione (input-output)**, che raccoglie l'insieme delle attività svolte in fasi successive su una determinata materia prima, fino al livello della sua utilizzazione finale, nonché delle attività necessarie alla realizzazione della materia prima stessa. La ricostruzione della filiera avviene in questo caso secondo la direzione "monte-valle".

La filiera vitivinicola



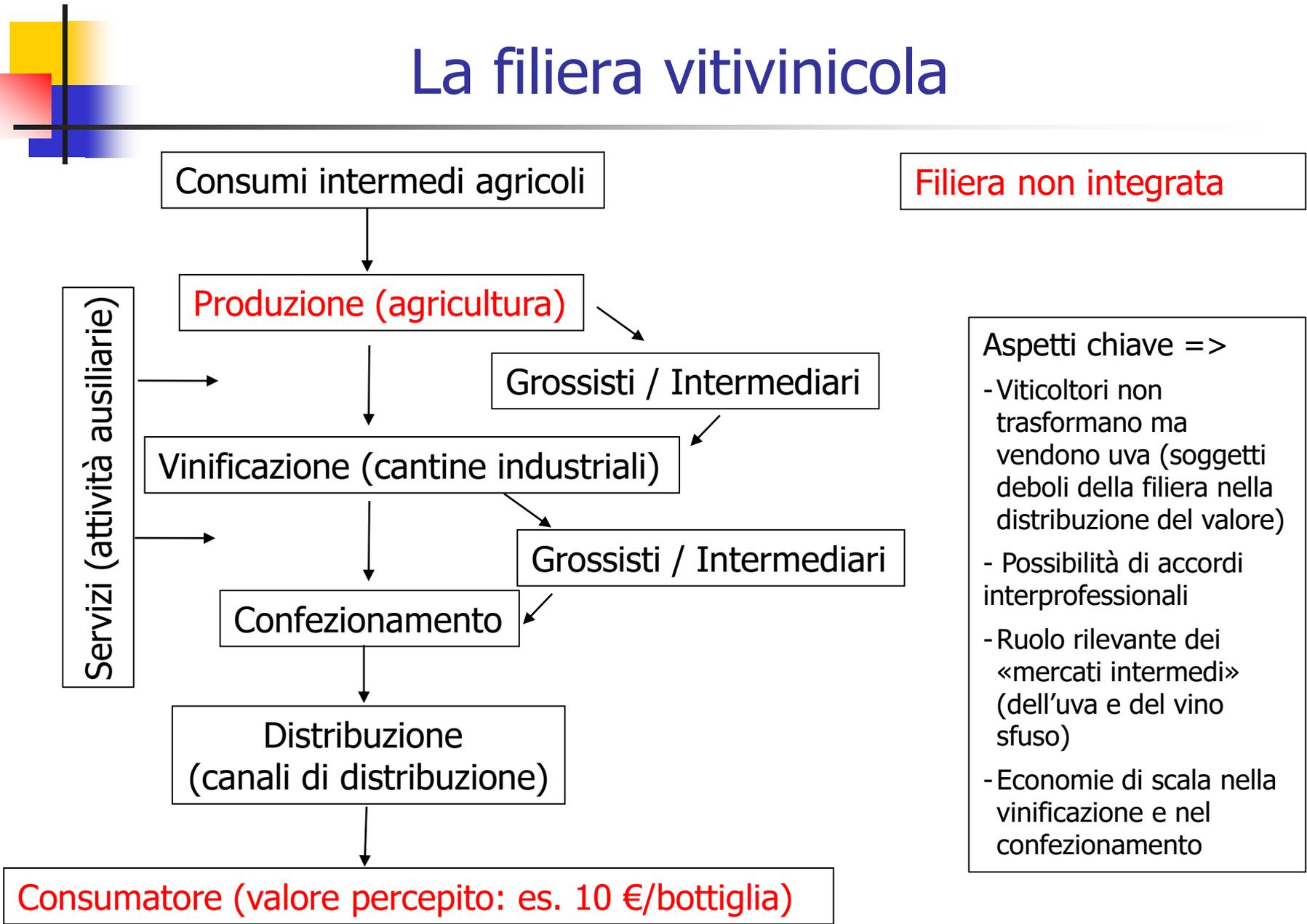
La filiera vitivinicola



Cantine cooperative =>
filiera integrata
verticalmente

- Aspetti chiave =>
- Viticoltori soci della cooperativa
 - Distribuzione del valore tra organizzazioni collegate
 - Maggiori quantità di prodotto
 - Elevate economie di scala (efficienza)
 - Spesso le cooperative non sono in grado di «chiudere» la filiera (confezionamento)
 - Possibilità di cooperative di 2° livello

La filiera vitivinicola



Filiera non integrata

Aspetti chiave =>

- Viticoltori non trasformano ma vendono uva (soggetti deboli della filiera nella distribuzione del valore)
- Possibilità di accordi interprofessionali
- Ruolo rilevante dei «mercati intermedi» (dell'uva e del vino sfuso)
- Economie di scala nella vinificazione e nel confezionamento

Consumatore (valore percepito: es. 10 €/bottiglia)

Scheda di settore

Struttura



13 Mld di €
FATTURATO
COMPLESSIVO



310 mila
N. IMPRESE VITICOLE



674 mila ha
LE SUPERFICI
INVESTITE



46 mila
LE AZIENDE VINIFICATRICI.
>55% vino da 518 coop

Offerta



50 Mln di hl
PRODUZIONE (+3%
rispetto al 2020)



55% IL PESO DELLE IG
CERTIFICATE SULLA
PRODUZIONE



526 RICONOSCIMENTI DOP
e IGP
74 Docg, 334 Doc, 118 Igt

Domanda



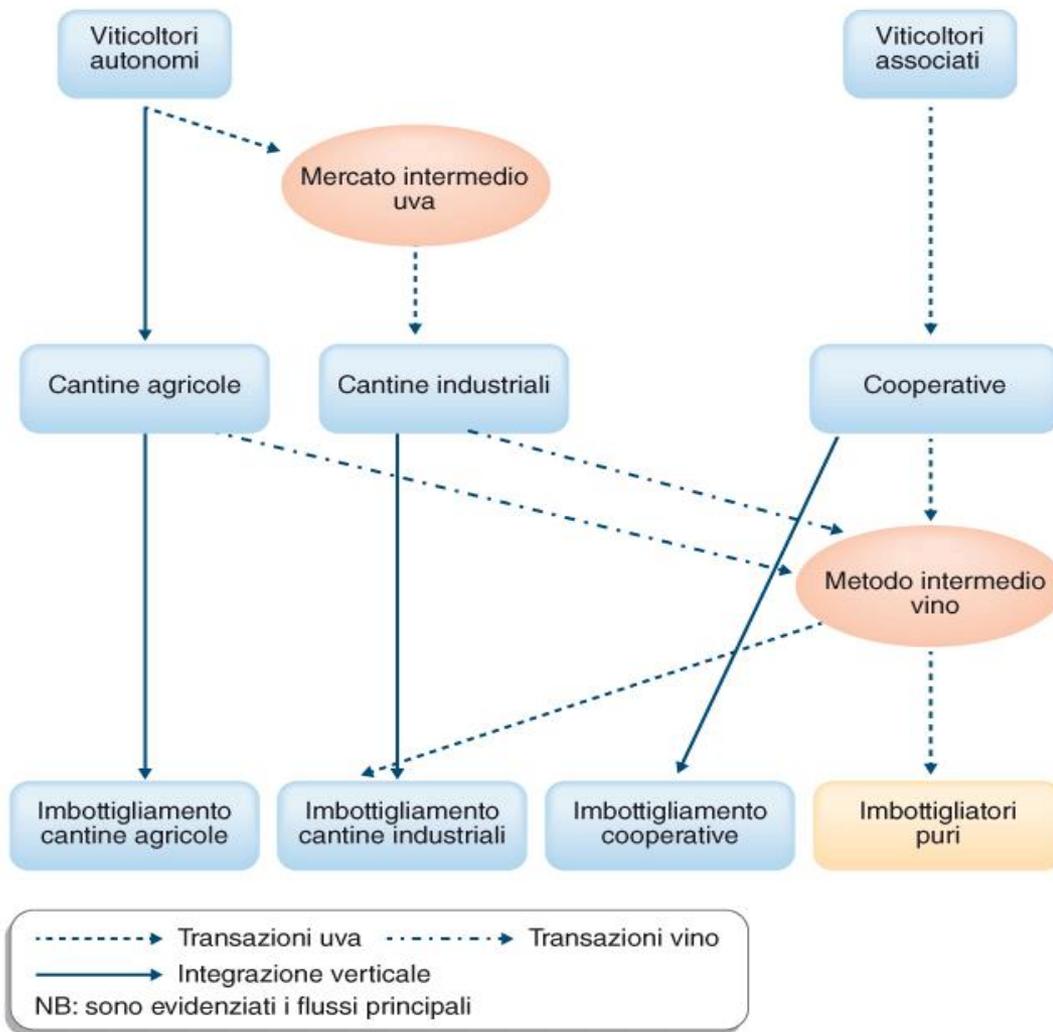
40,5 litri
CONSUMI PRO CAPITE



+5% vini e spumanti
LE VENDITE IN VALORE
ALLA GDO



7,11 mld € di EXPORT
(+12,4%) per 22,2 mln hl
(+7,3%)



1 Produzione di uva



13 Mld di €
FATTURATO
COMPLESSIVO



2 Produzione di vino

50 Mln di hl
PRODUZIONE (+3%
rispetto al 2020)

3 Imbottigliamento
vino a DO

Figura 1.11

Unità tecniche, flussi e mercati intermedi nella filiera del vino italiano.

Fonte: ns. elaborazioni da Malorgio et al., 2011.

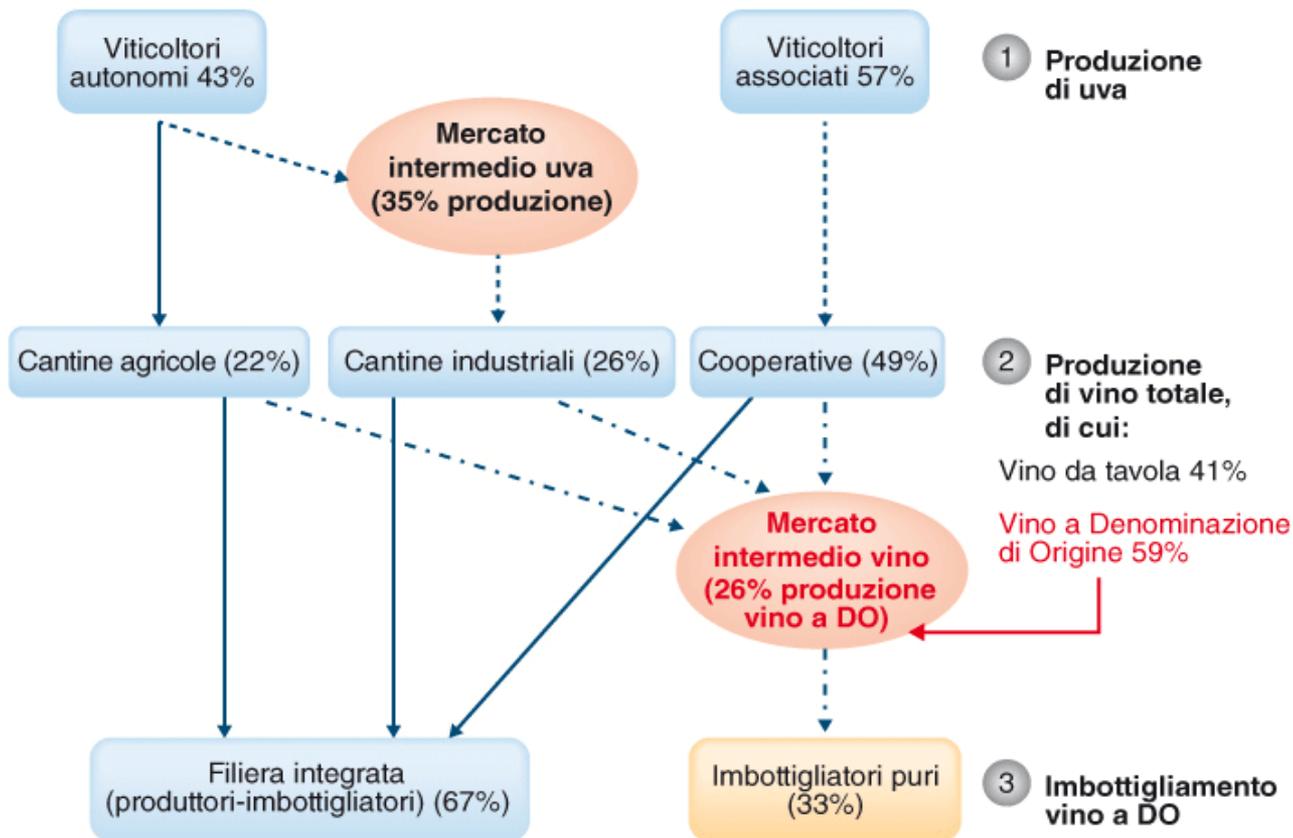


Figura 3.1

Attori e flussi della filiera vitivinicola in Italia.

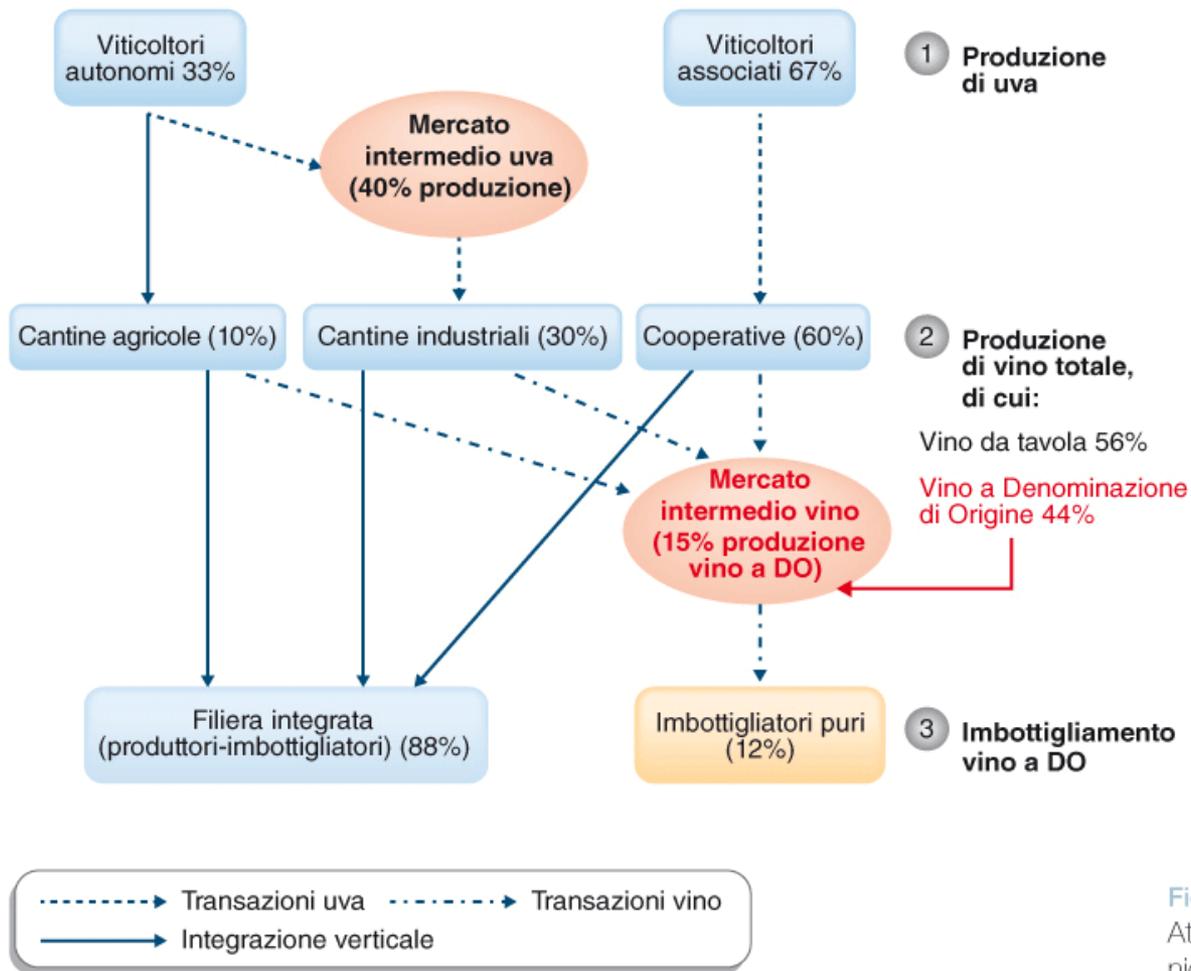


Figura 3.2

Attori e flussi nella filiera vitivinicola in Emilia Romagna.

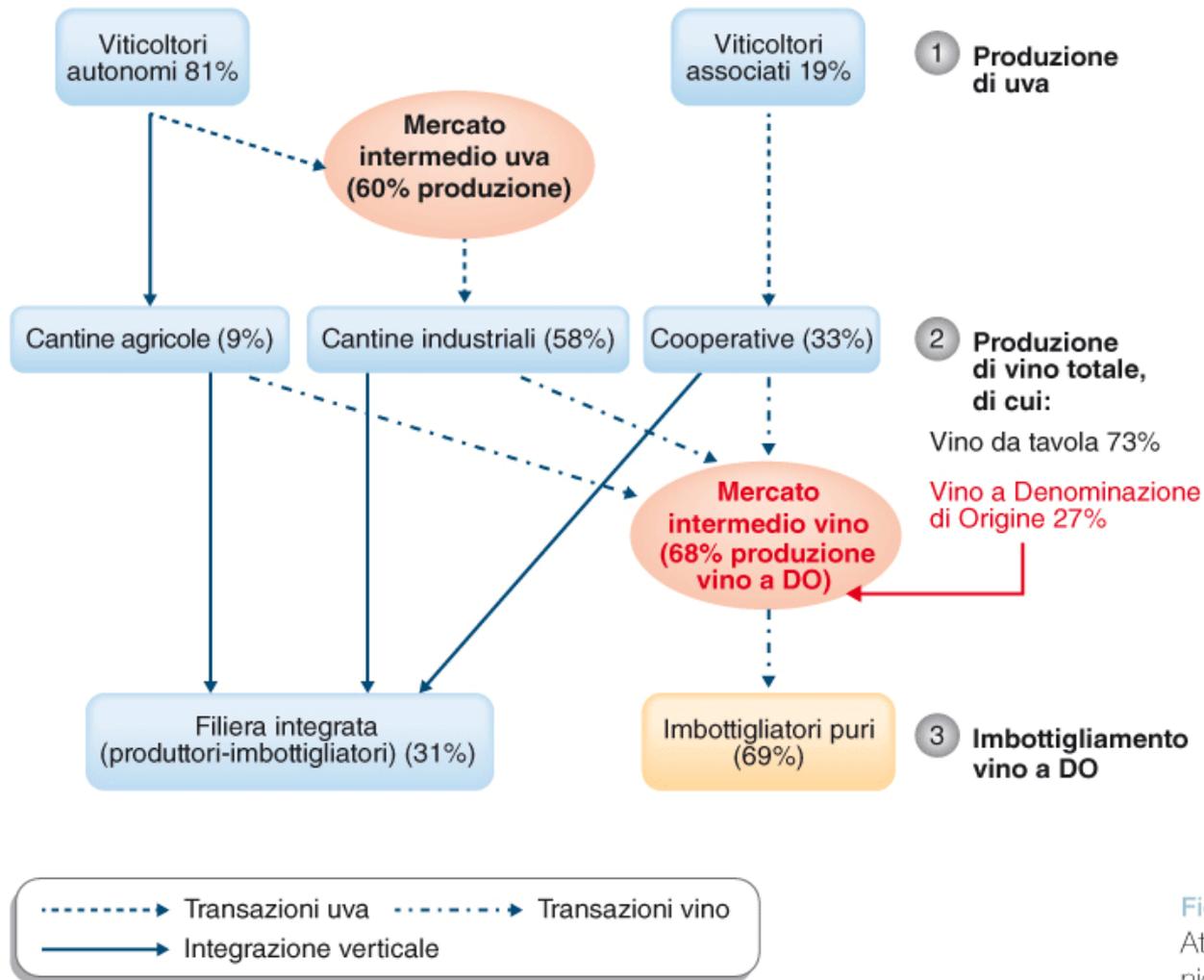
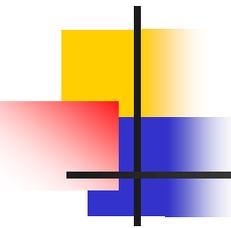


Figura 3.3

Attori e flussi della filiera vitivinicola in Puglia.



L'analisi di filiera

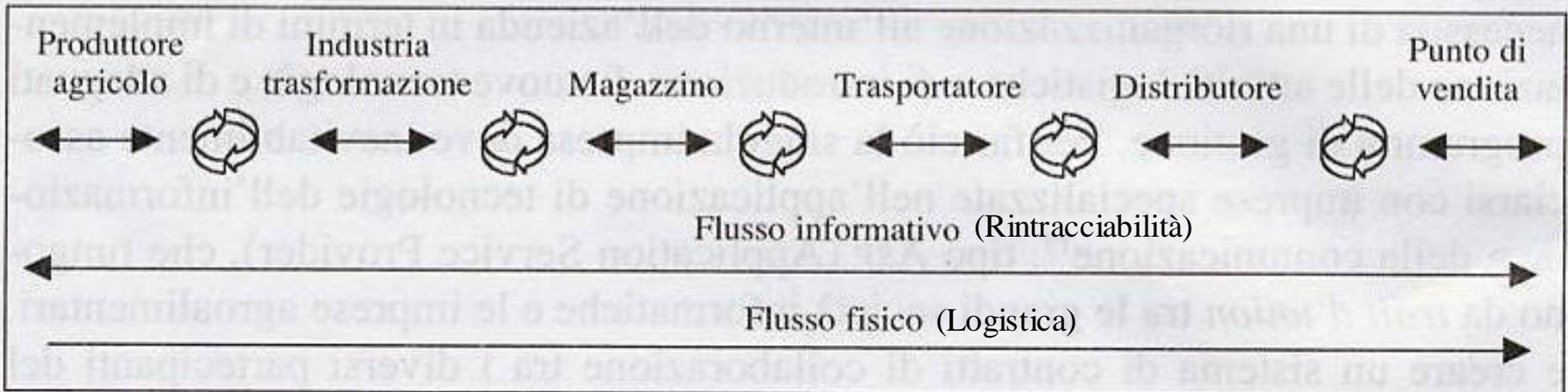
Creazione e distribuzione del valore lungo la filiera

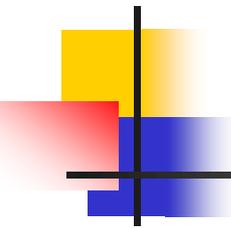
- La creazione e la distribuzione del valore lungo la filiera dipende sostanzialmente da due fattori:
 - la capacità di un soggetto della filiera di minimizzare i costi (di produzione e di transazione) per unità di prodotto, quindi la sua efficienza
 - la capacità di un soggetto della filiera di “imporre” un prezzo di vendita più elevato od un prezzo di acquisto più basso, cioè il suo potere di mercato

L'analisi di filiera

La **Logistica** concerne la gestione efficiente dei flussi fisici dei prodotti, al fine di minimizzare i costi e massimizzare il valore del prodotto finale. Si pensi, per esempio, ai livelli organizzativi richiesti dalla cosiddetta "Catena del freddo".

La **Rintracciabilità**, invece, concerne la gestione efficace dei flussi informativi connessi al prodotto tra i soggetti della filiera. Tali flussi informativi, a differenza di quelli fisici, sono bi-direzionali cioè si muovono sia dal "produttore al consumatore" che viceversa.





L'analisi di filiera

Supply Chain Management:

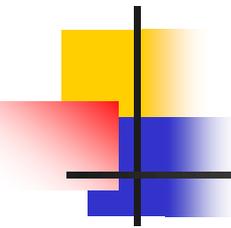
Strategie e pratiche per la gestione della filiera

- coordinamento degli attori attraverso la condivisione delle informazioni
- logistica
- relazioni tra i soggetti basate sulla collaborazione

Riorganizzare l'insieme delle attività della filiera in modo che siano suddivise e svolte in modo complementare e collaborativo, eliminando quelle che non creano valore per il consumatore.

Logistica: flussi fisici (e informativi): fasi di approvvigionamento, trasformazione, distribuzione

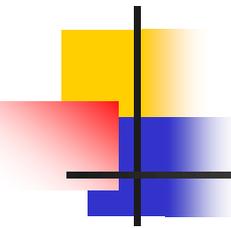
- Componente interna (intra-organizzativa)
- Componente verticale (inter-organizzativa)



L'analisi di filiera

Rintracciabilità

- Rintracciabilità = la possibilità di ricostruire e seguire il percorso di un alimento,
 - di un mangime, di un animale destinato alla produzione alimentare o di una sostanza destinata o atta a far parte di un alimento o di un mangime
- attraverso tutte le fasi della produzione, della trasformazione e della distribuzione (Reg. 178/2002)



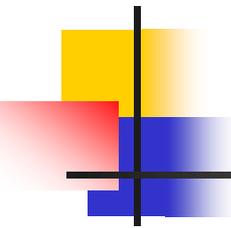
L'analisi di filiera

Tracciabilità (tracking)

- Seguire il prodotto da monte a valle della filiera
 - Informazioni "lasciate" ad ogni passaggio dal prodotto

Rintracciabilità (tracing)

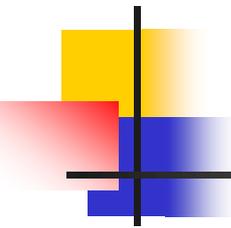
- Ricostruire la storia del prodotto da valle a monte
 - Leggere le informazioni "lasciate" ad ogni passaggio dal prodotto
- Tracciabilità interna => tracciabilità di filiera



L'analisi di filiera

Meccanismi di funzionamento della rintracciabilità

- Grandezza minima: "lotti" di prodotti
 - Insieme di prodotti omogenei e che ha subito lo stesso processo di trasformazione
- Gli operatori del settore alimentare devono:
 - Poter individuare i fornitori dei singoli lotti di prodotto
 - Poter individuare le imprese cui abbiano fornito i prodotti
 - Poter mettere a disposizione le informazioni alle autorità
- Tracciabilità => identificazione
 - Codici univoci ad ogni lotto (clienti, fornitori, ecc.)
 - Registrati (codice a barre, radiofrequenza: microchip)
- Tracciabilità => etichettatura



L'analisi di filiera

Funzione della rintracciabilità

- Ritrovare l'origine e le caratteristiche dei prodotti in ogni punto della filiera in modo da identificare problemi di qualità (rintracciabilità ascendente)
- Localizzare i prodotti in ogni punto all'interno dei canali di distribuzione determinandone provenienze e destinazioni per gestire il loro ritiro in caso di crisi (rintracciabilità discendente)
- Agevolare l'identificazione e il controllo di effetti indesiderati e a lungo termine sull'ambiente e sulla salute di persone ed animali
- Dare informazioni e "rassicurare" il consumatore