



Emergenza COVID-19

Rapporto sulla domanda e l'offerta dei prodotti alimentari
nelle prime settimane di diffusione del virus

marzo 2020

Sommario

| | |
|---|-----------|
| 1. SINTESI | 3 |
| 2. LA DOMANDA FINALE AL DETTAGLIO DI PRODOTTI AGROALIMENTARI | 7 |
| 3. LA SITUAZIONE DELLE FILIERE AGROALIMENTARI | 18 |
| Filiera ortofrutticola | 18 |
| Filiera lattiero casearia | 21 |
| Filiera ovino da carne e da latte | 24 |
| Filiera carne avicunicola | 27 |
| Filiera carne bovina | 27 |
| Filiera suinicola | 29 |
| Filiera vino | 32 |
| Filiera olio | 33 |
| Filiera cereali..... | 35 |
| 4. RISULTATI PROVVISORI DELL'INDAGINE SUL COVID-19 ALLE IMPRESE AGROALIMENTARI | 39 |

SINTESI

Il susseguirsi degli eventi conseguenti al diffondersi del Covid-19 in Italia è stato rapido e imprevedibile, come è normale attendersi in un'emergenza mai gestita in precedenza e difficilmente immaginabile nelle dimensioni. Iniziative in origine apparse a molti esagerate e fuori luogo, in pochi giorni sono risultate insufficienti in una rincorsa che, se da un lato ha mostrato un'inattesa capacità di reazione in molte componenti della società, dall'altro non ha dato tempo di capire immediatamente la portata del problema.

Il settore agroalimentare è apparso da subito al centro dell'attenzione. Sul fronte dei consumatori c'è stata un'immediata reazione istintiva all'accaparramento di beni alimentari e sul fronte politico la consapevolezza che il buon funzionamento della filiera e la capacità di assicurare l'approvvigionamento alimentare rappresentasse un segnale importante sia dal punto di vista economico che sociale.

In effetti, il settore agroalimentare – con alcune evidenti eccezioni come il florovivaismo e la pesca – è stato e continua a essere uno di quelli meno investiti dalla tempesta economica di queste settimane confermando ampiamente le sue caratteristiche di anticiclicità.

Tuttavia, la dinamica incontrollata e incontrollabile con cui si stanno succedendo gli eventi non danno certezze per il futuro. Già nelle poche settimane dall'inizio della crisi analizzate nel Rapporto lo scenario complessivo è mutato in maniera sostanziale attraverso, per esempio, la graduale chiusura dell'Horeca, non solo a livello nazionale ma anche internazionale, bloccando un canale nel quale i prodotti del *made in Italy* agroalimentare hanno un posizionamento medio-alto o alto e che assorbe percentuali rilevanti dei flussi complessivi di export.

In questa fase è possibile fare il punto su alcuni elementi che caratterizzano le dinamiche di mercato e che interessano trasversalmente tutte le filiere agroalimentari, sia pure con diversa intensità.

Il fenomeno più rilevante è, come già anticipato, **l'azzeramento del canale Horeca** (ristorazione collettiva privata e pubblica), con l'esclusione delle mense ospedaliere e di poche altre eccezioni. A tale riguardo, la sostituzione della somministrazione diretta con le **consegne a domicilio** ha solo in minima parte compensato l'annullamento di questo canale cui, inoltre, è direttamente legata la rilevante domanda di cibo dei **turisti stranieri**, anch'essa azzerata.

Per quanto riguarda la distribuzione al dettaglio, si sottolinea la sostanziale e progressiva **perdita di peso dei mercati rionali**, molti dei quali chiusi in assenza di strutture fisse, e la chiusura dei **centri commerciali**, con la conseguente perdita di peso del canale *iper*, spesso prevalente in questi contesti.

Altri elementi che interessano trasversalmente il settore riguardano il **personale e la logistica**. Nonostante l'adozione di misure tendenti a ridurre l'impatto, la presenza di rischio di contagio in caseifici, centri di lavorazione ortofrutticola, macelli e/o centri di lavorazione delle carni, oltre che presso le ditte di trasporti, ha reso più complesso il funzionamento delle filiere, in termini di approvvigionamento di materie prime e di spedizione/consegna dei prodotti, ma anche di maggiori costi di produzione o minore capacità lavorativa. In alcuni casi, **l'incerto funzionamento dei servizi di logistica**, soprattutto internazionali, ha già messo in difficoltà alcune imprese per il reperimento di materia prima o di materiali di consumo (ad esempio, imballaggi).

Direttamente al problema precedente è connesso quello del **reperimento di servizi e o pezzi di ricambio di macchinari**, in grado di garantire la piena efficienza delle attività sia nelle aziende agricole sia nelle imprese di trasformazione.

Sul fronte dei consumi finali, le passate settimane si sono rivelate estremamente dinamiche, non solo per lo scontato incremento degli acquisti ma anche per la mutevolezza dei comportamenti anche in un così breve periodo. L'esame puntuale di quattro settimane di atti d'acquisto rende comunque possibile individuare alcuni grandi trend che sono riassumibili come segue:

- Tendenza all'approvvigionamento di **prodotti conservabili** (pasta, riso, conserve di pesce, conserve di pomodoro, ecc.) per creare stock casalinghi e prepararsi a eventuali situazioni di futura scarsità.
- Forte orientamento a utilizzare la **spesa on line** la cui crescita esponenziale ha mandato in tilt il sistema delle consegne (+57% nella penultima settimana di febbraio, +81% nell'ultima di febbraio +97% nella seconda settimana di marzo).
- Forte orientamento, nella fase iniziale della crisi, ai prodotti di **quarta e quinta gamma** (ortaggi e pizze pronte) con successivo affievolimento della tendenza;
- Incremento **sotto media del segmento bevande** (+9%), un comparto che negli ultimi anni aveva trainato la dinamica del Food&Beverage.
- Orientamento quasi esclusivo verso la **GDO, con ricorso dove possibile anche ai negozi di vicinato** (frutterie e macellerie) sia per muoversi il meno possibile sia perché talvolta ritenuti più sicuri di ambienti comunque molto frequentati come i super o ipermercati.
- Nel complesso delle 4 settimane, è il **Sud Italia a registrare gli incrementi più alti su base tendenziale**: +21% nel cumulato delle 4 settimane con punte del 39% nell'ultima settimana; seguono il Nord Est con una crescita del 20%, il Centro (+19 % con il +30% nell'ultima settimana) e il Nord Ovest (+16%).
- **incremento del valore medio di vendita**, non ascrivibili a fenomeni diffusi di palese speculazione, quanto piuttosto all'azzeramento delle promozioni.
- A livello di format distributivi, **l'aumento delle vendite maggiore si registra nei Supermercati (+23% nelle 4 settimane su base annua)** dove sono avvenuti quasi la metà degli acquisti (43%) e nei **Discount (+20%)**.

Entrando con un po' più di dettaglio dei principali comparti, quello delle carni presenta situazioni estremamente differenziati. La **carne bovina**, per esempio, da una parte è stata privata di uno sbocco importantissimo per alcune tipologie e tagli di maggior pregio con la chiusura del canale Horeca, dall'altra è alle prese con una profonda riorganizzazione dei circuiti distributivi e delle catene di approvvigionamento, in una filiera fortemente dipendente dall'estero. Su questo fronte, il timore del contagio e la carenza di adeguati sistemi di protezione stanno portando alla sospensione/riduzione del lavoro di una parte delle imprese di export e degli autisti dei TIR. In questo quadro, lo scenario che si profila è quello di un'offerta insufficiente a soddisfare la domanda domestica ma di un eccesso di disponibilità di tagli normalmente destinati all'Horeca e all'export più che agli scaffali della GDO. Inoltre, sui mercati europei i prezzi delle carni bovine stanno scendendo, facendo prevedere un possibile incremento di carni estere sulle nostre tavole nelle prossime settimane.

Nella **filiera suinicola**, si stima che l'emergenza Covid-19 comporti una riduzione del 20% della produzione, soprattutto a causa della minore operatività dei macelli che devono riorganizzare le strutture per mettere in sicurezza gli operatori. Si mantengono ancora abbastanza alti i prezzi dei tagli destinati al fresco e alla vendita nei punti della GDO per i

quali il consumo risulta essere sostenuto, mentre le quotazioni dei tagli destinati alla stagionatura (prime fra tutti le cosce per i prosciutti DOP) sono in calo per il crollo della domanda dell'Horeca. Anche per l'industria della carne suina e dei salumi, le maggiori criticità dettate dalle condizioni di emergenza, riguardano la chiusura del canale Horeca – al quale di solito viene destinato circa il 25% della produzione.

Di contro, **il mercato avicolo** è stato favorito da una domanda che fin dall'inizio lo ha privilegiato rispetto alle altre carni. Il settore, inoltre, gode dei vantaggi di un mercato nazionale autosufficiente e caratterizzato da forte integrazione verticale, elementi che lo hanno preservato da problemi legati alla dipendenza dall'estero o da altre componenti della filiera. L'aumento della domanda delle ultime settimane sta spingendo in alto i listini, ma tali incrementi dei prezzi risultano al momento ben assorbiti dalla GDO, interessata a riempire gli scaffali e soddisfare la richiesta.

Sul settore zootecnico nel suo complesso pesa l'incognita della disponibilità di materie prime destinate all'alimentazione, mais in primo luogo. Nella fase iniziale della crisi anche l'approvvigionamento di integratori (vitamine e amminoacidi), nella grande maggioranza di provenienza cinese, aveva destato preoccupazione nel comparto mangimistico, poi allentata con la graduale ripresa delle attività da parte della Cina.

Nel **settore lattiero caseario**, l'emergenza ha portato al graduale rallentamento degli scambi commerciali favorendo la creazione di eccedenze proprio nel periodo di maggiore produzione dell'emisfero boreale (UE e USA). In particolare, sul mercato tedesco, nelle ultime quattro settimane si sono registrati cali dei prezzi dell'ordine del 6% per il latte scremato in polvere, del 3% per il burro e del 4% per il latte intero in polvere. Sul mercato nazionale, dopo il significativo recupero registrato per gran parte del 2019, i prezzi all'ingrosso dei principali formaggi hanno iniziato a cedere durante l'autunno, mostrando una flessione via via più grande col passare dei mesi. Con l'insorgere e la diffusione del coronavirus, soprattutto nelle aree di maggior produzione che risultano essere anche quelle più colpite dall'emergenza sanitaria (Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna), i prezzi dei formaggi grana hanno evidenziato una brusca frenata e la situazione è particolarmente critica per i formaggi freschi e per il latte fresco, la cui breve *shelf life* si scontra con le difficoltà logistiche e distributive e con l'assenza di domanda di bar, pasticcerie, gelaterie, ecc. Il calo delle vendite da parte dei caseifici, e in alcuni casi il blocco della lavorazione per assenza di manodopera, ha influenzato il ritiro del latte presso gli allevamenti conferenti, determinando anche il crollo delle quotazioni del mercato spot la cui disponibilità risulta in forte crescita.

Al momento, la **filiera ortofrutticola** risulta regolarmente attiva, ma sono evidenti le criticità con cui dovrà confrontarsi a breve. In particolare, si fa riferimento alla carenza di lavoratori stranieri che hanno deciso di tornare nei paesi di origine rallentando le operazioni di raccolta e lavorazione degli ortaggi e ai problemi per il trasporto su gomma a causa dell'indisponibilità di alcuni vettori spagnoli a rifornire i mercati del Nord Italia, oltre al momentaneo blocco del traffico imposto dall'Austria (avvenuto giovedì 19 marzo) che ha rallentato il flusso distributivo degli ortofrutticoli italiani verso i mercati Nord Europei. I mercati all'ingrosso, dopo una fase di iniziale difficoltà hanno ritrovato equilibrio per due fenomeni: da un lato, la necessità di approvvigionarsi presso questo canale anche da parte della GDO (che generalmente lo usa solo per integrazioni marginali) a seguito dell'incremento di domanda finale; dall'altro lato, la ripresa delle vendite dei negozi di vicinato (i quali normalmente si riforniscono all'ingrosso) che hanno visto crescere il numero di clienti in considerazione delle lunghe file presso i supermercati.

Il **settore vitivinicolo**, dopo aver confermato i grandi successi del 2019, ha iniziato il 2020 con pesanti incognite, alle quali si è aggiunto il fermo del canale Horeca sia in Italia sia

nei principali Paesi acquirenti del vino italiano come Regno Unito e Stati Uniti. Facendo una stima molto approssimativa, e tenendo conto di due mesi di difficoltà a livello mondiale, potrebbero essere a rischio esportazioni per quasi un miliardo di euro, che certamente non sarà compensata, sul mercato interno, dalla accresciuta domanda da parte della GDO. La chiusura di alberghi, agriturismi e ristoranti - oltre a ridurre lo sbocco per le produzioni nazionali - annulla un validissimo supporto promozionale dei prodotti verso gli acquirenti italiani e stranieri. In questa fase emergenziale, inoltre, il settore sta fronteggiando alcune difficoltà di tipo logistico che riguardano l'approvvigionamento di materiale di confezionamento.

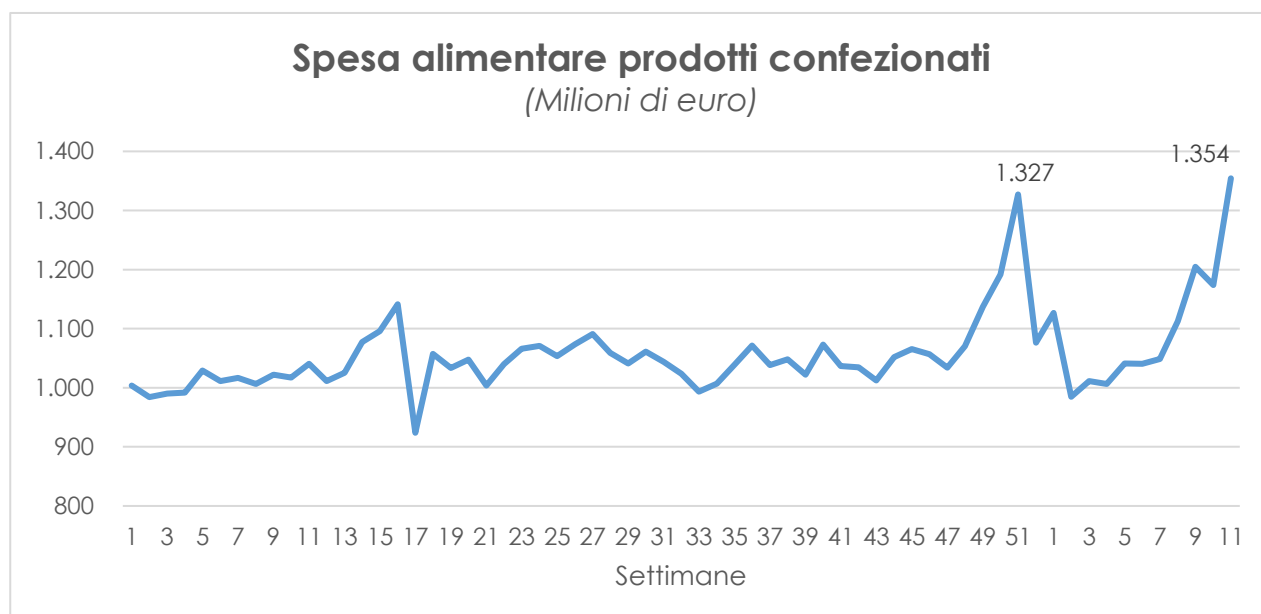
Il **settore dell'olio di oliva** italiano sta attraversando, ormai da qualche tempo, difficoltà strutturali e commerciali nonostante il prestigio delle sue produzioni di qualità. In tema di mercato l'Italia subisce la concorrenza della Spagna soprattutto per i prodotti di massa; mentre riesce a sganciarsi dalle dinamiche del mercato spagnolo sui prodotti di maggiore qualità. L'emergenza legata al Covid-19 non rappresenta un elemento di particolare criticità per la fase dell'imbottigliamento, essendo intervenuta in un momento in cui le aziende si sono già approvvigionate. L'attenzione è, quindi, rivolta alla fase agricola, nell'attesa di segnali che possano dare indicazioni sulla futura campagna.

Per quanto concerne la filiera cerealicola, l'elevato livello delle importazioni è una delle principali criticità, con la fase agricola sempre più deficitaria di materie prime e la fase industriale, sempre più apprezzata sui mercati esteri. In tale contesto, la diffusione del Covid-19 pone le industrie italiane di trasformazione in una condizione di estrema vulnerabilità sul fronte dell'approvvigionamento della materia prima, soprattutto per il prodotto di provenienza estera (Europea in particolare) che, viaggiando via terra è più soggetto a misure restrittive o, in generale a problemi logistici. Ancora più critico è il contesto per i mangimifici e per gli allevamenti, dove non è possibile fare scorte in abbondanza. L'emergenza sanitaria non ha tuttavia impattato sulle quotazioni della granella dei principali cereali, ma tensioni di mercato si potranno verificare nelle prossime settimane in conseguenza delle difficoltà di approvvigionamento sui mercati esteri.

LA DOMANDA FINALE AL DETTAGLIO DI PRODOTTI AGROALIMENTARI

L'analisi di questa prima sezione riguarda esclusivamente i prodotti alimentari confezionati, dotati di codice EAN, venduti presso la grande distribuzione. Non sono considerate, pertanto, le vendite di prodotto fresco sfuso ma sono ricompresi, per ciascuna filiera, tutti i prodotti trasformati, surgelati e quelli in scatola.

Durante la settimana tra lunedì 9 e domenica 15 marzo le vendite alla GDO hanno continuato a crescere a doppia cifra rispetto alla settimana precedente; è la terza settimana con trend positivo a doppia cifra: +15,4% a valore sulla settimana precedente e +30% sull'analoga dello scorso anno, con fatturati che hanno superato quelli della settimana delle festività natalizie.



Fonte: Ismea - Nielsen

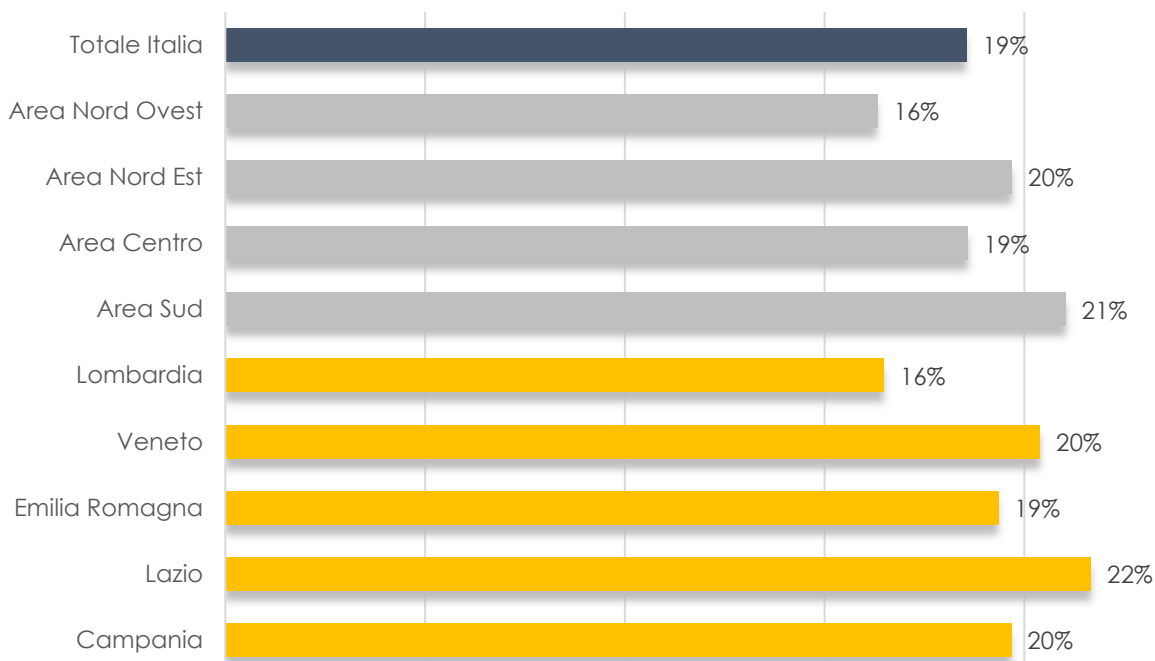
Nel complesso, nelle ultime 4 settimane la spesa degli italiani per i prodotti confezionati ha superato del 17% quella delle precedenti quattro settimane, e del 19% quella delle analoghe settimane del 2019; vale a dire che nella distribuzione moderna in questi giorni di emergenza (in cui il canale Horeca è stato gradualmente annullato) si sono spesi circa 750 milioni di euro in più rispetto alla norma (analogo periodo 2019).

Particolarmente incisivo è stato l'incremento delle vendite nell'ultima settimana (+30%), con il Sud che ha segnato un avanzamento su base annua di oltre il 39%.

Le vendite nell'ultima settimana (dal 9 al 15 marzo) hanno visto, a differenza delle tre precedenti, la concentrazione degli acquisti non più nel week end ma durante tutta la settimana.

Trend delle vendite per area geografica

Cumulato 4 settimane dal 17 febbraio al 15 marzo 2020 su analoghe 2019



Fonte: Ismea - Nielsen

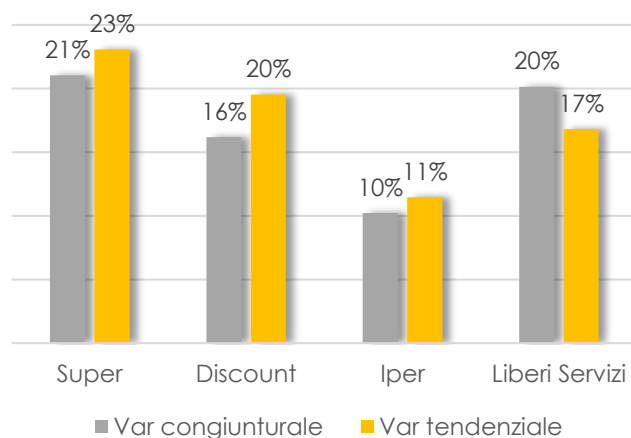
Gli incrementi delle vendite hanno interessato, nel corso delle 4 settimane, tutto il territorio nazionale spostando le maggiori intensità dalle zone rosse del Nord Est nella prima settimana al Sud in queste ultime due.

Nel complesso delle 4 settimane è il Sud Italia a registrare gli incrementi più alti su base tendenziale: +21% nel cumulato delle 4 settimane con punte del 39% nell'ultima settimana, seguono il Nord Est con una crescita complessiva del 20%, il Centro (+19 % con punte di +30% nell'ultima settimana) e il Nord Ovest (+16%).

Tra le Regioni, alla fine della quarta settimana, è il Lazio a segnare gli incrementi di spesa più sostanziosi

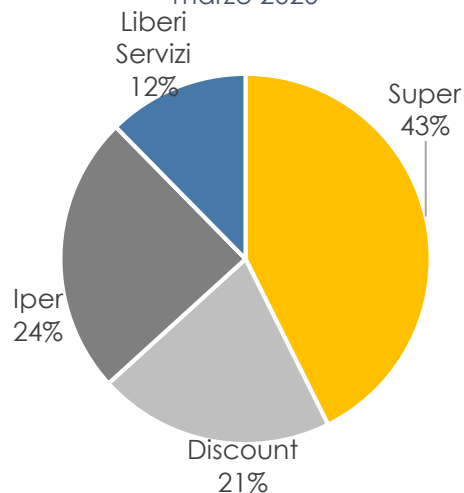
Trend delle vendite per canale distributivo

4 settimane dal 17 febbraio al 15 marzo 2020 su analoghe precedenti e su analoghe 2019



Share dei canali di vendita

Settimane dal 17 febbraio al 15 marzo 2020



Fonte: Ismea - Nielsen

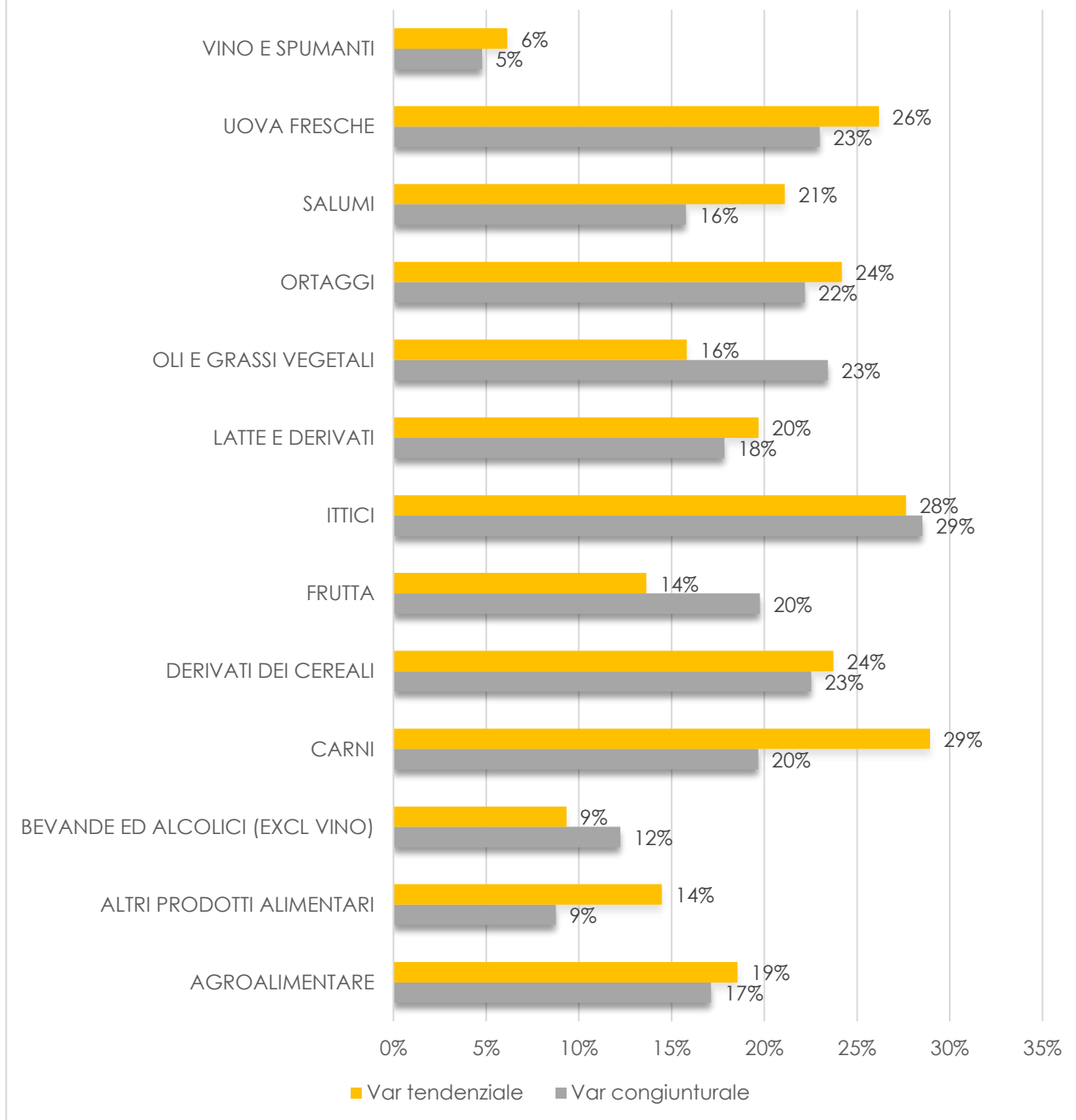
A livello di format distributivi, l'aumento delle vendite maggiore si registra nei Supermercati (+23% nelle 4 settimane su base annua) dove sono avvenuti quasi la metà degli acquisti (43%) e nei Discount (+20%) dove si sono recati circa un quinto degli acquirenti. Incrementi importanti anche nei punti vendita di ridotte dimensioni dove le vendite sono aumentate nel complesso del 17% rispetto allo scorso anno, le limitazioni sempre più stringenti degli spostamenti hanno favorito la spesa nei negozi di prossimità pertanto la crescita di questo canale risulta ancora più evidente in termini congiunturali (+20% rispetto cumulato mese precedente). Meno intensa la crescita dei fatturati negli ipermercati, penalizzati in parte dalla chiusura dei Centri Commerciali all'interno dei quali molti di questi si trovavano (+11% su base annua)

Una misura dell'impatto della chiusura del canale della ristorazione si legge anche dal crollo degli acquisti presso il canale Cash & Carry, (-44,7%). Questo canale potrà vedere una ripresa solo alla fine della quarantena, con la riapertura dei servizi di bar e ristorazione al pubblico, intanto alcune importanti insegne di questa categoria stanno chiedendo di poter aprire la vendita, in deroga, anche ai consumatori senza partita iva.

Il canale e-commerce ha segnato nelle quattro settimane una graduale crescita che iniziata con il +57% della prima settimana arriva a +97% nella quarta settimana. Un incremento probabilmente limitato solo dalla capacità di soddisfare la richiesta che, probabilmente, è anche più che raddoppiata.

Trend delle vendite per comparto in relazione ai soli prodotti confezionati

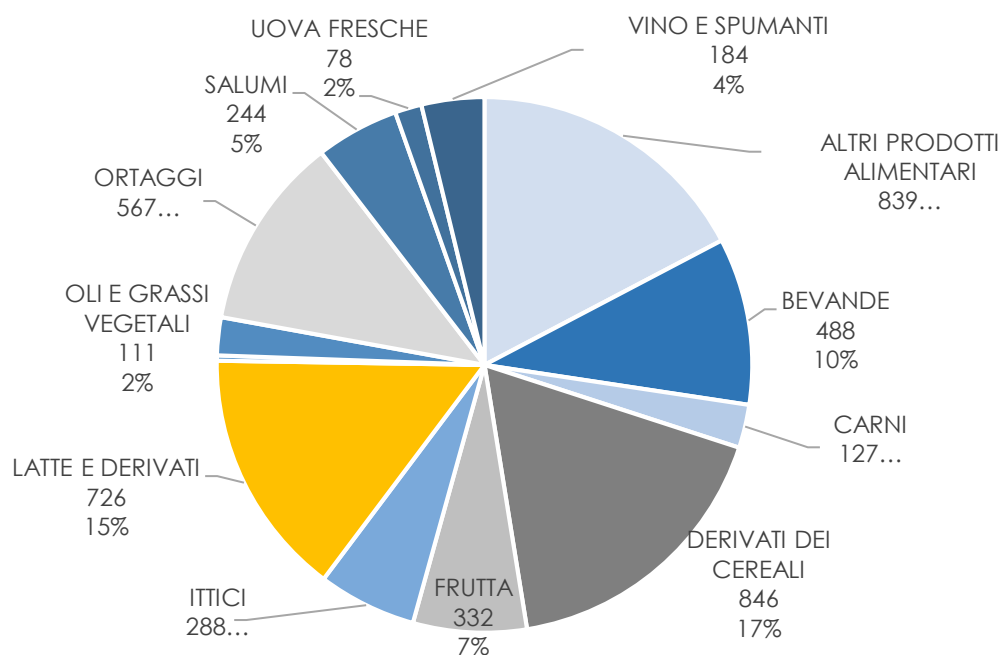
Periodo cumulato 4 settimane dal 17 febbraio al 15 marzo 2020



Fonte: Ismea – Nielsen

Valore e composizione della spesa (Mln Euro)

periodo dal 17 febbraio al 15 marzo 2020



Fonte: Ismea - Nielsen

È trascorso un mese dall'inizio dell'emergenza sanitaria e le vendite alla GDO rispecchiano la trasformazione della vita degli italiani in abitudini sempre più domestiche. Nei trend di queste settimane si ravvisano chiaramente i segnali di cambiamento in atto sia nella scelta dei punti vendita da cui rifornirsi sia dei prodotti acquistati: l'ascesa dell'e-commerce e dei negozi di vicinato nell'ultima settimana ancor più che nelle precedenti, rispecchiano l'esigenza sempre più stringente di evitare lunghi tragitti casa-negozi (+97% e +17% rispettivamente).

La composizione del carrello ha visto in queste settimane, tra i prodotti più acquistati, quelli "effetto stock": in ordine di grandezza rispetto al fatturato generato: latte UHT (+55% solo nell'ultima settimana), pasta (+44% con punte del +66% nell'ultima settimana), farina (+79% punte del +162% nell'ultima settimana), uova (+26% nel complesso con punte di +59% per valori in crescita di oltre 9 milioni di euro nell'ultima settimana), ortaggi surgelati, riso, conserve rosse (+45% con punte del +75% nell'ultima settimana pari ad oltre +12 milioni di euro su analoga settimana 2019) e carni in scatola (+66%);

Non sono mancati però nel carrello i "prodotti comfort": affettati (+39% nell'ultima settimana), mozzarelle (+43,4%), patatine (+31,3%), birre (+13,8%), spalmabili dolci (+57,7%), pizza surgelata (+54,3%) e tavolette e barrette di cioccolato (+21,9%).

Nel corso di queste settimane sono invece diminuiti gli acquisti di ortaggi IV° gamma, probabilmente per la maggior disponibilità di tempo e la minor conservabilità rispetto ai prodotti freschi tal quali.

Tra i comparti, continuano a essere i derivati dei cereali i prodotti più acquistati, rappresentando oltre il 17% del valore dello scontrino, con un incremento del +24% del valore acquistato nelle quattro settimane su base annua. Tra tutte le referenze del segmento emerge ancora come un bene di base quale la farina abbia fatto registrare incrementi

su base annua straordinari pari al +98% a livello nazionale, con punte del +120% al Nord Ovest e regioni come il Lazio che hanno toccato incrementi del +130%. Probabilmente sul fenomeno influisce sia l'opportunità di passare del tempo preparando in casa dolci, pane e pasta, sia il ruolo di bene di scorta di emergenza che riveste la farina.

Incrementi sostenuti durante le quattro settimane anche per la pasta di semola, le cui vendite segnano un +46% a livello nazionale in termini di volume, con punte del +51% in Emilia Romagna. Per la spesa corrispondente si può dire che a fronte di valori che nel mese in esame sono stati di circa 103 milioni di euro, l'incremento di spesa rispetto alla norma sia stato di oltre 34 milioni di euro.

Dello stesso passo la crescita degli acquisti di riso (+48%), leggermente meno sostenuta quella dei primi piatti pronti (+43%) che dopo una fiammata nelle prime due settimane hanno avuto un rallentamento nella scorsa settimana, per poi tornare a riprendersi in quest'ultima.

Sebbene non in grado di bilanciare l'azzeramento del canale Horeca, la corsa all'accaparramento di prodotti alimentari da parte delle famiglie italiane ha segnatamente incrementato le vendite di lattiero caseari presso la Grande Distribuzione. In particolare, si registra una forte crescita delle vendite di latte UHT, con un +28% dei volumi registrato nel periodo 17 febbraio-15 marzo rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, che viene decisamente preferito al latte fresco proprio per le caratteristiche di maggiore conservabilità. Aumenti considerevoli anche per la mozzarella vaccina (+21% per il prodotto confezionato a codice EAN) – probabilmente per la sua molteplicità d'uso sia come prodotto tal quale sia come ingrediente in preparazioni casalinghe – e i formaggi duri confezionati (+23%), sia grattugiati che spicchi.

La facilità d'uso e di stoccaggio continua a favorire anche i derivati ittici (+28% su base annua le vendite in valore) sostenuti dal reparto delle conserve (tonno) i cui volumi esitati hanno superato del +36% quelle dello scorso anno. In crescita sostenuta anche gli ittici nel reparto dei surgelati, +26% a livello nazionale i volumi esitati, bene anche gli affumicati +25% su base annua.

Crescite importanti per il segmento degli olii vegetali, per i quali i valori delle vendite cumulative nelle 4 settimane crescono del +16%, con una crescita più evidente dei volumi a seguito di una flessione del prezzo medio unitario rispetto allo scorso anno, nello specifico, le vendite in volume dell'olio extra vergine di oliva crescono del +19% e di quello di semi del +18%. Per entrambe le tipologie i prezzi medi unitari sono in contenimento rispetto al periodo precedente oltre che su base annua (-4%). Si tratta probabilmente di una dinamica conseguente alla maggiore disponibilità di prodotto a seguito di una campagna produttiva decisamente più generosa rispetto a quella precedente.

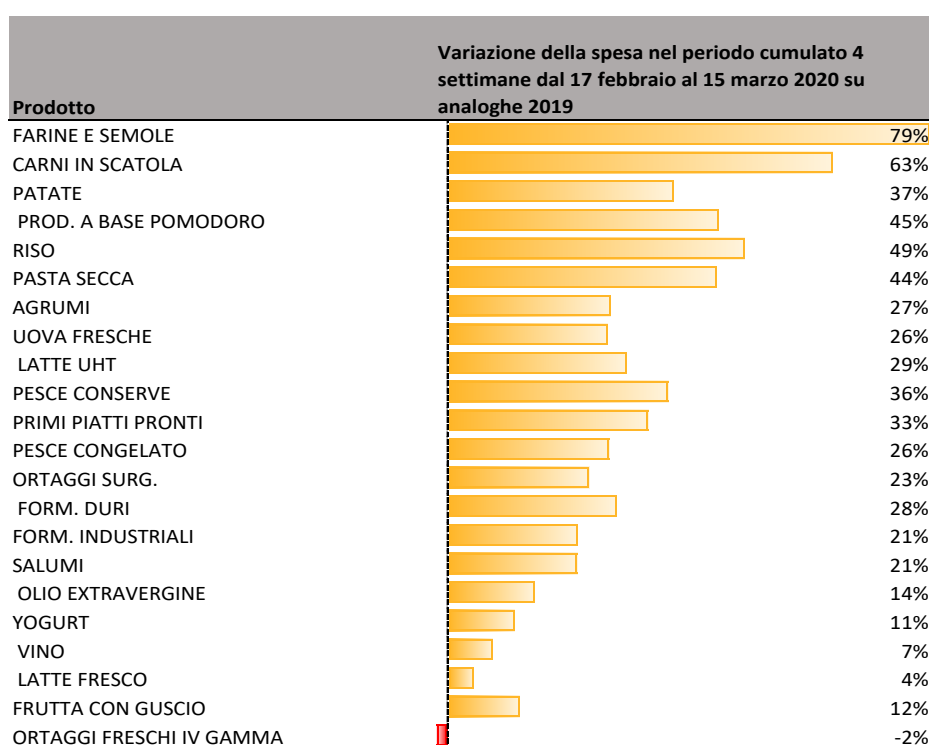
Per il comparto ortaggi si segnala un inizio di flessione per le vendite dei prodotti di IV° gamma che diventano, con il passare dei giorni, meno appetibili in quanto non è più il "tempo per la preparazione" a mancare alle famiglie piuttosto la "disponibilità a spendere" per avere servizi aggiuntivi che possono essere fatti in autonomia. Si evidenziano di contro incrementi delle vendite dei surgelati (+23%) con punte del +27% nel Lazio, ma a trainare il comparto sono le conserve di pomodoro per le quali i volumi venduti nelle 4 settimane sono cresciuti del +41% con punte massime del +50% in molte Regioni, si tratta di 52 milioni di chili di conserve vendute in un mese. Nel comparto si evidenzia la performance delle patate che grazie allo *shelf life* lunga e al prezzo contenuto sono state molto apprezzate in questo periodo: +31% i volumi e +37% la spesa per prezzi in aumento rispetto allo scorso anno del 5%.

Incrementi anche per le vendite di frutta fresca dotata di codice EAN, i cui volumi segnano nel periodo in analisi un +16% in volume, trainati da agrumi, in particolare arance per le quali i volumi esitati sono superiori del +25% rispetto allo scorso anno (+27% la spesa).

Anche gli acquisti di mele evidenziano volumi che crescono del 16% con incremento più che doppio (+35%) del valore per via di prezzi in sostenuto rialzo.

Ancora in crescita le vendite di frutta in guscio (+12%) con prezzi che restano sostanzialmente invariati.

Dinamica positiva anche per i salumi confezionati (+15% i volumi e +21% la spesa), per questi i prezzi risultano in aumento rispetto allo scorso anno da ricondursi al rincaro della materia prima in ambito europeo a seguito dell'emergenza sanitaria cinese della peste suina. Sotto media la crescita delle bevande (+9%) trainate dalle acque minerali, in crescita anche le vendite di vini (+6%).



Fonte: Ismea - Nielsen

| Farina di frumento | | | | | |
|----------------------|---|-------------------------|---------------------|------------|------------|
| | Periodo cumulato 17 feb - 15 marzo 2020 | | Trend su base annua | | |
| | Vendite a volume (Kg) | Vendite a valore (Euro) | volumi | spesa | prezzi |
| Totale Italia | 41.480.527 | 31.563.847 | 98% | 94% | -2% |
| Area Nord Ovest | 10.188.837 | 8.131.379 | 120% | 101% | -9% |
| Area Nord Est | 7.349.132 | 6.239.091 | 87% | 86% | 0% |
| Area Centro | 10.613.047 | 7.988.633 | 97% | 94% | -2% |
| Area Sud | 13.329.511 | 9.204.744 | 90% | 94% | 2% |
| Lombardia | 3.673.663 | 3.608.274 | 107% | 94% | -7% |
| Veneto | 1.675.806 | 1.507.150 | 99% | 87% | -6% |
| Emilia Romagna | 2.440.810 | 2.363.526 | 103% | 96% | -4% |
| Lazio | 2.182.874 | 1.908.854 | 130% | 117% | -6% |
| Campania | 1.612.747 | 1.150.423 | 85% | 85% | 0% |

| Riso | | | | | |
|---|----------------------------|-------------------|---------------------|------------|-----------|
| Periodo cumulato 17 feb - 15 marzo 2020 | | | Trend su base annua | | |
| Vendite a volume (Kg) | Vendite a valore (Euro) | | volumi | spesa | prezzi |
| Totale Italia | 18.917.446 | 36.208.647 | 48% | 49% | 1% |
| Area Nord Ovest | 6.015.192 | 11.814.060 | 50% | 50% | 1% |
| Area Nord Est | 3.696.367 | 7.391.061 | 50% | 50% | 0% |
| Area Centro | 4.483.164 | 8.710.892 | 47% | 47% | 0% |
| Area Sud | 4.722.724 | 8.292.634 | 46% | 48% | 1% |
| Lombardia | 2.647.609 | 6.093.649 | 45% | 48% | 2% |
| Veneto | 1.110.173 | 2.382.264 | 54% | 55% | 0% |
| Emilia Romagna | 888.428 | 2.020.279 | 46% | 48% | 1% |
| Lazio | 944.290 | 2.230.742 | 49% | 50% | 0% |
| Campania | 507.727 | 1.037.512 | 47% | 46% | -1% |

| Pasta di semola | | | | | |
|---|----------------------------|--------------------|---------------------|------------|-----------|
| Periodo cumulato 17 feb - 15 marzo 2020 | | | Trend su base annua | | |
| Vendite a volume (Kg) | Vendite a valore (Euro) | | volumi | spesa | prezzi |
| Totale Italia | 82.179.974 | 103.815.578 | 46% | 49% | 2% |
| Area Nord Ovest | 18.925.456 | 26.303.367 | 46% | 51% | 3% |
| Area Nord Est | 12.453.712 | 17.025.603 | 49% | 50% | 1% |
| Area Centro | 19.895.424 | 25.923.316 | 44% | 45% | 1% |
| Area Sud | 30.905.383 | 34.563.292 | 46% | 50% | 3% |
| Lombardia | 8.820.824 | 13.235.193 | 45% | 50% | 3% |
| Veneto | 3.690.601 | 5.509.620 | 47% | 50% | 2% |
| Emilia Romagna | 3.651.187 | 5.255.797 | 51% | 53% | 1% |
| Lazio | 5.246.025 | 7.538.191 | 44% | 47% | 2% |
| Campania | 4.442.995 | 5.552.839 | 41% | 42% | 1% |

| Piatti pronti | | | | | |
|---|----------------------------|-------------------|---------------------|------------|------------|
| Periodo cumulato 17 feb - 15 marzo 2020 | | | Trend su base annua | | |
| Vendite a volume (Kg) | Vendite a valore (Euro) | | volumi | spesa | prezzi |
| Totale Italia | 6.400.306 | 26.424.101 | 43% | 33% | -7% |
| Area Nord Ovest | 2.208.521 | 9.499.547 | 37% | 28% | -7% |
| Area Nord Est | 1.722.491 | 6.355.704 | 42% | 35% | -5% |
| Area Centro | 1.541.374 | 6.662.430 | 40% | 33% | -5% |
| Area Sud | 927.920 | 3.906.420 | 64% | 43% | -13% |
| Lombardia | 1.054.037 | 4.671.459 | 43% | 33% | -7% |
| Veneto | 505.982 | 1.543.095 | 45% | 38% | -5% |
| Emilia Romagna | 494.249 | 2.230.188 | 49% | 38% | -8% |
| Lazio | 332.866 | 1.587.927 | 53% | 42% | -7% |
| Campania | 133.728 | 545.082 | 108% | 66% | -20% |

| Latte Uht | | | | | | |
|---|-------------------------|----------------------------|---------------------|------------|-----------|--|
| Periodo cumulato 17 feb - 15 marzo 2020 | | | Trend su base annua | | | |
| | Vendite a volume (l) | Vendite a valore (Euro) | volumi | spesa | prezzi | |
| Totale Italia | 134.195.618 | 140.621.346 | 28% | 29% | 1% | |
| Area Nord Ovest | 36.082.439 | 41.962.249 | 26% | 26% | 0% | |
| Area Nord Est | 25.947.278 | 26.678.199 | 29% | 29% | 0% | |
| Area Centro | 30.142.079 | 32.348.146 | 32% | 31% | -1% | |
| Area Sud | 42.023.825 | 39.632.752 | 27% | 32% | 4% | |
| Lombardia | 16.772.981 | 20.999.375 | 25% | 24% | -1% | |
| Veneto | 6.630.681 | 7.552.653 | 30% | 28% | -1% | |
| Emilia Romagna | 7.707.449 | 8.025.347 | 28% | 29% | 1% | |
| Lazio | 4.596.217 | 5.940.971 | 46% | 42% | -2% | |
| Campania | 4.624.924 | 4.631.741 | 30% | 34% | 3% | |

| Latte fresco | | | | | | |
|---|-------------------------|----------------------------|---------------------|-----------|-----------|--|
| Periodo cumulato 17 feb - 15 marzo 2020 | | | Trend su base annua | | | |
| | Vendite a volume (l) | Vendite a valore (Euro) | volumi | spesa | prezzi | |
| Totale Italia | 41.016.544 | 57.832.421 | 3% | 4% | 1% | |
| Area Nord Ovest | 11.454.898 | 16.224.087 | 2% | 3% | 1% | |
| Area Nord Est | 9.207.188 | 12.039.273 | 3% | 4% | 2% | |
| Area Centro | 12.796.191 | 18.743.220 | 5% | 6% | 1% | |
| Area Sud | 7.558.267 | 10.825.842 | 1% | 2% | 1% | |
| Lombardia | 5.278.699 | 7.364.290 | 1% | 1% | 0% | |
| Veneto | 2.773.584 | 3.830.265 | 3% | 5% | 2% | |
| Emilia Romagna | 2.474.133 | 3.240.957 | 3% | 5% | 2% | |
| Lazio | 4.911.354 | 7.636.746 | 7% | 8% | 1% | |
| Campania | 1.959.484 | 2.929.984 | 1% | 4% | 3% | |

| Mozzarella vaccina | | | | | | |
|---|--------------------------|----------------------------|---------------------|------------|-----------|--|
| Periodo cumulato 17 feb - 15 marzo 2020 | | | Trend su base annua | | | |
| | Vendite a volume (Kg) | Vendite a valore (Euro) | volumi | spesa | prezzi | |
| Totale Italia | 10.895.403 | 72.847.806 | 21% | 23% | 2% | |
| Area Nord Ovest | 3.384.251 | 23.367.489 | 21% | 23% | 2% | |
| Area Nord Est | 2.231.203 | 15.519.977 | 26% | 25% | -1% | |
| Area Centro | 2.884.615 | 19.017.233 | 20% | 22% | 2% | |
| Area Sud | 2.395.334 | 14.943.106 | 19% | 24% | 4% | |
| Lombardia | 1.542.387 | 11.166.939 | 21% | 23% | 2% | |
| Veneto | 680.626 | 4.738.956 | 28% | 27% | -1% | |
| Emilia Romagna | 544.469 | 4.180.343 | 26% | 25% | 0% | |
| Lazio | 588.683 | 4.315.927 | 19% | 22% | 2% | |
| Campania | 84.381 | 654.157 | 13% | 18% | 4% | |

| Formaggi duri confezionati | | | | | | |
|---|--------------------------|----------------------------|---------------------|------------|-----------|--|
| Periodo cumulato 17 feb - 15 marzo 2020 | | | Trend su base annua | | | |
| | Vendite a volume (Kg) | Vendite a valore (Euro) | volumi | spesa | prezzi | |
| Totale Italia | 5.397.130 | 75.335.986 | 26% | 28% | 2% | |
| Area Nord Ovest | 2.015.687 | 28.878.587 | 26% | 27% | 1% | |
| Area Nord Est | 938.255 | 13.614.116 | 30% | 29% | -1% | |
| Area Centro | 1.412.426 | 19.980.492 | 24% | 29% | 3% | |
| Area Sud | 1.030.762 | 12.862.791 | 24% | 26% | 1% | |
| Lombardia | 867.357 | 13.390.921 | 26% | 29% | 2% | |
| Veneto | 242.330 | 3.971.232 | 28% | 29% | 1% | |
| Emilia Romagna | 208.288 | 3.175.060 | 30% | 29% | 0% | |
| Lazio | 245.539 | 4.135.953 | 29% | 31% | 1% | |
| Campania | 103.196 | 1.535.442 | 20% | 23% | 3% | |

| Olio extravergine di oliva | | | | | |
|----------------------------|---|----------------------------|---------------------|------------|------------|
| | Periodo cumulato 17 feb - 15 marzo 2020 | | Trend su base annua | | |
| | Vendite a volume (l) | Vendite a valore (Euro) | volumi | spesa | prezzi |
| Totale Italia | 13.755.056 | 62.126.088 | 19% | 14% | -4% |
| Area Nord Ovest | 3.867.294 | 18.917.221 | 18% | 14% | -4% |
| Area Nord Est | 2.818.230 | 14.383.513 | 19% | 17% | -1% |
| Area Centro | 3.941.379 | 16.971.564 | 26% | 21% | -4% |
| Area Sud | 3.128.153 | 11.853.791 | 13% | 3% | -8% |
| Lombardia | 2.039.868 | 10.004.025 | 15% | 10% | -5% |
| Veneto | 886.533 | 4.712.167 | 17% | 19% | 2% |
| Emilia Romagna | 907.189 | 4.559.852 | 23% | 19% | -3% |
| Lazio | 1.312.119 | 5.401.568 | 24% | 17% | -5% |
| Campania | 760.950 | 2.844.574 | 20% | 11% | -8% |

| Ortaggi surgelati | | | | | |
|----------------------|---|----------------------------|---------------------|------------|-----------|
| | Periodo cumulato 17 feb - 15 marzo 2020 | | Trend su base annua | | |
| | Vendite a volume (Kg) | Vendite a valore (Euro) | volumi | spesa | prezzi |
| Totale Italia | 32.669.693 | 97.593.556 | 23% | 23% | 0% |
| Area Nord Ovest | 9.698.551 | 30.959.277 | 22% | 23% | 0% |
| Area Nord Est | 6.198.598 | 19.189.484 | 25% | 24% | -1% |
| Area Centro | 7.993.193 | 24.215.332 | 21% | 22% | 1% |
| Area Sud | 8.779.352 | 23.229.464 | 24% | 24% | 0% |
| Lombardia | 4.277.118 | 15.139.008 | 21% | 22% | 1% |
| Veneto | 1.615.759 | 5.723.198 | 24% | 25% | 1% |
| Emilia Romagna | 1.675.858 | 5.718.735 | 23% | 23% | -1% |
| Lazio | 1.690.215 | 6.018.019 | 27% | 26% | -1% |
| Campania | 992.081 | 2.975.707 | 22% | 21% | -1% |

| Conservas di pomodoro | | | | | |
|-----------------------|---|----------------------------|---------------------|------------|-----------|
| | Periodo cumulato 17 feb - 15 marzo 2020 | | Trend su base annua | | |
| | Vendite a volume (Kg) | Vendite a valore (Euro) | volumi | spesa | prezzi |
| Totale Italia | 52.351.636 | 68.461.766 | 41% | 46% | 4% |
| Area Nord Ovest | 11.832.736 | 17.860.750 | 40% | 46% | 4% |
| Area Nord Est | 6.961.923 | 10.561.836 | 48% | 53% | 3% |
| Area Centro | 14.460.499 | 18.952.274 | 43% | 46% | 2% |
| Area Sud | 19.096.479 | 21.086.906 | 37% | 44% | 5% |
| Lombardia | 5.508.577 | 9.168.800 | 41% | 48% | 6% |
| Veneto | 1.610.909 | 2.759.483 | 50% | 56% | 4% |
| Emilia Romagna | 2.255.708 | 3.556.691 | 50% | 55% | 4% |
| Lazio | 3.917.482 | 5.333.451 | 50% | 56% | 4% |
| Campania | 3.323.416 | 3.755.976 | 40% | 48% | 6% |

| Legumi in scatola | | | | | |
|----------------------|---|----------------------------|---------------------|------------|------------|
| | Periodo cumulato 17 feb - 15 marzo 2020 | | Trend su base annua | | |
| | Vendite a volume (Kg) | Vendite a valore (Euro) | volumi | spesa | prezzi |
| Totale Italia | 9.252.250 | 11.763.518 | 17% | 14% | -2% |
| Area Nord Ovest | 3.425.819 | 4.399.497 | 21% | 18% | -2% |
| Area Nord Est | 2.053.028 | 2.688.635 | 17% | 13% | -4% |
| Area Centro | 2.255.397 | 2.858.856 | 18% | 17% | -1% |
| Area Sud | 1.518.007 | 1.816.530 | 7% | 4% | -3% |
| Lombardia | 1.659.778 | 2.247.817 | 21% | 19% | -2% |
| Veneto | 446.192 | 597.479 | 3% | 0% | -3% |
| Emilia Romagna | 617.983 | 853.021 | 21% | 16% | -4% |
| Lazio | 360.190 | 509.275 | 17% | 19% | 1% |
| Campania | 177.372 | 211.261 | 9% | 6% | -3% |

| Patate | | | | | |
|----------------------|---|----------------------------|---------------------|------------|-----------|
| | Periodo cumulato 17 feb - 15 marzo 2020 | | Trend su base annua | | |
| | Vendite a volume (Kg) | Vendite a valore (Euro) | volumi | spesa | prezzi |
| Totale Italia | 35.674.177 | 39.793.288 | 31% | 37% | 5% |
| Area Nord Ovest | 10.593.946 | 12.566.855 | 28% | 38% | 7% |
| Area Nord Est | 7.786.450 | 8.817.955 | 38% | 43% | 4% |
| Area Centro | 10.206.084 | 11.149.409 | 30% | 37% | 5% |
| Area Sud | 7.087.697 | 7.259.070 | 28% | 30% | 2% |
| Lombardia | 5.232.708 | 6.471.089 | 34% | 43% | 7% |
| Veneto | 2.122.243 | 2.443.047 | 38% | 43% | 4% |
| Emilia Romagna | 1.988.288 | 2.498.200 | 47% | 49% | 1% |
| Lazio | 2.037.426 | 2.462.530 | 40% | 47% | 5% |
| Campania | 810.204 | 880.826 | 35% | 32% | -2% |

| Uova | | | | | |
|----------------------|---|----------------------------|---------------------|------------|-----------|
| | Periodo cumulato 17 feb - 15 marzo 2020 | | Trend su base annua | | |
| | Vendite a volume (Kg) | Vendite a valore (Euro) | volumi | spesa | prezzi |
| Totale Italia | 341.767.616 | 78.103.420 | 25% | 26% | 1% |
| Area Nord Ovest | 107.062.382 | 25.889.010 | 28% | 29% | 1% |
| Area Nord Est | 72.596.507 | 17.489.760 | 30% | 30% | 0% |
| Area Centro | 85.729.508 | 19.563.836 | 27% | 28% | 1% |
| Area Sud | 76.379.218 | 15.160.812 | 15% | 16% | 2% |
| Lombardia | 49.385.425 | 12.765.354 | 28% | 30% | 1% |
| Veneto | 19.029.356 | 4.426.951 | 35% | 34% | -1% |
| Emilia Romagna | 21.484.957 | 5.824.749 | 35% | 37% | 2% |
| Lazio | 19.845.684 | 5.086.223 | 29% | 32% | 3% |
| Campania | 12.069.915 | 2.533.640 | 20% | 21% | 1% |

| Prosciutto crudo pre affettato | | | | | |
|--------------------------------|---|----------------------------|---------------------|------------|-----------|
| | Periodo cumulato 17 feb - 15 marzo 2020 | | Trend su base annua | | |
| | Vendite a volume (Kg) | Vendite a valore (Euro) | volumi | spesa | prezzi |
| Totale Italia | 1.249.902 | 31.200.384 | 16% | 20% | 4% |
| Area Nord Ovest | 434.914 | 12.164.372 | 8% | 14% | 6% |
| Area Nord Est | 237.762 | 6.492.423 | 18% | 25% | 5% |
| Area Centro | 354.592 | 8.207.723 | 20% | 22% | 2% |
| Area Sud | 222.634 | 4.335.867 | 24% | 30% | 5% |
| Lombardia | 222.486 | 6.972.634 | 8% | 15% | 7% |
| Veneto | 38.388 | 1.240.961 | 15% | 27% | 11% |
| Emilia Romagna | 80.048 | 2.491.995 | 9% | 16% | 7% |
| Lazio | 61.811 | 1.640.523 | 24% | 23% | 0% |
| Campania | 27.953 | 626.346 | 33% | 35% | 2% |

Fonte: Ismea - Nielsen

LA SITUAZIONE DELLE FILIERE AGROALIMENTARI

Filiera ortofrutticola

La filiera ortofrutticola aveva archiviato il 2019 con risultati non troppo positivi sul fronte del consumo interno. Nel confronto con l'anno precedente, infatti, i consumi dei prodotti ortofrutticoli freschi si erano ridotti del 2,5% in quantità, con una spesa che però aveva tenuto (-0,3% su base annua) per effetto dell'incremento del prezzo medio del paniere di prodotti freschi (+2,3%). Dinamica leggermente diversa aveva interessato invece il consumo degli ortofrutticoli trasformati, per i quali - a una riduzione dei volumi (-0,9% rispetto al 2018) - era corrisposto un lieve aumento della spesa (+0,7%) derivante dall'incremento del prezzo medio dei trasformati (+1,6%).

Anche sul fronte del commercio con l'estero, sebbene la filiera avesse confermato la sua posizione attiva (1,8 miliardi di euro il saldo commerciale 2019), l'anno concluso aveva restituito una sensibile contrazione della bilancia commerciale (-22% su base annua) riconducibile soprattutto al peggioramento del saldo per gli agrumi e la frutta a guscio.

Il 2020, complice anche l'inverno particolarmente mite, era partito sotto i migliori auspici. Finora, la produzione e l'offerta nazionale sono state ampie e diversificate, permettendo alla filiera di rifornire costantemente i mercati al consumo di prodotti freschi, di ottima qualità, e in quantità adeguate alle esigenze della domanda.

A partire dal mese di febbraio, l'emergenza sanitaria Covid-19 ha impattato non tanto sul fronte produttivo, dove la filiera ortofrutticola ha finora reagito bene, quanto sugli stili di consumo, costringendo gli italiani a cambiare repentinamente le proprie abitudini alimentari, azzerando - tranne in qualche rara eccezione - i pasti fuori casa e dedicando molto più tempo alla preparazione dei pasti in casa. Tale situazione ha innescato un maggiore consumo di prodotti ortofrutticoli, nonostante il calo del numero di atti di acquisto per settimana, non abbia permesso di incrementare in maniera significativa i volumi acquistati. Anche la composizione del paniere di spesa sembra aver subito variazioni e alcuni prodotti più facilmente stoccabili, come patate, legumi secchi, cavoli, mele, kiwi e ortaggi surgelati hanno beneficiato di un incremento delle vendite; mentre altri prodotti, connotati da una maggiore deperibilità (come, ad esempio, insalate e fragole) hanno riscontrato un calo degli acquisti. Si segnala anche il riorientamento della domanda finale verso l'acquisto degli ortaggi di I gamma a scapito di quelli di IV gamma in virtù di una minore deperibilità e di una maggiore disponibilità di tempo da dedicare alla preparazione dei pasti.

Al momento, la filiera ortofrutticola risulta regolarmente attiva anche se in queste settimane di emergenza si è registrata qualche criticità che, tuttavia, non ha determinato significative ripercussioni alla catena produttiva e distributiva. In particolare, si fa riferimento alla carenza di lavoratori stranieri che hanno deciso di tornare nei paesi di origine rallentando le operazioni di raccolta e lavorazione degli ortaggi e ai problemi per il trasporto su gomma a causa dell'indisponibilità di alcuni vettori spagnoli a rifornire i mercati del Nord Italia, oltre al momentaneo blocco del traffico imposto dall'Austria (avvenuto giovedì 19 marzo) che ha avuto ripercussioni sul traffico dell'autostrada del Brennero e ha rallentato il flusso distributivo degli ortofrutticoli italiani verso i mercati Nord Europei.

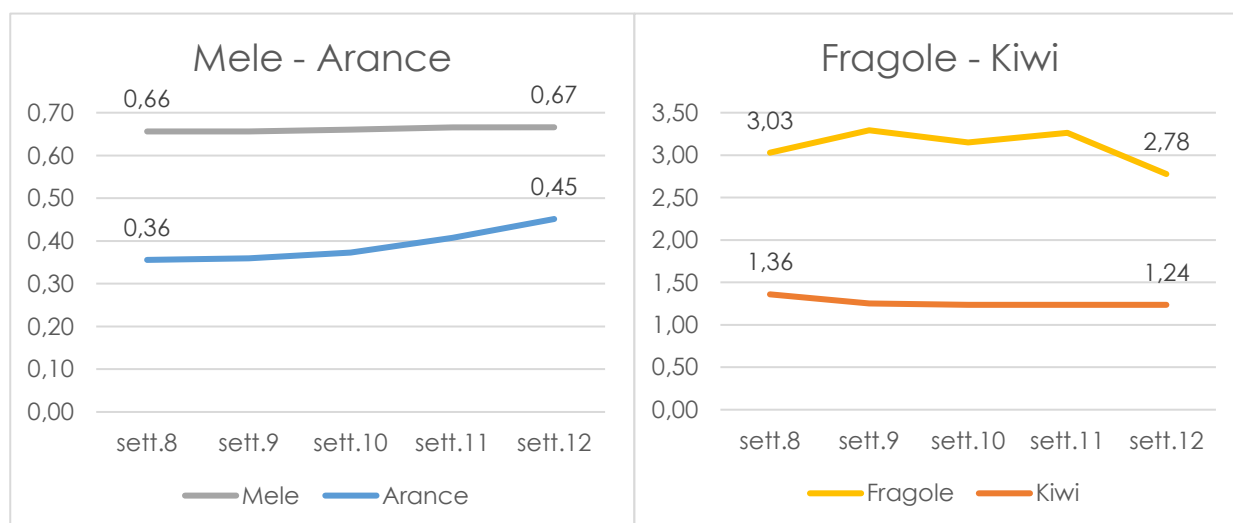
I mercati all'ingrosso, dopo una fase di iniziale difficoltà hanno ritrovato equilibrio per due fenomeni: da un lato, la necessità di approvvigionarsi presso questo canale anche da

parte della GDO (che generalmente lo usa solo per alcune marginali integrazioni) a seguito dell'incremento di domanda finale; dall'altro lato, la ripresa delle vendite dei negozi di vicinato (normalmente si riforniscono all'ingrosso) che hanno visto crescere il numero di clienti in considerazione delle lunghe file presso i supermercati.

Nelle ultime due settimane si segnala anche l'aumento della domanda estera (Germania, Belgio, Svizzera, Austria, Polonia, ecc.). Questo fenomeno rende più fluido il mercato di alcuni prodotti e, in qualche caso, determina la correzione al rialzo dei listini all'origine e all'ingrosso, come ad esempio sta accadendo per arance e pomodori. Si tratta comunque di una dinamica che andrà verificata con l'evolversi della diffusione del Coronavirus e delle conseguenti restrizioni in atto, soprattutto in quei paesi come Germania, Francia e Regno Unito che rappresentano rispettivamente il 25%, l'11% e l'8% dell'export ortofrutticolo italiano.

Attualmente la situazione degli ortofrutticoli è molto diversa a seconda dei prodotti presi in esame e le dinamiche dei prezzi all'origine devono essere opportunamente inquadrati nel contesto delle compagnie produttive in atto, in modo da interpretarne correttamente le variazioni.

Frutta: prezzi all'origine (Euro/Kg)



Fonte: Ismea

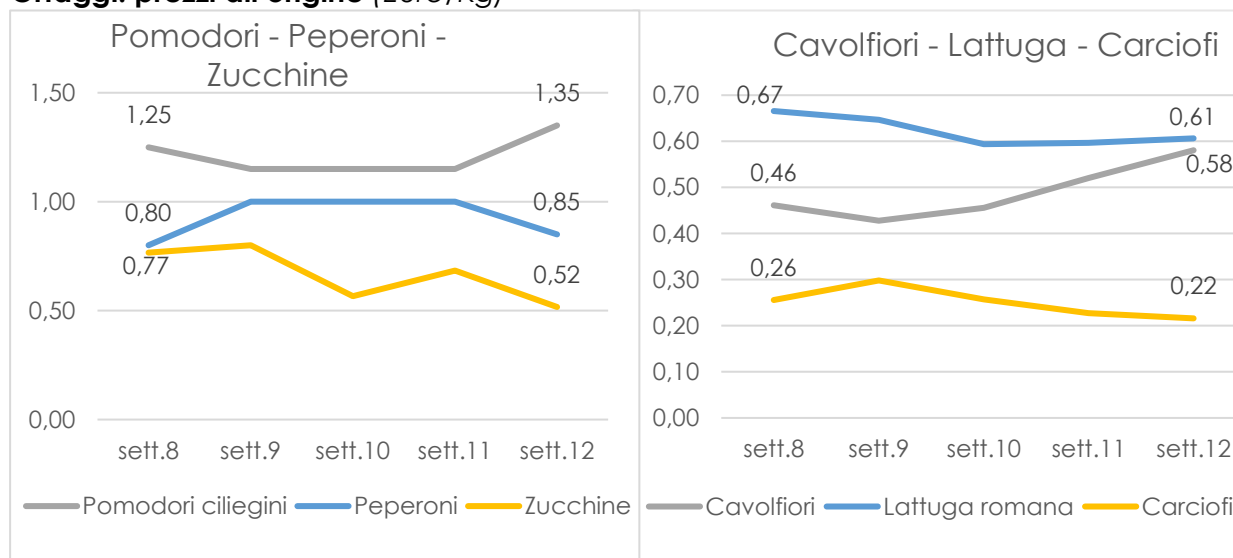
Di seguito si riporta una breve sintesi delle dinamiche in corso per i principali prodotti frutticoli:

- mele e kiwi sono stoccati in celle frigorifere. Per questi prodotti il decumulo delle scorte procede in maniera regolare e l'emergenza Covid-19 ha avuto l'effetto di irrobustire la domanda sia nazionale sia estera. Le mele sono disponibili in quantità adeguate alla domanda, mentre i kiwi nel 2019 hanno registrato un raccolto non particolarmente abbondante e l'offerta nazionale sarà disponibile per un mese ancora per poi lasciare spazio al nuovo raccolto di Cile prima e Nuova Zelanda poi;
- le ultime partite di pere – il cui raccolto è stato uno dei più scarsi degli ultimi anni – sono conservate nelle celle frigorifere. Di contro, il prodotto di importazione proveniente dall'emisfero australe si sta per affacciare nei nostri punti di vendita;
- le arance – la cui offerta quest'anno è particolarmente limitata – vengono raccolte regolarmente. L'offerta si assottiglia settimana dopo settimana e lascerà progressivamente sempre più spazio al prodotto di importazione;

- nelle ultime settimane si sono intensificate le operazioni di raccolta delle fragole in conseguenza di ciò i quantitativi disponibili sono risultati in incremento. Il mercato non è apparso particolarmente brillante in quanto ha risentito di una minore domanda a causa della limitata *shelf life* e della fortissima contrazione dei volumi esitati attraverso i mercati rionali e gli ambulanti. Inoltre, ad appesantire ulteriormente il mercato, c'è la presenza di merce estera, in particolare spagnola, disponibile a prezzi competitivi. Tale andamento ha inevitabilmente impattato sulle quotazioni che hanno mostrato una generale flessione.

Per quanto riguarda i prodotti orticoli, la stagione è in fase di transizione e, se da un lato le giornate più calde hanno messo un po' in difficoltà le produzioni tipicamente invernali (cavoli, finocchi e carciofi), dall'altro, il caldo anticipato ha incrementato l'offerta di insalate e zucchine, determinando un eccesso di offerta che nel caso degli ortaggi a foglia si è tradotto in una stagnazione di mercato, mentre per i prodotti stoccabili non sono state registrate particolari criticità (ad esempio cavolfiori e carote).

Ortaggi: prezzi all'origine (Euro/Kg)



Fonte: Ismea

Per quanto riguarda le principali orticole si evidenzia quanto segue:

- per le produzioni in coltura protetta (pomodori, zucchine, melanzane e peperoni) l'andamento climatico particolarmente mite ha determinato un picco di offerta nell'area di Latina e in quella della Sicilia orientale che – in questa fase dell'anno – rappresentano i principali bacini di produzione di questa tipologia di ortaggi. L'incremento dell'offerta è coinciso però con l'aumento della domanda (sia nazionale sia estera) e di conseguenza il mercato ha registrato quotazioni all'origine stazionarie e in qualche caso anche lievi incrementi (pomodori ciliegini). È risultato positivo anche il mercato di peperoni e melanzane che hanno beneficiato di un afflusso di prodotto dall'estero meno intenso del solito anche se nell'ultima settimana hanno registrato una flessione dei prezzi a causa dell'incremento dell'offerta. Discorso diverso per le zucchine la cui offerta è risultata in costante aumento e ha determinato una lieve flessione dei listini all'origine.
- patate, si assottigliano progressivamente gli stock di prodotto comune. Il fenomeno è fisiologico e in parte viene compensato dalle importazioni (soprattutto dalla Francia). Negli ultimi giorni si è registrato un rallentamento delle importazioni di prodotto comune a causa della maggior richiesta della domanda interna in Francia e in altri Paesi nordeuropei che di conseguenza risultano meno propensi a esportare verso

l'Italia. Nelle ultime settimane sono iniziate le operazioni di raccolta del prodotto novello siciliano e presto inizieranno le operazioni di scavatura anche in Puglia e Campania;

- in questa fase della stagione l'offerta di insalate è garantita da diversi areali di produzione del sud e del centro Italia. L'andamento climatico mite che ha caratterizzato quest'inverno ha determinato l'accavallamento di diversi cicli di trapianti e ciò ha avuto ripercussioni sull'offerta di questi prodotti che spesso è risultata in eccesso rispetto alla domanda. La limitata *shelf life* ha determinato un andamento instabile dei listini all'origine che nel corso delle settimane hanno registrato una forte volatilità dei prezzi. Sovente sono stati registrati trend discordi nelle diverse piazze monitorate.
- la produzione di cavoli, cavolfiori e broccoli – che sono colture di pieno campo tipiche invernali – è stata fortemente condizionata dall'andamento climatico anomalo. In molte zone del Centro-Sud si è giunti al termine delle operazioni di raccolta. A differenza di quanto visto per gli ortaggi a foglia, la possibilità di stoccare queste brassicacee ha consentito di gestire l'offerta sulla base dell'interesse della domanda. In conseguenza di ciò, i listini all'origine hanno mostrato una maggiore stabilità e i produttori sono riusciti a beneficiare anche di qualche lieve incremento di prezzo.
- l'offerta di carciofi è stata condizionata dall'andamento climatico particolarmente mite che in molti casi ha determinato l'accelerazione del processo di maturazione. Ciò si è riflesso in un costante calo dei prezzi all'origine anche a causa della flessione della domanda determinata dalla riduzione dei volumi esportati nei mercati ri-nali.

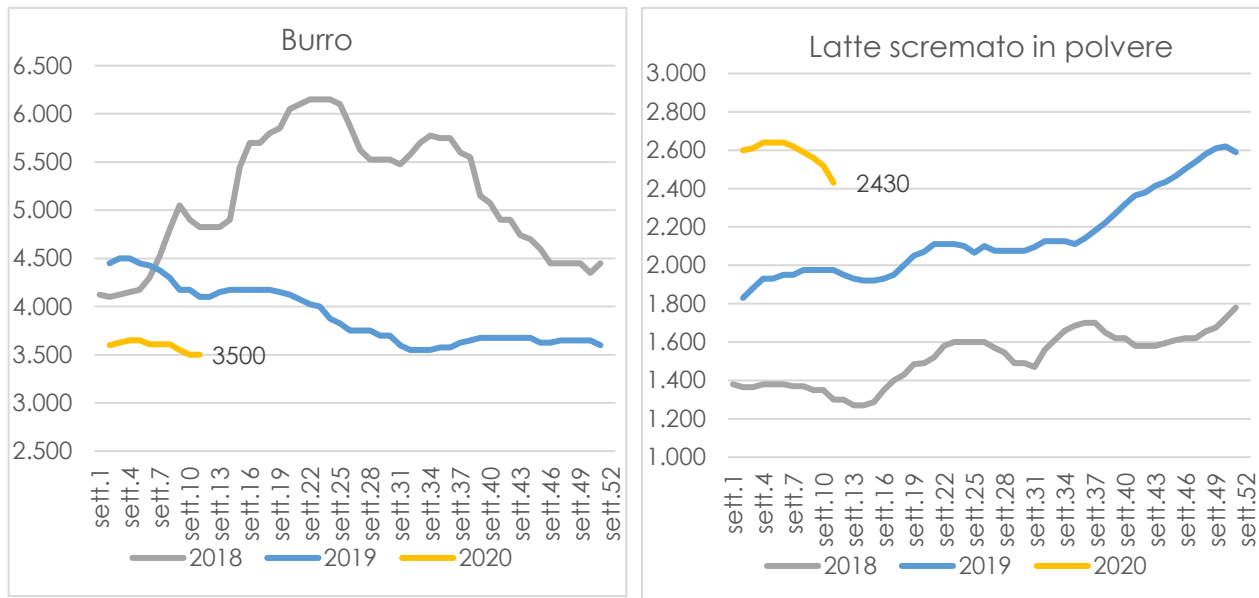
Filiera lattiero casearia

Sulla scia del positivo andamento del 2019, il 2020 si era aperto all'insegna dell'ottimismo per il settore lattiero caseario mondiale, con una buona disponibilità di latte e una domanda molto vivace. Le consegne di latte per l'UE-27 (escluso Regno Unito) hanno fatto registrare un incremento del +0,4% rispetto al 2018, soprattutto grazie al contributo di Polonia (+1,9% rispetto al 2018), Irlanda (+5,3%), Spagna (+2%), Belgio (+2,6%), Ungheria (+2,1%) e Repubbliche Baltiche (+0,6%). In Italia si è registrata una contrazione delle consegne nella misura dell'1%.

Sul fronte della domanda, i tassi di crescita registrati dai principali *player* sono stati a due cifre, mantenendo alta la tensione sui prezzi delle commodity, soprattutto latte in polvere: nel 2019 la Cina ha incrementato le proprie importazioni del 23% e del 29% rispettivamente per le polveri magre e grasse; in sensibile ripresa anche le importazioni russe, con il +32% per il burro e il +10% per i formaggi.

L'emergenza sanitaria Covid-19, partita proprio dalla Cina, ha bruscamente invertito la dinamica di mercato, con il rallentamento degli scambi commerciali che ha generato eccedenze proprio nel periodo di maggiore produzione dell'emisfero boreale (UE e USA). In particolare, sul mercato tedesco, nelle ultime quattro settimane si sono registrati cali dei prezzi dell'ordine del 6%, del 3% e del 4% rispettivamente per il latte scremato in polvere, il burro e il latte intero in polvere.

Germania: prezzi medi settimanali (euro/tonnellata)



Fonte: elaborazione Ismea su dati ZMP

Per quanto riguarda il mercato nazionale, dopo il significativo recupero registrato per gran parte del 2019, i prezzi all'ingrosso dei principali formaggi hanno iniziato a cedere durante l'autunno, mostrando una flessione via via più grande col passare dei mesi. Il Parmigiano Reggiano, con stagionatura di 12 mesi, è passato da 11,15 euro/kg di agosto 2019 a 9,50 euro/kg di gennaio 2020 (-15% in 6 mesi). Situazione simile anche per il Grana Padano, seppure con un ritmo lievemente più contenuto: per il prodotto con stagionatura inferiore ai 12 mesi si è passati da 8,02 euro/kg di agosto a 7,15 euro/kg di gennaio 2020 (-11% in 6 mesi). A determinare questa situazione dei prezzi è stata in primo luogo la crescita continua dell'offerta: in termini cumulati, il numero delle forme prodotte dall'inizio del 2019 è risultato superiore all'anno precedente del 5,1% per il Grana Padano e dell'1,5% per il Parmigiano Reggiano. L'aumento della produzione ha interessato anche altri formaggi DOP, come il Gorgonzola (+3,6% rispetto al 2018). Considerando la minore disponibilità di materia prima nazionale, la maggiore richiesta da parte dell'industria di trasformazione ha determinato anche un maggiore afflusso di latte in cisterna dall'estero (+11,7% rispetto al 2018) da destinare a prodotti freschi e altri derivati, nonché un incremento delle importazioni di formaggi (+3,9% in volume) e di yogurt (+2,5%).

A fronte di una domanda interna sostanzialmente stabile – nel 2019 la spesa degli italiani per i formaggi duri è cresciuta dell'1,6% principalmente per un aumento dei prezzi al dettaglio e per un minore ricorso alle promozioni – il surplus produttivo è stato indirizzato soprattutto all'export. Oltre 450 mila tonnellate di formaggi e latticini nel 2019 hanno complessivamente varcato i confini nazionali (+6,3% rispetto al 2018) raggiungendo il livello record di 3,14 miliardi di euro (+11,2% rispetto al 2018), di cui quasi 97 mila tonnellate e 1,1 miliardi di euro, attribuibile ai due grana DOP.

Negli ultimi mesi del 2019, in particolare a partire dal mese di ottobre, si è verificata però una brusca interruzione di questo trend, soprattutto a causa del rallentamento dei flussi verso gli USA, che rappresentano il primo mercato di destinazione per Parmigiano e Grana (con una quota in volume di circa il 40%). L'effetto dello squilibrio tra offerta e domanda ha determinato un aumento delle giacenze, che per il Parmigiano a dicembre risultavano essere superiori del 6,6% rispetto a un anno prima e il conseguente ripiegamento dei listini.

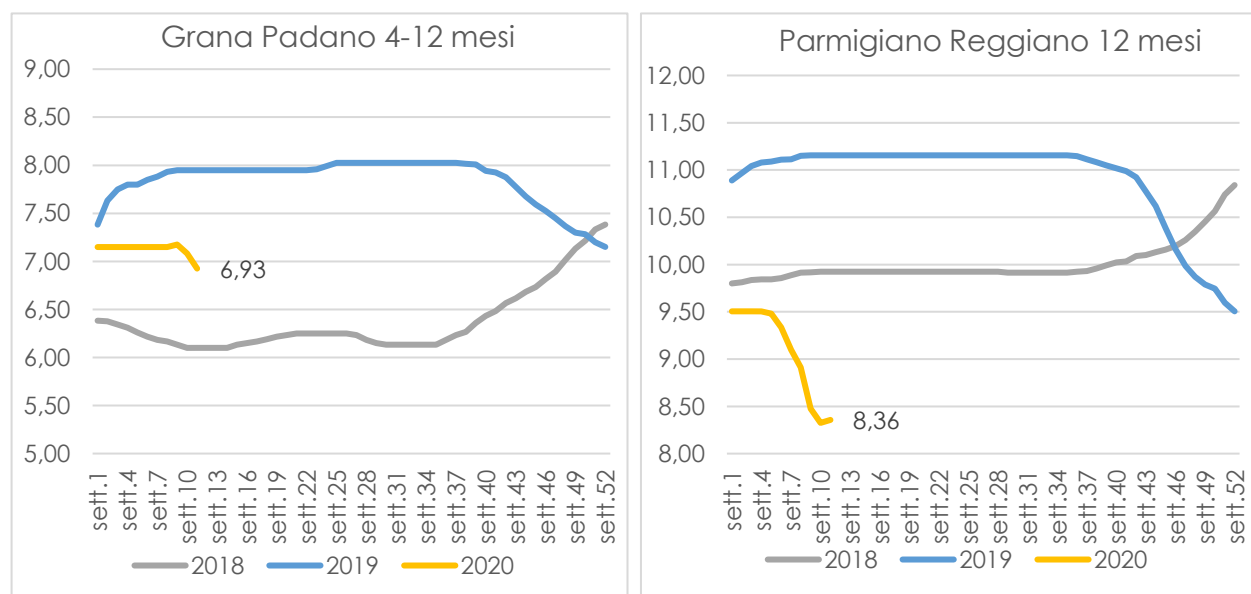
Con l'insorgere e la diffusione del coronavirus, soprattutto nelle aree di maggior produzione che risultano essere anche quelle più colpite dall'emergenza sanitaria (Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna), i prezzi dei formaggi grana hanno evidenziato una brusca frenata: a partire dalla settimana n. 8 dell'anno (17-23 febbraio), per il Parmigiano Reggiano il calo è stato di 40-50 cent/kg e il Grana Padano ha perso circa 15 cent/kg. Inevitabili le ripercussioni sui prezzi alla stalla, che si faranno sentire per le consegne effettuate nel mese di marzo – che tra l'altro coincide con il picco produttivo della campagna – e considerando che a febbraio con 38,52 euro/100 litri (media nazionale, senza premi, Iva esclusa) si è già registrato il 5% in meno rispetto allo scorso anno.

Export di formaggi e latticini italiani per paese di destinazione (tonnellate)

| | 2017 | 2018 | 2019 | Var % 18/17 | Var % 19/18 |
|-----------------------------|----------------|----------------|----------------|-------------|-------------|
| Formaggi e latticini | 415.355 | 423.732 | 450.384 | 2,0% | 6,3% |
| Francia | 88.242 | 85.919 | 91.804 | -2,6% | 6,8% |
| Germania | 60.215 | 63.679 | 71.164 | 5,8% | 11,8% |
| Regno Unito | 40.386 | 37.075 | 39.708 | -8,2% | 7,1% |
| Stati Uniti | 37.099 | 31.453 | 37.490 | -15,2% | 19,2% |
| Spagna | 21.215 | 23.765 | 25.088 | 12,0% | 5,6% |
| Belgio | 19.719 | 20.898 | 21.603 | 6,0% | 3,4% |
| Svizzera | 20.210 | 20.954 | 21.414 | 3,7% | 2,2% |
| Austria | 12.441 | 13.436 | 13.476 | 8,0% | 0,3% |
| Paesi Bassi | 11.661 | 12.385 | 12.627 | 6,2% | 2,0% |
| Giappone | 10.012 | 10.363 | 11.685 | 3,5% | 12,8% |
| Altri | 94.155 | 103.804 | 104.324 | 10,2% | 0,5% |

Fonte: elaborazioni Ismea su dati Istat

Prezzi medi settimanali formaggi grana (euro/kg - Iva esclusa)



Fonte: Ismea

marzo 2020

La chiusura del canale Horeca, che è particolarmente rilevante per il settore, sta impattando significativamente sulle vendite dei caseifici maggiormente connessi alla ristorazione e, se per i formaggi stagionati – per i quali gli operatori auspicano anche misure di intervento straordinarie a livello comunitario come gli aiuti all'ammasso – è possibile differire nel tempo il collocamento, la situazione è particolarmente critica per i formaggi freschi e per il latte fresco, la cui *shelf life* si scontra inevitabilmente con le difficoltà logistiche e distributive e con l'assenza di domanda da parte di bar, pasticcerie, gelaterie, ecc.

Il calo delle vendite da parte dei caseifici, e in alcuni casi il blocco della lavorazione per assenza di manodopera, ha influenzato il ritiro del latte presso gli allevamenti conferenti, determinando anche il crollo delle quotazioni dello spot la cui disponibilità risulta in forte crescita. Al fine di limitare gli effetti speculativi, alcuni grandi realtà industriali stanno richiedendo agli allevatori una contrazione della produzione conferita, anche dietro pagamento di un premio compensativo.

Sebbene non in grado di bilanciare l'azzeramento del canale Horeca, la corsa all'accaparramento di prodotti alimentari da parte delle famiglie italiane ha segnatamente incrementato le vendite di lattiero caseari presso la Grande Distribuzione. In particolare, si registra una forte crescita delle vendite di latte UHT, con un +28% dei volumi registrato nel periodo 17 febbraio-15 marzo rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, che viene decisamente preferito al latte fresco proprio per le caratteristiche di maggiore conservabilità. Aumenti considerevoli anche per la di mozzarella vaccina (+21% per il prodotto confezionato a codice EAN) – probabilmente per un aumento dell'impiego in preparazioni casalinghe – e i formaggi duri confezionati (+23%), sia grattugiati che spicchi. L'improvviso rimbalzo della domanda di latte UHT, particolarmente accentuata nelle aree del Centro-Sud, ha spinto alcune Centrali del latte e industrie a riconvertire momentaneamente la produzione dal fresco a quello a lunga conservazione, continuando tra l'altro ad assicurare il ritiro della materia prima presso gli allevamenti locali.

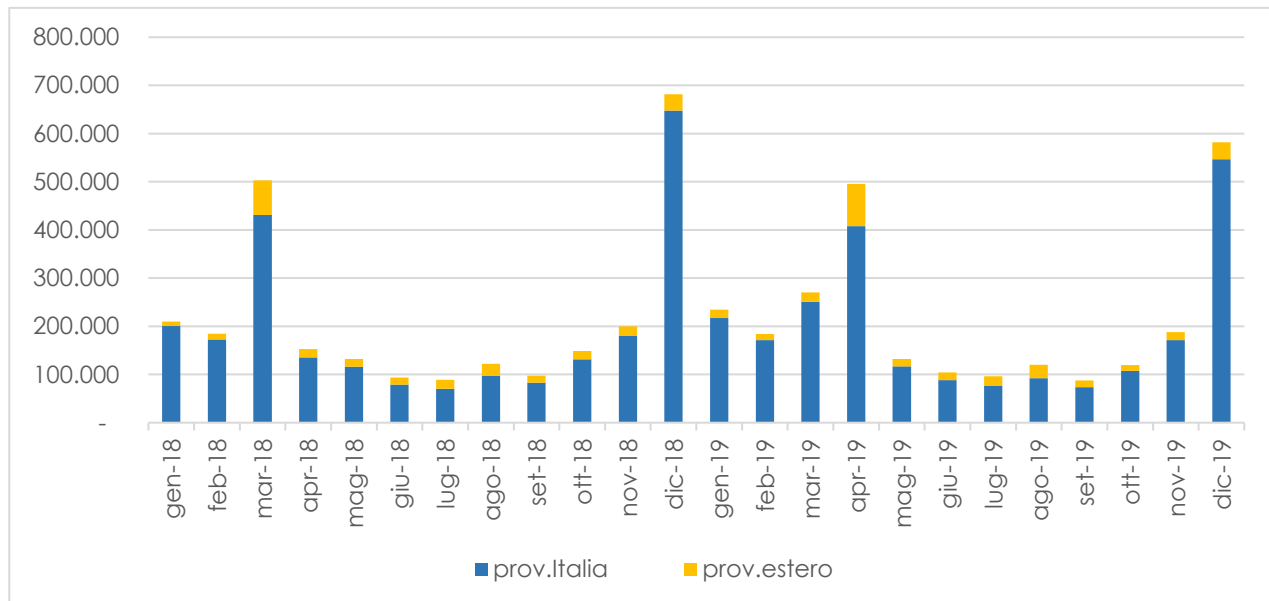
Per quanto riguarda la domanda estera, nei primi tre mesi del 2020, a fronte dei timori diffusi ai primi segnali della pandemia, i buyer della GDO estera hanno accelerato gli acquisti di formaggi assicurandosi una buona disponibilità di prodotti stagionati, anche in considerazione del fatto che all'estero l'Horeca ha continuato a lavorare fino all'inizio di marzo. Tuttavia, proprio a seguito delle scorte accumulate e della successiva chiusura dei canali Horeca a livello mondiale, nei prossimi mesi potrebbe verificarsi un calo delle esportazioni di *made in italy* caseario.

Filiera ovino da carne e da latte

Alle soglie del periodo pasquale, che rappresenta uno dei picchi annuali per i consumi, la filiera della carne ovicaprina si trova ad affrontare l'emergenza coronavirus, con la chiusura di ristoranti e l'impossibilità per le persone di vivere momenti di convivialità tipici dei periodi di festa. La domanda nazionale complessiva, oltre a essere concentrata in due momenti dell'anno, è rimasta abbastanza stabile nel tempo (poco meno di 1 kg pro capite), ma si sono modificate le abitudini di consumo: gli acquisti domestici sono caratterizzati da una progressiva contrazione negli ultimi cinque anni (-22% tra il 2019 e il 2015 e -11,5% tra il 2019 e il 2018), il che lascerebbe supporre un incremento del canale della ristorazione.

Nel periodo pasquale le macellazioni di ovini sfiorano i 500mila capi, di cui circa l'85% di provenienza nazionale.

Macellazioni ovicaprini (n. capi)



Fonte: elaborazioni Ismea su dati BDN – Anagrafe Zootecnica Nazionale

Nel 2019 sono stati complessivamente avviati al macello 2,6 milioni di capi, con una flessione dell'1% per gli ovini nazionali e un incremento di oltre l'8% per quelli di provenienza estera. Ungheria e Romania sono i principali fornitori di capi vivi – rappresentando oltre l'80% del totale – sebbene in entrambi i casi si sia registrata una forte contrazione degli invii (rispettivamente -22% e -15% rispetto al 2018). Sono, invece, aumentati gli arrivi di carne ovicaprina estera (+6,3% rispetto al 2018), soprattutto da Spagna, Regno Unito, Grecia e Irlanda.

Nonostante la diffusione del coronavirus, nell'areale sardo gli operatori segnalano un andamento delle macellazioni nella norma per il periodo corrente, con valori del vivo ancorati sui medesimi livelli di inizio anno, in attesa delle future movimentazioni. Gli operatori segnalano che le importazioni di agnelli vivi – soprattutto dalla Romania e Bulgaria – risultano attualmente molto ridotte dai rallentamenti che ha subito la logistica a seguito del Covid-19. Al Sud, invece, gli operatori segnalano un crollo delle richieste della GDO che ha innescato un calo dei prezzi, con perdite fino a 70 centesimi al chilo soprattutto nel foggiano.

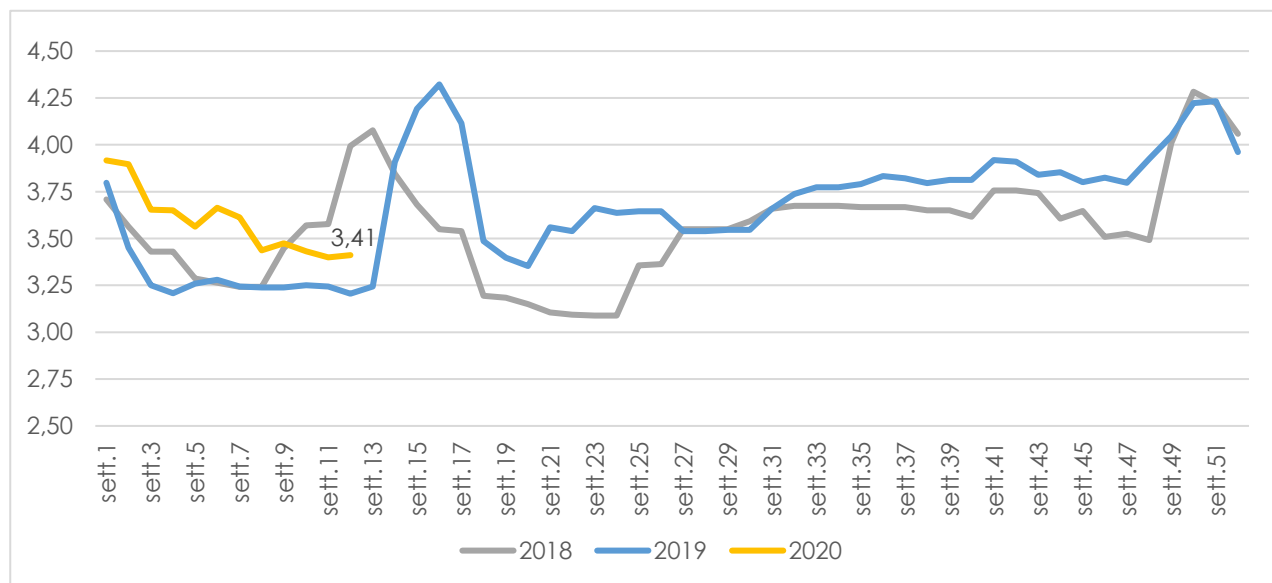
Per il segmento del latte ovino, pur persistendo le strutturali criticità settoriali, il 2019 ha fatto registrare un progressivo miglioramento delle condizioni di mercato principalmente come conseguenza di una contrazione dell'offerta di Pecorino Romano (-21% nella campagna 2018/19 rispetto alla precedente) e di un significativo recupero delle esportazioni. Dopo la critica performance del 2018 (-27,5% in volume rispetto al 2017), le esportazioni di Pecorino Romano sono aumentate del 29% in volume, soprattutto grazie al rilancio del mercato USA che ha assorbito circa i due/terzi delle esportazioni totali.

In particolare, i prezzi del Romano hanno ripreso slancio nella seconda parte del 2019, per poi stabilizzarsi a inizio 2020 intorno a un valore medio di 7,60 euro/kg.

Con la diffusione dell'emergenza sanitaria, non si segnalano contraccolpi rilevanti nei caseifici che producono prodotti a lunga stagionatura con un buon assorbimento da parte della GDO a prezzi sostanzialmente stabili; di conseguenza anche i ritiri di latte presso gli allevamenti proseguono nella norma sebbene si registri un leggero calo del prezzo rispetto

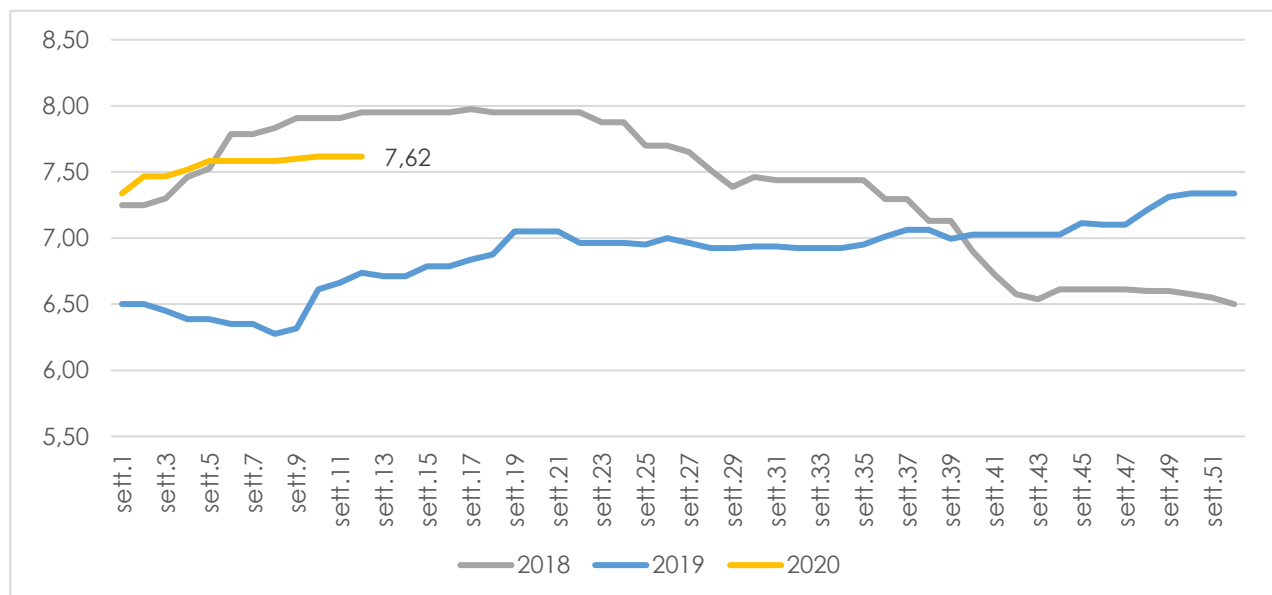
all'inizio dell'anno (77 euro/100 litri a marzo a fronte di 80 euro/100 litri di gennaio in Sardegna). Anche per le esportazioni non si rilevano particolari rallentamenti nei flussi, con una buona collocazione del prodotto all'estero e un prezzo stabile nelle ultime quattro settimane.

Agnelli: prezzi medi settimanali (euro/kg peso vivo)



Fonte: Ismea

Pecorino Romano: prezzi medi settimanali (euro/kg - Iva esclusa)



Fonte: Ismea

Il blocco dell'Horeca ha determinato forti ripercussioni per le aziende maggiormente focalizzate su questo canale e il calo degli ordini è stato più intenso nel Nord e Centro Italia e, in particolare, per i freschi, come la ricotta, con una conseguente contrazione della produzione.

Filiera carne avicunicola

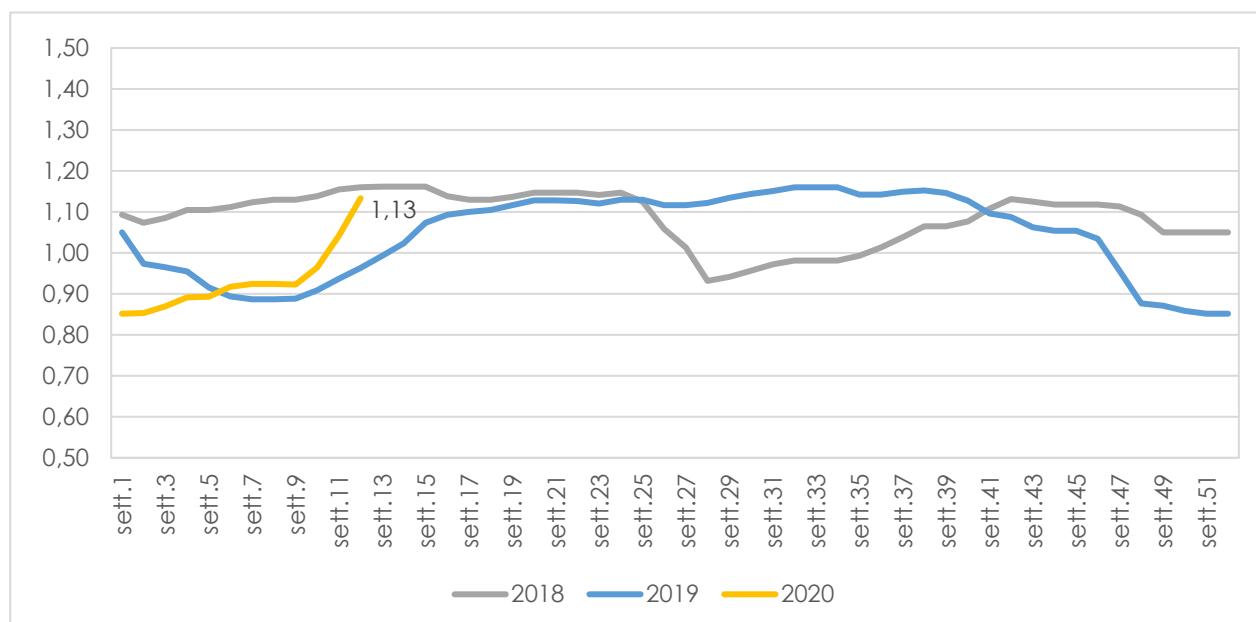
Il mercato avicolo è da sempre quello che, tra le carni, reagisce meglio alle situazioni di crisi e, anche in questo caso, si è mostrato reattivo, favorito da una domanda che fin dall'inizio dell'emergenza sanitaria lo ha privilegiato rispetto alle altre carni.

In effetti, il settore gode dei vantaggi di un mercato nazionale autosufficiente e di una filiera integrata verticalmente, caratteristiche queste che lo hanno preservato da problematiche legate alla dipendenza da altri.

Gli scambi in allevamento, da uno stato di equilibrio con un fondo di debolezza di inizio anno, sono diventati molto attivi; da ormai 4 settimane, con un leggero ridimensionamento in questi ultimi giorni, la domanda è stata superiore alla norma.

In particolare, per i polli, nella quarta settimana di emergenza, si registra un andamento meno sostenuto della domanda precedente. Vi è però la certezza della scarsità dell'offerta che non riesce a soddisfare interamente la richiesta; si continuano, quindi, ad anticipare i carichi in maturazione nelle settimane successive pur di accontentare la clientela.

Polli: prezzi medi settimanali (euro/kg peso vivo)



Fonte: Ismea

Il mercato permane in uno stato di forte eccesso di domanda, con quotazioni del vivo e – a effetto domino – del macellato, in forte aumento. La GDO sta al momento accettando di buon grado gli aumenti pur di riempire gli scaffali e soddisfare la richiesta.

Filiera carne bovina

Le misure drastiche volte al contenimento della pandemia stanno impattando in maniera pesante su tutti i mercati, compreso quello delle carni, dove a pagarne il prezzo più alto sono quei tagli e quelle tipologie per le quali il canale Horeca rivestiva il ruolo prevalente.

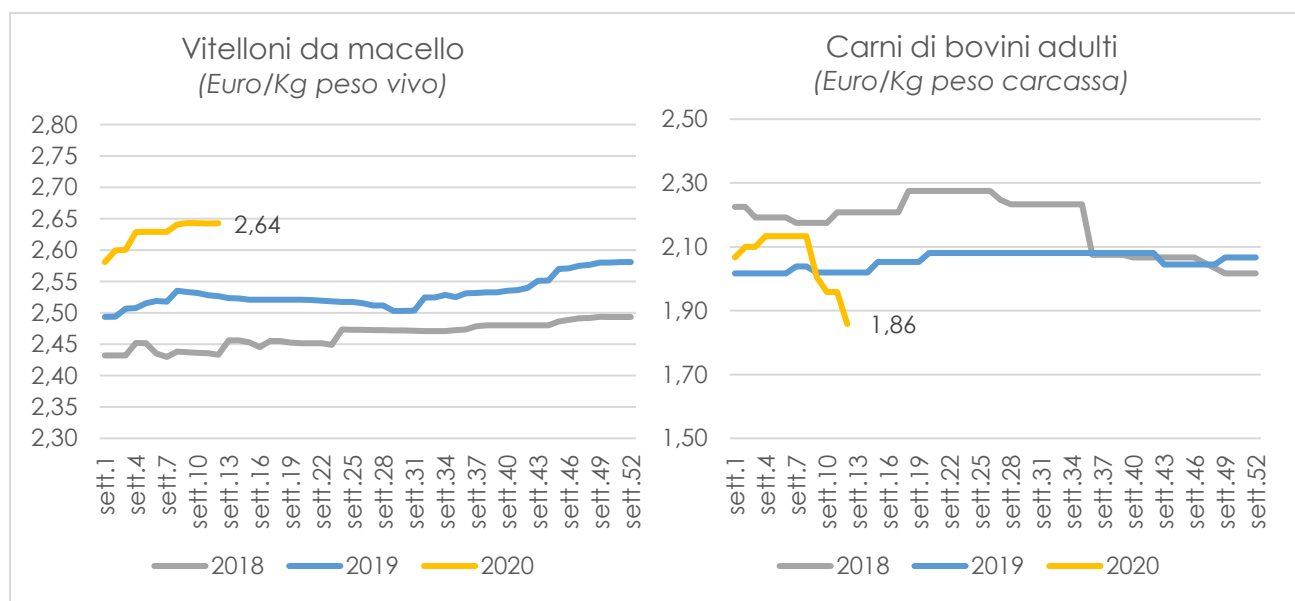
La forte riduzione del commercio internazionale ha sicuramente favorito il prodotto nazionale. L'avvento della pandemia ha però stravolto il circuito distributivo e la filiera si ritrova a dover riorganizzare flussi e canali di sbocco.

Particolare importanza assume in questo momento la fase di approvvigionamento dei ristalli, in quanto i principali allevamenti da ingrasso dei nostri areali settentrionali acquistano l'80% della mandria dalla Francia. L'Italia, disponendo solo di pochissime vacche nutrici, infatti, non è mai stata in grado di produrre autonomamente i vitelli da ingrassare e di cui ha bisogno, risultando strutturalmente deficitaria per la materia prima. Proprio perché così concentrato, questo segmento potrebbe avere più problemi in questo particolare momento.

Nelle prime quattro settimane di emergenza sanitaria, il commercio dei bovini da ristallo è proseguito a ritmi regolari, condizionato solo dalla disponibilità stagionale di capi, ma il prosieguo si sta arricchendo di incognite rispetto al periodo precedente: il timore del contagio e la carenza di sistemi di protezione stanno portando alla sospensione/riduzione del lavoro di una parte delle società di export e degli autisti dei TIR. Alcune società hanno deciso la sospensione immediata delle operazioni di acquisto, mentre altre resteranno operative, ma la loro attività sarà ridotta.

La disponibilità complessiva di bovini da ristallo, inoltre, permane bassa e in calo, come da classico ciclo produttivo stagionale. Gli operatori prevedono pertanto che i volumi saranno insufficienti a soddisfare tutta la domanda italiana.

Vitelloni e carne bovina: prezzi medi settimanali



Fonte: Ismea

Sul fronte della domanda, le carni bovine escono da un lungo periodo di crisi in cui le flessioni dei consumi si sono susseguite fino a segnare perdite importanti (-7% nel quinquennio dal 2014 al 2018). Il mercato si stava stabilizzando, con segnali negli ultimi due anni che lasciavano presagire la fine del declino, ma il futuro torna ad essere un'incognita dopo questa emergenza sanitaria.

Nel complesso l'attività di macellazione, dopo due settimane di incremento rispetto agli andamenti del periodo (+10/15% nelle ultime settimane di febbraio), resta ad oggi molto perturbata e irregolare.

L'impulsività dei consumatori che hanno effettuato acquisti di massa nelle prime due settimane, per poi rallentarli in quella seguente ha provocato una riduzione delle macellazioni.

Anche il circuito distributivo risulta alterato, con il mercato delle carni bovine che si trova ad affrontare le problematiche legate alla difficoltà di piazzare i “tagli scompensati” non ritirati dalla GDO e che usualmente trovano collocamento nei canali Horeca o esportativi.

Per aderire alle richieste usuali della GDO, tali carni dovrebbero essere congelate, con una notevole perdita di valore per i macelli; allo stesso tempo, il mercato esportativo – attualmente limitato dalle restrizioni per il Covid-19 – mostra una fase di prezzi contenuti e in flessione, risultando di fatto poco attraente. L'alternativa sarebbe vendere alla GDO solo “mezzene compensate” (complete) per non avere scorte invendute da congelare. Una soluzione che al momento non trova pienamente concorde la GDO.

Tutto ciò, ha raffreddato i compratori (macelli) che sono prudenti e attendisti negli acquisti dei capi maturi.

Sul fronte dei prezzi la situazione illustrata appare chiaramente, con i vitelloni ben posizionati e con buone prospettive di crescita e i bovini adulti (per la quasi totalità animali provenienti dal ciclo latte) che sono in sofferenza per il momentaneo blocco del tradizionale canale di sbocco, quindi con prezzi in netta flessione sia sul vivo che sul macellato.

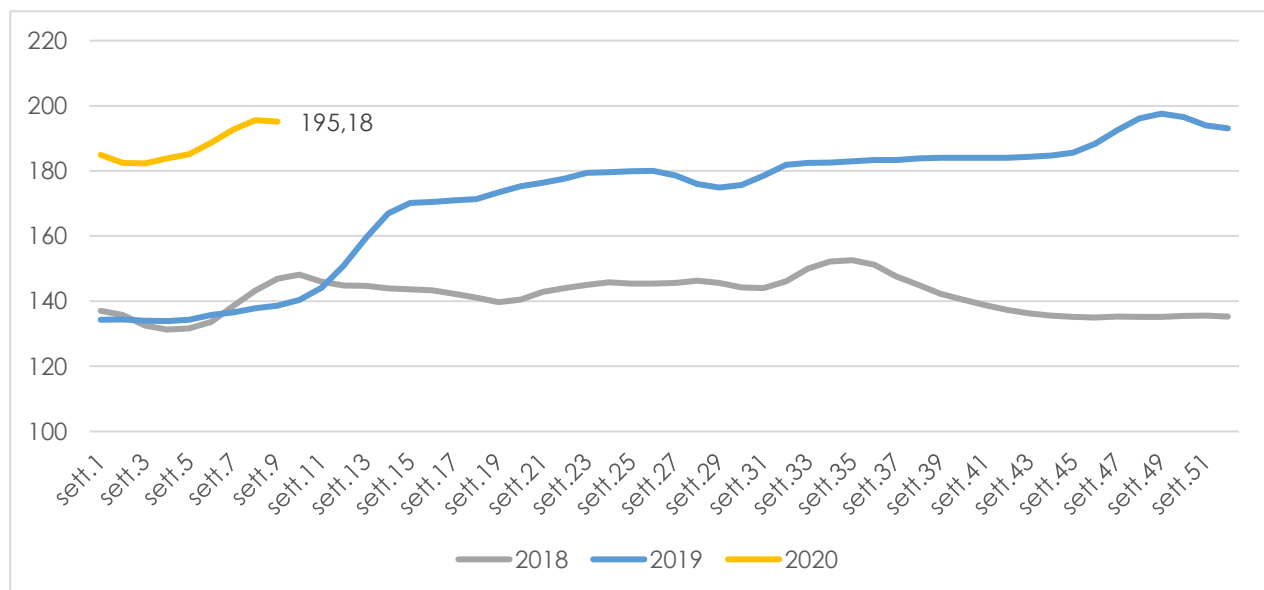
Intanto, sui mercati europei i prezzi delle carni bovine stanno scendendo, facendo prevedere un possibile incremento di carni estere sulle nostre tavole nelle prossime settimane.

Filiera suinicola

Con gli allevamenti decimati dalla Peste suina africana (PSA), la domanda di carne fresca dalla Cina ha portato a una forte crescita delle esportazioni europee. Ma le dinamiche degli scambi internazionali nel settore non coinvolgono l'Italia.

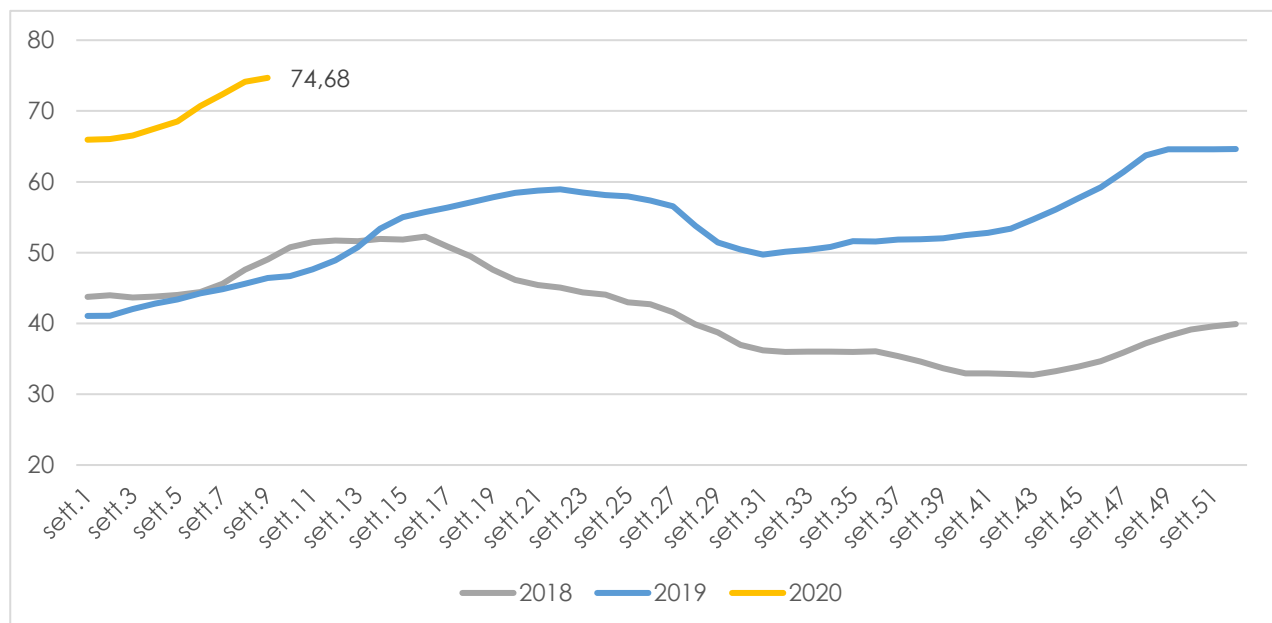
La dinamica dei prezzi europei, molto positiva durante tutto il 2019 sia per i suini da allevamento (suinetti) che per i suini da macello, sta confermando questo trend anche durante il primo trimestre del 2020.

Suini da macello: prezzi medi UE (euro/100 kg carcassa)



Fonte: elaborazione Ismea su dati CE, DG Agri (2020)

Suineffi: prezzi medi UE (euro/capo)



Fonte: elaborazione Ismea su dati CE, DG Agri (2020)

Inoltre, i prezzi si mantengono elevati anche per una contrazione dell'offerta: nel 2019 le macellazioni UE hanno registrato un calo pari all'1,3% in termini di numero di capi macellati. Si prevede che la produzione di carne suina dell'UE andrà incontro a un processo di riduzione dei volumi a causa dalle scelte politiche ambientali adottate da molti paesi membri dell'UE (in primis da Germania e Paesi Bassi, tra i principali produttori europei).

Al contrario, in Italia nel 2019 c'è stato un leggero aumento delle macellazioni rispetto al 2018 (+2% numero capi macellati).

L'andamento positivo delle quotazioni registrato a livello europeo non si riflette sul mercato suinicolo nazionale, che nei primi mesi del 2020 riporta quotazioni all'origine e all'ingrosso in flessione, anche se ancora decisamente elevate rispetto allo stesso periodo del 2019.

Nell'ultima riunione della CUN suini da macello (19 marzo 2020), il prezzo dei suini di peso 160-176 kg (circuito tutelato) è sceso a 1,50 euro/Kg, in calo del -3,5% rispetto al dato precedente.

Suini vivi - Prezzi medi settimanali (euro/kg - Iva esclusa)

| Settimane | sett. 9 | sett. 10 | sett. 11 | sett. 12 |
|--|-------------------|---------------|----------------|----------------|
| | 24 feb-1 mar 2020 | 2 -8 mar 2020 | 9 -15 mar 2020 | 16-22 mar 2020 |
| Prezzi all'origine | | | | |
| Suini da allevamento da 160 a 176 Kg (circuito tutelato) | 1,60 | 1,60 | 1,56 | 1,44 |
| Suineffi da allevamento (30 kg) | 3,82 | 3,89 | n.f. | 3,86 |

Fonte: CUN suini

Nell'ultima riunione della CUN tagli di carne suina fresca (20 marzo 2020), i prezzi delle cosce fresche sono diminuiti, toccando i dati più bassi da agosto dello scorso anno.

Le quotazioni delle cosce fresche destinate a produzioni DOP sono scese a 3,27 euro/kg per la leggera (-3,8%) e 3,99 euro/kg per quella pesante (-4,1%). In calo anche i prezzi delle cosce fresche per crudi non tipici, con il prodotto leggero che ha fatto registrare un valore di 2,90 euro/kg (-4,3% rispetto al dato precedente) e quello pesante di 3,42 euro/kg (-4,7%).

Stabile a 4,05 euro/kg il prezzo del lombo taglio Padova.

Principali tagli di carne suina – Prezzi medi settimanali (euro/kg - Iva esclusa)

| Settimane | sett. 9 | sett. 10 | sett. 11 | sett. 12 |
|---|-------------------|---------------|----------------|----------------|
| | 24 feb-1 mar 2020 | 2 -8 mar 2020 | 9 -15 mar 2020 | 16-22 mar 2020 |
| Prezzi all'ingrosso | | | | |
| Lombo fresco taglio Padova | 3,55 | 3,55 | 4,05 | 4,05 |
| Coscia fresca per crudo tipico 13-16 kg | 4,29 | 4,26 | 4,16 | 3,99 |
| Coscia fresca per crudo Non Dop 12 kg e oltre | 3,69 | 3,64 | 3,59 | 3,42 |

Fonte: CUN tagli freschi carne suina

A seguito delle misure restrittive adottate dal governo per il contenimento del Covid-19, il settore suinicolo sta affrontando alcune problematiche legate soprattutto al rallentamento dell'attività dei macelli e alla chiusura dei canali Horeca.

I macelli stanno soffrendo le difficoltà operative derivanti dalla necessità di organizzare le strutture per ridurre al minimo i rischi di contagio e mettere in sicurezza gli operatori, con la dotazione di presidi sanitari adeguati (si stima una riduzione del 20% della produzione nell'ultima settimana). Questo comporta una contrazione della domanda di suini da macello, a fronte di un'offerta da parte degli allevatori che resta elevata e si traduce con la riduzione dei prezzi all'origine dei suini.

Per quanto riguarda i prezzi, si mantengono ancora abbastanza alti quelli dei tagli destinati al fresco e alla vendita nei punti della GDO per cui il consumo risulta essere sostenuto, mentre le quotazioni dei tagli destinati alla stagionatura (prime fra tutti le cosce per i prosciutti DOP) sono in calo per il crollo della domanda dell'Horeca (i macelli lamentano la perdita dovuta all'impossibilità di valorizzare questo taglio come avveniva abitualmente).

Allo stesso tempo le produzioni DOP rallentano (si stima un calo della produzione del 15%) a seguito delle misure adottate dalle imprese di trasformazione per la messa in sicurezza degli operatori (meno operai su ogni linea produttiva, turni di lavoro, ecc.).

Anche per l'industria della carne suina e dei salumi, le maggiori criticità dettate dalle condizioni di emergenza, riguardano la chiusura del canale Horeca – al quale di solito viene destinato circa il 25% della produzione – cui si aggiunge la serrata dei "banchi taglio fresco" all'interno di alcuni punti vendita della GDO. Allo stesso tempo, l'industria si sta confrontando con una forte richiesta da parte della GDO di prodotti in vaschetta, che possono essere conservati più a lungo e che garantiscono elevati standard igienico-sanitari: tuttavia la capacità produttiva dell'industria risulta limitata, e la produzione per il mercato

interno entra in competizione con la quota produttiva di vaschette destinata all'esportazione, che necessariamente andrà incontro a una riduzione nelle prossime settimane.

Filiera vino

L'Italia si presentava ad affrontare il mercato vinicolo 2020 con un ruolo importante: nel 2019, infatti, oltre ad avere confermato la leadership mondiale a livello produttivo con 47,5 milioni di ettolitri, aveva anche riconquistato il primato, seppure di misura, nelle esportazioni a volume che avevano raggiunto i 21,6 milioni di ettolitri di vino (+10%) contro i 21,4 milioni della Spagna. Allo stesso tempo, la presenza di 48 milioni di ettolitri di scorte, portava la disponibilità della campagna a 95,5 milioni di ettolitri contro i 94,9 milioni di quella precedente (54,8 milioni di hl di produzione e 40 milioni di giacenze).

Il 2020 era comunque iniziato con incognite importanti. Una su tutte i dazi americani che, seppur non nell'immediato, rappresentavano una possibile minaccia per il settore (dovendo essere rivisti all'inizio dell'estate). A questo, si era poi aggiunto il rallentamento dell'economia cinese, peraltro accentuato dalla crisi sanitaria che si stava manifestando già dall'inizio dell'anno e, in ambito europeo, le tensioni legate alla definizione della Brexit.

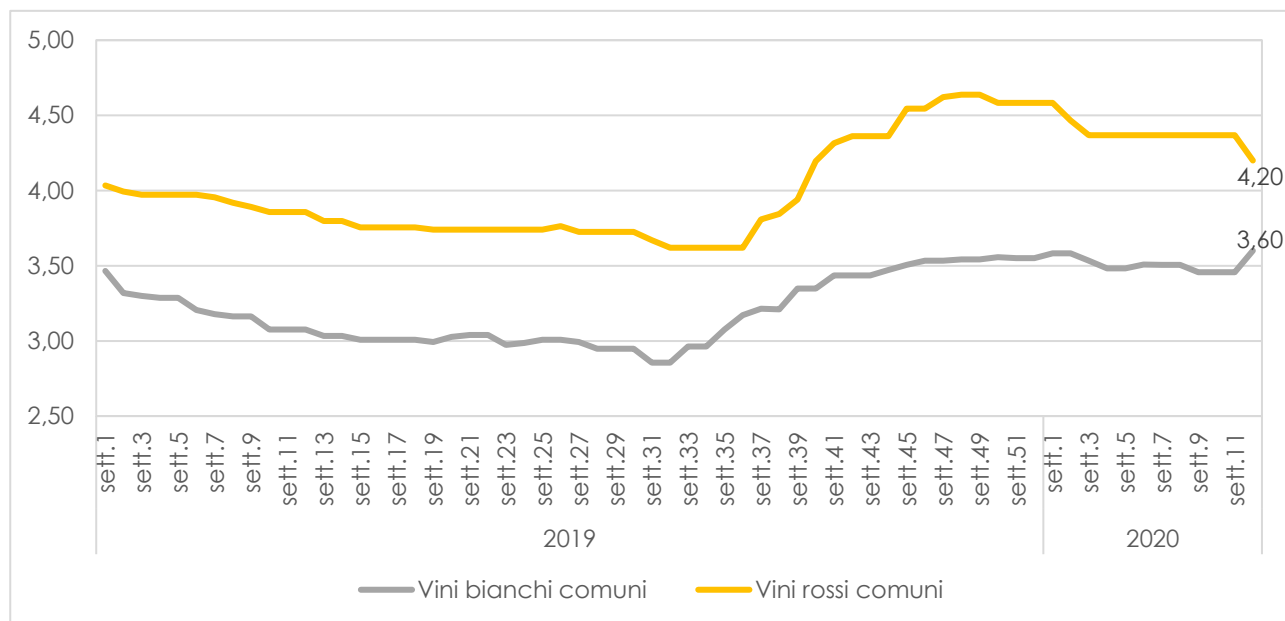
A ciò è poi subentrata l'emergenza sanitaria globale derivante dalla rapida diffusione del Coronavirus, con l'attivazione di misure che hanno rapidamente portato in *lockdown* ampie aree geografiche, sia in Europa che nel resto del mondo. Tra i paesi interessati, ce ne sono diversi che rivestono un ruolo molto importante per il vino italiano, come ad esempio il Regno Unito e gli Stati Uniti. A pesare è soprattutto il forte ridimensionamento della domanda da parte dell'Horeca, il principale canale per il consumo in questi Paesi. Facendo una stima molto approssimativa, e tenendo conto di due mesi di difficoltà a livello mondiale, potrebbero essere a rischio esportazioni per quasi un miliardo di euro. Chiaramente, tutto dipenderà da quando e con quale ritmo riprenderanno i consumi, soprattutto fuori dalle mura domestiche. Se nelle prime settimane della crisi sono risultati abbastanza regolari gli ordini e le consegne verso i principali paesi esteri, il fermo totale dell'Horeca ha reso estremamente preoccupante la situazione soprattutto per il prodotto di gamma più alta portando al blocco di alcuni contratti e al mancato rinnovo di altri.

In tema di domanda interna, invece, è stata registrata una richiesta sostenuta – almeno fino alla metà di marzo – da parte della GDO che ha addirittura generato un aumento delle uscite dalle cantine. Il calo della domanda complessiva, tuttavia, si sta concretizzando in maniera evidente in questi giorni e si pensa si protrarrà per diverse settimane. L'aumento della domanda da parte della GDO, importante ma comunque inferiore alla media complessiva, non riuscirà a compensare le perdite accumulate, non tanto in volume, quanto a valore, essendo le produzioni medio-alte quelle che trovano maggiore collocazione nel canale Horeca. La chiusura di alberghi, agriturismi e ristoranti, poi - oltre a sottrarre un naturale sbocco per le produzioni nazionali - ha anche annullato un validissimo supporto promozionale dei prodotti verso gli acquirenti italiani e stranieri.

In questa fase emergenziale, il settore sta anche fronteggiando alcune difficoltà di tipo logistico che riguardano l'approvvigionamento di materiale di confezionamento. Molte vetrerie, per esempio, sono in Veneto e Lombardia e lavorano a ritmo ridotto, così come alcuni prodotti, quali etichette/cartoni, necessitano di materie prime spesso proveniente dall'estero con qualche difficoltà.

Nonostante la situazione, i prezzi all'origine risultano sostanzialmente stabili nelle prime settimane interessate dai decreti restrittivi.

Vini comuni: evoluzione settimanale dei prezzi medi (euro/ettogrado, f.co azienda in cisterne)



Fonte: Ismea

Ciò soprattutto in relazione al fatto che si tratta di un prodotto stoccabile. Non bisogna tuttavia trascurare che nel mese di agosto prenderà il via una nuova vendemmia che, stante l'attuale situazione di mercato, potrebbe rivelarsi critica per le cantine, la cui capacità di immagazzinaggio è ovviamente limitata. Pertanto, qualora nei prossimi mesi la situazione fosse ancora in stallo, potrebbero tornare utili interventi volti a favorire la riduzione delle scorte di vino, così come misure (es. vendemmia verde) per alleggerire la prossima vendemmia.

A tale riguardo, si segnala la richiesta di questi giorni (Assodistill e Alleanza della cooperazione) di procedere a una distillazione volontaria, in modo da alimentare le distillerie con alcool da destinare alla produzione di igienizzanti.

Filiera olio

Il settore dell'olio di oliva italiano sta attraversando, ormai da qualche tempo, difficoltà strutturali e commerciali nonostante un grande prestigio riconosciuto alle produzioni di qualità.

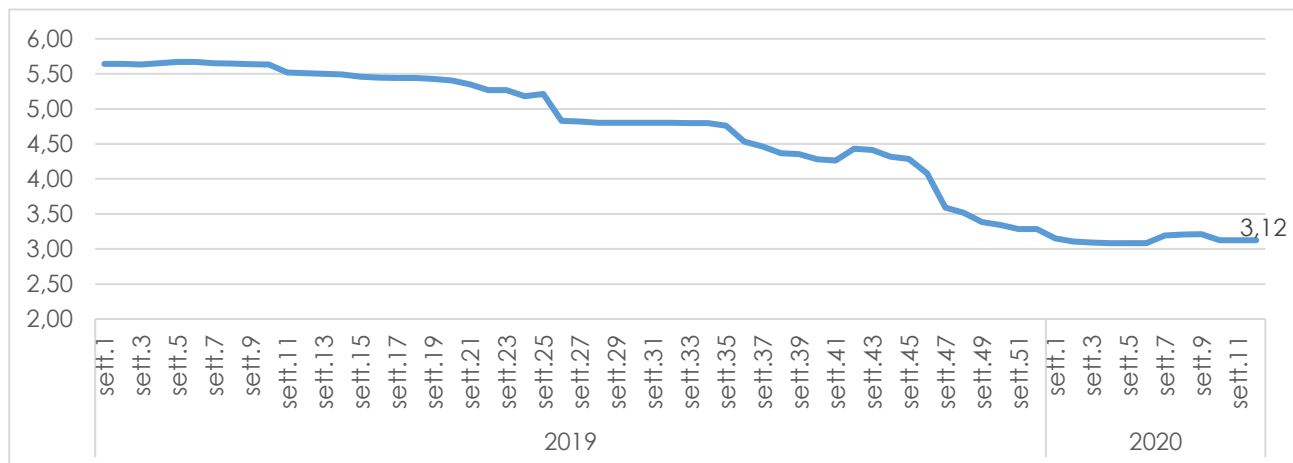
La presenza di un'importante industria di imbottigliamento, i cui brand sono apprezzati in tutto il mondo, fa sì che l'Italia sia il naturale crocevia degli scambi internazionali, con la peculiarità di importare olio di oliva sfuso e di riesportare – dopo aver fatto i blend – olio imbottigliato, garantendo valore aggiunto alle imprese italiane. Questo ne fa il principale Paese importatore e il secondo esportatore mondiale, mentre a livello produttivo si colloca generalmente al secondo posto, ma con un volume produttivo che è appena un quarto di quello spagnolo. In tema di mercato, quindi, l'Italia subisce l'influenza del concorrente iberico, soprattutto per i prodotti di massa; mentre riesce a sganciarsi dalle dinamiche del mercato spagnolo sui prodotti di maggiore qualità.

Nel 2019, le importazioni totali di olio di oliva e sansa hanno superato le 600 mila tonnellate (+9,5%), a fronte di una spesa di 1,4 miliardi di euro (-13%) in flessione per la riduzione dei prezzi internazionali. L'export, invece, con 339 mila tonnellate è cresciuto leggermente in volume (+1%) per un corrispettivo di 1,37 miliardi di euro (-8,5%).

La produzione italiana della campagna in corso 2019/20 è risultata, ormai a frantoi chiusi, più generosa del previsto anche se questo non basta a definirla abbondante. Ismea, sulla base delle dichiarazioni dei frantoi, stima, infatti, volumi pari a 365 mila tonnellate, più del doppio rispetto alle 175 mila tonnellate della campagna precedente.

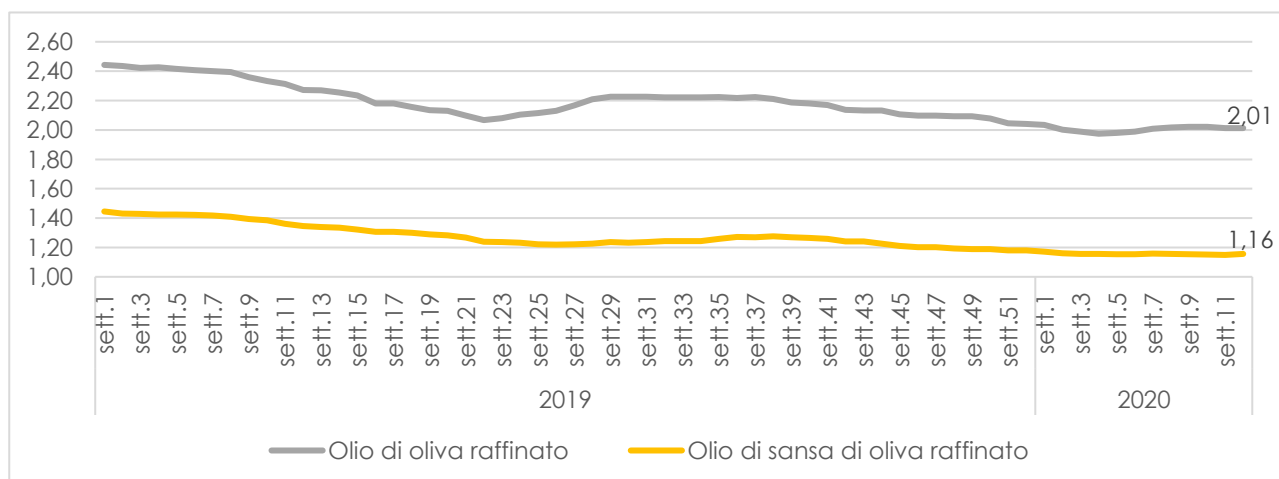
A livello mondiale, però, il dato produttivo di questa campagna sembrerebbe inferiore a quello del periodo precedente (-5%), sintesi di due situazioni contrapposte nella UE e al di fuori dei confini comunitari. Il peso maggiore è chiaramente quello della UE a seguito di una flessione piuttosto considerevole della Spagna che, secondo le ultime stime di Madrid, dovrebbe avere una produzione di 1,16 milioni di tonnellate, ben il 35% in meno su base annua. In crescita invece la Grecia, sebbene con un tasso di incremento inferiore a quanto ci si aspettasse ad inizio raccolta. A crescere sono anche altri produttori "terzi" in primo luogo la Tunisia che con 300 mila tonnellate segna un +150% rispetto allo scorso anno e la Turchia (+36%).

Olio extra vergine di oliva: evoluzione settimanale dei prezzi medi (euro/Kg - f.co azienda, iva esclusa)



Fonte: Ismea

Olii raffinati: evoluzione settimanale dei prezzi medi (euro/Kg - f.co magazzino arrivo, iva esclusa)



Fonte: Ismea

marzo 2020

La minor produzione mondiale, però, è stata in qualche modo compensata dalle elevatissime scorte presenti soprattutto in Spagna che hanno, di fatto, calmierato il mercato. I prezzi internazionali, infatti, hanno continuato nella loro fase flessiva e anche i listini italiani, che lo scorso anno erano schizzati verso l'alto per la scarsità di prodotto, si sono adeguati a tale riduzione. Se si analizzano, ad esempio, i listini italiani dell'extravergine nel primo trimestre del 2020 si evidenzia una riduzione piuttosto importante rispetto allo scorso anno (-44%) dovuta a delle "normali" dinamiche di mercato e che quindi non vanno ricondotte alla crisi sanitaria in atto. In termini assoluti gli attuali 3,11 euro al chilo in media dell'olio extravergine italiano vanno raffrontati con i 5,54 euro al chilo del marzo 2019, mentre quello spagnolo attualmente segna 2,11 euro al chilo contro 2,64 dello scorso anno.

La riduzione dei listini in realtà è iniziata in maniera significativa già all'inizio dell'estate e si è intensificata in autunno con l'apertura dei frantoi. Questo ha permesso alle aziende imbottigliatrici di comprare a prezzi convenienti sia in Italia che all'estero e ora, con la crisi Covid-19 in corso, non sembrano avere particolari problemi di approvvigionamento.

Al momento ci sono ancora volumi da vendere, ma il mercato si è fermato appunto per la presenza di giacenze presso le catene di distribuzione. L'attenzione maggiore è, quindi, rivolta alla fase agricola nell'attesa di segnali che possano dare indicazioni sulla futura campagna.

Filiera cereali

L'elevato livello delle importazioni rappresenta una delle principali criticità delle filiere cerealicole italiane, contraddistinte da un dualismo tra la fase agricola, sempre più deficitaria di materie prime, e la fase industriale, sempre più oggetto dell'apprezzamento dei prodotti trasformati italiani da parte dei mercati esteri.

In particolare, la produzione agricola nazionale della granella risulta molto frammentata e incostante nel tempo, sia in quantità che in qualità; nel caso specifico del mais, invece, si è registrata negli ultimi anni una costante contrazione produttiva per motivi di ordine climatico e sanitario. Per questi motivi le industrie di trasformazione, al fine di soddisfare la propria domanda di materia prima, importano elevati quantitativi di granella da paesi esteri, prevalentemente della UE, con richiesta di partite omogenee e dal livello qualitativo elevato, in grado di garantire una adeguata organizzazione produttiva degli stabilimenti di trasformazione. Tale fenomeno ha determinato una progressiva riduzione del tasso di autoapprovvigionamento nazionale della granella, soprattutto di mais.

Importazioni dell'Italia dei principali cereali (tonnellate)

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Frumento duro | 2.374.645 | 2.323.258 | 2.111.722 | 1.799.235 | 2.466.097 |
| Autoapprovvigionamento ¹ | 70% | 73% | 73% | 72% | 62% |
| Frumento tenero | 4.852.340 | 5.491.273 | 5.318.482 | 5.654.091 | 5.008.284 |
| Autoapprovvigionamento ¹ | 39% | 36% | 35% | 33% | 36% |
| Mais | 3.804.334 | 4.630.620 | 5.407.637 | 5.755.385 | 6.394.217 |
| Autoapprovvigionamento ¹ | 64% | 60% | 53% | 52% | 50% |

¹ produzione/consumo

Fonte: elaborazioni Ismea su dati Istat

marzo 2020

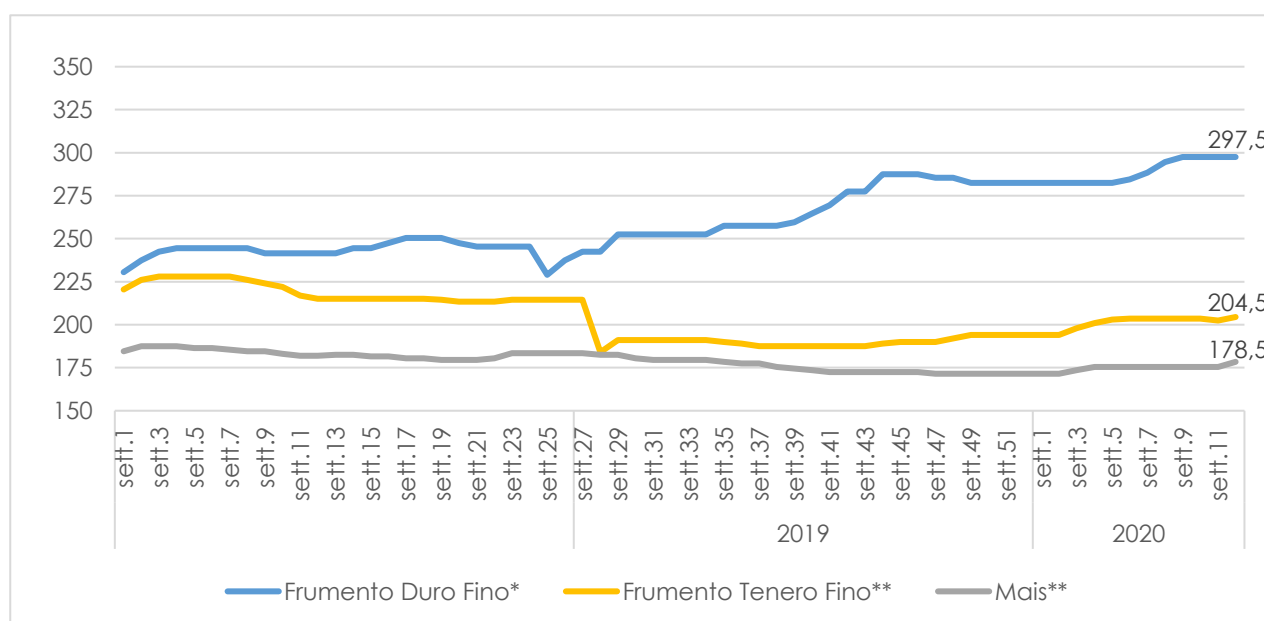
Restando nell'ambito della trasformazione, la filiera del frumento duro si concretizza nella produzione di pasta di semola per la quale il fatturato sui mercati esteri ha sfiorato 1,9 miliardi di euro nel 2019 (il 4,2% del totale export agroalimentare) e che ha visto nell'ultimo decennio destinare all'export oltre il 50% della produzione nazionale. Importanti anche le esportazioni dei prodotti da forno derivati dalla lavorazione del frumento tenero che si attestano a 2,3 miliardi di euro nel 2019 (il 5,2% del totale export agroalimentare).

I fondamentali che guidano il mercato sono regolati da variabili estremamente incerte e fortemente influenzate dagli andamenti internazionali delle *commodity* con interferenze anche di tipo finanziario e speculativo. In linea generale, le variazioni di prezzo che si registrano per i cereali sono in larga misura da attribuire al disallineamento che si verifica tra offerta e domanda e che va a impattare sulla consistenza delle scorte. Il mercato nazionale dei cereali è di "derivazione" cioè risente pienamente delle dinamiche di prezzo che si registrano a livello internazionale proprio in conseguenza degli elevati livelli di granello importata.

In tale contesto, la diffusione del Covid-19 in atto in queste settimane pone le industrie italiane di trasformazione in una condizione di estrema vulnerabilità proprio per il fatto di essere grandi importatrici di materie prime.

La fortissima richiesta proveniente sia dal consumo finale interno sia per soddisfare le richieste all'export, infatti, potrebbe generare nel breve periodo difficoltà di approvvigionamento della materia prima da parte dei trasformatori, soprattutto per il prodotto di provenienza estera a fronte delle difficoltà di movimento dei trasportatori e dei flussi attraverso le frontiere. In linea generale, difficoltà sussistono per l'approvvigionamento di materie prime provenienti dai paesi UE e altri limitrofi, dai quali la merce viene trasportata in larga misura su autocarri. Si pone quindi il problema della quarantena a cui è sottoposto l'autotrasportatore al rientro nel paese di origine. Condizione, questa, che non sussiste nel caso degli arrivi via mare perché nei porti di consegna non avvengono contatti tra personale di terra e quello di mare e anche perché, nella maggior parte dei casi, le distanze sono tali da impiegare una buona parte del periodo di quarantena con il viaggio di ritorno.

Granello: evoluzione settimanale dei prezzi all'origine (euro/tonnellata)



* Foggia – f.co magazzino partenza iva esclusa; ** Milano – f.co magazzino arrivo iva esclusa

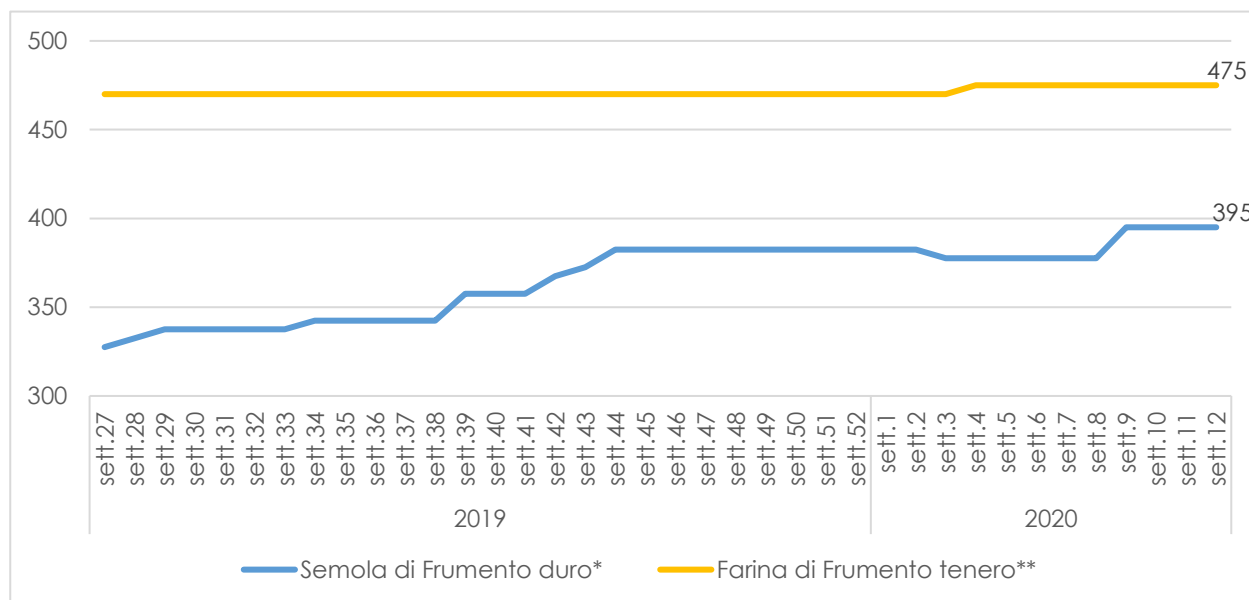
Fonte: Ismea

marzo 2020

Ancora più critico è il contesto per il mais e la zootecnia: sia per i mangimifici che per gli allevamenti non è possibile fare scorte in abbondanza. Nel caso dei mangimifici, la quantità di materie prime acquistate e stoccate consente mediamente 3/5 giorni di lavorazione degli impianti. Questo perché il mangimificio produce su ordinazione tipologie molto differenti di mangimi, quindi acquista materie prime in funzione del programma di lavoro di volta in volta stabilito. Viene segnalato, inoltre, un problema di approvvigionamento di amminoacidi e vitamine per l'alimentazione animale, forniti quasi interamente dalla Cina, che sta solo ora gradualmente riavviando la produzione.

L'emergenza sanitaria legata alla diffusione del Covid-19 non ha, allo stato attuale, impattato sulle quotazioni della granella dei principali cereali. A partire dalla metà dello scorso mese di febbraio, infatti, i prezzi sono rimasti sostanzialmente invariati. Solo nella terza settimana del mese di marzo si sono registrati lievi rialzi del prezzo del frumento tenero (+1% sulla settimana precedente, portandosi a 204,50 euro/t) e del mais (+1,7% sulla settimana precedente e si attesta a 178,50 euro/t). Le semole e farine di frumento rimangono stabili. Il contesto generale è tuttavia caratterizzato da scarsi scambi sui mercati e in molte piazze si è assistito a un blocco delle contrattazioni.

Semole e farine di frumento: evoluzione settimanale dei prezzi all'origine (euro/tonnellata)



* Foggia – f.co magazzino partenza iva esclusa; ** Milano – f.co magazzino arrivo iva esclusa

Fonte: Ismea

Eventuali tensioni di mercato si potranno verificare nelle prossime settimane in conseguenza della rarefazione della disponibilità interna di materia prima e delle difficoltà di approvvigionamento sui mercati esteri, in particolare per il trasporto su gomma.

Peraltro, anche le prime stime dell'IGC¹ per la prossima e imminente campagna di commercializzazione 2020/21 non evidenziano elementi di criticità che possano impattare significativamente sul mercato del frumento. Infatti, i raccolti mondiali di frumento vengono proiettati al rialzo (+0,7% rispetto la campagna precedente per raccolti pari a 768 milioni di tonnellate) e dovrebbero mantenersi su livelli superiori ai consumi (+0,9% per 760 milioni di tonnellate) consentendo un aumento delle scorte (+2,9% a 283 milioni di tonnellate).

¹ International Grains Council, 26 marzo 2020

Per quanto riguarda i raccolti dell'Italia nel 2020, inoltre, le uniche indicazioni disponibili sono le "Intenzioni di semina" diffuse dall'Istat che prospettano un incremento dell'1,1% degli investimenti a frumento tenero, rispetto ai 531 mila ettari del 2019 e dello 0,5% del frumento duro rispetto a poco più di 1,2 milioni di ettari dello scorso anno.

Diverso è il caso del mais, per il quale viene stimato un nuovo record produttivo a 1,1 miliardi di tonnellate e un contemporaneo aumento della domanda che potrebbe determinare una contrazione delle scorte finali (-5,2% a 274 milioni di tonnellate). Riguardo l'Italia, le indicazioni dell'Istat sono per una ulteriore flessione delle superfici del 3% nel 2020 rispetto a 629 mila ettari dello scorso anno. Le informazioni ricevute in questi giorni da interlocutori privilegiati prefigurano un calo anche più consistente. In queste settimane si sono avviate le operazioni di preparazione dei terreni per le semine del mais e il sistema risulta piuttosto ingolfato; vengono segnalati soprattutto problemi di manodopera che è difficilmente sostituibile, difficoltà nel reperire pezzi di ricambio dei mezzi e chiusura di molte officine.

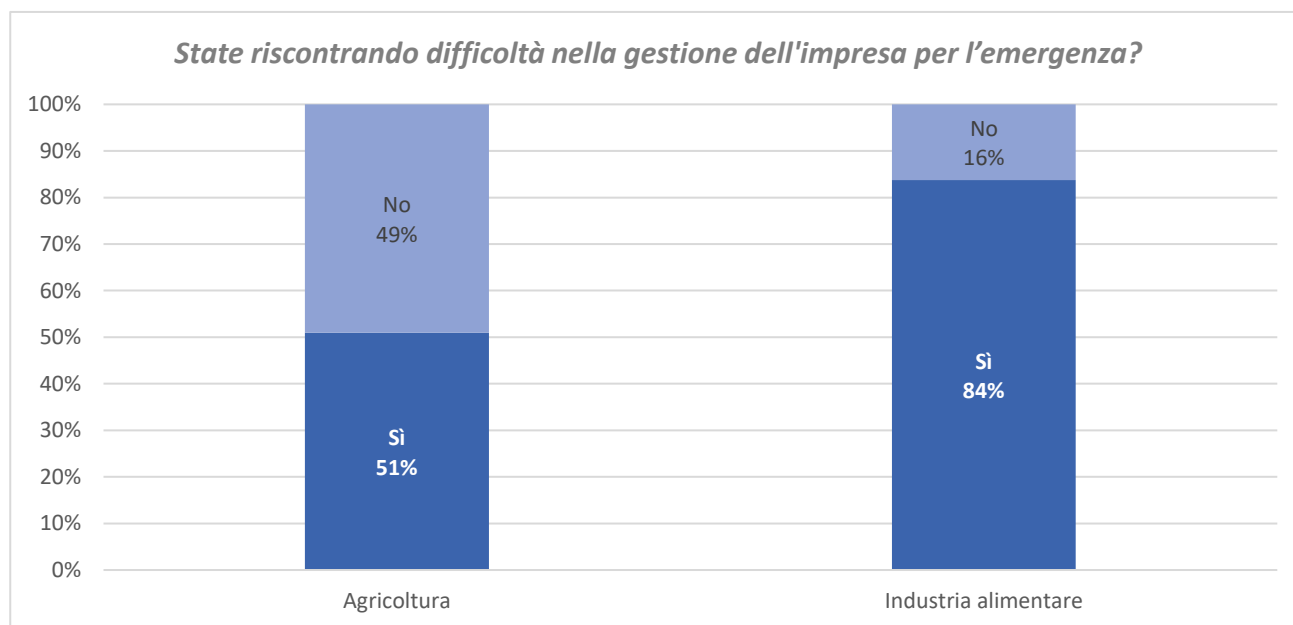
RISULTATI PROVVISORI DELL'INDAGINE SUL COVID-19 ALLE IMPRESE AGROALIMENTARI

A partire dal 17 marzo 2020 è stata avviata l'indagine che alla fine di ogni trimestre l'ISMEA propone alle imprese del panel agricoltura e industria alimentare. Agli operatori sono state somministrate alcune domande sull'emergenza del COVID-19.

Di seguito alcuni risultati provvisori dell'indagine tuttora in corso, basati sui dati raccolti tra il 17 e il 25 marzo 2020, su 526 imprese agricole e 346 dell'industria alimentare².

In primo luogo, i risultati preliminari suggeriscono che a risentire di più dell'emergenza è la fase industriale, l'84% degli intervistati dichiara, infatti, di essere in difficoltà, contro il 51% degli agricoltori interpellati.

Le notevoli difficoltà riscontrate dagli operatori dell'industria alimentare hanno addirittura costretto il 15% degli intervistati a interrompere momentaneamente l'attività, per mancanza di servizi logistici, per carenza di personale o per l'impossibilità di rispettare le prescrizioni in materia di sicurezza e tutela della salute dei dipendenti.



Fonte: Panel ISMEA

Per quanto riguarda la fase agricola, a risentire di meno della crisi sono quelle imprese che al momento sono meno attive rispetto ad altri periodi dell'anno: quelle dei cereali e dell'olivo. Maggiori difficoltà sono state riscontrate nel comparto della zootecnia da carne, che insieme a quello del vino, è tra quelli che lamentano maggiormente una flessione delle vendite. In generale, è quest'ultima la principale problematica che le aziende agricole stanno vivendo (50% dei casi).

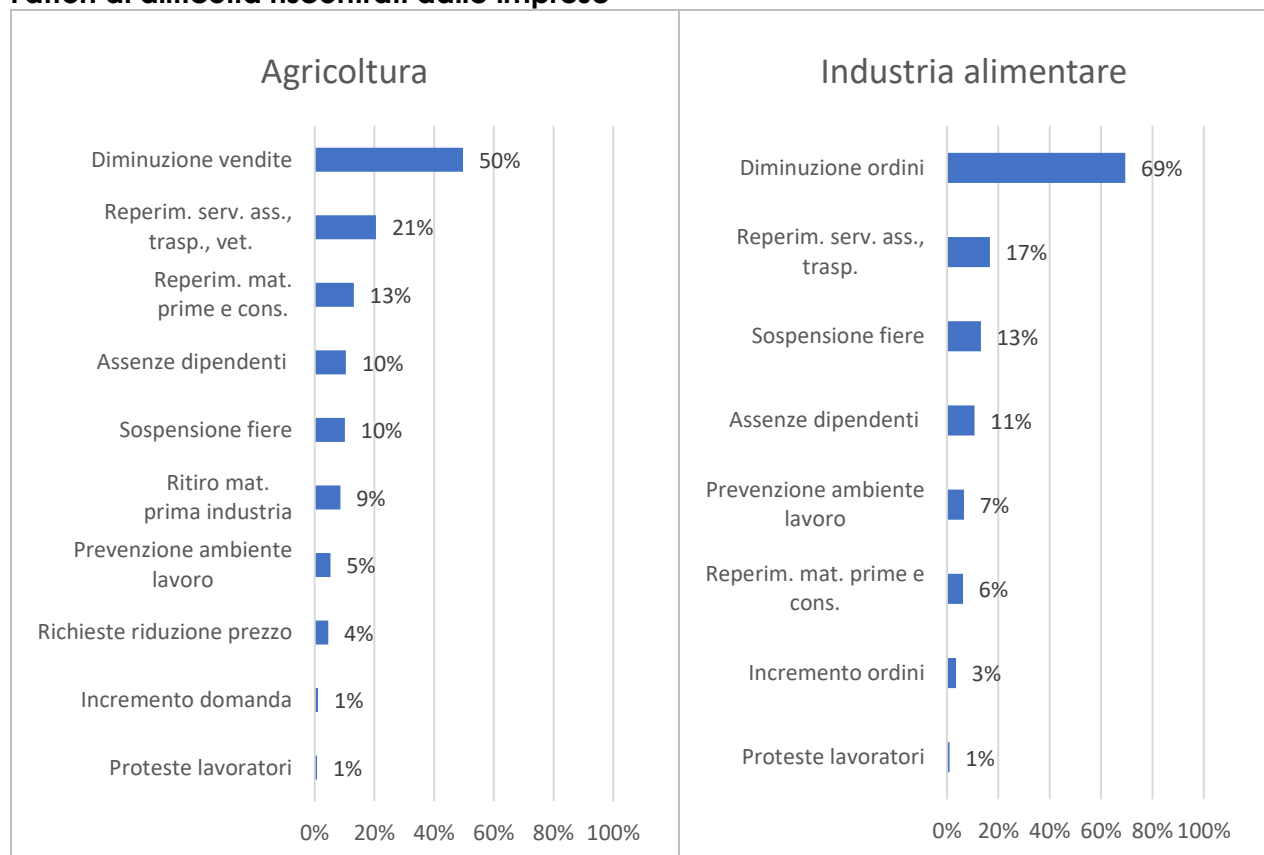
² La numerosità finale delle indagini è di 800 per ognuno dei panel, in questa occasione data l'emergenza, l'attività di rilevazione sta andando a rilento

Passando all'industria, salumi, vino, lattiero-caseario e ortofrutta sono tra i segmenti che più stanno soffrendo della situazione di emergenza. Come per la fase primaria, anche per le imprese di trasformazione, la flessione degli ordini è la principale difficoltà (69% dei casi), particolarmente sentita dagli operatori delle carni rosse, degli elaborati di carne, della trasformazione ortofrutticola, di quella lattiero-casearia e del vino. Questi settori, in particolare, stanno soffrendo per la sospensione dell'Ho.re.ca., che per molte imprese è il canale di sbocco principale.

Una seconda problematica, fortemente correlata alla prima, è la difficoltà a reperire servizi di assistenza e soprattutto trasporto, indicata dal 21% degli agricoltori e dal 17% degli industriali in difficoltà.

Altre complicazioni, sia per l'agricoltura, sia per l'industria, sono la sospensione delle fiere, dalla quale derivano minori contatti con i potenziali clienti e problemi a smaltire la produzione preparata *ad hoc*, le assenze dei dipendenti e le difficoltà ad attuare le misure di prevenzione nell'ambiente di lavoro. Inoltre, alcuni intervistati, più nel settore primario (13%), che in quello industriale (6%), hanno dichiarato di essere in difficoltà nell'approvvigionamento di materie prime e di materiale di consumo.

Fattori di difficoltà riscontrati dalle imprese*



*% di imprenditori che ha dichiarato quel fattore sul totale di quelli che si trova in difficoltà, domanda a risposta multipla

Fonte: Panel ISMEA

Una quota non trascurabile di aziende agricole ha problemi nel ritiro della materia prima da parte dell'industria (9%), mentre poche hanno dichiarato di aver ricevuto richieste di riduzione del prezzo concordato con i loro clienti (4%). Pochissimi casi isolati, in entrambe le fasi, hanno dovuto fronteggiare un incremento repentino della domanda.

Alle imprese dell'industria alimentare in difficoltà è stata chiesta un'opinione sull'andamento delle esportazioni. Fermo restando che la metà di queste si rivolge esclusivamente al mercato interno, della restante metà, un 18% ha dichiarato uno svolgimento regolare, un 19%, al contrario, ha problemi a raggiungere i clienti esteri, il 12% non è ancora in grado di dare una valutazione su questo sbocco. La riduzione degli ordini (59%), i maggiori controlli alle dogane (16%) e, per una minoranza, le richieste di ulteriori documenti e certificazioni (5%) o di modifiche agli imballaggi (2%) sono i fattori alla base delle difficoltà nella gestione del mercato estero.

Tra le misure indicate come necessarie al settore per superare l'emergenza del Coronavirus, la maggioranza delle imprese agricole si è espressa favorevole a contributi a fondo perduto (43%). Quasi la metà delle imprese dell'industria alimentare ha dichiarato di aver bisogno di prestiti agevolati, la percentuale scende al 28% tra gli agricoltori. Molti operatori ritengono fondamentale il differimento delle scadenze fiscali (23% agricoltura, 37% industria), il congelamento dei prestiti in corso (22% agricoltura, 25% industria), il ricorso agli ammortizzatori sociali, dato il rallentamento dei ritmi produttivi (24% industria e 8% agricoltura). Sono state poche imprese dell'industria alimentare ad aver dichiarato il bisogno di una deroga ai limiti di utilizzo di personale a tempo determinato (5%), quest'ultima esigenza è infatti emersa solo per quelle rare imprese che stanno fronteggiando un'impena repentina degli ordini.