

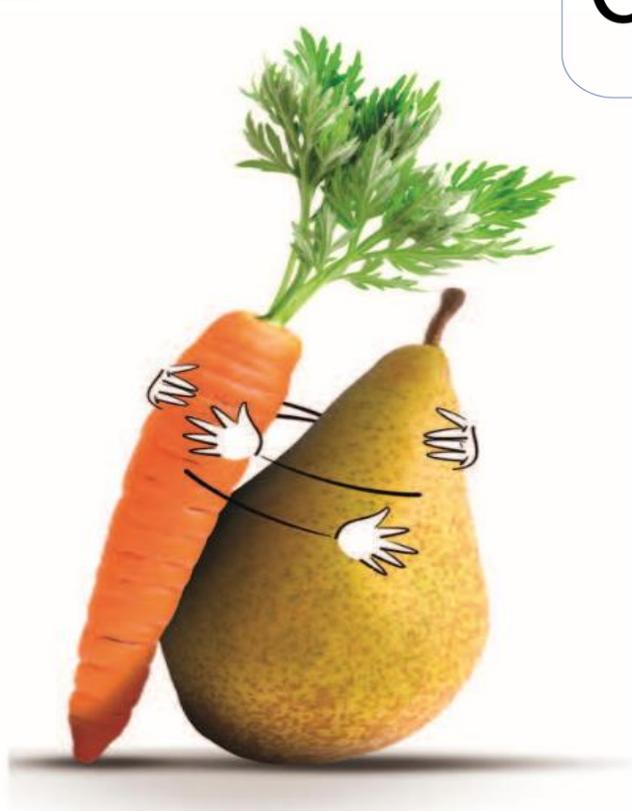
Italia
Ortofrutta



Unione Nazionale

50 anni
insieme

La passione degli inizi
per le sfide di domani



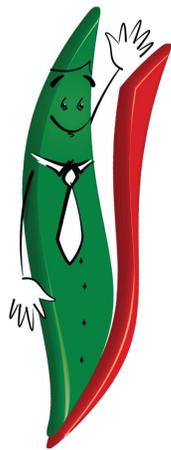
IL SISTEMA ORGANIZZATO E I GRANDI TEMI DEL SETTORE AGRICOLO

Punti chiave della nostra evoluzione

IMPRESE O.P.

MERCATO

AMBIENTE



IN UNA OCM

- flessibile
- inclusiva
- resiliente
- sussidiarietà

Politica pragmatica che parla
Il linguaggio delle imprese

Il settore organizzato in Italia

n.° O.P. riconosciute	VPC (miliardi di €)	% di aggregazione in valore
304	6,41	55%

Sistema O.P.

il **32%** della superficie nazionale ortofrutticola
365.908 ha su **1.139.117** ha

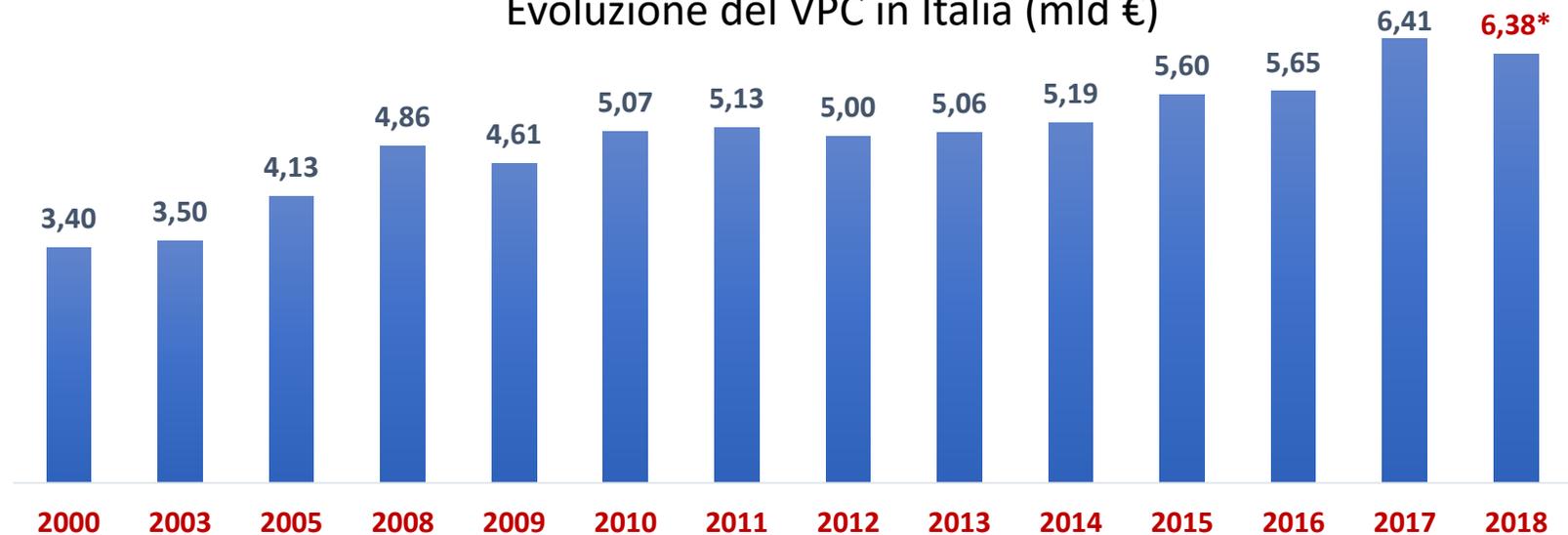
il **51%** della produzione ortofrutticola nazionale
12.140 su **23.837** (1.000 tons)

Il **56%** della produzione ortofrutticola nazionale
6,41 su **11,52** (mld €)

Dato Ismea anno 2017

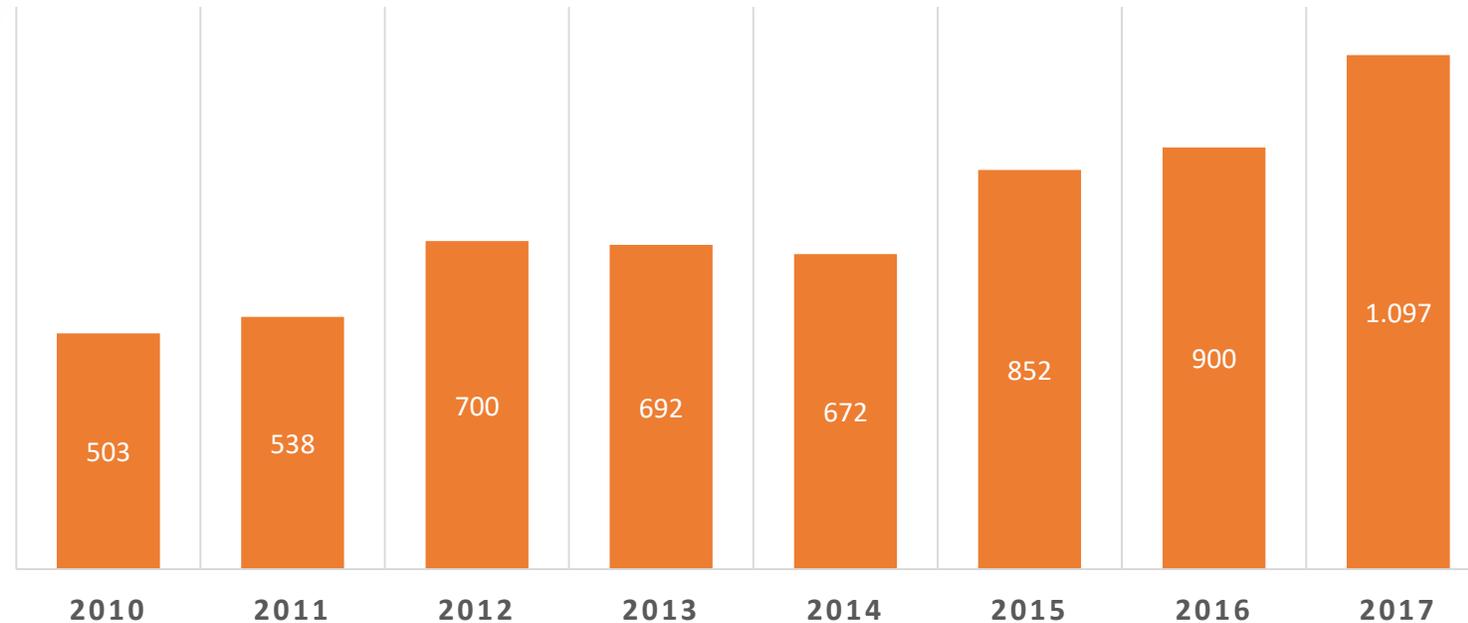


Evoluzione del VPC in Italia (mld €)



Il settore organizzato in Italia

ANDAMENTO DEGLI ACQUISTI DELLE O.P. DA PRODUTTORI NON ASSOCIATI (MLN €)



Capacità delle O.P. di intercettare e vendere anche il prodotto dei non soci
+ 600 milioni in 8 anni: **crescita di 70 milioni l'anno**

Il settore organizzato in Italia ed in Europa



✓ 28 Stati membri
✓ 1.784 O.P.

di cui 1.100 in 3 paesi
(62%)

67% con le O.P. greche



Spagna

- 565 O.P.
- 491 con p.o.
- 63% di aggregazione



Francia

- 232 O.P.
- 148 con p.o.
- 50% di aggregazione



Italia

- 304 O.P.
- 292 con p.o.
- 55% di aggregazione

Dimensione media dei PO

957.638 €

1.485.136 €

1.706.1064 €

Le O.P. Italiane hanno mediamente un P.O. annuale di dimensione doppia rispetto alle O.P. spagnole

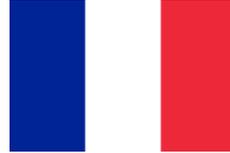
Il settore organizzato in Italia ed in Europa



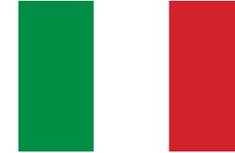
Spagna



Francia



Italia



parametri di riconoscimento

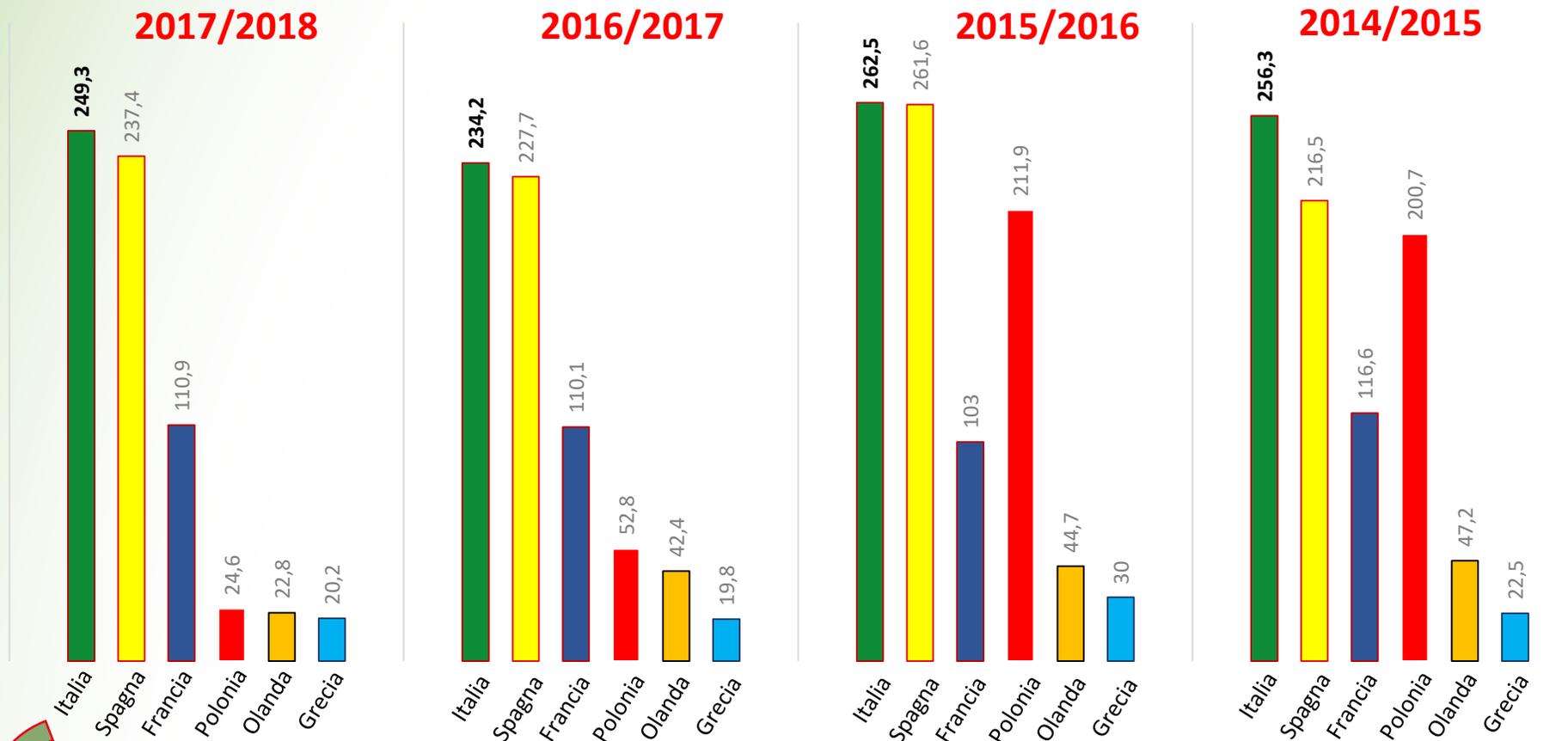
- ✓ Da 1,0 a 3,0 mln € fatturato
- ✓ Da 5 a 40 produttori

- ✓ 1,0 mln € fatturato
- ✓ 5 produttori

- ✓ Da 3,5 a 4,5 mln € fatturato
- ✓ 15 produttori

Uno sguardo al sistema organizzato in Europa livello degli utilizzi degli aiuti

SPESA FEAGA



ITALIA

250 meuro di aiuti medi annui che sviluppano 500 mln di attività

Italia: 30% della spesa complessiva
 Spagna: 28,3%;
 Francia: 13,2%

Nonostante tutte le difficoltà, almeno per l'utilizzo delle risorse OCM battiamo i nostri competitor

Nuovo contesto competitivo



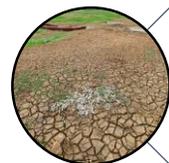
Indeterminatezza dei mercati



Carenza di mercati di sbocco



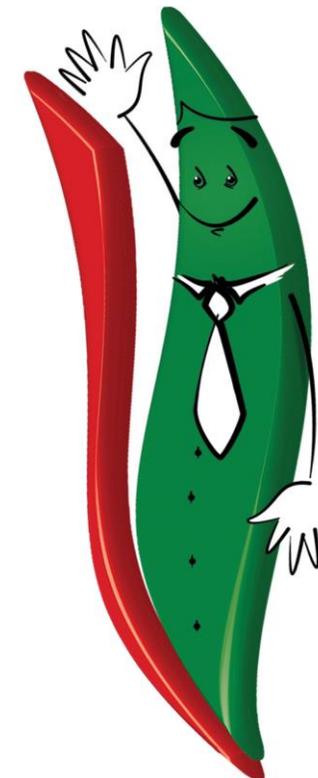
Svantaggi competitivi e dumping



Cambiamenti climatici



Consumi stabili e prezzi input in aumento



Alcune considerazioni

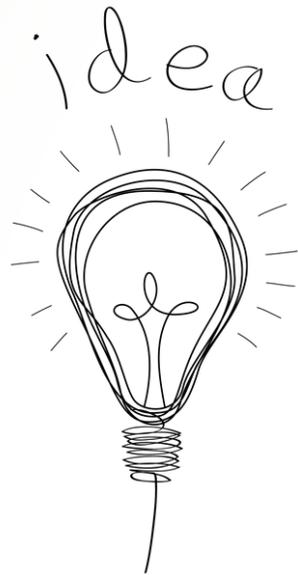


Perdita di competitività

Rallentamento del bilancio import/export

Perdita di posizioni commerciali

1 - Nuovo approccio con il mercato



- ✓ Tornare ad interpretare meglio il mercato
- ✓ Ridare valore al prodotto
- ✓ Tutela dalle pratiche commerciali sleali
- ✓ Visibilità per le O.P.
- ✓ Dignità
- ✓ Etica

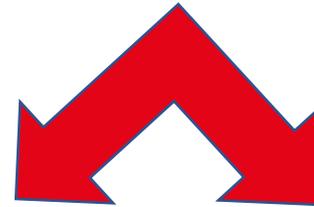
2 - Reciprocità ed uniformità delle regole



GLOBALIZZAZIONE E PIU' EUROPA

regole comuni che valgono per tutti

3 – Scarsa marginalità



**Bassa attrattività,
impovertimento di
professionalità e
di know how**

**Costi di produzione
non coperti dai ricavi**

4 – Lavoro in agricoltura



Nuovo quadro normativo per il costo del lavoro da impiegare per le campagne di raccolta



Programmazione manodopera extracomunitaria



Incentivi e premialità



Premi alle aziende virtuose sulla sicurezza

5 – Ricerca e innovazione



RICERCA SCIENTIFICA

PRODUZIONE

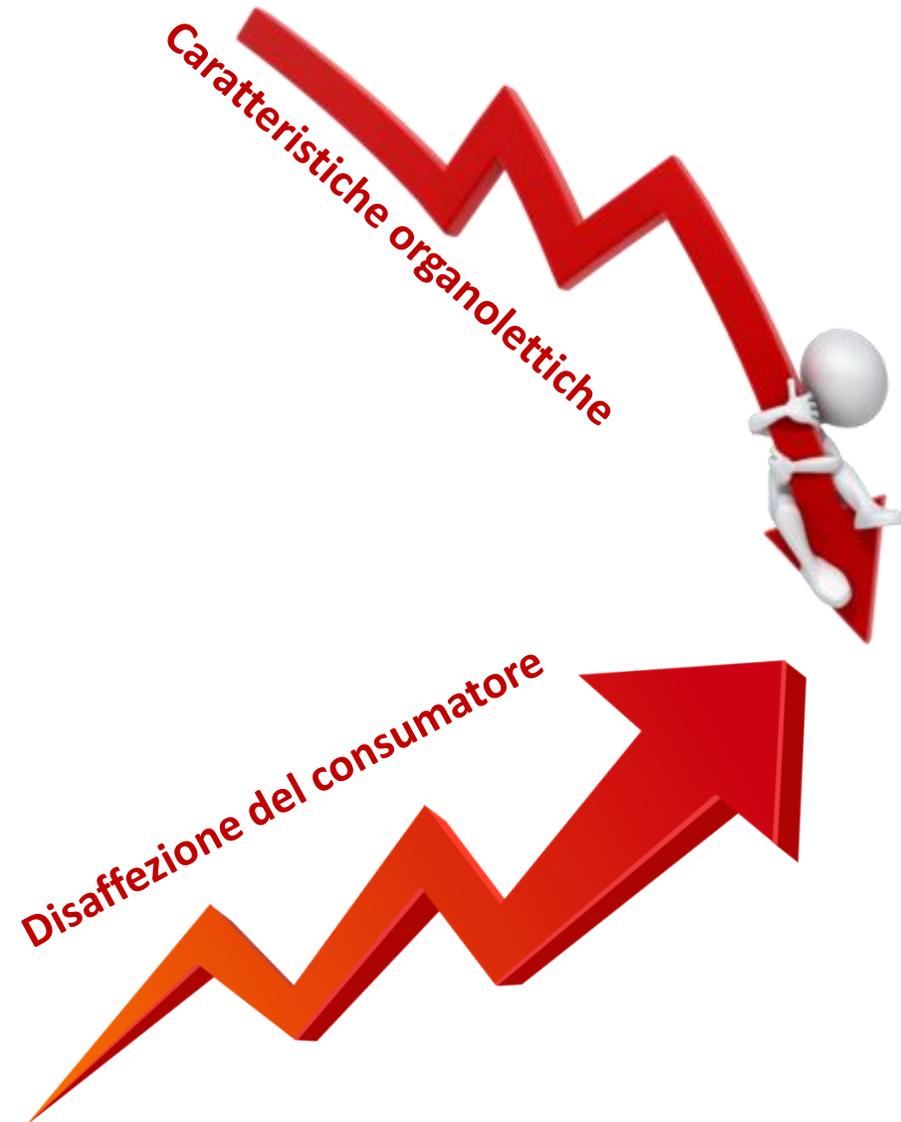


Rendere più fluido il trasferimento delle innovazioni in azienda



Stimolare le innovazioni made in Italy

6 – Qualità



Consumare un prodotto buono al giusto grado di maturazione

Recuperare il rapporto di consumo con le nuove generazioni

Investire in progetti di educazione alimentare

7 - Ambiente e sostenibilità



Ampliare il menù ambientale



Gestione degli imballaggi



Riduzione uso della plastica



Agrofarmaci e chimica verde



SNQPI



Agricoltura di precisione

8 - Come usare l'OCM

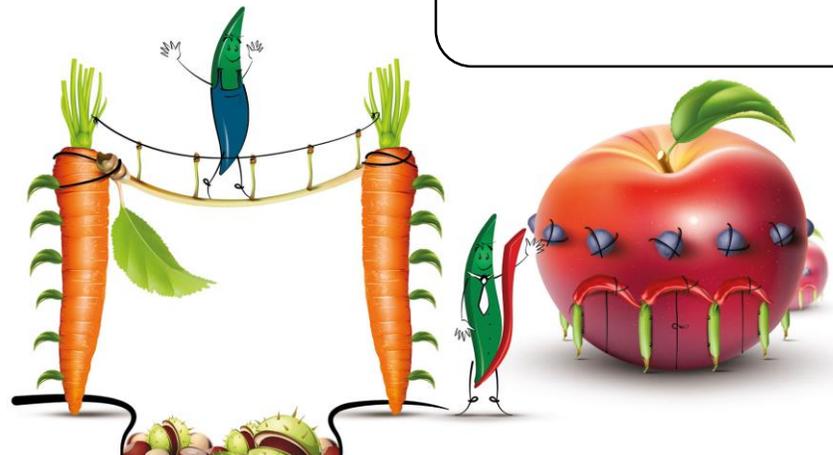
Come l'OCM può contribuire al riorientamento al mercato?

Modulando la percentuale di aiuto e definendo azioni coordinate da più O.P.

Stimolare le relazioni tra le O.P.

Stimolare le azioni di orientamento al mercato

Investire in capitale umano



Grazie per
l'attenzione

Dr. Vincenzo Falconi

