



## **GLI INTERVENTI SETTORIALI: NUOVI STRUMENTI PER LE OP/AOP**

***Veronica Bertoldo***  
***Direzione Agroalimentare - Regione Veneto***

**Hotel Crowne Plaza (Padova) - 28 giugno 2021**

# Dati del comparto italiano «bovini da carne»

**ITALIA:** 4° produttore di carne bovina in ambito europeo, ma più di altri mostra una marcata dipendenza dal prodotto estero (PUNTO DI DEBOLEZZA)

Fonte ISTAT	Carni bovine (prezzi correnti in migliaia di euro)				
Periodo	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Italia</b>	<b>2.913.637</b>	<b>2.979.127</b>	<b>2.978.648</b>	<b>2.910.664</b>	<b>2.798.370</b>
<b>Nord-ovest</b>	<b>1.127.353</b>	<b>1.156.375</b>	<b>1.163.002</b>	<b>1.136.971</b>	<b>1.083.231</b>
Piemonte	421.033	430.977	434.148	424.312	407.147
Valle d'Aosta	18.957	19.279	18.669	18.501	17.778
Liguria	8.689	9.190	8.549	8.472	8.256
Lombardia	678.674	696.928	701.636	685.686	650.049
<b>Nord-est</b>	<b>821.704</b>	<b>844.134</b>	<b>843.918</b>	<b>823.894</b>	<b>792.402</b>
Trentino Alto Adige	84.080	87.061	86.222	85.446	81.848
Veneto	410.211	420.433	420.710	409.626	393.712
Friuli-Venezia Giulia	47.153	48.552	47.497	47.069	45.619
Emilia-Romagna	280.260	288.088	289.489	281.752	271.222

**NORD/ITALIA = 67%**

Lombardia (23%) + Piemonte (15%) + Veneto (14%) = 52% della produzione nazionale

Fonte ISTAT	Carni bovine (prezzi correnti in migliaia di euro)				
Periodo	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Italia</b>	<b>2.913.637</b>	<b>2.979.127</b>	<b>2.978.648</b>	<b>2.910.664</b>	<b>2.798.370</b>
<b>Centro</b>	<b>275.786</b>	<b>269.956</b>	<b>269.393</b>	<b>265.817</b>	<b>258.242</b>
Toscana	57.248	59.212	58.999	58.468	56.457
Umbria	32.477	33.029	33.234	32.935	31.832
Marche	44.676	42.494	42.331	41.950	40.310
Lazio	141.385	135.221	134.830	132.465	129.642

**CENTRO/ITALIA = 9%**

Fonte ISTAT	Carni bovine (prezzi correnti in migliaia di euro)				
Periodo	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Italia</b>	<b>2.913.637</b>	<b>2.979.127</b>	<b>2.978.648</b>	<b>2.910.664</b>	<b>2.798.370</b>
<b>Sud</b>	<b>407.846</b>	<b>420.261</b>	<b>415.078</b>	<b>404.415</b>	<b>391.834</b>
Abruzzo	44.232	41.980	41.014	40.645	39.340
Molise	25.461	25.714	24.972	24.748	23.874
Campania	168.384	176.440	175.105	170.970	166.104
Puglia	78.704	82.108	81.552	76.449	74.231
Basilicata	34.092	35.099	34.722	34.409	33.296
Calabria	56.972	58.919	57.713	57.193	54.989
<b>Isole</b>	<b>280.948</b>	<b>288.402</b>	<b>287.256</b>	<b>279.567</b>	<b>272.661</b>
Sicilia	171.130	179.169	179.598	175.281	170.804
Sardegna	109.818	109.233	107.658	104.286	101.857

**SUD+ISOLE/ITALIA = 24%**

**ELENCO NAZIONALE OP/AOP SETTORE CARNI BOVINE  
(RICONOSCIUTE AL 31.12.2020)**

<b>OP/AOP (11+1)</b>	<b>DENOMINAZIONE</b>	<b>REGIONE</b>
<b>OP</b>	<b>COOPERATIVA ZOOTECNICA SCALIGERA</b>	<b>VENETO</b>
<b>OP</b>	<b>AZOVE</b>	<b>VENETO</b>
<b>OP</b>	<b>UNICARVE</b>	<b>VENETO</b>
<b>OP</b>	<b>VITELLONE DI MARCA TRICOLORE</b>	<b>VENETO</b>
<b>OP</b>	<b>VITELLI DI MARCA TRICOLORE</b>	<b>VENETO</b>
<b>AOP</b>	<b>ITALIA ZOOTECNICA</b>	<b>VENETO</b>
<b>OP</b>	<b>A.P.Z.</b>	<b>CALABRIA</b>
<b>OP</b>	<b>A.PRO.ZOO.</b>	<b>CALABRIA</b>
<b>OP</b>	<b>COOPERATIVA PRODUTTORI ARBOREA</b>	<b>SARDEGNA</b>
<b>OP</b>	<b>BOVINITALY</b>	<b>EMILIA ROMAGNA</b>
<b>OP</b>	<b>LE CARNI PUGLIESI</b>	<b>PUGLIA</b>
<b>OP</b>	<b>BOVINMARCHE</b>	<b>MARCHE</b>

## I NUMERI DI AOP ITALIA ZOOTECNICA

### L'AOP ASSOCIA 8 OP:

- COOPERATIVA ZOOTECNICA SCALIGERA - Veneto
- AZOVE - Veneto
- UNICARVE - Veneto
- VITELLI DI MARCA TRICOLORE - Veneto
- VITELLONE DI MARCA TRICOLORE - Veneto
- A.P.Z. - Calabria
- COOPERATIVA PRODUTTORI ARBOREA - Sardegna
- BOVINMARCHE - Marche

alcune delle quali commercializzano la produzione conferita dagli associati, mentre altre negoziano contratti per la distribuzione di bovini vivi destinati alla macellazione su mandato a vendere dei soci, facendo da intermediario tra il produttore ed il trasformatore; **valore generato pari a 503.459.000 € (18% DEL VALORE NAZIONALE)**

**L'AOP associa anche strutture che non sono OP (o che comunque sono in corso di riconoscimento come tali) estendendo la sua operatività oltre al Veneto, alle Marche, alla Calabria e alla Sardegna, anche a Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna, Campania, Sicilia; valore generato pari a **546.400.000 €** (19,5% **DEL VALORE NAZIONALE**)**

Nel complesso l'AOP, con i suoi soci (OP + non OP) genera un valore di 1.049.859.000 € che rappresenta il 37,5% di quello nazionale (**valore ancora troppo basso per un'aggregazione efficace = PUNTO DI DEBOLEZZA**)



Se invece si dovesse considerare non l'intera carne bovina, ma solo la categoria **«vitellone 12-24 mesi»** dove sono specializzate quasi tutte le strutture associate all'AOP, la percentuale di aggregazione salirebbe dal 37,5% al 51% (complessivo AOP categoria vitellone su complessivo ITALIA categoria vitellone)

## **Analisi di contesto della filiera carne bovina - PUNTI DI FORZA**

- elevato know-how negli allevamenti intensivi del Nord Italia specializzati nell'ingrasso di vitelloni di razze francesi
- forte caratterizzazione e tipicità di alcune realtà produttive nel Centro Italia (circuito IGP/DOP) con sbocchi commerciali consolidati
- ruolo strategico dell'allevamento per l'attivazione di indotto a monte (industria mangimistica) e a valle (macelli) della filiera
- attitudine alla valorizzazione delle aree svantaggiate, in particolare nel caso di allevamenti della linea vacca-vitello incentrati sulle razze autoctone
- elevato livello di specializzazione della fase industriale e impiego di tecnologie avanzate nel trattamento dei tagli e dei semilavorati carnei
- integrazione verticale dell'industria di macellazione e lavorazione
- immagine consolidata del prodotto "carne italiana", cui si attribuiscono elevati standard di qualità, tracciabilità e salubrità
- sostanziale tenuta della distribuzione tradizionale (macellerie), grazie al rapporto di fiducia e prossimità nei confronti del consumatore

## **PUNTI DI DEBOLEZZA**

- elevata dipendenza dall'estero e approvvigionamento concentrato su un unico fornitore (per i ristalli, l'80% dell'import proviene dalla Francia)
- ridotta disponibilità di terreni e con alti costi di affitto
- presenza di vincoli legislativi restrittivi (benessere degli animali, gestione dei reflui e nitrati) con impatto negativo sui costi e sulla gestione economico-finanziaria degli allevamenti
- scarso ricambio generazionale nella conduzione delle aziende agricole
- mancanza di sinergia con la filiera latte
- ridotta dimensione degli allevamenti, soprattutto nelle aree marginali
- elevata frammentazione delle strutture di macellazione, soprattutto nelle aree meno vocate, con conseguente sottodimensionamento della capacità produttiva
  - per gli allevamenti estensivi del Sud, lontananza dai circuiti distributivi moderni, assenza di servizi di conservazione
  - scarso livello organizzativo nella concentrazione dell'offerta (soprattutto al Sud) e scarso potere contrattuale nei confronti della Distribuzione Moderna
  - insufficiente politica di differenziazione, carenza di marchi riconoscibili e azioni di comunicazione, soprattutto nei canali di vendita della DM dove è molto presente la carne di provenienza estera

## MINACCE

- affermazione di modelli di consumo, che per motivi etici, religiosi e/o di salute sono orientati a ridurre o eliminare la carne dalla dieta (vegetariani, vegani)
- crescente concorrenza internazionale da parte sia dei Paesi UE che non UE soprattutto per quanto riguarda la carne fresca
- volatilità dei prezzi, specialmente con riferimento agli input produttivi (mangimi e prodotti energetici)
- delocalizzazione della produzione di tagli e semilavorati in altri Paesi
- riduzione delle risorse finanziarie destinate alla ricerca scientifica
- impatto sui costi di produzione delle politiche green (riduzione delle emissioni di gas serra, condizionalità rafforzata, benessere animale, ecc.)
- liberalizzazione del mercato con eliminazione di barriere tariffarie e conseguente apertura del mercato a nuovi fornitori (USA)

## OPPORTUNITÀ

- possibilità di rispondere efficacemente alla maggiore attenzione di innovazione, sostenibilità, salubrità e benessere animale sempre più richieste dai consumatori
- diffusione di programmi di educazione alimentare e informazione sugli aspetti nutrizionali legati al consumo di carne e sulle specificità del prodotto (per es. marchio IGP)
- sviluppo di filiere incentrate su sistemi di qualità certificati riconosciuti in ambito internazionale che soddisfino le nuove esigenze dei consumatori anche oltreconfine
- espansione del mercato di alta fascia per le carni di qualità
- produzione di energie rinnovabili (biogas)
- ricerca scientifica e innovazione finalizzate al miglioramento genetico (maggiore resa alla macellazione razze autoctone e degli incroci) e della qualità della carne ottenuta, nonché alla valorizzazione degli scarti di macellazione
- sinergie con la filiera latte che permetterebbero la produzione di capi da portare a livello “vitellone leggero” e alleggerendo la categoria “vitello a carne bianca” sul quale c’è domanda in decremento
- sviluppo di canali di vendita alternativi alla DM (gruppi di acquisto solidale, vendita diretta, vendita on line)

Dopo l'analisi dei punti di forza, di debolezza, delle minacce e delle opportunità, bisogna tener conto, in primis, che **la ZOOTECNIA sarà uno dei settori più penalizzati dalla CONVERGENZA INTERNA** → **necessario prevedere degli interventi di «compensazione» a tutela del reddito degli operatori** → **IMPORTANZA DEGLI INTERVENTI SETTORIALI (ex OCM)**

# Gli interventi settoriali nell'ambito del PIANO STRATEGICO NAZIONALE (PSN) DELLA PAC

Per la prima volta nella storia di tutte le riforme della PAC la CE introduce la possibilità di finanziare le OP/AOP di **TUTTI I COMPARTI AGRICOLI**, a parte qualche eccezione, attraverso la realizzazione di programmi operativi...fino ad oggi l'aiuto finanziario si è concentrato sostanzialmente nel settore ORTOFRUTTICOLO

L'aiuto finanziario rappresenta un'opzione che lo SM potrà esercitare nella stesura del proprio PSN in continuità con il sempre **maggior slancio che l'Europa sta dando alle OP/AOP come strumenti di governance delle filiere agroalimentari**



DA RICORDARE!!!

**SCARSA AGGREGAZIONE =  
ELEMENTO DI PESANTE  
SVANTAGGIO NEI CONFRONTI  
DELLA GDO**

Se i produttori si lamentano dell'impossibilità di stabilire con la GDO relazioni paritarie, sono essi stessi ad ammettere che la loro polverizzazione ed isolamento gioca a favore delle catene dei supermercati

# **L'IMPORTANZA DI ADERIRE AD OP/AOP**

Le OP/AOP sono le strutture aggregative scelte dall'UE x concentrare l'offerta e migliorare la commercializzazione dei prodotti dei soci, pianificare e adeguare la produzione alla domanda, ottimizzare i costi di produzione e stabilizzare i prezzi alla produzione, svolgere ricerche, promuovere le migliori pratiche per rispettare l'ambiente e il benessere animale, fornire assistenza tecnica, gestire i sottoprodotti e gli strumenti di gestione del rischio a disposizione degli aderenti, contribuendo così al **rafforzamento della posizione dei produttori nella filiera alimentare**

Essere OP permette di dedicare persone competenti e specializzate nell'attività commerciale, ridurre i passaggi commerciali, allargare i possibili mercati (valutando anche quelli esteri), ampliare la gamma dei prodotti disponibili, ottenere garanzie sui crediti e condizioni di pagamento più vantaggiose, gestire direttamente le fasi di trasformazione del prodotto, programmare la produzione in funzione degli accordi commerciali, predisporre servizi di assistenza tecnico-economica, sviluppare tecnologie innovative, gestire sistemi di qualità e certificazioni, oltre a essere interlocutori ufficiali dell'Ente Pubblico

I produttori soci di un'OP hanno il vantaggio di vedersi riconosciuta l'assistenza tecnica durante la fase produttiva, di essere alleggeriti dagli impegni successivi alla produzione e di ottenere un giusto riconoscimento economico finale.

La gestione dei rapporti con il mercato rappresenta, infatti, l'attività più critica che oggi l'imprenditore agricolo deve affrontare con i vari passaggi intermedi fino ad arrivare al consumatore e questi passaggi assorbono ogni volta una quota di valore aggiunto: aderire a un'OP contribuisce, pertanto, a creare una maggiore quantità di prodotto da commercializzare in grado di portare a un maggior potere contrattuale e, contestualmente, a gestire e promuovere la qualità delle produzioni

## **ALTRA COSA IMPORTANTE: L'ESTENSIONE DELLE REGOLE**

Qualora un'OP/AOP operante in una o più circoscrizioni economiche, determinate dallo SM, sia considerata rappresentativa della produzione o del commercio o della trasformazione di un dato prodotto, lo SM può su richiesta dell'OP/AOP disporre che alcuni degli accordi, decisioni o pratiche concordate nell'ambito dell'OP/AOP siano resi obbligatori, per un determinato periodo, nei confronti degli altri operatori attivi in quella o quelle circoscrizioni e non aderenti all'OP/AOP

...ADDENTRANDOCI NEGLI  
INTERVENTI SETTORIALI: nella  
proposta di regolamento della CE di  
giugno 2018 è stabilito come nei propri  
PSN **gli SM possano decidere di utilizzare  
fino al 3% delle loro dotazioni riservate ai  
pagamenti diretti a favore degli interventi  
settoriali nei cosiddetti «altri settori»**  
(settori diversi da ortofrutta, olio di oliva,  
apicoltura, vitivinicolo, luppolo).  
Negli «altri settori» sono ricomprese  
anche le **carni bovine**

Nell'ambito dei propri PSN gli SM motivano:

- la scelta dei **settori**
- la scelta degli **obiettivi**
- la scelta dei **tipi di intervento**

In ciascuno degli «altri settori», gli obiettivi e gli interventi stabiliti dagli SM nei propri PSN sono attuati mediante programmi operativi (PO) di OP/AOP riconosciute a norma del Reg. UE n. 1308/2013.

I PO hanno una durata minima di 3 anni e una massima di 7 anni e rappresentano lo strumento strategico di programmazione dell'OP/AOP



Nei propri PSN gli SM perseguono uno o più dei seguenti obiettivi:

- **pianificazione e organizzazione della produzione**, adeguamento della produzione alla domanda (in particolare in termini di qualità e quantità), ottimizzazione dei costi di produzione e della redditività degli investimenti e stabilizzazione dei prezzi alla produzione e negoziazione di contratti concernenti l'offerta di prodotti agricoli;
- **concentrazione dell'offerta e immissione sul mercato dei prodotti interessati**

- **ricerca e sviluppo in materia di metodi di produzione sostenibili**, compresa la resistenza agli organismi nocivi, pratiche innovative e tecniche di produzione che diano impulso alla competitività dell'economia e rafforzino gli sviluppi del mercato
- **promozione, sviluppo ed attuazione di metodi di produzione rispettosi dell'ambiente e delle norme in materia di benessere degli animali che vanno al di là dei requisiti minimi stabiliti dal diritto dell'Unione e nazionale**, di pratiche colturali, tecniche e metodi di produzione ecocompatibili e resistenti agli organismi nocivi, dell'utilizzo e della gestione ecocompatibili dei sottoprodotti e dei rifiuti (incluso il loro riutilizzo e valorizzazione), dell'utilizzo sostenibile delle risorse naturali (in particolare protezione dell'acqua, del suolo e dell'aria, nonché azioni finalizzate alla biodiversità)

- contributo alla **mitigazione dei cambiamenti climatici** e all'adattamento ai medesimi
- **incremento del valore commerciale e della qualità dei prodotti**, grazie fra l'altro al miglioramento della qualità e allo sviluppo di prodotti DOP, IGP o coperti da regimi di qualità pubblici o privati certificati, scelti dagli SM
- **promozione e commercializzazione dei prodotti**
- **prevenzione delle crisi e gestione dei rischi**, al fine di prevenire ed affrontare le crisi sui mercati del settore pertinente

Nei propri PSN gli SM hanno facoltà di scegliere uno o più dei seguenti tipi di interventi:

- **investimenti in immobilizzazioni materiali ed immateriali; ricerca e produzione sperimentale**, nonché altre azioni finalizzate a:

a) conservazione del suolo, compreso l'aumento del carbonio nel suolo

b) miglioramento dell'uso e della gestione delle risorse idriche, inclusi il risparmio di acqua, nonché la conservazione e il drenaggio dell'acqua

- c) prevenzione dei danni causati da avversità atmosferiche e promozione dello sviluppo e dell'uso di varietà, razze e pratiche di gestione adattate a condizioni climatiche in evoluzione
- d) aumento del risparmio energetico, dell'efficienza energetica e dell'uso di energia rinnovabile
- e) imballaggi ecologici soltanto nel campo della ricerca e della produzione sperimentale

- f) biosicurezza, salute e benessere degli animali
- g) riduzione delle emissioni e dei rifiuti e miglioramento dell'utilizzo e della gestione dei sottoprodotti e dei rifiuti, incluso il loro riutilizzo e la loro valorizzazione
- h) miglioramento della resistenza agli organismi nocivi
- i) riduzione dei rischi e degli impatti dell'uso di pesticidi o riduzione dell'uso di medicinali veterinari, compresi gli antibiotici
- l) creazione e mantenimento di habitat favorevoli alla biodiversità

- **servizi di consulenza ed assistenza tecnica**, in particolare per quanto riguarda le tecniche sostenibili di lotta agli organismi nocivi e alle malattie, l'uso sostenibile dei prodotti fitosanitari e zoosanitari, nonché la mitigazione dei cambiamenti climatici e l'adattamento ai medesimi
- **formazione**, compresi l'orientamento e lo scambio di buone pratiche
- **produzione biologica o integrata**
- **azioni intese ad aumentare la sostenibilità e l'efficienza del trasporto e dello stoccaggio dei prodotti**

- **promozione, comunicazione e commercializzazione**, comprese azioni ed attività volte in particolare a sensibilizzare maggiormente i consumatori sui regimi di qualità dell'UE e sull'importanza di una dieta sana, nonché a diversificare i mercati
- **attuazione di regimi di qualità** dell'Unione e nazionali



- **attuazione di sistemi di tracciabilità e certificazione**, in particolare per quanto riguarda il controllo della qualità dei prodotti venduti ai consumatori finali
- **azioni intese a mitigare i cambiamenti climatici e ad adattarsi ai medesimi**

Le OP/AOP possono costituire un fondo di esercizio (FE) destinato esclusivamente a finanziare i programmi operativi. Il FE viene

finanziato:

- con contributi finanziari degli aderenti all'OP e/o dell'OP stessa oppure dell'AOP attraverso i propri aderenti (le OP);
- con l'aiuto finanziario dell'UE

L'aiuto finanziario dell'UE è pari all'importo dei contributi effettivamente versati ed è limitato al 50% della spesa effettivamente sostenuta.

In base alla proposta della CE di giugno 2018, l'aiuto finanziario dell'UE è limitato al 5% del valore della produzione commercializzata da ciascuna OP o AOP (all'anno)

Con la proposta di regolamento di ottobre 2020 il Consiglio dell'UE aveva proposto di innalzare l'aiuto finanziario dell'UE dal 5% al 10% del valore della produzione commercializzata da ciascuna OP o AOP, mentre il PE ha confermato il 5% proposto dalla CE (accordo concluso nel trilogico: 6%)

## Esempio: AOP ITALIA ZOOTECNICA

- 503.459.000 € di valore delle OP socie
- l'aiuto finanziario dell'UE è limitato al 6% del valore della produzione commercializzata (inclusa la produzione negoziata, da specificare a livello nazionale, altrimenti si creerebbero discriminazioni tra OP che commercializzano ed OP che negoziano)

**- l'aiuto finanziario dell'UE**

**ammonterebbe a 30.207.540 €/anno x 7**

**anni di PO (risorse certe e non come il**

**PSR in cui si va a bando e a graduatorie)**<sub>7</sub>

Le risorse destinate ai pagamenti diretti per l'Italia ammontano a 24,9 miliardi di euro per l'intera programmazione PAC (all'anno 3,56 miliardi di euro)

**3,56 miliardi di euro x 3% = circa 100 milioni di euro/anno che lo SM potrebbe decidere di prelevare dai pagamenti diretti per spostarli negli interventi settoriali finanziando, ad es., la zootecnia bovina da carne**

Gli interventi settoriali dovrebbero quindi permettere alle **OP**, con la realizzazione dei **programmi operativi** e l'introito dell'aiuto comunitario, di poter aumentare l'attrattività al fine di:

- associare nuovi produttori
- incrementare il livello di aggregazione
- incrementare il valore di produzione commercializzata
- incrementare la capacità di spesa e quindi di contribuzione dell'UE

Gli SM con la loro Strategia Nazionale sono tenuti ad aiutare i settori a superare le difficoltà, attraverso un miglioramento dal punto di vista:

- della **COMPETITIVITÀ**
- della **SOSTENIBILITÀ**
- della **QUALITÀ**



Questo sicuramente si potrebbe concretizzare sostenendo l'aggregazione del comparto «carni bovine» attraverso gli interventi settoriali con la realizzazione di PO da parte delle OP/AOP con una **strategia continua nel medio-lungo periodo e in un'ottica, quindi, che vi siano meno aiuti a pioggia** (e che magari nel tempo non hanno portato al valore aggiunto auspicato per il comparto), **ma più aiuti destinati a fare squadra, sistema e massa critica per saper far fronte alla GDO e penetrare con efficacia nei consumatori**

In particolare, nell'ambito del PO sarebbe quanto mai opportuno scegliere o privilegiare le cosiddette misure di «sistema» che hanno una ricaduta positiva sull'intera platea sociale (quindi non gli investimenti nelle aziende agricole che potrebbero essere finanziati nell'ambito del PSR, bensì, in particolar modo, la **promozione**, la **comunicazione** ed il **marketing** con specifiche campagne al consumatore e la **ricerca** attraverso la diffusione delle **innovazioni**, della **sperimentazione** e dello **sviluppo**). **AOP ITALIA ZOOTECNICA** avrebbe anche un ruolo principale di coordinamento delle attività delle OP socie per far sì che possano essere messe assieme più risorse (sia economiche che umane) al fine di realizzare progetti comuni, condivisi e di impatto sia in termini di promozione che di ricerca



**GRAZIE PER L'ATTENZIONE**

***Veronica Bertoldo***  
***Direzione Agroalimentare - Regione Veneto***

**Hotel Crowne Plaza (Padova) - 28 giugno 2021**