



# **UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA**

Dip. AGRONOMIA ANIMALI ALIMENTI RISORSE NATURALI E  
AMBIENTE

Dip. TERRITORIO E SISTEMI AGRO-FORESTALI

**Corso di laurea magistrale in Scienze e Tecnologie  
Agrarie**

TESI DI LAUREA

**L'ITALIA NEL MERCATO INTERNAZIONALE DEI PRODOTTI  
ORTICOLI: ANALISI DELLE TENDENZE PRODUTTIVE E DEGLI  
SCAMBI**

Relatore: Prof. Samuele Trestini

Laureanda: Elena Corazzina

Matricola n. 1056281

ANNO ACCADEMICO 2014 - 2015



## RIASSUNTO

Secondo la teoria di base del commercio internazionale, il fenomeno del commercio verticale, che si ha quando un Paese produce ed esporta i prodotti di una data industria ed importa quelli appartenenti ad altre, avrebbe dovuto intensificarsi con l'apertura dei mercati. Nella realtà, si è avuto un incremento dello scambio tra nazioni con un livello di sviluppo simile, e quindi un aumento del cosiddetto "commercio orizzontale", ossia dello scambio internazionale a due vie di beni appartenenti alla stessa classe merceologica, anche se in realtà sono percepiti come diversi dagli utilizzatori. Di fronte a questa inadeguatezza della teoria tradizionale, a partire dagli anni Sessanta si sono quindi diffuse nuove teorie del commercio internazionale.

Negli ultimi dieci anni, il comparto orticolo nazionale, comprendente ortaggi, legumi e patate, è stato caratterizzato da una diminuzione delle produzioni, delle disponibilità e dei consumi, sebbene contemporaneamente si sia verificata la crescita degli scambi con l'estero sia in entrata che in uscita dal nostro Stato.

L'Italia si trova attualmente al sedicesimo posto nella classifica mondiale dei Paesi esportatori di ortaggi e presenta un saldo attivo della bilancia commerciale, con scambi che si verificano soprattutto con gli Stati dell'Unione Europea.

Le importazioni permettono all'Italia di assicurare la complementarietà delle produzioni orticole, soprattutto nei periodi di scarsa offerta. Infatti, il commercio con i Paesi comunitari è nel complesso di tipo orizzontale; il commercio di tipo verticale è invece evidente nel caso degli scambi dell'Italia con gli altri continenti, sebbene negli ultimi quindici anni si sia assistito all'evoluzione di accordi commerciali verso l'apertura dei mercati.

La globalizzazione può allora costituire una grande opportunità per aumentare la competitività nazionale. In questo senso risultano opportune misure orientate al rafforzamento dell'export dei prodotti nazionali per acquisire sbocchi aggiuntivi e per dare un nuovo slancio al comparto orticolo. A tal proposito un ruolo centrale può essere svolto dall'aggregazione della produzione in Op o nelle loro Associazioni, poiché la competitività del settore sullo scenario internazionale è legata in buona parte al loro rafforzamento.



## ABSTRACT

According to the traditional theory of international trade, the phenomenon of inter-industry trade, which is verified when a country produces and exports the commodities of a particular industry and imports those belonging to other ones, would have been intensified with the markets liberalization. Actually it has been observed an increase of the exchange between nations with a similar development level, enhancing the so-called “intra-industry trade”, i.e. the two ways international exchange of commodities belonging to a same product group, even if they are really perceived in different modes by the users. Following to the inadequacy of the traditional theory in explaining international trade evolution, from Sixties new theories it has been developed.

In the last ten years, the national horticultural sector, which includes vegetables, pulses and potatoes, has been characterized by a decreasing of productions, availabilities and consumptions, although the growth of international exchanges, both in entrance and exit towards our country.

Italy occupies the sixteenth place in the world ranking among vegetables exporting countries with a surplus of the trade balance, with relationships mostly realized towards the EU countries.

Imports allow Italy to ensure the complementarity of horticultural products, in particular during periods of low supply. In fact, trade with the European Union countries is mainly belonging to the intra-industry one; inter-industry trade is instead evident in the case of Italian exchanges with the other continents, although the evolution of trade agreements towards the markets liberalization of the last fifteen years.

Globalization could be a great opportunity to increase the national competitiveness. In this sense, efforts oriented to strength the export of Italian products are appropriate in order to reach additional markets and to give a new expansion to horticultural sector. In this regard, a central role can be performed by the production aggregation in producers organizations or in their association, because the competitiveness of this sector on international scenario is in particular linked to their strengthening.



# INDICE

<b>1. INTRODUZIONE</b>	<b>Pag. 1</b>
<b>2. I RAPPORTI COMMERCIALI IN AMBITO INTERNAZIONALE</b>	<b>Pag. 5</b>
2.1. Le teorie di base dello scambio internazionale	Pag. 5
2.2. Le nuove teorie del commercio internazionale	Pag. 8
2.3. Globalizzazione nel mercato internazionale: problematiche e accordi commerciali	Pag. 12
2.4. Il commercio internazionale nel settore agricolo italiano ed europeo	Pag. 15
<b>3. LA FILIERA ORTICOLA: PRODUZIONE E CONSUMO IN ITALIA</b>	<b>Pag. 21</b>
3.1. I fattori che influenzano il mercato	Pag. 21
3.2. L'offerta	Pag. 26
3.3. La domanda	Pag. 30
3.4. Punti di forza e di debolezza del settore orticolo italiano	Pag. 33
<b>4. GLI SCAMBI CON L'ESTERO DEL SETTORE ORTICOLO</b>	<b>Pag. 37</b>
4.1. Globalizzazione dei mercati e dei commerci: effetti sull'orticoltura	Pag. 37
4.2. Esportazioni, importazioni, bilancia commerciale ed indice di Grubel e Lloyd	Pag. 41
<b>5. CONCLUSIONI</b>	<b>Pag. 71</b>
<b>6. BIBLIOGRAFIA</b>	<b>Pag. 75</b>
<b>7. SITOGRAFIA</b>	<b>Pag. 79</b>



## 1. INTRODUZIONE

Il commercio estero rappresenta il canale più importante per permettere l'integrazione internazionale ed è favorito dalla globalizzazione, ossia da quel processo di crescita delle interrelazioni fra i diversi sistemi economici a livello mondiale. Questo fenomeno, che nell'ultimo ventennio ha avuto una rapida accelerazione, ha cambiato lo scenario competitivo internazionale e sta rendendo sempre più interdipendenti le economie dei vari Paesi. Perciò, di fronte all'intensificarsi delle conseguenti pressioni concorrenziali, le strategie delle imprese e dei loro Paesi sono finalizzate a cercare di competere in un mercato sempre più ampio. Le cause che hanno favorito questo processo sono date dalla rimozione di alcune barriere agli scambi commerciali e dall'evoluzione nelle tecnologie dei trasporti.

La teoria del commercio internazionale spiega i motivi grazie ai quali si ha la convenienza economica negli scambi di prodotti fra vari Paesi, generando così effetti positivi sul benessere delle nazioni stesse. L'apertura al commercio non costituisce però una condizione sufficiente per la sostenibilità economica, poiché essa dipende dalla capacità dei Paesi di mantenere nel tempo vantaggi competitivi.

Numerosi sono i contributi teorici sull'argomento, partendo da Adam Smith (1776) fino alle più moderne teorie di Paul Robin Krugman (1991), che sostengono l'esistenza di una relazione positiva tra crescita economica e commercio internazionale. Tra esse, quelle che meglio spiegano i vantaggi del commercio sono:

- le differenze tecnologiche nella produttività, sostenute dal modello di David Ricardo del vantaggio comparato (1817);
- le differenze nella dotazione dei fattori produttivi tra i Paesi, teoria del modello di Heckscher – Ohlin, elaborata nel corso della prima metà degli anni '30 del Novecento;
- differenze nella domanda;
- esistenza di economie di scala, ossia di rendimenti crescenti all'aumentare della dimensione delle imprese, e quindi dell'output del settore considerato, nei diversi Paesi.

In particolare, a partire dagli anni Sessanta sono state considerate teorie che hanno cercato di spiegare la crescente incidenza dell'interscambio di beni differenziati, introducendo così il fenomeno del "commercio orizzontale" o "intra-industriale".

Infatti un bene è diverso da un altro sia sostanzialmente, sia per le sue caratteristiche esteriori. È così che si generano scambi internazionali di diverse "varietà" di un prodotto, appartenenti quindi alla medesima classe merceologica. Inoltre, più due Paesi hanno lo stesso livello di sviluppo, più è probabile che i consumatori si orientino verso beni differenziati.

Ne consegue che i flussi commerciali tra i Paesi europei risultino essere prevalentemente di tipo "intra-industriale", dal momento che le dotazioni fattoriali di queste nazioni sono molto simili.

Il commercio di tipo "inter-industriale" o "verticale" è invece evidente, in particolare in ambito orticolo, nel caso degli scambi dell'Italia con gli altri continenti extra-europei. Questo fenomeno si ha quando un Paese produce ed esporta i prodotti di una data industria ed importa quelli appartenenti ad altre.

I negoziati internazionali promuovono la liberalizzazione e gli scambi commerciali e, soprattutto negli ultimi decenni, hanno permesso la messa a punto di numerosi accordi, sia di tipo multilaterale, favoriti dal GATT ("General Agreement on Tariffs and Trade"), sia relativi alle unioni doganali, ed è il caso dell'Unione Europea (Falcone, 2011).

Il sistema agroalimentare italiano si compone di prodotti molto esportati ed è questo che ne fa un settore fondamentale per l'economia nazionale. Tuttavia, i consumi di prodotti alimentari delle famiglie italiane negli ultimi anni hanno mostrato un rallentamento dal momento che sono diminuiti gli acquisti, fenomeno che ha riguardato tutte le categorie di prodotti e, in modo particolare, gli ortaggi.

Infatti soprattutto negli ultimi dieci anni l'ambito orticolo nazionale è stato caratterizzato da una diminuzione di produzione, disponibilità e consumi, ma contemporaneamente si è verificata la crescita degli scambi con l'estero sia in entrata che in uscita dall'Italia. In effetti, le importazioni e le esportazioni sono aumentate, anche se per queste ultime si osservano ampie oscillazioni riconducibili agli sbalzi della produzione nazionale (andamenti climatici e di mercato a livello internazionale). I principali prodotti esportati sono ortaggi e

patate, mentre quelli maggiormente importati sono i legumi secchi e le patate stesse (ISMEA, 2011).

Di fronte a questo scenario, l'obiettivo della tesi è quello di valutare le cause che negli ultimi anni hanno portato alla diminuzione della produzione e dei consumi nazionali in ambito orticolo, cercando di analizzare possibili soluzioni. Inoltre, considerato l'aumento degli scambi dell'Italia con l'estero in particolare dal 2005 al 2013, nel seguente lavoro vengono prese in esame le potenzialità dell'export nazionale in questo comparto, ponendo l'attenzione sui limiti e sulle opportunità presenti nei vari mercati.

Per giungere a tale scopo, sono stati analizzati, facendo riferimento al periodo 2000-2013, gli andamenti delle bilance commerciali e di un indice, quello di Grubel e Lloyd, che misura il commercio orizzontale dell'Italia nei confronti delle aree del resto del mondo.



## **2. I RAPPORTI COMMERCIALI IN AMBITO INTERNAZIONALE**

### **2.1. Le teorie di base dello scambio internazionale**

Le teorie tradizionali o di base del commercio internazionale hanno per oggetto il commercio tra Paesi di prodotti “diversi” appartenenti cioè a differenti classi merceologiche, e si occupano quindi di commercio inter-settoriale. Queste analizzano i fenomeni di importazione ed esportazione di beni che attraversano i confini nazionali dei vari Paesi e sono spiegate principalmente attraverso due modelli: il primo, quello del vantaggio assoluto, attribuito ad Adam Smith, secondo il quale una nazione esporta quei beni che produce ad un costo assoluto inferiore rispetto a tutte le altre. Il secondo, ossia il modello del vantaggio comparato, presenta due diverse versioni: la prima, quella di Ricardo, basata sul teorema secondo il quale una nazione ha convenienza ad esportare quei prodotti che produce ad un costo relativamente inferiore rispetto agli altri beni. La seconda versione, quella a più fattori produttivi di Heckscher e Ohlin, che completa il modello di Ricardo fornendo una spiegazione della diversa produttività che è alla base del teorema dei costi comparati (Dematté et al., 2008).

L'economista Adam Smith nel 1776 introdusse il modello dei vantaggi assoluti, o teorema dei costi assoluti, secondo il quale i Paesi esportano beni se sono in grado di produrli a costi assoluti inferiori rispetto a quelli degli importatori. Di conseguenza se un prodotto può essere ottenuto a minor prezzo utilizzando meno risorse, in termini di lavoro, in una certa località rispetto ad un'altra, allora sarà la prima ad essere favorita per tale produzione. In base ai risultati dell'applicazione di tale teorema si sarebbe avuta una specializzazione dello Stato in determinati settori produttivi (Falcone, 2011).

David Ricardo nel 1817 introdusse la teoria dei vantaggi comparati, secondo la quale si ha commercio internazionale a causa delle differenze tecnologiche, definite in termini di lavoro, nella produzione delle merci. Egli sostiene che ogni Paese tende ad esportare i beni che riesce a produrre nel modo più efficiente ed importa quelli che produce in maniera inefficiente. Di conseguenza, in un sistema di mercato i Paesi esportano i beni che al loro

interno hanno un costo opportunità più basso ed importano quelli che hanno un costo opportunità più elevato. Quindi a ciascun Paese conviene specializzarsi nella produzione dei beni che può ottenere a minor costo, ovvero quelli per cui il suo vantaggio è relativamente più elevato. Tale teoria dimostra che lo scambio risulta vantaggioso per tutti i Paesi che vi prendono parte.

Ricardo basò la teoria del vantaggio comparato su di una serie di ipotesi:

- si considerano solo due Paesi e due beni;
- si opera in condizioni di libero scambio e concorrenza perfetta;
- assenza di mutamenti tecnologici;
- i rendimenti di scala sono costanti;
- si suppone l'assenza di costi di trasporto e di dazi doganali;
- perfetta mobilità del lavoro all'interno di ciascun Paese, ma completa immobilità da uno all'altro.

Le cause del commercio internazionale risiedono quindi nella differenza tra i costi comparati e nella ragione di scambio internazionale (ossia il rapporto tra il prezzo del bene che un Paese esporta e quello del bene che lo stesso importa), che deve essere compresa fra i costi comparati stessi, ma non uguale agli estremi, affinché il commercio possa risultare conveniente a entrambe le nazioni.

I limiti della teoria classica di Ricardo sono legati al fatto che, ipotizzando l'esistenza e l'omogeneità di un solo fattore produttivo, ossia il lavoro, essa è poco realistica. Inoltre egli suppone la costanza dei costi di produzione, non tenendo conto di quelli di trasporto e dei dazi doganali, e non considera la moneta, e quindi i prezzi assoluti (Colucci, 1988).

La spiegazione della teoria del vantaggio comparato è stata modificata dai due economisti svedesi Eli Heckscher e Bertil Ohlin nel corso della prima metà degli anni '30 del Novecento. Essi dimostrano che la condizione per spiegare l'esistenza del commercio internazionale risiede nelle differenti dotazioni di fattori di ciascun Paese, considerando l'esistenza e l'omogeneità di due fattori produttivi: il lavoro, come Ricardo, e il capitale. Ogni nazione, quindi, gode di un vantaggio comparato se i Paesi relativamente ricchi di lavoro si specializzano nelle produzioni ad alta intensità di quest'ultimo, e quelli relativamente ricchi di capitale si specializzano nelle produzioni ad alta intensità di capitale stesso.

Il modello si basa sulle seguenti ipotesi:

- si considerano due Paesi, due fattori produttivi (lavoro e capitale) e due prodotti;
- i produttori nelle due nazioni hanno lo stesso livello di informazione e di tecnologie;
- i fattori di produzione sono mobili all'interno del Paese ma non tra nazioni, mentre i prodotti internamente e anche tra esse;
- vale l'ipotesi di concorrenza perfetta;
- le preferenze dei consumatori nei due Paesi sono le stesse;
- si suppone l'assenza di costi di trasporto e dei dazi doganali;
- i rendimenti di scala sono costanti.

Il rapporto di scambio si instaura quindi fra Paesi con lo stesso tipo di tecnologia ed identiche caratteristiche nella produzione e nel consumo, che differiscono solo per la diversa dotazione degli input produttivi, che costituisce la causa dei vantaggi comparati.

I limiti di questo modello sono legati al fatto che non si ha alcun riferimento ai cambiamenti tecnologici e di conseguenza il modello non corrisponde alla realtà dei mercati di concorrenza imperfetta (De Benedictis e De Filippis, 1988).

La teoria di Heckscher-Ohlin non è del tutto una teoria neoclassica, perché, anche se si contrappone a quella classica di Ricardo, non tiene conto contemporaneamente dell'insieme delle differenze delle dotazioni dei fattori produttivi, di quelle tecnologiche e di quelle dei gusti dei consumatori come nel caso della teoria neoclassica. Quest'ultima si è evoluta parallelamente alle altre e spiega la ragione di scambio internazionale, che invece Ricardo lascia indeterminata tra due estremi, poiché ne individua solo i limiti entro i quali essa deve risultare compresa.

Un fenomeno ignorato dalla teoria tradizionale è quello del "commercio orizzontale" (o "intra-industriale"), ossia del commercio internazionale a due vie (sia importazione che esportazione) di beni appartenenti alla stessa classe merceologica, anche se in realtà sono percepiti come diversi dagli utilizzatori (Falcone, 2011).

Inoltre la teoria tradizionale degli scambi internazionali è basata sull'ipotesi della concorrenza perfetta ed è quindi decisamente lontana dalla realtà.

## 2.2. Le nuove teorie del commercio internazionale

Secondo la teoria tradizionale, il fenomeno del “commercio verticale” o “inter-industriale”, che si ha quando un Paese produce ed esporta i prodotti di una data industria ed importa quelli appartenenti ad altre, avrebbe dovuto intensificarsi. Nella realtà si è avuto invece un aumento del commercio orizzontale, e quindi un incremento dello scambio tra Paesi con un livello di sviluppo simile e uno scarso commercio fra nazioni industrializzate e quelle sottosviluppate. Di fronte a questa inadeguatezza della teoria tradizionale, a partire dagli anni Sessanta si sono diffuse le “nuove teorie del commercio internazionale”. Queste ultime hanno un approccio più dinamico dei modelli classico e neoclassico, in quanto considerano il ruolo del progresso tecnico.

La “teoria del gap tecnologico”, formulata dall’economista Michael Posner nel 1961, costituisce una delle prime in questa direzione.

Egli analizza i meccanismi attraverso i quali un’iniziale innovazione di prodotto in un Paese porta a vantaggi nel commercio internazionale fino all’imitazione di questo bene, e quindi fino a che non si realizzi l’introduzione del prodotto in altre nazioni. Quindi Posner propone una spiegazione degli scambi tra Stati fondata sulle “differenze di costo comparato” generate dal diverso livello di innovazione dei Paesi in determinati settori. Di conseguenza, il modello commerciale della nazione durante tale periodo è determinato non dalla dotazione di fattori, ma da un vantaggio tecnologico, godendo quindi sul mercato internazionale di una situazione di temporaneo monopolio tecnologico nella produzione dei beni nuovi.

Le critiche del contributo di Posner sono legate al fatto che egli si concentra solo su fattori di offerta (come la conoscenza tecnologica), trascurando il ruolo di quelli riguardanti la domanda. Inoltre non spiega i motivi per cui una certa innovazione nasce in un determinato Paese e non considera la veloce diffusione di questa che ci può essere anche negli altri (Falcone, 2011).

Di fronte a questi limiti della teoria di Posner, essa è stata rielaborata attraverso quella del “ciclo del prodotto”, che è stata sviluppata in due versioni: la prima formulata da Seev Hirsch (1967) e la seconda da Raymond Vernon (1966).

Secondo il primo autore, le spiegazioni alla base del commercio estero risiedono nella diversa disponibilità di lavoro qualificato e non nella possibilità di accesso alle nuove tecnologie, che è uguale per tutti.

La seconda versione presenta conclusioni molto simili a quelle di Hirsch, ma considera ipotesi diverse. Infatti, mentre quest'ultimo si muove ancora nelle logiche del modello di Heckscher-Ohlin, Vernon si basa sull'assunto che l'intuizione dei nuovi prodotti può essere avvertita da quelle imprese dei Paesi industrializzati che hanno una vicinanza fisica a mercati di sbocco. È proprio in questi ultimi che la domanda si manifesta e la nazione che ha introdotto i nuovi beni gode quindi di un "vantaggio innovativo" che le permette di anticipare la produzione e l'esportazione.

Vernon sviluppa la sua teoria considerando tre stadi del "ciclo del prodotto", che ha inizio in seguito alla sua introduzione sul mercato:

- Durante il primo stadio, ossia quello della localizzazione di prodotti nuovi, hanno importanza fondamentale la ricerca tecnologica e quella di mercato. In particolare la domanda di nuovi beni, che sono inizialmente proposti solo sul mercato interno, è richiesta con più probabilità in Paesi ad elevato reddito pro-capite.
- Nella seconda fase, quella di sviluppo e maturità del prodotto, si ha una domanda crescente e un aumento della produzione. Si raggiunge così una certa standardizzazione del prodotto e allo stesso tempo il nuovo bene comincia ad apparire anche in altri mercati, provocando di conseguenza un aumento dei concorrenti. Man mano che il prodotto diviene più standardizzato, esso richiederà processi produttivi che si concentrano su alta intensità di capitale e lavoro poco qualificato, e in tale fase diventano più probabili i comportamenti imitativi.
- Nella terza ed ultima fase, quella dei prodotti standardizzati, il bene è ormai maturo e si ha quindi il suo declino. Di conseguenza la competitività si sposta sul prezzo e si cerca quindi di localizzare la produzione in Paesi sottosviluppati per contenere i costi di produzione, poiché qui si ha un basso costo del lavoro.

Le critiche del modello di Vernon sono date dal fatto che tale teoria si sofferma molto sull'aspetto temporale dell'innovazione, ignorando che i Paesi innovatori tendono a trattenere la produzione non solo dei beni di innovazione più recente, ma anche e soprattutto quella dei beni di rilevanza strategica, a prescindere dal grado di maturità tecnologica.

Inoltre egli offre in particolare una spiegazione dei prodotti manufatti, che sono concepiti per soddisfare i consumatori ricchi (Dematté et al., 2008).

Le teorie del commercio internazionale basate sulla domanda, relative quindi alle differenze nella struttura delle preferenze nei vari mercati interni, sono costituite da quella di Staffan B. Linder (1961) e da quella di Terry Barker (1977).

Nell'opera del primo autore si rintracciano gli spunti teorici, relativi ai vantaggi del commercio fra Paesi simili, sui quali si sono sviluppate le nuove teorie del commercio internazionale, facendo particolare riferimento al commercio dei manufatti.

Linder infatti si focalizza sulla domanda, poiché secondo lui i tipi di beni esportabili sono determinati da quest'ultima, per cui la condizione necessaria, ma non sufficiente, affinché un prodotto sia potenzialmente esportabile è che esso sia consumato nel mercato interno.

Per quanto riguarda le potenziali importazioni di un Paese, queste ultime sono anch'esse determinate dalla domanda interna. Di conseguenza la gamma delle esportazioni potenziali è uguale o inclusa in quella delle importazioni potenziali. Quindi quanto più è simile la struttura della domanda di due nazioni, tanto più intenso è il commercio tra queste due, che non effettuerebbero nessuno scambio reciproco se potessero produrre all'interno, ai medesimi prezzi relativi, i principali prodotti richiesti dal mercato.

Per individuare tra quali tipi di Paesi si può sviluppare un intenso flusso commerciale, ci sono vari fattori che determinano le strutture della domanda: il clima, la cultura, i livelli medi di reddito pro-capite, la distribuzione del reddito, i gusti nazionali e altre variabili sociali.

Le critiche relative alla teoria di Linder riguardano il fatto che considera soprattutto i casi in cui due Paesi abbiano livelli di reddito pro-capite simili, e quindi un intenso commercio, e non spiega la composizione merceologica dello scambio presente tra loro.

La teoria di Barker approfondisce la teoria di Linder per quanto riguarda gli aspetti della domanda ed analizza l'impatto esercitato dall'aumento del reddito sul modello commerciale di una nazione, poiché questo incremento induce un accrescimento dei consumi rivolto verso più varietà dello stesso prodotto.

La teoria di Linder viene ripresa nel 1975 nella spiegazione del commercio intra-industriale degli economisti Herbert Grubel e Peter J. Lloyd. Essi sostengono che tra Paesi diversi si instaurano rapporti di fornitura dando luogo a scambi internazionali di beni anche simili, per

cui una nazione sarà contemporaneamente importatore ed esportatore del medesimo prodotto.

Le conclusioni di Grubel e Lloyd dovrebbero prevedere quindi la specializzazione produttiva su base intra-settoriale, e quindi nell'ambito della stessa industria, in seguito alla liberalizzazione degli scambi (De Benedictis e De Filippis, 1988).

Infatti all'interno della Comunità Europea si è assistito ad un aumento del commercio internazionale e di flussi che provengono dagli stessi settori e che generano vantaggi per i consumatori in termini di minori prezzi di acquisto e di maggiore varietà di beni a disposizione.

Si può quindi dire che, dati due Paesi, tanto più simile è la loro dotazione fattoriale, tanto più alta risulterà l'incidenza del commercio intra-industriale sul loro interscambio complessivo.

Il commercio orizzontale tende inoltre ad essere tanto più intenso quanto più strettamente sono integrati i mercati dei Paesi considerati e quanto minori sono gli ostacoli al commercio in termini di dazi e di altre barriere tariffarie e non, a seguito di unioni doganali o di accordi internazionali.

Infatti una quota di commercio intra-settoriale è costituita dal *border trade*, cioè dal commercio di merci simili dovuto alla vicinanza geografica ed ai costi di trasporto.

Per tali motivi questo fenomeno è risultato molto intenso all'interno della Comunità Europea.

Se per esempio i dazi e/o i costi di trasporto sono invece molto elevati, le varietà prodotte all'interno sono molto più competitive rispetto a quelle di importazione, limitando così l'interscambio dei diversi tipi di beni fra i due Paesi.

Tra i contributi che meglio spiegano il commercio internazionale in mercati di concorrenza monopolistica, con differenziazione dei prodotti ed economie di scala, si trova quello dell'economista statunitense Paul Robin Krugman.

Nel 1991 egli ha introdotto teorie che spostano l'attenzione dal tipo di struttura produttiva presente in ciascun Paese ad altre variabili, ed in particolare ai diversi gusti dei consumatori. Infatti il modello di Krugman afferma che il commercio internazionale esiste perché questi ultimi sono molto differenti.

Il beneficio del consumatore, quindi, non è più solo in termini di prezzi, ma anche in termini di varietà di prodotti a disposizione, con anche la crescente attenzione verso l'aspetto qualitativo dei prodotti.

Di conseguenza, grazie all'apertura degli scambi, c'è la possibilità di conseguire un duplice vantaggio. Il primo è quello di una maggiore efficienza a livello produttivo: infatti si hanno minori costi medi grazie alle economie di scala realizzate dalle imprese più capaci di restare sul mercato e di espandersi. Il secondo è quello dell'effetto benessere per i consumatori, grazie non solo ai minori prezzi praticati dalle imprese, ma anche al maggior numero delle varietà disponibili sul mercato più ampio (Falcone, 2011).

### **2.3. Globalizzazione nel mercato internazionale: problematiche e accordi commerciali**

Le problematiche del commercio internazionale sono relative al dibattito nella scelta tra il libero scambio e il protezionismo. Quest'ultimo consiste in un insieme di misure con le quali si cerca di proteggere la produzione interna, ostacolando le importazioni e favorendo le esportazioni. Queste barriere sono distinte in tariffarie e non tariffarie.

Tra le prime, l'esempio per eccellenza è dato dai dazi doganali, che sono tasse che gravano sui beni importati e che possono essere specifici, se conformati ad alcune caratteristiche fisiche del prodotto, oppure ad valorem, come nel caso dell'Italia, se commisurati ad una certa percentuale sul prezzo.

Le barriere non tariffarie sono costituite in particolare dall'imposizione di controlli di norme tecniche e sanitarie, relative alla sicurezza e alla qualità dei prodotti, e dall'embargo, che è un provvedimento con cui un Paese delibera la sospensione di forniture di determinate merci per esercitare su una nazione pressioni o ritorsioni di natura politica. Quest'ultimo può costituire un rischio a cui una nazione può andare incontro quando si apre al commercio internazionale, così come la nascita di un conflitto in un determinato Paese e l'instabilità di un governo.

Il protezionismo produce il vantaggio della valorizzazione del mercato interno, poiché i dazi doganali imposti sulle importazioni provocano una maggiore domanda dei beni di produzione interna. Esso costituisce quindi una strategia commerciale mirata a far crescere le esportazioni di uno Stato, e perciò è soprattutto nei periodi di recessione che tende a manifestarsi.

I vantaggi e gli svantaggi del commercio internazionale, invece, dipendono in particolare dalle ragioni di scambio, ossia dal rapporto tra il prezzo medio delle esportazioni e quello delle importazioni di un Paese.

Quando questa relazione diminuisce, a parità di altre condizioni, il Paese incassa di meno e/o spende di più. Di conseguenza la bilancia commerciale, ossia la differenza di valore tra le esportazioni e le importazioni di merci, peggiora e quindi un Paese o subisce un disavanzo commerciale o deve rinunciare a una certa quantità di beni importati.

Inoltre nel libero commercio i prezzi dei beni scambiati non sono gravati dalle tariffe doganali. Per tale motivo gli economisti classici e neoclassici individuano in questo sistema la politica commerciale ottimale per tutti i Paesi. In particolare, una maggiore preferenza per il libero scambio è risultata evidente nel secondo dopoguerra, poiché l'intenso processo di liberalizzazione di quel periodo ha coinvolto sempre più i Paesi industrializzati e poi anche quelli emergenti.

Però, nel valutare gli effetti della competizione globale degli ultimi decenni, bisogna tenere conto anche dei rischi prodotti dall'ampliamento del mercato. Si è così riconsiderato il dibattito, sia a livello pratico che nella letteratura economica, relativo alla maggiore o minore opportunità per un Paese di ricorrere a politiche commerciali basate sul libero scambio o sul protezionismo.

Infatti negli anni Ottanta, vista l'accresciuta attenzione per i mercati diversi dalla concorrenza perfetta, come la concorrenza monopolistica e l'oligopolio, è stata rimessa in discussione l'idea che il libero commercio costituisse "la politica ottimale" e i Paesi industrializzati rivalutarono quindi il ritorno alle tesi protezionistiche.

Un sistema economico tra gli estremi del libero scambio e del protezionismo è costituito dall'"unione doganale", il cui esempio per eccellenza è quello della CEE (Comunità Economica Europea), nata nel 1957 e inizialmente costituita da 6 Paesi. Attualmente essa è conosciuta col nome di Unione Economica e Monetaria Europea (Falcone, 2011).

Inizialmente, però, l'abbattimento delle barriere doganali e la conseguente libera circolazione di merci all'interno dell'UE, così come sancito dagli accordi di Maastricht del 1992, hanno evidenziato maggiormente i problemi di competitività commerciale di ogni Stato membro in ambito agricolo. Infatti l'agricoltura, a differenza di quanto è avvenuto per tutti gli altri settori produttivi, ha beneficiato in modo limitato dell'eliminazione degli ostacoli tariffari, poiché i vari Paesi, attraverso misure tendenti a controllare i prezzi interni, hanno finito per determinare una struttura assimilabile al mercato protezionistico (Marzullo e Lanfranchi, 1998).

Ma, al fine di favorire un sistema economico tra gli estremi del libero commercio e del protezionismo, si considerano gli accordi commerciali, poiché essi hanno l'obiettivo di controllare e regolare gli scambi internazionali. Questi accordi sono stipulati tra due o più governi e possono quindi essere rispettivamente bilaterali o multilaterali. Questi ultimi a loro volta si suddividono in regionali, se tra Paesi contigui, o globali, se interessano un insieme in più continenti.

Un importante sistema di accordi multilaterali su scala globale fu il GATT ("General Agreement on Tariffs and Trade"), che fu istituito nel 1947 e che coinvolse diversi Paesi del mondo.

Ma con gli accordi dell'Uruguay Round, firmati nel dicembre del 1992, si decise di dare ai negoziati commerciali una sede più autorevole del GATT, poiché non era una vera e propria organizzazione internazionale, costituendo così il "World Trade Organization" (WTO), che iniziò a funzionare nel 1995. A quest'ultimo vi aderiscono attualmente più di 150 Paesi, a cui se ne aggiungono altri con ruolo di osservatori, rappresentando circa il 97% del commercio mondiale di beni e servizi.

Il WTO ha il compito di attuare un insieme di regole, come l'accordo sulle barriere tecniche al commercio e quello sulle misure sanitarie e fito-sanitarie, arricchendo quelle già esistenti del GATT. Quest'ultimo è stato quindi sostituito dal WTO con il mandato di procedere alla liberalizzazione nei vari settori coperti dall'accordo. L'Organizzazione mondiale del commercio ha quindi l'obiettivo di facilitare gli scambi internazionali, cercando di favorire la liberalizzazione dei mercati e ponendo limiti alle possibilità per i singoli Paesi di ricorrere a misure protezionistiche, poiché mirano ad ostacolare le importazioni (Foreman-Peck, 1999).

Inoltre con l'Uruguay Round sono stati inclusi per la prima volta i prodotti agricoli nei negoziati commerciali internazionali. In particolare, in tale sede gli argomenti affrontati hanno riguardato l'esigenza di attuare una politica di espansione degli scambi, e quindi la necessità di eliminare i contenuti protezionistici delle politiche di sostegno all'agricoltura. La Politica Agricola Comune (PAC) dell'UE ha dovuto quindi essere riformulata con la cosiddetta "riforma Mac Sharry" del 1992, che progressivamente riduce il sostegno dei prezzi per orientare l'agricoltura al mercato e mette dei tetti a certe produzioni (Vieri, 1994).

#### **2.4. Il commercio internazionale nel settore agricolo italiano ed europeo**

L'analisi dell'organizzazione del complesso agroalimentare tiene conto dei rapporti intercorrenti tra imprese operanti nello stesso mercato. Tali rapporti possono essere di tipo concorrenziale, quando le diverse imprese competono tra loro al fine di conquistare quote maggiori di mercato, o di tipo mutualistico o di collaborazione, quando le aziende ricorrono all'associazionismo ed al cooperativismo. Quest'ultimo approccio consente loro di conseguire determinati vantaggi, quali il rafforzamento del potere contrattuale nella vendita dei prodotti ed il superamento dei vincoli finanziari e tecnologici che spesso rallentano lo sviluppo di un'impresa di modeste dimensioni.

Il fenomeno del cooperativismo all'interno della filiera agroalimentare è maggiormente riscontrabile in quelle attività strettamente connesse alla produzione agricola piuttosto che nell'industria alimentare.

Se si analizza l'evoluzione delle imprese cooperative del settore agroalimentare negli ultimi decenni dello scorso secolo, per tale forma societaria si ha uno sviluppo considerevole durante gli anni Settanta. Nel corso degli anni Ottanta le dinamiche strutturali del cooperativismo continuano a registrare degli incrementi, anche se più contenuti, ma tale tendenza si è accentuata fino a registrare una stasi alla fine degli anni Novanta. Le motivazioni possono essere individuate sia nell'evoluzione dei mercati agroalimentari nazionali ed internazionali, sia nelle decisioni puramente politiche, che hanno ridotto gli

interventi dello Stato tendenti ad incentivare il fenomeno cooperativistico, in particolare nel settore primario (Marzullo e Lanfranchi, 1998).

Un esempio attuale di associazionismo è sostenuto dalla nuova PAC, in quanto uno degli obiettivi che essa si prefissa per il periodo 2014-2020 è quello di dare un nuovo impulso al processo di aggregazione delle Organizzazioni dei produttori (Op) e delle loro Associazioni (A.o.p.), superando la frammentazione.

Le Op sono società, quasi sempre cooperative o consortili, che hanno la funzione di aggregare l'offerta proveniente da produttori che operano a livello di fase agricola. Tra gli altri scopi della nuova PAC vi sono quelli di effettuare interventi per il rilancio delle realtà produttive più colpite dalla crisi economica e con minori indici di aggregazione, di potenziare la competitività, allargando gli sbocchi di mercato attraverso l'internazionalizzazione, e di favorire l'innovazione di prodotto (Lasorsa et al., 2012).

La PAC è una delle politiche comunitarie di maggiore importanza dell'Unione Europea ed è fondamentale per l'integrazione economica, per il sostegno e per uno sviluppo equo e stabile del comparto agricolo dei Paesi membri che vi aderiscono.

Un "pilastro" della PAC è dato dalla sezione garanzia del Feoga (Fondo europeo di orientamento e garanzia in agricoltura), che dal 2007 è stato cambiato in Feaga e che rappresenta un sostegno anche per il comparto ortofrutticolo. Esso finanzia le misure di gestione dei mercati agricoli nell'ambito delle Organizzazioni comuni dei mercati (O.c.m.), eliminando gli ostacoli che possono inibire gli scambi intracomunitari di prodotti agricoli e mantenendo una barriera doganale comune nei confronti dei Paesi terzi con i quali si interagisce.

L'O.c.m. relativa al settore orticolo si concentra sul ruolo delle Organizzazioni dei produttori. I produttori che sono soci delle Op conferiscono a queste gli ortaggi ed è qui che vengono lavorati e confezionati. Successivamente i prodotti possono essere venduti o alle Centrali Distributive della Distribuzione Moderna o agli operatori presenti nei Centri Agroalimentari, oppure nei mercati all'ingrosso o esportati. Nelle aree orticole dell'Italia Meridionale, però, a volte non è presente l'Op, poiché è sostituita da operatori commerciali (raccoltori, mediatori e grossisti) che effettuano l'aggregazione dell'offerta, lo stoccaggio, la cernita, la calibrazione e il confezionamento.

Infatti esistono differenze poiché al Centro-nord l'associazionismo è più diffuso tra i produttori, mentre al Sud i sistemi produttivi sono caratterizzati da un ritardo nell'aggregazione in cooperative ed Organizzazioni dei produttori.

Queste ultime, nel caso del comparto orticolo, si occupano quindi del coordinamento della fase di raccolta e del trasporto del prodotto, ed il loro sviluppo, che permette il rafforzamento della concentrazione dell'offerta agricola, rappresenta una delle azioni volte ad accrescere la competitività del settore primario (ISMEA, 2011).

L'Italia è uno dei maggiori beneficiari della politica europea per l'ortofrutta, in quanto riceve complessivamente, in termini di valore, il 22% del totale. Una parte di quest'ultima quota viene adibita a programmi operativi delle Organizzazioni dei produttori, che procedono all'allocazione della dotazione finanziaria disponibile, decidendo, in funzione degli obiettivi, quale tipo di intervento ed azioni realizzare.

Queste ultime sono suddivise in:

- azioni intese a pianificare la produzione, comprendenti interventi che riguardano ad esempio l'acquisto di magazzini e di coperture di serre;
- azioni rivolte a salvaguardare la qualità dei prodotti;
- misure che mirano a migliorare la commercializzazione;
- azioni di formazione;
- misure di prevenzione e gestione delle crisi;
- azioni ambientali.

Le nuove regole europee della PAC devono quindi dare nuovo impulso al processo di aggregazione delle Op e devono inoltre introdurre interventi mirati alla internazionalizzazione di questo sistema organizzativo (ISMEA, 2013).

Più in generale, nel settore agroalimentare italiano i soggetti ed i canali principali che si possono adottare per esportare sul mercato nazionale ed estero sono costituiti da:

- I grossisti ed i commissari esportatori, che riguardano una modalità adottata dalle imprese di piccola e media dimensione, che appunto si affidano a degli intermediari per esportare il proprio prodotto.

Spesso il grossista effettua nei propri magazzini il servizio di stoccaggio, manipolazione ed imballaggio delle merci e, per la solidità del rapporto tra lui e il produttore, quest'ultimo spesso riceve richieste di adattamento qualitativo del prodotto commercializzato per venire

incontro alle esigenze dell'acquirente. Il magazzino del grossista è anche il crocevia attraverso il quale passano tutti i prodotti agricoli freschi che devono essere sottoposti ai controlli di qualità prima di essere esportati.

- Gli importatori stranieri, che costituiscono un tipo di strategia simile a quella precedente, anche se in questo caso la decisione di collaborare con un intermediario estero permette all'azienda di produzione di relazionarsi con un operatore che conosce meglio il mercato di destinazione. Questa modalità è frequentemente adottata dalle imprese di piccole e medie dimensioni.
- La figura dell'agente, che è collegata a quella delle società import-export.

Egli svolge azioni di acquisto, vendita e di tutte le operazioni connesse, in base a una strategia decisa dall'impresa da cui dipende. Gli agenti possono operare sia in Italia che nel Paese acquirente e un vantaggio relativo a questa strategia è quello di consentire il raggiungimento di risultati rapidi.

- I consorzi per l'esportazione tra imprese, che raccolgono la produzione delle ditte o dei produttori agricoli e che hanno un ruolo importante per l'export agroalimentare italiano. La struttura del consorzio svolge funzioni distributive, commerciali e di manipolazione dei prodotti realizzati dalle aziende consorziate. Inoltre questi consorzi raccolgono e forniscono informazioni relative ai mercati esteri e si occupano di ricercare importatori.

Questa strategia è adottata soprattutto dalle piccole e medie imprese, che non sono in grado di agire da sole a livello di mercati internazionali a causa delle loro dimensioni.

- Le società di import-export si distinguono dai consorzi non solo per la loro forma giuridica e la loro dimensione economica, ma soprattutto perché il loro scopo principale è quello dell'attività commerciale con l'estero. Queste società infatti trattano merci in qualsiasi mercato, stabilendo di volta in volta relazioni con ditte fornitrici.

Esse stipulano accordi con altre società straniere, anche con quelle non necessariamente presenti sul mercato internazionale, ma che, ad esempio, sono proprietarie di grandi catene di distribuzione.

Inoltre questa modalità presenta agenti, filiali e magazzini all'estero e si trova in Italia ed in altri Paesi europei. Quindi o varie imprese produttrici o le aziende di produzione e gli

importatori vanno a costituire una società di commercializzazione al fine di operare gli scambi dei prodotti in diversi mercati (De Benedictis e De Filippis, 1988).



### **3. LA FILIERA ORTICOLA: PRODUZIONE E CONSUMO IN ITALIA**

#### **3.1. I fattori che influenzano il mercato**

Le aziende operanti nel settore orticolo, comprendente ortaggi, legumi e patate, prevedono una produzione agricola destinata o al mercato del consumo fresco o alla trasformazione industriale.

Il valore della produzione di ortaggi ammonta a circa il 16% rispetto a quello complessivo del sistema agricolo italiano, mentre la produzione annua di ortaggi, legumi e patate è costituita in media da 15 milioni di tonnellate (ISMEA, 2011). In particolare quella del 2013 risulta in diminuzione rispetto al 2012 (-18,9%), per un totale di 11 milioni e mezzo di tonnellate circa (ISMEA, 2014).

La superficie orticola è concentrata principalmente nelle seguenti regioni: Puglia, Emilia Romagna, Sicilia, Campania, Toscana, Calabria, Lazio, Marche e Sardegna. Da ciò si deduce che è grazie alle condizioni climatiche che queste colture sono maggiormente favorite al Sud rispetto al Nord, anche se la Lombardia e il Veneto presentano un'elevata produzione di ortaggi. Infatti la superficie ricoperta da queste specie, nel caso della coltura protetta, è localizzata soprattutto in Sicilia, Campania, Lombardia e Lazio e, nel caso degli ortaggi in piena aria, essa si trova prevalentemente in Puglia, Emilia Romagna, Sicilia, Campania, Lazio, Veneto e Sardegna (Schiano lo Moriello, 2014).

L'Italia è dunque uno dei principali produttori europei nell'ambito di questo comparto, poiché, specialmente al Centro-Sud, è ricca di aree con una valorizzazione qualitativa dei prodotti riconosciuta dai mercati, come ad esempio nel caso dei marchi IGP (Indicazione Geografica Protetta) e DOP (Denominazione di Origine Protetta). Ma comunque in tutta l'Italia sussistono delle potenzialità produttive specifiche delle singole colture, poiché ciascuna Regione ha delle proprie caratteristiche favorevoli a certe specie, anche se al Nord il numero delle opzioni è inferiore e si tende sempre meno a coltivare ciò che si può fare meglio al Sud.

Oltre all'ambiente, assumono grande significato come componenti della potenzialità produttiva di un territorio anche le infrastrutture organizzative e gestionali del prodotto. Queste ultime sono costituite da mercati, stabilimenti e centrali di condizionamento, gruppi associativi organizzati, piattaforme distributive, sistemi logistici e relazioni con grandi mercati europei (Sansavini, 2012).

Infatti i moderni sistemi di produzione, che si basano sulla coltivazione intensiva degli ortaggi, si caratterizzano per i seguenti fattori:

- l'adesione a cooperative e ad Organizzazioni dei produttori, anche se in alcune aree d'Italia e per alcuni prodotti è molto bassa;
- elevata specializzazione, che riguarda la produzione di una o poche specie, in base alle particolarità del territorio;
- la destinazione del prodotto al mercato del fresco o all'industria di trasformazione;
- l'elevato utilizzo di input chimici e di acqua irrigua, allo scopo di soddisfare dal punto di vista qualitativo le esigenze dei consumatori, tenendo però in considerazione i limiti massimi di residui di fitofarmaci ammessi ed il numero massimo di principi attivi accettati (ISMEA, 2011).

Le principali forme di commercializzazione nel comparto orticolo sono due: la prima è data dalla Grande Distribuzione Organizzata (G.D.O.), che va a cercare i rifornimenti verso i primi stadi della filiera, e la seconda è data dal dettaglio tradizionale, i cui rifornimenti avvengono molto spesso all'interno dei mercati all'ingrosso (Stignani, 1996).

Più precisamente, le imprese orticole presentano un mercato di sbocco costituito prevalentemente dai seguenti acquirenti: grossisti ed altri intermediari commerciali, centrali di acquisto della Distribuzione moderna (Dm, una rete di supermercati e di altre catene di intermediari di varia natura), mercati ambulanti e negozi della distribuzione tradizionale, esportatori ed industria di trasformazione.

Tra tutte queste tipologie di clienti, la Distribuzione moderna costituisce l'attore della filiera che detiene il maggiore potere negoziale, richiedendo ai produttori determinati ritmi di consegna, standard qualitativi e prezzi. In questo caso si considerano quindi o aziende agricole di grandi dimensioni o, più spesso, strutture associate, come ad esempio le Organizzazioni dei produttori.

Per quanto riguarda i canali di vendita al dettaglio degli ortaggi freschi e delle patate, le vendite attraverso i canali tradizionali, ossia negozi specializzati di frutta e verdura e mercati ambulanti, assumono ancora oggi un certo rilievo, anche se si conferma comunque la tendenza all'aumento delle quote di vendita della Distribuzione moderna.

L'impianto legislativo che disciplina la produzione, la trasformazione e la commercializzazione degli ortofrutticoli in generale è ampio e va a considerare varie norme, tra le quali:

- la regolazione nazionale dei mercati, che mira ad assicurare la trasparenza dei processi produttivi e commerciali fino al consumatore e a prevenire e gestire eventuali crisi di mercato;
- l'accordo del WTO sull'applicazione di misure sanitarie e fitosanitarie, che ha l'obiettivo di tutelare il diritto di ogni Governo di assicurare il livello di protezione sanitaria che ritiene appropriato, evitando però che le misure decise vengano utilizzate a scopo protezionistico e che quindi divengano una barriera non tariffaria;
- le barriere fitosanitarie negli scambi con l'estero, che prevede l'armonizzazione dei limiti massimi dei residui dei fitofarmaci per i prodotti ortofrutticoli tra i Paesi Membri dell'UE;
- gli scambi con i Paesi Terzi, norma che prevede le modalità relative all'importazione e all'esportazione dell'UE degli ortofrutticoli da e verso i Paesi terzi;
- le norme di qualità, che prevedono che all'interno della filiera ci siano controlli di conformità alle norme di commercializzazione.

In riferimento a ciò, l'Agenzia per le erogazioni in agricoltura (Agea) è l'autorità incaricata al coordinamento di queste attività all'interno del settore degli ortofrutticoli freschi, ed è sottoposta alla vigilanza del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali.

L'Agea è quindi un ente statale con il compito di svolgere delle funzioni di Organismo di Coordinamento e di Organismo pagatore nell'ambito dell'erogazione dei fondi dell'Unione Europea ai produttori agricoli (ISMEA, 2011).

Dal 2009 l'Italia si sta dibattendo in una crisi caratterizzata da una recessione e, nonostante una leggera ripresa nel 2010-11, si è avuta una nuova caduta a partire dalla metà del 2011. Gli effetti sull'economia reale in termini di produzione, occupazione e consumi sono

evidenti e possono innescare cambiamenti strutturali nell'economia nazionale (Romano, 2012).

Infatti nell'ambito orticolo italiano tra le dinamiche strutturali, ossia quelle del lungo periodo, si trovano:

- per quanto riguarda l'offerta, l'aumento della specializzazione produttiva delle aziende agricole, l'incremento della dimensione media dell'azienda orticola e l'ampliamento della gamma, con maggiore offerta di prodotti ad elevato contenuto di servizio, come ad esempio la quarta gamma ed i surgelati;
- la diminuzione della domanda, anche se in parte è bilanciata dall'aumento dei consumi di ortaggi surgelati e di quarta gamma e dalla disponibilità di molti prodotti durante tutto l'anno, poiché è in atto il processo di destagionalizzazione della domanda stessa;
- in riferimento al mercato, l'aumento della gamma di prodotti offerti, una crescita dei costi di produzione, in particolare fertilizzanti, ed un incremento dei costi di trasporto;
- per quanto concerne gli scambi con l'estero, una crescita della pressione competitiva sia dei Paesi interni all'UE (Spagna), sia di quelli extra-europei (Marocco, Egitto, Israele e Turchia), andando a causare un calo dei prezzi dei prodotti italiani proprio a causa di questa concorrenza con quello estero.

Di conseguenza l'orticoltura italiana non sta attraversando una congiuntura particolarmente favorevole, anche perché il persistere della crisi economica ha contratto ulteriormente i consumi. Infatti negli ultimi anni il settore è stato caratterizzato da un andamento negativo delle principali variabili, poiché sono diminuite produzione, disponibilità e consumi, anche se contemporaneamente si è verificata la crescita degli scambi con l'estero dell'Italia, sia in entrata che in uscita. Inoltre l'orticoltura nazionale presenta una frammentazione dell'offerta con una bassa propensione all'associazionismo, che determina uno scarso potere contrattuale nei confronti sia dei fornitori delle materie prime, sia dei clienti, rappresentati in larga parte dalla Distribuzione moderna. Nonostante ciò, le tendenze in atto evidenziano una maggiore concentrazione dell'offerta per effetto dell'aumentato numero di Op specializzate nella commercializzazione di ortaggi.

Il comparto orticolo è composto da molti prodotti, per cui si assiste a situazioni di mercato differenti in base a ciascuno di essi, ed inoltre i cicli di produzione sono molto rapidi, determinando così veloci cambiamenti delle condizioni di mercato.

Infatti i prezzi alla produzione dipendono dalla stagionalità dei prodotti, poiché essa modifica il loro valore, e dai momentanei vuoti o eccedenze dell'offerta rispetto alla domanda, dovuti ai repentini sbalzi termici. Inoltre il meccanismo di formazione del prezzo nella fase di origine è influenzato dall'organizzazione della filiera, dalla difficoltà di programmare l'epoca di raccolta del prodotto, dall'afflusso sul mercato interno di prodotto proveniente dall'estero e, con riferimento alle esportazioni, dalla variabilità della domanda degli altri mercati.

Infine i costi di produzione degli ortaggi sono influenzati dalla tipologia di coltivazione (in pieno campo o in coltura protetta), dalle pratiche colturali adottate (principalmente concimazioni, irrigazione e difesa da insetti e patogeni), dal grado di meccanizzazione e dalla dimensione aziendale (ISMEA, 2011).

Tra il 2000 ed il 2011 gli andamenti della produzione raccolta e degli scambi con l'estero non fanno emergere una tendenza univoca, in quanto il comparto orticolo è stato oggetto di forti variazioni di natura congiunturale, connesse al fattore climatico ed alle tendenze del mercato internazionale.

Sul fronte dei costi, questi hanno mostrato un aumento soprattutto nel periodo compreso tra il 2000 ed il 2004, anche a causa dell'introduzione dell'Euro, e tra il 2008 ed il 2011 si è registrato l'incremento del prezzo dei mezzi di produzione, dovuto in parte al rincaro del petrolio: infatti la crescita dei prezzi dei fattori di produzione è stata superiore all'aumento di quelli all'origine dei prodotti orticoli, determinando ripercussioni non positive sul reddito dei produttori, poiché l'analisi dei costi e dei ricavi ha mostrato un andamento negativo della ragione di scambio (Lasorsa et al., 2012).

Invece nel 2013 il comparto è stato caratterizzato dal miglioramento di quest'ultimo parametro, determinato dall'incremento dell'indice dei prezzi all'origine, che è stato di molto maggiore rispetto all'aumento dell'indice dei mezzi di produzione nell'anno considerato (ISMEA, 2014).

Ad esempio, nel caso particolare del pomodoro da mensa, tra gli elementi che determinano un impatto a livello di mercato si trovano: l'aumento dei costi di produzione, la stagnazione

dei consumi interni e l'elevata specializzazione produttiva, che provocano come conseguenze una diminuzione del reddito dei produttori e una crescita del potere di mercato della Dm (Schiano lo Moriello, 2014).

La domanda rappresenta la sommatoria dei soggetti interessati a consumare un dato prodotto, mentre l'offerta a sua volta è considerata come l'insieme di coloro disposti a vendere il bene economico stesso. Ciò rappresenta il presupposto fondamentale dello scambio, che è determinato dal prezzo della transazione.

Queste componenti vanno a costituire diverse tipologie di mercato:

- Il regime di concorrenza perfetta, che è una costruzione teorica non riscontrabile nella realtà, poiché è fondato sui principi della trasparenza della mobilità dei fattori produttivi, esistenti in quantità illimitata, e sulla libertà di azione dei singoli soggetti, in assenza totale di barriere all'entrata e all'uscita dal mercato.
- Il regime di monopolio, che è una forma di mercato caratterizzata dalla presenza di un solo venditore in grado di influire o sul prezzo o sulla quantità di prodotto da collocare sul mercato.
- Il regime di oligopolio, che si riscontra quando l'offerta è concentrata in un numero ristretto di venditori, che sono in grado di avere il controllo sul bene.

Il mercato dei prodotti agroalimentari può essere inquadrato in un regime più vicino a quello oligopolistico, in cui la scelta dei canali distributivi e l'entità di produzione adottati consentono una differenziazione del prodotto e conseguentemente anche del prezzo (Marzullo e Lanfranchi, 1998).

### **3.2. L'offerta**

L'offerta aggregata dipende dalla quantità di prodotto che si può ottenere da una data lista di input e dal modo in cui il livello massimo di tale bene cambia al variare di questi ultimi (Parkin e Bade, 1991).

La produzione del comparto orticolo costituisce una delle principali filiere del sistema agricolo nazionale ed è molto ampia, poiché è composta da ortaggi (prodotti in pieno campo

ed in coltura protetta), legumi freschi (fagiolini, fagioli, piselli e fave), legumi secchi (fagioli, piselli, lenticchie, ceci ed altri) e patate.

La maggior parte di questa offerta è destinata al consumo fresco, ma un terzo circa della produzione è conferito all'industria dei surgelati e a quella di trasformazione, per ottenere i derivati del pomodoro, la trasformazione delle patate, le conserve di ortaggi e legumi ecc. È importante considerare che la “shelf life” degli ortaggi freschi è molto breve e che per molti prodotti è possibile allungare questo periodo attraverso la frigoconservazione. La freschezza è la principale caratteristica qualitativa, e quindi si preferisce evitare stoccaggi che non siano limitati ai tempi tecnici di trasferimento da un anello all'altro della filiera ed a quelli morti nel punto vendita tra l'arrivo e l'esposizione del prodotto.

Negli ultimi anni, il comparto orticolo a livello nazionale ha mostrato forti oscillazioni tra una campagna e l'altra, in particolare a causa dell'andamento climatico incostante che influenza la produzione degli ortaggi, sia per quanto riguarda i volumi disponibili, sia per le caratteristiche qualitative del raccolto.

Inoltre, le tendenze in atto del periodo recente evidenziano un lieve incremento della dimensione media aziendale, dovuto sia all'aumento delle superfici investite che alla riduzione del numero di aziende (ISMEA, 2011).

Infatti la filiera produttiva è caratterizzata da un numero molto elevato di imprese orticole che hanno dimensione media modesta, anche se esistono differenze sostanziali tra le diverse regioni.

I diversi input agrotecnici ed organizzativi inseriti nel sistema produttivo degli ortofrutticoli in genere, negli ultimi anni, non si sono rivelati sufficienti per tenere sempre alta la capacità competitiva dei prodotti italiani. Tra questi si considerano:

- le norme sulla qualità, attuate con troppi ritardi rispetto alle esigenze dei mercati, e quindi rispetto all'evoluzione dei sistemi di vendita;
- le contaminazioni da residui, che, anche se per la maggior parte dei casi stanno molto al di sotto dei limiti di legge, non rispettano totalmente i regolamenti sui prodotti chimici, poiché le soglie stabilite sono superate da una certa percentuale di merci, costituita da non più dell'1-2% secondo le analisi promosse dai Ministeri competenti;

- le certificazioni aziendali con ampia valenza organizzativa, professionale ed ecologica, che devono obbedire ai dettati imposti dai mercati internazionali e che le grandi imprese devono possedere per esportare a certi livelli (Sansavini, 2012).

Tra il 2008 ed il 2014, ISMEA (Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare) ha divulgato i seguenti andamenti della produzione orticola nazionale:

- Nel 2008 l'offerta relativa ad ortaggi e patate è risultata in flessione dell'1% su base annua ed il motivo di questa riduzione è da individuare nella diminuzione della superficie coltivata. Particolarmente negativa è la performance delle patate che, a causa delle piogge verificatesi a fine primavera dell'anno considerato, ha visto una contrazione del raccolto del 10%, nonostante un incremento degli investimenti del 2%.
- Nel 2009 l'offerta relativa ad ortaggi e patate è cresciuta del 7% su base annua, e questo incremento è riconducibile all'aumento delle rese produttive sia degli ortaggi di pieno campo, favorite dalle condizioni climatiche, e sia di quelli in coltura protetta, che presentano un incremento del 10%.
- Nel 2010 l'offerta relativa ad ortaggi e patate si è ridotta del 6% su base annua, e questa diminuzione è riconducibile soprattutto alla flessione degli investimenti a pomodoro ed alla riduzione del raccolto di patate, imputabile alle sfavorevoli condizioni climatiche. Ma l'incremento della produzione di alcuni ortaggi e legumi ha in parte bilanciato la diminuzione complessiva del comparto, che altrimenti sarebbe stata più intensa.
- Nel 2011 l'offerta relativa ad ortaggi e patate è aumentata del 5% su base annua. Tale risultato è riconducibile all'incremento degli investimenti ad ortaggi, anche se è diminuita la produzione di patate e legumi secchi.
- Nel 2012 i raccolti sono risultati in calo per gli ortaggi, in diminuzione del 7% rispetto al 2011, ed i costi degli input produttivi sono aumentati.
- Nel 2013 l'offerta di ortaggi, legumi e patate ha subito una flessione del 19% sul 2012 e tale risultato è riconducibile all'andamento negativo registrato da tutti i segmenti produttivi. In particolare, le maggiori riduzioni sono state riscontrate per il pomodoro da industria e per le patate.

Infatti il comparto orticolo, nei primi nove mesi del 2013, è stato caratterizzato da una minore disponibilità dovuta alla contrazione dei raccolti che ha generato un complessivo aumento dei prezzi nelle prime fasi della filiera.

A testimonianza di questa riduzione produttiva, i dati sulle movimentazioni nei mercati ortofrutticoli all'ingrosso evidenziano in questo periodo considerato un significativo ridimensionamento dei volumi commercializzati, ridottisi con cali del 10,2% per gli ortaggi.

- Nel 2014, le anomale condizioni climatiche registrate durante il primo trimestre hanno condizionato l'offerta dei prodotti orticoli. Infatti gennaio e febbraio si sono caratterizzati per temperature medie al di sopra dei normali valori stagionali, determinando così un'accelerazione dei processi di maturazione. Inoltre la produzione di ortaggi delle aziende è stata caratterizzata da un andamento negativo anche a causa delle eccessive precipitazioni che, in molte zone d'Italia, hanno ostacolato le lavorazioni del terreno e altre operazioni. Le stime sulle intenzioni di semina, elaborate dall'Istat per l'annata agraria 2013-2014, segnalano comunque un aumento delle superfici per il pomodoro e per i legumi freschi, mentre risultano in calo gli investimenti per le altre ortive e per le patate rispetto all'annata precedente.

Anche nel secondo trimestre del 2014 la produzione degli ortaggi è stata spesso condizionata dalle avverse condizioni meteorologiche. Infatti è stato ancora il clima a produrre un effetto negativo sull'andamento commerciale delle produzioni orticole in genere, poiché questo periodo è stato caratterizzato da abbondanti precipitazioni, talvolta accompagnate da grandine.

Per il terzo trimestre consecutivo del 2014 le condizioni climatiche hanno giocato ancora un ruolo decisivo su tali colture, poiché tale periodo è stato caratterizzato da temperature al di sotto dei livelli medi stagionali e da frequenti precipitazioni.

Questo andamento anomalo e sfavorevole ha condizionato l'offerta dei prodotti orticoli, sia sul piano quantitativo che su quello qualitativo, ed ha avuto un impatto evidente anche sull'orientamento dei consumi. In particolare è il mese di luglio che presenta precipitazioni abbondanti e temperature posizionate sotto i livelli medi, e questa instabilità climatica, che è proseguita fino a inizio settembre, ha risparmiato solo alcune regioni del Sud Italia.

### 3.3. La domanda

La domanda è la quantità aggregata di beni e servizi richiesta dalle famiglie per il loro consumo corrente (Parkin e Bade, 1991).

I maggiori consumatori di ortaggi sono greci, italiani e spagnoli, poiché la loro produzione è correlata alla cultura mediterranea, mentre la domanda di ortaggi relativa al Nord Europa è a livelli più bassi rispetto a quella dei Paesi del Bacino del Mediterraneo (Trentini, 2005).

A livello nazionale, analizzando il profilo delle famiglie acquirenti, emergono differenze: quelle con un alto livello di acquisto di ortaggi e legumi freschi (inclusi patate e quarta gamma) presentano un'età superiore ai 64 anni, un reddito basso e sono localizzate prevalentemente al Sud. Invece le famiglie che consumano poche verdure fresche hanno in prevalenza un responsabile degli acquisti giovane, godono di un elevato benessere economico e abitano soprattutto nel Nord-ovest (ISMEA, 2011).

Nel periodo compreso tra il 2000 ed il 2011 sul fronte dei consumi si è verificata una consistente riduzione degli acquisti dei prodotti orticoli freschi da parte delle famiglie italiane, con un ritmo medio annuo di decrescita pari a circa l'1%. Il periodo più critico è stato tra il 2000 ed il 2005 (Lasorsa et al., 2012). Durante quest'ultimo intervallo di tempo, il calo dei consumi è stato una conseguenza dell'aumento dei prezzi che si è verificato dopo l'introduzione dell'Euro. Tale incremento è stato massimo nel 2003, quando le famiglie italiane hanno speso in media il 25% in più per l'acquisto di 1 kg di verdura rispetto all'anno 2000. Ma, anche se nel 2004 si è verificata una leggera riduzione dei prezzi medi al dettaglio rispetto al 2003, in seguito a questo anno non c'è stata una ripresa dei consumi (Trentini, 2005).

Inoltre gli acquisti delle orticole da parte delle famiglie acquirenti hanno subito un calo anche tra il 2011 ed il 2013 a causa della crisi generale dei consumi.

Di conseguenza, in Italia, tra il 2003 ed il 2013, la spesa media annua si è ridotta per quanto riguarda questo comparto (Gigli, 2013). In particolare, dal 2000 al 2014 la contrazione dei consumi pro capite di ortaggi è stata pari al 6% (Fugaro, 2015).

Più precisamente, negli ultimi quindici anni ISMEA ha divulgato i seguenti andamenti della domanda orticola nazionale:

- Tra il 2000 ed il 2005 il volume dei consumi di ortaggi delle famiglie è sceso.
- Nel 2006 gli acquisti di ortaggi in quantità sono aumentati nel complesso del 2,6% rispetto al 2005, anche per effetto della crescita dei freschi, ma se si considerano ortaggi e legumi freschi insieme si ha un aumento dell'1,4% rispetto al 2005 e una riduzione dell'1,3% rispetto al 2001.
- Nel 2007 si sono verificate una flessione dei volumi acquistati di ortaggi freschi (-3,1%) ed una contrazione più marcata sul fronte del valore (-5,4%) rispetto al 2006.
- Nel 2008 per ortaggi e patate c'è stato un aumento su base annua degli acquisti per il consumo domestico. Tale incremento, in quantità, per gli ortaggi è stato di 0,7% rispetto al 2007, mentre in confronto al 2003 la crescita è dell'11,5%.
- Nel 2009 per ortaggi e patate si è registrato l'aumento su base annua sia dei volumi acquistati (+1,1%) e sia della spesa (+6,1%).
- Nel 2010 si è registrata la riduzione dei volumi acquistati (-0,5%) per ortaggi e patate, mentre la spesa complessiva è aumentata dell'1,3% su base annua.
- Nel 2011 gli acquisti in volume di ortaggi freschi hanno subito un piccolo calo (-0,1%) su base annua, ma, dato che i prezzi medi hanno registrato un incremento di pari entità, la spesa complessiva è risultata praticamente inalterata rispetto al 2010. ISMEA ha rilevato minori quantità acquistate per i prodotti interessati dai maggiori rincari, poiché il prezzo è un fattore che condiziona il consumatore italiano, anche per quanto riguarda il comparto orticolo.
- Nel 2012, rispetto al 2011, gli acquisti degli ortaggi hanno presentato un calo del 2% in termini di quantità, e ciò è evidente soprattutto per i freschi, perché tali prodotti sono soggetti ad elevata deperibilità, e quindi fonti di spreco. Inoltre, anche il calo del potere d'acquisto delle famiglie dovuto alla crisi economica ha accentuato la riduzione del segmento del fresco.

Invece la richiesta di alto contenuto di servizio, come lo è la quarta gamma, è in aumento, nonostante il più alto livello di prezzo medio di acquisto, a causa del sempre minor tempo che gli italiani dedicano alla preparazione dei pasti.

Per quanto riguarda gli acquisti delle verdure, dal 2002 al 2012 calano patate, pomodori, carote, cipolle, melanzane e carciofi, mentre crescono insalate e radicchi, cetrioli, asparagi, fagioli e piselli.

- Nel 2013 gli acquisti domestici di ortaggi, legumi e patate del segmento del fresco hanno subito un calo sia in termini di volume (-1,9%), sia in termini di valore (-2,6%) rispetto al 2012, soprattutto a causa del fatto che i prezzi medi

del comparto sono diminuiti in confronto a quest'ultimo anno, determinando così la flessione più accentuata della spesa. Anche il clima, caratterizzato da frequenti precipitazioni nella primavera del 2013, ha condizionato questo andamento influenzando il consumatore.

Questa flessione degli acquisti dei prodotti freschi è stata in parte compensata dall'aumento delle vendite degli ortaggi di quarta gamma.

Tale fenomeno si basa su un cambiamento socio-demografico, legato ad esempio alla riduzione del numero dei componenti della famiglia, che conduce la domanda alimentare verso monoporzioni, piatti pronti e prodotti con crescente contenuto di servizio. Di conseguenza dal lato della domanda interna vi è la necessità di adeguarsi ad un consumatore finale le cui abitudini alimentari sono in continuo cambiamento, non solo per la riduzione del reddito disponibile, ma anche per aspetti socio-demografici.

- Nel primo semestre del 2014, rispetto a quello del 2013, si è verificato un calo degli acquisti domestici sia in quantità (-2,3%), sia in valore (-5,7%) per il segmento del fresco di ortaggi, legumi e patate, soprattutto perché i primi hanno presentato un rallentamento dei prezzi all'origine che è stato trasmesso anche alla fase al dettaglio.

Quindi i consumi delle famiglie italiane del primo semestre del 2014 hanno presentato un andamento negativo, e questa situazione è stata affiancata da un clima meteorologico fra i più piovosi e freddi degli ultimi decenni.

Nei primi nove mesi del 2014, invece, il calo della spesa per il segmento del fresco di ortaggi, legumi e patate è stato pari a 3,9% rispetto a quelli del 2013. Anche in questo caso il fresco risulta maggiormente penalizzato e, a causa dell'attuale rallentamento dei prezzi, la riduzione in valore supera quella in volume (-0,7%).

Quindi anche nel 2014 gli acquisti domestici nazionali di ortaggi, legumi e patate freschi sono diminuiti in valore (-3,3%) rispetto al 2013.

Di fronte a questo scenario in atto da oltre dieci anni, durante i quali si è assistito ad un calo progressivo dei consumi di verdura a livello nazionale, per migliorare tale andamento occorrerebbe creare una stretta sinergia, favorita dalle Organizzazioni dei produttori, tra la

produzione e la Grande Distribuzione, in modo tale da considerare le nuove esigenze del consumatore in Italia ma anche all'estero (www.csoservizi.com, 2014).

Infatti, di fronte all'evoluzione degli stili e dei modelli di consumo sempre di più caratterizzati dall'impiego di ortaggi con crescenti contenuti di servizio, come nel caso della quarta gamma, si può prevedere un rilancio dei consumi grazie ad innovazioni di processo, alla specializzazione delle imprese ed al miglioramento della qualità del prodotto (Trentini, 2005).

### **3.4. Punti di forza e di debolezza del settore orticolo italiano**

I vantaggi competitivi di cui beneficiano le aziende del comparto orticolo sono costituiti dalle caratteristiche climatiche dell'Italia, dalla vocazione colturale dei principali areali di produzione, dall'alta specializzazione e dall'elevato standard qualitativo medio dei prodotti. Quindi, nonostante l'elevata spinta alla standardizzazione, l'orticoltura italiana si caratterizza per il forte legame tra i prodotti ed il territorio, attraverso una scelta varietale ampia e un calendario di commercializzazione che spesso copre l'intero anno.

Questi aspetti devono comunque tenere conto che i gusti al consumo si sono evoluti verso un'alimentazione in generale più salutista e che è sempre più in crescita la richiesta di servizi connessi al prodotto, soprattutto da parte della Grande Distribuzione Organizzata (Stignani, 1996).

Di conseguenza questi elementi costituiscono una parte degli attuali fattori di cambiamento che stanno producendo i seguenti effetti sul mercato del settore orticolo:

- la ricerca di nuove varietà e lo sviluppo di prodotti ad elevato contenuto di servizio, che permettono l'aumento del consumo, portando però ad una perdita di varietà locali ed ecotipi;
- l'evoluzione delle politiche commerciali e della globalizzazione della Distribuzione moderna, che da una parte individua dei canali di sbocco, ma dall'altra riduce il potere negoziale della fase agricola (Op e grossisti);

- le politiche commerciali internazionali, che incrementano il livello di liberalizzazione degli scambi tra le diverse aree economiche mondiali, permettendo la crescita dei consumi mondiali e l'apertura di nuovi sbocchi di mercato, provocando però l'aumento dell'offerta e quindi della pressione competitiva;
- lo sviluppo dei trasporti e delle rotte commerciali, che intensificano gli scambi anche con i Paesi del Bacino del Mediterraneo, favorendo nuovi mercati di sbocco e possibilità di esportare mezzi tecnici, aumentando però la concorrenza globale.

Quindi nel breve periodo questi fattori producono sia effetti positivi, poiché permettono l'innovazione di prodotto attraverso lo sviluppo di nuove varietà e l'aumento della domanda estera, sia effetti negativi, soprattutto a causa dell'elevata competizione di Marocco, Egitto, Israele e Turchia.

Per quanto concerne gli aspetti che caratterizzano la concorrenza interna tra le imprese del settore, questi riguardano: la contrazione della domanda a causa della riduzione dei consumi, la necessità di capitali per aumentare il grado di meccanizzazione, i problemi di tipo logistico, che determinano maggiori costi per il raggiungimento dei mercati di consumo, e l'inadeguata aggregazione dell'offerta.

La concentrazione di quest'ultima è infatti fondamentale per una relazione positiva con la fase distributiva, ma le dimensioni operative delle imprese di produzione e commercializzazione risultano spesso non sufficienti alle sfide competitive internazionali del mercato. Ad esempio, la programmazione aziendale, o ancora meglio a livello di cooperativa ed Op, delle semine, dei trapianti e della raccolta è necessaria per ampliare il paniere di prodotti orticoli offerti ed aumentare il calendario di commercializzazione.

Comunque i fattori critici di successo, che fanno riferimento alla fase di commercializzazione del settore, riguardano la difesa dei tradizionali mercati europei, che deve però essere affiancata alla strategia di penetrazione di nuovi sbocchi caratterizzati dall'aumento della domanda e dei consumi interni (Paesi dell'Europa Orientale, del Nord Africa e del Medio Oriente).

Più precisamente, i punti di forza, su cui le imprese del settore devono far leva per sfruttare le opportunità offerte dalla globalizzazione dei mercati, e quelli di debolezza del comparto orticolo italiano sono i seguenti:

- In riferimento alla fase agricola, tra gli elementi di forza si considerano la vocazione produttiva del territorio, l'elevato grado di diversificazione della produzione relativa a specie e varietà coltivate, buona propensione all'esportazione di alcune colture orticole, calendario di raccolta e commercializzazione abbastanza ampio, produzioni peculiari e di elevato profilo qualitativo.

I punti di debolezza sono invece costituiti dalla frammentazione del tessuto produttivo delle aziende agricole, dall'insufficiente aggregazione dell'offerta, soprattutto al Sud, dalla scarsa propensione alle innovazioni di prodotto e di processo, dall'offerta nazionale eccedente la domanda e dalla scarsa organizzazione ed efficienza della rete logistica.

- In riferimento al prodotto ed alla filiera in generale, tra i punti di forza si trovano l'elevato profilo qualitativo del prodotto in termini organolettici e merceologici, il forte legame tra territorio e produzioni tipiche, la rapida diffusione del consumo di prodotti di quarta gamma e la buona capacità di offerta di prodotto bio. Tra gli elementi di debolezza si considerano invece la scarsa propensione alla cooperazione ed all'associazionismo e l'eccessivo potere contrattuale della Grande Distribuzione.

In conclusione, nel breve periodo le minacce nel settore orticolo riguardano la concorrenza internazionale, la riduzione dei consumi interni e la crisi economica, mentre nel medio periodo le opportunità di questo comparto sono costituite dall'aumento della domanda internazionale, da nuovi sbocchi di mercato, dallo sviluppo di prodotti ad elevato contenuto di servizio, da innovazioni relative a nuove varietà e da prodotti a Denominazione di Origine (ISMEA, 2011).

Ad esempio, nel caso del pomodoro da mensa, l'incremento della competizione con il prodotto estero della Spagna, dei Paesi Bassi e del Marocco produce come conseguenze l'aumento della concorrenza sui mercati di sbocco, la riduzione della propensione all'export e la conseguente rivalutazione della mappa delle esportazioni verso i mercati emergenti, come quelli dell'Est Europa (Schiano lo Moriello, 2014).



## **4. GLI SCAMBI CON L'ESTERO DEL SETTORE ORTICOLO**

### **4.1. Globalizzazione dei mercati e dei commerci: effetti sull'orticoltura**

L'attuale globalizzazione dei mercati sta determinando una pressione competitiva all'interno del comparto orticolo, caratterizzato da un aumento della liberalizzazione degli scambi a seguito di accordi commerciali.

Di fronte a questo scenario, l'orticoltura italiana, per migliorare la propria posizione sul mercato, deve considerare che non è più sufficiente vendere grandi quantità a prezzi contenuti al Nord Europa, poiché è necessario tenere conto della qualità del prodotto e della capacità di competere sul prezzo, in funzione dei costi di produzione. Infatti alcuni fattori che possono influenzare i consumatori nelle loro scelte riguardano la ricerca del migliore rapporto qualità-prezzo, la logistica, la sicurezza salutistica, l'attenzione all'ambiente e all'etica di produzione, i servizi aggiuntivi e la facilità di reperimento dei prodotti anche fuori stagione.

In particolare, nelle società più evolute, un fattore che condiziona la dinamica dei mercati è l'aumento del reddito pro-capite che, associato a importanti mutamenti sociali, ha generato profondi cambiamenti nei rapporti che legano i consumatori ai prodotti agroalimentari in genere.

La globalizzazione dei mercati e dei commerci in ambito orticolo ha comunque prodotto conseguenze positive come le innovazioni tecnologiche e gli strumenti operativi a disposizione della filiera nazionale per aumentare la propria capacità competitiva.

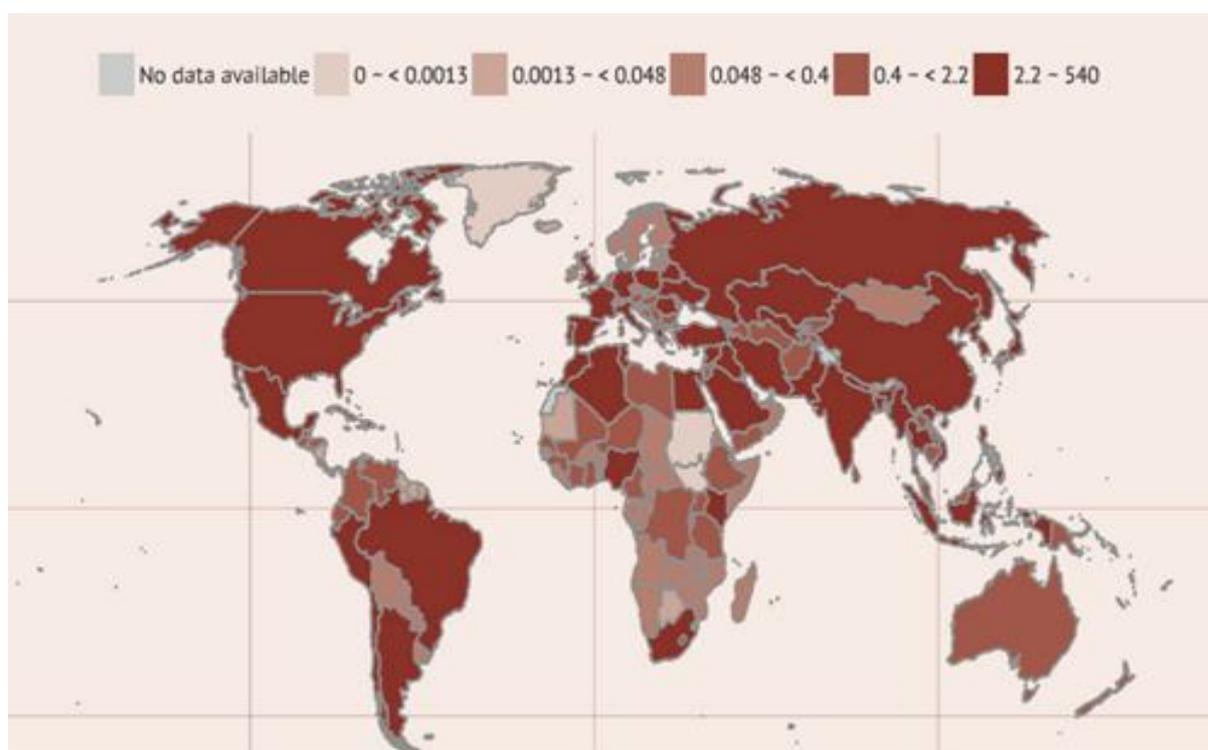
L'orticoltura si sta dunque rapidamente evolvendo, allineandosi alle tendenze dell'internazionalizzazione dei mercati, subendo però le incertezze derivanti dai rapporti commerciali e politici fra le grandi regioni del mondo. Infatti sono presenti ancora ostacoli alla liberalizzazione degli scambi delle derrate orticole, come per esempio le barriere doganali, le difficoltà dei trasporti e la forte deperibilità delle merci, ad eccezione di pochi prodotti quali le patate.

In particolare, questo comparto sta attraversando una fase di transizione che colpisce tanto la domanda quanto l'offerta, poiché la progressiva apertura dei mercati e i cambiamenti nella Distribuzione moderna hanno concesso nuove opportunità di collocamento, ma hanno anche favorito l'entrata nel contesto competitivo mondiale di nuovi Paesi altamente concorrenziali sia in termini di costi, sia per i servizi offerti.

Dunque gli scambi internazionali sono frutto di un insieme di eventi economici, politici e sociali che si sono intrecciati nel tempo e i cui effetti stanno portando a nuovi scenari produttivi e di consumo con i quali gli operatori devono rapportarsi (Sansavini, 2012).

Soprattutto negli ultimi anni si è assistito ad un processo di intensificazione sia dell'attività produttiva che degli scambi internazionali dei prodotti orticoli.

Nel 2010, i maggiori produttori di ortaggi a livello mondiale erano: Cina, India, Stati Uniti d'America, Turchia, Iran, Egitto, Italia, Federazione Russa, Spagna, Messico, Nigeria e Brasile (Figura 4.1).



**Figura 4.1.** Paesi produttori di ortaggi, inclusi meloni, ma escluse patate (milioni di tonnellate). Fonte: FAO, 2013

I fenomeni che hanno influenzato maggiormente questi cambiamenti sono:

- l'incremento della produzione mondiale, favorito anche dallo sviluppo della coltivazione intensiva in Paesi quali Cina, India, Tailandia, Egitto e Messico;
- l'evoluzione degli accordi commerciali internazionali all'interno del WTO;
- il rafforzamento della logistica dei trasporti che agevola gli scambi di prodotti caratterizzati da una deperibilità media, come ad esempio patate, legumi ed aglio, a differenza degli ortaggi freschi che vengono scambiati soprattutto su corto raggio, come nel caso dei Paesi del Bacino del Mediterraneo.

I fattori che pongono dei limiti al processo di internazionalizzazione delle imprese italiane orticole sono rappresentati dalla frammentazione dell'offerta e dai limiti delle aziende in materia di logistica.

Infatti l'aggregazione all'interno della filiera è un elemento che gli importatori e la distribuzione estera devono considerare in quanto hanno esigenze specifiche in termini di massa critica, di qualità della produzione, di ampiezza della gamma e di frequenza dei rifornimenti.

Anche per la gestione dei flussi all'interno della catena logistica e distributiva si devono coinvolgere degli attori esterni, poiché, a causa dell'elevata deperibilità della maggior parte dei prodotti orticoli, vi è necessità di garantire il mantenimento della catena del freddo lungo tutta la filiera, dal produttore agricolo al consumatore (ISMEA, 2011).

I flussi di transazioni con il resto del mondo sono costituiti da esportazioni, ossia da vendite di beni e servizi, e da importazioni, e quindi dagli acquisti degli stessi. È possibile che l'ammontare in valore dell'export differisca da quello dell'import e si può così determinare un surplus o un deficit della bilancia commerciale. Quest'ultima rappresenta quindi un segnale di forza economica di un Paese e l'incapacità di mantenerla in pareggio o in avanzo costituisce un vincolo alla crescita economica (Parkin e Bade, 1991).

I fattori che influenzano gli scambi internazionali sono la differenza nei costi di produzione, l'innovazione tecnologica, che favorisce il rafforzamento della specializzazione della produzione, e i costi di trasferimento. Quindi la ragione del commercio a livello globale va ricercata soprattutto in una differenza nei costi di produzione, che permette alle imprese del Paese esportatore di vendere sul mercato di quello importatore le proprie merci a prezzi competitivi rispetto alla eventuale concorrenza interna o internazionale (Colucci, 1988).

La recente crisi economico-finanziaria mondiale, iniziata nel 2008, e le forti oscillazioni dei prezzi dei prodotti agroalimentari, dovute ad uno squilibrio tra domanda ed offerta, hanno fatto sì che questi beni in poco tempo siano passati a quotazioni del tutto insoddisfacenti per i produttori (Sansavini, 2012).

Le ripercussioni di questa recessione sono risultate evidenti anche nel crollo contemporaneo degli scambi internazionali delle merci, producendo un calo nei flussi di esportazione e di importazione dei beni agroalimentari. Infatti gli intensi processi di liberalizzazione commerciale e di globalizzazione hanno costituito i canali attraverso cui la crisi si è diffusa, non solo nelle economie avanzate, ma anche in quelle emergenti (ICE, 2009). Anche nel caso dell'ambito orticolo, nel 2009, con l'aggravarsi della difficile situazione economica, sia le esportazioni, sia le importazioni italiane di ortaggi sono diminuite in valore (ICE, 2010).

Un'altra causa che ha determinato una flessione degli scambi commerciali dell'Italia è costituita dalle sanzioni imposte dalla Russia lo scorso 7 agosto, in reazione a quelle applicate dall'Unione Europea una settimana prima, che riguardano l'embargo sull'importazione di prodotti agroalimentari, il cui fabbisogno può essere soddisfatto grazie all'import dal mercato europeo. Di conseguenza ciò sta portando ad un deficit tra la domanda e l'offerta interno alla Russia, soprattutto per quanto riguarda il comparto orticolo, e, per arginarlo, il Paese sta puntando sull'incremento della produzione interna e sulla diversificazione delle importazioni, con l'aumento degli acquisti dei beni alimentari da Cina, Turchia, Serbia, Egitto, Marocco ed Iran.

Le sanzioni economiche contro la Russia vanno a toccare il sistema delle armi e quello energetico. Queste sono state firmate da tutti i rappresentanti degli Stati dell'Unione Europea, che l'hanno accusata di essere responsabile della crisi relativa alla guerra civile in Ucraina, le cui regioni orientali vogliono staccarsi, così come è accaduto per la Crimea, diventata russa. In reazione a ciò, la Russia ha imposto le contro-sanzioni ai beni agroalimentari ed ortofrutticoli europei ([www.corrieredellasera.it](http://www.corrieredellasera.it), 2014).

L'embargo russo ha causato gravi danni diretti ed indiretti al settore orticolo italiano ed è seria la preoccupazione per quanto potrà accadere nei prossimi mesi alle produzioni primaverili ed estive. La Commissione Europea è comunque attualmente impegnata a sostenere i produttori europei attraverso misure di emergenza, i cui termini sono previsti per il 7 agosto 2015 ([www.italiafruit.net](http://www.italiafruit.net), 2015).

## **4.2. Esportazioni, importazioni, bilancia commerciale ed indice di Grubel e Lloyd**

L'Italia opera in un contesto che, a causa dell'elevata deperibilità dei prodotti orticoli, è limitato soprattutto agli Stati europei ed a quelli del Bacino del Mediterraneo per la loro vicinanza al nostro Paese (ISMEA, 2011).

Infatti in questo comparto esportazioni ed importazioni si verificano soprattutto con l'Unione Europea, anche se negli ultimi quindici anni si è assistito ad un aumento degli scambi internazionali anche con i Paesi dell'ambito extra-comunitario ed extra-europeo, soprattutto grazie all'evoluzione di accordi commerciali. In particolare, le esportazioni dell'Italia di ortaggi, legumi e patate, soprattutto nel periodo compreso tra il 2005 ed il 2013, sono cresciute sia in quantità che in valore, presentando però flessioni nel 2009, rispetto al 2008, e nel 2011, in confronto al 2010, soprattutto a causa della crisi economica (CSO, 2013).

L'aumento dei volumi esportati è stato favorito dalla crescita della domanda nei Paesi dell'Europa Orientale, in Russia ed in quelli del Bacino del Mediterraneo, anche se vi sono barriere fitosanitarie e difficoltà di ordine burocratico che ostacolano la diffusione delle merci (ISMEA, 2011).

Anche l'import di ortaggi e patate è aumentato, in particolare dal 2003 al 2013, sia in volume che in valore, a causa del maggiore prezzo medio (CSO, 2013).

Quindi il livello di importazioni si mantiene elevato ed in tendenziale aumento, poiché queste compensano eventuali annate di raccolti scarsi e presentano anche merce che arriva dall'emisfero Australe (Sansavini, 2012).

Infatti il consumatore desidera trovare ortaggi freschi in ogni momento dell'anno, per cui si parla di "destagionalizzazione" dei consumi, poiché i flussi commerciali in entrata dall'emisfero Sud si sono resi necessari nei periodi "fuori stagione", soprattutto nei mesi invernali e primaverili, che sono caratterizzati da un minore livello di offerta nazionale.

Gli scambi sono stati supportati dall'evoluzione dei trasporti e dei metodi di condizionamento, che hanno influenzato il commercio nel settore degli orticoli (Castellini, 1996).

Tra le merci maggiormente importate in quantità dall'Italia (Figura 4.2) ci sono le patate comuni, i legumi secchi, i pomodori e le insalate, mentre quelle principalmente esportate in volume (Figura 4.3) sono il prodotto primaticcio delle patate e lattughe, radicchi, pomodori e carote come ortaggi freschi (ISMEA, 2011).

	Migliaia di tonnellate										var.% 2013 su 2012	Milioni di euro										var.% 2013 su 2012
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013 su 2012		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013 su 2012	
Patate	490,3	455,0	488,6	515,1	522,5	634,6	531,3	594,1	616,2	+4	82,8	108,0	130,0	110,3	109,7	149,9	147,5	126,5	181,0	+43		
Pomodori	102,1	90,2	84,9	87,9	132,2	97,2	129,5	129,5	120,7	-7	106,1	82,6	81,4	79,3	115,3	99,9	107,4	124,1	106,8	-14		
Insalata	71,3	64,1	61,9	61,3	86,8	76,0	86,9	92,3	100,3	+9	69,0	55,9	54,3	50,9	69,5	73,2	64,7	82,4	78,8	-4		
Peperoni	62,4	69,5	59,0	58,1	90,5	82,5	94,9	72,2	71,7	-1	69,9	67,0	70,7	70,1	95,5	112,7	117,1	82,4	87,8	+6		
Cipolle	46,1	56,7	67,6	72,2	73,4	66,3	61,9	63,1	80,7	+28	10,4	17,2	27,1	22,0	20,0	27,2	23,7	16,8	29,5	+76		
Aglione	26,7	30,4	27,6	26,0	27,7	26,6	29,8	26,5	27,5	+4	32,8	45,7	43,6	36,5	40,2	64,5	69,2	48,3	51,6	+7		
Melanzane	12,3	10,8	12,7	16,3	22,2	17,3	20,0	20,8	17,7	-15	11,8	8,6	11,4	15,2	17,6	14,0	14,6	19,4	18,3	-6		
Zucchine	15,6	16,6	12,8	14,2	22,9	13,2	15,6	17,0	17,4	+3	18,3	14,6	9,9	12,2	18,5	12,6	10,9	18,0	15,4	-14		

**Figura 4.2.** Import italiano di ortaggi e patate nel periodo 2005-2013 per le principali specie importate, in quantità e valore. Fonte: CSO, 2013

	Migliaia di Tonnellate										var.% 2013 su 2012	Milioni di euro										var.% 2013 su 2012
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013 su 2012		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013 su 2012	
Insalata	124,1	143,0	145,2	141,9	127,1	185,5	165,4	180,0	177,2	-2	171,6	161,4	169,5	183,4	198,9	276,0	246,3	294,9	315,0	+7		
Patate	186,1	188,5	197,2	224,1	147,5	167,3	141,5	120,2	143,8	+20	54,7	69,9	74,0	83,5	58,1	74,1	61,4	50,0	71,0	+42		
Pomodori	92,7	105,5	112,3	114,4	93,4	129,1	106,1	101,8	108,3	+6	137,3	155,5	181,0	164,7	147,1	217,3	176,7	166,6	183,6	+10		
Carote	94,2	109,0	109,0	107,7	95,3	94,6	81,2	82,8	71,3	-14	48,1	56,9	45,8	56,9	55,6	48,4	42,6	47,1	51,3	+9		
Cavolf. e Brocc.	36,4	54,0	65,5	75,9	56,6	79,9	74,8	80,7	66,1	-18	35,3	46,4	48,8	55,6	47,2	74,7	59,8	65,5	65,5	-0		
Cavoli	47,1	51,2	77,3	71,7	65,6	61,9	61,0	66,1	58,5	-11	35,0	37,0	59,5	58,6	52,0	48,9	44,8	54,4	60,1	+10		

**Figura 4.3.** Export italiano di ortaggi e patate nel periodo 2005-2013 per le principali specie esportate, in quantità e valore. Fonte: CSO, 2013

In questi ultimi quindici anni, inoltre, si è generata una crescita della concorrenza esercitata dalle importazioni provenienti dai Paesi terzi del Mediterraneo, e soprattutto da Marocco,

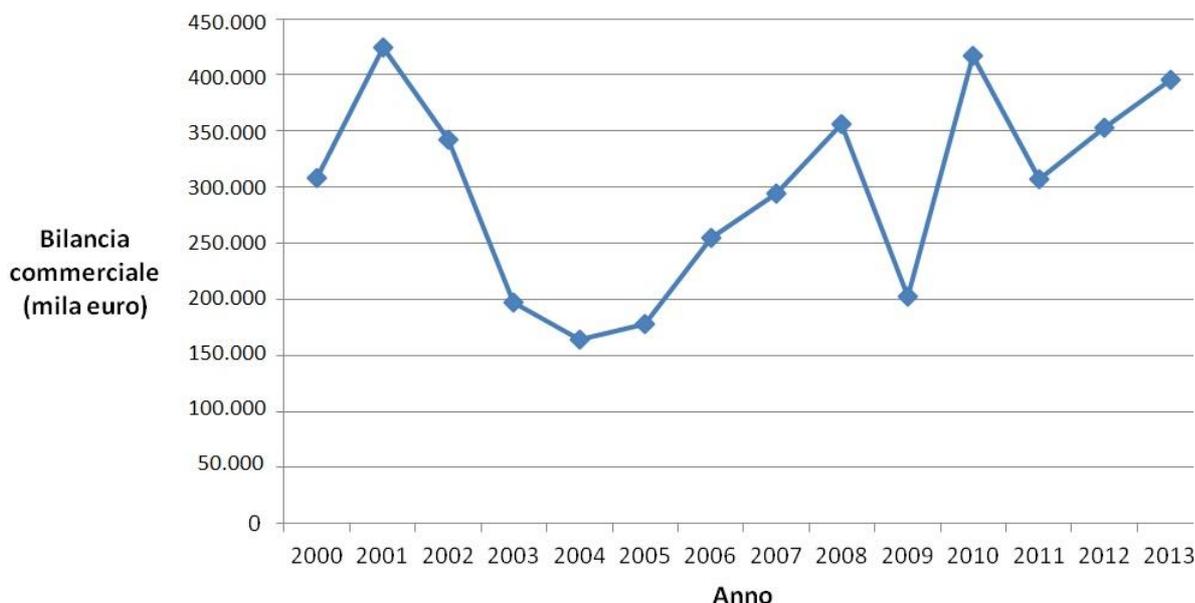
Egitto, Israele e Turchia, che, assieme ad alcuni Stati dell'UE (Spagna, Paesi Bassi, Olanda, Francia e Grecia), sono molto competitivi nei confronti dell'Italia nell'ambito degli ortaggi. In particolare, i Paesi del Nord Africa sono presenti sui mercati con prodotti caratterizzati da un elevato rapporto qualità-prezzo (a causa dei più bassi costi di produzione e di manodopera) e da un minore rispetto dei disciplinari fitosanitari europei di produzione. Quest'ultimo aspetto, per quanto concerne l'ambito orticolo, si è raggiunto dopo l'avvio nel 2012 dell'accordo di libero scambio tra l'UE ed alcuni di questi Stati.

Ad esempio, nel caso del pomodoro da mensa del Marocco, l'accordo commerciale, che ha ricevuto l'approvazione del Parlamento Europeo nel febbraio 2012, prevede l'aumento delle quote di scambio per questo ed altri prodotti che potranno essere importati a tariffe doganali basse o pari a zero. Infatti il Marocco ha eliminato il 55% dei dazi sui prodotti agricoli in entrata nell'UE, costituendo una tappa verso il libero scambio. Ma le preoccupazioni dei produttori italiani di pomodoro relative ad un'eventuale concorrenza con quello interno non sono giustificate, perché il 70% dell'export marocchino arriva in Europa attraverso la Francia e il 25% tramite la Spagna, mentre è solo il 3% che arriva direttamente in Italia. Nonostante ciò, l'accordo commerciale tra Marocco ed UE ha determinato un'ulteriore perdita di competitività del prodotto italiano sui mercati nordeuropei (in particolare Germania, Regno Unito e Austria), poiché il calendario di commercializzazione del pomodoro da mensa marocchino coincide soprattutto con quello siciliano (Battistel, 2013). Infatti i principali mercati di sbocco verso cui sono dirette le esportazioni di ortaggi e legumi del Marocco sono Francia, Spagna, Paesi Bassi, Regno Unito, Germania ed Italia. La maggior parte del pomodoro viene condotto in Francia, poiché il Marocco è una sua ex colonia e attuale interlocutore privilegiato per quanto riguarda gli scambi commerciali, soprattutto nel periodo ottobre-maggio. Qui viene in parte consumato (circa un quarto dei volumi importati) e la restante parte, anche se originaria del Marocco, viene riesportata negli altri Paesi europei (Schiano lo Moriello et al., 2012).

I prodotti orticoli che fanno riferimento al comparto ortaggi e legumi freschi (patate comprese) presentano un saldo attivo della bilancia commerciale (Tabella 4.1 e Grafico 4.1). Sono evidenti flessioni dell'export e, di conseguenza, della bilancia commerciale tra il 2001 ed il 2004, dovute alla maggiore concorrenza dei competitor esteri, e nel 2009, rispetto al 2008, e nel 2011, in confronto al 2010, a causa della crisi economica.

Anno	Esportazioni dell'Italia verso il resto del mondo (mila euro)	Importazioni dell'Italia provenienti dal resto del mondo (mila euro)	Bilancia commerciale complessiva dell'Italia nei confronti del resto del mondo (mila euro)
2000	669.689	361.957	307.732
2001	819.343	395.200	424.143
2002	785.951	443.118	342.833
2003	745.075	547.643	197.432
2004	652.971	488.311	164.660
2005	714.956	537.093	177.863
2006	791.711	536.426	255.285
2007	855.681	561.120	294.561
2008	890.863	534.848	356.015
2009	858.704	656.063	202.641
2010	1.131.984	715.279	416.705
2011	1.017.011	710.171	306.840
2012	1.029.645	676.392	353.253
2013	1.135.493	739.871	395.622

**Tabella 4.1.** Esportazioni, importazioni e bilancia commerciale (mila euro) dell'Italia nei confronti del resto del mondo in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014



**Grafico 4.1.** Andamento della bilancia commerciale (mila euro) dell’Italia nei confronti del resto del mondo in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014

Più precisamente, negli ultimi quindici anni ISMEA ha divulgato i seguenti andamenti degli scambi commerciali dell’Italia con l’estero in ambito orticolo:

- Tra il 2000 ed il 2004 si ha il passaggio della bilancia commerciale di ortaggi e legumi freschi e secchi da un pareggio ad uno squilibrio commerciale con segno negativo. In particolare, nel 2004 per ortaggi e patate si è verificato un aumento delle importazioni ed una diminuzione delle esportazioni, mentre al contrario si ha l’incremento dell’export e la riduzione dell’import per i legumi.

In tale periodo, lo scenario competitivo in cui operano le aziende del comparto orticolo è stato interessato da un clima di notevole incertezza, a causa della difficoltà di accesso ad alcuni mercati esteri e della maggiore concorrenza dei competitor esteri.

- Tra il 2004 ed il 2008, la bilancia commerciale di ortaggi e legumi freschi (patate comprese) è aumentata in valore. Tale andamento è imputabile alla crescita delle esportazioni maggiore rispetto a quella delle importazioni.

In particolare, nel 2008 si è registrato un aumento su base annua del saldo della bilancia commerciale (+22%) di legumi, ortaggi e patate, che si è chiuso in attivo.

- Nel 2009, il passivo della bilancia commerciale dell'UE di ortaggi e patate, essendo importatrice netta del comparto del fresco di questi prodotti, si è ridotto, poiché vi è stata la diminuzione dell'esborso sostenuto per le importazioni.

Nello stesso anno si è registrata inoltre una pesante diminuzione del saldo della bilancia commerciale italiana di ortaggi, legumi e patate rispetto al 2008, a causa sia dell'aumento del valore delle importazioni, per l'incremento dei prezzi medi, e sia del calo di quello delle esportazioni.

- Nel 2010, il passivo della bilancia commerciale dell'UE di ortaggi e patate si è ridotto grazie all'aumento, rispetto al 2009, degli introiti derivanti dalle esportazioni, e, rispetto all'area dei Paesi terzi mediterranei (Ptm), sono diminuiti i volumi importati, ma sono aumentati gli esborsi, poiché sono cresciuti i prezzi.

In tale anno si è registrato inoltre un notevole incremento del saldo della bilancia commerciale italiana di ortaggi, legumi e patate grazie all'aumento degli introiti derivanti dalle esportazioni (frutto sia dell'incremento dei volumi e sia dei prezzi medi), nonostante anche gli esborsi relativi alle importazioni siano cresciuti, soprattutto per gli ortaggi.

- Nel 2011 si è verificata la riduzione degli introiti relativi alle esportazioni di ortaggi e legumi freschi e secchi rispetto al 2010, mentre le loro importazioni, anche se di poco, sono aumentate, determinando una flessione in valore, rispetto all'anno precedente, del saldo della bilancia commerciale, che è negativo.
- Nel 2012, le esportazioni degli ortaggi freschi in valore sono in crescita e le importazioni risultano in riduzione rispetto al 2011.
- Nel 2013, le ridotte disponibilità di prodotto nazionale hanno reso il mercato interno più permeabile alle importazioni di ortaggi, legumi e patate, che sono cresciute su base annua sia in termini quantitativi e sia in valore, grazie al maggiore prezzo medio annuo, invertendo il trend decrescente registrato nel 2012. In particolare, i fattori che possono causare significative variazioni di prezzo sono le crisi congiunturali frequenti, a causa della deperibilità dei prodotti orticoli, e le condizioni climatiche che condizionano volume, quantità e consumo.

Nel passaggio dal 2012 al 2013, il saldo in termini quantitativi di ortaggi e patate risulta in riduzione, mentre quello in valore è in aumento.

Infatti le esportazioni del comparto, ortaggi in particolare, hanno registrato un aumento degli introiti rispetto al 2012, grazie all'aumento del prezzo medio delle spedizioni, con l'incremento del valore dell'export che è stato superiore a quello della spesa sostenuta per le importazioni, generando un aumento del saldo della bilancia commerciale.

Per ortaggi, legumi e patate tra il 2011 ed il 2013 vi è stato un aumento delle esportazioni in valore, e di conseguenza un aumento del saldo della bilancia commerciale, poiché gli esborsi derivanti dalle importazioni sono rimasti pressoché stabili (in diminuzione tra il 2011 ed il 2012 e in aumento tra il 2012 ed il 2013).

- Nel primo quadrimestre del 2014, il valore dell'export degli ortaggi freschi ha subito una flessione, poiché le quotazioni di mercato dei prodotti orticoli risultano in forte calo rispetto ad un anno prima. Questa riduzione è però dovuta principalmente agli eccezionali livelli di prezzo raggiunti dagli ortaggi nel primo trimestre 2013: se infatti escludiamo quel periodo, l'indice dei prezzi alla produzione degli ortaggi nel primo trimestre 2014 risulta il più alto rispetto ai tre anni precedenti.

Nel periodo compreso tra gennaio e settembre 2014, le esportazioni di ortaggi hanno subito una sensibile contrazione in valore (-3,3%), a causa del segmento del fresco, e anche la spesa delle importazioni risulta in flessione per gli ortaggi (-2,9%), a causa della difficile situazione della domanda nazionale.

In particolare, nei primi otto mesi del 2014 l'export di ortaggi ha subito una contrazione del 2,2% in volume e del 10,9% in valore rispetto a quelli del 2013, e le esportazioni destinate all'area extra-comunitaria tra agosto e settembre hanno segnalato una flessione verso la Russia, a causa delle tensioni dovute al caso Ucraina.

In riferimento ad ortaggi e legumi freschi (patate comprese), la maggior parte delle importazioni dall'estero proviene dall'Unione Europea e le restanti quote di import arrivano dal resto d'Europa, dall'America Latina, che soddisfa le esigenze dei prodotti fuori stagione nei periodi di controstagionalità, dall'Asia, dall'Africa e dall'Oceania, che anch'essa fornisce prodotto proveniente dall'emisfero Sud nei periodi "fuori stagione" (ISMEA, 2011).

Anche la quasi totalità delle esportazioni italiane di ortaggi rimane all'interno dei Paesi dell'Unione Europea, mentre i restanti quantitativi vengono inviati principalmente in

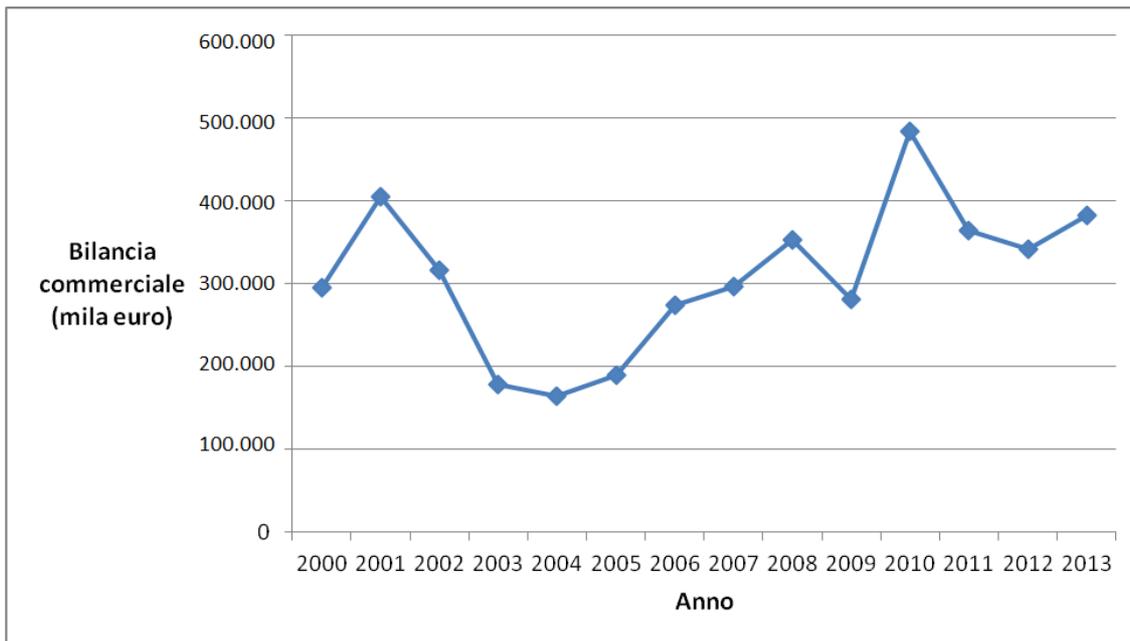
Europa extra-comunitaria e solo bassi volumi raggiungono gli altri continenti, in particolare l'Asia non mediterranea, il Nord America e l'Oceania (CSO, 2013).

In particolare, considerando il commercio di ortaggi e legumi freschi (patate comprese) dell'Italia con l'Europa (Tabella 4.2 e Grafici 4.2-4.3), tra il 2001 ed il 2004 i competitor del continente hanno determinato una crescita del potenziale competitivo: infatti, in ambito comunitario, la Spagna evidenzia costi di produzione più bassi, una migliore organizzazione logistica ed una forte aggressività verso i mercati ed i Paesi del Nord Europa (Belgio, Paesi Bassi e Germania), caratterizzati da un'eccellente organizzazione della produzione in serra e della rete logistica (ISMEA, 2006). Invece, l'Italia presenta un aumento delle importazioni e un calo delle esportazioni da e verso questi ultimi Stati (www.cia.it, 2004).

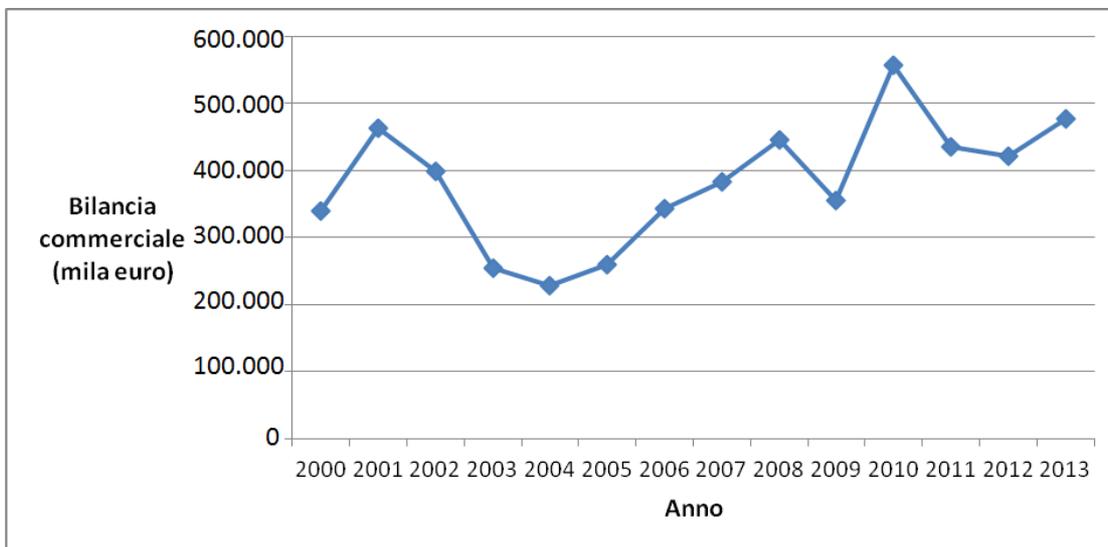
Tra il 2008 ed il 2009, la crisi economica ha inciso sul valore dell'interscambio dell'Italia sia con l'UE, sia con l'Europa intera, così come nel 2011, in confronto al 2010, quando si sono rese evidenti flessioni dell'export e, di conseguenza, della bilancia commerciale.

Anno	Unione Europea (28)		Altri Paesi europei (non mediterranei)		Paesi terzi mediterranei europei	
	Export (mila euro)	Import (mila euro)	Export (mila euro)	Import (mila euro)	Export (mila euro)	Import (mila euro)
2000	610.341	315.464	51.222	7.271	4.130	4.224
2001	741.458	336.244	64.743	10.951	6.334	3.067
2002	700.985	384.801	77.189	301	4.860	0
2003	665.580	487.051	70.822	156	5.343	183
2004	584.182	420.749	61.094	177	3.975	28
2005	642.503	452.649	65.893	198	3.116	25
2006	719.759	445.936	64.550	121	4.192	1
2007	764.426	467.728	83.497	18	3.236	20
2008	794.648	441.850	87.301	101	5.112	12
2009	780.462	499.588	73.195	64	1.793	156
2010	1.055.344	571.378	70.631	85	2.167	265
2011	942.136	578.273	69.965	74	1.141	18
2012	944.716	603.620	78.026	27	1.595	191
2013	1.035.616	654.007	94.183	45	1.293	52

**Tabella 4.2.** Esportazioni ed importazioni di ortaggi e legumi freschi (patate comprese) dell'Italia verso le diverse aree europee nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014



**Grafico 4.2.** Andamento della bilancia commerciale (mila euro) dell'Italia verso l'Unione Europea in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013.  
Fonte: INEA, 2014



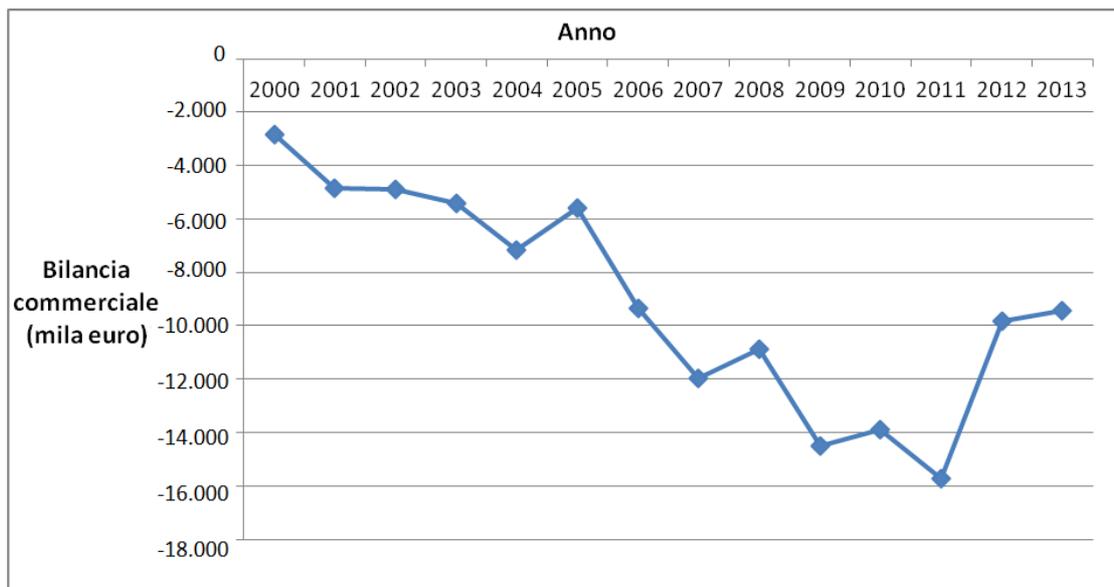
**Grafico 4.3.** Andamento della bilancia commerciale (mila euro) dell'Italia verso l'Europa intera in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013.  
Fonte: INEA, 2014

In riferimento agli scambi di ortaggi e legumi freschi (patate comprese) con l'America Latina (Tabella 4.3 e Grafico 4.4), l'Italia, dal 2000 al 2004, presenta un aumento delle importazioni da questa area. Infatti, in tale periodo, vi è stato l'incremento della presenza sul mercato italiano di produzioni destagionalizzate di orticoli freschi (pomodoro, cipolle, zucchine e carciofi) provenienti dall'emisfero Sud, in particolare da Cile ed Argentina, grazie a nuove tecniche di conservazione e di trasporto dei prodotti ([www.cia.it](http://www.cia.it), 2004).

Dal 2005 al 2011 è da sottolineare l'impennata delle importazioni italiane in valore provenienti dall'America Latina, e, nonostante la crisi economica, anche tra il 2008 ed il 2009. Tra il 2011 ed il 2013, invece, vi è stato un aumento delle esportazioni in valore e, di conseguenza, un aumento del saldo della bilancia commerciale, poiché gli esborsi derivanti dalle importazioni sono calati in tale periodo.

Anno	Centro America		Sud America	
	Esportazioni (mila euro)	Importazioni (mila euro)	Esportazioni (mila euro)	Importazioni (mila euro)
2000	24	159	185	2.896
2001	0	103	185	4.910
2002	1	138	45	4.796
2003	0	350	36	5.080
2004	7	404	66	6.846
2005	1	621	48	5.005
2006	7	776	32	8.621
2007	197	1.043	89	11.210
2008	2	2.027	1	8.854
2009	3	3.766	7	10.760
2010	2	2.551	27	11.384
2011	0	2.930	17	12.814
2012	6	2.539	39	7.328
2013	11	3.321	58	6.177

**Tabella 4.3.** Esportazioni ed importazioni di ortaggi e legumi freschi (patate comprese) dell'Italia verso il Centro ed il Sud America nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014



**Grafico 4.4.** Andamento della bilancia commerciale (mila euro) dell'Italia verso l'America Latina in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014

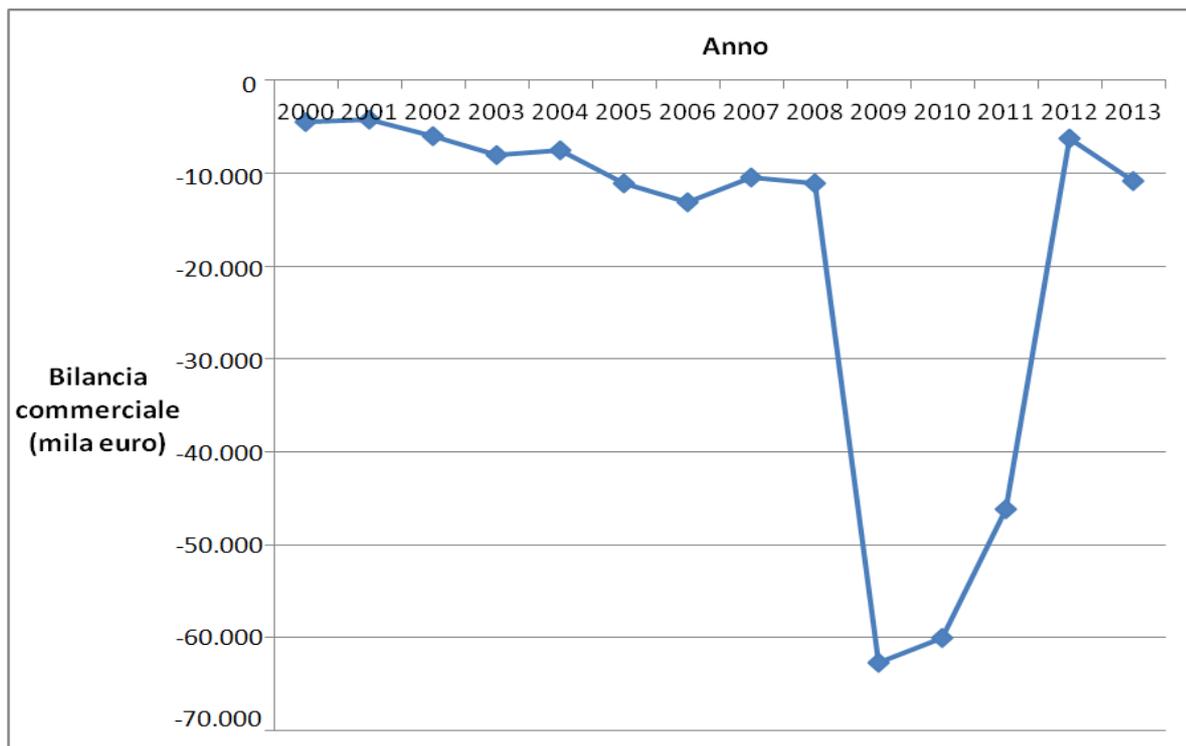
Gli scambi di ortaggi e legumi freschi (patate comprese) tra Italia ed Asia (Tabella 4.4 e Grafico 4.5) si sono rafforzati tra il 2000 ed il 2009, sia per le importazioni italiane provenienti dall'area non mediterranea, sia soprattutto grazie ad un aumento della quota di import proveniente da Paesi mediterranei di tale continente. Questo è stato possibile con la globalizzazione dei mercati, favorita da nuove tecniche di conservazione e di trasporto dei prodotti, e con gli accordi tra l'UE ed i Ptm nell'ambito del processo di Barcellona del 1995. In particolare, la Turchia è presente sui mercati con prodotti caratterizzati da un elevato rapporto qualità-prezzo, acquisendo quindi, soprattutto tra il 2000 ed il 2004, un peso sempre maggiore nelle importazioni italiane.

Tra il 2008 ed il 2009, l'Asia ha registrato una dinamica di sviluppo evidente grazie all'intenso aumento delle importazioni italiane provenienti da Paesi emergenti (tra i quali Israele, che nel 2009 ha presentato una forte crescita, rispetto al 2008, per i volumi di ortaggi esportati in Italia), determinando perciò quella che è conosciuta come la "Primavera araba". A seguito di tale periodo, nel 2012-2013 i valori della bilancia commerciale dell'Italia nei confronti del continente asiatico sono tornati ai livelli di quelli che precedono il 2008.

Per quanto riguarda l'ambito orticolo dei Paesi asiatici mediterranei, Israele e Turchia hanno un ruolo importante per le importazioni italiane, mentre gli invii provenienti da Giordania, Siria e Libano non registrano risultati di rilievo (Bencardino et al., 2011).

Anno	Asia mediterranea		Asia non mediterranea	
	Esportazioni (mila euro)	Importazioni (mila euro)	Esportazioni (mila euro)	Importazioni (mila euro)
2000	185	2.125	1.336	3.825
2001	558	2.144	2.096	4.723
2002	16	936	933	5.963
2003	50	3.805	1.883	6.182
2004	139	2.884	1.990	6.720
2005	61	4.049	1.417	8.541
2006	4	5.206	1.255	9.166
2007	53	3.477	1.963	8.979
2008	1.114	3.968	1.194	9.430
2009	235	54.779	1.456	9.653
2010	190	51.529	1.612	10.273
2011	94	39.642	1.864	8.504
2012	57	4.515	2.994	4.797
2013	117	6.942	2.479	6.476

**Tabella 4.4.** Esportazioni ed importazioni di ortaggi e legumi freschi (patate comprese) dell'Italia verso le diverse aree asiatiche nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014



**Grafico 4.5.** Andamento della bilancia commerciale (mila euro) dell'Italia verso l'Asia intera in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014

In riferimento al commercio di ortaggi e legumi freschi (patate comprese) dell'Italia con l'Africa (Tabella 4.5 e Grafico 4.6), tra il 2000 ed il 2009, il peso dei Paesi mediterranei di questo continente rispetto agli scambi dell'Italia è incrementato, grazie ad un aumento della quota di import proveniente da questi, dovuto sia alla globalizzazione dei mercati, sia agli accordi tra l'UE e i Ptm nell'ambito del processo di Barcellona del 1995 (Bencardino et al., 2011).

Infatti, in tale periodo Egitto, Marocco e Tunisia sono presenti sui mercati con prodotti caratterizzati da un elevato rapporto qualità-prezzo, acquisendo quindi sempre più importanza nelle importazioni italiane.

Inoltre, nel 2007, tra alcuni Stati dell'Africa non mediterranea ed UE sono stati adottati gli Accordi di Partenariato Economico (EPA), ma la crisi economica, che ha colpito l'Europa più di altre regioni del mondo, si è riversata anche su questo impegno politico, determinando tra il 2009 ed il 2013 un calo delle importazioni italiane provenienti

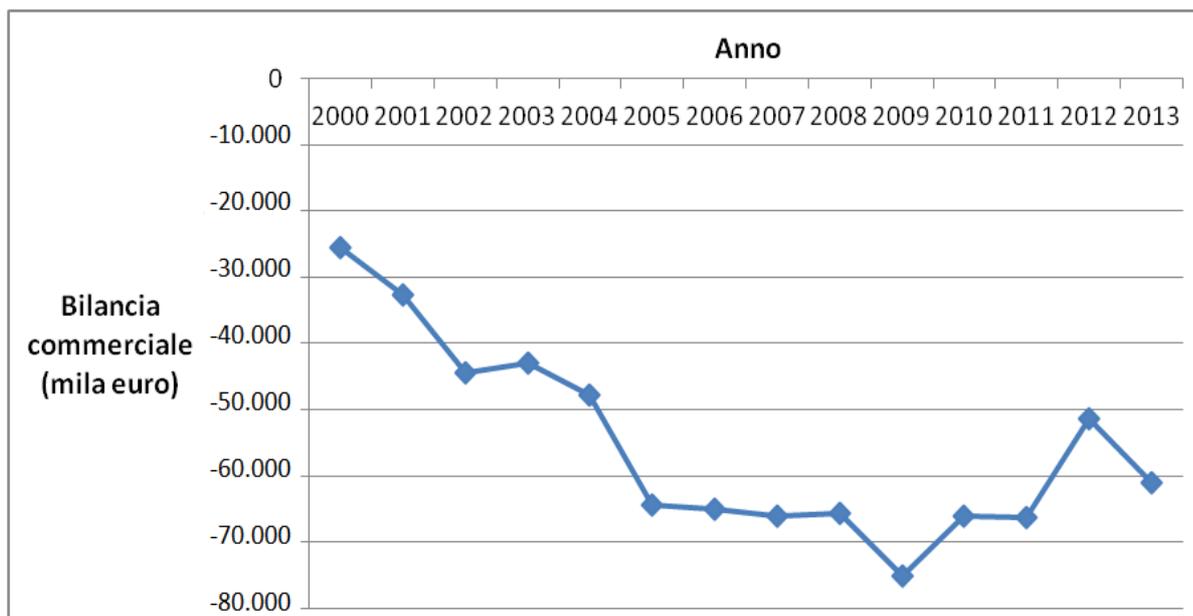
dall’Africa intera, a fronte di un aumento delle esportazioni verso tale continente (Zupi, 2014).

Ma, nel 2013, un aumento delle importazioni in valore rispetto al 2012, dovuto soprattutto ai flussi provenienti dall’Africa Settentrionale, è stato favorito grazie al miglioramento della situazione politica in tale area.

Per quanto riguarda l’ambito orticolo, Egitto, Marocco, Tunisia e Algeria hanno un ruolo importante per le importazioni italiane, mentre gli invii provenienti dalla Libia non sono rilevanti (Bencardino et al., 2011).

Anno	Africa mediterranea		Africa non mediterranea	
	Esportazioni (mila euro)	Importazioni (mila euro)	Esportazioni (mila euro)	Importazioni (mila euro)
2000	23	21.739	64	3.896
2001	67	31.071	44	1.654
2002	318	43.589	62	1.284
2003	71	40.952	25	2.167
2004	27	46.283	162	1.739
2005	225	63.759	321	1.224
2006	16	63.320	275	1.903
2007	20	64.397	249	1.959
2008	0	65.065	131	722
2009	167	74.584	52	677
2010	27	65.882	313	639
2011	165	66.162	333	538
2012	342	51.786	302	213
2013	172	61.204	272	312

**Tabella 4.5.** Esportazioni ed importazioni di ortaggi e legumi freschi (patate comprese) dell’Italia verso le diverse aree africane nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014



**Grafico 4.6.** Andamento della bilancia commerciale (mila euro) dell'Italia verso l'Africa intera in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013.

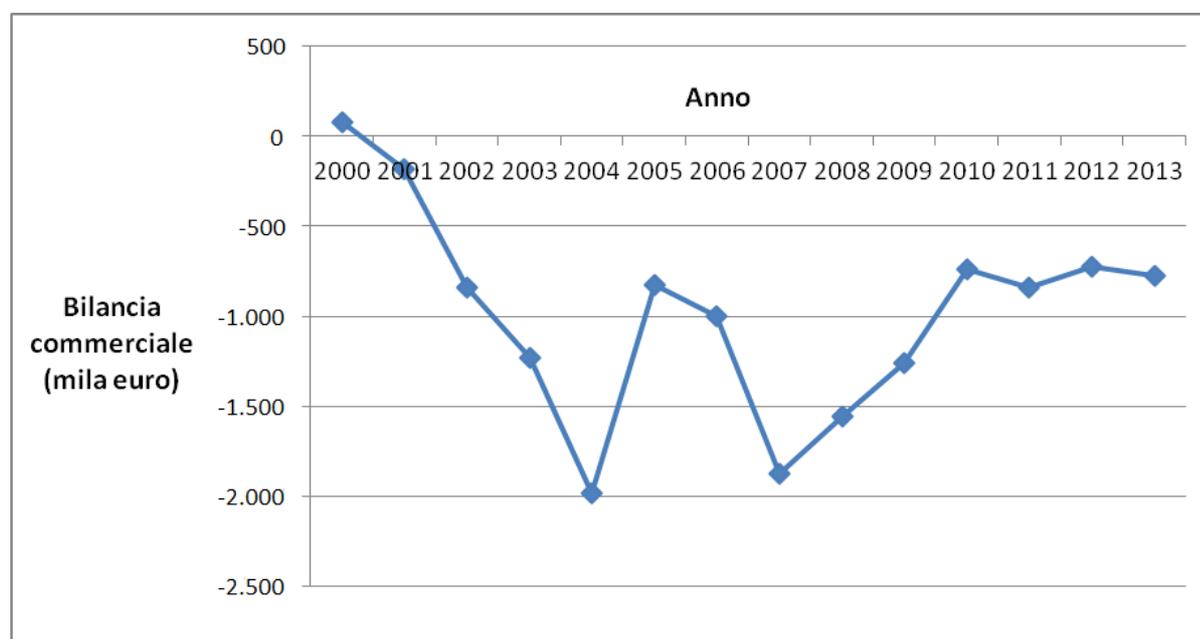
Fonte: INEA, 2014

In riferimento agli scambi di ortaggi e legumi freschi (patate comprese) tra Italia ed Oceania (Tabella 4.6 e Grafico 4.7), le importazioni tra il 2000 ed il 2004 sono incrementate grazie a quelle provenienti dalla Nuova Zelanda. Infatti, in tale periodo, vi è stato l'aumento della presenza sul mercato italiano di produzioni destagionalizzate di orticoli freschi provenienti anche da quest'area dell'emisfero Sud (www.cia.it, 2004).

In particolare, nel 2004 viene raggiunto il massimo valore di importazioni italiane relative al periodo 2000-2013, presentando però un forte calo di tale parametro con il 2005 e il 2006. Invece, tra il 2007 ed il 2013 l'import decresce a fronte di un incremento delle esportazioni verso l'Oceania, determinando perciò un aumento del valore della bilancia commerciale.

Anno	Esportazioni (mila euro)	Importazioni (mila euro)
2000	153	72
2001	20	203
2002	19	860
2003	44	1.275
2004	79	2.064
2005	77	903
2006	263	1.259
2007	32	1.909
2008	225	1.780
2009	140	1.402
2010	403	1.139
2011	281	1.120
2012	638	1.360
2013	534	1.311

**Tabella 4.6.** Esportazioni ed importazioni di ortaggi e legumi freschi (patate comprese) dell'Italia verso l'Oceania nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014

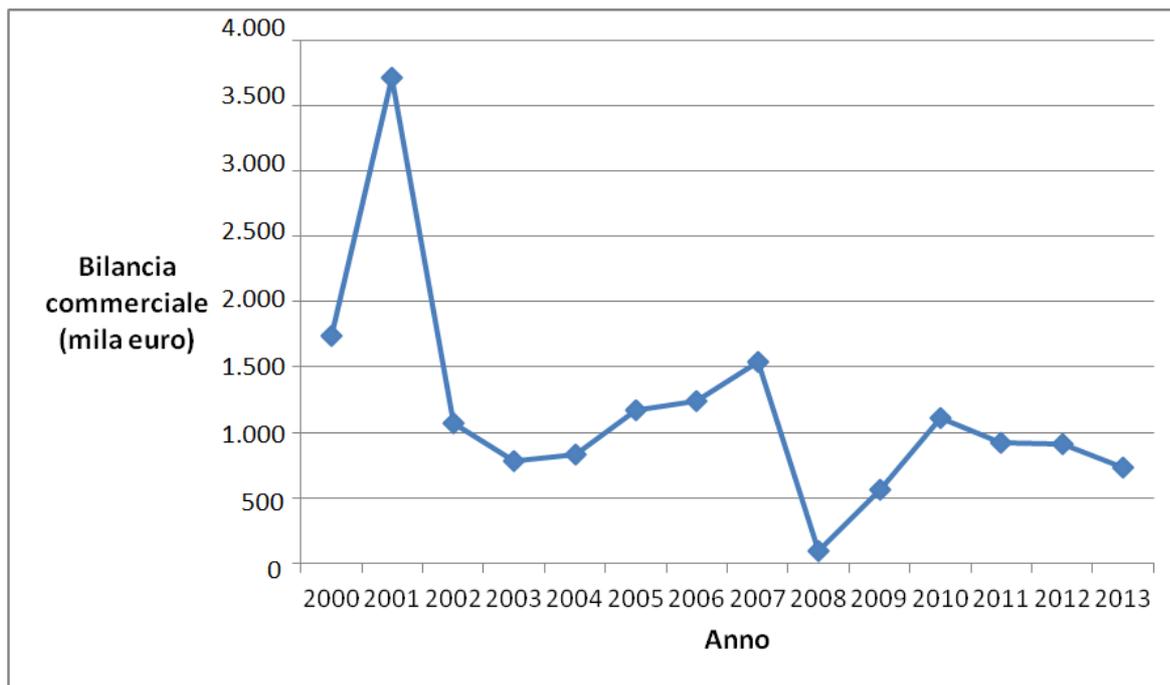


**Grafico 4.7.** Andamento della bilancia commerciale (mila euro) dell'Italia verso l'Oceania in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014

In riferimento al commercio di ortaggi e legumi freschi (patate comprese) con il Nord America (Tabella 4.7 e Grafico 4.8), le esportazioni italiane hanno presentato un intenso calo tra il 2001 ed il 2002, a fronte di un aumento delle importazioni provenienti da tale area. Inoltre è evidente una brusca decrescita dell'export nazionale a partire dal 2007, anno che coincide con l'inizio della crisi economica negli Stati Uniti (Crescimanno et al., 2014).

Anno	Esportazioni (mila euro)	Importazioni (mila euro)
2000	2.026	286
2001	3.838	130
2002	1.523	450
2003	1.221	442
2004	1.250	417
2005	1.294	119
2006	1.358	117
2007	1.919	380
2008	1.135	1.039
2009	1.194	634
2010	1.268	154
2011	1.015	96
2012	930	16
2013	758	24

**Tabella 4.7.** Esportazioni ed importazioni di ortaggi e legumi freschi (patate comprese) dell'Italia verso il Nord America nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014



**Grafico 4.8.** Andamento della bilancia commerciale (mila euro) dell'Italia verso il Nord America in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013.

Fonte: INEA, 2014

L'incidenza del commercio orizzontale è maggiore negli scambi fra Paesi simili (industrializzati), mentre l'interscambio fra nazioni diverse, cioè sviluppate da una parte e non dall'altra, è caratterizzato dal predominio della specializzazione di tipo verticale.

Quindi, in sintesi, nei confronti degli Stati in via di sviluppo dell'America Latina e soprattutto dell'Asia e dell'Africa, l'Italia si configura come importatore netto, determinando quindi un commercio di tipo inter-settoriale (CSO, 2013).

Invece, il commercio con i Paesi europei è nel complesso di tipo orizzontale, poiché coinvolge flussi sia in entrata, sia in uscita rispetto alla nostra nazione, senza il prevalere dell'una o dell'altra via a livello di interscambio tra Italia e aggregato europeo, originando così un commercio di beni simili. Le cause sono legate alla vicinanza geografica, ai costi di trasporto, alla diversa stagionalità della produzione, alla dotazione di simili fattori di produzione, alle economie di scala (per rendimenti crescenti nella produzione e/o nella commercializzazione), al simile livello e distribuzione dei redditi, alla somiglianza nei gusti e alla presenza di multinazionali. Di conseguenza, nel commercio intra-settoriale ciascun Paese è importatore ed esportatore del medesimo bene e, per misurare tale fenomeno a

livello di singolo settore, può essere utilizzato l'indice di Grubel e Lloyd, indicato col simbolo  $B_i$ :

$$B_i = 1 - \frac{|X_i - M_i|}{X_i + M_i}$$

Dove:  $X_i$  = esportazioni verso l'estero del prodotto  $i$ -esimo

$M_i$  = importazioni provenienti dall'estero del prodotto  $i$ -esimo

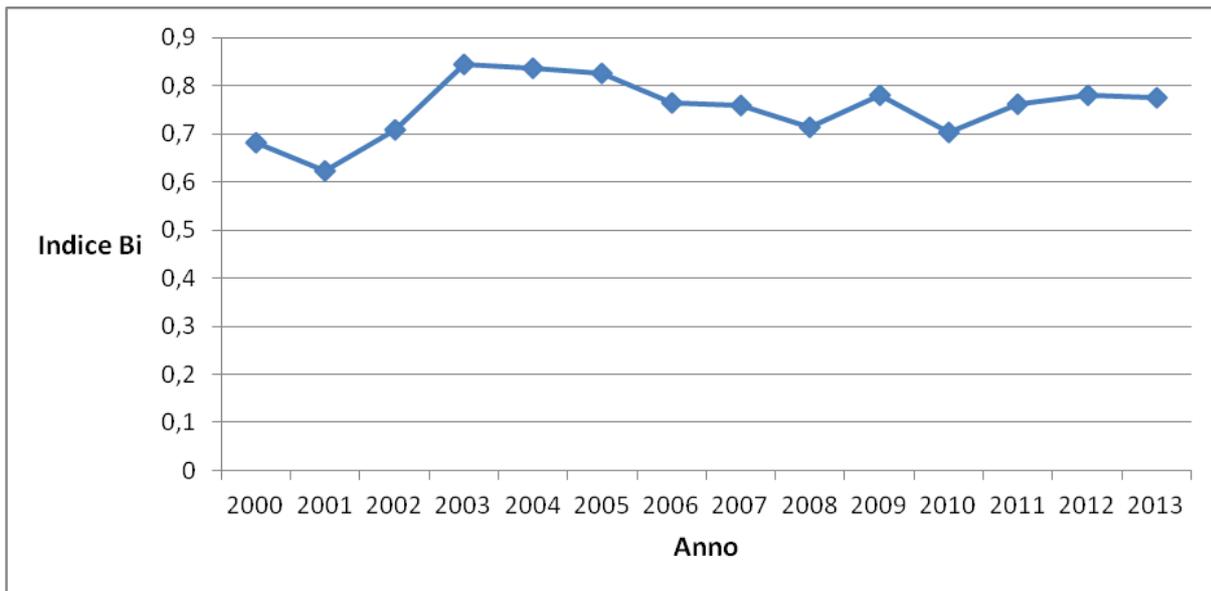
$|X_i - M_i|$  = valore assoluto della bilancia commerciale

$X_i + M_i$  = valore dell'interscambio

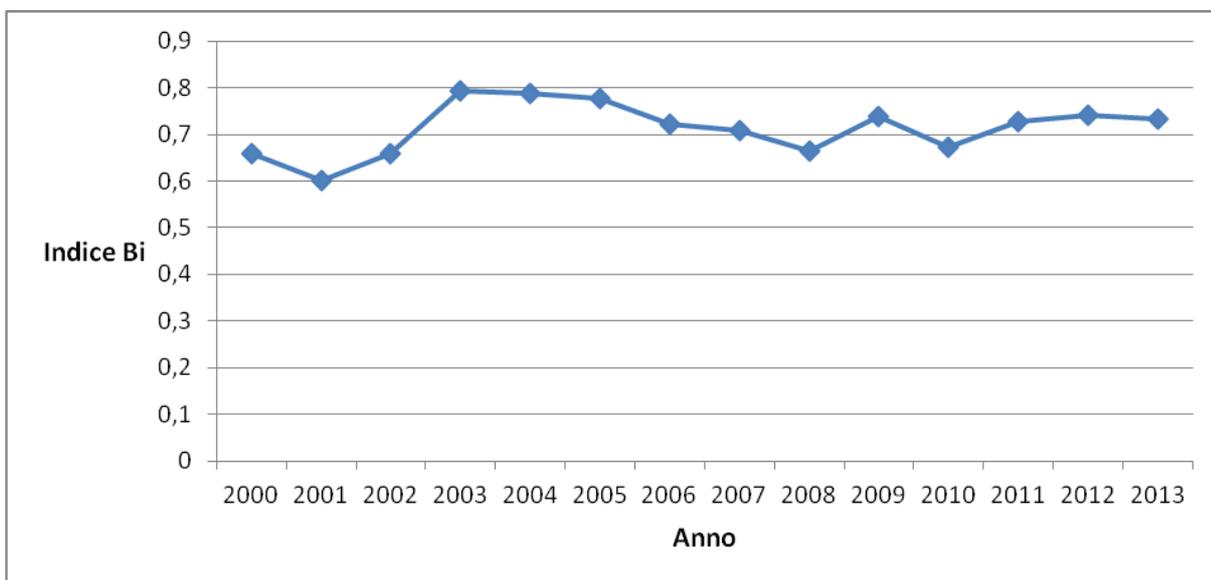
$|X_i - M_i| / X_i + M_i$  = saldo normalizzato in valore assoluto.

$B_i$  può essere compreso tra 0 (= solo commercio inter-industriale) e 1 (= solo commercio intra-industriale), assumendo quindi valore più basso al crescere del solo import o del solo export (Falcone, 2011).

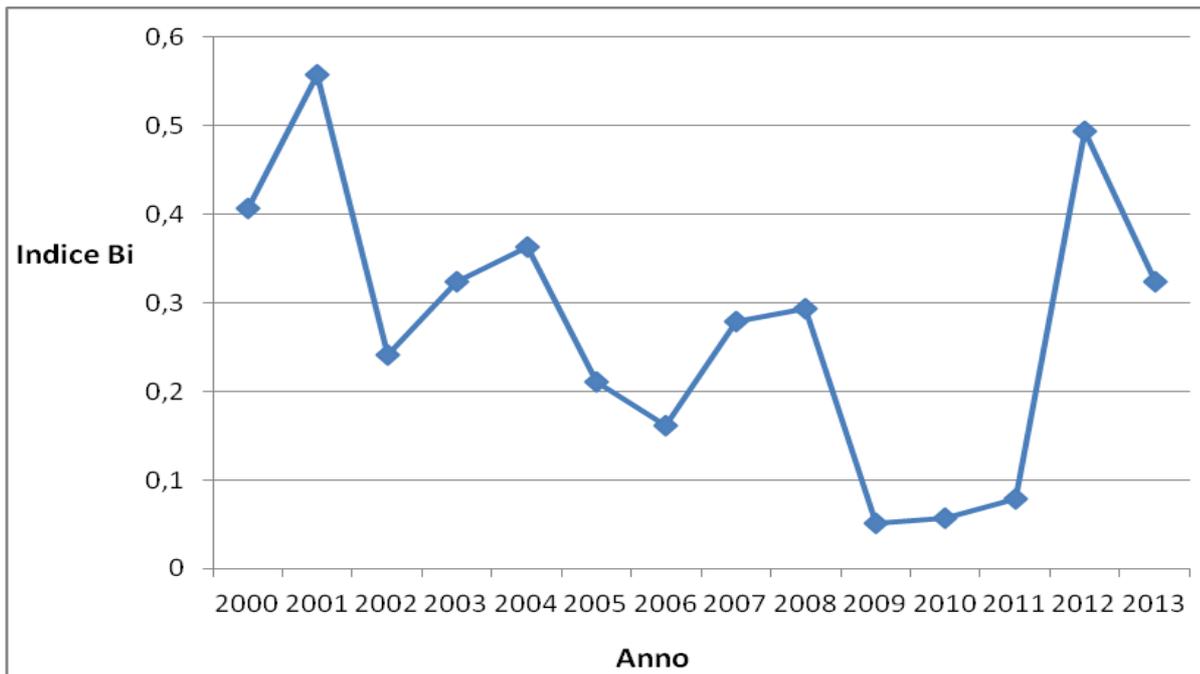
Di seguito sono elencati gli andamenti dell'indice di Grubel e Lloyd, nel periodo 2000-2013, relativi agli scambi dell'Italia con il resto del mondo in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese): risultano evidenti i valori prossimi a 1 con l'Unione Europea (Grafico 4.9) e l'Europa in generale (Grafico 4.10), mentre per l'Asia (Grafico 4.11) prevalgono quelli al di sotto di  $B_i=0,5$ , predominando perciò un commercio verticale con questo continente, così come con l'Africa (Grafico 4.12) e l'America Latina (Grafico 4.13), che presentano livelli dell'indice di Grubel e Lloyd prossimi allo zero. Infine, per quanto riguarda gli scambi con il Nord America (Grafico 4.14) e l'Oceania (Grafico 4.15), questi determinano nel complesso una specializzazione di tipo inter-settoriale, anche se l'indice registra dei picchi con valori superiori a  $B_i=0,5$ , che si sono verificati, per la prima area, nel 2008, a causa della crisi economica degli Stati Uniti, che hanno ridotto le importazioni provenienti dall'Italia rispetto al 2007, e, per la seconda, nel 2000, 2010 e 2012.



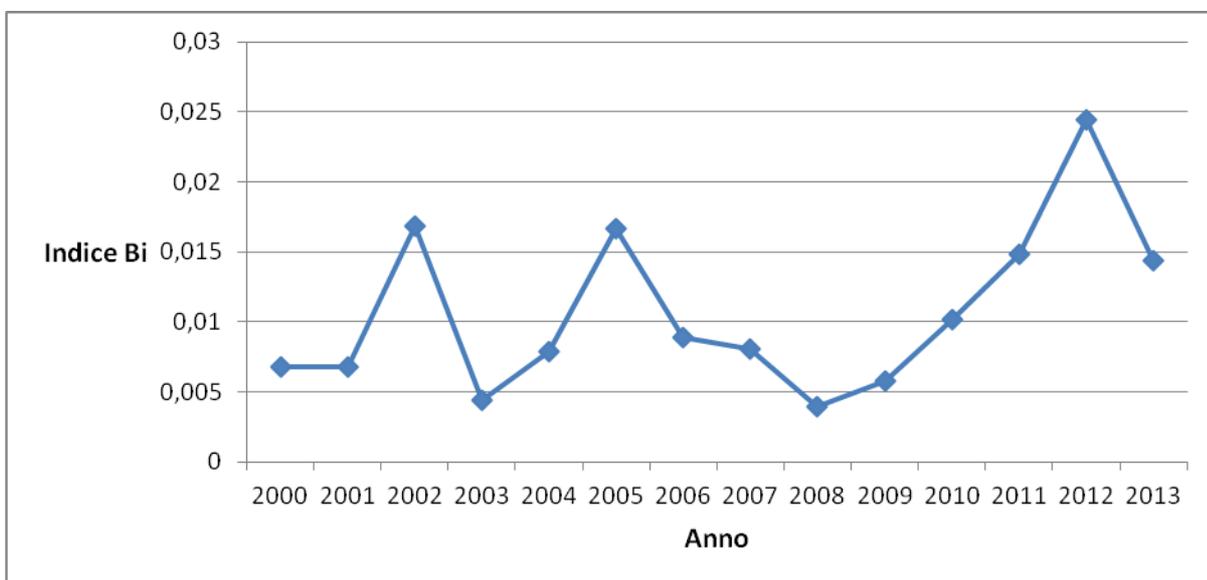
**Grafico 4.9.** Andamento dell'indice di Grubel e Lloyd relativo allo scambio dell'Italia con l'Unione Europea in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014



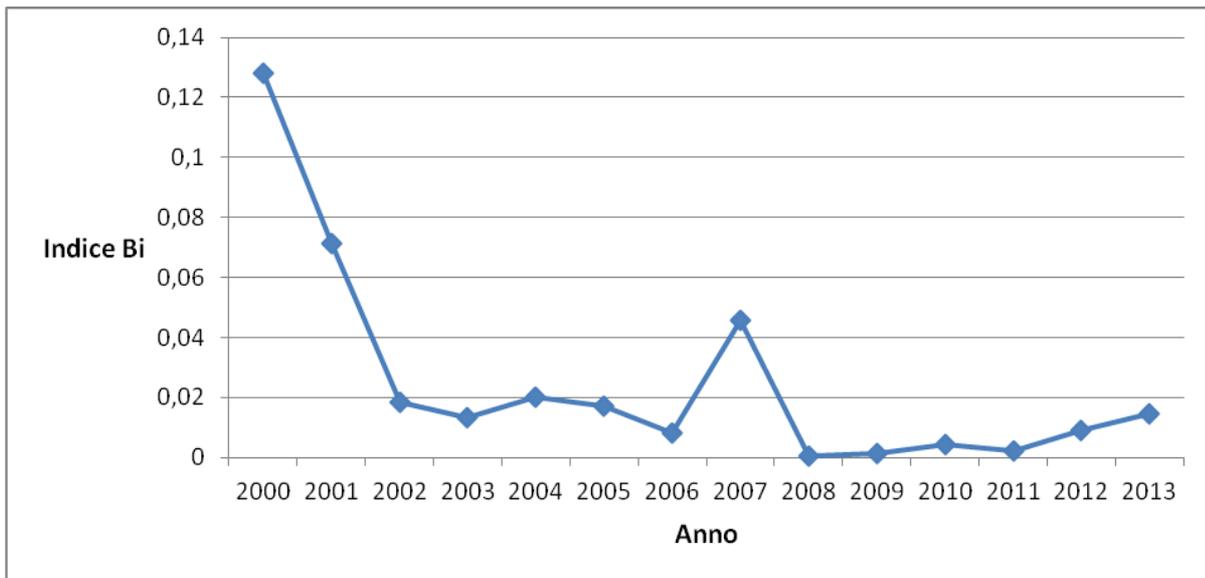
**Grafico 4.10.** Andamento dell'indice di Grubel e Lloyd relativo allo scambio dell'Italia con l'Europa intera in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014



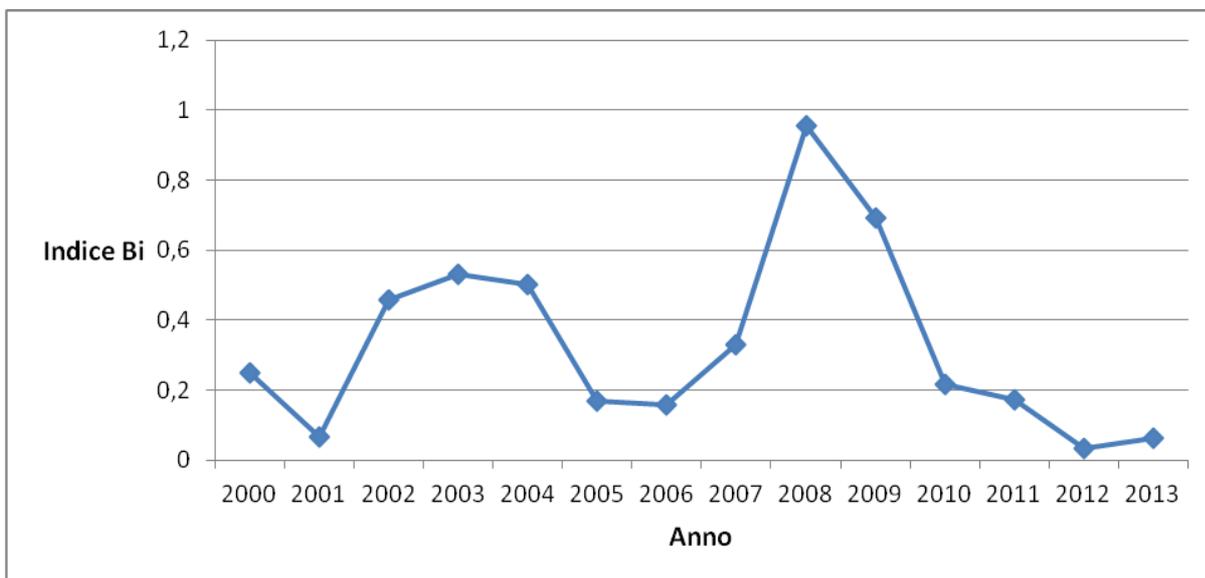
**Grafico 4.11.** Andamento dell'indice di Grubel e Lloyd relativo allo scambio dell'Italia con l'Asia intera in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014



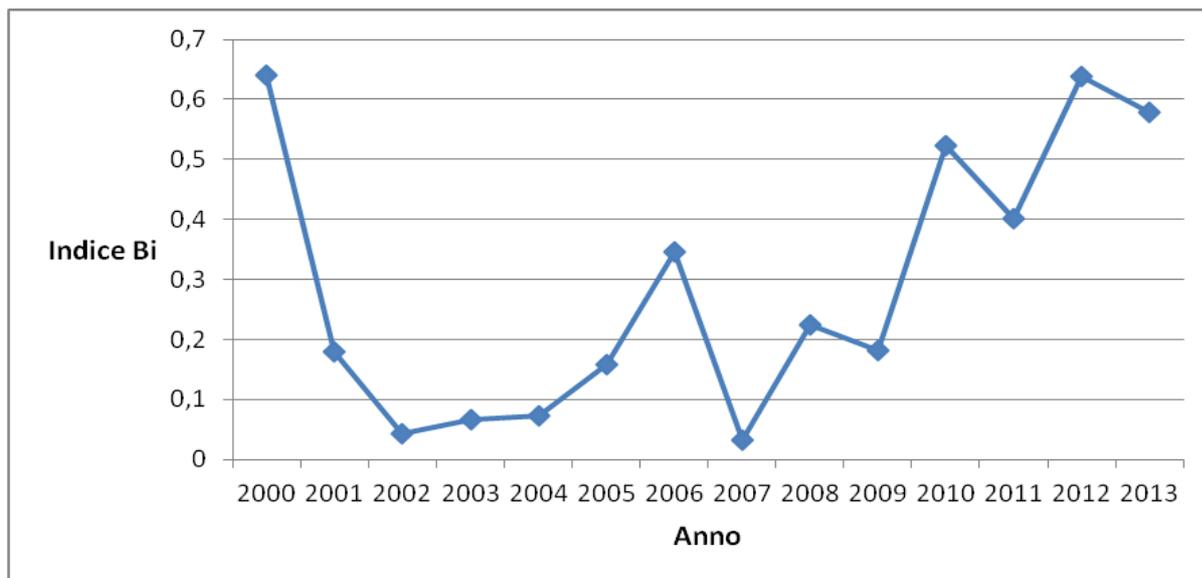
**Grafico 4.12.** Andamento dell'indice di Grubel e Lloyd relativo allo scambio dell'Italia con l'Africa intera in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014



**Grafico 4.13.** Andamento dell'indice di Grubel e Lloyd relativo allo scambio dell'Italia con l'America Latina in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014



**Grafico 4.14.** Andamento dell'indice di Grubel e Lloyd relativo allo scambio dell'Italia con il Nord America in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014



**Grafico 4.15.** Andamento dell'indice di Grubel e Lloyd relativo allo scambio dell'Italia con l'Oceania in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014

Tra le iniziative maggiormente rilevanti per l'UE negli ultimi anni, vi sono i nuovi accordi di partenariato con gruppi di Paesi dell'Africa e alcuni Stati del Medio Oriente, che tendono a sostituire quelli preferenziali tra le singole nazioni, anche se comunque prevale l'interesse verso questi ultimi (ICE, 2009).

Infatti, nel 2007, tra alcuni Stati dell'Africa non mediterranea ed UE sono stati adottati gli Accordi di Partenariato Economico (EPA), con l'obiettivo di favorire gli scambi, ma la crisi economica internazionale ha reso la strategia inadeguata a confrontarsi coi nuovi scenari. Infatti l'Asia, che è il partner strategico prioritario dell'Africa, ha registrato una dinamica di sviluppo che non può essere paragonata a nessun'altra regione del mondo: si parla perciò di Primavera araba. La crisi economica, invece, ha colpito soprattutto l'Europa, riversandosi anche sull'impegno politico per il partenariato euro-africano. Nonostante ciò, c'è stato un nuovo avvio degli accordi EPA nella seconda metà del 2014 (Zupi, 2014).

Precedentemente, il processo di costruzione del Partenariato Euro-Mediterraneo (PEM), avviato nel 1995 con la Conferenza di Barcellona, aprì una nuova fase nelle relazioni tra Europa e Stati dell'Est e del Sud del Mediterraneo, costituiti inizialmente da nove Paesi terzi mediterranei (Ptm): Algeria, Tunisia, Marocco, Libano, Giordania, Israele, Egitto, Siria e Turchia.

Col 2013, la PEM coinvolge i 28 Paesi dell'UE (tra cui anche Malta e Cipro, ex Paesi terzi), i nove Ptm iniziali, la Palestina e la Libia, che, assieme ad Algeria, Tunisia e Marocco, rappresenta un'elevata percentuale del commercio estero con l'Unione Europea, poiché presenta legami in particolare con i mercati dell'Italia e della Francia. L'obiettivo della PEM era quello di assicurare stabilità politica e sviluppo economico ai Ptm, mediante l'assistenza finanziaria dell'UE ai partner mediterranei, e di creare una zona di libero scambio tra il Bacino del Mediterraneo e l'Unione, da realizzare entro il 2010. Ma nel 2004 questioni politico-religiose, come quella tra Israele e Palestina, spinsero l'UE ad allargarsi verso i Paesi dell'Europa Orientale, determinando il passaggio dalla PEM alla Politica Europea di Vicinato (PEV) e allontanando l'interesse per l'Euro-Mediterraneo fino al 2008, quando venne rilanciato il "Processo di Barcellona" attraverso l'Upm (Unione per il Mediterraneo).

Quindi, dopo uno stallo durato fino a quest'ultimo anno, si è avuto il rinnovo degli accordi PEM in una prospettiva di crescita di liberalizzazione, risvegliando il dibattito in particolare nel settore della frutta e della verdura.

L'Upm, però, è stata più un annuncio che l'avvio di un nuovo processo di cooperazione tra le due sponde del Mediterraneo, sia a causa delle divisioni sulla sponda Nord, sia per la presenza di Israele, inaccettabile per alcuni Stati arabi, sulla sponda Sud. Di conseguenza, il Vertice dei capi di Stato e di governo, che avrebbe dovuto definire il programma di lavoro, è stato prima rimandato dal giugno al novembre del 2010, poi rinviato.

In ogni caso, con l'avvio del processo di costituzione della zona di libero scambio euro-mediterranea, si è aperto un nuovo scenario di cooperazione economica, il cui completamento era previsto inizialmente nel 2010, ma l'effettiva realizzazione è slittata al 2030. Inoltre, in termini previsionali, nel 2020 il "modello agricolo europeo" dovrebbe essere esteso a modello agricolo euro-mediterraneo, orientato ad una sostenibilità reale e non legato a benefici teorici.

Il processo di Barcellona ha comunque dato un impulso alle relazioni commerciali nel Mediterraneo, nonostante il nuovo quadro politico ed economico conseguente alla Primavera araba e alla spinta democratica dei Paesi della sponda Sud del Mediterraneo, che hanno conosciuto un incremento demografico non controllato, rendendo insufficienti le dinamiche di sviluppo e alimentando i divari interni.

La liberalizzazione dell'accesso ai mercati europei per i Paesi terzi mediterranei, permetterebbe loro di beneficiare di maggiori flussi di esportazione verso l'UE, provocando però concorrenza diretta alle produzioni orticole italiane, poiché i Ptm offrono prodotti a prezzo più basso o comunque competitivo.

Ma, nonostante gli sforzi di questi ultimi, volti all'abbattimento delle barriere tariffarie e doganali, nell'area euro-mediterranea è ancora presente un livello alto di protezionismo:

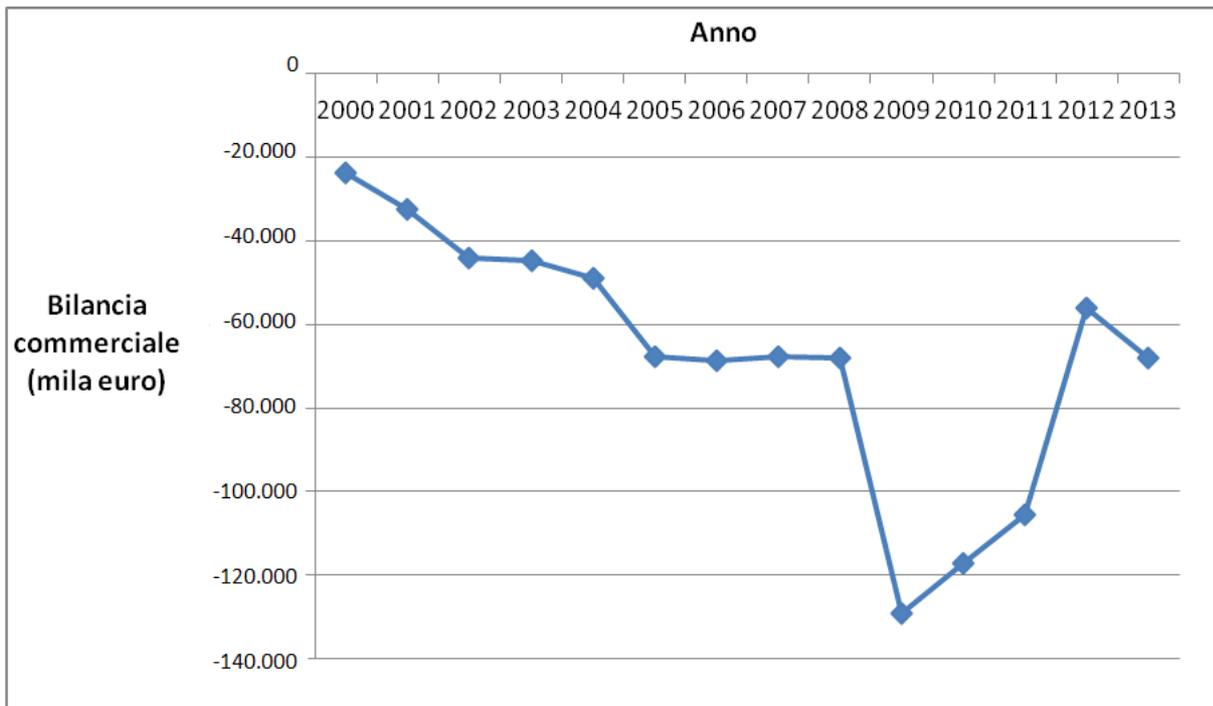
- per la Tunisia, infatti, vi sono alcuni prodotti agroalimentari che sono vietati, sia per motivi di protezione del mercato locale, sia per motivi sanitari;
- in Palestina e in Libano si sono avuti scarsi risultati a causa dell'instabilità politica e delle riforme interne.

Altri Paesi, invece, hanno mostrato azioni concrete per l'avvio della zona di libero scambio:

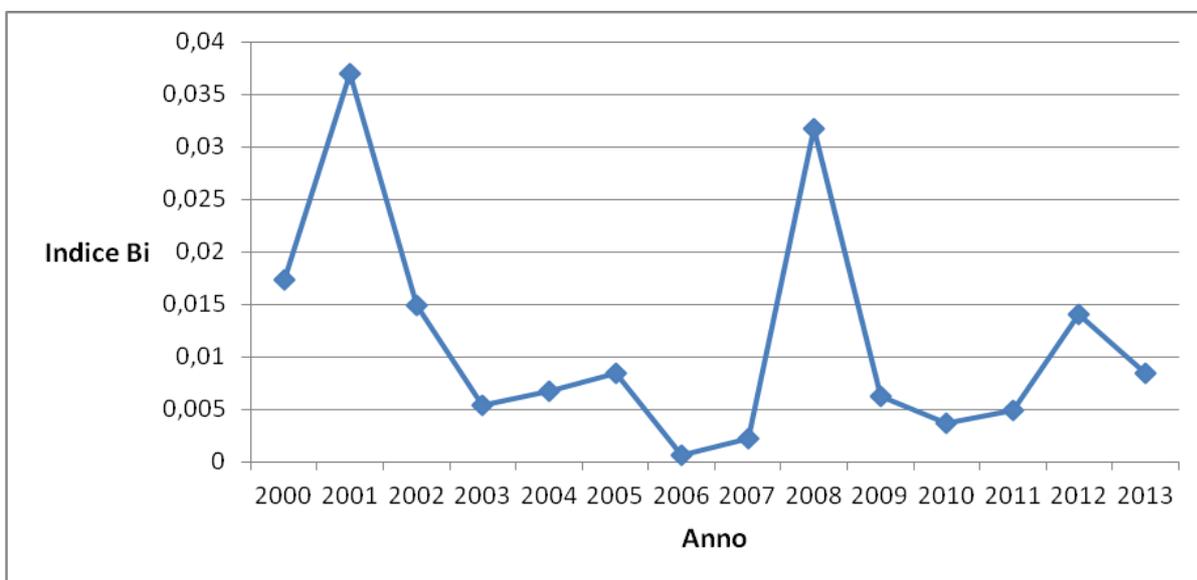
- i prodotti egiziani, a seguito della firma di accordi con l'UE, sono esenti da ogni dazio e quota sul mercato europeo, per cui negli anni si è avuto un aumento delle importazioni italiane di patate ed ortaggi freschi. Viceversa per quelli europei verso l'Egitto si è prevista invece una lenta e graduale riduzione dei dazi esistenti;
- Israele ha fatto notevoli progressi per l'apertura dei mercati, con il miglioramento nella logistica, l'eliminazione delle barriere al commercio e una maggiore flessibilità in tema di certificazione dell'origine dei prodotti.

Il commercio estero è il fattore trainante della crescita dei Paesi la cui economia è tradizionalmente dipendente dalle esportazioni. Tra questi si trovano la Siria e la Libia che dal 2011, con l'inizio delle guerre civili, si trovano in condizioni di forte instabilità interna, e, diversamente dagli altri Paesi della sponda Sud del Mediterraneo, ricoprono un ruolo marginale nei processi di crescita, stabilizzazione e sviluppo dell'area dei Ptm e nel processo di convergenza verso le economie europee.

Un altro evento che ha prodotto effetti nello spazio euro-mediterraneo è quello della crisi internazionale che, tra il 2008 ed il 2009, ha determinato una contrazione degli scambi internazionali (Bencardino et al., 2011). Infatti dal 2009, in riferimento a ortaggi e legumi freschi, si è verificato un calo delle importazioni italiane dai Paesi terzi mediterranei (Grafico 4.16), che comunque continuano a presentare un commercio di tipo verticale nei confronti del nostro Stato, che si configura come importatore netto dei prodotti orticoli provenienti da queste aree (Grafico 4.17).



**Grafico 4.16.** Andamento della bilancia commerciale (mila euro) dell'Italia verso i Paesi terzi degli accordi euro-mediterranei (dell'Asia e dell'Africa mediterranea) in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014



**Grafico 4.17.** Andamento dell'indice di Grubel e Lloyd relativo allo scambio dell'Italia con i Paesi terzi degli accordi euro-mediterranei (dell'Asia e dell'Africa mediterranea) in riferimento a ortaggi e legumi freschi (patate comprese) nel periodo 2000-2013. Fonte: INEA, 2014

In ogni caso, il rafforzamento dei rapporti e delle alleanze commerciali tra gli operatori economici delle due rive è fondamentale per l'Italia, poiché le permettono di assicurare la complementarietà delle produzioni orticole, soprattutto nei periodi di scarsa offerta (Malorgio e Hertzberg, 2007).

In tale comparto, i principali fornitori dell'Italia (Figura 4.4) sono: Francia (dalla quale importa patate, pomodori, cipolle, insalate, peperoni e zucchine), Spagna (con la quale l'Italia scambia, in entrata e in uscita dal nostro Paese, insalate, escluse lattuga e cicoria, e altri ortaggi freschi), Germania (per patate e cipolle), Olanda, Egitto (primo tra gli Stati extra-europei per queste ultime due produzioni ed insalate), Paesi Bassi, Belgio ed Israele (ISMEA, 2011).

<i>Destinazione</i>	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Francia	36%	42%	38%	36%	35%	35%	34%	32%	41%	37%	35%	34%
Spagna	15%	14%	15%	16%	17%	15%	15%	16%	14%	20%	18%	18%
Germania	14%	12%	14%	16%	14%	15%	16%	13%	12%	13%	18%	16%
Olanda	11%	12%	12%	11%	11%	11%	11%	12%	11%	11%	12%	12%
Egitto	12%	9%	9%	12%	12%	14%	13%	10%	9%	8%	7%	8%
Altri	11%	10%	11%	9%	10%	10%	10%	16%	13%	12%	10%	11%

**Figura 4.4.** Importazioni italiane di ortaggi nel periodo 2002-2013, in termini di incidenza (%) sul totale importato in quantità da diversi Paesi. Fonte: CSO, 2013

I principali mercati di sbocco dell'Italia (Figura 4.5) sono costituiti dai seguenti Paesi europei:

- la Germania, che è il più importante per i prodotti orticoli, soprattutto per pomodori, insalate, cavoli, carote, patate, cipolle, cavolfiori e broccoli;
- la Francia, che è il secondo mercato di sbocco dell'Italia per ortaggi, legumi e patate, ed in particolare per le stesse specie esportate in Germania. Gli altri Stati da cui si approvvigiona sono Spagna, Marocco, Belgio e Paesi Bassi;
- le altre destinazioni comunitarie importanti per l'export italiano sono costituite dall'Austria e dalla Polonia, dove prevalentemente vengono esportati ortaggi, mentre tra i Paesi extra-UE si distingue la Svizzera (ISMEA, 2011).

Tra i mercati di sbocco, a partire da agosto 2014, non è più inclusa la Russia a causa dell'imposizione dell'embargo anche sull'importazione dei prodotti orticoli europei. Di conseguenza l'Italia, se non tornerà a commercializzare ortaggi e legumi freschi (patate comprese) con questo Paese, perderà, sul totale delle esportazioni, un valore sull'ordine di dieci milioni e mezzo di euro all'anno, che coincide con gli introiti derivanti dall'export verso la Russia nel 2013 (INEA, 2014).

<i>Destinazione</i>	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Germania	51%	51%	50%	50%	50%	45%	43%	43%	41%	39%	40%	39%
Francia	9%	9%	9%	8%	8%	8%	8%	8%	10%	9%	10%	10%
Austria	7%	8%	8%	7%	7%	7%	8%	8%	8%	9%	8%	9%
Regno Unito	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Svizzera	5%	5%	5%	5%	5%	6%	6%	5%	4%	4%	4%	5%
Polonia	1%	1%	1%	2%	2%	4%	3%	3%	4%	5%	4%	4%
Olanda	4%	3%	4%	3%	4%	3%	4%	5%	6%	5%	4%	4%
Rep. Ceca	3%	1%	1%	2%	2%	3%	3%	3%	3%	4%	4%	3%
Slovenia	2%	2%	3%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	3%	3%
Belgio - Luss.	3%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Romania	0%	0%	0%	0%	1%	1%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Danimarca	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Altri	8%	10%	9%	10%	9%	9%	11%	10%	9%	11%	11%	11%

**Figura 4.5.** Esportazioni italiane di ortaggi freschi (comprese patate) nel periodo 2002-2013, in termini di incidenza (%) sul totale esportato in quantità in diversi Stati europei. Fonte: CSO, 2013

Nel 2010, in ambito orticolo la classifica dei maggiori esportatori, in termini di valore, è la seguente: Paesi Bassi, Spagna, Cina, Messico, Stati Uniti, Canada, Belgio, Francia, Italia, Germania, Turchia, Polonia, Thailandia, India ed Egitto (ISMEA, 2011). Però, dato che nell'ultimo decennio il mercato globale dei prodotti orticoli è cresciuto molto, l'Italia si trova attualmente al sedicesimo posto nella classifica mondiale dei Paesi esportatori di ortaggi, anche se le sue esportazioni sono cresciute dell'11% dal 2004 al 2014 (Levi, 2014). I Paesi Bassi sono al primo posto grazie alla ricerca, all'innovazione e alle loro capacità organizzative e commerciali, che permettono loro di precedere Spagna, Messico e Cina. I principali mercati di sbocco dei Paesi Bassi sono la Germania, il Belgio, il Regno Unito, la Francia, il Senegal, l'Italia e la Polonia. Per quanto concerne le importazioni di ortaggi di

questa nazione, esse riguardano l'UE, ed in particolare Germania, Belgio, Spagna e Francia, ed Israele (Schiano lo Moriello, 2012).

La Thailandia e la Germania presentano una produzione che è specializzata nei tuberi, e si distinguono per un valore intermedio della propensione all'export, poiché, anche se i livelli produttivi sono elevati, i consumi interni sono alti.

Il Canada, così come l'Australia, è un importante produttore ed esportatore di legumi secchi, nonché specializzato nella produzione di patate e ortaggi in coltura protetta, ugualmente a Paesi Bassi e Belgio.

Il Messico produce soprattutto ortaggi e legumi e, così come Spagna per gli ortaggi e Francia per patate e legumi, ha un'elevata propensione all'export, principalmente verso gli Usa.

Infatti, il Centro ed il Sud America presentano un aumento dei consumi interni e delle esportazioni verso UE, Canada ed Usa.

Gli Stati Uniti, assieme all'Italia e alla Polonia, hanno una bassa propensione all'export e, anche se tutti e tre presentano un buon livello produttivo di ortaggi, hanno comunque un elevato flusso di import.

L'Asia presenta un aumento dei consumi e delle esportazioni, così come l'Africa verso l'Europa e la Russia. In particolare l'Egitto e il Marocco presentano un aumento dell'offerta, sia per ortaggi che per patate, anche se il primo ha una bassa propensione all'export, dato che destina buona parte della sua produzione al consumo interno, così come anche Cina, India e Turchia (ISMEA, 2011).



## 5. CONCLUSIONI

L'Italia è da sempre un grande produttore di prodotti orticoli freschi e, dunque, fa delle esportazioni un punto fondamentale per le proprie politiche commerciali. Ma, pur essendo eccedentaria per molte di queste specie, sta registrando un aumento significativo delle importazioni in tale comparto.

Parallelamente, le crescenti difficoltà incontrate da alcune di queste produzioni italiane sui mercati esteri, oltre a determinare conseguenze dirette in termini di minori quote di vendita, stanno avendo pesanti ripercussioni sulla riduzione dei prezzi.

Occorre infatti considerare che il prodotto deve avere una sua immediata destinazione e deve essere coltivato in modo tale da soddisfare il consumatore finale nelle sue differenti esigenze, partendo quindi da una semplificazione dell'offerta (e del sistema dei marchi, almeno per l'estero) attraverso la coltivazione di varietà valide in un'ottica di vendita. Di conseguenza, devono essere valutati i canali di sbocco per l'esportazione adattando l'offerta alla domanda desiderata, che, nel caso dell'ambito orticolo, dipende soprattutto dalla differenziazione qualitativa, dai tempi di consegna e dalle diverse proprietà della merce (come ad esempio il livello di deperibilità del prodotto).

La globalizzazione può allora costituire una grande opportunità per rafforzare la competitività nazionale, poiché è proprio in un commercio così allargato che si possono individuare i mercati maggiormente idonei a valorizzare le differenti qualità offerte.

L'obiettivo che il sistema deve porsi è dunque quello di puntare a consolidare e, se possibile, ampliare non solo le quote relative ai partner tradizionali degli scambi orticoli dell'Italia, ma anche quelle dei mercati in crescita (in particolare neocomunitari e dell'Asia), che consentono un'interessante opportunità di vendita. Infatti occorre un piano, attraverso misure di sostegno all'export, per acquisire sbocchi aggiuntivi e per dare un nuovo slancio al comparto orticolo, cercando di fidelizzare l'acquirente con servizi sempre più all'altezza delle aspettative di un consumatore moderno (Sansavini, 2012).

Tra i mercati in crescita, però, la Russia, a partire da agosto 2014, non costituisce più uno sbocco per l'Italia a causa dell'embargo che è stato imposto a seguito di scelte di politica

estera dell'UE e che sta generando una perdita economica anche in ambito orticolo, almeno fino ad un eventuale intervento diplomatico che ponga fine a tale divieto.

Di fronte a questo scenario, occorre quindi considerare azioni finalizzate a rendere più concorrenziali le esportazioni italiane, poiché, a livello internazionale, il comparto orticolo mostra i segni di una strutturale perdita di competitività, che si evidenzia nell'incapacità di intercettare la domanda proveniente dai nuovi Bacini di consumo. Ciò è stato sostenuto dall'attuale vice-ministro per le Politiche agricole Andrea Olivero, intervenuto in occasione del convegno "Oltre i confini. L'ortofrutta italiana in giro per il mondo" organizzato da Agrinsieme (Cia, Confagricoltura, Fedagri-Confcooperative, Legacoop Agroalimentari e AGCI Agrital) al Macfrut di Cesena il 26 settembre 2014: egli ha affermato infatti che sarebbe necessario sostenere interventi di politica nazionale a favore della logistica, della maggiore concentrazione della produzione nelle Op e della qualità delle produzioni. Inoltre Olivero ha dichiarato che strumenti come gli accordi internazionali sono fondamentali per il rilancio dell'export italiano (Agrinsieme, 2014).

Infatti questi ultimi, in particolare quelli con i Paesi terzi mediterranei, costituiscono una grande opportunità per creare corridoi commerciali e doganali vantaggiosi per le esportazioni orticole del nostro Stato.

In particolare, l'Italia, grazie alla sua posizione geografica al centro del Bacino del Mediterraneo, è avvantaggiata nelle relazioni con i Ptm e ne fa un ideale punto di transito verso i mercati del Nord e dell'Est Europa. Quindi il nostro Paese, attraverso una maggiore apertura del mercato e un razionale coordinamento dei processi produttivi, potrebbe avere un ruolo di primo piano nell'organizzazione logistica e nello smistamento dei flussi di prodotti orticoli tra la riva sud e quella nord del Mediterraneo (Malorgio e Hertzberg, 2007).

Questa posizione di rilievo deve dunque essere sfruttata strategicamente, facendo in modo che la Penisola italiana diventi non solo un luogo di transito, ma anche di valorizzazione, in termini di qualità e di valore aggiunto, delle produzioni orticole dei Ptm, consentendo anche un trasferimento di conoscenze aziendali direttamente su queste ultime nazioni, poiché esse offrono prodotto per buona parte dell'anno. Infatti i Paesi terzi mediterranei, orientati prevalentemente sull'esportazione dei raccolti e già significativamente presenti sui banchi di vendita comunitari, possono entrare in diretta concorrenza con le merci italiane, poiché gli sbocchi, soprattutto quelli intra-UE, tendono a coincidere.

Ma la strategia del nostro Paese relativamente all'ambito orticolo non deve costruirsi su posizioni di puro antagonismo, ma dovrebbe aprirsi a forme di integrazione economica e produttiva al fine di impostare comuni piani di mercato con i Ptm (Castellini e Pisano, 2008).

Relativamente alla situazione nazionale, le principali problematiche del comparto orticolo sono legate al calo dei consumi delle famiglie italiane, che potrebbero essere rilanciati puntando sulle caratteristiche intrinseche della merce, ovvero origine, qualità, sicurezza e sostenibilità ambientale. Inoltre, per portare vantaggi economici sia ai produttori, sia ai consumatori, occorrerebbe incoraggiare tutte quelle iniziative che cercano di accorciare la filiera, allo scopo di diminuire il differenziale esistente tra i prezzi all'origine e i prezzi al consumo. Per raggiungere tale obiettivo, bisognerebbe favorire la collaborazione tra produttore e distributore, che andrebbe a creare le condizioni per ridurre i costi della logistica e aumentare l'aggregazione della produzione italiana in Op o nelle loro Associazioni, poiché la competitività del settore sullo scenario internazionale è legata al rafforzamento di queste ultime.

Per l'orticoltura nazionale è indispensabile quindi superare quei ritardi organizzativi che vincolano la crescita competitiva di realtà produttive e che caratterizzano la frammentazione dell'offerta, presente a tutti i livelli della filiera del nostro Paese.

Una produzione maggiormente aggregata, ottenuta grazie alla creazione di un quadro istituzionale che consenta lo sviluppo di un sistema efficiente, consentirebbe inoltre di intervenire con più efficacia sulle stesse filiere in caso di gravi crisi di mercato, grazie a una maggiore trasparenza e controllo di quest'ultimo. Ma non si può prescindere da un riequilibrio tra domanda ed offerta, in assenza del quale è difficile pensare ad un vero rilancio del comparto orticolo.

In tal senso le iniziative promosse a livello europeo rappresentano un importante passo in avanti per questo ambito, poiché i problemi avvertiti dai nostri produttori si vanno progressivamente trasferendo anche a livello continentale, e dunque risulta auspicabile un maggior coordinamento a livello transnazionale, al fine di meglio gestire l'intero sistema (Sansavini, 2012).

Davide Vernocchi, presidente del settore ortofrutticolo di Fedagri-Confcooperative, in occasione dell'ultima edizione del Fruit Logistica di Berlino, ha tracciato un quadro

drammatico della situazione relativa, in particolare, al mondo della produzione orticola: egli ha affermato infatti che il 2014 è stato un anno caratterizzato dalla crisi dei consumi, dall'andamento anomalo e sfavorevole del clima e dalla chiusura di un mercato strategico, quello russo. In riferimento a quest'ultimo evento, il presidente ha sostenuto inoltre che i provvedimenti anticrisi sono stati insufficienti, tardivi e inadeguati, sia per le risposte alle reali esigenze delle imprese, sia per la ripartizione di queste misure, poiché non hanno tenuto conto delle diverse situazioni produttive nei differenti Paesi (www.italiafruit.net, 2015).

In conclusione, oggi occorrerebbe riorganizzare le politiche commerciali del WTO, liberalizzando maggiormente i mercati e rendendoli più accessibili ed efficienti, poiché su questo fronte non si registrano risultati particolarmente importanti dall'inizio degli anni Novanta. Ciò si contrappone alla rapidità del cambiamento in atto, tanto da mettere ormai in discussione la stessa credibilità del WTO.

I blocchi e gli interessi commerciali che dividono Paesi sviluppati, emergenti e in via di sviluppo dovrebbero dunque essere superati di fronte alle diverse emergenze, e quindi andrebbero poste nuove basi con l'obiettivo di accelerare il processo di liberalizzazione degli scambi agricoli attraverso l'integrazione dei mercati. Infatti, è solo attraverso la riduzione delle barriere che attualmente limitano i flussi commerciali che i mercati potranno aumentare la loro dimensione, ottenendo un incremento di efficienza anche nella movimentazione delle derrate agricole dalle aree eccedentarie a quelle deficitarie (De Castro, 2011).

## 6. BIBLIOGRAFIA

AGRINSIEME 2014. *Un tavolo per rilanciare l'export*. Convegno “Oltre i confini. L'ortofrutta italiana in giro per il mondo”. Macfrut, Cesena, 26 settembre 2014, da <http://www.corriereortofrutticolo.it>

Battistel P. 2013. *Il Marocco non deve fare paura* in *Colture Protette*, da <http://www.agricoltura24.com>

Bencardino F., Ferrandino V., Marotta G. 2011. *Processi storici e prospettive di sviluppo nello spazio EuroMediterraneo*. Milano, FrancoAngeli

Castellini A. 1996. *Scambi ortofrutticoli tra l'Italia ed i Paesi dell'emisfero Australe* in *Medit* 2: 17-22

Castellini A., Pisano C. 2008. *Analisi dell'impatto degli accordi euro mediterranei sulla competitività dell'ortofrutta italiana: alcuni risultati*. Meeting SIEA (Società Italiana di Economia Agro-alimentare), Trieste, 5-6 giugno 2008

Colucci M. 1988. *Teoria pura del commercio internazionale*. Napoli, Liguori Editore

Crescimanno M., Galati A., Bal T. 2014. *The role of the economic crisis on the competitiveness of the agri-food sector in the main Mediterranean countries* in *Agricultural Economic – Czech* 60: 49-64

CSO 2013. *Il commercio estero in Italia*, da <http://www.csoservizi.com>

De Benedictis M., De Filippis F. (a cura di) 1988. *Struttura degli scambi agroalimentari e politica agraria*. Milano, FrancoAngeli

De Castro P. 2011. *Corsa alla terra. Cibo e agricoltura nell'era della nuova scarsità*. Roma, Donzelli Editore

Dematté C., Perretti F., Marafioti E. 2008. *Strategie di internazionalizzazione*. Milano, Egea

Falcone F. 2011. *Le problematiche del commercio internazionale*. Milano, FrancoAngeli

FAO 2013. *Fao statistical yearbook 2013. World Food and Agriculture*. Roma, da <http://www.fao.org/publications>

Foreman-Peck J. 1999. *Storia dell'economia internazionale dal 1850 a oggi*. Bologna, il Mulino

Fugaro G. 2015. *Nomisma: in dieci anni l'ortofrutta ha perso il 18% dei consumi in Terra e Vita* 5: 16

Gigli R. 2013. *Le principali tendenze in atto sul mercato orticolo: quali strategie per l'Italia?*, da <http://www.freshplaza.it>

ICE 2009. *L'Italia nell'economia internazionale. Rapporto ICE 2008-2009*, da <http://www.ice.gov.it>

ICE 2010. *L'Italia nell'economia internazionale. Rapporto ICE 2009-2010*, da <http://www.ice.gov.it>

ISMEA 2006. *Ortaggi specializzati (in piena aria ed in serra)*. Report economico-finanziari, da <http://www.ismea.it>

ISMEA 2011. *Report Economico Finanziario, Vol. III: Acquacoltura, ortaggi, ovino caprini, vino*. IPSOA

ISMEA 2013. *Valutazione delle politiche europee di supporto al settore ortofrutticolo*, da <http://www.ismea.it>

ISMEA 2014. *Report Economico Finanziario - Indicatori di struttura e strategia competitiva*. IPSOA

Lasorsa N., Lepri S., Atorino L., Buglione A., Schiano lo Moriello M. 2012. *Valutazione della strategia nazionale in materia di programmi operativi sostenibili nel settore ortofrutticolo (2012)*. Mipaaf, Dipartimento delle Politiche europee ed internazionali e dello Sviluppo rurale. Roma, 15 novembre 2012

Levi F. 2014. *Ortofrutta, voglia di export*. Assemblea UNAPROA, da <http://www.agricoltura24.com>

Malorgio G., Hertzberg A. 2007. *La competitività dei Paesi terzi mediterranei nel mercato agroalimentare italiano* in *Agriregionieuropa* n.10, da <http://www.agriregionieuropa.it>

Marzullo P., Lanfranchi M. 1998. *Il commercio agro-alimentare internazionale e le politiche di sviluppo, marketing e tutela della qualità dei prodotti alimentari*. Messina, Edizioni Dr. Antonino Sfameni

Parkin M., Bade R. 1991. *Macroeconomia moderna*. Milano, ETASlibri

Romano D. 2012. *L'agricoltura italiana ai tempi della crisi* in *Agriregionieuropa* 30: 6-14, da <http://www.agriregionieuropa.it>

Sansavini S., Ranalli P. 2012. *Manuale di Ortofrutticoltura*. Bologna, Edagricole

Schiano lo Moriello M. 2012. *Paesi Bassi leader mondiale nell'export di ortaggi freschi* in *Culture Protette*, da <http://www.agricoltura24.com>

Schiano lo Moriello M., Bambini C., Nocella P. 2012. *Scheda statistico-informativa sulle problematiche relative all'accordo commerciale Ue-Marocco*. Report Marocco, da <http://www.ismeaservizi.it>

Schiano lo Moriello M. 2014. *Il mercato del pomodoro da mensa*. ISMEA, da <http://www.ismeaservizi.it>

Schiano lo Moriello M. 2014. *Scheda settore: ortaggi, legumi e patate*. ISMEA, da <http://www.ismeaservizi.it>

Stignani A. 1996. *La marca e le politiche commerciali nel settore ortofrutticolo*. Unioncamere Emilia-Romagna – CERCOMINT

Trentini L. 2005. *L'orticoltura mediterranea fra competizione ed integrazione di mercato*. Convegno nazionale "Strategie per il miglioramento dell'orticoltura protetta in Sicilia". Scoglitti (RG), 25-26 novembre 2005

Vieri S. 1994. *La politica agricola comune dal trattato di Roma alla riforma Mac Sharry*. Bologna, Edagricole

Zupi M. 2014. *Le relazioni tra Ue e Africa dopo il 4° Vertice del 2-3 aprile 2014*. CeSPI (Centro Studi di Politica Internazionale)

## **7. SITOGRAFIA**

<http://www.cia.it>

<http://www.inea.it>

<http://www.ismea.it>

<http://www.csoservizi.com>

<http://www.corrieredellasera.it>

<http://www.italiafruit.net>