

Il comparto agricolo veneto, pur nelle innumerevoli difficoltà che ogni giorno affronta, dovute alla stagnazione economica, alla volatilità dei prezzi, al calo dell'occupazione, alle problematiche provenienti dai cambiamenti climatici, al ridotto o mancato accesso al credito, alle forti esigenze di ricambio generazionale dei suoi capi azienda, alla polverizzazione delle sue aziende con dimensioni medie notevolmente inferiori alla media europea, sta dimostrando la forza e la tenacia di creare una fra le redditività più alte d'Europa, grazie anche ai prodotti di qualità apprezzati all'estero ed imitati in tutto il mondo, in continua crescita di fatturato negli ultimi anni, capace di aver creato dei veri e propri simboli quali il Prosecco o i rinomati formaggi veneti. Non solo, l'agricoltura veneta vanta delle best practice, veri e propri percorsi di crescita all'interno del comparto agricolo, inteso come produttore di beni alimentari e come protagonista nella tutela dell'ambiente e nella promozione del territorio. Aspetti, questi, che vanno a integrarsi con la nuova politica agricola e rurale europea 2014-2020.



## Progressi e prospettive per l'Agricoltura veneta





## 7. Progressi e prospettive per l'Agricoltura veneta

L'agricoltura veneta, come abbiamo visto nella scorsa edizione del Rapporto Statistico analizzando i dati del 6° Censimento dell'agricoltura e confrontandoli con i decenni precedenti, dimostra trasformazioni in corso lente ma inesorabili, con una progressiva scomparsa delle aziende piccole e non competitive e con timidi affacci di aziende dallo stampo imprenditoriale e specializzato che garantiscono redditività migliori, addirittura superiori alla media europea, soprattutto tra le aziende guidate da giovani o con particolari specializzazioni in prodotti di qualità.

### 7.1 Un confronto europeo<sup>1</sup>

L'evoluzione che ha interessato il settore agricolo del Veneto, dell'Italia e di tutta l'area UE negli ultimi decenni, è in gran parte figlio delle varie politiche comunitarie, le PAC, succedutesi negli anni. Il settore agricolo fin dagli albori della UE ha visto la realizzazione di una forte politica comune, con obiettivi definiti e interventi normativi, seguiti da ingenti stanziamenti a carico del bilancio comunitario. Gli stati membri e le regioni sono stati incaricati della loro attuazione, mediante azioni soggette a monitoraggio: incentivi e disincentivi finanziari, opportunità, obblighi e divieti, hanno indotto le aziende a operare scelte produttive e gestionali che delineano il panorama odierno del settore agricolo, nelle sue debolezze e nei suoi successi: alla luce della imminente messa in atto del nuovo ciclo di programmazione comunitaria, un confronto con le regioni dell'Europa a 27, i cui dati sul censimento, svolto per la prima volta contemporaneamente in tutti i Paesi dell'Unione, sono stati resi disponibili, appare quanto mai idoneo.

Il 24 ottobre 2010 si sono registrate 12 milioni di aziende agricole (il 46% delle quali si trova in Italia ed in Romania) per 170 milioni di ettari di SAU, 134 milioni di capi di bestiame (conteggianti

**In Veneto risiede l'1% delle aziende agricole europee**

in UBA<sup>2</sup>) e quasi 10 milioni di persone impiegate a tempo pieno.

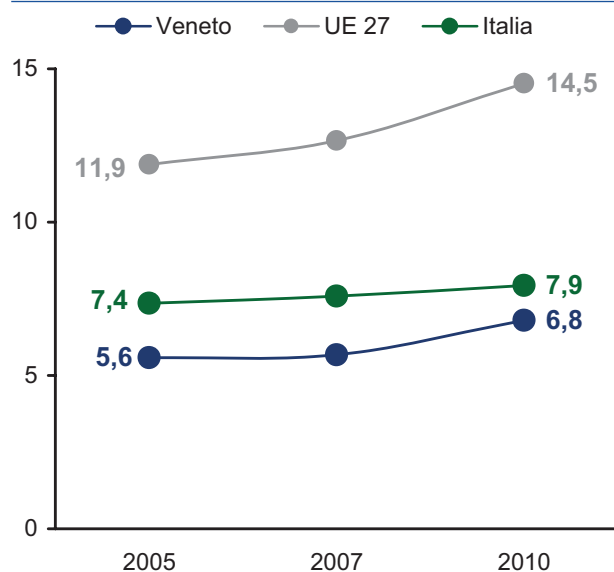
### Le dimensioni aziendali

Le aziende agricole europee si caratterizzano per una dimensione aziendale media pari a 14 ettari di superficie agricola utilizzata (SAU), quasi il doppio della media registrata in Veneto (6,5 ettari) ed Italia (7,9 ettari). La distribuzione della superficie tra le aziende è parecchio squilibrata, dal momento che due aziende europee su tre hanno una SAU media inferiore a 5 ettari e solamente il 6% di loro ha una dimensione superiore ai 50 ettari.

Se è vero che la tendenza in Veneto del "piccolo è bello" trova conferma in alcuni casi produttivi eclatanti, come per esempio la vitivinicoltura che con i 2 ettari medi di SAU per azienda riesce a portare il Veneto ai vertici quantitativi e qualitativi delle produzioni di vino, è vero anche che è necessario mantenere dei margini di competitività con i competitor europei: non tutti gli indirizzi produttivi hanno la fortuna che sta riscuotendo il nostro vino, soprattutto all'estero!

A tal proposito è proprio in Veneto che si registra l'aumento più evidente di SAU media confrontando con il dato del 2007 (+20%), rispetto alla crescita media italiana ed europea che registrano aumenti inferiori (rispettivamente +4,5% e +15%).

**Fig. 7.1.1 - Superficie agricola utilizzata media per azienda (ettari). Veneto, Italia e UE 27 - Anni 2005, 2007, 2010**



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Eurostat

<sup>1</sup> Per poter effettuare dei confronti temporali con gli Stati appartenenti alla UE a 27 è stato necessario utilizzare i dati provenienti dalle indagini campionarie precedenti e risalenti al 2005 e 2007.

<sup>2</sup> UBA=Unità di Bovino Adulto - è una misura di sintesi del bestiame convenzionale basata sulla conversione di alcune categorie di animali in equivalenti capi bovini adulti, attraverso l'impiego di opportuni coefficienti basati sul consumo alimentare medio delle varie specie e categorie.

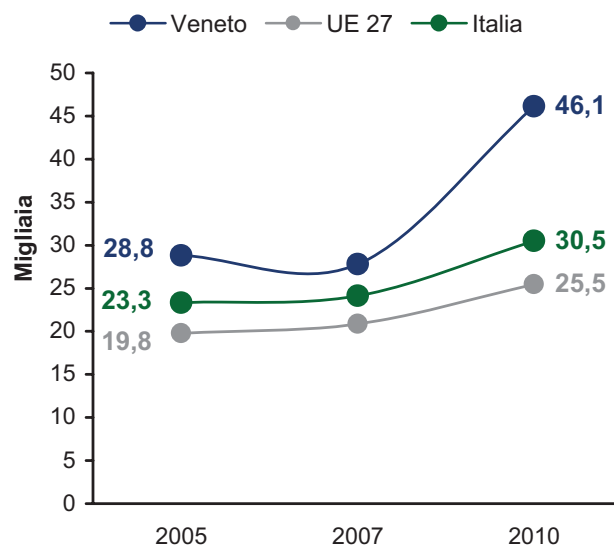


## La redditività aziendale

La dimensione economica delle aziende agricole viene misurata attraverso lo Standard Output<sup>3</sup>; come per le dimensioni territoriali, anche in questo caso la distribuzione a livello europeo è molto squilibrata: se infatti il valore medio è pari a 25.500 euro per azienda, in realtà quasi i due terzi non superano gli 8.000 euro a testa e solamente il 2% totalizza oltre 250mila euro. Sia Veneto che Italia si collocano abbondantemente sopra questo valore, con medie rispettivamente pari a 30.500 e 46.000 euro. Anche stavolta è il Veneto ad aver registrato la crescita sensibilmente più elevata rispetto al periodo precedente con un aumento di redditività pari al +66% tra il 2007 ed il 2010.

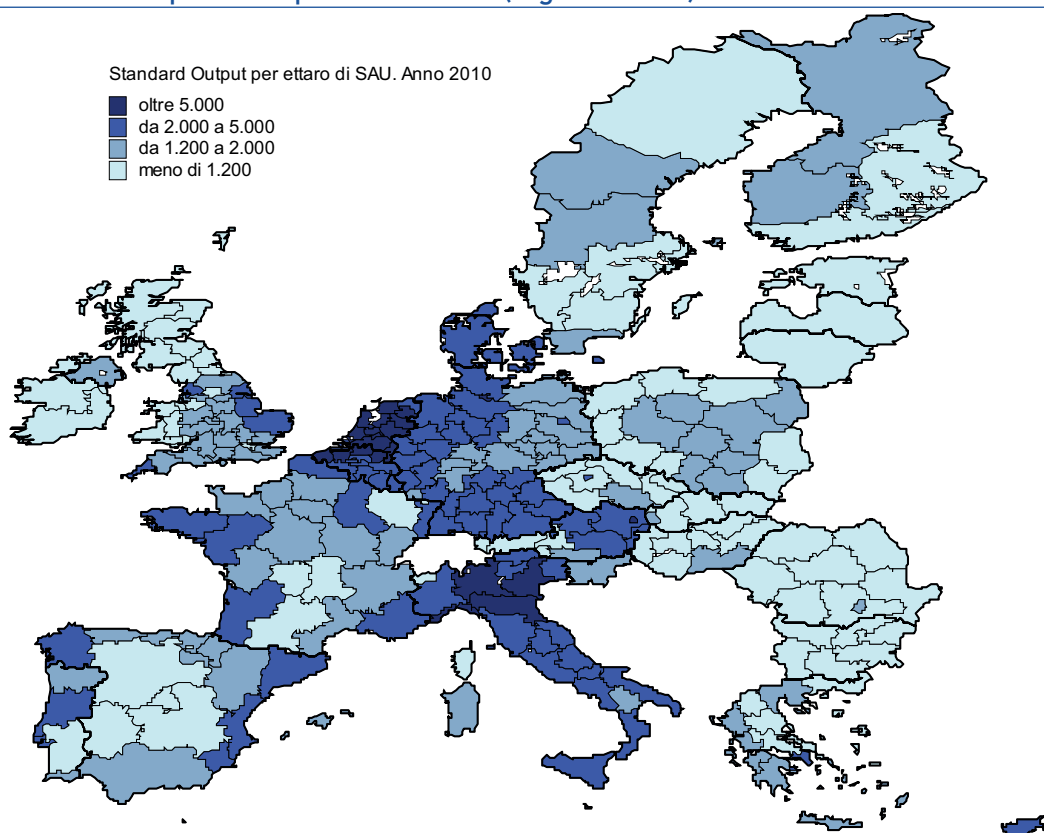
La redditività della terra, calcolata in euro per ogni ettaro di superficie agricola, sottolinea come il Veneto sia una delle regioni d'Europa, assieme a Lombardia, Emilia-Romagna e molte regioni olandesi, con i valori più elevati: la media UE 27 è di 1.800 euro, la media italiana 3.800, mentre in Veneto si sfiorano i 7.000

**Fig. 7.1.2 - Standard Output medio per azienda (migliaia di euro). Veneto, Italia e UE 27 - Anni 2005, 2007, 2010**



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Eurostat

**Fig. 7.1.3 - Standard Output medio per ettaro di SAU (migliaia di euro). Anno 2010**

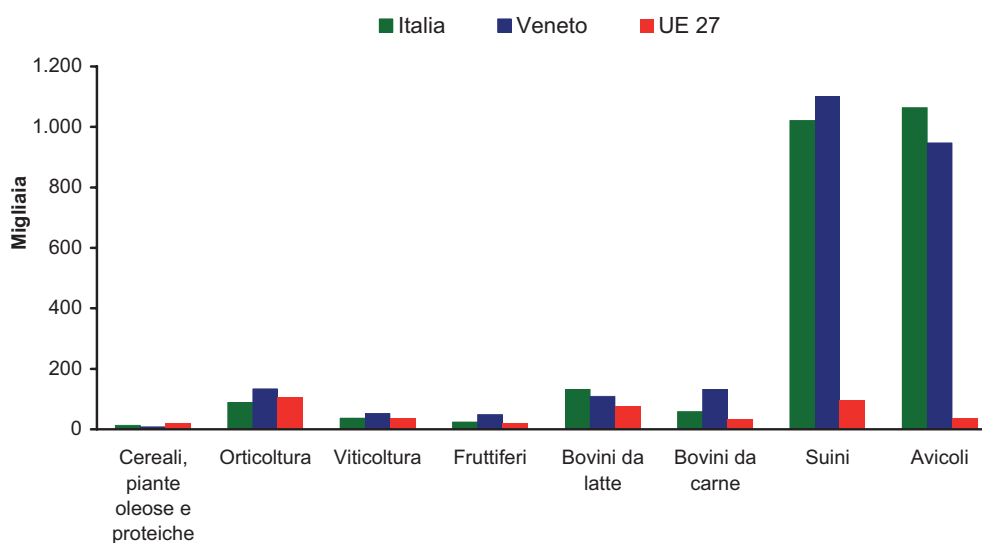


Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Eurostat

<sup>3</sup> Lo Standard Output è il valore monetario della produzione, che include le vendite, i reimpieghi, l'autoconsumo e i cambiamenti nello stock dei prodotti, al prezzo franco-azienda (a questa regola generale di considerare i prezzi senza i costi di trasporto e commercializzazione, fanno eccezione soltanto i prodotti per i quali è impossibile la vendita senza il confezionamento: in questo caso il prezzo considerato è quello del prodotto confezionato).



Fig. 7.1.4 - Standard Output medio per azienda per le principali specializzazioni (migliaia di euro). Anno 2010



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Eurostat

euro, con una crescita tra il 2007 ed il 2010 pari al +38% (+21% per l'Italia, +6,3% per l'Europa)

Questo risultato è figlio anche della presenza nelle aziende della nostra regione di alcune fra le specializzazioni più remunerative, quali allevamento di avicoli, suini e bovini da carne, orticoltura, vitivinicoltura e alberi da frutto.

In Veneto, inoltre, quasi tutte le principali specializzazioni hanno Standard Output medi per azienda superiori alla media europea.

Analizzando più nel dettaglio le specializzazioni più remunerative per il Veneto, notiamo che la specializzazione a suini, pur essendo una delle meno diffuse in Europa, realizza uno degli Standard Output medi più elevati, con un valore di quasi 100.000 euro per azienda: il Veneto e più in generale le regioni italiane che si affacciano sulla pianura padana, anche in virtù delle elevate dimensioni medie aziendali e pari a circa 500 UBA per azienda, totalizzano una redditività di oltre 10 volte superiore alla media europea. Per la specializzazione ad avicoli, la cui stragrande maggioranza delle quasi 600.000 aziende si concentra tra Romania ed Ungheria, lo Standard Output medio risulta essere poco più di 37.000 euro a livello europeo, mentre per il Veneto e per l'Italia presenta un valore 25 volte superiore, proporzionalmente alle dimensioni aziendali quasi 20 volte più grandi della media europea.

Quando alla viticoltura, sono oltre mezzo milione le aziende che rientrano in questa specializzazione,

che copre il 2 per cento della SAU europea con 3,5 milioni di ettari. La stragrande maggioranza delle aziende si localizza in una manciata di paesi: solamente l'Italia ne conta il 35 per cento e, aggiungendo Romania, Francia e Spagna, si totalizzano i tre quarti delle aziende vitivinicole europee. In termini di reddito, il valore medio per azienda europea è pari a 35.466 euro: anche in questo caso il Veneto risulta sopra media con oltre 50.000 euro a testa, mentre le regioni con i valori medi più alti si concentrano fondamentalmente in Francia, con Standard Output medi superiori ai 100.000 euro per azienda.

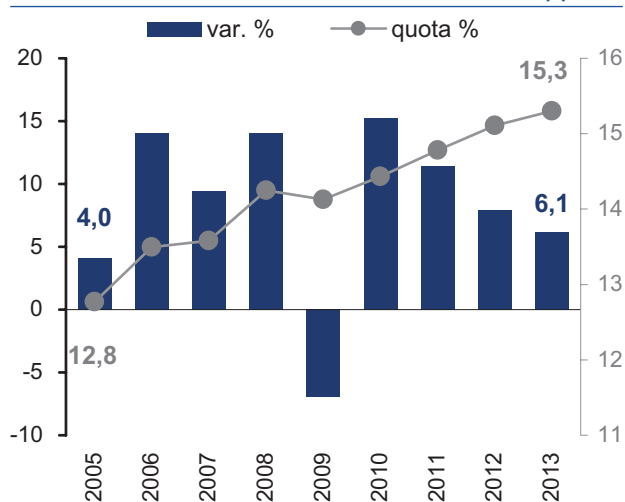
La specializzazione ad orticoltura vede coinvolte poco meno di 200.000 aziende, soprattutto in Spagna (20%), Italia (18,6%) e Polonia (11,2%), per quasi un milione di ettari di SAU dedicata. La redditività dell'orticoltura è una delle più elevate e pari ad uno Standard Output medio di 108.000 euro per azienda, per il Veneto questo valore supera i 130.000 euro, superiore anche alla media italiana.

## 7.2 I prodotti agroalimentari veneti all'estero: un percorso di crescita senza soste

L'apprezzamento che i prodotti dei nostri campi e della nostra industria alimentare stanno riscuotendo al di fuori dei confini italiani è ampiamente dimostrato non



**Fig. 7.2.1 - Variazione % export agroalimentare e quota % sul totale Italia. Veneto - Anni 2005:2013 (\*)**



(\*)2013 provvisorio

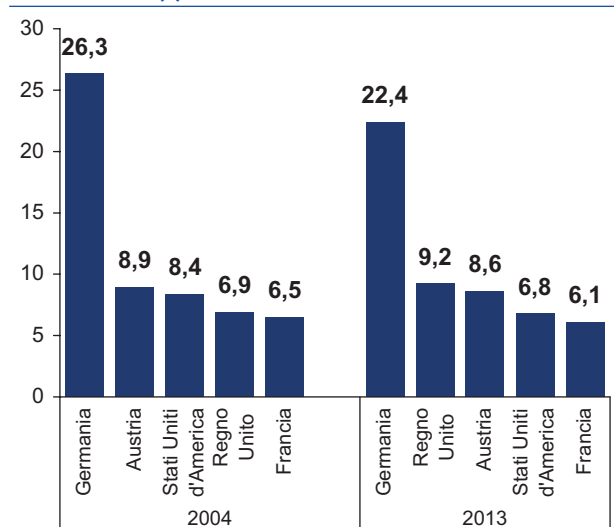
Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

solo dalla crescita vertiginosa dell'export, ma anche dalle numerose contraffazioni che subiscono i nostri salumi, i nostri formaggi, i nostri vini e numerosi altri prodotti famosi in tutto il mondo e vittime dell'italian sounding.

## L'export

Il valore dell'export agroalimentare veneto non solo è più che raddoppiato negli ultimi 10 anni, passando

**Fig. 7.2.2 - Esportazioni agroalimentari: graduatoria quota % per i primi 5 Stati importatori. Veneto - Anni 2004 e 2013 (\*)**



(\*) 2013 provvisorio

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

dai 2,5 miliardi di euro del 2004 ai 5,1 miliardi del 2013 in un continuo crescendo di anno in anno, ma ha anche eroso quote di mercato alle altre regioni italiane, rappresentando ad oggi il 15,3% del valore italiano esportato nel mondo (12,8% nel 2005), soprattutto grazie alla crescita delle bevande, dei prodotti a base di carne e degli oli.

I nostri clienti più importanti sono storicamente i tedeschi che, con l'ulteriore crescita tra il 2012 ed il 2013 (+3,1%), si aggiudicano quasi un quarto del valore delle

**In dieci anni il nostro export agroalimentare è più che raddoppiato**

esportazioni venete, seppur negli anni non sono quelli che sono cresciuti di più: nel 2004 si accaparravano il 26,4% del nostro export, perdendo perciò nel corso del decennio quote di mercato, soprattutto a favore, tra i primi cinque nostri clienti, del Regno Unito.

Infatti sono gli inglesi che realizzano la crescita più consistente (+21,3% solamente nell'ultimo anno) e che li porta ad una quota sul totale esportato pari al 9,2%.

E se i primi cinque nostri importatori totalizzano oltre la metà del valore che esportiamo, i due mercati che crescono maggiormente nell'ultimo decennio, sono Russia e Cina: seppur al momento mantengono ancora quote marginali sul totale, rispettivamente 1,8% con 915 milioni di euro e 0,7% con 37 milioni di euro, sono i due Stati più interessanti e più interessati ai prodotti di qualità italiani e veneti e con notevoli prospettive di crescita, anche in forza dei grandi cambiamenti sociali in atto e dell'aumento della ricchezza disponibile pro-capite.

Il nostro best seller sono le bevande che realizzano il 35% del valore esportato nel 2013, capeggiati dalle vendite di vino che ne rappresentano la quasi totalità, con l'89% del valore.

Molto apprezzati sono anche la categoria dei prodotti a base di zucchero, cacao, alimenti dietetici, con il 10,4%, i nostri prodotti da forno e le paste alimentari, con il 9,5%, ed i prodotti a base di carne con il 9,1%.

I prodotti che hanno visto le crescite più interessanti nell'ultimo anno, con valori in doppia cifra, sono gli oli e grassi (+39%), i prodotti per l'alimentazione degli animali (+11,3%) e le immancabili bevande (+10,4%).

## Il vino

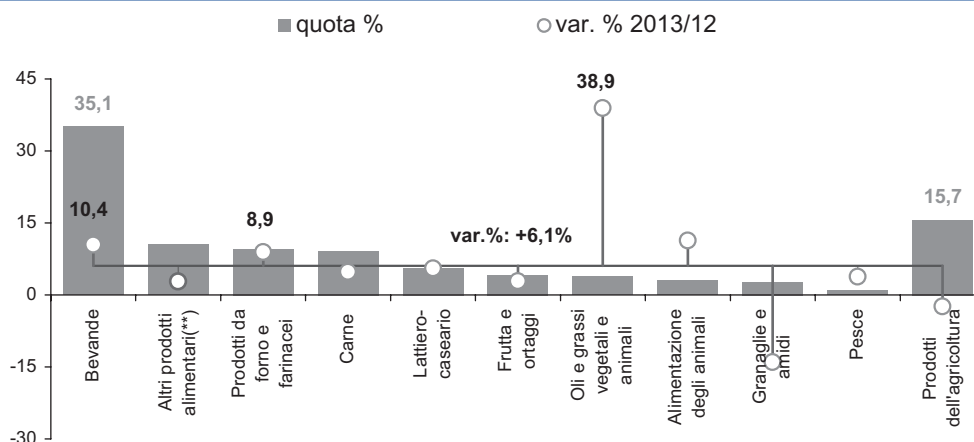
A trainare l'export agroalimentare veneto è certamente il vino che, con quasi 1,6 miliardi di euro nel





## Progressi e prospettive per l'Agricoltura veneta

Fig. 7.2.3 - Esportazioni agroalimentari: quota % per categoria e variazione %. Veneto - Anno 2013 (\*)



(\*) 2013 provvisorio

(\*\*) comprendono zucchero, cacao, cioccolato, caramelle, tè, caffè, spezie, alimenti dietetici

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

2013 e un +10% rispetto al 2012, totalizza un nuovo record di crescita ed incorona per l'ennesimo anno consecutivo il Veneto quale leader assoluto tra le regioni italiane: il 31% dell'export italiano proviene dalla nostra regione!

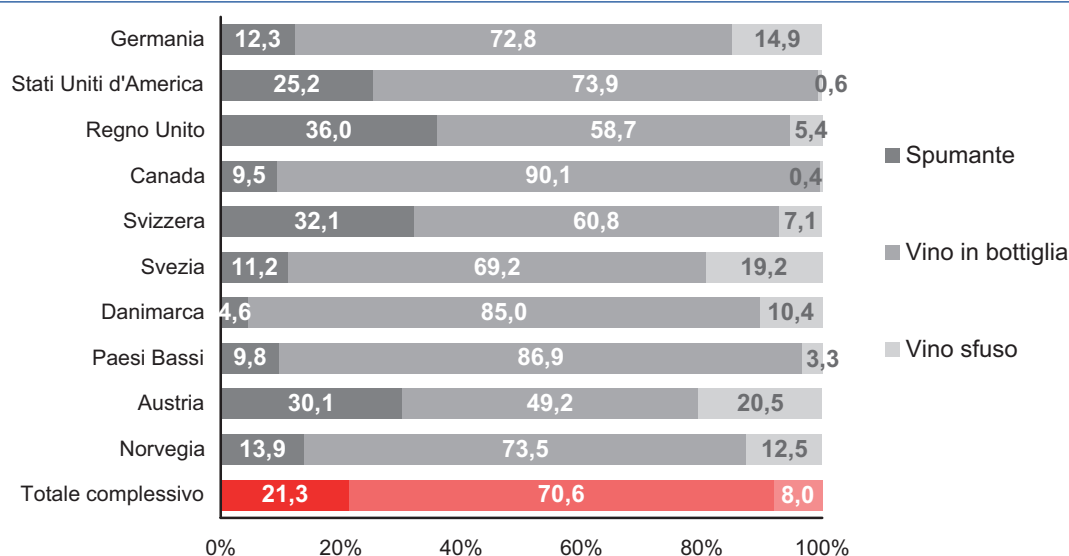
Anche per il vino la crescita negli ultimi dieci anni è stata strepitosa: dal 2004 al 2013 il valore del Veneto è praticamente raddoppiato.

I nostri primi 3 clienti, Germania, Stati Uniti e Regno Unito, si accaparrano oltre la metà del valore dell'export. Il boom di acquisti tra il 2012 ed il 2013, considerando i nostri primi 10 acquirenti, avviene

proprio nel Regno Unito (+29,8%), dove i consumatori si sono decisamente orientati verso lo spumante, con il 36% del valore acquistato, e nei paesi scandinavi: la Norvegia realizza una crescita del +21,3% e la Svezia del +19%.

Considerando le tipologie di vino esportate e i paesi acquirenti, si nota una diversificazione piuttosto interessante sulle preferenze di ciascuno: per esempio in Regno Unito, Austria e Svizzera lo spumante supera il 30% del valore acquistato, in Danimarca invece non va oltre il 4,6%. Austria, Svezia e Germania, con valori tutti superiori al 15% del valore acquistato,

Fig. 7.2.4 - Distribuzione percentuale dell'export dei primi dieci clienti per tipologia di vino. Veneto - Anno 2013 (\*)

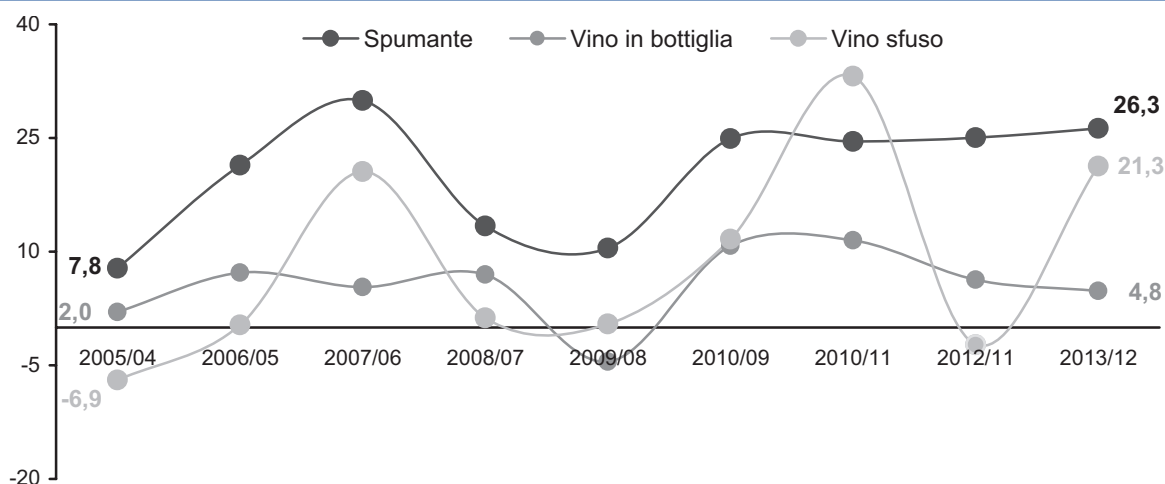


(\*) 2013 provvisorio

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat



Fig. 7.2.5 - Variazione percentuale dell'export di vino per tipologia - Anni 2004:2013 (\*)



(\*) 2013 provvisorio

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

hanno una predilezione verso il vino sfuso maggiore di Stati Uniti e Canada, che hanno invece valori prossimi allo zero.

Il vino in bottiglia, che è poi la tipologia più venduta con il 70,6% del valore, viene particolarmente apprezzato in Canada, Paesi Bassi e Danimarca con valori che si avvicinano o superano il 90%.

Considerando gli ultimi 10 anni la crescita più vertiginosa è degli spumanti: a partire dal 2010 questa tipologia non è mai cresciuta meno del 25% all'anno, tanto che ora rappresenta oltre un quinto del valore di vino che esportiamo, mentre nel 2004 rappresentava appena il 7,8% del totale.

Tale crescita ha molto a che fare con l'enorme successo del Prosecco che dal 2009 si fregia anche della Denominazione d'Origine Protetta (DOP): la Glera è diventato il primo vitigno coltivato in Veneto con quasi il 30% della superficie a vite regionale.

Il Prosecco nell'immaginario collettivo si sta sostituendo ad altre famose bollicine, idealmente associate ai momenti di festa, ma anche, data l'elevata appetibilità del suo rapporto qualità/prezzo, adatte per il consumo quotidiano. Delle quasi 63 milioni di bottiglie di spumante DOP prodotte nel 2012 (69 milioni di bottiglie DOP in totale), ben il 45% è stato esportato fuori dall'Italia: tre quarti del valore è diviso fra Germania, Svizzera, Regno Unito, Stati Uniti e Austria, per un valore finale pari a 132 milioni di euro; la crescita tra il 2003 ed il 2012 è stata strabiliante, una media annua pari al +21,7%!

### 7.3 I prodotti di qualità

Il modello italiano agroalimentare è colmo di notevoli peculiarità e specificità, talmente preziose e valorizzabili che potrebbero configurarsi come una eccellente via d'uscita alla crisi. Il vero valore aggiunto del nostro agroalimentare si nutre di diversi aspetti, tutti ugualmente importanti: la gamma di offerta dei prodotti è di una varietà ancora inimitata, con caratteristiche qualitative superiori alla media di altri paesi; gli standard di sicurezza alimentari garantiti sono elevati e costanti per tutto il processo di produzione e distribuzione; la Dieta Mediterranea, di recente fregiata dal riconoscimento Unesco come patrimonio immateriale dell'umanità, garantisce valori nutrizionali in grado di influire positivamente sui livelli di salute e sulla durata della vita; tecnologie e know how dei processi agroindustriali e dei settori connessi, quali conservazione degli alimenti, lavorazione, packaging, ecc., sono di altissimo livello; il legame con il territorio è unico al mondo, in grado di fornire allo stesso tempo cultura, arte e storia, così che il prodotto agroalimentare può comunicare valori immateriali che vanno ben oltre l'aspetto alimentare.

Tutto questo trova la sua più compiuta espressione nei prodotti certificati a DO: DOP, IGP e STG<sup>4</sup>.

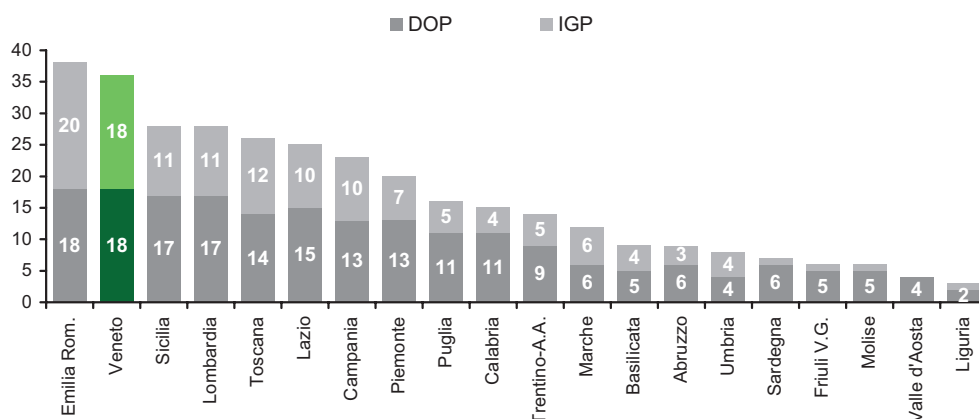
#### DOP, IGP e STG

Le certificazioni totali registrate presso la UE per l'anno 2013 ammontano a 1.209 unità (di cui 15 ex-

<sup>4</sup> DOP: Denominazione di Origine Protetta; IGP: Indicazione Geografica Protetta; STG: Specialità Tradizionale Garantita.



Fig. 7.3.1 - Graduatoria regionale dei prodotti certificati DOP e IGP. Anno 2013



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

tra-europee), con un ingresso rispetto all'anno precedente di ben 72 nuovi prodotti.

L'Italia, con 261 prodotti per il 2013, è da parecchi anni il paese con più riconoscimenti in assoluto: un prodotto certificato su cinque è di origine italiana, a seguire Francia (17%), Spagna (14%), Portogallo (10%) e Grecia (8%).

Rispetto all'anno precedente, l'Italia cresce di 13 nuovi prodotti, con due novità assolute per il comparto delle paste alimentari: Maccheroncini di Campofilone e Pasta di Gragnano. Fra i vari

comparti, comunque, il più popolato è quello degli ortofrutticoli, con 101 prodotti, seguito dai formaggi (47) e oli e grassi (43).

Quanto alla distribuzione regionale, pur essendo tutte le regioni italiane interessate da almeno un prodotto certificato, la metà dei prodotti si concentra tra le prime quattro: l'Emilia-Romagna si conferma al primo posto con 38 certificazioni, seguita a breve dal Veneto (36), dalla Sicilia e dalla Lombardia, entrambe con 26.

Il comparto delle DOP e IGP italiano, sia per le quantità prodotte che per i fatturati realizzati, si dimostra in buona salute, crescendo continuamente negli ultimi 3

**L'Italia è il paese con più DO al mondo, il Veneto la seconda regione italiana**

Tab. 7.3.1 - Le prime dieci Dop e Igp per fatturato alla produzione (milioni di euro). Anni 2010:2012

Denominazione	Fatturato alla produzione			
	2010	2011	2012	Var. % '12/'11
Grana Padano	1.497,7	1.735,6	1.790,2	3,1
Parmigiano Reggiano	1.162,8	1.356,9	1.315,9	-3,0
Prosciutto di Parma	900,2	991,6	981,3	-1,0
Prosciutto di San Daniele	309,1	302,3	312,6	3,4
Mozzarella di Bufala Campana	289,7	288,4	282,0	-2,2
Aceto balsamico di Modena	242,8	260,3	261,6	0,5
Gorgonzola	216,0	249,0	250,1	0,4
Mortadella Bologna	218,1	223,8	222,7	-0,5
Mela Alto Adige o Sudtiroler Apfel	140,8	170,1	220,2	29,5
Bresaola della Valtellina	199,0	215,2	216,9	0,8
Totale prime dieci Dop e Igp	5.176,2	5.793,2	5.853,6	1,0
Totale fatturato alla produzione	6.233,0	6.849,8	6.991,7	2,1

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Ismea





anni: il fatturato alla produzione tra il 2011 ed il 2012 cresce del 2,1% sfiorando i 7 miliardi di euro, mentre quello al consumo del 5%, raggiungendo i 9 miliardi. Sebbene la concentrazione del valore di mercato sia decisamente ristretta ai primi 10 prodotti, che nel 2012 da soli realizzano l'84% del fatturato alla produzione, in realtà il trend decrescente della quota di mercato coperta tra il 2011 ed il 2012 (-0,9%) manifesta una lieve ma progressiva crescita di rilevanza di altre produzioni minori.

La crisi dei consumi nazionali fa in modo che il mercato estero si confermi una risorsa fondamentale per i nostri prodotti certificati: il 32% della produzione agroalimentare di qualità varca i confini nazionali, realizzando un fatturato in crescita tra il 2012 ed il 2011 di 4,6 punti e totalizzando quasi 2,5 miliardi di euro. Il comparto dei formaggi e dei prodotti a base di carne da soli realizzano oltre l'80% del fatturato totale, confermandosi alfieri del made in Italy fuori dai confini nazionali.

Analizzando il dettaglio dei fatturati regionali, come è naturale aspettarsi, l'Emilia-Romagna con quasi 3 miliardi di euro è la prima regione d'Italia, del resto qui si producono le prime tre Dop con i fatturati più elevati. Seguono Lombardia, con 1,8 miliardi, Trentino Alto-Adige con 529 milioni e Veneto con 454 milioni. Queste prime 4 regioni concentrano oltre l'80% del fatturato alla produzione.

Il Veneto, con le sue 36 DO, equamente distribuite tra DOP e IGP, si piazza al secondo posto per numero di denominazioni e al quarto per fatturato alla produzione: quasi la metà delle denominazioni proviene da ortofrutta e cereali, poi i formaggi con il 22% dei prodotti e le preparazioni di carni con il 19,4%.

I fatturati alla produzione più elevati provengono dal comparto dei formaggi, oltretutto il più popoloso anche dal punto di vista degli operatori: considerando solamente le produzioni prevalentemente venete, nel 2012 l'Asiago con i suoi 88 milioni di euro, oltre 18mila tonnellate di formaggio prodotto e 9 milioni

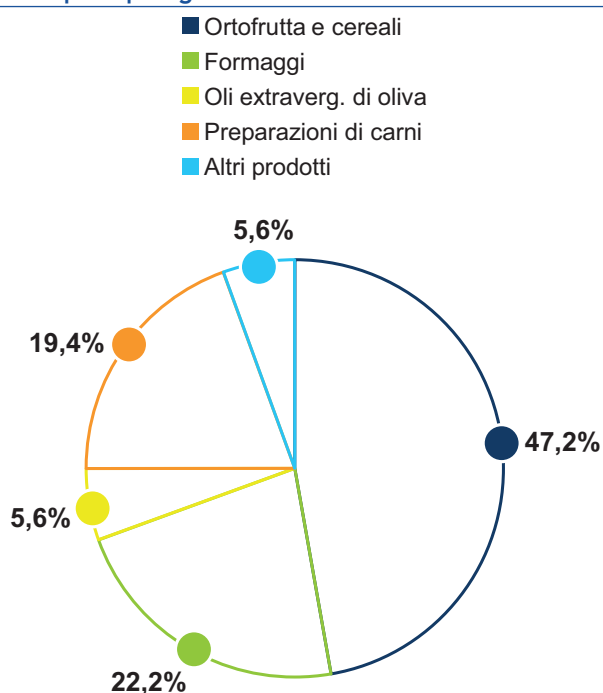
**Tab. 7.3.2 - Le prime dieci Dop e Igp per fatturato alla produzione (milioni di euro). Anni 2010:2012**

Regioni	Fatturato alla produzione				
	2010	2011	2012	Var. % '12/11	Peso % 2012
Emilia Romagna	2.615,9	2.897,0	2.894,9	-0,1	42,2
Lombardia	1.586,2	1.827,3	1.775,8	-2,8	25,9
Trentino Alto Adige	423,7	455,4	528,8	16,1	7,7
Veneto	361,2	417,4	454,3	8,8	6,6
Friuli Venezia Giulia	335,0	331,6	312,6	-5,7	4,6
Campania	283,3	287,3	286,8	-0,2	4,2
Piemonte	181,1	199,9	201,1	0,6	2,9
Sardegna	162,0	110,4	137,0	24,0	2,0
Toscana	92,9	98,1	94,8	-3,4	1,4
Lazio	45,3	41,7	51,1	22,5	0,7
Puglia	22,1	33,8	34,5	2,2	0,5
Umbria	35,0	13,9	20,2	45,1	0,3
Sicilia	24,2	17,5	16,8	-3,6	0,2
Calabria	11,2	9,1	13,6	49,6	0,2
Marche	15,8	11,4	11,9	5,0	0,2
Liguria	5,2	5,2	4,6	-11,5	0,1
Valle d'Aosta	26,7	25,4	24,0	-5,4	0,3
Basilicata	1,6	1,8	2,1	17,9	0,0
Abruzzo	3,0	2,6	1,9	-29,5	0,0
Molise	1,4	1,1	0,8	-27,8	0,0

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Ismea



**Fig. 7.3.2 - Prodotti DOP e IGP: distribuzione percentuale per tipologia. Veneto - Anno 2013**



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Regione Veneto

di euro ricavati dalle vendite all'estero si posiziona al vertice della classifica, seguito poi dal Piave che nel 2012 ha fatturato quasi 17 milioni di euro, prodotto quasi 2.000 tonnellate di formaggio ed esportato per un valore di 2,8 milioni di euro, praticamente raddoppiando il valore del 2011. Tra gli altri comparti spicca il Prosciutto Veneto Berico-Euganeo, con 5,6 milioni di fatturato, l'olio di oliva Garda con 2,5 milioni ed il radicchio di Treviso con 1,6 milioni.

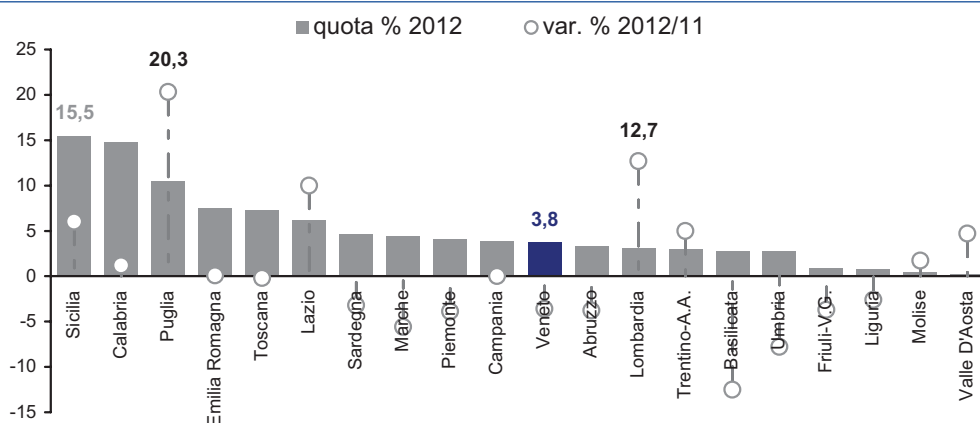
Per avere informazioni su aziende agricole, superfici e capi animali coinvolti nella filiera dei prodotti di qualità, possiamo utilizzare i dati del Censimento dell'agricoltura al 2010: le aziende con coltivazioni a DO risultano poco più di un migliaio per una SAU di 13.867,6 ettari, di cui 4.214,1 destinati esclusivamente alle produzioni di qualità, le aziende con capi a DO risultano quasi 3.000, indirizzate prevalentemente al settore dei bovini.

La SAU media di queste aziende è sensibilmente più elevata di quella regionale con ben 11 ettari, l'età media del capo azienda è più bassa della media dei colleghi e pari a 54 anni e di conseguenza anche i titoli di studio sono mediamente più elevati, vi è una più elevata presenza maschile con l'86% dei capi azienda (75% la media veneta), un più alto tasso di informatizzazione pari al 17,2% delle aziende (5,4% la media veneta), un ricorso ad attività remunerative extra-agricole superiore di oltre due volte alla media veneta. La conseguenza diretta è che anche la redditività media delle aziende specializzate in prodotti a DO, calcolata in Standard Output, risulta decisamente più elevata rispetto alla media con un valore pro capite che supera i 200 mila euro.

### Il biologico

L'agricoltura biologica è un altro comparto orientato alla massima qualità del prodotto che ha visto una crescita vertiginosa negli ultimi anni: in Europa dal 2004 al 2012 la superficie interessata da questo metodo di coltivazione è raddoppiata, fino a rappresentare ad oggi il 30% della superficie mondiale bio con i suoi 11 milioni di ettari. I Paesi con le superfici più elevate sono Spagna, con oltre 1,6 milioni di ettari, Italia

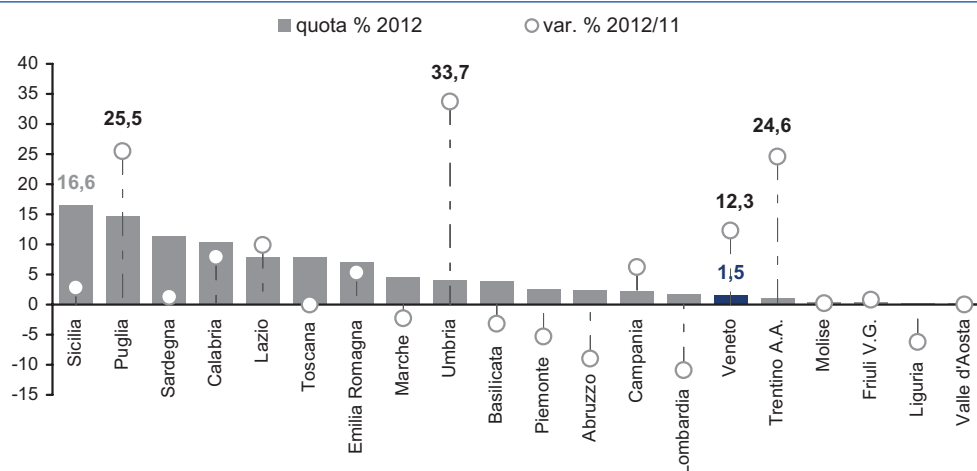
**Fig. 7.3.3 - Graduatoria degli operatori biologici per regione: quota % e variazione %. Anno 2012**



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati SINAB



Fig. 7.3.4 - Graduatoria della superficie coltivata biologica per regione: quota % e variazione %. Anno 2012



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati SINAB

con 1,2 milioni e Germani e Francia con poco più di 1 milione. L'Italia, tra l'altro, rientra tra i primi 10 paesi al mondo sia per superfici che per numero di operatori nel settore, in crescita tra il 2011 ed il 2012 rispettivamente del 6,4% e del 3%, con situazioni diversificate a livello territoriale: se la Puglia è la regione più attiva con le variazioni più importanti sia per superfici che per numero di operatori, è la Sicilia ad essere la leader indiscussa sotto tutti i punti di vista.

Il Veneto, pur rappresentando il 3,8% dei quasi 50.000 operatori nazionali e l'1,5% della superficie, dimostra un certo dinamismo con un aumento delle SAU bio del 12,3% ed una sostanziale stabilità degli operatori, leggermente in calo rispetto al 2011 (-3,6%).

Quanto alle aziende agricole biologiche, dai dati del Censimento 2010, risulta che sono più grandi della media regionale, con una SAU per azienda superiore a 20 ettari, la metà della quale dedicata specificamente alle colture bio, un'età media del capo azienda più bassa e pari a 53 anni, un tasso di informatizzazione decisamente elevato e pari a quasi un terzo delle aziende, un ricorso ad attività remunerative extra-agricole cinque volte superiore alla media delle altre aziende (20% vs 4,6%).

Anche in questo caso tutto ciò garantisce un reddito medio per azienda superiore alla media veneta ed equivalente a quasi 180 mila euro.

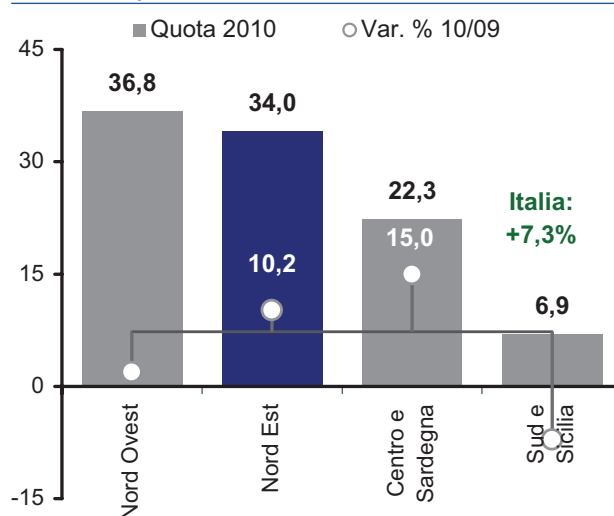
E se in Italia i consumi alimentari tra il 2011 ed il 2012 sono in calo dell'1,8%, i consumi di alimenti bio per

l'ennesimo anno consecutivo segnano un aumento e tra il 2011 ed il 2012

guadagnano 7,3 punti percentuali: il settore biologico sembra non risentire della crisi, cresce infatti fin dal 2005, a causa di una crescente attenzione del consumatore sia verso la propria salute sia verso il rispetto per l'ambiente.

Sono le regioni del Nord-Ovest a rappresentare la quota più elevata di consumi, sebbene per il 2012 la loro crescita sia al di sotto della media italiana; le regioni di Nord-Est, che rappresentano il 34% della spesa bio confezionata, crescono in doppia cifra (+10,2%), mentre le regioni del Centro sono quelle che realizzano la crescita più elevata e pari al +15%; in calo invece i consumi nelle regioni del Sud.

Fig. 7.3.5 - Peso % per aree geografiche e variazione % consumi di prodotti bio confezionati. Italia - Anno 2012



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Ismea

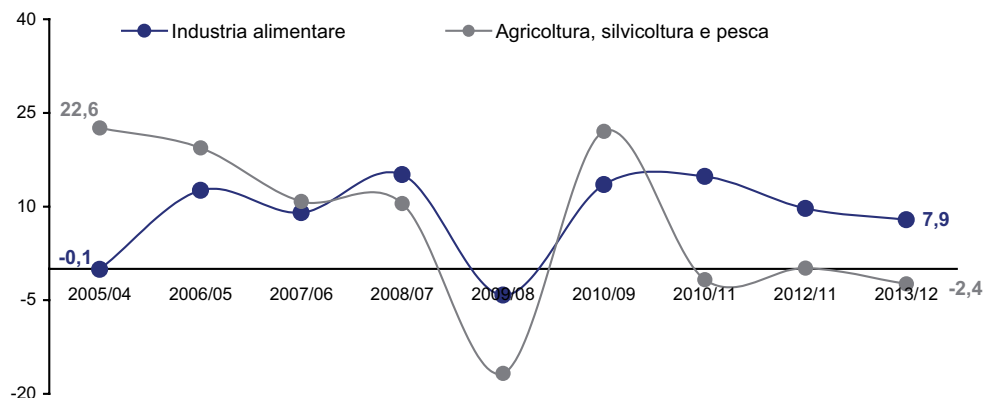
**Crescono senza sosta i consumi di prodotti bio**



### I PRODOTTI ALIMENTARI VENETI SEMPRE PIÙ AMATI ALL'ESTERO

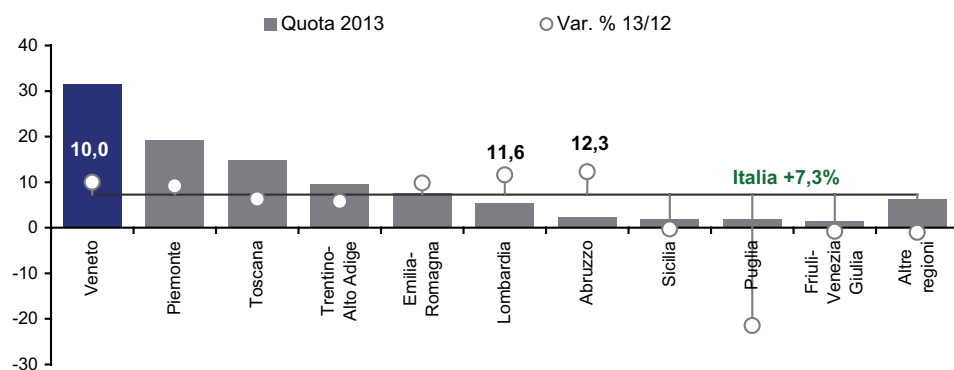
**Cresce l'export alimentare ...**

**Variazione percentuale dell'export agroalimentare per tipologia. Anni 2004:2013(\*)**



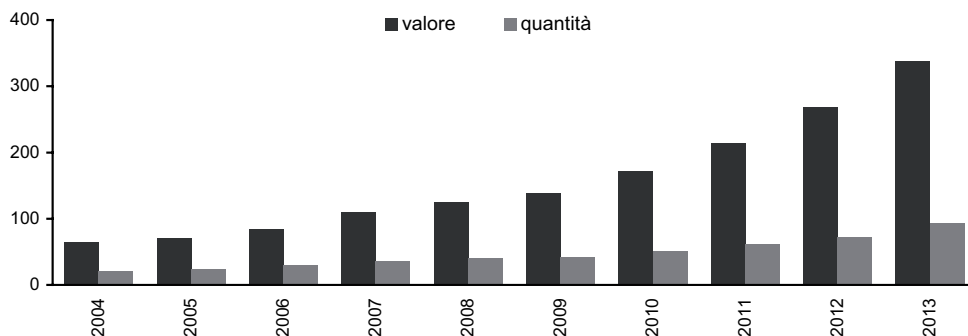
**... Soprattutto grazie al vino...**

**Variazione annua e quota % annua del valore delle esportazioni di vino per regione - Anno 2013 (\*)**



**... con sempre maggior apprezzamento per i nostri spumanti...**

**Esportazioni di vino spumante: valore (milioni di euro) e quantità (milioni di quintali). Veneto - Anni 2004:2013(\*)**



(\*) 2013 dato provvisorio

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat



## 7.4 Percorsi di crescita nel settore agricolo<sup>5</sup>

Nel giugno del 2010, allo scopo di rilanciare l'economia dell'Unione Europea e prepararsi alle sfide dei prossimi anni, la Commissione europea ha lanciato la Strategia "Europa 2020", un'agenda di riforme economiche e finanziarie per la competitività dell'UE la cui visione di medio termine individua tre priorità fondamentali che si rafforzano reciprocamente:

- crescita intelligente, per un'economia della conoscenza e dell'innovazione;
- crescita sostenibile, per un'economia più efficiente sotto il profilo delle risorse, più verde e più competitiva;
- crescita inclusiva, per un'economia con un alto tasso di occupazione, che favorisca la coesione sociale e territoriale.

Parlando quindi di "percorsi di crescita" risulta naturale e opportuno riferirsi a tali priorità, che non sono applicabili solamente ad alcuni settori economico-sociali, ma possono essere utilmente applicati anche al comparto agricolo in senso lato, come produttore di beni alimentari e come protagonista nella tutela dell'ambiente e nella promozione del territorio. Aspetti, questi, che vanno a integrarsi con la nuova politica agricola e rurale europea 2014-2020. Per tali ragioni si ritiene interessante presentare tre esempi concreti di percorsi di crescita nel settore agricolo che possono essere inquadrati nei tre obiettivi citati.

### Crescita intelligente: Kiwiny, dalla Marca trevigiana agli Stati Uniti

I giovani imprenditori che cercano di guardare lontano meritano attenzione, ancor più se questo accade in una fase di grande difficoltà congiunturale. Philipp e Manuel Breitenberger, origini altoatesine ma attivi con la loro azienda di produzione e trasformazione di kiwi biologici a Giavera del Montello, in provincia di Treviso, stanno dimostrando che, alla faccia della crisi, guardar lontano premia sempre. Nel 2013 il fatturato della loro azienda è raddoppiato rispetto all'anno precedente e nuovi promettenti progetti si stagliano all'orizzonte. In pochi anni, la piccola azienda agricola creata dal padre è diventata un'impresa di nicchia conosciuta in Europa e anche Oltreoceano, dove sembra che la gamma Kiwiny – i prodotti trasformati dalla Società

Agricola Breitenberger – stiano riscuotendo un grande successo.

La decisione dei fratelli di Giavera di diversificare la produzione aziendale è stata la chiave del loro successo. Produrre solo prodotto fresco, seppur biologico e di qualità, con tutti i rischi che ciò comporta ai fini della certezza del risultato, evidentemente non coincideva più con i nuovi e più ambiziosi obiettivi aziendali che, appunto, si proiettavano "oltre". Da qui, l'intuizione di trasformare la parte della produzione non commercializzabile (pezzi sottomisura, ecc.) in una serie di prodotti confezionati a base variabile di kiwi bio e concentrato di succo di frutta bio (uva, mele, pere, cocco, banane).

La particolarità dei frullati, succhi e marmellate Kiwiny, ma soprattutto il talento imprenditoriale dimostrato dai due fratelli di Giavera, hanno decretato in breve tempo il successo dell'azienda che, nel 2013, nei 10 ettari di proprietà ha prodotto 3.500 quintali di kiwi bio (altri 2.500 quintali sono stati acquistati presso altri piccoli produttori veneti). Sia il prodotto fresco bio che l'ampia gamma dei prodotti trasformati trovano oggi sbocco, oltre che nel mercato regionale e nazionale (10%), soprattutto nei mercati europei (80%), negli Stati Uniti e in Canada (10%), ma già alcuni mercati asiatici hanno mostrato interesse per la linea Kiwiny.

Un altro punto di forza dell'azienda trevigiana è stato quello di aver saputo investire in tecnologia nella realizzazione di una linea di calibratura e confezionamento kiwi di nuova generazione e di una grande piattaforma fotovoltaica. Quest'ultimo investimento ha permesso non solo di ridurre notevolmente gli alti costi energetici richiesti dalle linee di produzione ma, nel rispetto del concetto di "diversificazione dell'attività agricola", anche di poter cedere l'energia in surplus.

Inoltre, di grande importanza per lo sviluppo dell'azienda sono stati anche i contributi ottenuti attraverso il Programma di Sviluppo Rurale del Veneto 2007-2013 e altri programmi, compresi quelli europei (su tutti ricordiamo il Progetto "App4Inno" per il quale Veneto Agricoltura è Leader partner) che, complessivamente, hanno spinto i fratelli Breitenberger ad effettuare nel corso degli ultimi anni importanti investimenti.

Philipp e Manuel, assieme agli altri cinque dipendenti dell'azienda, guardano comunque già ai prossimi traguardi. Tra questi, alcuni nuovi prodotti che

<sup>5</sup> A cura di Veneto Agricoltura.



andranno ad arricchire la gamma Kiwiny e destinati alla linea babyfood. Un altro prodotto "top secret", che si sta testando in collaborazione con l'Università di Padova, sta già suscitando grande interesse tra gli operatori.

### Crescita sostenibile: il caso "ValleVecchia"

L'innovazione prende le mosse da un sogno o più semplicemente da un'idea. Punta a modificare lo status quo introducendo prassi e/o migliorie che permettono l'evoluzione o la rivoluzione della situazione precedente, costituendo un nuovo e più soddisfacente status quo. Questa affermazione è applicabile solamente alla vita quotidiana o all'azione imprenditoriale, o trova traduzione anche in attività sociali come quelle della gestione territoriale, agronomica ed ambientale? Ed i risultati attesi sono solamente di tipo produttivo e/o sociale, o scaturiscono effetti che si riversano positivamente ed inaspettatamente (ma neanche tanto) su settori apparentemente loro sghembi come le attività da reddito? La domanda è pleonastica, e comprenderemo il perché attraverso l'approfondimento del caso "ValleVecchia".

Il comprensorio agroambientale litoraneo di ValleVecchia, tra Caorle e Bibione (VE), si estende su circa 900 ettari, frutto di una delle ultime attività di bonifica, attorno agli anni '60, che avevano interessato a lungo nel secolo scorso tutto il Veneto orientale. E' oggi uno dei più importanti siti costieri della Rete Natura 2000 in Veneto; 750 di questi ettari sono di proprietà regionale, ed affidati alla gestione di Veneto Agricoltura. L'area si caratterizza per la presenza di un ecosistema a mosaico costituito da numerosi habitat sia prioritari che di specie rare e a rischio. L'Azienda regionale vi svolge anche attività di ricerca e sperimentazione di elevata importanza nel contesto agrario regionale.

I primi interventi di riqualificazione ambientale del comprensorio di ValleVecchia, sono iniziati nel 1994 con la conversione in bosco di 14 ettari di colture agrarie in prossimità della foce del canale Baseleghe. L'iniziativa, frutto di una collaborazione tra l'Esav ed Azienda regionale delle Foreste, enti in seguito confluiti in Veneto Agricoltura, ha dato inizio ad una vasta azione di riqualificazione dell'Azienda agricola Pilota Dimostrativa ValleVecchia, attuata in due successivi Programmi.

Il primo (1997-2003) è stato attuato in tre stralci esecutivi per una spesa totale di circa 7 milioni di euro,

finanziati su fondi CIPE, in collaborazione con la Regione Veneto ed il Consorzio di Bonifica Pianura Veneta tra Livenza e Tagliamento.

Si prevedeva innanzitutto la realizzazione di un canale delimitatore del bosco litoraneo e di un'area di sosta per gli automezzi dei visitatori diretti alla spiaggia con la posa di sbarre: iniziative quindi rivolte più alla gestione dei flussi dei visitatori e alla tutela dell'habitat costiero. Contestualmente sono però iniziate anche le opere di rinaturalizzazione, con la realizzazione di una prima zona umida di 30 ettari, la messa a dimora di filari e viali arborei lungo le principali strade sterrate, e l'estensione del bosco e delle siepi agrarie. Nel 1998, con il completamento dell'area di sosta è stata realizzata una prima rete di percorsi ciclabili oltre a strutture didattico-naturalistiche, un'ulteriore estensione di 60 ettari del bosco litoraneo, l'impianto di 8 km di siepi campestri e la formazione di una seconda zona umida di 19 ettari. Infine nel 2001, è stata completata la rete dei percorsi di visita, il centro visitatori e alcune strutture didattiche (altane e capanni di osservazione faunistica,; altri 40 ettari di bosco, 5 km di siepi campestri e l'allagamento di una terza zona umida di circa 15 ettari.

Con il secondo Programma (2005-2008) svolto nell'ambito dei fondi comunitari LIFE e Docup Ob 2 (quest'ultimi a regia regionale), Veneto Agricoltura ha realizzato sei stralci esecutivi per un totale di circa 5,7 milioni di euro. Al centro la regimazione del sistema idrico, attuata con la supervisione della Facoltà di Ingegneria idraulica e la collaborazione scientifica del Laboratorio di analisi dei sistemi ambientali sempre della Facoltà di Ingegneria di Padova per razionalizzare l'acqua dolce delle precipitazioni meteoriche, stoccandola in zone umide appositamente realizzate. Al centro della Valle è stato realizzato un ampio bacino, nel quale possono essere stoccati 150.000 mc d'acqua dolce che viene fatta transitare e sostare in aree di fitodepurazione di superficie, di circa un ettaro. Per favorire l'attività di osservazione ed il turismo naturalistico, le zone umide sono state dotate di cartellonistica informativa e didattica e di infrastrutture, come altane e osservatori, collegati da percorsi in parte schermati. Ciò per favorire le scolaresche e i birdwatchers, senza disturbare la fauna presente nei bacini, salvaguardando e incrementando così la biodiversità.

Un altro filone di interventi ha riguardato la gestione del turismo naturalistico: completamento della rete di





percorsi naturalistici e posa di tabelle didattiche, che forniscono ai visitatori informazioni sugli habitat e le specie ospitate, e realizzazione di un centro servizi ed informazioni a forma di Casone presso l'area di sosta della spiaggia e del Museo Ambientale di Vallevicchia (MAV). La biodiversità dell'area è testimoniata dalla continua segnalazione di specie nuove per la zona, osservate per la prima volta in Veneto, o addirittura in Italia (si tratta in questo caso soprattutto di lepidotteri), a testimonianza ancora una volta dell'importanza ambientale di Vallevicchia in tutto l'Alto Adriatico.

Al termine di un decennio di interventi di riqualificazione territoriale ed ambientale la superficie aziendale coltivata si è pressoché dimezzata, passando da circa 630 ettari a circa 320 ettari, con la messa a dimora di circa 300.000 piante. ValleVecchia ha quindi assunto le caratteristiche di area sperimentale, destinata a progetti pilota di agricoltura ecocompatibile, di utilizzo delle risorse idriche, di gestione del turismo naturalistico, di didattica delle scienze naturali, di ricerca naturalistica, cercando di perseguire obiettivi di sostenibilità nella gestione del turismo balneare, attuato quest'ultimo in forme alternative e meno impattanti nell'ambiente rispetto a quelle dei vicini centri di Caorle e Bibione. Un ulteriore tassello che impreziosisce una delle aree turistico-balneari più importanti d'Italia e che colma un vuoto nell'offerta turistica del territorio del Veneto orientale.

### Crescita inclusiva: Durello, storia antica e carattere moderno

Nel ricco e variegato panorama italiano dei vini spumanti, il Lessini Durello DOC, prodotto sulle colline tra Verona e Vicenza, sta conquistando uno spazio commerciale ed una visibilità di tutto rispetto. Un nome curioso, forse non abbastanza conosciuto ai più, che prende spunto da quello del vitigno. Un autoctono presente nel territorio fin dall'epoca preistorica, come testimoniano i ritrovamenti delle ampelidee fossili di Bolca e dell'alta Valle d'Alpone.

Il Durello è vigoroso, resistente alle malattie e capace di adattarsi a terreni di tipo argilloso, meglio se di origine vulcanica: il nome deriva proprio dalla durezza, ovvero l'acidità totale delle sue uve. La "tradizione" lo aveva impiegato perciò soltanto nella sua versione passita, ma questa acidità così spiccata, la corposità lunga e l'interessante persistenza hanno stimolato i cultori a cercare altre vie di espressione nel bicchiere. Così in Lessinia, il terroir del Durello,

territorio su cui insiste l'omonimo Parco naturale regionale, i produttori hanno cominciato a scoprirne una spiccata vocazione alla spumantizzazione, sia con il metodo Charmat che Classico.

Nel Veneto dominato dalle grandi denominazioni, questa piccola realtà sembra aver fatto le scelte giuste per crescere bene ed in fretta. Con il 2013 si chiudono i primi 25 anni della DOC del Lessini Durello: periodo in cui si è andata consolidando l'identità produttiva e la consapevolezza del valore originale della zona di produzione. In particolare, grazie alla lungimiranza dei produttori storici, nel 1998 è stato costituito il Consorzio di tutela il quale, con grande vitalità, ha intrapreso la politica dello sviluppo del marchio collettivo. Nel 2000 sono state modificate le regole produttive del vino allo scopo di tutelare al meglio i valori territoriali espressi dalla DOC, scegliendo di cambiare il nome della denominazione in Monti Lessini. In parallelo, le azioni del Consorzio e delle singole cantine, hanno permesso la crescita rapida e costante del valore del vitigno Durello. Così nel 2009, sulla base di una nuova analisi, viene richiesta un'ulteriore modifica del disciplinare produttivo, che diventa effettiva nel 2011. In pratica divengono due le tipologie di vino prodotte su queste belle colline vicentino-veronesi: il Lessini Durello DOC, che identifica i vini spumanti a base "durello", e il Monti Lessini DOC, che comprende invece i vini fermi, bianchi, rossi e passiti.

I dati danno oggi ragione alle scelte effettuate: in base all'analisi dei trend produttivi e di consumo del 2013 si evince che la DOC del Lessini Durello è proiettata verso le 700.000 bottiglie, con una crescita netta rispetto all'anno precedente di oltre il 14%. Un risultato importante, supportato sicuramente dall'introduzione del nuovo disciplinare di produzione "sdoppiato", che offre ulteriore identità alla tipologia Durello Spumante, vera punta di diamante della denominazione. A ciò si aggiunge l'intensa attività promozionale coordinata dal Consorzio, recentemente riconosciuto dal Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, in forza della sua rappresentatività, a svolgere erga omnes l'attività di promozione e tutela della DOC.

A questo punto però è necessario avere la lungimiranza di un'analisi della situazione che permetta di affrontare con determinazione le sfide all'orizzonte. Ed è certamente favorevole il fatto che questa denominazione insista su un'area ben circoscritta e solo collinare, e che vanta una marcata storicità. Va poi



## Progressi e prospettive per l'Agricoltura veneta

aggiunta la considerazione che accanto a due cantine sociali, che detengono l'80% della produzione, stanno crescendo numerose cantine imbottigliatrici; senza dimenticare l'innegabile interesse del mercato nei confronti di spumanti meno noti, rispetto alle "bollicine mainstream".

Ombre si allungano invece sul fatto che Durello è il nome del vitigno, e in quanto tale può essere piantato ovunque. Risulta perciò urgente attivare quelle iniziative volte a proteggere e tutelare il valore, attuale e potenziale, di questa fresca e promettente denominazione veneta.

## **Come riesce il Veneto a realizzare una tra le redditività medie d'Europa più alte?**

Gran parte della responsabilità di tale redditività proviene dalla presenza di specializzazioni particolarmente remunerative, quali l'allevamento di avicoli e suini, l'orticoltura e la frutticoltura. E sebbene la maggior parte delle aziende venete sia specializzata in seminativi, che in termini di redditività realizza il valore medio per azienda più basso, e le redditività aziendali risultino ancora molto squilibrate, con la maggior parte del reddito prodotto in mano a poche grosse aziende specializzate ed una miriade di piccole aziende che fatica a tenere il passo, è anche vero che anche per queste ultime si profila un ruolo di grande importanza per l'approvvigionamento alimentare, per il presidio del territorio e per la tutela della biodiversità, con la grande opportunità di aggiungere al reddito agricolo quello proveniente da buone pratiche di multifunzionalità, in grado di aumentare il valore aggiunto delle produzioni agricole locali.

## **Gli scenari internazionali cambiano rapidamente: quanto è importante affidare le nostre produzioni agroalimentari all'export?**

Se è vero che il contesto internazionale è in rapida evoluzione ed è difficile prevederne gli esiti a lungo termine, è vero anche che i nostri prodotti di qualità sono ormai conosciuti in ogni angolo del mondo, tanto da risultare i più imitati e contraffatti in assoluto: oltre alla tutela delle nostre denominazioni, quindi, è necessaria una accurata opera di divulgazione culturale dei prodotti italiani e veneti, indissolubilmente legati ad un territorio, una tradizione, una storia ed una cultura. Infatti se è il vino il nostro porta bandiera, esistono una miriade di prodotti ancora sottovalutati perché non adeguatamente noti, potenzialmente in grado di essere una grande fonte di reddito anche per quelle piccole aziende non in grado di affrontare da sole i mercati esteri.

Standard Output  
medio (euro per  
azienda) nel 2010:  
**Ue 27:** 25.450;  
**Italia:** 30.514;  
**Veneto:** 46.117

Esportazioni  
agroalimentari  
(miliardi di euro) nel  
2013 e variazione %:  
**Italia:** 33,4 miliardi  
e +4,8%; **Veneto:**  
5,1 miliardi e +6,1%

Fatturato alla  
produzione dei  
prodotti a DO  
(miliardi di euro) nel  
2012 e variazione %:  
**Italia:** 6,9 miliardi e  
+1,2%; **Veneto:** 0,5  
miliardi di euro e  
+8,8%

Variazione %  
consumi di  
prodotti biologici  
confezionati nel  
2012:  
**Italia:** +7,3%;  
**Nord-Est:** +10,2%