

Il tema: energie



Sfruttando l'occasione della 34 esima esposizione universale, che per la seconda volta nella storia si svolge a Milano, dal tema "Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita", tratteremo in questo capitolo le Energie che il Veneto ogni giorno mette in campo per soddisfare le esigenze collegate alla nutrizione.

La nostra regione infatti produce cibo, tramite una articolata filiera agroalimentare dal campo alla tavola, che produce ricchezza, occupa persone e risorse, genera vere e proprie aree di specializzazione alimentare e crea alimenti di alta qualità, certificata tramite l'apposito sistema di denominazione europea.

La nostra regione inoltre esporta il cibo che produciamo in tutto il mondo, in una crescita che non conosce sosta nell'ultimo decennio, con apprezzamenti tali che rendono il Veneto regione leader per numerosi prodotti, primo tra tutti il vino. Il cibo prodotto è anche una irresistibile forma di attrazione per i milioni di turisti che ci visitano ogni anno e che, oltre ad apprezzare le meraviglie storiche, geografiche e culturali della nostra terra, ne sanno gustare anche i prelibati prodotti alimentari.

La nostra regione, infine, consuma cibo, attraverso il nostro stile alimentare che in un mondo sempre più propenso alla globalizzazione soffre delle medesime problematiche di tutti i paesi occidentali: dallo spreco alimentare alle ripercussioni sulla salute della popolazione, soprattutto a causa di un crescente rischio di sovrappeso e obesità



Energia per la vita



3. Energia per la vita

EXPO Milano 2015 è l'Esposizione Universale che l'Italia ospita dal 1° maggio al 31 ottobre 2015 e si identifica come il più grande evento mai realizzato sull'alimentazione e la nutrizione. "Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita" è il suo tema portante e quello scelto per il Rapporto Statistico di quest'anno ne è una naturale declinazione: le Energie. Intese sia come quelle forze che dovranno essere impegnate per rimettere in moto il Paese dopo un lungo settennio di crisi, sia come quelle generate dall'inventiva, dall'imprenditorialità, dall'innovazione e dalla ricerca estesa a tutti i campi umani.

L'EXPO di Milano si presenta come il luogo dove tutti i Paesi del mondo si incontrano e si confrontano sugli obiettivi di sviluppo e crescita della presenza umana sul pianeta, nel tentativo di dare una risposta concreta a un'esigenza vitale: riuscire a garantire cibo sano, sicuro e sufficiente per tutti i popoli, nel rispetto del Pianeta e dei suoi equilibri. Si tratta di un'opportunità di riflessione sulla storia dell'uomo e sulla produzione del cibo sotto tutti i punti di vista, dalla conservazione e valorizzazione delle tradizioni e della memoria alimentare, alla ricerca di nuove tecnologie.

Il cibo in mostra a EXPO 2015 vale 34,7 miliardi di euro per l'Italia. In particolare, sono 52 i paesi principali da cui importiamo l'83% dei cibi che compriamo all'estero. Quanto alle nostre esportazioni, il risultato è analogo: i paesi partecipanti sono destinatari di circa l'80% del nostro business agroalimentare all'estero (metà del quale, però, è nelle mani di soli cinque paesi: Germania, Francia, Stati Uniti, Regno Unito e Svizzera).

In questo capitolo analizzeremo le principali tematiche coinvolte dal tema di EXPO, declinate con riferimento alla nostra regione: dagli eventi tematici che si svolgono durante i sei mesi dell'esposizione all'altissima qualità dei cibi qui prodotti, dalla filiera agroalimentare al turismo enogastronomico e agli stili alimentari più diffusi.

3.1 L'EXPO 2015: tra tradizione e futuro

Riproponendo la struttura urbanistica delle città romane, il sito espositivo di EXPO 2015 si sviluppa su un reti-

colo ortogonale, i cui due assi principali sono costituiti dal "Cardo" e dal "Decumano" che attraversa l'intero sito in senso est-ovest, con una larghezza di 35 m e uno sviluppo di circa 1,5 km. Ogni 20 metri sorgono, su entrambi i lati, i padiglioni dei Paesi partecipanti. Il "Cardo", viceversa, è orientato lungo l'asse nord-sud e presenta una lunghezza di circa 350 metri. Lungo i suoi lati si trovano gli spazi dedicati all'Italia e alla UE. Nel punto di incrocio fra le due direttrici è situata Piazza Italia, luogo simbolo dell'incontro tra il nostro Paese e il mondo. L'area espositiva si estende per 1,1 milioni di metri quadri, occupati da 143 Paesi, varie Organizzazioni internazionali e diverse aziende. Sono attesi più di 20 milioni i visitatori durante i sei mesi di apertura. Lungo il Cardo, il Padiglione Italia mette in mostra le eccellenze italiane: la cultura e le tradizioni nazionali legate al cibo e all'alimentazione, caratterizzate dall'alta qualità delle materie prime e dei prodotti finali. Il concetto ispiratore è quello dell'Italia come Vivaio di Energie Nuove, nido del futuro, ricco di passato, ma non malinconico museo delle proprie grandezze. La mostra dell'Identità Italiana è il cardine espositivo del Padiglione ed è interamente dedicata ai territori che hanno partecipato al suo progetto culturale e artistico.

Sono state raccontate le quattro "Potenze Italiane" con l'aiuto delle 21 Regioni e Province autonome:

- La Potenza del Saper Fare: 21 personaggi raccontano storie di professionalità applicata degli italiani, in arte e manualità, che hanno trovato soluzioni facendo impresa;
- la Potenza della Bellezza: ci sono 21 panorami e 21 capolavori architettonici che raccontano la bellezza dell'Italia;
- la Potenza del Limite: qui ci sono 21 storie di impresa agricola, agroalimentare, artigianale che raccontano la più specifica delle grandezze italiane, la capacità di esprimere il meglio di noi nelle circostanze più proibitive, di coltivare vigneti di eccellenza su cucuzzoli aridi e non meccanizzabili, la potenza più vicina alla virtù del limite;
- la Potenza del Futuro viene raccontata attraverso un Vivaio di 21 piante rappresentative delle Regioni che richiama la Piazza del Campidoglio a Roma, dove Michelangelo creò il mosaico dell'armonia rinascimentale. Dal mosaico si leva un grande Albero, l'Albero della Vita, una struttura di acciaio e legno, alta 37 metri, con 25 metri di apertura, collocata al centro della Lake Arena.



Lungo il Cardo Nord-Ovest, le Regioni Italiane espongono, per un minimo di una settimana e un massimo di sei settimane, la lettura delle quattro potenze: le loro eccellenze agricole, turistiche, enogastronomiche, ma soprattutto il loro pensiero e la loro azione sul Tema di EXPO Milano 2015. Ognuna ha a disposizione due grandi locali (una biblioteca e un convivio), dove esprimere il proprio sapere e il proprio fare.

Nel Cardo Sud-Ovest vengono mostrati il concetto di filiera corta e quello, conseguente, di sostenibilità dello sviluppo. Qui la più grande organizzazione agricola italiana ed europea esprime l'eccellenza delle filiere di prodotto della dieta mediterranea, il vero dono dell'Italia al mondo.

Nel Cardo Nord-Est è dato spazio all'eccellenza del vino. Il Padiglione del Vino, curato da Vinitaly propone al piano terra la conoscenza sensoriale del prodotto fino a produrre un'immersione del visitatore, che al piano superiore assaggerà il sistema dei vini italiani. All'interno del Padiglione Italia, nel Cardo Nord-Est, si trova quello dell'Unione Europea, che ha voluto essere ospite dell'Italia, incentrato sul tema "Coltivare insieme il futuro dell'Europa per un mondo migliore". Sostenibilità ambientale, salute, crescita, occupazione, ricerca e innovazione sono le maggiori tematiche attorno a cui ruotano gli eventi del padiglione: particolare visibilità è data ai risultati dei progetti di ricerca innovativi nel settore agroalimentare, con l'obiettivo di dare al visitatore una maggiore consapevolezza dei risultati conseguiti dalla UE negli ultimi cinquant'anni e delle sfide principali che affronterà nei prossimi decenni sulle tematiche di EXPO Milano 2015. Il padiglione offre la visione e la degustazione dell'alimento comune a tutti i cittadini europei, il pane.

Il Veneto a EXPO...

Tra le regioni presenti a Milano figura ovviamente il Veneto, con le sue bellezze, i suoi prodotti, le sue eccellenze.

"Veneto Mondo Novo, il sapore antico dell'innovazione": è questo il claim scelto dal programma del Veneto per EXPO 2015, un Veneto immaginato già da Giandomenico Tiepolo nel suo dipinto "Mondo Novo", un Veneto oggi sempre più dinamico nell'evoluzione del settore primario, capace di valorizzare le biodiversità e i prodotti di nicchia in campo agroalimentare. EXPO 2015 rappresenta una sfida e insieme una splendida opportunità per le imprese del territorio e la regione intera: la possibilità di

ospitare milioni di visitatori provenienti da tutto il mondo, un'occasione per incontrare le Delegazioni Internazionali dei Paesi di maggiore interesse e per presentare al mondo le doti di eccellenza, ricchezza, saper fare e innovazione, insieme alla grande tradizione storica della nostra regione. Tantissimi gli appuntamenti previsti per EXPO, non solo nei padiglioni espositivi a Milano in cui la nostra regione sarà ospitata, ma soprattutto in Veneto. Quattro i filoni principali individuati per raggruppare il ricchissimo programma di iniziative: Green Nature è il contenitore ideale per le iniziative legate all'ecologia e alla sostenibilità ambientale; Blue Flag riunisce i grandi incontri con le Delegazioni Internazionali e i B2B di ricerca e internazionalizzazione; Yellow Line è il filone tematico dei progetti di educazione alimentare e prevenzione allo spreco pensati soprattutto per le giovani generazioni; Red Carpet il calendario di mostre e proposte culturali della nostra regione.

All'interno del Padiglione Italia la Regione del Veneto sarà presente nella settimana dal 2 all'8 ottobre, in uno spazio espositivo suddiviso in due aree distinte: da una parte l'area del "fare", sviluppata concettualmente seguendo superfici orizzontali, con tavoli di socialità e di lavoro per workshop, incontri e presentazioni; dall'altra l'area del "sapere", sviluppato su superfici verticali, che trasmette il messaggio emozionale dello slogan di Veneto per EXPO, il Mondo Novo rappresentato da ville venete, coltivazioni e produzioni enogastronomiche d'eccellenza della regione.

Le stesse quattro potenze italiane sono rappresentate a Milano anche per il Veneto attraverso testimonial del "saper fare", documentari sulla "bellezza" del patrimonio naturale, artistico ed architettonico, la ricerca scientifica finalizzata al superamento degli attuali "limiti" e il Giardino della Biodiversità che racconta la biodiversità agraria e la sua evoluzione verso il "futuro".

Il progetto per la creazione del Giardino della Biodiversità conta anche sul supporto tecnico e scientifico dell'Orto Botanico di Padova, il più antico al mondo. All'interno del Giardino ogni regione italiana è rappresentata da una pianta tipica. L'Italia, con le sue 380 varietà, risulta essere la detentrica del maggior numero di vitigni al mondo e il Veneto vanta una posizione di spicco grazie a 25 varietà tipiche. Il vino è uno dei prodotti tipici che meglio distinguono il Vene-

to, riflettendone sfumature, virtù, sapori e colori; una coltivazione, quella della vite, che ha radici antiche. La presenza del Veneto ad EXPO 2015 si è concretizzata in questi mesi anche tramite il lavoro di decine di aziende fornitrici ed espositrici, di progettisti e creativi, di partner istituzionali, di sponsor provenienti dalla nostra regione. Per quanto riguarda le aziende venete che hanno contribuito alla realizzazione del sito espositivo di Milano va ricordato che esse hanno avuto ruoli di prim'ordine. Accanto alle grandi commesse ci sono state anche molte forniture medio-piccole. Anche relativamente ai progettisti, il Veneto ha fornito un grande apporto, basti pensare alle vele di copertura del Decumano, al coordinamento delle opere civili, alla progettazione dei tendaggi e del verde, a quella dei movimenti terra e della parte stradale. Per quanto riguarda i partner e gli sponsor la Regione del Veneto è presente con uno spazio all'interno del Padiglione Italia, mentre l'Università di Padova ha offerto un supporto tecnico e scientifico all'area dedicata alla biodiversità. Importanti marchi veneti hanno prestato il loro nome quali sponsor ufficiali della manifestazione.

...e l'EXPO in Veneto

Il Veneto ha un'antica tradizione di apertura ai rapporti con l'estero, grazie ai quali ha potuto sviluppare una civiltà evoluta e un forte sistema economico. EXPO 2015 costituisce quindi un'importante occasione per promuovere l'incontro tra le realtà istituzionali, economiche e culturali del Veneto con quelle dei Paesi che partecipano al grande evento, rafforzando così i rapporti di collaborazione già esistenti, nonché favorendo l'avvio di nuove relazioni. Un ricco programma di iniziative e manifestazioni è stato organizzato per dare un significato concreto alla partecipazione a EXPO e per attirare sul territorio regionale delegazioni e rappresentanti di quelle numerose realtà estere che sono interessate a rapportarsi con il Veneto. Ci aspetta quindi un 2015 denso di visite nel Veneto di delegazioni da tutti i Paesi del mondo, con l'obiettivo di trasformare gli incontri in momenti per sviluppare e consolidare la conoscenza reciproca, di modo che, anche oltre l'EXPO, si possa dare corso a nuove significative relazioni per le molteplici realtà del nostro territorio. La comunicazione si basa sul brand "Veneto Mondo Novo", in cui la villa veneta, patrimonio artistico senza eguali e laboratorio di ingegno agronomico sul territorio, è al centro della co-

municazione della Regione. La civiltà delle ville che si sviluppò attorno ad essa tra Cinquecento e Seicento è infatti un fulgido esempio di come l'innovazione, in ogni epoca, rappresenti la strada da percorrere. Un Veneto spettacolare e moderno, dinamico nell'evoluzione del settore primario, capace di valorizzare le biodiversità e i prodotti di nicchia, dalla ricerca scientifica al campo coltivato. Si parte quindi dalla villa veneta, a rappresentare da un lato l'indubbio valore architettonico, l'armonia delle forme classiche, dall'altro la sua funzione originale di fattoria efficiente. Due sono i più rilevanti luoghi espositivi nel Veneto: Villa Contarini a Piazzola sul Brenta e il Padiglione AQUAE2015 a Marghera.

Il primo è rappresentato da Villa Contarini di Piazzola sul Brenta, di proprietà regionale, affascinante porta d'ingresso sia ai percorsi culturali sia all'incontro con le Delegazioni Internazionali in visita nella nostra regione: la splendida struttura è il punto di riferimento culturale strategico individuato dalla Regione per EXPO. La Villa, in questa occasione, rappresenterà l'immagine di un affascinante modello economico e architettonico, ancora attuale e unico nel suo genere. L'obiettivo è anche quello di contribuire a far crescere il segmento del turismo culturale legato alle città d'arte del Veneto e di far conoscere l'immenso patrimonio delle oltre 4.000 ville che punteggiano il nostro territorio. Arte, cibo e spettacolo saranno tre ingredienti del ricco calendario di appuntamenti in programma, insieme a B2B, networking d'altissimo livello e workshop aziendali con le Delegazioni estere.

Il secondo spazio espositivo è costituito dal Padiglione AQUAE2015, allestito da EXPO Venice s.p.a., 14.000 metri quadrati di area espositiva e 35.000 metri quadrati di verde. Il nuovo e imponente padiglione, costruito a ridosso dell'area Vega2 a Marghera come vero e proprio padiglione-satellite di EXPO Milano, è vetrina e laboratorio per la ricerca e l'innovazione scientifica, centro esclusivo all'avanguardia per eventi culturali, percorsi degustativi ed espositivi, conferenze multidisciplinari, spettacoli serali, workshop e congressi a tema "acqua". AQUAE Venezia 2015 ospitata all'interno del padiglione, unica esposizione collaterale ufficiale alla Grande Esposizione di Milano, racconta in modo esperienziale e interattivo il ruolo dell'"oro blu" per la vita, l'industria e l'alimentazione, e la fondamentale interrelazione per il futuro tra acqua, uomo e Pianeta e consente un viaggio nelle



meraviglie degli abissi e alla scoperta dei sapori del mare. L'esposizione si propone anche come affascinante percorso tra sapori e culture culinarie di tutto il mondo, con una connotazione etnica diversa per ogni mese di EXPO. La sezione "Water Food World" prevede cooking show, corsi di cucina, ristoranti e isole del gusto, in cui il cibo principe sarà ovviamente il pesce; alle attività rivolte al grande pubblico si affiancano anche approfondimenti scientifici promossi da partner. Dopo il semestre di EXPO il padiglione diventerà il fulcro del nuovo Polo Espositivo e Fieristico di Venezia, grazie alla sinergia con il Parco Scientifico Tecnologico VEGA e l'Università Ca' Foscari.

Oltre alle due sedi espositive, il Veneto vede un EXPO diffuso sul territorio anche grazie al roadshow itinerante Mondo Novo, affascinante vetrina dei prodotti tipici locali, uno spazio espositivo che porterà in molte città del Veneto i migliori prodotti tipici del territorio e la proiezione di 10 video-pillole per raccontare la storia e la proposta di qualità delle nostre filiere agro-alimentari. Con il festival dal respiro internazionale Vino in Villa si vuole far conoscere il territorio d'origine di due prodotti tra i più conosciuti e invidiati al mondo, il Prosecco Superiore DOCG e il Valpolicella, e insieme rendere fruibile l'intero distretto produttivo, il suo sistema di accoglienza e l'offerta enogastronomica e culturale della regione grazie ad eventi e appuntamenti nei sei mesi di EXPO. A testimoniare l'impegno della Regione per il turismo sostenibile, il progetto strategico "Green Tour, Verde in Movimento" vuole rappresentare un esempio vincente di turismo "lento" e attento all'ambiente circostante, per vivere anche l'ospitalità legata alla storia e alle tradizioni dei nostri paesaggi; anche l'Orto Botanico di Padova e i Parchi saranno interessati da iniziative ed eventi, a testimonianza della straordinaria bellezza e ricchezza floristica del nostro territorio. Tre i progetti di educazione alimentare che coinvolgono le scuole, per sensibilizzare e informare i giovani sul consumo responsabile, la riduzione dello spreco e la corretta alimentazione: Smartfood, Controconsumo e il Festival delle Scuole di Ristorazione, che quest'anno prevede un'edizione speciale a Milano. La cultura va in scena all'Arena e alla Biennale, alla Fenice e al Teatro Stabile del Veneto. Il tradizionale Festival delle Ville Venete quest'anno prevede eventi per l'intera durata di EXPO e ha come punto di partenza Villa Contarini, sede di altre due esposizioni. Workshop, B2B ed appuntamenti con le Delegazioni Internazionali sono invece un'occasione

unica di networking per le nostre aziende e imprese grazie alla partnership strategica con il China Corporate United Pavilion e ai progetti Destinazione Veneto, EXPO is now ed Exponiamo il Veneto.

La "Carta di Milano"

Il cibo è "un diritto fondamentale": è questo il postulato di base della Carta di Milano, l'ambizioso manifesto di EXPO 2015. La Carta è l'esito di un percorso sviluppato con gli incontri delle "Idee di EXPO" e 41 tavoli di lavoro tematici per la lotta agli sprechi e gli investimenti nella ricerca. Sui suoi principi e contenuti si sono confrontati i massimi esperti del mondo accademico e i rappresentanti delle istituzioni nazionali e internazionali: essa rappresenterà la prima grande eredità culturale di EXPO. Molto più che una dichiarazione conclusiva, la Carta vuole rappresentare una serie di impegni e il 16 ottobre verrà consegnata al Segretario Generale dell'ONU Ban Ki-moon per l'aggiornamento degli Obiettivi del Millennio dell'ONU. È la prima volta che, nella lunga storia delle Esposizioni Universali, viene proposta una carta di responsabilità globale valida per tutti. Come strumento di partecipazione consapevole, la prima grande sfida che essa si propone è infatti quella di rappresentare un impegno universale, valido e concreto per ogni singolo cittadino, responsabilizzando ciascuno sulle importanti questioni del diritto al cibo e della sostenibilità. Non solo governi, associazioni e istituzioni, ma anche tutti i visitatori saranno invitati a sottoscrivere, assumendosi in prima persona un impegno concreto e trasformandosi in veri e propri "ambasciatori del cibo". Le questioni fondamentali trattate sono lo spreco alimentare, le pratiche per ridurre le disuguaglianze, la sicurezza dei prodotti e l'agricoltura sostenibile, al fine di vincere le cinque sfide del nostro millennio: la malnutrizione, la denutrizione, la gestione delle risorse naturali, lo spreco alimentare e quello dell'acqua.

Quali sono i modelli economici e produttivi in grado di garantire uno sviluppo sostenibile? Quali le migliori pratiche e tecnologie capaci ridurre le disuguaglianze? Come riuscire a considerare il cibo non solo come fonte di nutrizione ma simbolo di identità culturale? La Carta di Milano, come luogo di incontro e impegni, invita a muoversi verso i grandi obiettivi del nuovo Millennio che, per il nostro paese sono particolarmente significativi: la storia che ci caratterizza sul versante dell'agricoltura e dell'alimentazione ci può vedere infatti protagonisti anche in questa nuova sfida.

3.2 I prodotti a denominazione d'origine¹

L'Italia vanta una tradizione secolare per i cibi e le bevande di qualità, in parte grazie ai favori climatici di cui gode e che favoriscono un'agricoltura molto varia e di altissima qualità, in parte in virtù dell'ingegnosità, della fantasia e dell'amore per il buon vivere dei suoi abitanti.

Prova ne è che figuriamo sui podi di numerose classifiche europee e mondiali: siamo i primi produttori al mondo di pasta, secondi produttori di vino al mondo dietro la Francia, tra i primi produttori europei di numerosi prodotti ortofrutticoli; inoltre molti dei nostri prodotti agroalimentari non hanno rivali sui mercati internazionali (pasta, conserve di pomodori, radicchio, aceto, olio, vini), prodotti per i quali il nostro Paese vanta fra le maggiori quote di mercato mondiale, e la lista potrebbe continuare.

L'Italia, inoltre, è il primo Paese europeo per numero di aziende certificate ad agricoltura biologica e secondo, dietro la Spagna, per superficie investita. Siamo inoltre primi per la superficie investita ad ortaggi e per l'allevamento di ovini a certificazione biologica. Il Veneto contribuisce in maniera decisiva a questo successo, dal momento che risulta primo produttore italiano, in qualità e quantità, di numerosi prodotti agroalimentari, quali mais, soia, radicchio, vino e inoltre per gli allevamenti di avicoli e di conigli. Analogamente per le esportazioni il Veneto si aggiudica la medaglia d'oro per il valore esportato di vino, pesce fresco, orticole e prodotti per l'alimentazione degli animali, oltre che a meritarsi il podio per numerosi altri prodotti. Il Veneto, infine, è la prima regione italiana quanto ad aziende certificate biologiche di acquacoltura.

Tutto questo concorre a creare valore aggiunto e redditività per le aziende agricole, alle prese con una rivoluzione agricola che ne sta rivedendo il ruolo tradizionalmente legato alla produzione di beni alimentari. L'agricoltura intensiva, che ha caratterizzato la seconda metà del XX secolo, è stata finalizzata alla massimizzazione produttiva per rispondere al crescente fabbisogno alimentare, ma ha anche contribuito in modo significativo al degrado ecologico e ambientale. Questi "effetti collaterali", propri dell'agricoltura avanzata nei paesi occidentali, hanno portato alla crisi del modello produttivista. Dagli anni

'80 in poi si è quindi avvertita la crescente necessità di spostare l'attenzione e le risorse verso un'agricoltura più sostenibile, orientata alla qualità e rispettosa dell'ecosistema naturale.

Oggi l'economia globalizzata e la crescente integrazione dell'agricoltura nell'economia rurale assegna alle aziende agricole una molteplicità di ruoli e funzioni. Oltre alla finalità principale di produrre alimenti vengono riconosciute importanti funzioni turistiche, sociali, di tutela del territorio e di intermediazione nella conoscenza. Con il nuovo millennio non è pertanto azzardato affermare che il settore primario sta vivendo una nuova fase evolutiva: la transizione da agricoltura industriale a una nuova agricoltura fornitrice di servizi.

La diversificazione è lo strumento che consente di attuare e rendere operativa la richiesta di multifunzionalità in agricoltura per rispondere ai nuovi bisogni della società. La multifunzionalità è in grado di connettere l'agricoltura con le nuove richieste della collettività, affiancando alla produzione di beni alimentari un'ampia gamma di servizi e ricercando una soluzione efficiente di compromesso tra gli obiettivi strettamente produttivi e quelli socio-ambientali.

Si è quindi sviluppata la coltivazione di prodotti agricoli che rispondono alle esigenze di salubrità e qualità degli alimenti (agricoltura biologica e prodotti a denominazione di origine), che vengono veicolati in maniera diretta per soddisfare la richiesta di una maggior conoscenza dei prodotti, della loro provenienza e del metodo di coltivazione (filiera corta, vendita diretta). Inoltre la produzione può essere estesa anche a beni non alimentari (energia elettrica, biogas, ecc.) e servizi extra-agricoli: dal turismo rurale e all'agriturismo, alle fattorie didattiche e sociali.

Non è certo un caso se oltre un prodotto su 5 a denominazione di origine è italiano e se, anche per il 2014, il nostro Paese ne vanta il più elevato numero al mondo, con ben 269 prodotti, 8 prodotti in più rispetto al 2013. Seguono a distanza Francia (219) e Spagna (180).

Fra questi prodotti, in cui figurano 161 DOP, 106 IGP e 2 STG, il comparto con la numerosità più elevata è di gran lunga quello ad ortofrutta e cereali, seguito dal comparto dei formaggi e da quello degli olii.

Territorialmente queste eccellenze coinvolgono tutte le regioni italiane, sebbene la palma vada all'Emilia Romagna con 41 prodotti, seguita a ruota dal Veneto (36 prodotti) e poi dalla Lombardia (31).

¹ Sono comprese DOP (denominazione di origine protetta), IGP (indicazione geografica protetta) e STG (specialità tradizionale garantita).



Tab. 3.2.1 - Fatturato (milioni di euro) al consumo sul mercato nazionale, Produzione (t e 000 litri) ed Export (milioni di euro) delle DOP e IGP italiane. Anni 2012 e 2013

	Fatturato			Produzione			Export		
	2012	2013	var. %	2012	2013	var. %	2012	2013	var. %
Formaggi	4.966,9	4.782,9	-3,7	470.677	471.682	0,2	1.271,9	1.342,4	5,5
Prodotti carne	3.257,9	3.187,1	-2,2	192.465	193.349	0,5	400,4	417,4	4,2
Ortofrutta e cereali	664,7	556,7	-16,2	546.532	508.033	-7,0	167,5	194,1	15,9
Aceti balsamici	177,4	191,9	8,2	73.827	73.145	-0,9	376,1	373,0	-0,8
Oli di oliva	74,6	74,4	-0,3	10.989	11.217	2,1	52,8	53,7	1,7
Carne fresca	58,8	61,8	5,1	11.965	13.690	14,4	2,9	4,4	51,7
Altri	3,3	3,1	-6,1	1.151	1.114	-3,2	0,1	0,1	0,0
Totale	9.203,7	8.858,0	-3,8	-	-	-	2.271,7	2.385,1	5,0

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

Anche per il 2013 si conferma l'elevato grado di concentrazione dei fatturati al consumo interno, che vede i primi 10 prodotti accaparrarsi oltre l'80% del totale: fra questi, i primi 3 (Grana Padano, Parmigiano Reggiano e Prosciutto di Parma) totalizzano oltre la metà del fatturato realizzato in Italia, pari per il 2013 a 8,9 miliardi di euro ed in calo del 3,8% rispetto all'anno precedente, a causa soprattutto del perdurare della crisi dei consumi interni.

Di segno opposto la variazione per quanto riguarda il fatturato realizzato all'estero, che per il 2013 si attesta a 2,4 miliardi di euro, pari a 5 punti percentuali in più rispetto all'anno precedente. I best sellers sono Grana Padano, Parmigiano Reggiano ed Aceto balsamico di Modena: anche in questo caso si manifesta un'elevata concentrazione dei fatturati in pochi prodotti, dal momento che i primi 3 realizzano quasi il 60% del valore esportato totale.

L'Italia è il primo paese europeo per numero di prodotti DOP e IGP

Con le sue 36 denominazioni d'origine il Veneto, quindi, si pone sul secondo gradino del podio tra le regioni italiane: fra queste troviamo 17 prodotti ortofruttili (fra cui Radicchio di Treviso, Ciliegia di Marostica, Aglio bianco polesano, Asparago di Cimaadolmo, Insalata di Lusia, ecc.), 8 formaggi (Grana padano, Asiago, Piave, Casatella trevigiana, ecc.), 7 preparazioni di carni (Soppressa vicentina, Prosciutto Veneto Berico-Euganeo), 2 Olii extravergine, il Miele delle Dolomiti bellunesi e la Cozza di Scardovari.

Un po' di Veneto è presente in testa alla classifica dal momento che il Grana padano viene prodotto in ben 5 delle nostre province, inoltre nei primi dieci prodotti più venduti in Italia ne rientra anche uno totalmente veneto: il formaggio Asiago DOP. Il prestigio di cui godono i nostri prodotti DOP e IGP è dovuto in gran parte alle produzioni di nicchia e di alta qualità che vedono tra le proprie fila prodotti unici al mondo e che coinvolgono in tutto il Veneto quasi 5.000 tra produttori e trasformatori, oltre 4.000 ettari di superficie coltivata, centinaia di migliaia di capi di bestiame per un giro d'affari alla produzione di circa mezzo miliardo di euro.

La nostra Regione ha identificato un'ulteriore certificazione per sancire la qualità dei prodotti veneti: il sistema di qualità è stato istituito con la legge regionale n. 12/2001 "Tutela e valorizzazione dei prodotti agricoli e agroalimentari di qualità", per qualificare le produzioni agroalimentari e offrire maggiori garanzie ai consumatori. L'esito è stato la nascita del marchio regionale "Qualità Verificata" (QV), che certifica i prodotti agricoli e alimentari ottenuti in conformità ai disciplinari di produzione della legge.

Il marchio è di colore verde per i prodotti vegetali, rosso per le carni, blu per quelli di acquacoltura e azzurro per i prodotti lattiero-caseari. Tale dicitura è una garanzia di qualità per il consumatore nei confronti del prodotto che acquista, garantendogli anche l'assoluta tracciabilità dei prodotti. La certificazione è volontaria e viene riconosciuta dalle istituzioni pub-



bliche a quei prodotti di qualità superiore rispetto a quelli ottenuti con le normali tecniche di produzione. Sull'intero territorio nazionale insistono poi i cosiddetti PAT, ovvero i Prodotti Agroalimentari Tradizionali: ad oggi sono 4.723, appartenenti alle principali categorie (bevande, carni e frattaglie, formaggi, prodotti vegetali, prodotti da forno, prodotti di origine animale, pesci e molluschi, grassi) e sono prodotti per i quali i metodi di lavorazione, conservazione e stagionatura vengono praticati all'interno di un determinato comprensorio, seguendo regole tradizionali, protratte nel tempo per un periodo non inferiore ai 25 anni. Per il Veneto sono ben 371 i prodotti che possono fregiarsi di questa denominazione: è da questo bacino che proverranno le future DOP e IGP.

Il vino

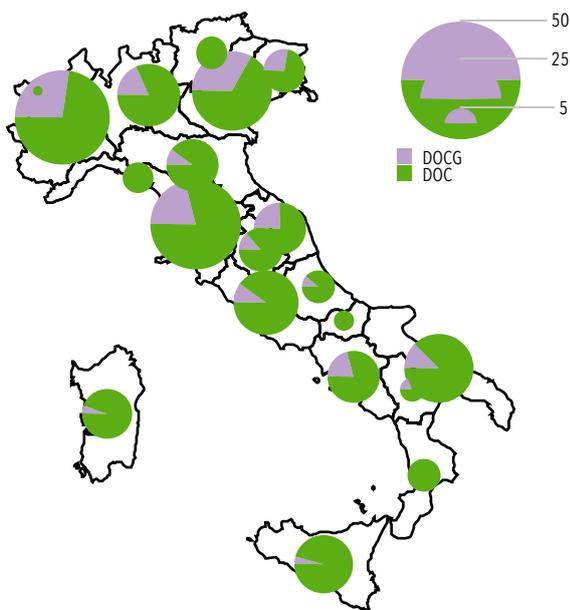
Il vino merita una menzione a parte quanto alle sue denominazioni di origine: all'interno delle DOP rientrano sia i vini a DOCG che a DOC, che in Italia ammontano rispettivamente a 73 e a 332 prodotti differenti, per un totale di 405 vini. Con 42 denominazioni di origine protetta il Veneto si piazza al terzo posto nel podio italiano, dietro a Piemonte (58) e Toscana (52).

Veneto primo produttore di vino d'Italia

Le Indicazioni Geografiche Protette (IGP) ammontano a 118 in Italia, di cui dieci in Veneto; le regioni con più denominazioni in assoluto sono la Sardegna e la Lombardia, rispettivamente 15 a testa.

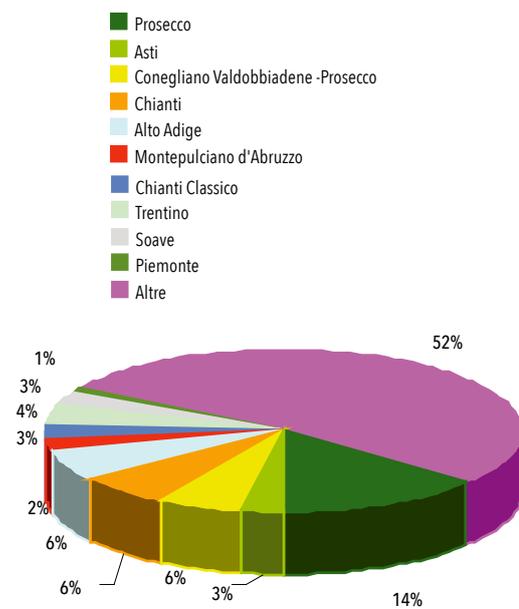
La produzione certificata DOP per il 2014 in Italia è stata pari a 13,3 milioni di ettolitri, per un valore economico che sfiora i 2 miliardi di euro. Tra le prime 10 denominazioni più produttive e più remunerative troviamo ben 3 DOP venete: al primo posto la DOP Prosecco con quasi il 14% del totale del valore italiano, al terzo la DOP Conegliano-Valdobbiadene Prosecco con il 5,7% del totale nazionale ed infine la DOP Soave con il 2,5%. Quanto alle IGP, gli 8,5 milioni di ettolitri certificati nel 2014 hanno prodotto una ricchezza di quasi 700 milioni di euro: anche in questo caso il Veneto si rivela protagonista con la IGP "delle Venezie", in condivisione con Friuli e provincia di Trento, che si accaparra quasi il 23% del valore economico, la IGP Veneto con il 14% del valore totale ed un'ulteriore IGP "Vigneti delle Dolomiti", in condivisione con Trento e Bolzano, con il 4% del totale.

Fig. 3.2.1 - Numero DOCG e DOC per regione. Anno 2014



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

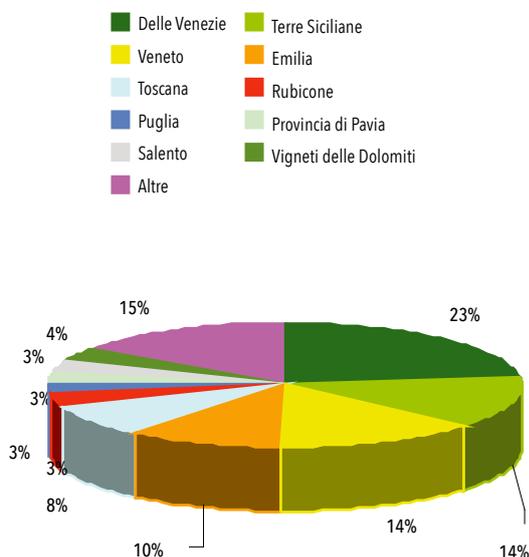
Fig. 3.2.2 - Distribuzione% del valore della produzione certificata delle prime 10 DOP. Anno 2014



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



Fig. 3.2.3 - Distribuzione% del valore della produzione certificata delle prime 10 IGP - Anno 2014



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

Il biologico

L'agricoltura biologica è un sistema di produzione agricola che ha come scopo principale il rispetto dell'ambiente, degli equilibri naturali e della biodiversità, proteggendo allo stesso tempo la salute dell'operatore e del consumatore. L'azienda agricola biologica è un sistema integrato nel quale l'attività dell'uomo si inserisce con tecniche rispettose della fertilità del suolo, delle singole colture, degli animali e dell'equilibrio ambientale: tali tecniche escludono naturalmente l'impiego di concimi, fitofarmaci e medicinali veterinari chimici di sintesi e Organismi Geneticamente Modificati (OGM).

Le conseguenze si traducono in suoli fertili, acque senza residui di pesticidi ed un livello più basso di nitrati, biodiversità, conservazione del paesaggio, un legame più forte con il territorio ed un contributo concreto alla riduzione dei gas serra.

Tutto ciò ha notevoli riflessi anche sulla gestione "ambientale" delle aziende: recupero e conservazione di siepi, boschetti, piccoli specchi d'acqua, piantumazione di alberi.

È un dato di fatto che l'agricoltura biologica faccia bene sia ai produttori che ai consumatori: in contro-

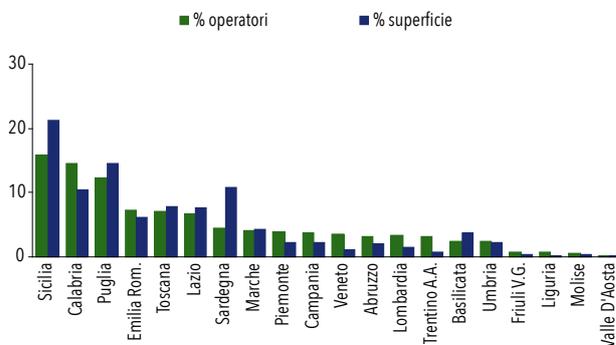
tendenza rispetto al settore tradizionale, sono in aumento le superfici coltivate ed i consumi, non solo grazie ad una accresciuta sensibilità nei confronti dell'ambiente ma anche a più sentite esigenze di tutela della propria salute.

Nel mondo le superfici e gli operatori che si dedicano ad agricoltura biologica non smettono di aumentare: l'Australia rimane leader indiscusso per le superfici investite, con oltre 12 milioni di ettari, mentre l'India vanta il maggior numero di operatori con oltre 600mila tra produttori, esportatori ed importatori.

Grazie ad un aumento progressivo e costante sia delle superfici che degli operatori, per l'anno 2013, con oltre 1,3 milioni di ettari di superficie ad agricoltura biologica (compresa quella in conversione), l'Italia si posiziona sesto paese al mondo e sul secondo gradino del podio, subito dopo la Spagna, tra le nazioni europee; inoltre risulta prima in assoluto in Europa quanto a numero di operatori (produttori, importatori, esportatori), che ammontano ad oltre 52.000 unità, e settimo paese al mondo.

Nel 2013 la prima regione italiana, sia per numero di operatori che per superfici investite, è la Sicilia che, grazie ad un incremento annuale in doppia cifra per entrambi gli indicatori, si guadagna solidamente la testa della classifica. Per il Veneto invece la superficie ad agricoltura biologica rimane pressoché stabile negli ultimi anni, circa 15 mila ettari, mentre si registra un aumento degli operatori che ora sfiorano le 2.000 unità.

Fig. 3.2.4 - Distribuzione% degli operatori e delle superfici ad agricoltura biologica per regione. Italia - Anno 2013



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



Il biologico non smette di crescere, in consumi e superficie investita

Le superfici venete sono principalmente dedicate alle colture cerealicole, viticole, frutticole e ai pascoli.

Il biologico non è in rapida espansione solamente nella produzione dei beni, ma la crescita è consistente anche per le attività che ne propongono la compra-vendita e la somministrazione: in Italia i negozi specializzati sono cresciuti del 16% negli ultimi 5 anni con quasi 200 nuove aperture e il Veneto è la terza regione italiana per numero di questo tipo negozi, dopo Lombardia e Piemonte.

Non solo, anche mense scolastiche e ristorazione stanno conoscendo un vero e proprio boom con crescite per l'Italia in doppia cifra tra il 2010 e il 2014: i locali che offrono ristorazione biologica registrano un aumento del 65% e anche in questo caso il Veneto rientra tra le prime tre regioni leader, dal momento che offre una delle densità maggiori di locali per numero di abitanti. Analogamente per le mense scolastiche bio, che in Italia crescono del 43%, il Veneto porta a casa un altro alloro: è la seconda regione italiana dopo la Lombardia, con 192 mense, e terza per densità per numero di abitanti.

Si stima, infine, che il crescente giro d'affari mondiale del biologico si attesti attorno ai 50 miliardi di euro, oltre 20 dei quali concentrati negli Stati Uniti. Segue la Germania, primo paese europeo, con 7 miliardi di fatturato e poi Francia, con 4 miliardi. Anche in Italia i consumi bio riflettono l'ondata di entusiasmo che caratterizza il settore, in assoluta controtendenza con il resto dei consumi alimentari: le famiglie italiane hanno aumentato la loro spesa di prodotti biologici nei primi 5 mesi del 2014 del 17,4% rispetto allo stesso periodo nell'anno precedente, per un giro d'affari che si attesta attorno ai 2 miliardi di euro. I best sellers sono ortofrutta, i prodotti lattiero-caseari, pasta, riso e sostituti del pane.

L'agricoltura del futuro arriverà dallo spazio?

L'agricoltura del prossimo futuro dovrà affrontare diverse problematiche importanti: da come nutrire un paio di miliardi di persone in più a come ridurre gli impatti sull'ambiente in termini di sfruttamento, immissioni ed emissioni di sostanze inquinanti (concimazioni, trattamenti fitosanitari, CO₂, ecc.). Molto potrà essere fatto con il miglioramento genetico, l'adozione di nuove tecniche agronomiche e organizza-

zioni aziendali più efficienti, ma possibilità di sviluppo interessanti provengono anche da un nuovo modello di meccanizzazione agricola in grado di sfruttare la tecnologia spaziale.

Le parole chiave che caratterizzano l'applicazione di una moderna meccanizzazione agricola sono: georeferenziazione, sensori di acquisizione di dati, map-pature degli appezzamenti, GIS, telerilevamento e guida assistita. Alla base di questa nuova rivoluzione verde è la precisione consentita dai sistemi globali di posizionamento e navigazione satellitare, conosciuti genericamente come GPS (Global Positioning Systems). Attualmente sono 4 i sistemi più importanti: l'americano Navstar GPS con 31 satelliti, il russo Glonass con 24 satelliti operativi, l'europeo Galileo con 6 satelliti e il cinese Beidou1 con 16 satelliti. Gli ultimi due sono sistemi a copertura planetaria.

L'applicazione alle trattrici e ad altre macchine operatrici semoventi o trainate di sistemi GPS abbinati a sensori dati e a regolatori di flusso o di forza consente di introdurre in azienda quella che viene definita "agricoltura di precisione e conservativa". Si tratta di un tipo di agricoltura che, grazie all'utilizzo di avanzate tecniche e sistemi informatici di monitoraggio, è in grado di gestire automaticamente informazioni sulle condizioni delle colture e del suolo e sulle loro variazioni nello spazio e nel tempo, al fine di "fare la cosa giusta", nel tempo e nel posto giusto.

Il punto di partenza di tale tecnica è la conoscenza della variabilità spaziale e temporale dei singoli appezzamenti coltivati tramite la georeferenziazione e la costruzione di mappe che evidenzino aree omogenee rispetto ai parametri di interesse. Ad esempio, la mappa della fertilità del suolo di un appezzamento può essere utilizzata per la concimazione variabile in funzione della necessità della coltura e delle caratteristiche del terreno. Ma le applicazioni possono essere anche più sofisticate e riguardare i trattamenti fitosanitari, la mappatura delle produzioni, la potatura verde, ecc.

Questa tecnologia innovativa si sta ponendo all'attenzione delle aziende leader e dei contoterzisti agricoli più avanzati. L'applicazione che da qualche anno sta prendendo piede anche in Veneto riguarda principalmente la guida assistita, che migliora la precisione nella conduzione di trattrici e macchine semoventi. Si calcola che in Italia le macchine che funzionano con questo sistema siano almeno un migliaio e tutte le trattrici più potenti sono ormai dotate di GPS di



serie. Anche le seminatrici, irroratrici e concimatrici possono utilizzare tale sistema allo scopo di rilevare la superficie agraria ed evitare di sovrapporre la passata, con evidenti benefici nel ridurre l'impiego delle risorse e l'impatto ambientale.

3.3 L'impatto economico del sistema agroalimentare veneto

La filiera agroalimentare

È opinione comune che l'agricoltura in Italia e in Veneto, pur fornendo prodotti d'eccellenza, copra una fetta minoritaria nella creazione di ricchezza rispetto agli altri settori. In realtà la produzione agricola, oltre ad essere custode del buon vivere, della salute alimentare e della tutela e salvaguardia ambientale è legata ad una "filiera alimentare" che possiede un ruolo economico non indifferente.

In questo sottocapitolo cercheremo di quantificare il fenomeno della "filiera agroalimentare" che coinvolge diverse attività economiche, non solo quelle prettamente agricole, definendo un perimetro settoriale di filiera a livello di territorio veneto e la stima della sua produzione di valore aggiunto e di occupazione basandoci sui dati di contabilità regionale.

La definizione di filiera agroalimentare che viene dalla letteratura³ e sulla quale ci siamo basati è quella dell'agronomo francese Malassis (1973): "l'itinerario seguito da un prodotto all'interno di un sistema produttivo", inteso come "insieme degli agenti e delle operazioni che concorrono alla formazione e al trasferimento di un prodotto fino alla sua utilizzazione finale".

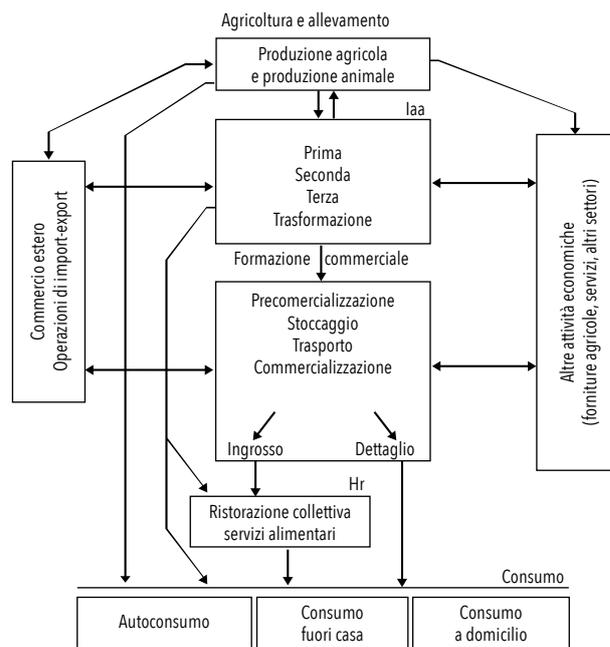
È una definizione dalla quale prendono origine le classiche rappresentazioni di filiera per attività e flussi dei beni: vanno ad identificare la successione di operazioni, da un *input* materiale iniziale ad un *output* di mercato, cogliendo così l'estensione complessiva di un certo processo di trasformazione di un bene.

Rispetto alla definizione di Malassis, si andranno a definire gli attori che compiono le operazioni di produzione, di ripartizione e di amministrazione che concorrono alla formazione e al trasferimento del prodotto fino allo stadio finale di utilizzazione.

La catena del cibo è particolarmente complessa e intersecata e coinvolge tutti e tre i settori delle attività economiche: l'agricoltura, con la produzione delle

materie prime; l'industria, attraverso la loro trasformazione e la fornitura di macchine; il terziario, principalmente con la distribuzione e la commercializzazione, oltre che con la ristorazione.

Fig. 3.3.1 - Lo schema di filiera agroalimentare secondo la definizione di Malassis

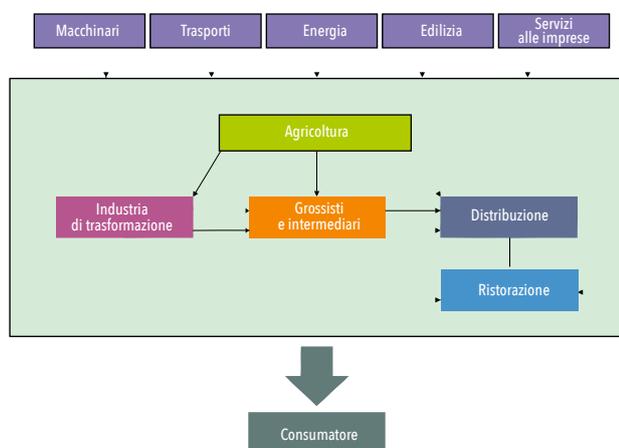


Fonte: Malassis e Gherzi, 1995

Questi settori sono in relazione diretta o indiretta attraverso una pluralità di agenti economici che consentono al prodotto agricolo di arrivare, dopo diverse fasi, al consumatore finale. Le fasi e le relazioni sono supportate da attori esterni alla filiera che ne garantiscono il corretto funzionamento: la fornitura di macchinari per l'agricoltura e molteplici servizi, tra cui il trasporto, la logistica, gli approvvigionamenti, le attività di servizio come l'amministrazione, la comunicazione e pubblicità dei prodotti, di consulenza, di analisi, ecc. Il prodotto agricolo può giungere al consumatore direttamente attraverso i farm shops o i farmers market o gli agriturismi, oppure attraverso la distribuzione organizzata e/o la ristorazione, oppure essere condotto alle imprese di trasformazione che a loro volta consegneranno il prodotto al consumatore attraverso la distribuzione e/o la ristorazione.

³ Malassis L., Gherzi G., Introduzione al sistema agroalimentare. 1995. Ed. Il Mulino. Arena R. Rainelli M. e Torre A., Dal concetto dell'analisi di filiera: un tentativo di chiarimento teorico. L'Industria, 6 (3), 1985. Tolomeo. Le filiere agro alimentari tra innovazione e tradizione - Rapporto finale novembre 2013.

Fig. 3.3.2 - Lo schema di filiera agroalimentare considerata



Fonte: Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale

In alcuni casi la stessa trasformazione industriale si caratterizza per diversi stadi: la trasformazione del prodotto della terra in semilavorati e poi di prodotti finiti.

Non vanno peraltro trascurati gli aspetti di complementarietà con altre filiere.

Un punto importante di contatto è ad esempio con la filiera del turismo, che può contribuire a valorizzare in maniera determinante il settore della ristorazione, attivando potenzialità di sviluppo non ancora pienamente sfruttate, e con le attività di tutela del territorio, che coinvolgono evidentemente in maniera immediata le modalità di organizzazione delle attività del settore agricolo.

Gli attori principali della filiera agroalimentare

Gli attori principali della filiera e quelli misurabili con maggior semplicità sono quelli legati alla produzione agricola (agricoltura, silvicoltura e pesca), di trasformazione manifatturiera (industria alimentare, del vino e altre bevande e del tabacco), della commercializzazione e distribuzione (commercio all'ingrosso e al dettaglio di prodotti alimentari e bevande) e canale della ristorazione.

L'insieme degli operatori delle diverse fasi della filiera agroalimentare garantisce un contributo di primissimo piano, e oggi in crescita, all'economia regionale. La catena del cibo veneta conta circa 165 mila imprese, di cui 120 mila appartengono al comparto pretta-

mente agricolo⁴, che impiegano 506 mila addetti (259 mila sono quelli del settore agricolo).

Si stima che nel 2012 la filiera abbia generato un valore aggiunto vicino ai 15 miliardi di euro, pari al 9,8% della ricchezza complessiva generata in Veneto, e in crescita del +1,4% rispetto al dato registrato nell'anno precedente.

Le imprese della filiera rappresentano circa il 32% delle imprese del territorio regionale, mentre la quota degli addetti è pari al 26,4%.

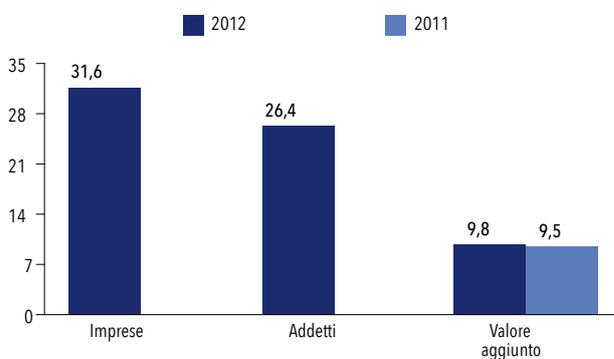
Tab. 3.3.1 - Numero di imprese e addetti appartenenti alla filiera agroalimentare veneta - Anno 2012

	Imprese	Addetti
Agricoltura (a)	119.384	259.092
Ind.alimentari	3.334	37.050
Ind.delle bevande	312	5.278
Commercio all'ingrosso	6.221	24.744
Commercio al dettaglio	12.049	76.437
Attività dei servizi di ristorazione	22.915	103.965
Totale	164.215	506.566

(a) Dato disponibile al 2010

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

Fig. 3.3.3 - Imprese, addetti e valore aggiunto della filiera agroalimentare: quota % sul totale dell'economia. Veneto - Anni 2011 e 2012



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

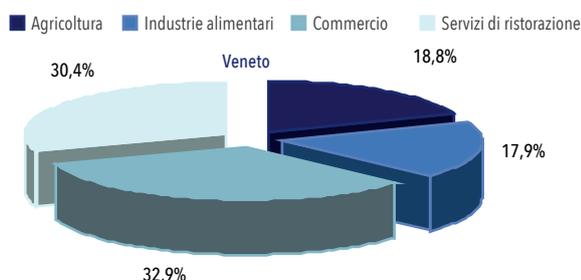
⁴ Sono le aziende agricole venete al Censimento agricoltura del 2010, ultimo dato disponibile.



Il comparto prettamente agricolo costituisce una componente fondamentale della filiera agroalimentare in termini di imprese e addetti: oltre il 72% delle imprese agroalimentari presenti in Veneto sono impegnate nella fase agricola della produzione, mentre il peso degli addetti scende al 51%, considerando tutte le persone coinvolte nella fase produttiva a prescindere dalle giornate lavorate (circa 65 giornate di lavoro standard⁵ all'anno). È invece sensibilmente più basso il peso del valore aggiunto generato dalla componente agricola (19%), ciò a causa dell'eccessivo frazionamento della produzione e della limitata produttività del comparto. Le imprese coinvolte nella fase della trasformazione industriale sono il 2,2% del totale della filiera agroalimentare, mentre il peso degli addetti sale all'8,4%. La quota del valore aggiunto generato dalla componente industriale (18%) è molto simile a quella generata dal comparto agricolo all'interno della filiera.

La componente dell'intermediazione commerciale produce la parte più consistente del valore aggiunto della filiera agroalimentare, circa un terzo del totale, pari a 4,8 miliardi di euro nel 2012. Le imprese impegnate nella fase distributiva della filiera sono oltre 18 mila (11%), mentre l'incidenza degli addetti sale al 20%, grazie all'importante contributo dell'occupazione legata al commercio al dettaglio (oltre 76 mila addetti). Rilevante anche l'incidenza che ricopre la fase della ristorazione: il 14% delle imprese, oltre il 20% degli addetti e circa il 30% della ricchezza prodotta dalla filiera agroalimentare.

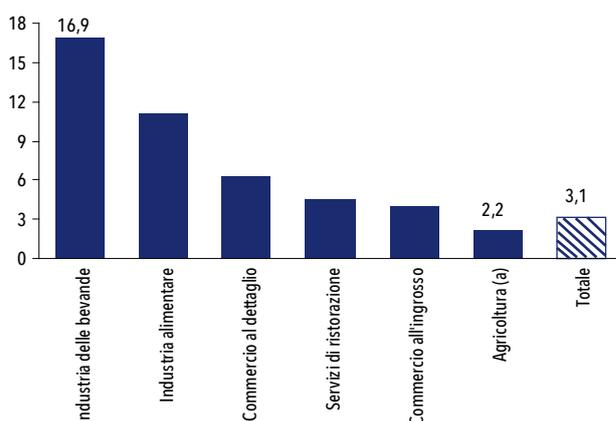
Fig. 3.3.4 - Distribuzione % del valore aggiunto della filiera agroalimentare per gli attori principali. Veneto - Anno 2012



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

Uno sguardo alla dimensione media delle imprese evidenzia per la filiera agroalimentare veneta, in linea con la tendenza nazionale, la presenza di tante piccole imprese, soprattutto nel settore agricolo: 3 addetti per impresa appartenente alla filiera agroalimentare rispetto ad una media regionale di 4 addetti. Tra i diversi settori della filiera, l'industria riporta una dimensione media maggiore, pari a circa 12 addetti per azienda, che diventa di 5,5 addetti nel caso delle imprese del commercio e di 4,5 addetti nel settore della ristorazione e bar. Nel comparto agricolo la dimensione media è di circa 2 addetti per azienda.

Fig. 3.3.5 - Dimensione media delle imprese della filiera agroalimentare veneta per categoria economica - Anno 2012



(a) Dato disponibile al 2010
Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

La struttura dei settori

Questo paragrafo approfondirà gli aspetti strutturali ed economici degli attori principali della filiera agroalimentare entrando nel dettaglio del comparto agricolo, dell'industria alimentare e del settore dell'intermediazione, del commercio al dettaglio e della ristorazione.

Le aziende agricole

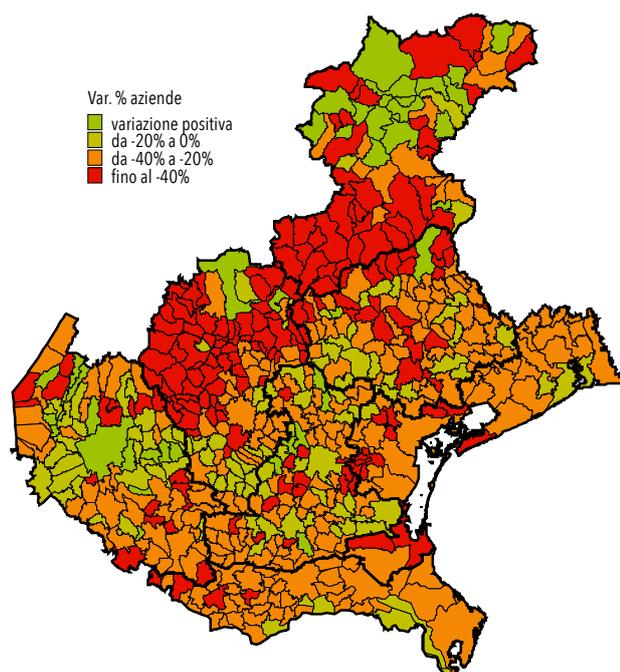
I dati di riferimento relativi al comparto agricolo veneto e nazionale sono quelli del Censimento dell'agricoltura del 2010 e sono stati ampiamente analizzati nelle edizioni precedenti del presente rapporto,

⁵ Si intendono giornate di 8 ore.

in particolare nel capitolo 7 del Rapporto Statistico 2013 - Trasformazione.

Il comparto agricolo italiano, soprattutto nel corso degli ultimi anni, ha vissuto un periodo molto complesso, condizionato dalla crisi economica, dalla volatilità dei prezzi delle commodity agricole, dai cambiamenti nella Pac e non ultimo dalle nuove sfide legate alla sostenibilità ambientale. Tutto questo, sommato alle esigenze di una rinnovata capacità imprenditoriale ed alle necessità legate ad una maggiore redditività dell'agricoltura, ha contribuito alle profonde trasformazioni che si sono registrate fra i vari censimenti dell'agricoltura e che hanno portato in qualche modo l'agricoltura nostrana ad avvicinarsi maggiormente agli standard europei.

Fig. 3.3.6 - Variazione % delle aziende agricole rispetto al censimento precedente per comune. Veneto - Anno 2010



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

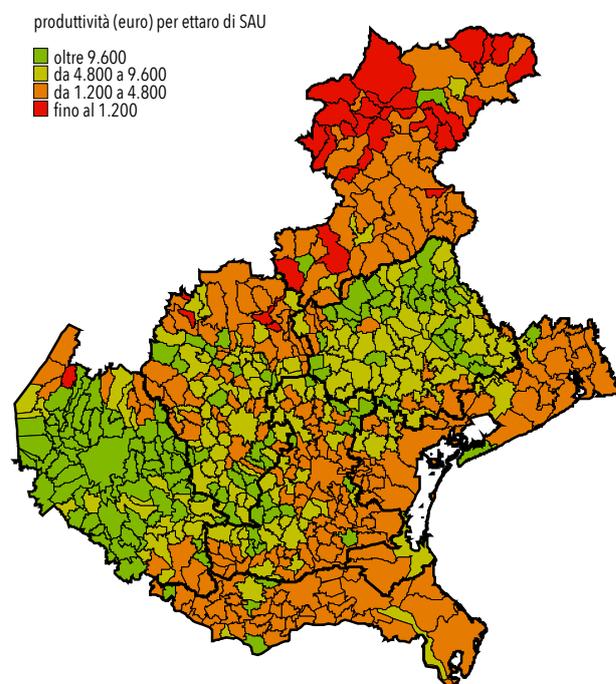
È in questo scenario che le aziende, sia venete che italiane, si muovono e cercano di trovare un equilibrio: sono sempre meno ed in media sempre più grandi rispetto al passato. La Superficie Agricola Utilizzata (SAU) media, infatti, solo negli ultimi 10 anni è cresciuta

di oltre il 40% sia in Veneto che in Italia, passando rispettivamente a 6,8 e 7,9 ettari, mentre calano del 32,4% sia il numero delle aziende venete che italiane; la SAU totale di conseguenza registra un calo decisamente inferiore e rispettivamente del 4,6% per la nostra regione e del 2,5% a livello nazionale.

In 30 anni si sono perse la metà delle aziende venete ma solamente l'11% della SAU, pari ad oltre 100 mila ettari di superficie coltivabile.

Territorialmente la perdita maggiore di aziende, considerando la variazione tra il 2000 ed il 2010, si concentra nei comuni della zona pedemontana e montana delle province di Vicenza, Treviso e Belluno. Di converso le variazioni positive si concentrano in alcuni comuni della provincia di Verona e soprattutto di Belluno che, come vedremo, è la provincia che ospita la più elevata percentuale di giovani rapportata al totale dei capi azienda. Dal punto di vista della produttività media per ettaro di SAU il valore del Veneto si attesta ad una quantità pari quasi al doppio di quella italiana, con 6.785 euro contro 3.874 euro.

Fig. 3.3.7 - Produttività media (euro) per ettaro di SAU e per comune. Veneto - Anno 2010

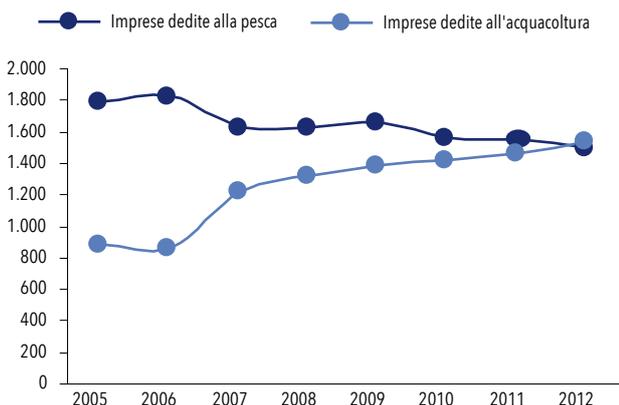


Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat



Allo scopo di localizzare nel territorio le zone più redditizie della nostra regione, abbiamo calcolato questo valore per le SAU appartenenti alle aziende agricole di ciascun comune veneto: le redditività più elevate si localizzano nei comuni delle provincie di Verona e di Treviso, dove più elevata è l'associazione con le specializzazioni più economicamente remunerative. Il settore ittico veneto, infine, si trova oggi in una fase di profonda trasformazione indotta principalmente da una serie di fattori esogeni che impongono alle diverse filiere adeguamenti strutturali nonché evoluzioni produttive: la flotta dei pescherecci veneti rispecchia le caratteristiche di una pesca artigianale, l'età delle barche denuncia un'esigenza di rinnovamento.

Fig. 3.3.8 - Andamento del numero di imprese della pesca e dell'acquacoltura. Veneto - Anni 2005:2012



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

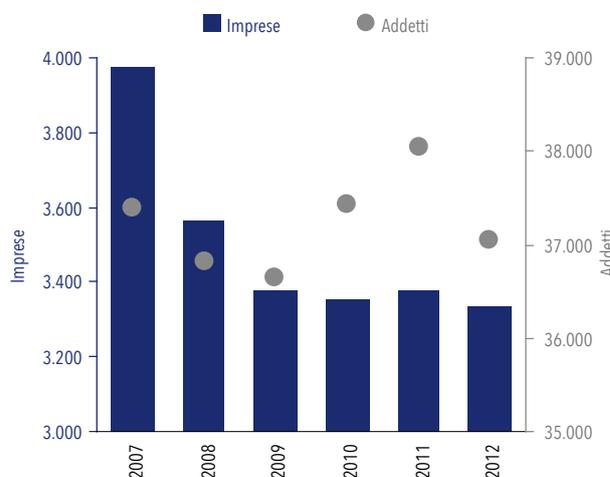
Dal punto di vista economico/sociale il settore si contraddistingue per la spiccata individualità imprenditoriale e l'aumento dei costi di produzione, in particolare di quelli energetici. L'eccessiva frammentazione e la presenza cospicua di micro imprese, tra le circa 3.000 di pesca ed acquacoltura, non facilita il rilancio delle attività di pesca e dell'imprenditorialità.

L'industria alimentare

La crisi internazionale del 2008 e la conseguente stagnazione dei consumi interni hanno determinato una riduzione del numero delle imprese del comparto dell'industria alimentare: tra il 2007 e il 2012 il saldo negativo delle imprese è stato di 643 unità, si tratta

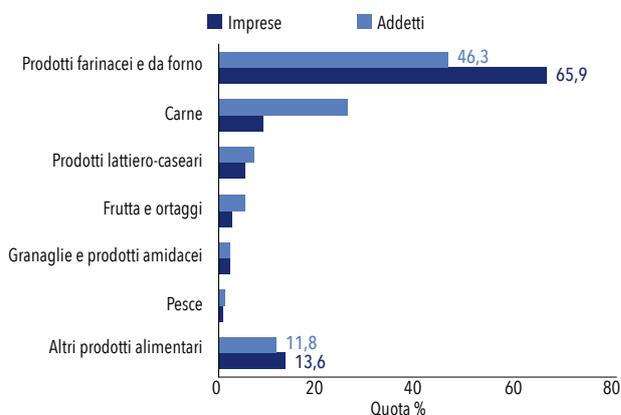
per lo più di piccole e piccolissime aziende che hanno avuto maggiori difficoltà a collocarsi nei mercati più lontani e promettenti. Invece, il livello degli addetti è rimasto pressoché lo stesso, grazie all'aiuto delle esportazioni che hanno trainato la crescita del fatturato delle medie e grandi imprese del settore. Nel 2012 le imprese del comparto dell'industria alimentare sono 3.334 e gli addetti impiegati sono oltre 37 mila.

Fig. 3.3.9 - Numero di imprese e addetti appartenenti all'industria alimentare. Veneto - Anni 2007:2012



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

Fig. 3.3.10 - Quota % delle imprese e degli addetti nell'industria alimentare per singolo settore. Veneto - Anno 2012



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

Circa il 66% delle imprese del settore alimentare è impegnato nella preparazione di prodotti da forno e farinacei e rappresenta oltre il 46% dell'occupazione complessiva del comparto.

Poco meno del 14% delle aziende si concentra nella produzione di altri prodotti alimentari e il 9,1% nella lavorazione e conservazione della carne. Le imprese ascrivibili all'industria lattiero-casearia rappresentano poco più del 5% del comparto della trasformazione alimentare.

Più eterogenea la distribuzione dei lavoratori: il settore della carne impegna più di un quarto dei lavoratori del comparto (26,1%); il 12% si concentra negli altri prodotti alimentari, il 7% nell'industria lattiero-casearia e il 5% nella lavorazione e conservazione di frutta e ortaggi.

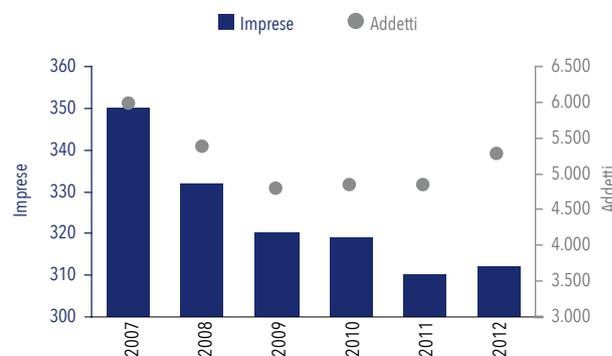
Oltre la metà delle imprese del comparto dell'industria alimentare dichiara un fatturato inferiore ai 200 mila euro, mentre sono circa il 30% le imprese con un fatturato compreso tra i 200 mila e un milione di euro. Solo l'8% delle imprese del comparto ha un fatturato superiore ai 5 milioni di euro.

L'industria della produzione di vino e altre bevande

L'andamento di imprese e addetti negli ultimi anni, tra il 2007 e il 2012, mostra una tendenza sensibilmente negativa per il settore della produzione di vino e altre bevande, con una contrazione del 10,9% in termini di imprese (38 aziende) e dell'11,7% per gli addetti (701). Soltanto nel 2012 si registra un'inversione: le imprese venete del settore sono 312 e gli addetti, pur non raggiungendo i valori registrati nel 2007, tornano a crescere (+9,1% rispetto al 2011) sfiorando le 5.300 unità. La distribuzione dei singoli settori fa emergere tutta la tradizione veneta della produzione di vini come il prosecco, il valpolicella, il soave, ma anche la distillazione della grappa e lo sfruttamento delle fonti di acque minerali.

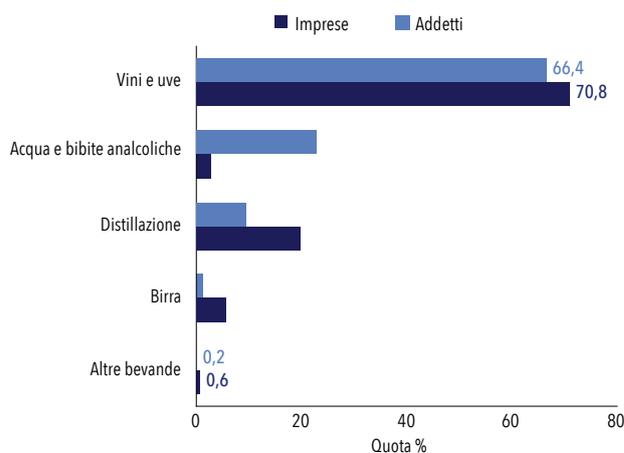
Il comparto della produzione di vini da uve raccoglie oltre il 70% delle imprese del settore e circa il 66% degli addetti impiegati nell'industria delle bevande. Dal lato della dimensione media aziendale, si rilevano due differenti gruppi di imprese: le micro e piccole imprese (da 3 a 14 addetti), che caratterizzano soprattutto i settori della produzione di birra, dei distillati e del vino, e le medie-grandi imprese appartenenti all'industria dell'acqua e delle bibite analcoliche (134 addetti per impresa).

Fig. 3.3.11 - Numero di imprese e addetti appartenenti all'industria del vino e altre bevande. Veneto - Anni 2007:2012



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

Fig. 3.3.12 - Quota % delle imprese e degli addetti nell'industria del vino e altre bevande per singolo settore. Veneto - Anno 2012



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

Al 2012 il 51,6% delle imprese dell'industria del vino ed altre bevande riporta un fatturato pari o inferiore a 1 milione di euro e circa il 25% supera i 5 milioni di euro all'anno.

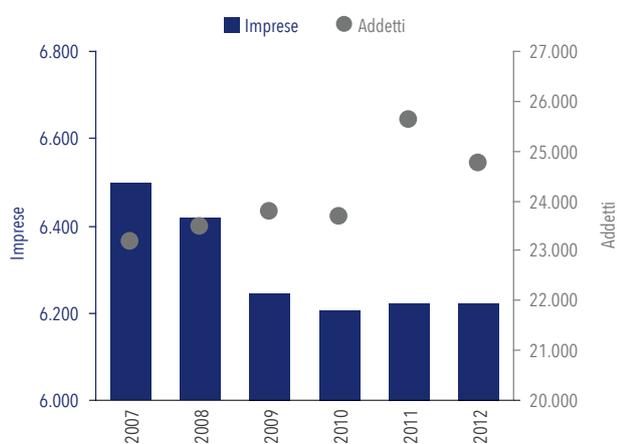
Il commercio all'ingrosso di prodotti alimentari

Nel 2012 le imprese all'ingrosso operanti lungo la filiera agroalimentare veneta ammontano a 6.221, suddivise tra intermediari (3.780, pari al 60,8%) e le



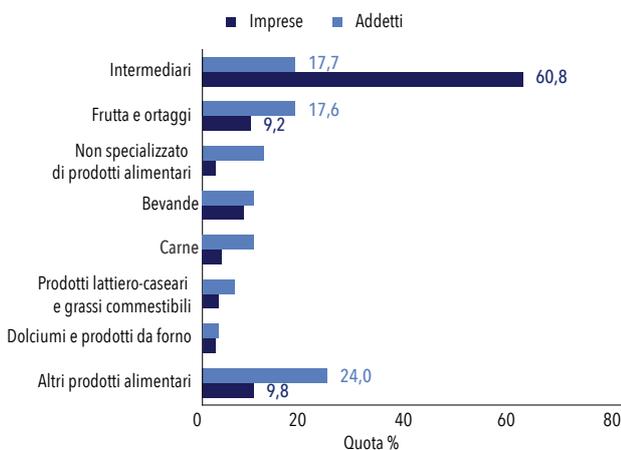
imprese del commercio all'ingrosso di prodotti alimentari (2.441, pari al 39,2%). Tra i grossisti, i settori prevalenti sono quelli della vendita di frutta e ortaggi e del settore del vino ed altre bevande. Gli addetti del commercio all'ingrosso alimentare sfiorano le 25 mila unità.

Fig. 3.3.13 - Numero di imprese e addetti nel commercio all'ingrosso di prodotti alimentari. Veneto - Anni 2007:2012



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

Fig. 3.3.14 - Quota % delle imprese e degli addetti del commercio all'ingrosso di prodotti alimentari per singolo settore. Veneto - Anno 2012



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

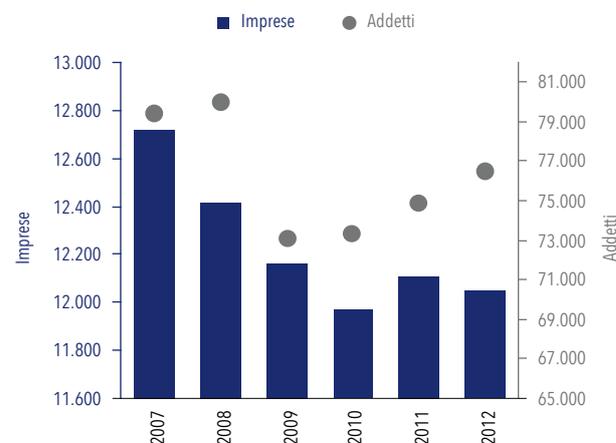
La dimensione media delle imprese del settore è di circa 4 addetti per impresa, che diventano 8 se si esclude la componente degli intermediari.

Proprio per la preponderante presenza degli intermediari, oltre il 60% delle imprese del comparto dichiara un fatturato pari o inferiore ai 100 mila euro e solo il 18% ha un fatturato superiore a un milione di euro.

Il commercio al dettaglio

La tendenza degli ultimi anni evidenzia che la flessione delle imprese del commercio al dettaglio di prodotti alimentari sta rallentando dopo la caduta dei consumi avvenuta in concomitanza della crisi economica del 2008. La situazione appare leggermente differente osservando l'andamento dell'occupazione: negli ultimi anni (2011 e 2012) si assiste a una crescita dell'occupazione trainata dalla grande distribuzione.

Fig. 3.3.15 - Numero di imprese e addetti del commercio al dettaglio di prodotti alimentari. Veneto - Anni 2007:2012

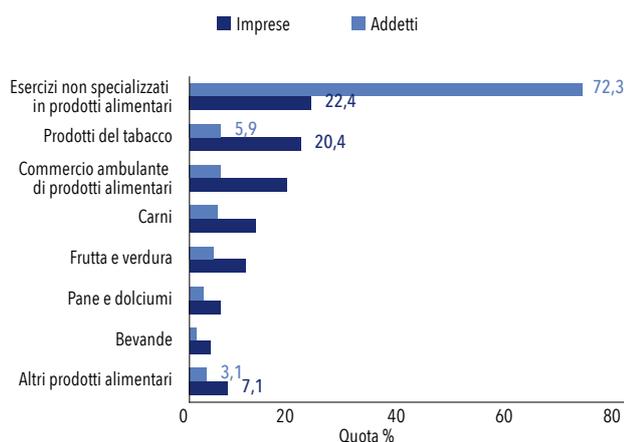


Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

Nel 2012 le imprese venete operanti nel commercio al dettaglio di prodotti alimentari sono 12.049 ed impiegano 76.437 addetti. Quasi il 60% delle imprese del commercio al dettaglio di prodotti alimentari sono ascrivibili a strutture specializzate, mentre le strutture non specializzate raggiungono la quota del 22%. Nella distribuzione non specializzata si concentra la maggior parte degli addetti del settore, circa il 72% nel 2012, in particolare nelle imprese della grande distribuzione.

Le imprese del commercio al dettaglio ambulante di prodotti alimentari sono 2.148 (17,8%) e, per via della loro piccola dimensione, impiegano 4.367 addetti, pari a solo il 5,7% degli addetti dell'intero comparto.

Fig. 3.3.16 - Quota % delle imprese e degli addetti del commercio al dettaglio di prodotti alimentari per singolo settore. Veneto - Anno 2012



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

Circa il 73% delle imprese del settore dichiara un fatturato inferiore ai 200 mila euro e diventa il 96% se la soglia presa in esame è quella inferiore al milione di euro. Solo lo 0,7% delle imprese del settore ha un fatturato superiore a 5 milioni di euro.

La ristorazione

Le attività di ristorazione comprendono tre tipologie di servizi: i ristoranti, le mense e attività di catering e i bar.

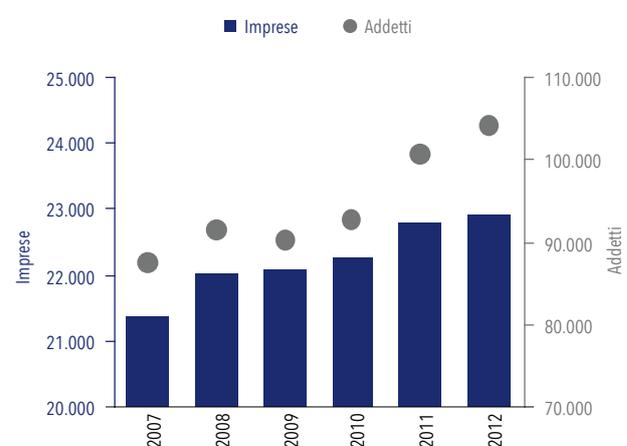
Il trend degli ultimi sei anni (2007-2012) mette in luce una dinamica positiva sia per le imprese che per gli addetti del settore ristorazione. La ristorazione è uno dei settori che ha resistito meglio alla crisi economica: nel periodo preso in esame, le imprese del settore aumentano di circa 1.500 unità, e solo gli esercizi senza cucina e bar registrano una leggera flessione, mentre l'occupazione dell'intero settore registra una crescita di 16 mila addetti.

Nel 2012 le imprese venete del comparto si distribuiscono per il 52,6% nei ristoranti, che impiegano il 61,4% della forza lavoro del settore, per il 46,5% nei

bar ed esercizi senza cucina e solo per lo 0,9% nelle mense e catering, che però impiegano l'8,1% degli addetti della ristorazione.

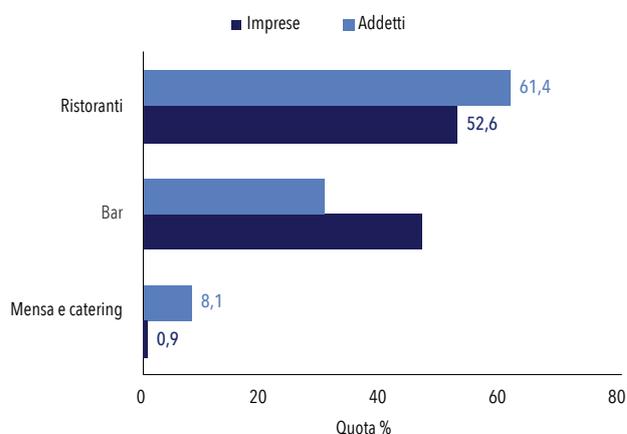
La distribuzione delle imprese in base alla classe di fatturato vede oltre il 51% delle imprese del comparto dichiarare un fatturato che non supera la soglia dei 100 mila euro, mentre solo l'1,6% ha un fatturato superiore al milione di euro.

Fig. 3.3.17 - Numero di imprese e addetti della ristorazione (bar, mense e ristoranti). Veneto - Anni 2007:2012



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

Fig. 3.3.18 - Quota % delle imprese e degli addetti della ristorazione per singolo settore. Veneto - Anno 2012



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



Le aree ad elevata specializzazione manifatturiera nell'industria alimentare

Si è voluto approfondire l'analisi dell'industria alimentare veneta, osservando se nella regione fossero presenti delle aree a più elevata specializzazione produttiva.

Per fare questo si sono calcolati alcuni indici di specializzazione produttiva (ISA⁶ e ISU⁷), gli eventuali agglomerati di comuni adiacenti tra di loro e altamente specializzati in un determinato comparto e si sono analizzati alcuni dati relativi alle aree individuate per capire la rilevanza di ognuna rispetto al totale del settore nella regione.

Gli indici di specializzazione produttiva⁸ indicano il grado di concentrazione comunale di un settore rispetto alla media regionale.

Sono stati rappresentati graficamente i risultati degli indicatori attraverso quattro macchie cromatiche:

- Comuni ad alta concentrazione di unità locali⁹ e alta concentrazione di addetti (colore blu scuro).
- Comuni ad alta concentrazione di unità locali, ma bassa concentrazione di addetti, ovvero folta presenza di piccole e medie imprese (colore blu chiaro);
- Comuni a bassa concentrazione di unità locali, ma alta concentrazione di addetti, ovvero presenza di grandi aziende sul territorio (colore azzurro);
- Comuni a bassa concentrazione di addetti e di unità locali (colore bianco).

Tale mappatura permette di incrociare e preservare tutte le informazioni provenienti dai due indici singoli, dandoci una visione d'insieme sul settore sotto analisi. Evidenziate queste zone, si è verificato se sotto di esse esistesse un vero nucleo di comuni adiacenti tra loro in grado di poter fungere da centro gravitazionale, attorno al quale si sia sviluppato un tessuto imprenditoriale legato ad una determinata specializzazione produttiva.

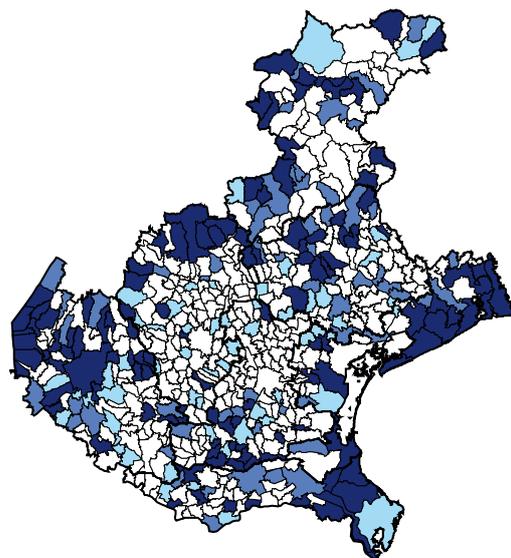
Delle aree delineate, si sono calcolate delle statistiche riassuntive contenenti il numero di comuni appartenenti all'area, il peso degli addetti e delle unità locali presenti nell'area rispetto al totale regionale del settore economico esaminato, il valore delle esportazioni per ogni singola area individuata e il valore della spesa della ricerca e sviluppo realizzata dalle imprese presenti nelle ripartizioni territoriali individuate.

La rappresentazione grafica degli indici di specializzazione del comparto dell'industria alimentare non

sembra permettere, a causa della presenza di diverse tipologie di produzioni agroalimentari, l'individuazione di un vero nucleo di comuni adiacenti tra loro in grado di poter fungere da centro gravitazionale. Si evidenziano comunque elevate concentrazioni in alcuni comuni che spingono a rielaborare la metodologia per ogni singola produzione del comparto alimentare. In questo modo è stato possibile ottenere l'individuazione di alcune zone ad elevata concentrazione di unità locali operanti nella lavorazione della frutta, del pesce e del vino.

Fig. 3.3.19 - Industria alimentare, del vino ed altre bevande. Specializzazione produttiva delle unità locali (UL) e degli addetti per comune (*). Mappatura rispetto al dato medio regionale (posto a 100). Veneto - Anno 2011

- Indice delle UL e degli addetti superiore o uguale a 130
- Indice delle UL superiore o uguale a 130 e indice degli addetti inferiore a 130
- Indice degli addetti superiore o uguale a 130 e indice delle UL inferiore a 130
- Indice delle UL e degli addetti inferiore a 130



(*) *Indice di specializzazione manifatturiera degli addetti*

$$= \frac{(\text{Addetti del settore } x / \text{Addetti totali della manifattura del comune } x)}{(\text{Addetti del settore } y / \text{Addetti totali della manifattura della regione})} * 100$$

Indice di specializzazione manifatturiera delle UL

$$= \frac{(\text{UL del settore } y / \text{UL totali della manifattura del comune } x)}{(\text{UL del settore } y / \text{UL totali della manifattura della regione})} * 100$$

Fatta 100 la media regionale, un valore dell'indice uguale a 130 significa che la specializzazione manifatturiera del comune è superiore del 30% rispetto alla media regionale.

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat - IX Censimento Industria e Servizi 2011

⁶ $(\text{Addetti del settore } y / \text{Addetti totali della manifattura del comune } x) / (\text{Addetti del settore } y / \text{Addetti totali della manifattura della regione}) * 100$.

⁷ $(\text{UL del settore } y / \text{UL totali della manifattura del comune } x) / (\text{UL del settore } y / \text{UL totali della manifattura della regione}) * 100$.

⁸ La letteratura economica e diverse normative regionali pongono la soglia oltre la quale indicare un comune "ad alta specializzazione produttiva" pari a 130, ovvero superiore del 30% al corrispondente indice regionale.

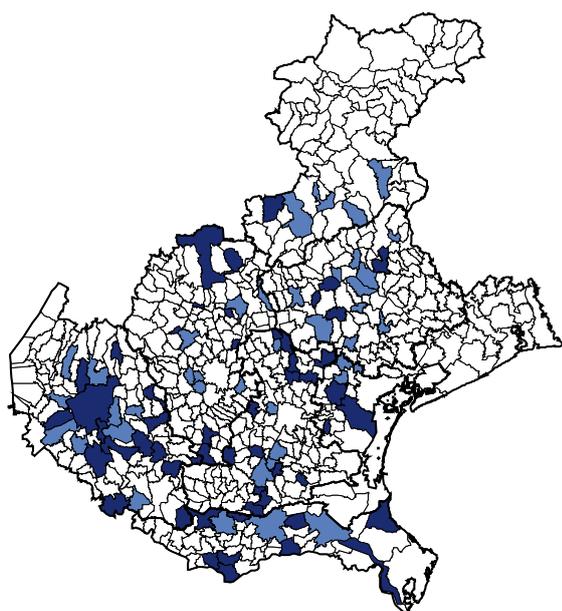
⁹ Sono le singole unità produttive delle imprese.

Trasformazione della frutta¹⁰

Dalla mappa sotto indicata, sembra evidente la presenza di un agglomerato di comuni nell'area del veronese specializzati nella lavorazione della frutta. Nei 31 comuni dell'area sono presenti circa il 20% delle unità locali e il 32,4% degli addetti del comparto regionale della trasformazione della frutta. Da qui proviene un quinto delle merci del settore esportate dal Veneto (per un valore di quasi 37 milioni di euro) e qui si investe un quarto della spesa in Ricerca e Sviluppo (R&S) del settore.

Fig. 3.3.20 - Trasformazione della frutta. Specializzazione produttiva delle unità locali (UL) e degli addetti per comune (*). Mappatura rispetto al dato medio regionale (posto a 100). Veneto - Anno 2011

- Indice delle UL e degli addetti superiore o uguale a 130
- Indice delle UL superiore o uguale a 130 e indice degli addetti inferiore a 130
- Indice delle UL e degli addetti inferiore a 130



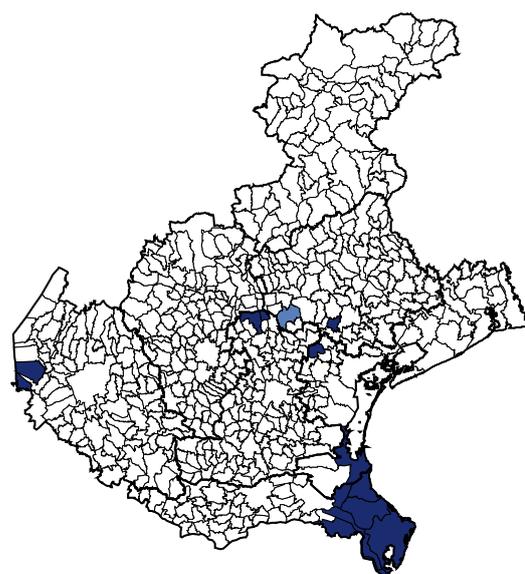
(*) $\text{Indice di specializzazione manifatturiera degli addetti} = (\text{Addetti del settore y del comune} \times / \text{Addetti totali della manifattura del comune} \times) / (\text{Addetti del settore y della regione} / \text{Addetti totali della manifattura della regione}) * 100$
 $\text{Indice di specializzazione manifatturiera delle UL} = (\text{UL del settore y del comune} \times / \text{UL totali della manifattura del comune} \times) / (\text{UL del settore y della regione} / \text{UL totali della manifattura della regione}) * 100$
 Fatta 100 la media regionale, un valore dell'indice uguale a 130 significa che la specializzazione manifatturiera del comune è superiore del 30% rispetto alla media regionale.
 Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat - IX Censimento Industria e Servizi 2011

Settore ittico¹¹

Dall'analisi della concentrazione del comparto ittico, risulta chiaramente la presenza di un raggruppamento di comuni nella parte meridionale della costa veneta. Nei 7 comuni individuati sono presenti circa il 68% delle unità locali e il 78,3% degli addetti del comparto ittico regionale. Da qui si esporta il 65,2% dell'industria ittica veneta (per un valore di quasi 30 milioni di euro) e soltanto in quest'area si svolge attività di Ricerca e Sviluppo (R&S) sul settore.

Fig. 3.3.21 - Settore ittico. Specializzazione produttiva delle unità locali (UL) e degli addetti per comune (*). Mappatura rispetto al dato medio regionale (posto a 100). Veneto - Anno 2011

- Indice delle UL e degli addetti superiore o uguale a 130
- Indice delle UL superiore o uguale a 130 e indice degli addetti inferiore a 130
- Indice delle UL e degli addetti inferiore a 130



(*) $\text{Indice di specializzazione manifatturiera degli addetti} = (\text{Addetti del settore y del comune} \times / \text{Addetti totali della manifattura del comune} \times) / (\text{Addetti del settore y della regione} / \text{Addetti totali della manifattura della regione}) * 100$
 $\text{Indice di specializzazione manifatturiera delle UL} = (\text{UL del settore y del comune} \times / \text{UL totali della manifattura del comune} \times) / (\text{UL del settore y della regione} / \text{UL totali della manifattura della regione}) * 100$
 Fatta 100 la media regionale, un valore dell'indice uguale a 130 significa che la specializzazione manifatturiera del comune è superiore del 30% rispetto alla media regionale.
 Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat - IX Censimento Industria e Servizi 2011

¹⁰ Codice ateco 2007 a tre cifre 103.
¹¹ Codice ateco 2007 a tre cifre 102.

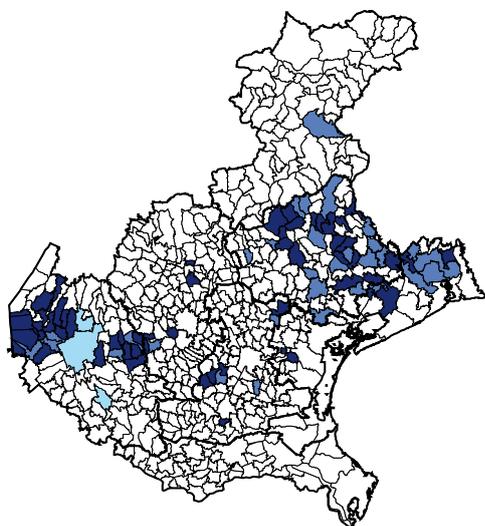


Settore vitivinicolo¹²

La rappresentazione grafica della metodologia usata per il comparto vitivinicolo evidenzia la presenza di quattro aree. Le prime due aree (Valpolicella e Soave) sono chiaramente visibili e quasi contigue, mentre per la zona del Prosecco di Conegliano e del Veneto Orientale i confini non sembrano facilmente individuabili e sono stati definiti in base alla presenza nelle zone confinanti, che nel caso del Prosecco di Conegliano oltrepassano i confini del distretto storico, di grandi esportatori dell'una o dell'altra tipologia. La zona di trasformazione del prosecco prevale in termini di unità locali e addetti (oltre il migliaio), mentre la Valpolicella predomina per valore di export (oltre i 465 milioni di euro).

Fig. 3.3.22 - Settore vitivinicolo. Specializzazione produttiva delle unità locali (UL) e degli addetti per comune (*). Mappatura rispetto al dato medio regionale (posto a 100). Veneto - Anno 2011

- Indice delle UL e degli addetti superiore o uguale a 130
- Indice delle UL superiore o uguale a 130 e indice degli addetti inferiore a 130
- Indice degli addetti superiore o uguale a 130 e indice delle UL inferiore a 130
- Indice delle UL e degli addetti inferiore a 130



(*) *Indice di specializzazione manifatturiera degli addetti* = (Addetti del settore y del comune x / Addetti totali della manifattura del comune x) / (Addetti del settore y della regione / Addetti totali della manifattura della regione)*100
Indice di specializzazione manifatturiera delle UL = (UL del settore y del comune x / UL totali della manifattura del comune x) / (UL del settore y della regione / UL totali della manifattura della regione)*100
 Fatta 100 la media regionale, un valore dell'indice uguale a 130 significa che la specializzazione manifatturiera del comune è superiore del 30% rispetto alla media regionale.
 Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat - IX Censimento Industria e Servizi 2011

Da queste quattro aree si esportano vini per oltre 1 miliardo e 100 milioni, quasi il 90% del vino veneto. Soltanto qui, con una prevalenza dell'area di Soave, si svolge attività di Ricerca e Sviluppo (R&S) nel settore: nel 2011 sono stati investiti dalle imprese localizzate nelle quattro zone 832 migliaia di euro in ricerca vitivinicola.

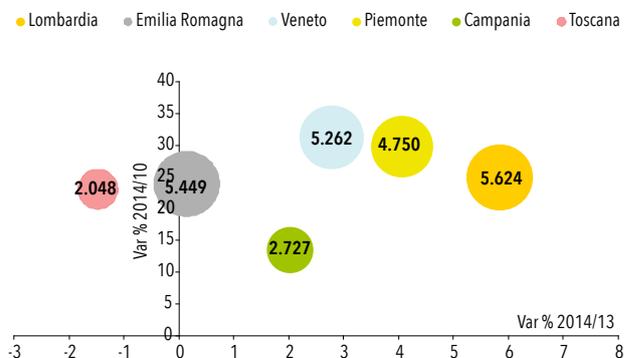
3.4 L'export agroalimentare

Nel 2014 l'Italia ha esportato nel mondo beni per un valore di quasi 400 miliardi di euro, di questi una quota pari all'8,6%, ed in crescita del 2,4% rispetto all'anno precedente, sono stati beni provenienti dalla nostra agricoltura e industria alimentare. La regione italiana regina dell'export agroalimentare è la Lombardia che, con 5,6 miliardi di euro ed una crescita del 5,8% rispetto al 2013, scavalca l'Emilia-Romagna rimasta pressoché stabile rispetto all'anno precedente. Il Veneto si conferma al terzo posto con 5,3 miliardi di euro, il 2,8% in più rispetto al 2013 e, considerando

Veneto terza regione d'Italia per valore dei beni agroalimentari esportati

le prime regioni d'Italia, è anche quella che negli ultimi 5 anni ha realizzato la performance di crescita migliore, pari al +31,2%, sebbene tutte le regioni considerate crescano con quote sempre al di sopra del +10% e pari al +23,2% per tutto il Paese, confermando il successo dei nostri prodotti in tutto il mondo.

Fig. 3.4.1 - Esportazioni agroalimentari: variazione% 2014(*)/2013, variazione% 2014/2010 e valore dell'ultimo anno delle prime regioni italiane

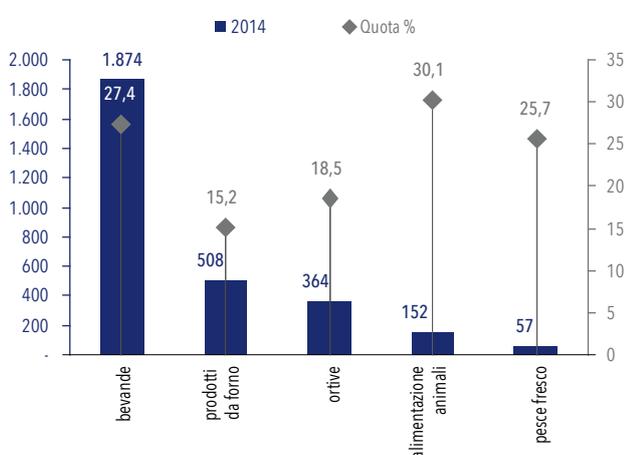


(*) 2014 provvisorio
 Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

¹² Codice ateco 2007 a quattro cifre 1102 (l'universo di riferimento è il manifatturiero, quindi sono escluse le cantine classificate come aziende agricole).

Il Veneto non primeggia solo per l'impressionante crescita del totale dell'export agroalimentare negli anni ma è anche il primo esportatore italiano di molti prodotti: bevande, pesce fresco, prodotti da forno, prodotti per l'alimentazione degli animali e ortaggi (in primis il radicchio) rappresentano i nostri best sellers all'estero, e spesso ricoprono una quota molto importante dell'export italiano per quella categoria.

Fig. 3.4.2 - Esportazioni agroalimentari: valore assoluto (migliaia di euro) e quota sul totale export italiano per categoria. Veneto - Anno 2014



(*) 2014 provvisorio
 Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

Le esportazioni venete di bevande, di cui circa il 90% è rappresentato dal vino, totalizzano una quota sull'Italia pari al 27,4%; quota che sale per gli alimenti per animali (30,1%), si attesta al 25,7% per le esportazioni di pesce fresco, al 18,5% per gli ortaggi e al 15,2% per i prodotti da forno.

Le bevande sono anche il prodotto in assoluto più esportato dal Veneto: con quasi 1,9 miliardi di euro

realizzano il 35,6% del totale delle esportazioni della nostra regione. Segue poi una categoria aggregata che contiene prodotti quali zucchero, tè, caffè, cacao e spezie e che con 559 milioni di euro rappresenta il 10,6% del totale. Al terzo posto troviamo i prodotti da forno che esportano per 508 milioni di euro. Tra le prime categorie, quella

che ha visto la crescita più consistente negli ultimi 5 anni è certamente quella degli olii che ha più che raddoppiato il valore del suo export raggiungendo un valore di 186 milioni di euro. La maggior parte dei prodotti esportati, con l'esclusione della frutta che negli anni considerati ha conosciuto un calo costante, ha messo a segno crescita decisamente consistenti e quasi sempre in doppia cifra, come per esempio i prodotti a base di carne che son cresciuti del +47%, i latticini con un +46,3%, i prodotti da forno con +45,9% e le immancabili bevande con +42,9%.

Quanto alle destinazioni, il Veneto tra i suoi compratori più affezionati annovera molti paesi europei: Germania in primis, che raccoglie un quinto del valore che esportiamo, poi Regno Unito e Austria. I Paesi più dinamici, pur non raggiungendo ancora valori annuali particolarmente elevati, sono Cina e Croazia che nell'ultimo anno crescono rispettivamente del 9,4% e del 28,8%, mentre negli ultimi 5 anni la Cina ha quasi quadruplicato il proprio valore e la Croazia più che raddoppia con +130,2%. Anche Stati Uniti e Regno Unito dimostrano parecchia dinamicità con crescita che nell'ultimo anno sono pari rispettivamente a +12% e +7,2%, mentre negli ultimi 5 anni il Regno Unito cresce del 60% e gli USA del +52,1%.

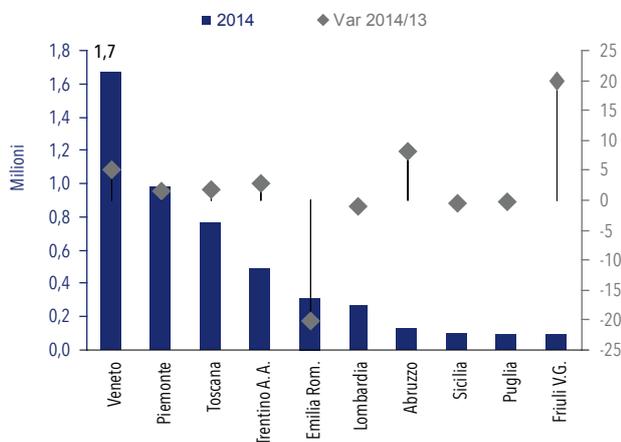
In calo invece la Russia che, dopo alcuni anni consecutivi di crescita costante, vede scendere le proprie importazioni dal Veneto del -19,1%, in gran parte a causa del blocco delle importazioni che la Russia stessa, a partire dal mese di Agosto 2014, ha deciso di applicare ai prodotti agricoli di alcuni Paesi, tra cui anche l'Italia, a seguito delle sanzioni a loro comminate da questi stessi Paesi. A farne le spese maggiori ovviamente sono i beni oggetto del blocco, quali i prodotti lattiero-caseari (-50%), la frutta fresca (-39,8%) e frutta ed ortaggi conservati (-51,7%).

L'export di vino

Il Veneto ha una posizione consolidatissima da anni con riguardo al mondo del vino: non solo è la regione più produttiva d'Italia in qualità e quantità ma anche quella col valore più elevato di export. Il 2014 non smentisce questa tradizione e colloca nuovamente il Veneto alla testa della classifica con un nuovo record di export che sfiora 1,7 miliardi di euro e cresce rispetto al 2013 di oltre 5 punti percentuali.



Fig. 3.4.3 - Esportazioni di vino: valore (milioni di euro) e var.% rispetto all'anno precedente per regione - Anno 2014(*)



(*) 2014 provvisorio
Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

Fra le prime dieci regioni italiane, la crescita maggiore la ottiene il Friuli-Venezia Giulia con una variazione record rispetto al 2013 pari al +20%, seguono poi Abruzzo (+8,3%) e Veneto. Stabili Puglia, Sicilia e Lombardia, in caduta libera invece l'Emilia Romagna con -20,2%.

Dal Veneto parte oltre un terzo del valore che l'Italia esporta nel mondo e che per il 2014 ha nuovamente superato i 5 miliardi di euro: il nostro Paese si guadagna in questo modo il secondo posto nella classifica mondiale dei maggiori esportatori, dietro alla Francia e davanti alla Spagna.

Il nostro cliente più affezionato è la Germania che con 328 milioni di euro realizza un quinto del valore dell'export veneto, in calo rispetto all'anno precedente del -0,5%, ma cresciuto di 21 punti percentuali negli ultimi 5 anni.

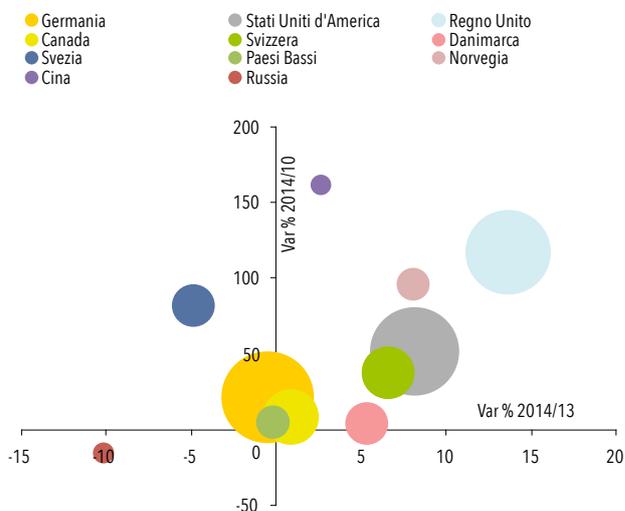
Gli Stati Uniti, che si guadagnano il secondo posto, crescono del +7,8% nell'ultimo anno e ben del 52% dal 2010, mentre è impressionante la crescita del Regno Unito che nell'ultimo anno guadagna quasi il 14% in più rispetto al precedente e supera il raddoppio considerando gli ultimi 5 anni.

In crescita tra il 2014 ed il 2013 anche i paesi nordici, quali Norvegia (+8%) e Danimarca (+5,4%), molto bene Francia (+7,6%) e

Senza sosta la crescita dell'export di spumanti

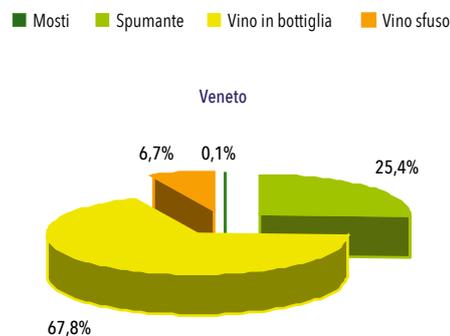
Australia (+19,4%), che negli ultimi 5 anni è anche il paese che è cresciuto maggiormente (+175,3%) considerando i 20 più importanti importatori. Rallentano Austria (-0,9%), Svezia (-4,9%) e Russia (-10,2%). Cresce la Cina (+2,5%) seppur con un cambio di passo rispetto alle crescite a doppia cifra a cui ci aveva abituato negli anni scorsi.

Fig. 3.4.4 - Esportazioni di vino: variazione % 2014(*)/2013, variazione% 2014(*)/2010 e valore dell'ultimo anno per Paese



(*) 2014 provvisorio
Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

Fig. 3.4.5 - Esportazioni di vino: distribuzione% per tipologia. Veneto - Anno 2014(*)



(*) 2014 provvisorio
Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

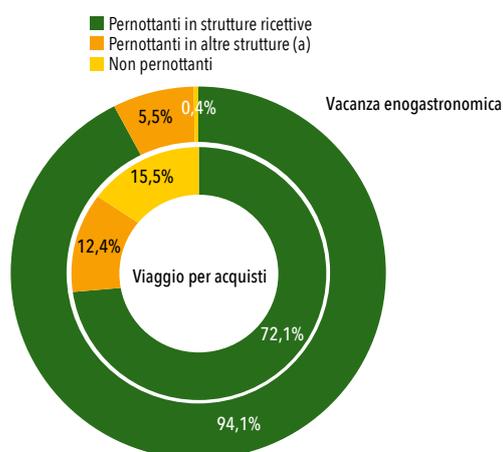
Considerando poi le tipologie di vino, è lo spumante a riscuotere il maggior successo: se infatti nel 2010 rappresentava il 15% del valore esportato, ora ne copre un quarto con 423 milioni di euro e con crescita che negli ultimi 5 anni non sono mai state inferiori al +20% all'anno e che supera il +25% anche nell'ultimo anno.

3.5 Il turismo, volano del settore agroalimentare

Il legame strettissimo tra turismo e commercio estero è ben noto a tutti. Promoter del prodotto made in Italy, privilegiati e particolarmente stimolati, saranno proprio coloro che hanno potuto assaporare in loco la nostra enogastronomia e hanno effettuato acquisti che, una volta in patria, testimonieranno la qualità e l'originalità delle nostre produzioni.

Il sistema turismo-export, complesso, interconnesso e autoreferenziale, che se ben alimentato può rappresentare una leva per tornare a crescere, è creato da una molteplicità di soggetti, di relazioni, di scelte. In questo contesto si inquadra il progetto a regia regionale che ha accolto nel Veneto i buyers internazionali, per far conoscere non solo le nostre produzioni, ma anche il nostro territorio, le tradizioni e l'ambiente, nell'ottica di una promozione che si avvalga anche del valore immateriale della nostra cultura.

Fig. 3.5.1 - Viaggiatori stranieri per acquisti e per vacanza enogastronomica. Veneto - Periodo 2007-2014



(a) Ospiti di parenti o amici, in casa di proprietà, crociera, casa di cura
Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Banca d'Italia

Focalizziamo allora l'attenzione su due tipologie di turisti che, se soddisfatti, contribuiranno sicuramente alla promozione del made in Italy: chi sceglie il nostro territorio per una vacanza enogastronomica e chi lo frequenta per fare shopping. Utilizziamo a tal fine i dati raccolti dalla Banca d'Italia per l'indagine sul turismo internazionale dell'Italia e consideriamo i viaggiatori stranieri giunti in Veneto nel periodo 2007-2014. Per rendere il campo d'osservazione più simile possibile a quello della consueta indagine Istat, consideriamo solo i viaggiatori pernottanti in strutture ricettive, utilizzate da gran parte di chi viene in Veneto dichiaratamente per shopping (72,1%) e dalla quasi totalità di chi manifesta la scelta enogastronomica (94,1%).

Il piacere di assaggiare le nostre specialità culinarie accompagnate magari dalla degustazione di rinomati vini autoctoni, risulta un forte attrattore turistico: l'enogastronomia infatti rappresenta sempre un punto di forza dell'offerta proposta dal nostro territorio. Arriva a costituire addirittura la motivazione principale o secondaria del viaggio in Veneto per circa 20-30 viaggiatori stranieri ogni 1.000. Si tratta perlopiù di viaggiatori che abbinano il piacere della tavola alla visita di una città d'arte (più dell'80% dei casi) e che in una spesa media giornaliera di 132€, riservano alla ristorazione circa un quarto del budget¹³. Anche gli italiani sono attratti dal buon cibo, tanto da riservare circa un terzo del budget dedicato alla vacanza¹⁴ e tanto da spendere per pasti e soprattutto per l'acquisto di prodotti enogastronomici più che per l'alloggio. Lo storico sorpasso della spesa per cibo su quella per l'alloggio è avvenuto per gli italiani nel 2014, con l'affermarsi sempre più della tendenza a trovare sistemazioni più economiche e alternative, accanto al forte aumento dell'acquisto di prodotti agroalimentari.

Tornando agli stranieri che trascorrono un soggiorno sul nostro territorio, tra le molteplici e tradizionali motivazioni di vacanza e di lavoro, il viaggio dichiaratamente e preminentemente per fare shopping appare un fenomeno di nicchia. Infatti se quasi tutti acquistano qualcosa per avere un ricordo del luogo visitato, per molti meno la volontà di cercare ed acquistare determinati prodotti rappresenta lo scopo principale del viaggio.

Tornando agli stranieri che trascorrono un soggiorno sul nostro territorio, tra le molteplici e tradizionali motivazioni di vacanza e di lavoro, il viaggio dichiaratamente e preminentemente per fare shopping appare un fenomeno di nicchia. Infatti se quasi tutti acquistano qualcosa per avere un ricordo del luogo visitato, per molti meno la volontà di cercare ed acquistare determinati prodotti rappresenta lo scopo principale del viaggio.

¹³ Pasti consumati all'esterno delle strutture ricettive e budget al netto dei costi del viaggio di andata e ritorno.

¹⁴ Fonte: Indagine Coldiretti sulle vacanze degli italiani entro i confini nazionali.



Per delineare i confini dello *shopping tourism* ci basiamo sulla motivazione principale e secondaria del viaggio dichiarata dal turista.

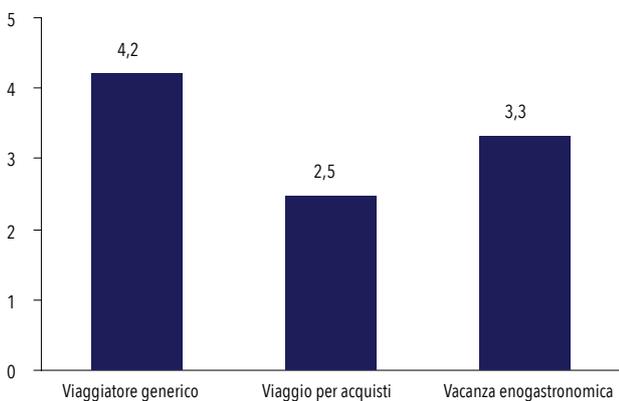
Il turista per shopping spende 269€ al giorno

Riguarda circa 3 clienti stranieri ogni 1.000 che alloggiano in strutture ricettive venete. Chi

viaggia per shopping spende più di chiunque altro: 269 € al giorno, escluso il viaggio di andata e ritorno. In tale contesto il viaggiatore riserva agli acquisti la più elevata quota del proprio budget: il 56,5% è dedicato a souvenir, doni, abbigliamento, cibi e bevande, mentre per la vacanza generica la stessa quota si attesta attorno al 17%.

La vacanza enogastronomica e il viaggio per shopping sono accomunati da una breve permanenza in Veneto che si aggira, in media, attorno alle 3 notti.

Fig. 3.5.2 - Permanenza media degli stranieri nelle strutture ricettive per motivazione del viaggio (notti). Veneto - Periodo 2007-2014

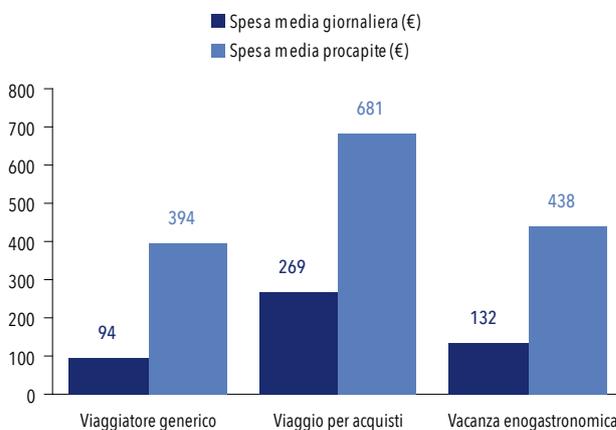


Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Banca d'Italia

Queste due particolari tipologie di viaggio sono motivo di aggregazione, infatti solamente l'11,4%

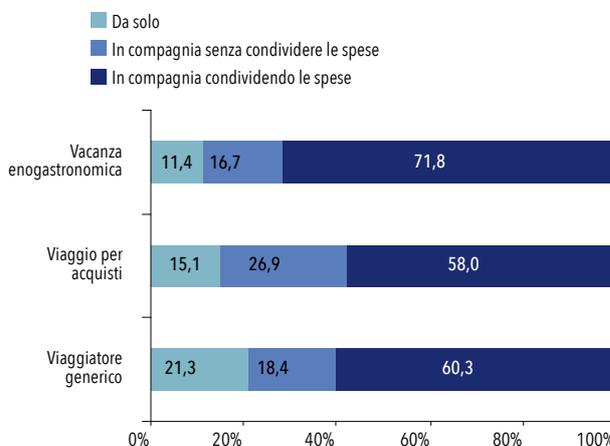
effettua una vacanza enogastronomica in solitudine, il 15,1% nel caso di viaggi per acquisti, contro il 21,3% del viaggio generico dello straniero in Veneto. Viaggiare in compagnia non implica necessariamente fare "cassa comune", infatti circa un quarto di chi viaggia per acquisti non condivide le spese.

Fig. 3.5.3 - Spesa media dei clienti stranieri in viaggio per shopping o per una vacanza enogastronomica. Veneto - Periodo 2007-2014



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Banca d'Italia

Fig. 3.5.4 - Clienti stranieri in viaggio per shopping o per una vacanza enogastronomica. Comportamenti di spesa. Veneto - Periodo 2007-2014



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Banca d'Italia

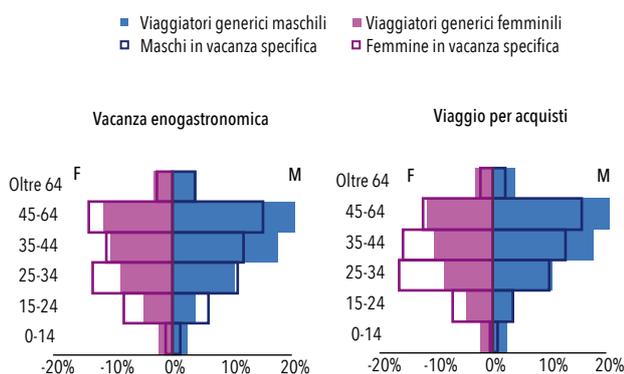
Entrambe le motivazioni di viaggio vedono un maggiore coinvolgimento della popolazione femminile:

Clienti più giovani

se nel complesso dei viaggiatori stranieri in Veneto le donne non superano il 41%, nel caso della vacanza enogastronomica sono numerose quanto i maschi e nel caso del viaggio per

acquisti diventano il genere più interessato (54,5%). Come prevedibile, si riduce drasticamente il numero di bambini portati in viaggio, ma al contempo i turisti dello shopping e della vacanza enogastronomica risultano complessivamente più giovani.

Fig. 3.5.5 - Distribuzione percentuale dei viaggiatori stranieri per motivazione del viaggio, sesso ed età. Veneto - Anni 2007-2014



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Banca d'Italia

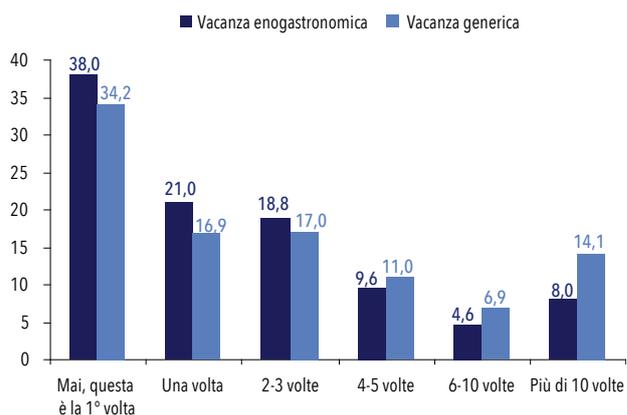
Risulta più diffuso l'utilizzo di strutture tradizionali: mentre il turista straniero generico che viene in Veneto sceglie in circa il 69% dei casi di alloggiare in un albergo, in ambedue i casi qui analizzati tale percentuale supera quota 80%.

Un'altra differenza, seppur lieve, si riscontra nella composizione dei rispondenti sotto il profilo professionale. I lavoratori dipendenti rappresentano sempre e comunque la categoria prevalente, ma nel caso del viaggio per shopping si dimezza la quota di pensionati (circa 5% contro l'8% della vacanza generica), mentre aumenta di qualche punto percentuale la quota di lavoratori autonomi (circa 15%) e di casalinghe (4%). I profili professionali di chi viaggia esplicitamente per fini enogastronomici non si discostano di molto da quelli del turista straniero generico che visita il Veneto. La popolazione che intraprende una vacanza enogastronomica è composta da "nuovi" clienti nel 38% dei casi, quota leggermente superiore al 34,2% del viaggio generico in Veneto. La qualità dell'offerta e una risposta positiva alle aspet-

Maggiore rinnovo della clientela

tative sono i due fattori di fondamentale importanza per riuscire a fidelizzare i turisti enogastronomici e farli tornare più volte.

Fig. 3.5.6 - Percentuale di stranieri in vacanza per numero di visite precedenti. Veneto - Anni 2009-2014



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Banca d'Italia

Interessante appare a questo punto analizzare il giudizio manifestato dal viaggiatore al termine dell'esperienza. Nel momento in cui stanno per tornare in patria viene chiesto ai turisti stranieri, e in particolare a quelli che hanno pernottato in qualche struttura ricettiva veneta, di esprimere un giudizio su diversi aspetti dell'esperienza, su una scala da 1 a 10. In generale i giudizi sono molto alti e tra i fattori più apprezzati figurano l'offerta d'arte, l'ambiente, la sicurezza, la cucina; fanalino di coda, invece, il giudizio sui prezzi. I giudizi espressi da chi è in Veneto dichiaratamente per una vacanza enogastronomica sono abbastanza allineati a quelli espressi dal turista straniero generico, leggermente meno generosi su informazioni e prezzi. Particolarmente soddisfatti appaiono i viaggiatori amanti dello shopping, che dimostrano apprezzare ancor più tutti gli aspetti del viaggio, in particolar modo i prodotti dei negozi, e attribuiscono un voto discreto anche ai prezzi (superiore a 7).

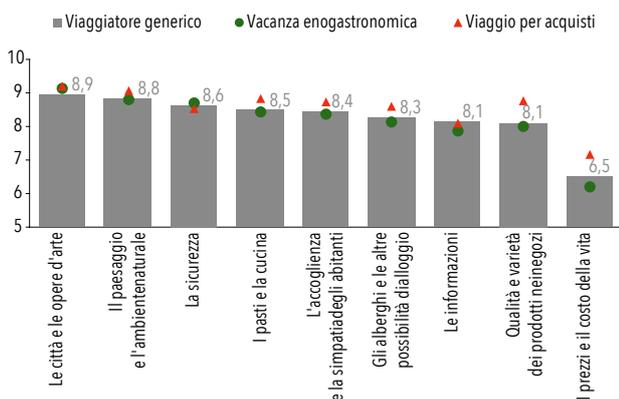
In quanto all'organizzazione del viaggio, si nota che gli stranieri che hanno optato per un viaggio organizzato o un pacchetto turistico¹⁵ nel caso del viaggio per acquisti rappresentano circa un quarto dei rispondenti, in linea con il viaggio generico, mentre

¹⁵ Viaggio del tipo "inclusive", nel quale sono comprese le spese per almeno due tipi di servizio tra i seguenti: trasporti, pernottamenti, pasti, altri servizi.



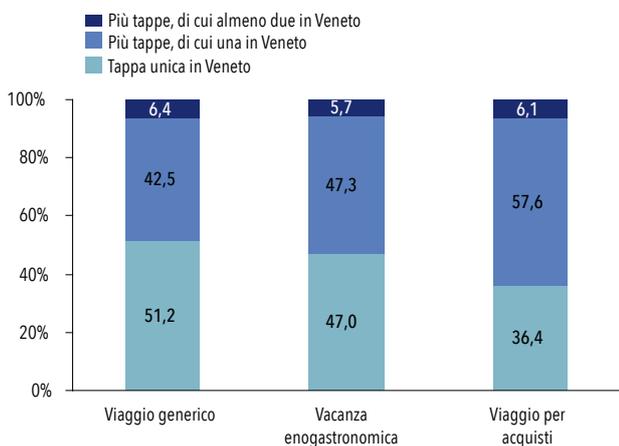
per la vacanza enogastronomica sale a circa un terzo la quota di chi ha preferito questa strada.

Fig. 3.5.7 - Voti medi dei turisti stranieri sugli aspetti della vacanza (*). Veneto - Anni 2007-2014



(* Voto espresso da un minimo di 1 (pessimo) ad un massimo di 10 (ottimo)
Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Banca d'Italia

Fig. 3.5.8 - Percentuale di stranieri intervistati per numero di tappe e motivazione del viaggio in Veneto - Anni 2007-2014



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Banca d'Italia

Chi intraprende una viaggio con l'intento di assaporare la nostra cucina o acquistare i nostri prodotti tipici è maggiormente tentato a provare diverse realtà, una volta giunto a destinazione. Infatti i viaggiatori che,

pervenuti nella nostra regione, fanno un'unica tappa scendono dal 51,2% del viaggio generico al 47% nel caso della vacanza enogastronomica e al 36,4% del viaggiatore per shopping. Questo sottolinea allora ancora una volta quanto importante sia un'efficiente promozione del prodotto *made in Italy*, in grado di avviare effetti positivi sull'economica turistica non limitati al singolo territorio, ma che si moltiplicano e varcano i confini amministrativi.

I principali mercati esteri

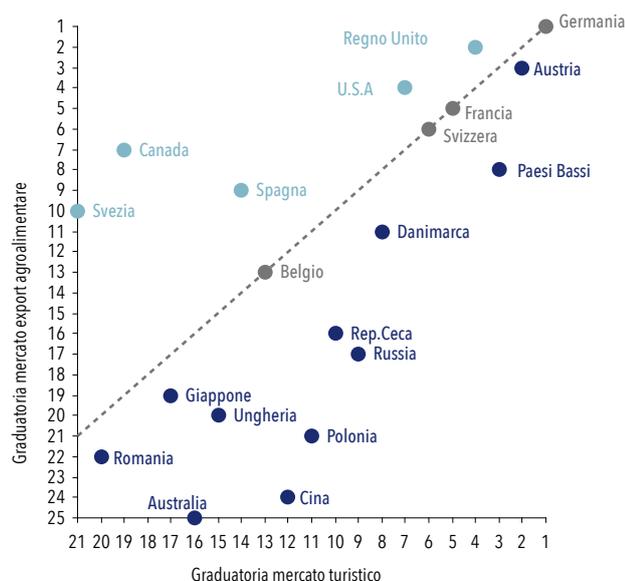
La promozione delle imprese venete sui mercati nazionali ed esteri e la valorizzazione dei prodotti e dell'immagine complessiva del comparto agroalimentare sono obiettivi che la Regione Veneto ha perseguito e continua a perseguire unitamente alla promozione integrata del territorio sotto il profilo produttivo, ambientale e culturale.

La rinomata enogastronomia italiana e, in particolare, veneta costituisce un punto forte della nostra offerta: nessun viaggiatore può resistere all'assaggio dei nostri prodotti e piatti tipici. L'assaporare in loco le prelibatezze venete incentiva, poi, gli stranieri ad acquistare i medesimi prodotti anche una volta tornati in patria. Nell'ambito del sistema autoreferenziale turismo-export, risulta quindi curioso confrontare i Paesi di provenienza dei turisti stranieri con i mercati dell'export agroalimentare veneto. Nel grafico si possono identificare dal colore grigio le nazioni che occupano la medesima posizione nella graduatoria stilata in base al numero di presenze turistiche e in quella del valore in euro dell'export agroalimentare. Le prime posizioni di ciascuna graduatoria appaiono molto simili, con la Germania che svetta in prima posizione e che distacca notevolmente le altre nazioni: nel 2014 il 34,6% delle presenze di turisti stranieri in Veneto è stato totalizzato con i tedeschi, e il 21,6% delle esportazioni agroalimentari venete ha avuto come destinazione la Germania. Le nazioni che occupano un posto più elevato nella graduatoria dell'export assumono nel grafico il colore azzurro, come la Svezia che è appena 21-esima tra le nazioni di provenienza turistica, ma è 10° per l'export agroalimentare grazie ad un tasso medio annuo di crescita nel periodo 2007-2014 del 13,8%.

Viceversa gli stati che assumono maggior rilievo nel settore turistico sono in blu. Tra questi si evidenzia la Cina, che per numero di pernottamenti è al 12° posto, mentre nella classifica dell'export agroalimentare ap-

pare ancora al 24° posto. Ma sembra solo questione di tempo, visto l'elevato tasso di crescita delle esportazioni del settore verso la Cina, che ha segnato il record del +34,8% medio annuo, e la conferma del trend in rapida salita anche nell'ultimo anno (+9,4%). Il mercato russo, per il quale si evidenziavano fino al 2013 tassi molto sostenuti, sintetizzati in un +15,7% medio annuo¹⁶ delle presenze turistiche e un +11,6% dell'export agroalimentare, nel 2014 ha avuto un brusco cambiamento di segno sia nel turismo (-3,7%) sia nelle esportazioni del settore (-19,1%). Tra i principali mercati solo nel caso della Spagna si nota un segno meno su entrambi i fronti.

Fig. 3.5.9 - Mercati stranieri per posizione nella graduatoria delle presenze turistiche e dell'export agroalimentare. Veneto - Anno 2014

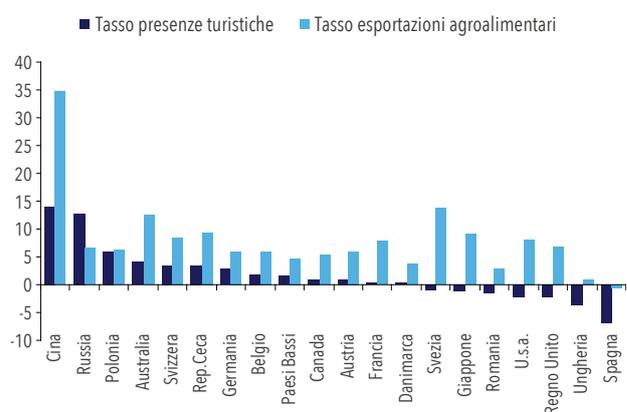


Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Regione Veneto e Istat

Il Giappone, che non appare tra le primissime posizioni né per il turismo né per l'export, risulta di notevole interesse per sviluppi futuri in considerazione del livello di spesa sostenuta: i 180-190 € spesi in media al giorno, una volta giunti nella destinazione di villeggiatura, eleggono i giapponesi quali clienti più desiderati, non solo per le strutture ricettive, quasi sempre alberghi e molto spesso di elevata qualità (70,8% delle presenze sono nelle 4-5 stelle), ma anche

per i commercianti, visto che all'acquisto di souvenir, abbigliamento, ecc. riservano quasi un terzo del budget. La Banca d'Italia, per cui è condotta l'indagine alle frontiere che ci permette di giungere a tali stime, include nella spesa solo quella effettuata a destinazione ed esclude quindi le spese sostenute per il viaggio.

Fig. 3.5.10 - Tasso di variazione medio annuo di presenze turistiche e di esportazioni agroalimentari dei principali mercati esteri. Veneto - Periodo 2007-2014



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

Gli agriturismi

Quando si tratta di enogastronomia non si può fare a meno di citare l'offerta agrituristica che, oltre al contatto con la natura e alla lontananza dal caos dei grandi centri urbani, seduce gli ospiti con un'offerta unica che rispecchia il territorio veneto, la sua storia, le sue tradizioni, la civiltà della comunità che ci vive: negli agriturismi, oltre che pernottare in un ambiente accogliente, si possono gustare prodotti tipici che rispecchiano le tradizioni gastronomiche locali. L'offerta agrituristica del Veneto, con 1.449 aziende nel 2013, rappresenta il 6,9% di quella nazionale, quota superata solo da due regioni in cui questa tipologia di offerta turistica è storicamente molto radicata, Toscana (19,7%) e Trentino Alto Adige (16,8%) e dalla Lombardia (7,3%).

Nel Veneto l'alloggio è offerto nel 2013 dal 61,8% degli agriturismi, la ristorazione dal 54%. Nel 44,2% delle aziende l'offerta prevede, in aggiunta o in alternativa, la degustazione, cioè la somministrazione di prodotti

¹⁶ Media annua nel periodo 2007-2013.



agricoli e zootecnici direttamente utilizzabili, come latte o frutta, e/o di prodotti che necessitano di una prima trasformazione, come olio, vino e formaggi. Ciascun agriturismo può possedere più di un'autorizzazione, cosicché le strutture venete presentano diverse combinazioni di servizi offerti. In quasi la metà delle aziende agrituristiche venete l'offerta è specializzata: il 29,1% offre solo alloggio, il 12,1% solo ristorazione e il 7,3% solo degustazione. A queste si affiancano molti agriturismi con un'offerta mista, il 14,4% fornisce addirittura un servizio completo alloggio/ristorazione/degustazione.

In Veneto è la provincia di Verona a presentare il maggior numero di agriturismi (25,9%) e, scendendo nel dettaglio delle tre principali autorizzazioni, permane ancora il primato del territorio scaligero per quanto riguarda l'offerta d'alloggio ma sul fronte della ristorazione e della degustazione l'area trevigiana conta più attività agrituristiche, che nel complesso totalizzano circa 11.600 posti a sedere. Vicenza è la seconda provincia con circa 9mila posti, Verona è la terza con poco più di 7mila. Queste cifre, assieme a quelle delle altre province, permettono al Veneto di totalizzare 42.267 posti a sedere.

Ad allattare il palato degli ospiti e a diffondere i nostri prodotti di qualità contribuisce anche l'acquisto di prodotti agricoli e/o alimentari prodotti dall'azienda, possibile nel 29,6% degli agriturismi: quest'attività è diffusa soprattutto nelle provincie di Vicenza e di Belluno, dove coinvolge rispettivamente il 47,1% e il 39,7% delle aziende.

Nel panorama della ricettività turistica veneta, in cui fondamentale rimane il ruolo svolto dalle strutture tradizionali, si nota negli ultimi anni un incremento di notevole entità di clienti che scelgono l'agriturismo per trascorrere le proprie vacanze. Resta ancora un turismo di nicchia scelto solo nel 2014 dall'1,4% dei turisti pernottanti in Veneto, ma le preferenze verso questa tipologia d'offerta crescono con un ritmo molto sostenuto. I flussi turistici degli agriturismi della nostra regione stanno registrando tassi di crescita medi annui elevati, doppi rispetto a quelli conseguiti in Italia: in Veneto dal 2008 al 2013 infatti gli arrivi sono aumentati mediamente all'anno del +10%, le presenze del +9,3% (contro un +5,5% e +4,1% nazionale).

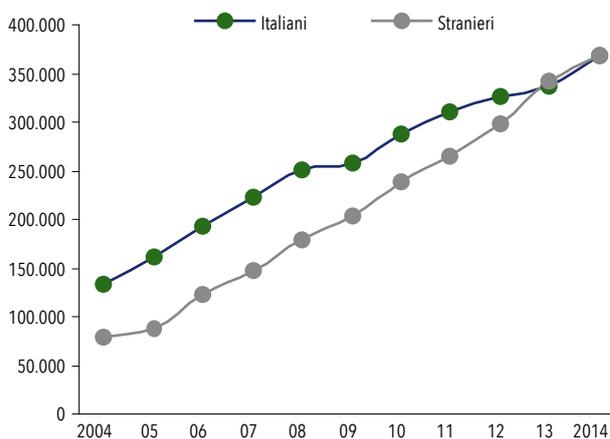
Anche nel 2014 gli incrementi sono stati della stessa portata: +9,1% degli arrivi e +8,6% delle presenze.

Negli agriturismi +9,1% arrivi e +8,6% presenze

Rispetto alle altre regioni italiane, l'agriturismo veneto appare in quinta posizione in quanto a numero di posti letto, ma sale al quarto posto per i risultati conseguiti nel corso del 2013 in termini di arrivi e di presenze.

Gli ospiti restano ancora prevalentemente italiani (57% degli arrivi nel 2014), ma le presenze registrate dagli agriturismi veneti nel corso degli anni dimostrano una sempre maggiore apertura ai mercati esteri, tanto che nel 2013 è avvenuto il sorpasso e il 50,3% dei pernottamenti è da parte di ospiti internazionali. Le presenze nazionali si dimostrano comunque in continua crescita, ma ad una velocità inferiore di quelle straniere.

Fig. 3.5.11 - Presenze di turisti negli agriturismi per provenienza. Veneto - Anni 2004:2014

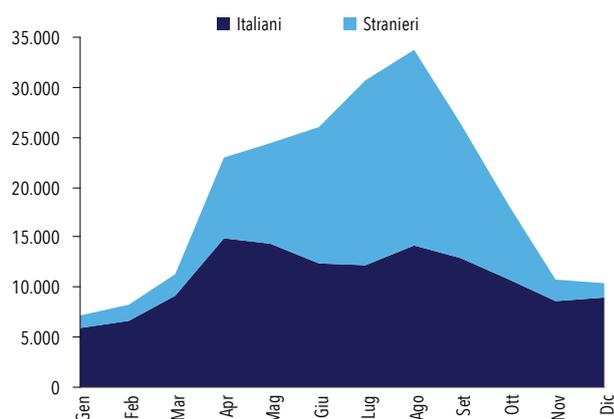


Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat - Regione Veneto

Anche il flusso di turisti che scelgono l'agriturismo Veneto per trascorrere le proprie vacanze è caratterizzato da stagionalità, soprattutto se si parla di turismo *incoming*. Per misurare quanto forte sia questo fenomeno, è stato calcolato il rapporto di concentrazione degli arrivi di turisti nel corso dei mesi dell'anno (R). Questo indica la distanza della distribuzione degli arrivi mensili effettivamente registrati rispetto alla perfetta equidistribuzione e assume valori da 0, valore minimo che indica assenza di stagionalità (nessuna concentrazione di arrivi), a un massimo di 1, estremo teorico che si raggiungerebbe se tutti i turisti arrivassero in un solo mese (massima concentrazione). Questo indicatore, calcolato sugli arrivi negli agri-

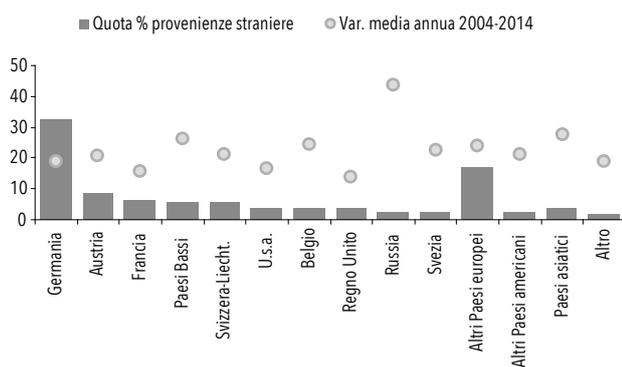
turismi veneti vale 0,3, ma sale a 0,5 nel caso degli stranieri mentre scende a 0,2 per gli italiani, che probabilmente utilizzano questa tipologia di struttura per trascorrere nel relax e nel verde i fine settimana in ugual misura durante tutto l'anno.

Fig. 3.5.12 - Arrivi di turisti negli agriturismi per mese e provenienza. Veneto - Anno 2014



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

Fig. 3.5.13 - Variazione media annua 2004-2014 e quota% dei turisti stranieri pernottanti in agriturismi per provenienza - Anno 2014



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

In cima della graduatoria dei mercati stranieri che frequentano questa tipologia di struttura appare la Germania, con un netto stacco rispetto alle altre na-

zioni. Anche in questo settore, come per il turismo veneto in generale, si rilevano forti incrementi della componente russa, che nella graduatoria appare però ancora al 9° posto.

Entriamo nell'azienda agricola

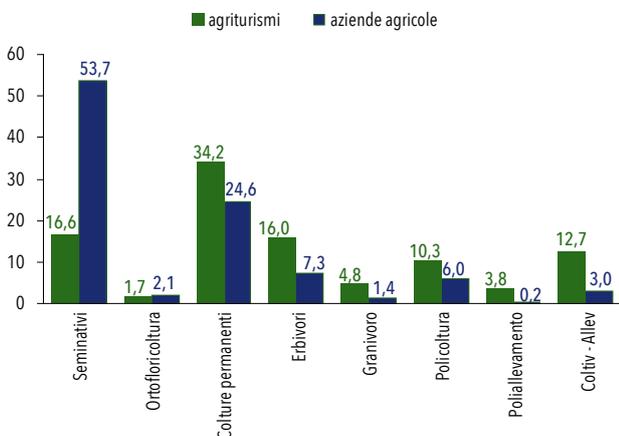
Il Censimento dell'Agricoltura tenutosi nel 2010 permette di scattare una fotografia più dettagliata dell'azienda agricola che si propone anche come agriturismo, aumentando il valore aggiunto dell'economia rurale. Gli agriturismi si distinguono rispetto all'azienda agricola generica innanzitutto per la maggiore propensione ad avere altre fonti di reddito connesse a quella agricola: si va dalla trasformazione di prodotti vegetali o animali e alla prima lavorazione di prodotti agricoli, alla fattoria didattica, alla produzione di mangimi, al lavoro conto terzi. Oltre a ciò, gli agriturismi si distinguono per una più elevata dinamicità e un orientamento imprenditoriale alla propria connotazione agricola: non solo queste imprese risultano in media più grandi, più giovani, più informatizzate e con capi azienda dai titoli di studio più elevati, ma anche svolgono un maggior numero di attività oltre a quelle tradizionalmente agricole e hanno una maggiore propensione ad utilizzare strumenti informatici e web. Queste caratteristiche garantiscono alle aziende con agriturismo una redditività tre volte maggiore rispetto alla media delle aziende venete: lo standard output¹⁷ degli agriturismi infatti supera i 138.000 euro all'anno per azienda, a fronte di una media regionale di 46.000 euro. Vero è anche che gli agriturismi si concentrano maggiormente in quelle specializzazioni aziendali, individuate tramite gli Orientamenti Tecnico Economici (OTE)¹⁸, più remunerative. Mentre infatti più della metà delle aziende agricole venete è specializzata in seminativi, coltura caratterizzata dallo standard output medio più basso (circa 13.000 euro per azienda), per gli agriturismi le specializzazioni più gettonate sono le colture permanenti (34,2%) - non a caso la metà degli agriturismi veneti possiede terreni coltivati a vite - l'allevamento di erbivori (16%) e l'orientamento misto con coltivazioni e allevamenti (12,7%). La specializzazione più redditizia in assoluto per entrambe le tipologie considerate, invece, è l'allevamento di granivori, principalmente gli avicoli: per le aziende venete la redditività media sfiora i 900mila euro, mentre per gli agriturismi, che scontano una minor dimensione quanto a numero di capi allevati, il valore si attesta a 504 mila euro.

¹⁷ 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).

¹⁸ L'OTE fornisce informazioni sull'indirizzo produttivo e sul grado di specializzazione aziendale sulla base dell'incidenza percentuale della dimensione economica (in termini di Reddito Lordo Standard) delle varie attività produttive sulla dimensione economica complessiva

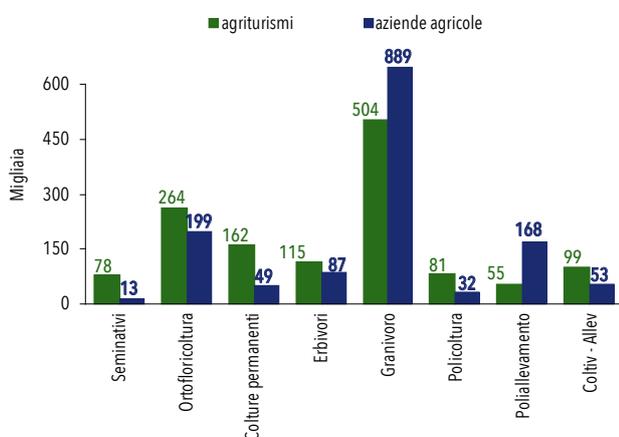


Fig. 3.5.14 - Distribuzione% per Orientamento Tecnico Economico e tipologia aziendale. Veneto - Anno 2010



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

Fig. 3.5.15 - Redditività (migliaia di euro) per Orientamento Tecnico Economico e tipologia aziendale. Veneto - Anno 2010

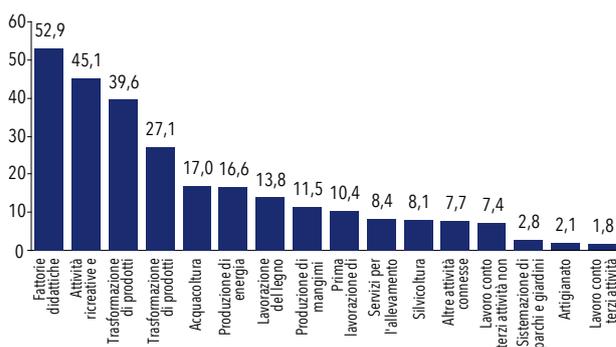


Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

Nell'attività agricola, inoltre, gli agriturismi, rispetto alle aziende agricole in generale, prediligono colture quali le ortive, la vite, le foraggere e quasi la metà degli agriturismi possiede un bosco di proprietà. Sul versante degli animali da allevamento, due terzi delle aziende agrituristiche ne possiede almeno un tipo, con particolare predilezione nei confronti di equini, avicoli e suini.

Nelle aziende agricole venete il 70% del reddito proviene dalla vendita dei prodotti aziendali, mentre nel caso delle aziende con agriturismo tale quota scende al 48%, perché diventa più rilevante la parte di reddito legato all'attività extra agricola. Inoltre quasi un agriturismo su due esercita almeno un'altra attività, tra cui la preferita risulta essere la trasformazione dei prodotti aziendali. Questa tipologia di aziende vanta anche una maggiore propensione al sociale dal momento che oltre la metà delle fattorie didattiche si trova in un'azienda agrituristica e analogamente vale per quasi la metà delle aziende con attività ricreative e sociali.

Fig. 3.5.16 - Aziende con agriturismo: quota% delle attività extra-agricole sul totale delle aziende agricole. Veneto - Anno 2010



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

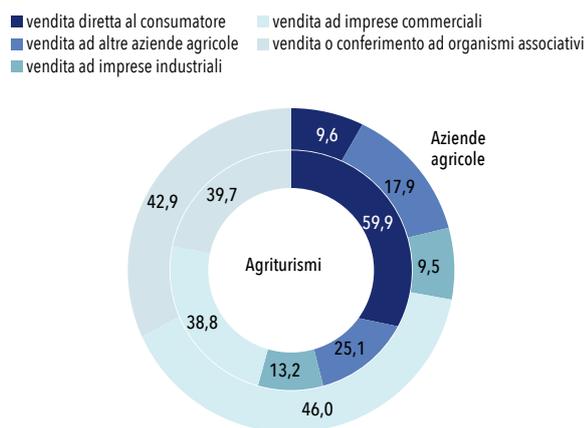
Un ulteriore fonte di reddito è la commercializzazione dei prodotti aziendali: per gli agriturismi essa pesa per il 48% dei ricavi aziendali e se l'86,6% delle aziende agricole venete commercializza i propri prodotti, per gli agriturismi questa quota supera il 90%. I canali di vendita preferiti per tutte le aziende sono la vendita ad imprese commerciali e/o la vendita-conferimento ad organismi associativi. Di tutt'altra natura, invece, la commercializzazione degli agriturismi che in stragrande maggioranza preferisce la vendita diretta al consumatore.

E se normalmente le aziende agricole venete concentrano la vendita dei propri prodotti in poche categorie, fondamentalmente cereali, uva da vino e piante industriali, l'offerta degli agriturismi è molto più dif-

dell'azienda. L'OTE rappresenta pertanto l'indirizzo produttivo dell'azienda, che, ad esempio, sarà considerata "olivicola" se la maggior parte del reddito complessivo aziendale proviene dalla coltivazione delle olive. In questo modo le aziende sono suddivise in base a uno schema che prevede livelli successivi di dettaglio: OTE generale, OTE principale, OTE particolare, suddivisione dell'OTE particolare.

ferenziata: cereali, uva da vino, ortive, frutta, prodotti trasformati, animali vivi e vino.

Fig. 3.5.17 - Distribuzione% aziende che effettuano vendita dei propri prodotti per canale commerciale e per tipo di azienda. Veneto - Anno 2010



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

3.6 Alimentare, alimentarsi

L'EXPO vuole essere l'occasione per riflettere sulla qualità e la salubrità di ciò che mangiamo, su come viene prodotto e sull'impatto ambientale che ne deriva. Vuole essere anche un ulteriore momento per "confrontarsi sulle contraddizioni del nostro mondo: se da una parte c'è ancora chi soffre la fame (circa 870 milioni di persone denutrite nel biennio 2010-2012), dall'altra c'è chi muore per disturbi di salute legati a un'alimentazione scorretta e troppo cibo (circa 2,8 milioni di decessi per malattie legate a obesità o sovrappeso)"¹⁹. La Carta di Milano, il manifesto di EXPO 2015, vede l'impegno da parte di cittadini, imprese e società civile a garantire il diritto al cibo: l'accesso equo e universale, la produzione di alimenti sani e sicuri, una maggiore consapevolezza della natura del cibo di cui ci nutriamo, il sostegno e la diffusione della cultura della sana alimentazione, anche attraverso l'educazione alimentare.

Con lo slogan "From farm to plate, make food safe", lanciato in occasione della Giornata della Salute 2015 dedicata alla salute alimentare, l'Organizzazione mondiale della sanità (Oms) richiama l'attenzione sugli at-

tuali fattori di insalubrità e pericolosità legati al cibo che consumiamo. La sempre maggiore industrializzazione della produzione di alimenti e la globalizzazione della loro distribuzione inducono potenzialmente nuovi rischi che un cibo contaminato da batteri, virus, parassiti o agenti chimici finisca in breve tempo sulle tavole di molte persone, in luoghi anche molto distanti fra loro. Un problema locale può diventare rapidamente un'emergenza internazionale e investigarne le cause è estremamente più complesso quando gli ingredienti di una sola pietanza provengono da molti Paesi. L'Oms stima per il 2010 un numero di 351 mila decessi dovuti a cibo contaminato; più a rischio i bambini: oltre il 40% delle persone affette da queste malattie ha meno di 5 anni. L'impatto non è solo sanitario ma anche economico, specie in un mondo globalizzato: ad esempio, la contaminazione batterica (escherichia coli) che ha colpito la Germania nel 2011 è costata 1,3 bilioni di dollari di perdite per agricoltura e industria e 236 milioni di dollari di aiuti da parte dei Paesi dell'UE.

Un'altra minaccia per la salute è la malnutrizione in tutte le sue forme, in quanto una dieta scorretta lungo il corso della vita può essere causa di malattie croniche e di altri problemi gravi. L'aumento della produzione di cibo industriale, la rapida urbanizzazione e il cambiamento negli stili di vita comportano un cambiamento anche negli stili alimentari. Le persone consumano sempre più alimenti ricchi di calorie, grassi, zuccheri e sale e non abbastanza frutta, verdura e fibre. Per questo l'Oms divulga periodicamente a tutti i Paesi le indicazioni per una dieta salutare in termini di quantità di elementi nutrizionali consigliati alle diverse età, raccomandando altresì ai governi di creare un "ambiente alimentare" sano, investendo nella promozione di alimenti salutarì e nella divulgazione di comportamenti corretti. La dieta quotidiana di ciascuno di noi, infatti, dipende da scelte alimentari individuali, ma anche da fattori socioculturali e dalla disponibilità e economicità di alimenti sani. Per questo, la stessa Oms sollecita i governi ad adottare una politica dei prezzi tale da promuovere diete sane²⁰. Il governo francese, per esempio, è intervenuto tassando le bevande zuccherate e proponendo un'imposta sull'utilizzo industriale dell'olio di palma, e anche in Italia ci sono state discussioni parlamentari in tal senso.

I rischi: sovrappeso e obesità

Sovrappeso e obesità sono tra i fattori di rischio più rilevanti per la salute tra quelli legati alle abitudini alimentari; l'eccesso ponderale sem-

¹⁹ Tratto dal tema ufficiale di EXPO 2015.

²⁰ WHO, "Using price policies to promote healthier diet", 2015.



bra infatti essere la causa di malattie cardiovascolari, ictus, diabete, disturbi muscoloscheletrici e alcuni tipi di tumore. Si calcola che nel mondo più della metà delle persone sia in sovrappeso o obesa, un dato in crescita, che interessa non solo i Paesi ricchi ma anche i Paesi dalle economie emergenti.

Tra i Paesi europei nel 2014 è del 58,6% la proporzione di persone adulte con eccesso di peso, e varia tra il 54,9% per le donne e il 62,6% per gli uomini²¹. In Italia oggi questa proporzione è tra le più basse, 35,8% per le donne e 55,1% per gli uomini. Il fenomeno è in aumento anche in Italia e di più in Veneto: la popolazione obesa o in sovrappeso passa dal 43,2% del 2005 al 45,1% del 2013 (il 34,5% è in sovrappeso e il 10,6% è obeso). Tra gli adulti l'eccesso di peso aumenta con l'età e colpisce di più gli uomini e le persone socialmente svantaggiate o con basso titolo di studio.

Tab. 3.6.1 - Percentuale di persone di 18 anni o più in sovrappeso o obese per varie caratteristiche. Veneto e Italia - Anno 2013

	Veneto	Italia
Maschi	46,4	55,6
Femmine	31,4	36,8
18-24 anni	13,8	17,6
25-44 anni	34,8	35,4
45-64 anni	51,7	52,9
65 anni e più	61,1	59,7
Licenza elementare o nessun titolo	64,0	61,9
Licenza media	48,4	49,6
Diploma superiore	37,5	38,6
Laurea o post laurea	28,4	31,9
Totale	45,1	45,8

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

È opportuno monitorare l'eccesso di peso anche tra i bambini, così da poter intervenire cambiando comportamento alimentare e stile di vita. In Veneto, tra i bambini di 8-9 anni, il 23,5% presenta un eccesso ponderale (17% in sovrappeso e il 6,5% è obeso). La percentuale è tra le più basse tra le regioni italiane (30,7% i bambini in Italia con problemi di peso), ma

si tratta comunque di una porzione importante della popolazione infantile²².

La percezione che una persona ha del proprio peso è un fattore rilevante da considerare perché condiziona un eventuale cambiamento nel proprio stile di vita. Mentre chi è obeso in genere ne è consapevole (il 91% dichiara di avere questo problema), non così le persone in sovrappeso, che per il 46% sono convinte che il proprio peso sia giusto e solo una minoranza (15,5%) segue una dieta per dimagrire. Le donne hanno in genere una percezione più corretta degli uomini, dato che il 70% delle donne in sovrappeso si ritiene tale contro il 44% degli uomini.

Le scelte alimentari

Le istruzioni per una dieta corretta diramate dall'Oms a gennaio 2015 puntano l'attenzione su frutta e verdura, zuccheri, grassi e sale.

Innanzitutto viene rimarcato che una dieta sana dovrebbe includere almeno 5 porzioni giornaliere di frutta o verdura e prevedere legumi, semi e grani integrali. Meno del 10% delle calorie totali possono derivare da zuccheri liberi e meno del 30% da grassi. Vanno preferiti i grassi insaturi, come l'olio d'oliva, a quelli saturi, come il burro, ed evitati i grassi idrogenati che si trovano negli alimenti industriali (snack, prodotti dolciari e da forno, margarine). Infine, per tenere controllata la pressione, il sale va ridotto a 5 grammi al giorno (circa un cucchiaino), preferibilmente iodato.

Il nostro Ministero della Salute divulga queste indicazioni attraverso la piramide alimentare, una rappresentazione grafica che tende a mostrare il peso che i diversi alimenti dovrebbero avere nella dieta settimanale o giornaliera. Si tratta di una "traduzione" delle indicazioni dell'Oms in pietanze e porzioni che si trovano normalmente sulle tavole degli italiani, per esempio le quantità di "grani" diventano piatti di pasta o riso, in modo da adeguare e rendere così più comprensibili le dosi indicate. Ecco che 2-3 porzioni di pane, pasta o riso al giorno, 2 uova e 2 porzioni di pesce e 2 di legumi alla settimana, 2 bicchieri di latte o yogurt al giorno, diventano istruzioni più semplici da seguire, anche nel momento della spesa.

Cosa e come mangiamo

Se la dieta riguarda la varietà e la quantità di alimenti che consumiamo abitualmente, il nostro stile ali-

²¹ L'eccesso di peso è valutato in base all'indice di massa corporea (BMI, *body mass index*) così calcolato: peso in kg/altezza in metri al quadrato. I valori soglia sono: BMI tra 25 e 29,9 (sovrappeso) e BMI maggiore o uguale a 30 (obesità).

²² Sistema di sorveglianza "Okkio alla SALUTE" 2013.

mentare è dato anche da alcune abitudini comportamentali legate al modo che abbiamo di mangiare: se facciamo una colazione adeguata, se pranziamo in casa o fuori, se consideriamo come nostro pasto principale il pranzo o la cena.

Consumare il pasto principale in casa consente di controllare da vicino ingredienti e modalità di cottura, fare una colazione corretta ed equilibrata ci evita di ricorrere poi agli spuntini o di gettarci sugli snack.

Migliora nel tempo il modo di fare colazione, visto che il 79,7% delle persone in Italia e l'84,3% in Veneto dichiara di fare una colazione adeguata, ossia di mangiare qualcosa oltre a bere tè, caffè, latte o spremute. In generale, il pranzo è il pasto principale (in Veneto lo considera tale il 67,4% delle persone), anche se aumenta chi si trova a dover pranzare al volo e quindi a curare di più la cena (25,2%).

Tab. 3.6.2 - Percentuale di persone di 3 anni e più per stile alimentare. Veneto e Italia - Anni 2008 e 2013

	Veneto		Italia	
	2008	2013	2008	2013
Colazione adeguata (a)	79,8	84,3	79,2	79,7
Frutta verdura ortaggi				
<i>almeno 5 porzioni al giorno</i>	6,0	4,6	5,7	4,8
<i>più di 1 porzione al giorno</i>	85,0	84,4	85,1	83,5
Frutti almeno 2 al giorno	63,0	63,8	-	-
Pane, pasta, riso almeno una volta al giorno	86,0	81,7	85,6	82,4
Legumi almeno qualche volta la settimana	30,0	35,8	44,2	49,4
Pesce almeno qualche volta la settimana	48,8	51,7	57,5	57,9
Carni bianche almeno qualche volta la settimana	80,5	81,7	79,9	82,5
Carni bovine almeno qualche volta la settimana	70,4	62,3	71,2	66,9

(a) Colazione adeguata: prende qualcosa da bere (tè, latte, caffè,...) e mangia anche qualcosa.
Fonte: Elaborazioni Regione del Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

Si tende a consumare di più i legumi, visto che la percentuale di persone che li assume almeno qualche volta la settimana sale al 35,8% (era al 30%), così come il pesce (il 51,7% dei veneti lo consuma almeno qual-

che volta la settimana), ma c'è ancora ampio margine di miglioramento.

Frutta e verdura: in pochi seguono le prescrizioni dell'Oms

Circa l'84% delle persone mangia più di una porzione al giorno di frutta e verdura, mentre sono pochi coloro che ne mangiano almeno 5 porzioni, così

come prescritto dall'Oms: sono appena il 4,6%, in diminuzione fra l'altro rispetto al 6% del 2008. Questa tendenza, più che a un cambio di scelte individuali, è dovuta probabilmente all'effetto della crisi sull'accessibilità economica di questi prodotti, per molte famiglie diventati troppo costosi. Per contro, stupisce la diminuzione generale di quanti mangiano pane, pasta o riso almeno una volta al giorno; qui sembra prevalere l'attitudine a ridurre i carboidrati, effetto forse della diffusione, anche nei media mainstream, di diete ipocaloriche o dell'individuazione di disturbi legati all'assunzione di questi alimenti.

Le condizioni socioculturali condizionano il nostro comportamento alimentare: la scelta delle pietanze, la quantità e la varietà degli alimenti che includiamo nei pasti dipendono non solo dal gusto personale ma anche dalla conoscenza dei prodotti e delle possibilità culinarie, dalla disponibilità economica. Chi gode di maggiori risorse economiche può permettersi una dieta più ricca e variegata (vedi Tab. 3.6.3).

I disoccupati subiscono uno svantaggio alimentare rispetto agli occupati piuttosto notevole: solo il 69,5% di loro (contro il 79,8%) mangia frutta e verdura almeno una volta al giorno, mentre ricorrono più spesso ai salumi (il 14,2% almeno una volta al giorno contro il 7,1%) e a pane, pasta o riso più volte al giorno (il 33,6% contro il 25,1%).

L'attenzione a un'alimentazione salutare è sentita soprattutto tra le persone più istruite, che tendono a mangiare più spesso frutta e verdura (ad esempio il 7,6% ne consuma almeno 5 porzioni al giorno contro il 3% di chi ha la licenza media o elementare), mentre riducono un po' la carne e la pasta (vedi Tab. 3.6.4). Anche l'età è un fattore di condizionamento delle abitudini alimentari, per quanto attiene alla formazione del gusto e alle conoscenze legate al cibo. Il consumo di frutta e verdura è criticamente basso nelle età giovani, solo il 53,2% dei bambini sotto i 13 anni ne mangia almeno 2 porzioni al giorno. La percentuale sale un po' tra gli adolescenti (62,5%) ma, appena si matura l'età per autogestirsi i pasti, si preferisce altro e il consumo giornaliero di frutta e verdura diminuisce



Tab. 3.6.3 - Percentuale di persone per stile alimentare e disponibilità di risorse economiche. Veneto - Anno 2013

	Assolutamente insufficienti o scarse	Adeguate o ottime
Frutta o verdura almeno 5 porzioni al giorno	3,9	4,2
Verdura almeno 1 volta al giorno	56,8	59,1
Ortaggi almeno una volta al giorno	47,5	51,2
Frutta almeno una volta al giorno	69,0	73,8
Carni bovine almeno qualche volta la settimana	58,7	65,3
Carni bianche almeno qualche volta la settimana	79,9	83,1
Pesce almeno qualche volta la settimana	49,6	53,7
Pane, pasta o riso almeno una volta al giorno	82,5	81,2

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

Tab. 3.6.4 - Percentuale di persone per stile alimentare e titolo di studio. Veneto - Anno 2013

	Licenza elementare o nessun titolo	Licenza media	Diploma superiore	Laurea o postlaurea
Frutta o verdura almeno 5 porzioni al giorno	3,0	2,9	4,9	7,6
Verdura più di 1 volta al giorno	19,8	19,9	24,3	24,4
Ortaggi più di una volta al giorno	14,4	14,8	17,4	21,0
Frutta più di una volta al giorno	35,5	35,2	34,1	39,1
Carni bovine almeno qualche volta la settimana	62,3	60,2	63,7	59,1
Carni bianche almeno qualche volta la settimana	83,4	80,3	79,8	81,6
Pesce almeno qualche volta la settimana	54,2	50,2	49,5	51,7
Pane, pasta o riso almeno una volta al giorno	86,7	82,2	79,0	73,9

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

nuovamente (58% tra i 20 e i 25 anni). Una maggiore consapevolezza e attenzione si acquisisce con l'età più adulta. Gli adolescenti e i giovani sono anche i più inclini al consumo di snack: oltre la metà di loro li consuma più di qualche volta la settimana.

Ormai diffusa (80,3% dei veneti) è la buona prassi di usare olio di oliva per la cottura o il condimento a crudo delle pietanze, piuttosto che olii o grassi diversi, sicuramente in misura maggiore tra le persone più istruite.

Inoltre, il controllo del sale impiegato in cucina è diventato un'abitudine per il 72,4% delle persone, così come l'uso del sale iodato (54,5%).

Si tratta di accorgimenti che possono essere messi in atto nella cucina di tutti i giorni, ma non possono essere controllati più di tanto quando si mangia fuori casa. Il pranzo viene consumato in casa, propria o di amici o parenti, nel 75,7% dei casi; naturalmente chi lavora riesce con più difficoltà a pranzare a casa (59,5%), anche se la crisi ha indotto dei cambiamenti in tal senso (erano il 56,5% nel 2008), portando a preferire il pranzo indoor. Diminuisce anche l'utilizzo della mensa aziendale, sostituito in parte con il pranzo sul posto di lavoro- "sulla scrivania" si potrebbe dire; porta il pranzo da casa o ricorre all'asporto quasi il 15% dei lavoratori, contro il 12,3% del 2008.

Quanto si spende per mangiare

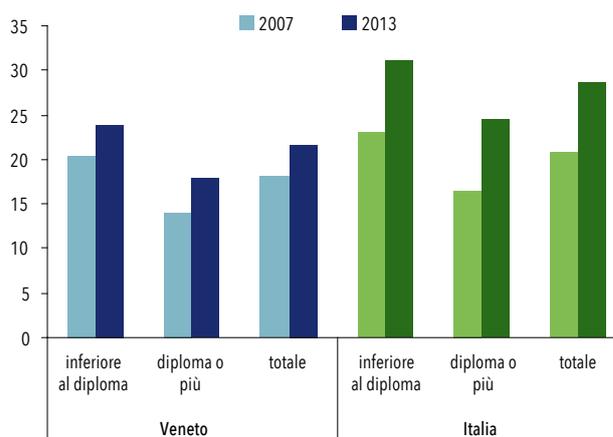
Anche i dati sulla spesa media mensile delle famiglie confermano come la crisi abbia indotto a ridurre la spesa per i pasti fuori casa. Più in generale, in questi ultimi 5 anni le famiglie con minori possibilità economiche contraggono tutte le spese, anche quelle alimentari (di circa 40 euro al mese); non così chi può contare su un reddito più elevato. Considerando il titolo di studio del capofamiglia come proxy della condizione socio-economica familiare, si vede, ad esempio, come tra chi è laureato la spesa alimentare aumenta da 440 a 470 euro mensili.

La maggioranza delle famiglie dichiara di continuare ad acquistare i principali prodotti alimentari -pane, pasta, carne, pesce, frutta e verdura- come prima in termini di quantità e qualità. Vi è comunque una percentuale non trascurabile, e in aumento in questi ultimi anni, che ammette di dover affrontare delle privazioni. Circa un terzo delle famiglie acquista quantità inferiori, un 7% sacrifica la qualità pur di mantenere inalterata la quantità e un 6% circa rinuncia a entrambe le cose.

L'indicatore sintetico delle diverse rinunce da parte delle famiglie²³ conferma questo fatto, d'altro canto intuibile: per il Veneto il valore era 18,1 nel 2007 e sale a 21,7 ad oggi, a indicare un aumento delle rinunce alimentari, che comunque rimangono inferiori a quanto succede mediamente nelle famiglie italiane (da 20,7 a 28,6). Le famiglie maggiormente costrette

a rivedere al ribasso i propri consumi sono quelle del ceto medio: l'indicatore sintetico di rinuncia tra le famiglie dove la persona di riferimento ha un titolo di studio medio-basso sale a 23,9.

Fig. 3.6.1 - Indicatore sintetico di rinuncia ai beni alimentari delle famiglie per titolo di studio della persona di riferimento. Veneto e Italia - Anni 2007 e 2013(*)



(*) All'aumentare del valore dell'indicatore, aumenta il livello di rinuncia; 100= massima rinuncia (rinuncia sia alla qualità sia alla quantità per ogni tipo di prodotto alimentare considerato), 0= acquista come o più dell'anno scorso per ogni tipo di prodotto alimentare considerato.

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

Tab. 3.6.5 - Spesa media mensile alimentare in euro delle famiglie per titolo di studio della persona di riferimento della famiglia. Veneto - Anni 2007 e 2013

	2007				2013			
	Inferiore al diploma	Diploma	Laurea o più	Totale	Inferiore al diploma	Diploma	Laurea o più	Totale
Spesa totale alimentari	466,80	436,00	437,39	456,50	428,93	442,77	466,60	436,34
Pane, pasta e cereali	80,08	81,63	82,25	80,67	72,31	80,27	80,88	75,25
Carne	101,53	93,06	78,25	97,07	98,74	86,61	105,21	96,23
Pesce	36,75	31,34	34,60	35,27	34,31	34,26	42,98	35,17
Latte, formaggi e latticini	64,51	58,60	64,94	63,19	56,21	60,38	59,97	57,68
Frutta e ortaggi	65,57	62,90	68,46	65,26	59,32	66,10	72,75	62,44
Pasti fuori casa	82,74	143,07	156,39	104,64	75,65	123,81	163,92	97,13

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

²³ Indicatore sintetico di rinuncia: varia da 0 a 100, dove 0 rappresenta la situazione migliore, ossia quando si acquista come o più di prima, mentre 100 indica la condizione peggiore, vissuta dalle famiglie costrette a rinunciare sia alla quantità che alla qualità per ogni tipo di prodotto considerato (pane, pasta, carne, pesce, frutta e verdura).



Un dato infine da non sottovalutare: nel 2013, il 7,2% dei veneti (più di 360 mila persone) non può permettersi un pasto adeguato (carne, pesce o equivalente vegetariano) almeno ogni due giorni; un valore comunque inferiore alla media italiana nel suo complesso, 14,2%, e alla media europea, 10,5%.

Lo spreco alimentare

Può sembrare un paradosso parlare al contempo di contrazione della spesa alimentare dovuta a reddito insufficiente e di spreco alimentare. Un paradosso solo apparente, però: come abbiamo visto, non tutti i soggetti riducono in egual misura e per gli stessi motivi la loro spesa alimentare, stante le disparità socioculturali e di reddito, e inoltre lo spreco è spesso involontario, perché può dipendere dal processo di industrializzazione dei cibi e dal modello di distribuzione. La necessità di risparmiare può indurre a comprare prodotti meno freschi o ad approfittare delle offerte della grande distribuzione per l'acquisto di una certa quantità di prodotti (3x2, prezzo a cassetta,...). In entrambi i casi, la probabilità che qualche alimento deperisca e venga gettato prima di essere consumato in famiglia, aumenta.

Ma anche la sovralimentazione può in un certo senso essere considerata spreco. Come definiamo esattamente lo spreco alimentare? La FAO²⁴ distingue lo spreco globale in perdita alimentare e spreco propriamente detto. La perdita si riferisce alla diminuzione in quantità o in valore nutrizionale del cibo destinato all'alimentazione umana, le cui cause sono da imputarsi principalmente a inefficienze e inadeguatezze nella catena di produzione, prima cioè che arrivi alla distribuzione. Lo spreco propriamente detto si riferisce invece al cibo scartato, sia dai punti di smercio a causa di deperimento o di sovrarifornimento, che dalle famiglie. Ma una definizione unica per tutti i Paesi ancora non c'è. In Italia, Andrea Segrè²⁵ ha contribuito alla definizione del *food waste* quale insieme di quei prodotti scartati o perduti lungo tutta la catena agroalimentare che, pur avendo perso il loro valore commerciale, non hanno però perso la loro caratteristica di alimento per cui potrebbero essere ancora destinati al consumo umano. Si distinguerebbe quindi uno spreco assoluto, ossia prodotti che non sono più alimento e non hanno valore economico, da uno spreco relativo, ovvero prodotti che non sono più alimento ma possono avere un valore economico (compost, mangimi,...) o non hanno valore economi-

co ma sono alimento (cibi recuperati dallo scarto di produzione o mercato).

L'assenza di una definizione univoca rende difficile la quantificazione, nonché le politiche di riduzione adeguate e il loro monitoraggio.

La filiera agroalimentare è estremamente lunga e complessa, composta da molte fasi, ciascuna delle



quali andrebbe monitorata per ridurre perdite e sprechi. Una prima grande fase compren-

de tutte le attività connesse alla coltivazione e alla produzione agricola, dove intervengono malattie e infestazioni, ma anche problematiche riconducibili alle tecniche di trattamento, immagazzinamento e trasporto. Molti ortaggi, frutta e verdura, poi, rimangono sul campo perché per ragioni commerciali non sono considerati buona merce per la vendita. La seconda fase riguarda la trasformazione, dove i prodotti subiscono una lavorazione industriale che per limiti tecnologici produce scarti. La terza fase, la distribuzione, ha una grossa parte nella determinazione dello spreco attraverso l'inventario, dovuto a strategie di marketing e a standard qualitativi ed estetici non raggiunti dal prodotto. L'ultima fase è rappresentata dal consumo finale della ristorazione e delle famiglie; qui gli sprechi sono dovuti principalmente all'eccesso di acquisti o di preparazione delle pietanze e alla difficoltà ad interpretare le indicazioni di conservazione. Uno studio della Commissione Europea²⁶ analizza e fornisce una prima stima della quantità di spreco alimentare in Europa che si accumula dalla seconda fase in poi; si tratta di 89 milioni di tonnellate/annue, circa 180 kg pro-capite all'anno, il 25% degli acquisti familiari. Secondo queste stime, ancora approssimative, la maggior parte dello spreco (42%) è da imputarsi al consumo domestico, quindi ad abitudini di acquisto, trattamento e conservazione dei cibi, e alla fase di trasformazione industriale (39%).

In Italia, una stima del Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agroalimentari dell'Università di Bologna, ottenuta per differenza tra la quantità di cibo disponibile e cibo consumato, porta a valutare attorno ai 20 milioni le tonnellate annue di cibo sprecato. Tra le cause di spreco familiare più frequenti c'è l'errata conservazione, per cui il cibo ammuffisce o prende un cattivo odore, ma anche l'eccesso di quantità acquistata, vuoi perché le confezioni sono troppo grandi, perché si calcolano male le quantità che servono, o

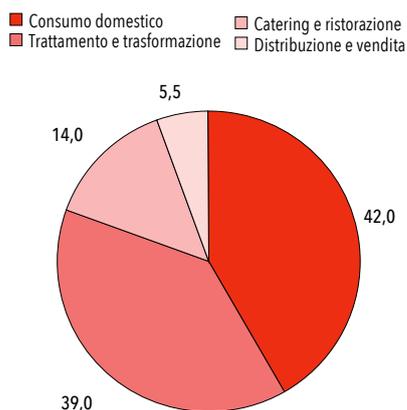
²⁴ Food and Agriculture Organization, Agenzia delle Nazioni Unite.

²⁵ Fondatore e Presidente di Last Minute Market, progetto che si propone di trasformare lo spreco in risorsa e che realizza il Waste Watcher, osservatorio sullo spreco alimentare.

²⁶ European Commission - DG Environment Unit C1, "Food Waste in the EU: a study by the European Commission", Barcellona, 2011.

perché si fa la spesa solo una volta la settimana²⁷. Tra i prodotti freschi più buttati ci sono frutta, verdura, formaggi e pane; tra i prodotti cotti la pasta, i cibi pronti e precotti.

Fig. 3.6.2 - Distribuzione dello spreco alimentare per settore. Ue28 - Anno 2011



Fonte: Commissione Europea, Direzione Generale per l'Ambiente

Si tratta di abitudini comportamentali legate a fattori anche culturali: come dichiarato dalle famiglie stesse²⁸, nelle regioni del Sud il cibo generalmente si butta perché se ne cucina troppo, in altre regioni perché non si consuma in tempo e deperisce o inizia ad assumere un odore o un sapore sgradevole. In Veneto, la modalità di spreco prevalente è invece l'eccesso di acquisto dovuto a confezioni troppo grandi. Lo spreco alimentare ha molte conseguenze che non riguardano solo il cibo ma tutti i fattori messi in campo per la sua produzione: dal suolo utilizzato, che si impoverisce per la riduzione della fertilità, per la deforestazione e l'inquinamento da fertilizzanti, alle risorse idriche, con la diminuzione dei flussi e delle falde, e la qualità dell'aria, con l'emissione di gas serra. Ridurre lo spreco è quindi una pratica ecologica, oltre che etica, e per farlo occorre attuare un recupero culturale del valore del cibo, smettere di considerarlo solo in quanto merce: "l'atto del cibarsi è diventato talmente abituale e scontato che non gli si dà più il valore e il peso che merita (...). Nutrirsi è un atto che ha perso, almeno per una parte del mondo, il suo reale valore, non solo economico ma anche e soprattutto quello etico, sociale, culturale e biologico".²⁹

²⁷ Waste Watcher, "Osservatorio sugli sprechi alimentari delle famiglie italiane - Rapporto 2013", Bologna, 2013.

²⁸ Idem.

²⁹ Andrea Segrè da C. Cattivello, "Lo spreco di cibo in Italia", notiziario Ersu n.1/2013.