



Focus sulle esportazioni delle cooperative agroalimentari

Milano, 2 ottobre 2015

L'attività dell'OSSERVATORIO della Cooperazione Agricola Italiana

- Istituito presso il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali (ai sensi della legge n. 231 del 2005) e sostenuto da Agci-Agrital, Fedagri Confcooperative, Legacoop Agroalimentare e Unicoop
- Realizza dal 2005 **analisi originali** sulla cooperazione agroalimentare italiana sviluppando diverse linee di ricerca
 1. Creazione e gestione di **banche dati** analitiche sulle consistenze delle imprese cooperative associate alle organizzazioni di rappresentanza
 2. **Indagini dirette** (interviste, *focus group*, casi di studio) per raccogliere indicazioni su tendenze congiunturali, caratteristiche strutturali e comportamenti delle cooperative
 3. **Analisi delle performance economico-finanziarie** di campioni rappresentativi di imprese cooperative e di capitali dell'alimentare
 4. **Approfondimenti specifici** su temi rilevanti e di attualità (credito, internazionalizzazione, acquisizioni e fusioni, ecc.)

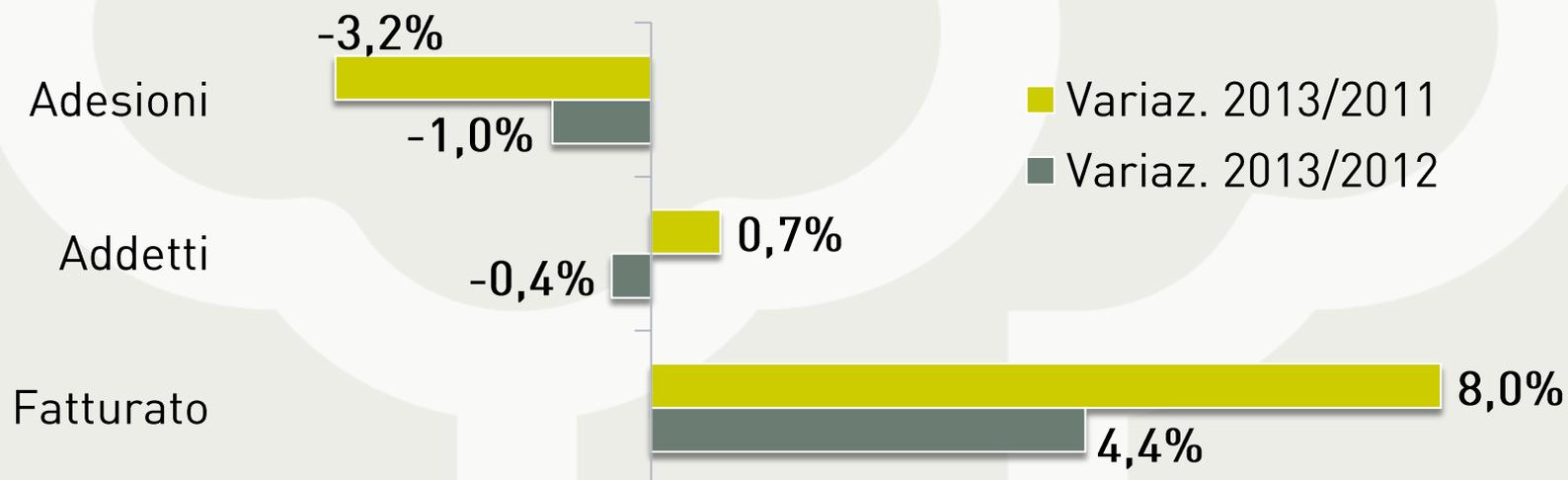
www.osservatorio-cooperazione-agricola.it

Cooperazione agroalimentare associata: DIMENSIONI ECONOMICHE 2013

Principali indicatori economici (2013)

Numero di imprese	5.024
Fatturato (mln €)	36.147
Numero di addetti	92.049
Numero di adesioni	815.898

Trend dei principali indicatori economici (2013-2011)



Fonte: Database dell'Osservatorio della cooperazione agricola italiana

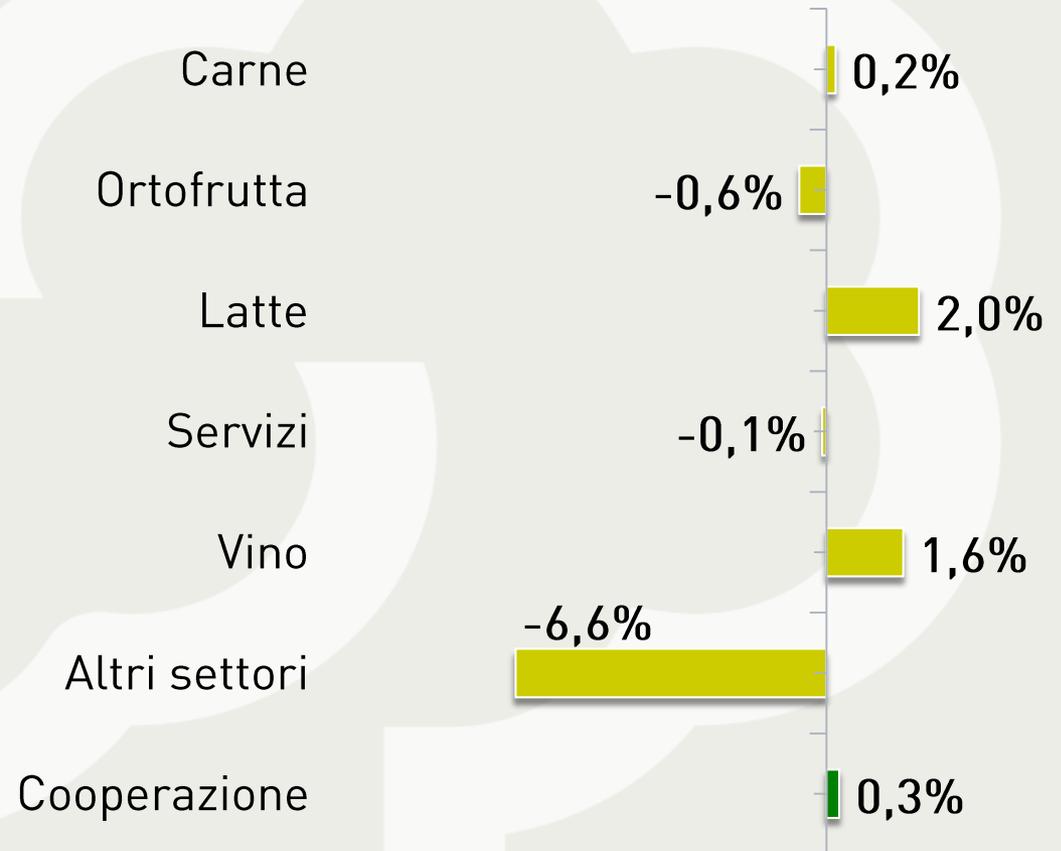
Cooperazione agroalimentare associata: DIMENSIONI ECONOMICHE – STIMA 2014

Stima dei principali indicatori economici (2014)

Numero di imprese	4.894
Fatturato (mln €)	36.093

Variazione
2014/2013
+0,3%

Variazione fatturato per settori (2014/2013)



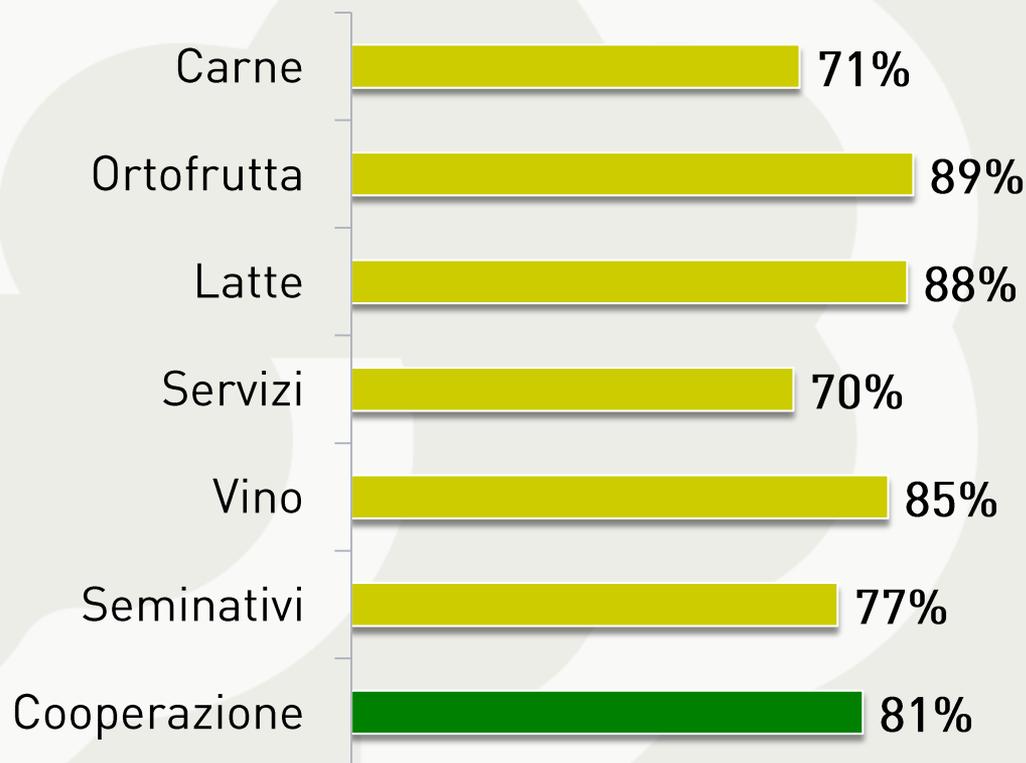
Fonte: Database dell'Osservatorio della cooperazione agricola italiana

* Seminativi, forestali, olivicolo, tabacco, ecc.

Cooperazione agroalimentare «avanzata»: MUTUALITÀ nei principali settori cooperativi

- La gran parte della materia prima che le cooperative alimentari italiane trasformano proviene dai propri soci agricoli.
- Questo garantisce un forte legame con il territorio, che si traduce nell'origine italiana dei propri prodotti.
- La cooperazione è quindi una delle più importanti espressioni del made in Italy agroalimentare

Mutualità* per settore (2014)

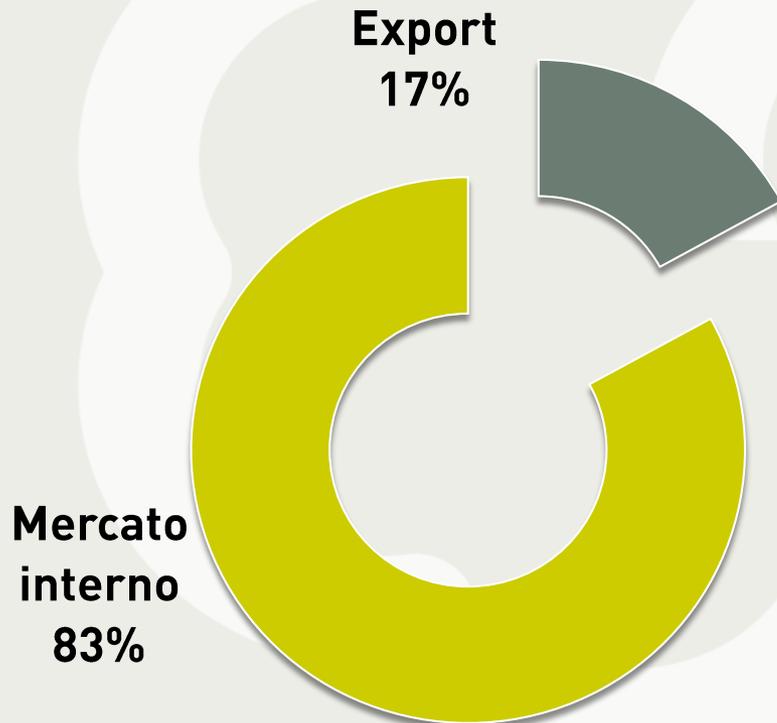


Fonte: Indagine diretta dell'Osservatorio della cooperazione agricola italiana su un campione di 386 cooperative nel marzo 2015

* Incidenza degli approvvigionamenti da soci sugli acquisti totali di materia prima. Nel settore servizi incidenza degli acquisti dei soci sul totale vendita di beni/servizi

Cooperazione agroalimentare «avanzata»: PROPENSIONE all'EXPORT

Cooperazione: incidenza delle vendite estere sul fatturato totale (2014)

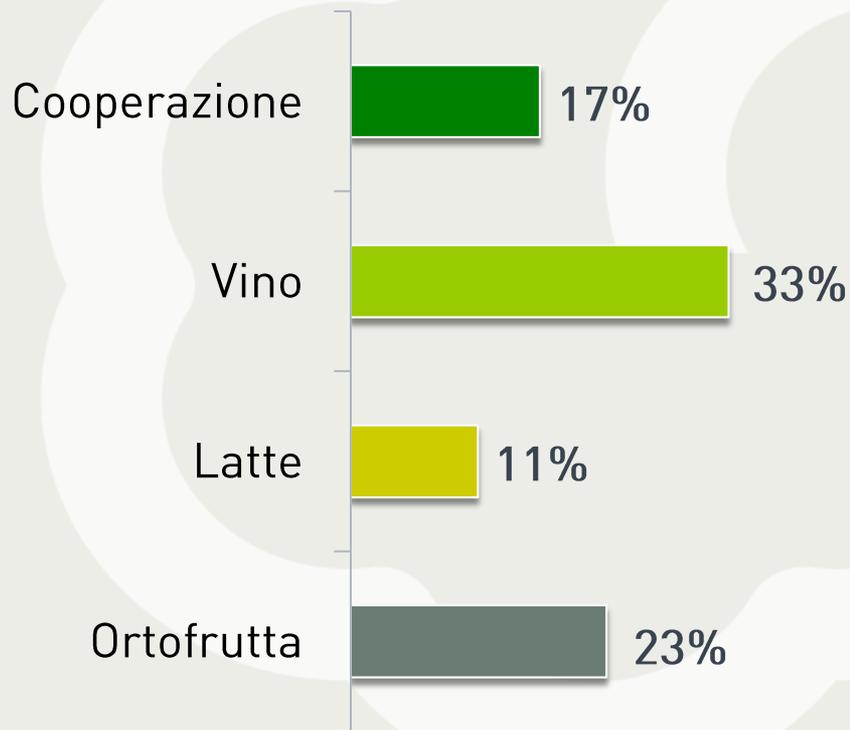


- Con la crisi dei consumi interni, l'estero è l'unico mercato di sbocco in grado di offrire prospettive di crescita delle vendite
- La quota del giro d'affari realizzato dalla cooperazione nei mercati internazionali è pari al 17%, con una tendenza al consolidamento nel corso degli ultimi anni
- La cooperazione sta infatti recuperando terreno rispetto ad una propensione all'export dell'alimentare nazionale più elevata (21%)

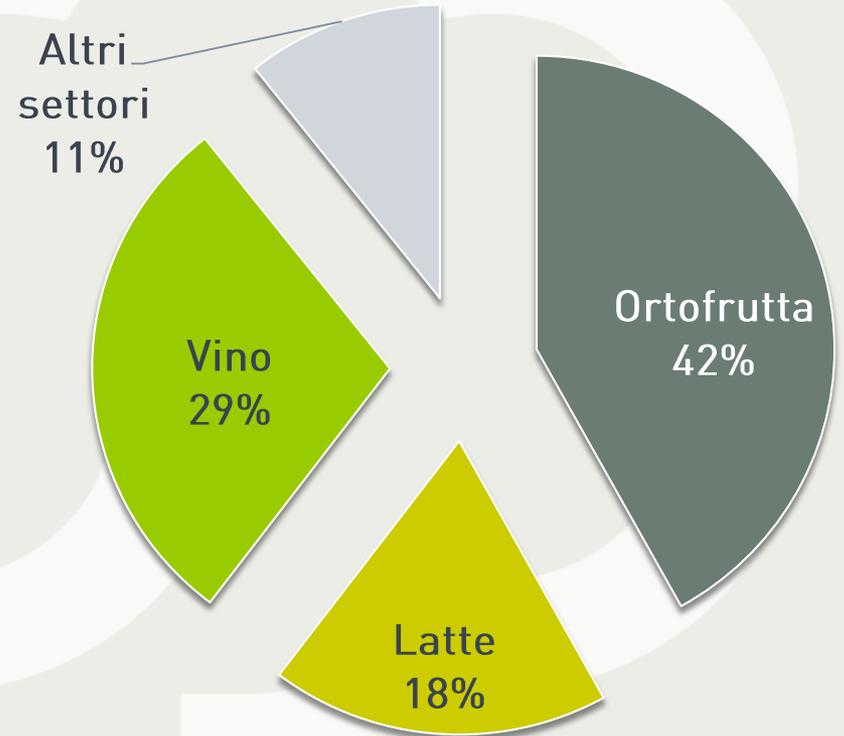
Fonte: Indagine diretta dell'Osservatorio della cooperazione agricola italiana su un campione di 386 cooperative nel marzo 2015 (131 imprese esportatrici)

Cooperazione agroalimentare «avanzata»: Settori EXPORT-ORIENTED

Propensione all'export per settori
(2014)



Incidenza dei principali settori sul valore
dell'export cooperativo (2013)

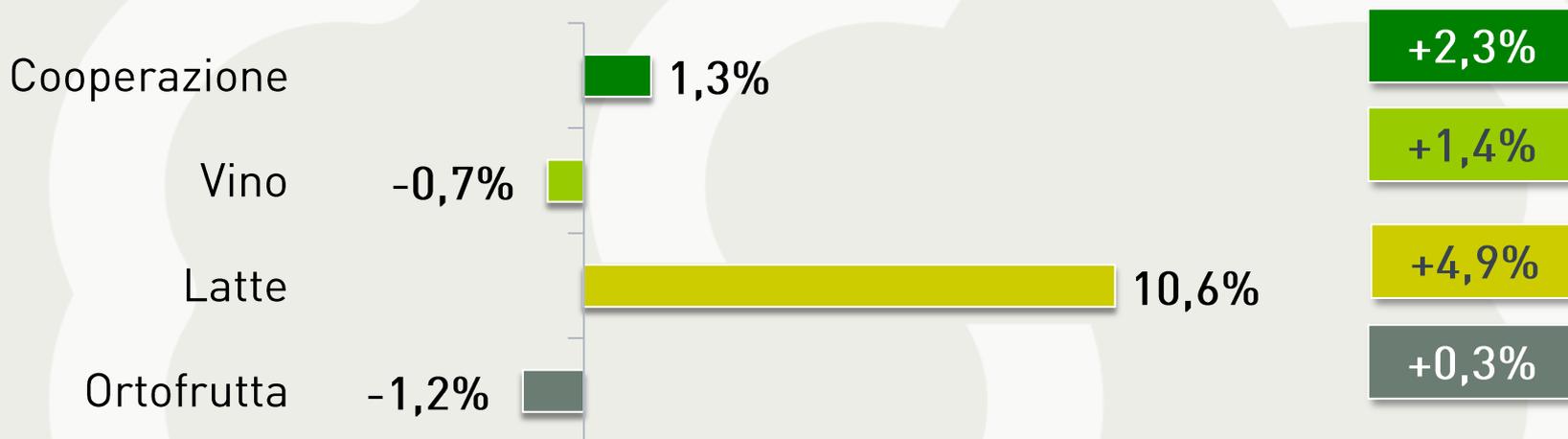


Fonte: Indagine diretta dell'Osservatorio della cooperazione agricola italiana su un campione di 386 cooperative nel marzo 2015
(131 imprese esportatrici)

Cooperazione agroalimentare «avanzata»: TREND di VENDITA sui MERCATI ESTERI

**Cooperazione:
variazione export settori (2014/2013)**

**Agroalimentare Italia:
variazione export settori (2014/2013)**

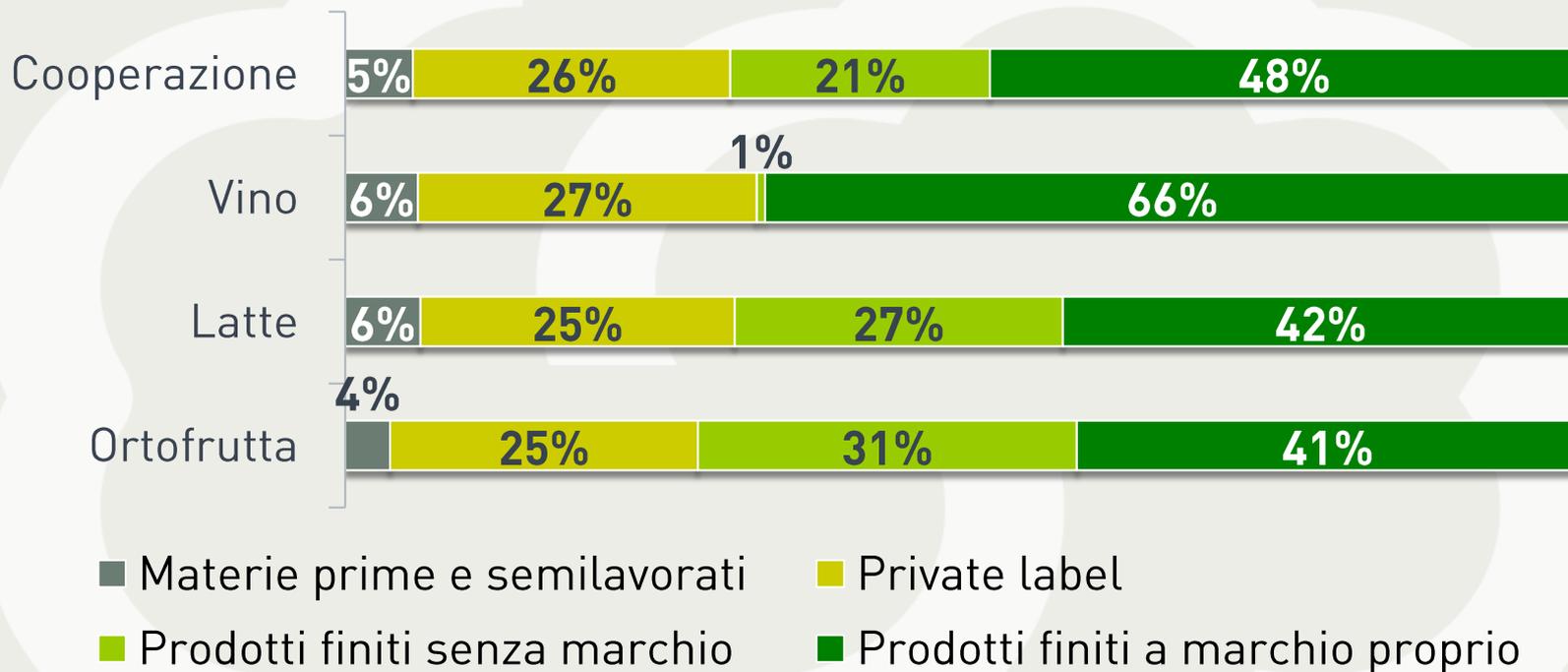


- Il vino mostra una leggera flessione dell'export, per il calo delle vendite del vino sfuso, prodotto molto diffuso fra le cooperative
- L'export ortofrutticolo ha un segno negativo per effetto delle meno positive performance del fresco, che rappresenta una parte importante dell'export cooperativo
- Molto positiva la tendenza dell'export cooperativo lattiero-caseario

*Fonte: Indagine diretta dell'Osservatorio della cooperazione agricola italiana su un campione di 386 cooperative nel marzo 2015
(131 imprese esportatrici)*

Cooperazione agroalimentare «*export-oriented*»: Tipologia di PRODOTTI ESPORTATI

Ripartizione del fatturato estero per tipologia di prodotto (2014/2013)

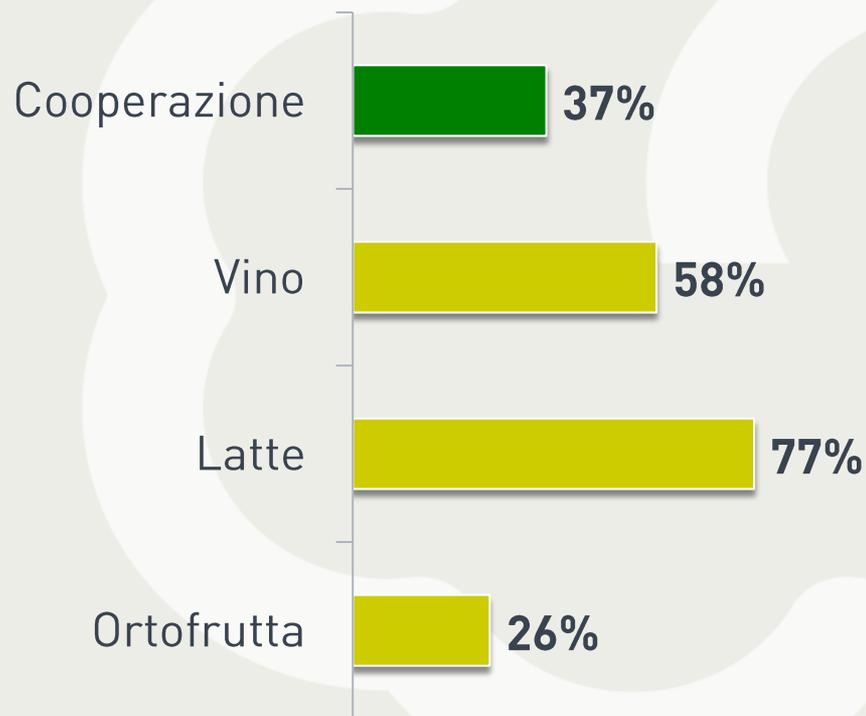


- Le vendite di prodotto a marchio proprio prevalgono sui internazionali, soprattutto nel vino
- Ortofrutta e formaggi trovano in uno strutturato rapporto con la GDO e nel *private label* un ulteriore via di accesso al mercato estero
- Resta ancora alta la quota di prodotti finiti senza marchio

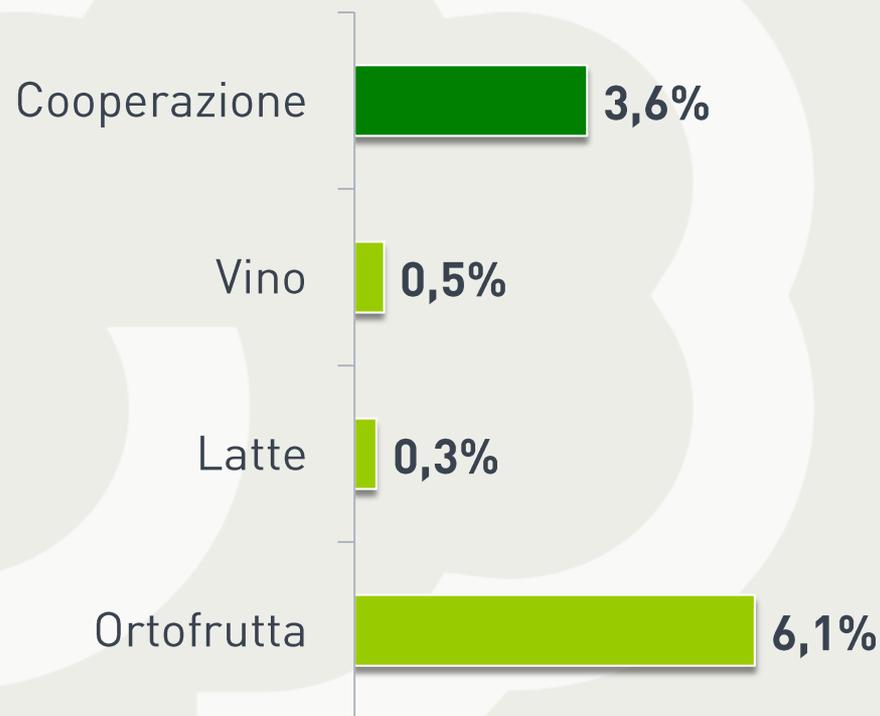
Fonte: Indagine diretta dell'Osservatorio della cooperazione agricola italiana su un campione di 66 cooperative esportatrici nel giugno 2015

Cooperazione agroalimentare «*export-oriented*»: PRODUZIONI di QUALITA' e EXPORT

**Prodotti a denominazione di origine:
% del fatturato estero (2014)**



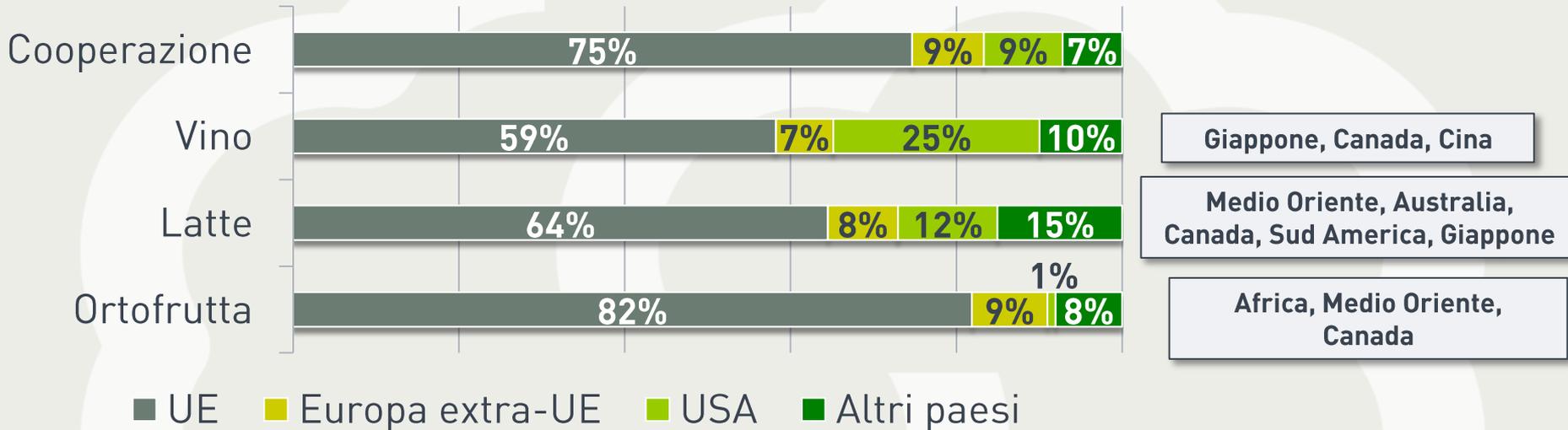
**Prodotti biologici:
% del fatturato estero (2014)**



Fonte: Indagine diretta dell'Osservatorio della cooperazione agricola italiana su un campione di 66 cooperative esportatrici nel giugno 2015

Cooperazione agroalimentare «*export-oriented*»: MERCATI di DESTINAZIONE

Ripartizione del fatturato estero per mercati di sbocco (2014)

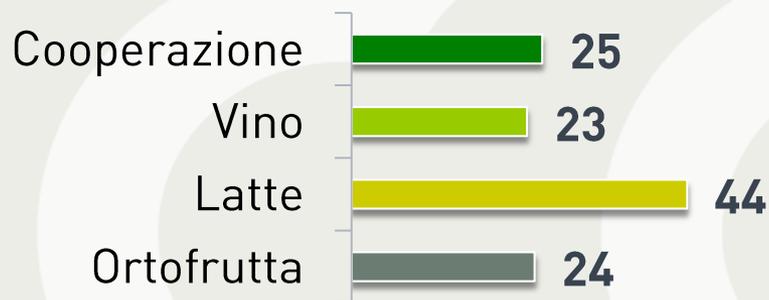


- Nell'ortofrutta il mercato comunitario intercetta oltre l'80% delle vendite all'estero; la breve *shelf life*, del prodotto fresco fa sì che gran parte delle vendite si concentrino nei mercati geograficamente più vicini (UE, paesi europei non UE - come Svizzera, Norvegia e Russia -, Nord Africa)
- Al contrario, sia per i formaggi che per il vino il peso dell'UE si riduce a favore di Paesi terzi. Le cooperative vitivinicole realizzano ben un 1/4 del fatturato negli USA, mentre quelle lattiero-casearie hanno vendite più diversificate, che coinvolgono oltre al Nord America (USA e Canada) anche mercati meno tradizionali come Australia e Medio Oriente

Fonte: Indagine diretta dell'Osservatorio della cooperazione agricola italiana su un campione di 66 cooperative esportatrici nel giugno 2015

Cooperazione agroalimentare «*export-oriented*»: DIVERSIFICAZIONE dei MERCATI ESTERI

Numero medio dei mercati di sbocco dell'export per impresa (2014)



- Le coop del lattiero-caseario si caratterizzano per il maggior numero di mercati presidiati
- Le coop ortofrutticole e vitivinicole esportano in un numero inferiore di mercati: nel primo caso per la più breve *shelf life* del prodotto fresco, mentre nel secondo caso in alcuni paesi vi sono vincoli culturali e religiosi al consumo di vino

Fonte: Indagine diretta dell'Osservatorio della cooperazione agricola italiana su un campione di 66 cooperative esportatrici nel giugno 2015

Presenza nei mercati emergenti (rilevanza del numero di imprese che esportano nel paese, 2014)

PAESE	VINO	ORTO FRUTTA	LATTE
Russia	+++	+++	+++
Ucraina	++	+	+
Turchia	+	+	+
Libano	-	+	+++
Israele	+	+	++
Emirati Arabi	+	+++	+++
Arabia Saudita	+	++	+
Cina	+++	++	++
India	+	+	++
Messico	++	-	++
Brasile	++	+	++
Egitto	-	++	++
Algeria	-	++	+
Sud Africa	+	+	+
Australia	+++	+	+++

Cooperazione agroalimentare «export-oriented»: VINCOLI di SISTEMA all'export

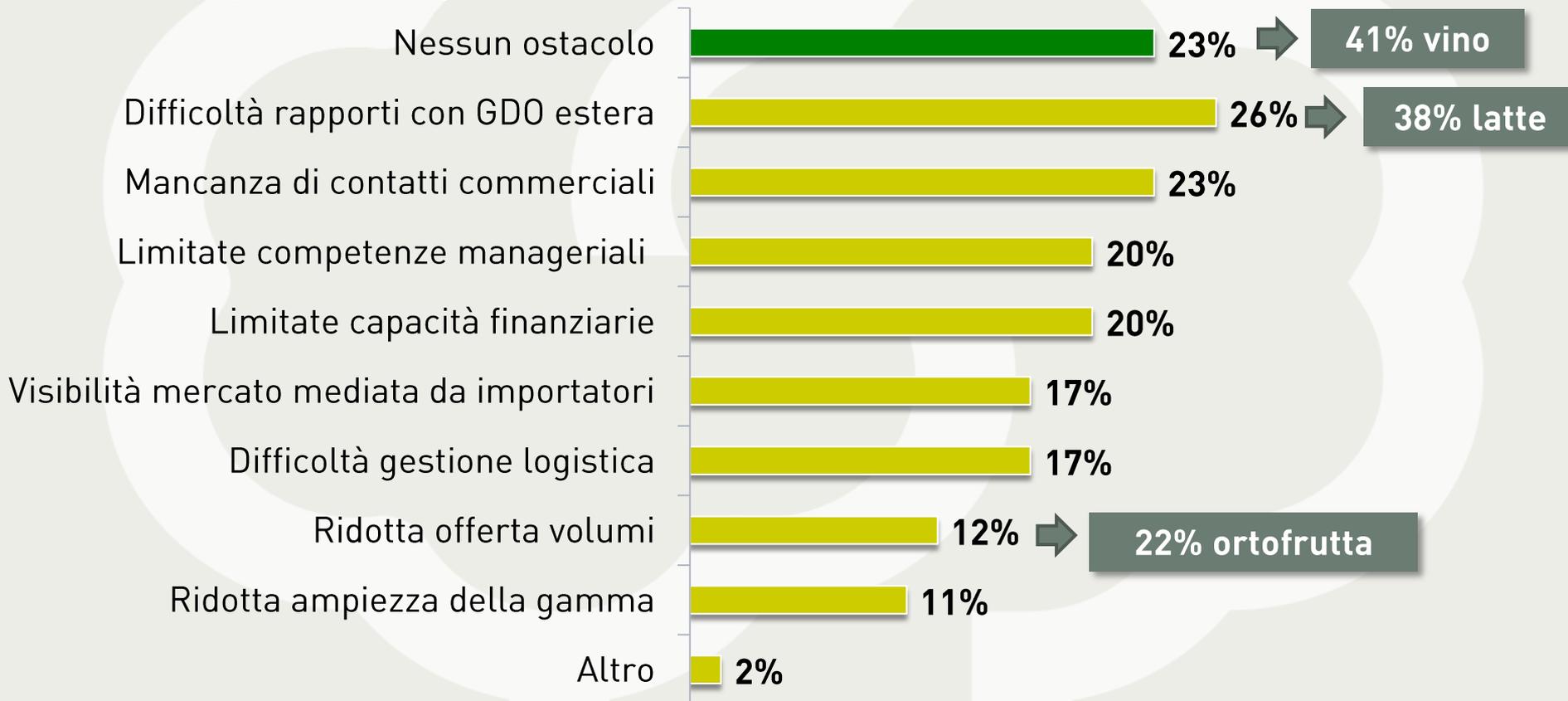
Vincoli di sistema ad una presenza più incisiva della cooperativa sui mercati esteri (risposta multipla, 2014)



Fonte: Indagine diretta dell'Osservatorio della cooperazione agricola italiana su un campione di 66 cooperative esportatrici nel giugno 2015

Cooperazione agroalimentare «export-oriented»: VINCOLI AZIENDALI all'export

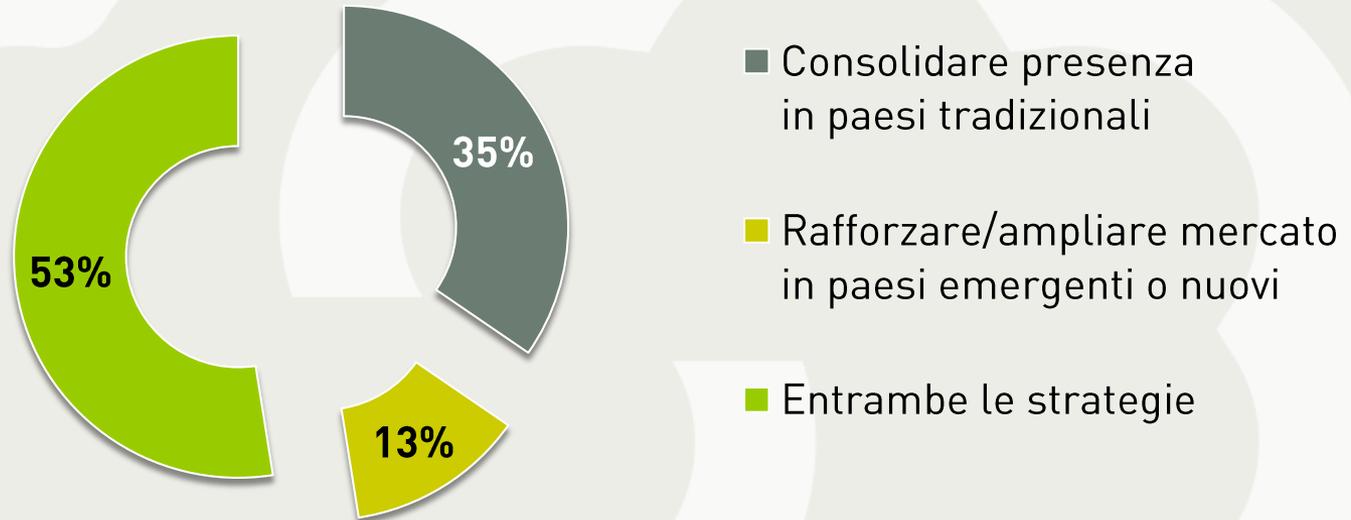
Vincoli aziendali ad una presenza più incisiva della cooperativa sui mercati esteri (risposta multipla, 2014)



Fonte: Indagine diretta dell'Osservatorio della cooperazione agricola italiana su un campione di 66 cooperative esportatrici nel giugno 2015

Cooperazione agroalimentare «export-oriented»: Strategia di INVESTIMENTO sui mercati esteri

Strategie di sviluppo geografico dell'export negli ultimi 3 anni (2014)



- Oltre il 50% delle cooperative esportatrici affronta i mercati internazionali sia consolidando la propria presenza nei paesi tradizionali, in cui oggi è realizzata la gran parte del fatturato, che promuovendo le vendite in nuovi mercati, in una prospettiva di crescita e di diversificazione del mercato
- Esiste però ancora una significativa quota di cooperative che resta legata al solo mercato estero dei paesi tradizionali e più vicini

Fonte: Indagine diretta dell'Osservatorio della cooperazione agricola italiana su un campione di 66 cooperative esportatrici nel giugno 2015

Cooperazione agroalimentare «export-oriented»: Tipologia di INVESTIMENTI sui mercati esteri

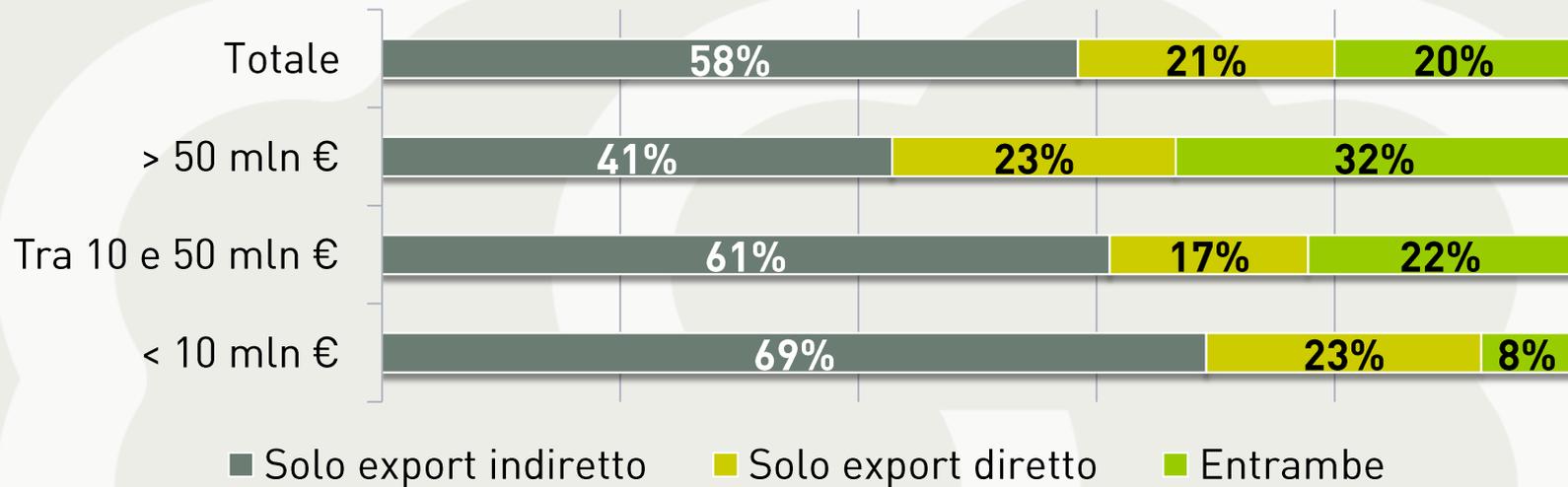
Investimenti realizzati nel corso degli ultimi tre anni (risposta multipla, 2014)

Azioni	Consolidamento	Ampliamento
Presenza a fiere, missioni estere ed eventi dedicati al paese	67%	46%
Accordi con importatori, trade/export company, ecc.	44%	32%
In coming - visite in azienda rivolte a buyer, agenzie e importatori	35%	20%
Scouting partner commerciali (importatori, buying office, ecc.)	26%	24%
Campagne pubblicitarie e promozionali	26%	17%
Promozione con opinion leader, ristoratori e giornalisti	13%	10%
Adozione di sistemi di certificazione	19%	12%
Lancio nuovi prodotti, formati e confezioni	17%	17%
Conoscenza mercato (analisi consumi, norme, concorrenza, ecc.)	15%	22%
Creazione rete di vendita in loco (agenti, rappresentanti)	17%	7%
Avvio partnership con imprese locali	13%	2%
Apertura sussidiaria commerciale propria in loco	11%	5%
Nessun investimento mirato	19%	27%

Fonte: Indagine diretta dell'Osservatorio della cooperazione agricola italiana su un campione di 66 cooperative esportatrici nel giugno 2015

Cooperazione agroalimentare «export-oriented»: Strategia di INVESTIMENTO sui mercati esteri

Strategie di approccio al mercato estero (per classe di fatturato, 2014)



- Poco meno del 60% delle cooperative si affida ad intermediari per l'esportazione, non avendo una capacità di accesso diretto ai mercati internazionali
- La quota di imprese cooperative più dinamiche che hanno una capacità di interazione diretta con il cliente estero o che modulano la strategia di approccio indiretto/diretto al mercato estero è superiore nelle imprese di maggiori dimensioni, che quindi sono dotate di quelle capacità manageriali e di investimento che garantiscono migliori performance

Fonte: Indagine diretta dell'Osservatorio della cooperazione agricola italiana su un campione di 66 cooperative esportatrici nel giugno 2015

Cooperazione agroalimentare

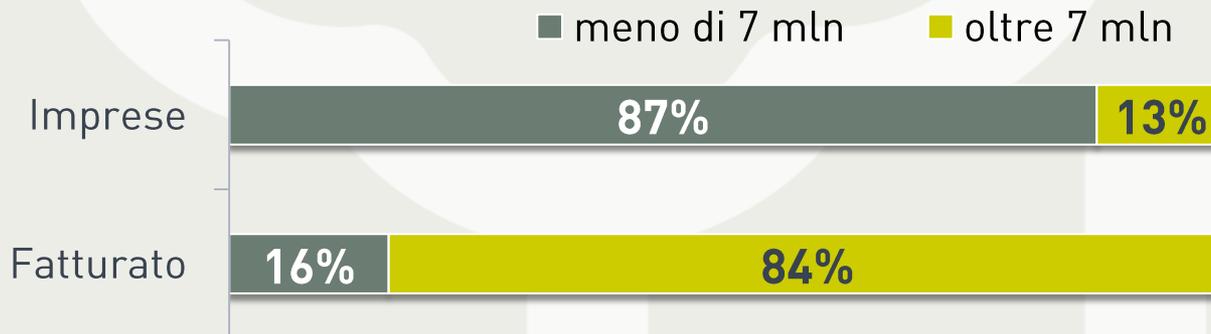
DIMENSIONI DI IMPRESA e competizione

Analisi di performance delle cooperative per classe di dimensione (per fasce di fatturato in milioni di euro, variazione percentuale 2013/2011)

	Fatturato	Valore aggiunto	Retribuzioni
< 2 mln	-11%	-5%	-2%
da 2 a 7 mln	+4%	+7%	+6%
da 7 a 40 mln	+8%	+5%	+5%
> 40 mln	+11%	+4%	+7%

→ Le adeguate dimensioni sono un fattore nevralgico per garantire migliori performance di impresa

Distribuzione del numero di cooperative e del fatturato per classe di dimensione (per fasce di fatturato in milioni di euro, 2013)



→ Sono infatti le imprese di maggiori dimensioni ad offrire il contributo positivo al ciclo economico



La attività di ricerca sono realizzate da



Nomisma

IL GRUPPO DI LAVORO DELL'OSSERVATORIO

**Ersilia Di Tullio
Paolo Bono, Emanuele Di Faustino,
Evita Gandini, Chiara Volpato**