



PRESENTAZIONE RAPPORTO 2015

Roma, 28 gennaio 2016

ERSILIA DI TULLIO
Responsabile cooperazione
Nomisma

www.osservatorio-cooperazione-agricola.it

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, rapporto socio-cooperativa, ecc.)

Le principali indicazioni che emergono dal Rapporto 2015

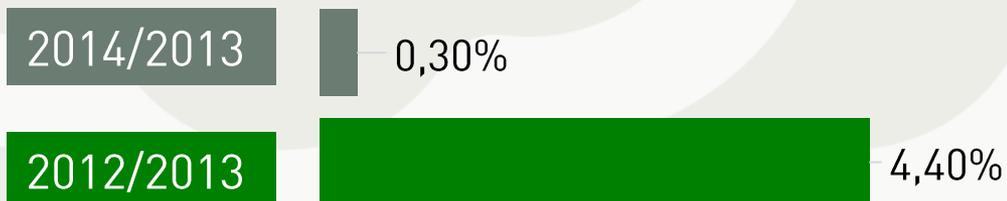
- La cooperazione rappresenta una **componente di rilievo** del sistema agroalimentare nazionale, che **aggrega** e **valorizza** una quota importante della materia prima agricola
- Pur essendo presente in **maniera diffusa sul territorio**, la parte più vitale è localizzata al **Nord**, dove si concentra la gran parte della ricchezza prodotta e sono presenti le imprese più grandi
- Le **dimensioni di impresa** rappresentano, infatti, un elemento discriminante in termini di competitività e performance, oltre che una chiave di accesso privilegiato ai più dinamici **mercati internazionali**
- Su questi ultimi, come sul mercato interno, il successo commerciale è legato alla scelta di **efficaci strategie**, che nelle imprese cooperative hanno come principale obiettivo la **valorizzazione della materia prima conferita** dai soci, coerentemente con la propria **mission mutualistica**

Dimensioni economiche della cooperazione agroalimentare associata

Principali indicatori economici (2013)

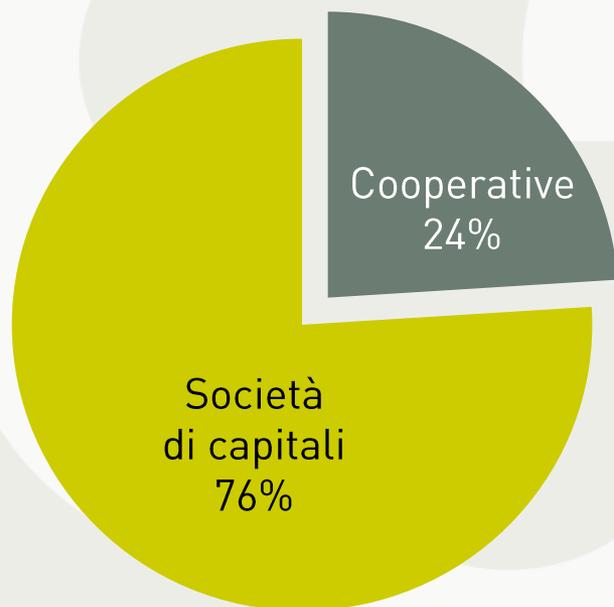
Numero di imprese	5.024
Fatturato (mln €)	36.147
Numero di addetti	92.049
Numero di adesioni	815.898

Trend del fatturato della cooperazione agroalimentare associata

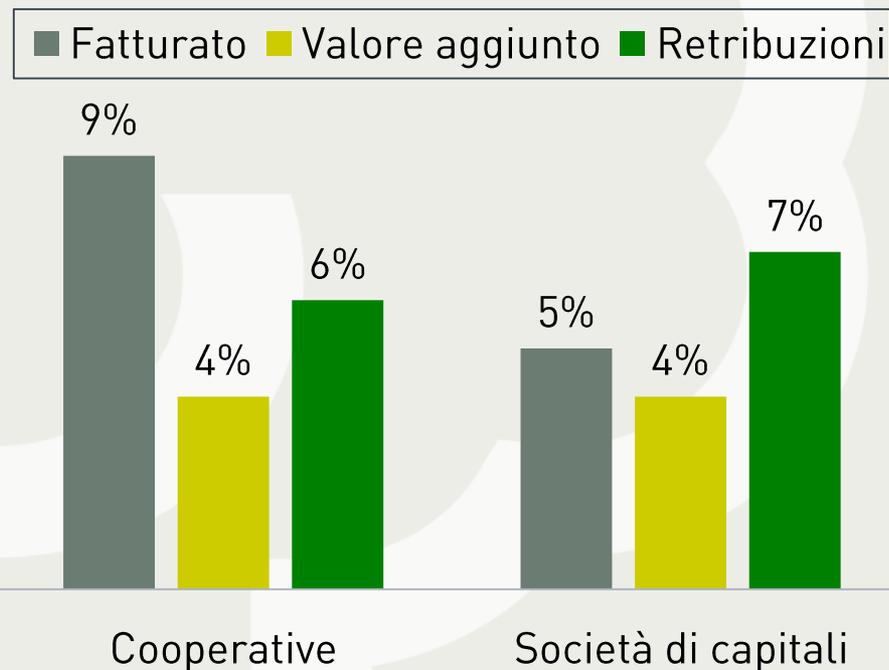


Alimentare italiano: ruolo della cooperazione associata

**Peso della cooperazione su
fatturato alimentare
(2013)**

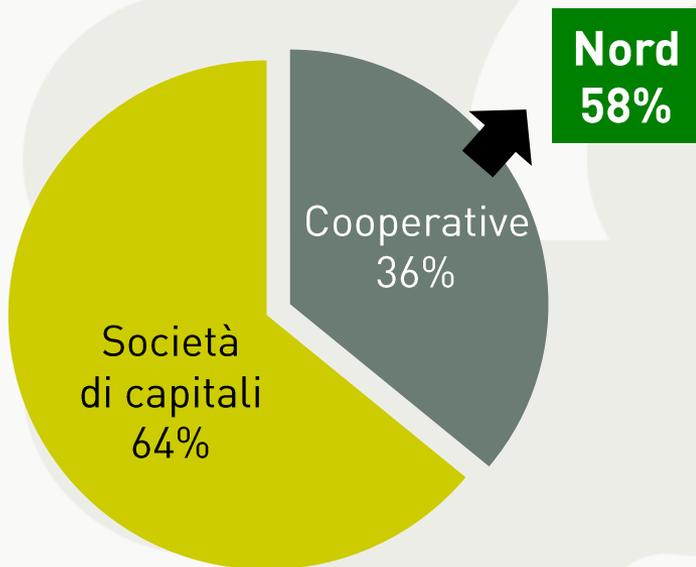


**Alimentare: performance cooperative vs
imprese di capitali**
(variazione percentuale 2013/2011)

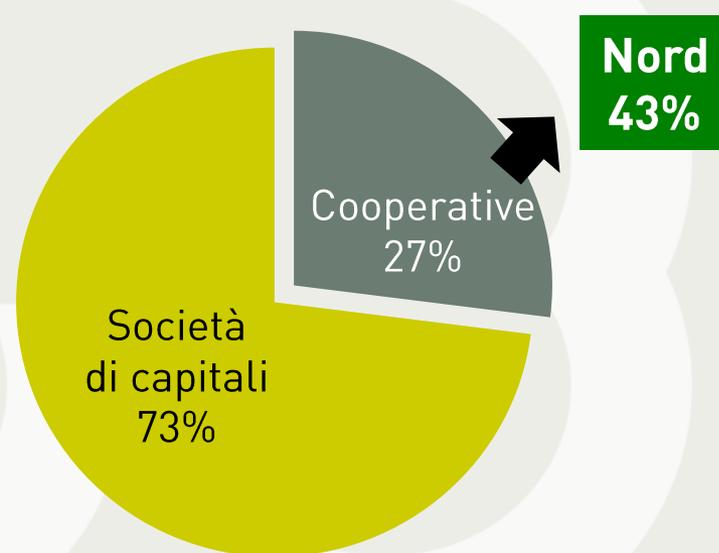


Cooperazione associata e valorizzazione della materia prima agricola

Materia prima agricola valorizzata dalla cooperazione tramite gli approvvigionamenti (2013)



Materia prima agricola valorizzata dalla cooperazione tramite i conferimenti (2013)

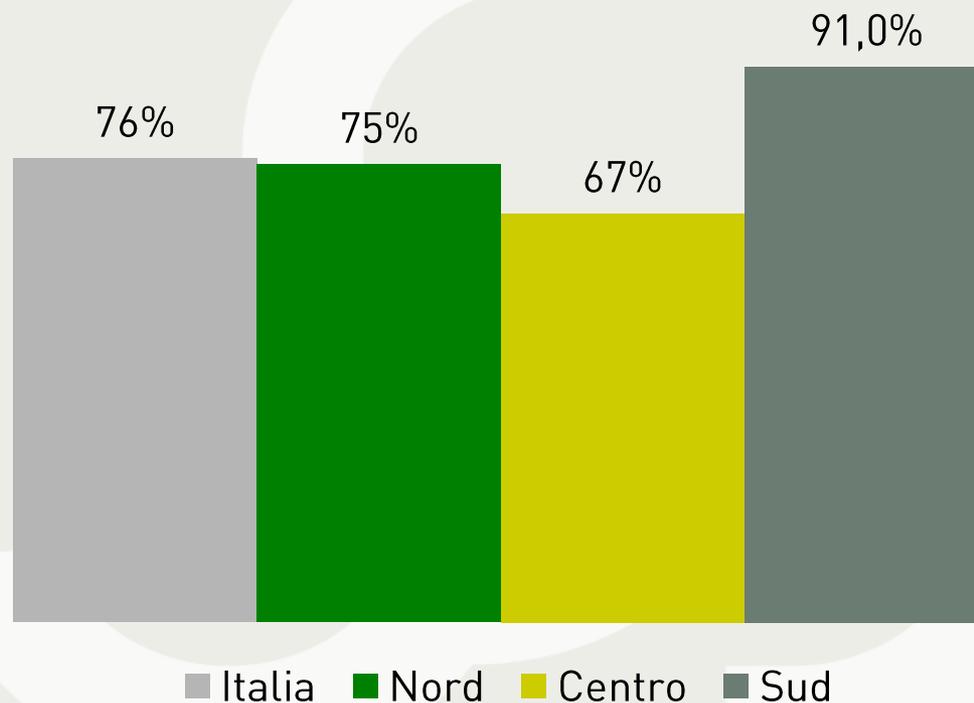


- La cooperazione valorizza attraverso i conferimenti da soci il 27% della produzione agricola nazionale (15 mrd € su 55) e con gli approvvigionamenti da fornitori non soci la quota sale al 36% (20 mrd €)

Mission mutualistica nelle cooperative agroalimentari associate

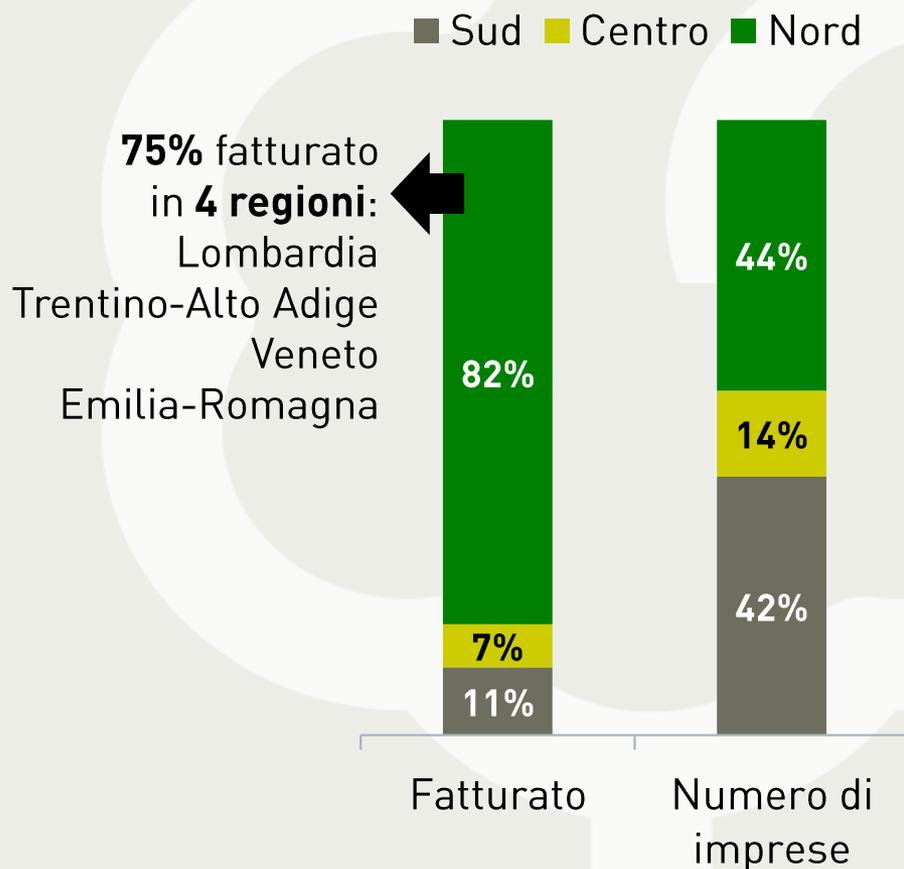
Mutualità per area geografica

(valore dei conferimenti sugli approvvigionamenti totali, 2013)



Cooperazione agroalimentare associata e dualismo Nord-Sud

Distribuzione del numero di imprese e del fatturato per area geografica (2013)



Dimensioni medie delle cooperative per area geografica (mln€ per impresa, 2013)



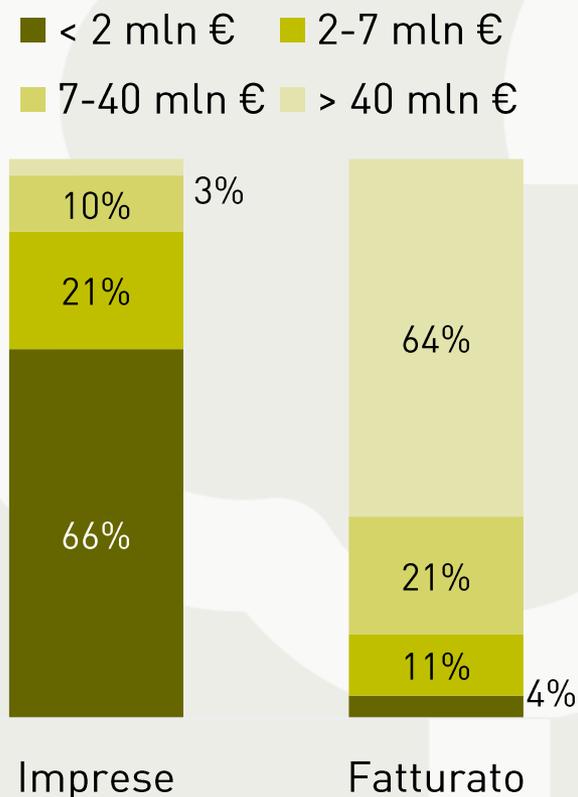
Cooperative italiane associate di grandi dimensioni e confronto europeo

Peso economico delle cooperative italiane di maggiori dimensioni e ranking europeo (2013)

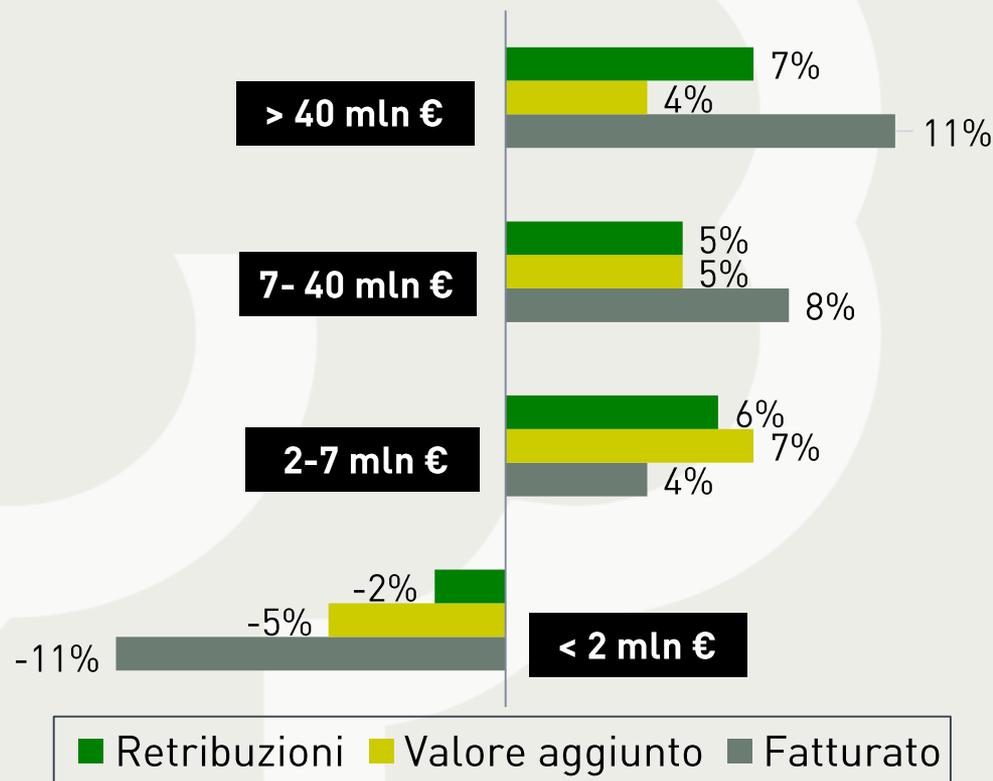
Settore	Coop leader UE	TOP7 UE Coop italiane	Coop italiane > 40mln€	
			Numero	Fatturato totale
Carni	Danish Crown (DK) 7.844 mln€	2	24	8.910 mln€
Latte	FrieslandCampina (NL) 11.418 mln€	Non presenti	28	3.987 mln€
Ortofrutta	Flora Holland (NL) 4.350 mln€	2	38	4.817 mln€
Vino	Cantine Riunite & CIV (IT) 535 mln€	5	17	1.951 mln€
Servizi	Terrena (FR) 4.667 mln€	Non presenti	26	2.927 mln€

Dimensioni di impresa e performance delle cooperative agroalimentari associate

Distribuzione del numero di cooperative e del fatturato per classe di dimensione (2013)

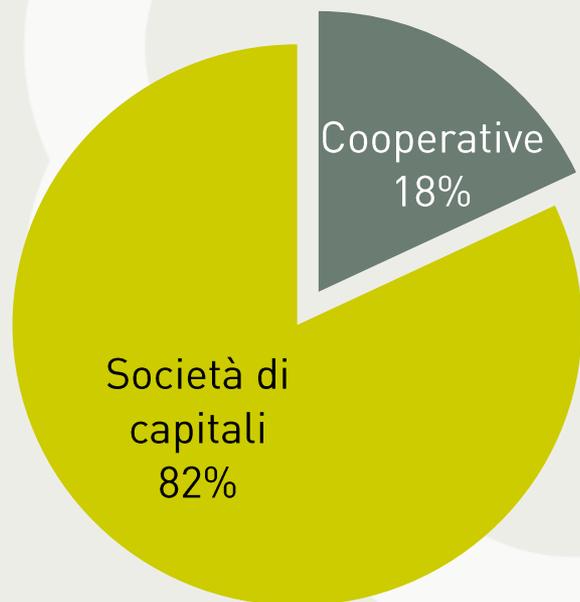


Performance delle imprese cooperative per classe di dimensione (variazione percentuale 2013/2011)



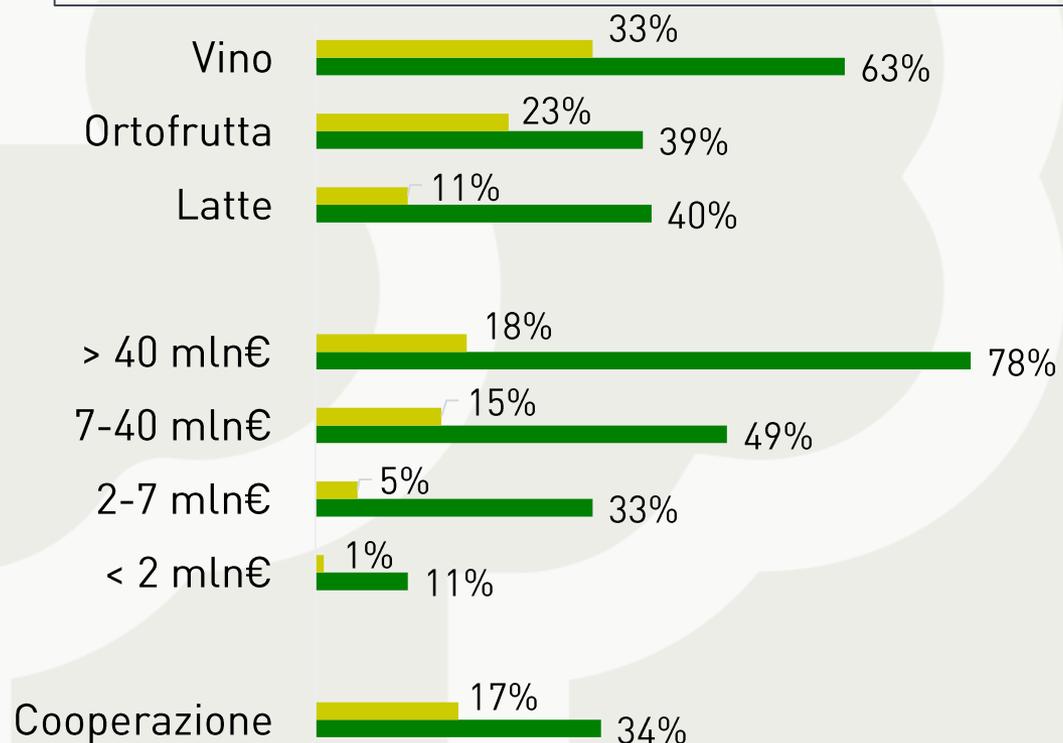
Cooperazione agroalimentare associata e mercati esteri

Contributo della cooperazione associata all'export alimentare
(totale export 33 mld € 2013)



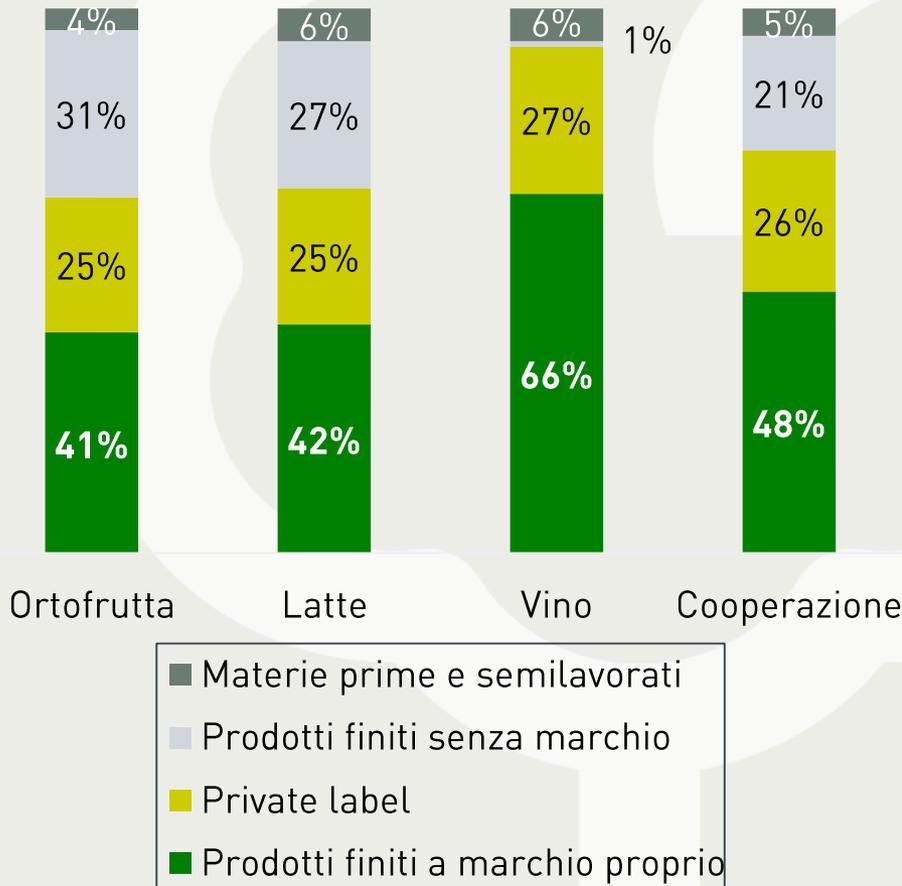
Presenza sui mercati esteri della cooperazione avanzata per settore e classe dimensionale
(rapporto fra vendite estere e vendite nazionali e incidenza delle imprese esportatrici sul totale, 2014)

■ Propensione all'export ■ Quota imprese esportatrici

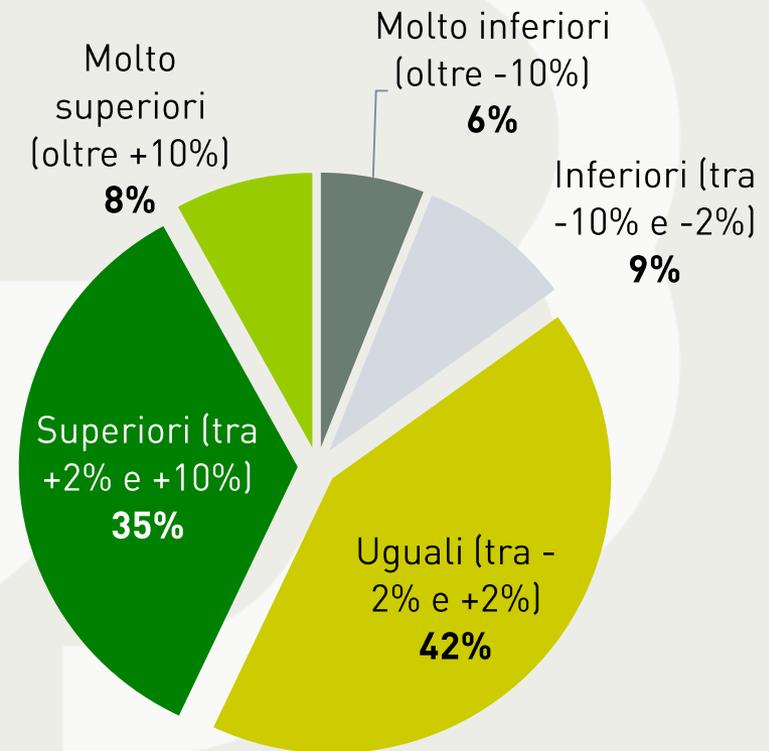


Cooperazione agroalimentare *export oriented*: produzioni e prezzi sui mercati esteri

Cooperazione agroalimentare *export oriented*: ripartizione del fatturato estero per tipologia di prodotto (2014)



Cooperazione agroalimentare *export oriented*: prezzi dei prodotti esportati (confronto dei prezzi fra mercato interno e estero, 2014)



Approccio strategico delle imprese cooperative: alcuni esempi concreti

Consorzi che aggregano cooperative di prima trasformazione

CAPAC

- Produzione cerealicola piemontese, prevalentemente mais
- Produzione di *specialties* per l'industria di trasformazione, attraverso attenzione alla qualità e una forte integrazione di filiera

CAVIRO

- Produzione vitivinicola prevalentemente romagnola
- Valorizzazione attraverso il *brand*, miglioramento della qualità e differenziazione grazie all'integrazione dei conferimenti, ampliamento della gamma, espansione sul mercato estero

GRANTERRE

- Produzione di Parmigiano Reggiano e burro
- Differenziazione della DOP attraverso il *brand*, miglioramento della qualità, innovazione di prodotto/modalità di consumo, apertura al mercato estero

Approccio strategico delle imprese cooperative: l'esempio del gruppo CAPAC

- Soci cooperatori: **13** cooperative piemontesi
- Base sociale indiretta: oltre **2.400** imprese agricole
- Fatturato 2014: **48,6** milioni di euro
- Coop mista di **conferimento** di cereali e proteoleaginose (raccolta, stoccaggio ed essiccazione) e di **utenza** per la fornitura di mezzi tecnici

CONFERIMENTO

- Cereali e proteoleaginose (mais 85% dei volumi ritirati), con stabilità dei conferimenti

MERCATO

- *Specialties* per l'industria amidiera e alimentare del Piemonte (60% del valore delle vendite)

VALORIZZAZIONE

- Segmenti *premium* dell'alimentazione umana e della chimica, grazie alla costruzione filiere integrate con l'industria di trasformazione (garanzia qualità e quantità delle forniture nel tempo)

Approccio strategico delle imprese cooperative: l'esempio del gruppo CAVIRO

- Soci cooperatori: **33** cooperative di 6 regioni (Emilia-Romagna, Friuli Venezia-Giulia, Toscana, Marche, Puglia e Sicilia)
- Base sociale indiretta: oltre **11.000** imprese agricole (10% uva da vino italiana)
- Fatturato 2014: **314,1** milioni di euro
- Coop di **conferimento** di vini destinati all'imbottigliamento e di sottoprodotti della vinificazione

CONFERIMENTO

- Vini di diversi vitigni (74% della Romagna), con stabilità dei conferimenti

MERCATO

- Forte presenza sul segmento *daily* e *sub-premium* nei canali GDO e Horeca e progressiva espansione sull'estero (27% fatturato, +168% 2009/14)

VALORIZZAZIONE

- Valorizzazione del segmento *daily* e *sub-premium* nei canali GDO e Horeca grazie a innovazione (*brik*), *brand* (Tavernello), miglioramento della qualità e differenziazione
- Ampliamento della gamma al *premium* e *super-premium*

Approccio strategico delle imprese cooperative: l'esempio del gruppo GRANTERRE

- Soci cooperatori: **11** caseifici e **1** Consorzio, **29** conferenti panne e **5** conferenti latte
- Base sociale indiretta: oltre **464** associati
- Fatturato 2014: **282,0** milioni di euro
- Coop di **conferimento** di Parmigiano Reggiano, di panne per la produzione di burro e di siero

CONFERIMENTO

- Parmigiano Reggiano (in previsione +88% conferimenti 2011-2015), panne, siero del comprensorio modenese-reggiano

MERCATO

- Focalizzazione sul formaggio confezionato (64% fatturato) e sui prodotti a marchio proprio (47% fatturato) con presidio del mercato estero (16% fatturato)

VALORIZZAZIONE

- Forte investimento sul marchio per la differenziazione della DOP (Parmareggio) e su innovazione di prodotto/modalità di consumo, abbinato ad una grande attenzione alla qualità

I punti di forza nelle strategie delle imprese cooperative

Dimensione

- Le dimensioni consentono di raggiungere la massa critica che permette di rispondere adeguatamente alle richieste del mercato

Focus su *core business*

- Pur mantenendo un'attività di servizio ai soci su segmenti secondari, emerge una forte focalizzazione sul *business* principale

Capacità di lettura del mercato

- La capacità di interpretare le richieste del mercato consente di individuare i più idonei percorsi di valorizzazione del prodotto in Italia ed all'estero

Qualità, innovazione e *brand*

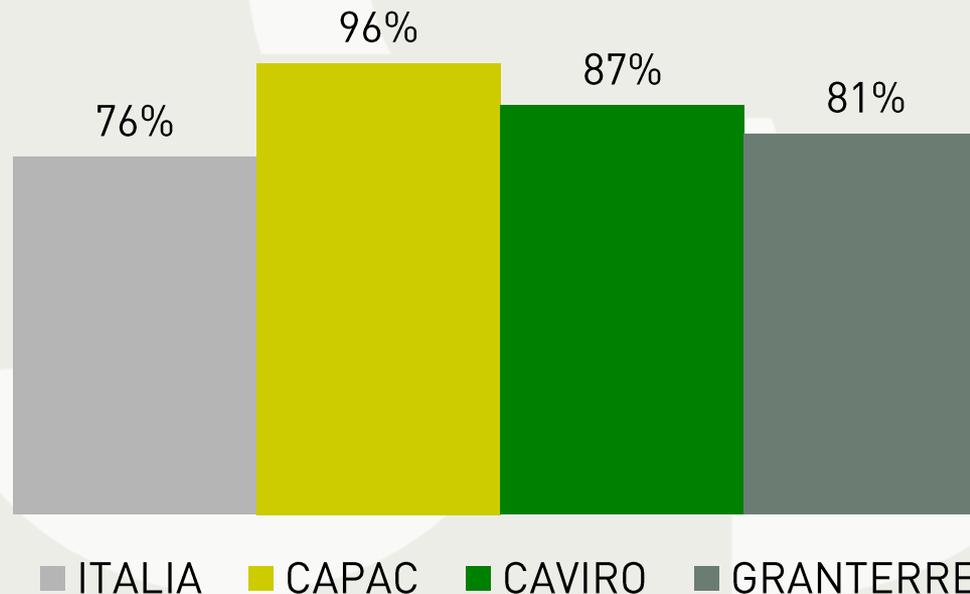
- In relazione al tipo di prodotto/mercato viene selezionato il mix di strumenti più efficaci per garantire uno sbocco commerciale di successo

Cooperative agroalimentari associate: coerenza fra strategia e *mission* mutualistica

Mission mutualistica: valorizzazione della materia prima dei soci

Grado di mutualità

(valore dei conferimenti sugli approvvigionamenti totali,
2013 per totale cooperazione, 2014 per singole cooperative)





IL GRUPPO DI LAVORO DELL'OSSERVATORIO

Ersilia Di Tullio, Paolo Bono,
Emanuele Di Faustino,
Evita Gandini, Massimo Spigola

La attività di ricerca sono realizzate da



Nemisma

