

REPORT CONGIUNTURALE

21 maggio 2013

SOMMARIO:

Tempi pagamento	1
Latte	2
Ortofrutta	4
Vino	6
Servizi	8
Ciclo produttivo	9
Panel I sem. 2013	10

I semestre 2013: tendenze della cooperazione agroalimentare

La prima valutazione della congiuntura dell'Osservatorio - che ha coinvolto 45 cooperative dei settori latte, ortofrutta, vino e servizi - indica una chiusura del fatturato 2012 in crescita del 2,4% rispetto al 2011.

Ha contribuito positivamente l'ultimo semestre 2012 che è stato molto positivo per tutti i settori, con la sola eccezione di una crescita più contenuta nel caso del latte.

La previsione per il I semestre 2013 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente fa emergere alcuni segnali di debolezza, che

caratterizzano soprattutto i servizi ed il latte, mentre ortofrutta e vino proseguono con performance positive. A parità delle condizioni del I semestre, la crescita complessiva del Panel per l'intero 2013 è stimata pari a +1,7%.

L'incremento delle vendite è più evidente sui mercati esteri, dei cui riflessi positivi beneficiano i settori "export oriented" vino ed ortofrutta.

Sul fronte dei costi di produzione si segnala un trend in crescita comune a tutti i settori, sebbene meno accentuato per il latte. Su

questa tendenza incidono gli aumenti del costo della materia prima, che potrebbero tradursi in maggiori liquidazioni per i soci agricoli delle cooperative.

Sul fronte del credito i volumi erogati restano costanti, sebbene peggiorino le altre condizioni di erogazione dei prestiti (garanzie, tassi e tempi).

Con l'entrata in vigore dell'art. 62, infine, si è raggiunto il positivo risultato di una contrazione dei tempi di pagamento alle cooperative (-20% nel caso della GDO).

IN PRIMO PIANO: Tempi di pagamento (2013)

Con l'entrata in vigore dell'art.62 della legge 27/2012 si riscontra un netto calo dei tempi medi di pagamento alle cooperative.

I tempi medi necessari all'incasso delle vendite nel periodo che intercorre tra fine ottobre 2012 a tutto febbraio 2013 sono pari in media a 74 giorni, con tempi più contenuti per i prodotti più deperibili (65 giorni per ortofrutta e latte).

I tempi di pagamento della GDO risultano ancora inferiori e pari a 62 giorni. Rispetto al precedente periodo monitorato (da gennaio a ottobre 2012) i giorni medi si contraggono in media del 20%.

Giorni (media)	Totale clienti	GDO nov12-feb13	GDO variaz. su periodo precedente
Vino	88	70	-16%
Ortofrutta	65	57	-22%
Latte	65	57	-25%
Totale	74	62	-20%
Minimo	42	30	-25%
Massimo	120	108	-8%

Tempi di incasso sulle vendite realizzate da fine Ottobre 2012 a fine Febbraio 2013 per settore (medie semplici del numero di giorni)

Nel caso delle cooperative di vendita di mezzi tecnici e gestione dei seminativi i tempi di pagamento sono più elevati e pari a 116 giorni in media per i clienti soci contro

94 per i non soci. In questo caso infatti l'allungamento dei tempi di pagamento si traduce in un sostegno finanziario ai favore dei soci della cooperativa.



OSSERVATORIO
COOPERAZIONE
AGRICOLA ITALIANA

a cura di


Nomisma

Il settore cooperativo del latte mostra solo una debole crescita, la cui spinta sembra esaurirsi con l'avvio del 2013, per effetto della contrazione dei prezzi e della stabilità delle quantità.

PREVISIONI FATTURATO TOTALE 2013: +0,4%

Cooperazione: le tendenze del latte

Le cooperative del settore lattiero-caseario stanno attraversando una fase di bassa crescita. La chiusura del 2012 segna una variazione del fatturato rispetto al 2011 pari a +1% e la stima di chiusura del 2013 - secondo le previsioni per questa prima parte fase dell'anno - sarà pari a +0,4%.

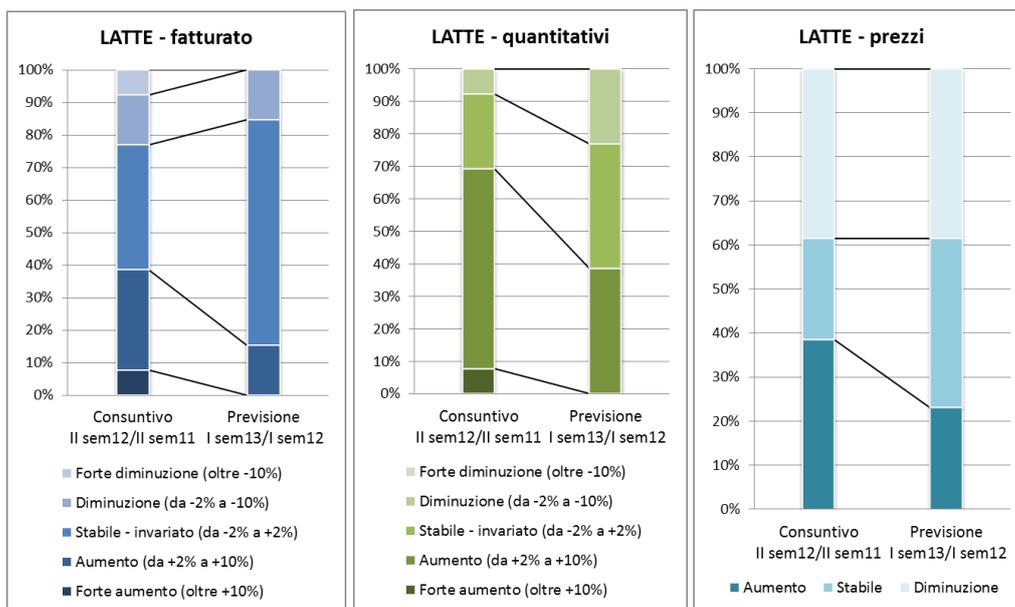
Al termine del 2012 rispetto all'ultima parte del 2011, c'è

stata un'omogenea distribuzione delle cooperative del Panel nei 3 gruppi di fatturato in crescita, stabili o in contrazione.

Nel primo semestre 2013 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, però la quota delle cooperative caratterizzata dalla stabilità diviene predominante.

Entrambe le componenti delle quantità e dei prezzi non sono

favorevoli, sia nel confronto I semestre 2012/2011 che per lo scenario futuro I semestre 2013/2012. Se a fine anno si registra un complessivo trend di stabilità, per l'avvio del 2013 prevalgono invece i segnali di contrazione, sia riguardo i volumi venduti che i prezzi a causa di una congiuntura produttiva e di mercato poco favorevole.



I diversi canali di commercializzazione dei prodotti lattiero-caseari hanno trend differenziati.

La tenuta del settore è in gran parte merito delle performance della GDO, principale canale di vendita delle cooperative del Panel. Nell'ultima parte del 2012 rispetto allo stesso periodo del 2011 il fatturato è cresciuto, grazie ad un forte incremento delle quantità pur in presenza di una flessione dei prezzi. Nel primo semestre del 2013 rispetto ad inizio 2012 le quantità sono ancora in lieve crescita, ma in assenza di un aumento dei prezzi il fatturato complessivo resta stabile.

Questo è l'unico trend positivo che prosegue anche nel 2013. Le forniture ad altre imprese di trasformazione (cooperative e non cooperative) e l'Horeca, che pure a fine

LATTE	FATTURATO	QUANTITATIVI	PREZZI
Consuntivo - II sem12/II sem11	TOTALE	TOTALE	TOTALE
ALTRE IMPRESE TRASFORMAZIONE	(++)	(++)	(-)
GROSSISTA	(+-)	(+-)	(-)
DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA	(+)	(++)	(-)
DETTAGLIO TRADIZIONALE	(+-)	(+-)	(-)
HORECA	(+)	(+)	(-)
LATTE	(+)	(++)	(+-)
Preventivo - I sem13/I sem12	TOTALE	TOTALE	TOTALE
ALTRE IMPRESE TRASFORMAZIONE	(-)	(+-)	(-)
GROSSISTA	(-)	(-)	(+-)
DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA	(+-)	(+)	(+-)
DETTAGLIO TRADIZIONALE	(-)	(-)	(-)
HORECA	(-)	(+-)	(-)
LATTE	(+-)	(+)	(-)

(++) forte crescita; (+) crescita; (+-) stabilità; (-) contrazione; (-) forte contrazione

2012 rispetto al termine del 2011, davano indicazioni di forte crescita, segnano una battuta d'arresto nel primo semestre 2013.

Le vendite attraverso grossisti e dettaglio tradizionale, infine, stabili nel secondo semestre 2012 rispetto allo stesso semestre 2011, sono invece in

flessione all'inizio del 2013 rispetto allo stesso periodo del 2012.

Trasversalmente l'elemento più critico è costituito dai prezzi che tendono a calare o tutt'al più a rimanere stabili.



OSSERVATORIO
COOPERAZIONE
AGRICOLA ITALIANA

Cooperazione: il latte sui mercati esteri

Il quadro delle vendite delle cooperative lattiero-casearie sui mercati esteri è più positivo. Dato però che l'export incide per il 12% sul fatturato del settore, i suoi effetti sulle performance sono più limitati rispetto a vino ed ortofrutta. Gli ultimi 6 mesi del 2012 rispetto allo stesso periodo del 2011 mostrano una debo-

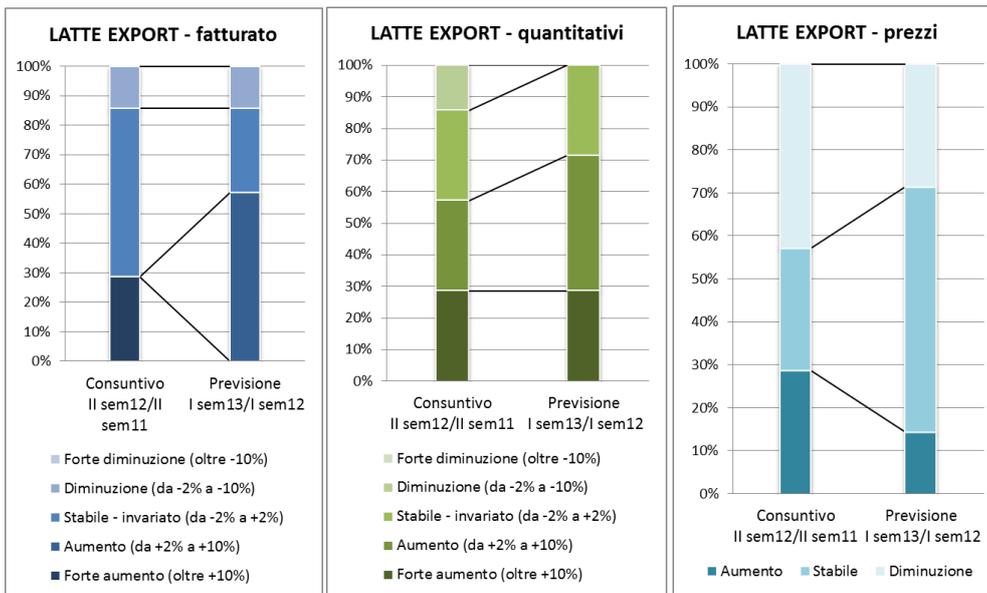
le crescita del fatturato; l'export è sostenuto dai maggiori volumi esportati a fronte di una leggera contrazione dei prezzi.

Nel primo semestre 2013 rispetto all'avvio del 2012 questa tendenza viene ulteriormente confermata. Il valore delle esportazioni è spinto verso l'alto per effetto di una

crescita dei quantitativi di prodotto destinati ai mercati internazionali, che però non riconoscono incrementi di prezzo ai lattiero-caseari "made in Italy". Se questa tendenza venisse confermata a fine 2013 il fatturato estero crescerebbe del 2,5%.

Le performance delle cooperative lattiero-casearie sul mercato estero sono positive, grazie alla crescita dei volumi dell'export attese per il primo semestre 2013

PREVISIONI FATTURATO ESTERO 2013: +2,5%



LATTE	Quota sul totale fatturato estero del Panel	Fatturato CONSUNTIVO II sem12/II sem11	Fatturato PREVENTIVO I sem13/I sem12
Unione Europea 15	62,7%	(+ -)	(+ +)
Unione Europea 12	5,6%	(+ -)	(+ -)
Altri paesi europei	11,9%	(+ -)	(+ -)
Usa e Canada	11,1%	(+ -)	(+ +)
Centro-Sud America	0,4%	(+ +)	(+ -)
Asia	4,1%	(+ +)	(+ -)
Africa	2,0%	(+ -)	(+ -)
Australia	2,2%	(+ -)	(+ -)
LATTE	100,0%	(+)	(+ +)

(+ +) forte crescita; (+) crescita; (+ -) stabilità; (-) contrazione; (- -) forte contrazione

Le deboli performance cooperative dell'ultimo semestre 2012 rispetto all'analogo periodo 2011 sono legate alla stazionarietà dei mercati tradizionali di sbocco dei formaggi, principale merceologia esportata fra i prodotti lattiero-caseari. Questo fenomeno è segnalato soprattutto dalle cooperative specializzate nei formaggi stagionati, mentre per i prodotti freschi le dina-

miche sono più positive.

Le esportazioni in Europa - intra ed extra EU - così come quelle nel Nord America che complessivamente valgono il 90% del fatturato estero sono infatti stabili. Segnali di vivacità provengono invece dai nuovi mercati emergenti asiatici.

In previsione le dinamiche del primo semestre 2013 sul pri-

mo semestre 2012 sono invece nettamente positive, sia per i prodotti freschi che stagionati.

La maggiore crescita del fatturato è attesa nel rilevante mercato dell'Euro-

pa a 15 e negli Usa e Canada. Questi trend trascinaranno l'intero valore dell'export del primo semestre 2013.

Per gli altri mercati invece l'avvio del nuovo anno è segnato dalla stabilità, anche in aree come quelle asiatiche che a fine 2012 mostravano tendenze di crescita più sostenuta.



OSSERVATORIO
COOPERAZIONE
AGRICOLA ITALIANA

Cooperazione: le tendenze dell'ortofrutta

La commercializzazione dell'ortofrutta estiva ha inciso positivamente sulle performance del settore nel 2012. Anche per il 2013 le prospettive sono di crescita, grazie alla tenuta/crescita dei prezzi della GDO.

PREVISIONI FATTURATO TOTALE 2013: +2,9%

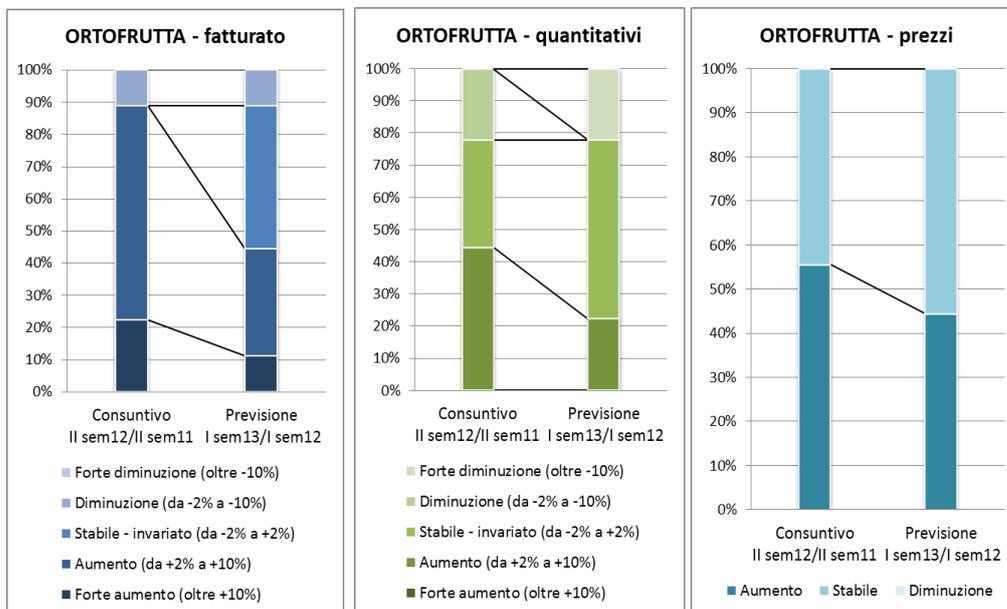
L'ultimo semestre 2012, relativo alla commercializzazione dell'ortofrutta estiva, è stato un periodo particolarmente positivo rispetto alla chiusura del 2011. Le cooperative del Panel hanno infatti indicato nella quasi totalità dei casi un incremento delle vendite. Il maggiore impulso alla crescita a fine 2012 è dato dall'aumento dei prezzi che ha coinvolto oltre la metà delle cooperative del Panel, a fronte di

una sostanziale stazionarietà per le altre; viceversa il trend positivo delle quantità, sebbene presente, è meno marcato. Il 2012 si chiude quindi con un fatturato in crescita (+2,1%)

La previsione per il primo semestre 2013 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente offre invece in prevalenza indicazioni sulla situazione di mercato dell'ortofrutta invernale. In questo caso le performance sono

comunque positive, ma più contenute e influenzate dalla leva del prezzo. La stabilità delle quantità commercializzate è influenzata sia dalla minore richiesta del mercato che dal calo produttivo che ha caratterizzato il 2012.

Se si mantenessero immutate queste condizioni di mercato, le stime indicano una chiusura del 2013 con una crescita del fatturato pari a +2,9%.



La commercializzazione dei prodotti ortofruttili avviene principalmente attraverso la GDO ed i grossisti. Sono quindi questi due canali ad influenzare le dinamiche complessive del settore.

Il consuntivo dell'ultimo semestre 2012 sullo stesso periodo del 2011 indica una robusta crescita del fatturato totale in entrambi i casi, sostenuta prevalentemente dalla quantità per i grossisti e dei prezzi per la distribuzione organizzata.

Per gli altri canali le performance sono più deboli o stazionarie soprattutto per effetto del calo della quantità.

Le previsioni per il primo semestre 2013 sebbene ancora positive, mostrano alcuni segnali di debolezza.

Elemento determinante in questa direzione è la stazionarietà dei quantitativi richiesti,

ORTOFRUTTA	FATTURATO	QUANTITATIVI	PREZZI
Consuntivo - II sem12/II sem11	TOTALE	TOTALE	
ALTRE IMPRESE TRASFORMAZIONE	(+)	(-)	(++)
GROSSISTA	(++)	(++)	(+)
DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA	(++)	(+-)	(++)
DETTAGLIO TRADIZIONALE	(+-)	(-)	(+-)
HORECA	(+-)	(-)	(++)
ORTOFRUTTA	(++)	(+)	(++)

ORTOFRUTTA	FATTURATO	QUANTITATIVI	PREZZI
Preventivo - I sem13/I sem12	TOTALE	TOTALE	
ALTRE IMPRESE TRASFORMAZIONE	(+-)	(-)	(+-)
GROSSISTA	(+-)	(+-)	(+-)
DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA	(+)	(+-)	(+)
DETTAGLIO TRADIZIONALE	(+-)	(+-)	(+-)
HORECA	(+)	(+-)	(+)
ORTOFRUTTA	(+)	(+-)	(+)

(+ +) forte crescita; (+) crescita; (+ -) stabilità; (-) contrazione; (- -) forte contrazione

che caratterizza trasversalmente tutti i canali, condizionata dalla forte crisi dei consumi che stanno attraversando soprattutto i consumi di frutta fresca.

Anche sul fronte dei prezzi le indicazioni sono di stabilità, con la sola eccezione della

crescita dell'Horeca, che però detiene una limitatissima quota delle vendite, e del canale più importante, la GDO. E' di fatto la distribuzione organizzata a garantire un sostegno al valore delle vendite complessive del settore.



Cooperazione: l'ortofrutta sui mercati esteri

Le esportazioni contribuiscono in maniera determinante alle positive tendenze dell'ortofrutta.

Tra luglio e dicembre 2012, rispetto all'ultimo semestre 2011, il fatturato estero è nettamente cresciuto, soprattutto nelle cooperative che trattano il prodotto fresco, in cui il valore dell'export incide per il 40% sul fatturato totale. Ancora una volta è l'incremento dei prezzi a dare

il maggiore contributo, mentre le quantità sono stabili.

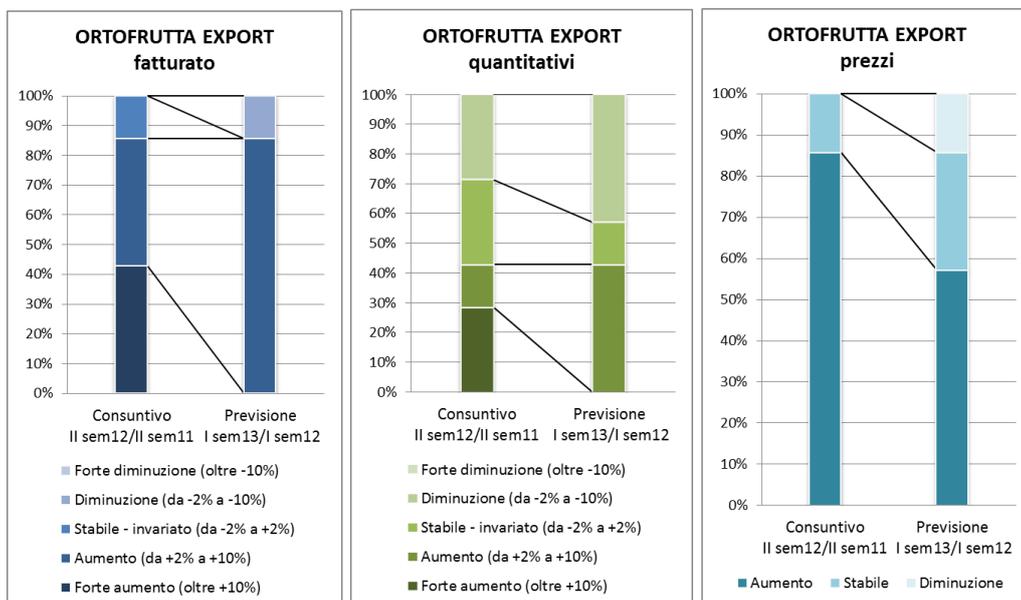
Le prospettive per il primo semestre 2013 sono ancora positive, anche se più deboli. Rispetto al primo semestre 2012 il fatturato cresce, grazie alla positiva spinta dei prezzi, mentre le quantità sono ancora complessivamente stazionarie, anche per effetto della minore disponibilità di prodotto.

Se proseguisse questa ten-

denza il fatturato estero delle cooperative dell'ortofrutta crescerebbe complessivamente nel 2013 del 4,5%.

Questo dato è però fortemente influenzato dalle previsioni relative alla commercializzazione dell'ortofrutta invernale, che mostra dinamiche non sempre coincidenti con quelle caratteristiche dell'ortofrutta estiva, commercializzata prevalentemente nella seconda parte dell'anno.

Le esportazioni di ortofrutta mostrano performance positive, soprattutto sui tradizionali mercati europei. La componente più dinamica è il prezzo, mentre le quantità risentono della minore disponibilità di prodotto.



PREVISIONI FATTURATO ESTERO 2013: +4,5%

ORTOFRUTTA	Quota sul totale fatturato estero del Paese	Fatturato CONSUNTIVO II sem12/II sem11	Fatturato PREVENTIVO I sem13/I sem12
Unione Europea 15	67,6%	(++)	(++)
Unione Europea 12	15,9%	(+)	(+)
Altri paesi europei	4,1%	(++)	(++)
Usa e Canada	2,0%	(-)	(+-)
Centro-Sud America	1,3%	(+-)	(-)
Asia	3,1%	(++)	(++)
Africa	4,5%	(+)	(--)
Australia	1,5%	(+)	(-)
ORTOFRUTTA	100,0%	(++)	(++)

(+ +) forte crescita; (+) crescita; (+ -) stabilità; (-) contrazione; (- -) forte contrazione

L'export di prodotti ortofrutticoli ha un trend fortemente influenzato dalla stagionalità delle produzioni. Il consuntivo di fine 2012 perciò riguarda prevalentemente la frutta fresca estiva (pesche, uva, ecc.) e l'avvio della commercializzazione del prodotto invernale, mentre la previsione coinvolge principalmente la frutta fresca invernale (mele, pere, fragole) e gran

parte degli ortaggi.

Il principale mercato di sbocco è l'area europea. Sia a consuntivo che in previsione sono infatti le positive dinamiche dei 15 membri storici dell'Unione Europea e dei mercati extra-EU a sostenere le ottime performance internazionali. Anche nei nuovi 12 membri dell'Unione si registra un trend di crescita del fatturato estero, sebbene più con-

tenuto rispetto agli altri partner europei.

Un altro mercato dinamico, sebbene di nicchia, è quello asiatico, che in prospettiva - dato il positivo trend di crescita - potrebbe per dimensione

divenire più ampio di quello americano, in cui le esportazioni di ortofrutta delle cooperative sono stabili o in contrazione.

Infine l'Africa mostra segnali positivi a fine 2012, mentre le condizioni cambiano repentinamente ad avvio 2013, con previsioni nettamente negative. Questo pone incertezze sul termine della campagna di commercializzazione di mele/pere, principali prodotti importati in quei paesi.



OSSERVATORIO
COOPERAZIONE
AGRICOLA ITALIANA

Il settore cooperativo del vino mostra positivi segnali di vivacità, grazie ad una tendenza alla crescita dei prezzi che compensa il trend di contrazione/stabilità dei quantitativi venduti.

PREVISIONI FATTURATO TOTALE 2013: +2,5%

Cooperazione: le tendenze del vino

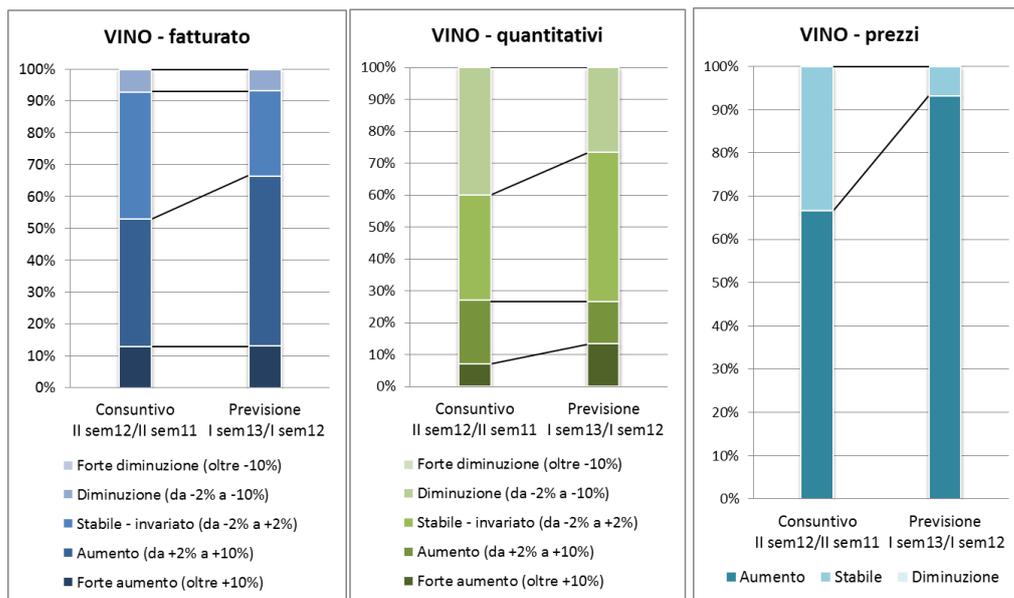
Nel corso dell'ultimo semestre del 2012 le cooperative del vino hanno dato segnali molto positivi rispetto allo stesso semestre del 2011. In questo periodo infatti si è registrato un consistente rialzo dei prezzi, che ha contribuito ad una crescita del valore delle vendite, pur in presenza di una leggera contrazione dei volumi commer-

cializzati, coerenti con i cali produttivi della vendemmia 2011. Le cooperative del Panel chiudono perciò l'annualità 2012 con una netta crescita del fatturato (+6,2%).

Questo trend prosegue anche nel primo semestre 2013. Rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, infatti le previsioni mostrano un incremento dei prezzi del

prodotto. La dinamicità di questa componente compensa le stabilità delle quantità vendute, influenzata sia dai minori consumi che dalla scarsa produzione 2012.

Se queste previsioni saranno confermate per l'intero 2013, il fatturato delle le cooperative del Panel registrerebbe una crescita annuale del fatturato totale pari a +2,5%.



Le performance sono differenziate in relazione al canale. Sia a consuntivo (ultimo semestre 2012), che in previsione (primo semestre 2013) rispetto agli analoghi periodi dell'anno precedente, le forniture ad altre imprese (cooperative e non cooperative) tengono grazie al riconoscimento di prezzi più alti, mentre sono meno elevate le richieste in volume.

Il canale trainante è la GDO, in cui a fine 2012 crescono quantità e prezzi, con positive ricadute sui valori complessivi delle vendite; in previsione il trend nettamente positivo è sostenuto soprattutto dal rialzo dei prezzi, mentre le quantità risultano stabili.

Tengono anche i canali dei grossisti e del dettaglio tradi-

VINO Consuntivo - II sem12/II sem11	FATTURATO TOTALE	QUANTITATIVI TOTALE	PREZZI
ALTRE IMPRESE TRASFORMAZIONE	(+)	(-)	(++)
GROSSISTA	(+)	(+-)	(++)
DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA	(++)	(+)	(+)
DETTAGLIO TRADIZIONALE	(+-)	(-)	(++)
HORECA	(-)	(--)	(++)
VINO	(++)	(-)	(++)

VINO Preventivo - I sem13/I sem12	FATTURATO TOTALE	QUANTITATIVI TOTALE	PREZZI
ALTRE IMPRESE TRASFORMAZIONE	(+)	(-)	(++)
GROSSISTA	(+)	(-)	(++)
DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA	(++)	(+-)	(++)
DETTAGLIO TRADIZIONALE	(+)	(-)	(++)
HORECA	(-)	(--)	(++)
VINO	(++)	(+-)	(++)

(+ +) forte crescita; (+) crescita; (+ -) stabilità; (-) contrazione; (- -) forte contrazione

zionale - sia a consuntivo che in prospettiva - grazie alla leva del prezzo. Segnali negativi vengono invece dall'Horeca, in cui la caduta del fatturato è imputabile ad una contrazione delle quantità a fine 2012 ed in previsione per il primo semestre 2013, pur in presenza di un rialzo dei prezzi.

Questa dinamica rispecchia i

trend più generali del settore che mostra migliori performance sia a consuntivo che in previsione sui segmenti di prezzo più contenuti, presidiati dalla GDO ed evidenzia segnali di debolezza per fasce di prezzo più elevate, caratteristiche dei canali della vendita al dettaglio (enoteche) e della ristorazione.



Cooperazione: il vino sui mercati esteri

La componente più dinamica del mercato è data dalle vendite estere.

Circa il 48% del fatturato totale del panel delle cooperative vinicole è infatti realizzato sui mercati internazionali, sia con prodotto sfuso che imbottigliato.

Nell'ultimo semestre 2012

rispetto all'ultimo semestre 2011, il 70% delle cooperative indica un incremento del valore del fatturato estero, grazie alla contemporanea crescita di quantità e prezzi.

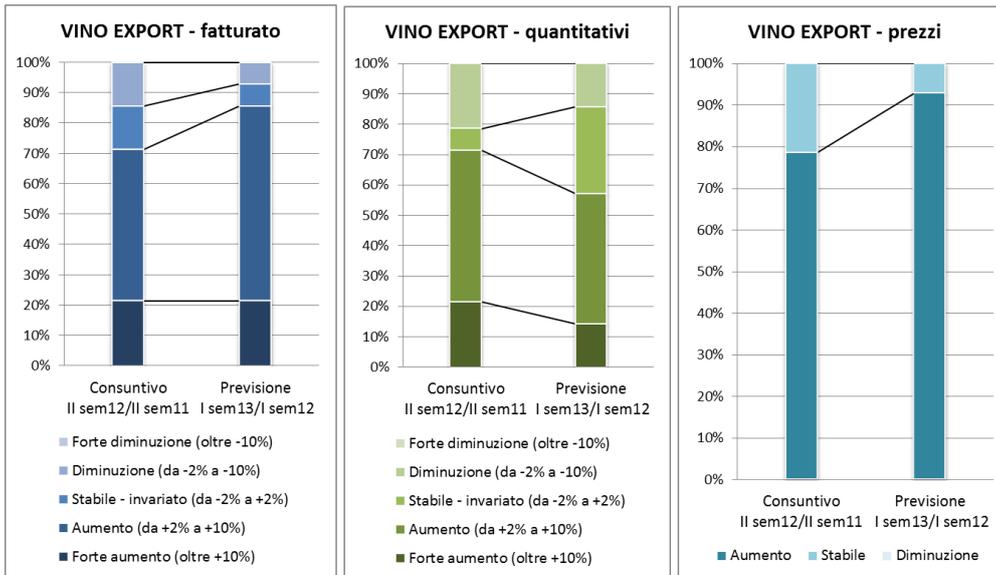
In previsione il primo semestre 2013, rispetto allo stesso periodo 2012, conferma pienamente questa tendenza positiva, supportata sia dalla

crescita dei volumi richiesti dai mercati esteri che soprattutto da un incremento dei prezzi del prodotto.

Se questa tendenza si confermerà per l'intero 2013 il fatturato estero del panel dovrebbe registrare un incremento su base annua del 3,8%.

Poco meno del 50% dal fatturato delle cooperative vitivinicole è realizzato sui mercati internazionali. Il trend positivo delle vendite estere è sostenuto dalla crescita dei prezzi, e dalla tenuta delle quantità

PREVISIONI FATTURATO ESTERO 2013: +3,8%



VINO	Quota sul totale fatturato estero del Panel	Fatturato CONSUNTIVO Il sem12/II sem11	Fatturato PREVENTIVO I sem13/I sem12
Unione Europea 15	49,2%	(++)	(++)
Unione Europea 12	1,7%	(+)	(+)
Altri paesi europei	3,4%	(+)	(+)
Usa e Canada	38,4%	(++)	(++)
Centro-Sud America	1,2%	(++)	(+-)
Asia	5,6%	(+)	(++)
Africa	0,4%	(+)	(+)
Australia	0,1%	(+)	(+-)
VINO	100,0%	(++)	(++)

(+ +) forte crescita; (+) crescita; (+ -) stabilità; (-) contrazione; (- -) forte contrazione

I mercati internazionali di destinazione finale del vino cooperativo mostrano tutti segnali positivi sia a consuntivo che in previsione per l'avvio del nuovo anno.

Le due aree tradizionali dell'export sono i 15 membri storici dell'Unione Europea e il Nord-America, in cui vengono realizzate rispettivamente il 49% ed il 38% delle vendite estere del Panel. Queste aree sono anche quelle più dinamiche sia nell'ultima parte del 2012 che per l'avvio del 2013. Sono queste tendenze a con-

tribuire in maniera determinante alle performance positive delle esportazioni di vino.

Le vendite nel resto d'Europa sono complessivamente pari al 5,1% del fatturato estero del Panel. Le tendenze sia tra i nuovi membri dell'Unione Europea che negli altri mercati tradizionali (Svizzera) ed emergenti (ad es. Russia) sono positive sia a consuntivo che in previsione. Tuttavia risultano meno brillanti rispetto ai mercati tradizionali.

Gran parte delle cooperative del Panel è inoltre presente

sul nuovo mercato asiatico, sebbene la quota di fatturato realizzato in quest'area sia ancora limitata (5,6%). Le vendite sono in crescita nell'ultimo semestre 2012 rispetto allo stesso periodo del 2011, mentre in previsione le aspettative sono ancora più ottimistiche e indicano un'ulteriore crescita

per l'inizio del 2013 rispetto al primo semestre 2012. Questo mercato emergente sembra quindi quello in grado di offrire maggiori opportunità fra gli sbocchi alternativi alle aree tradizionali.

Indicazioni positive per la chiusura del 2012 provengono anche dal Sud-America, anche se le previsioni per il primo semestre 2013 indicano una sostanziale stazionarietà rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.



OSSERVATORIO
COOPERAZIONE
AGRICOLA ITALIANA

Nel settore dei servizi la congiuntura è altalenante. Il trend delle cooperative di maggiori dimensioni è in controtendenza rispetto a quello generale, perciò condiziona in negativo le performance di fine 2012 e spinge sull'avvio del 2013

PREVISIONI FATTURATO TOTALE 2013: +2,7%

Cooperazione: le tendenze dei servizi

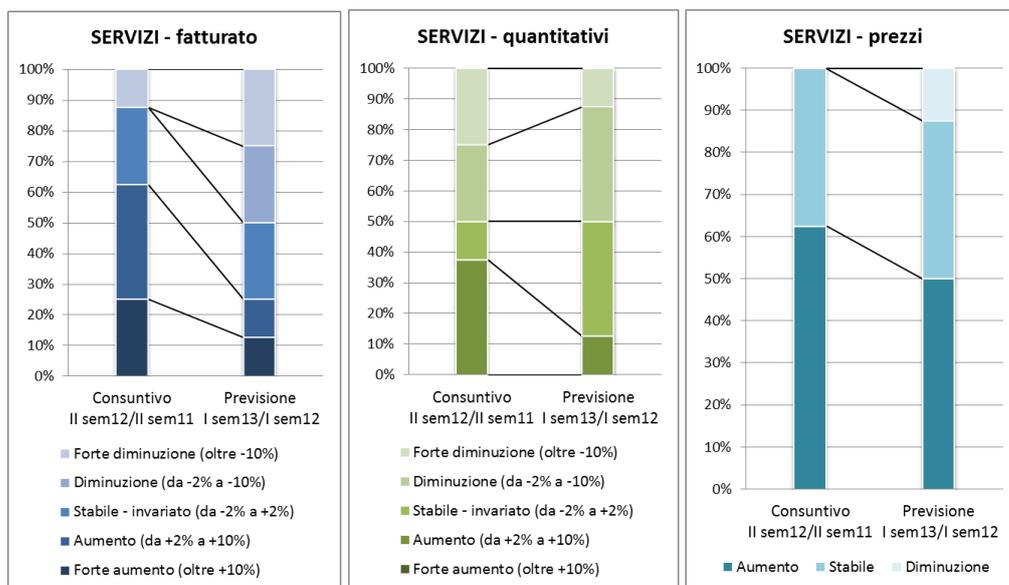
Le cooperative che vendono mangimi, mezzi tecnici, gestiscono i prodotti ed offrono servizi alle imprese agricole (per brevità indicate come cooperative di servizio) hanno chiuso in forte crescita l'ultimo semestre 2012 rispetto allo stesso periodo del 2011. Ma poiché la crescita interessa soprattutto le cooperative di minori dimensioni, il fatturato del Panel è cresciuto

complessivamente del 1,2% nell'annualità 2012.

L'elemento di debolezza dell'ultimo semestre è rappresentato dal volume di prodotti venduti/entità servizi erogati, mentre i prezzi hanno mostrato una congiuntura molto positiva.

Le previsioni per il I semestre 2013 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente mostrano però un'evoluzione

del fatturato meno positivo, a causa sia di un ridimensionamento delle attività svolte, non compensata dalla crescita dei prezzi, che pure è presente. Però, poiché le cooperative di maggiori dimensioni sono in controtendenza, il segno complessivo della variazione del fatturato atteso per la fine del 2013, date le attuali condizioni, è comunque positivo e pari a +2,7%.



Tra i tre diversi segmenti monitorati, la gestione dei seminativi (cereali) in conto vendita mostra le performance migliori, sia nel II semestre 2012 rispetto al II semestre 2011, che in avvio del 2013 rispetto all'inizio del 2012. Sono i prezzi a sostenere la positiva dinamica del segmento, che chiude il 2012 in netta crescita; nel I semestre 2013 però l'incremento dei prezzi - sebbene presente - è più contenuto ed associato ad una contrazione delle quantità, che porta ad una crescita del segmento più contenuta.

Nel caso della vendita dei mangimi per gli allevamenti zootecnici prevalgono le indicazioni di stabilità. Il II semestre 2012 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente è stato compromesso da un

rilevante calo delle quantità vendute, che associato all'impennata dei prezzi ha garantito la tenuta del settore. Nel I semestre 2013 rispetto al I semestre 2012 i prezzi crescono ancora anche se a ritmi meno sostenuti e le quantità risultano stabili, restituendo una prospettiva più positiva.

Infine le vendite di mezzi tecnici nel primo semestre 2012 rispetto allo stesso periodo del 2011 crescono grazie al

sostegno dei prezzi a fronte di un calo delle quantità. Ma nel I semestre 2013 rispetto al I semestre 2012 registrano un andamento in calo a causa della contrazione delle quantità commercializzate e della stabilità dei prezzi di vendita.

SERVIZI	FATTURATO	QUANTITATIVI	PREZZI
Consuntivo - II sem12/II sem11	TOTALE	TOTALE	
VENDITA MANGIMI	(+ -)	(- -)	(+ +)
VENDITA MEZZI TECNICI	(+)	(-)	(+)
SEMINATIVI CONTO VENDITA	(+ +)	(+ -)	(+ +)
SERVIZI	(+ +)	(-)	(+ +)
SERVIZI	FATTURATO	QUANTITATIVI	PREZZI
Preventivo - I sem13/I sem12	TOTALE	TOTALE	
VENDITA MANGIMI	(+ -)	(+ -)	(+)
VENDITA MEZZI TECNICI	(-)	(-)	(+ -)
SEMINATIVI CONTO VENDITA	(+)	(-)	(+)
SERVIZI	(-)	(-)	(+)

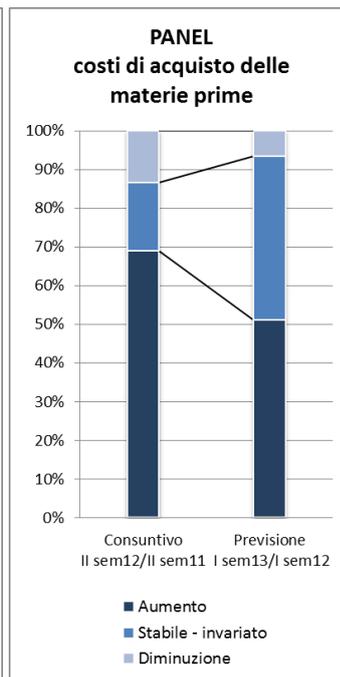
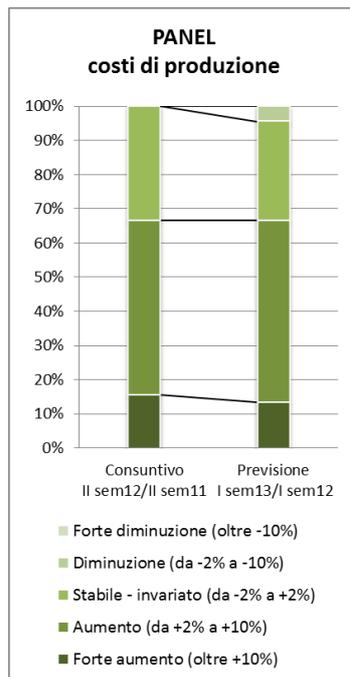
(+ +) forte crescita; (+) crescita; (+ -) stabilità; (-) contrazione; (- -) forte contrazione



Cooperazione: le tendenze del ciclo produttivo

Le cooperative del Panel affrontano una congiuntura difficile sul fronte dei costi di produzione, indicati stabilmente in aumento sia a consuntivo (II sem. 2012/II sem. 2011) che in previsione (I sem. 2013/I sem. 2012) trasversalmente su tutti i settori monitorati, con una minore intensità per il latte. Contribuisce alla crescita dei costi di produzione, l'incremento del generalizzato del costo di acquisto delle materie prime, con la sola eccezione del latte che a consuntivo mostra un decremento ed in previsione indica una stabilità.

Quando il maggiore costo della materia prima si traduce in una valorizzazione dei conferimenti di materia prima dei soci, questa tendenza è da ritenersi positiva.



Le cooperative del Panel affrontano una congiuntura economica complessa per effetto dell'incremento dei costi di produzione e delle difficoltà legate all'erogazione del credito.

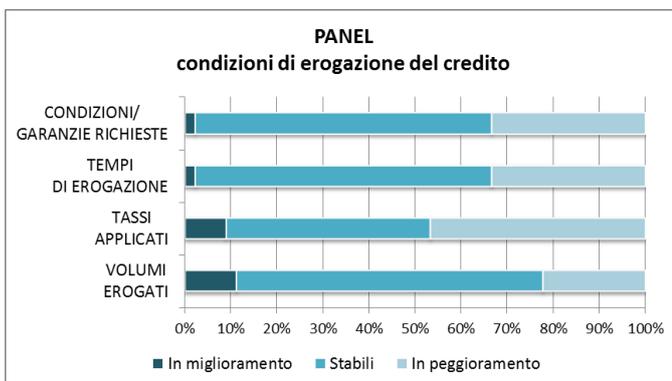
COSTI DI PRODUZIONE	Consuntivo		Previsione		COSTI MATERIA PRIMA	Consuntivo		Previsione	
	II sem12/II sem11	I sem13/I sem12	II sem12/II sem11	I sem13/I sem12		II sem12/II sem11	I sem13/I sem12	II sem12/II sem11	I sem13/I sem12
VINO	(++)	(++)	(++)	(++)	VINO	(++)	(++)	(++)	(++)
ORTOFRUTTA	(++)	(++)	(++)	(++)	ORTOFRUTTA	(++)	(++)	(++)	(++)
LATTE	(+)	(+)	(+)	(+)	LATTE	(-)	(-)	(-)	(-)
SERVIZI	(++)	(++)	(++)	(++)	SERVIZI	(++)	(++)	(++)	(++)
PANEL	(++)	(++)	(++)	(++)	PANEL	(++)	(++)	(++)	(++)

(++) forte crescita; (+) crescita; (+-) stabilità; (-) contrazione; (-) forte contrazione

Incidono sul ciclo produttivo anche le condizioni di erogazione del credito, che rappresentano uno degli elementi di maggiore criticità nell'attuale congiuntura economica.

Nel caso delle cooperative del Panel i trend relativi all'ultimo semestre 2012 rispetto allo stesso periodo del 2011, mostrano una tenuta dei volumi erogati, mentre aumentano le difficoltà legate alle

condizioni di erogazione del credito ed alle garanzie richieste e si allungano i tempi di concessione dei prestiti. La nota più negativa è legata ai tassi di interesse che sono in peggioramento per quasi il 50% delle cooperative del Panel.



CREDITO	VOLUMI EROGATI	TASSI APPLICATI	TEMPI DI EROGAZIONE	CONDIZIONI/GARANZIE RICHIESTE
Consuntivo II sem12/II sem11				
VINO	(+-)	(--)	(-)	(-)
ORTOFRUTTA	(+-)	(+-)	(+-)	(+-)
LATTE	(-)	(-)	(-)	(-)
SERVIZI	(+-)	(--)	(--)	(--)
PANEL	(+-)	(-)	(-)	(-)

(++) forte miglioramento; (+) miglioramento; (+-) stabilità; (-) peggioramento; (-) forte peggioramento

Tra i diversi settori quello che avverte meno la stretta creditizia è l'ortofrutta che indica per la seconda metà del 2012 condizioni di erogazione del credito stabili rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il vino ed i servizi in maggiore misura, indicano invece un peggioramento delle condizioni riguardo garanzie, tempi e tassi, sebbene ciò non abbia avuto ripercussioni sui volumi di credito concessi.

Infine nel latte le criticità si avvertono trasversalmente su tutti gli aspetti monitorati, anche a livello dell'entità del credito erogato.



OSSERVATORIO
COOPERAZIONE
AGRICOLA ITALIANA

Numero 1

Referenti:
Ersilia Di Tullio
Paolo Bono
Evita Gandini
Silvia Zucconi

Tel.: 0516483138
0516483149
osservatorio.coop@nomisma.it

Il Panel del I semestre 2013

Hanno partecipato alla rilevazione del I semestre 2013 45 delle 60 cooperative del panel dell'Osservatorio della Cooperazione Agricola Italiana.

Complessivamente il Panel esprime un fatturato di 6,2 miliardi di euro nel 2012 e le dimensioni medie delle cooperative sono pari a 138 milioni di euro. Circa il 25% del fatturato è realizzato sui mercati esteri, grazie ad una quota di cooperative esportatrici pari al 62%.

Tra i 4 settori monitorati emergono le seguenti specificità.

Il vino (22% del fatturato del Panel) è il settore con più cooperative sebbene di dimensioni d'impresa inferiori rispetto alla media del Panel. Si distingue per l'elevata incidenza delle cooperative esportatrici (93%) e per l'elevata quota di fatturato realizzato sui mercati esteri (48%).

La presenza sui mercati internazionali è inoltre prerogativa delle cooperative del settore dell'ortofrutta (23% del fatturato del Panel), che esportano nel 78% dei casi e realizzano sui mercati internazionali il 28% delle vendite; questa quota sale al 40% per le cooperative dell'ortofrutta fresca. Sono cooperative che esprimono un fatturato medio più elevato rispetto alla media del panel, sebbene il contributo determinante sia legato alle dimensioni della maggiore cooperativa di trasformazione dell'ortofrutta.

Il latte (43% del fatturato del Panel) invece si caratterizza sia per la presenza di un elevato numero di cooperative sia per le loro maggiori dimensioni medie (anche in questo caso legate al contributo della più rilevante cooperativa di trasformazione del latte italiana). Nel latte l'esportazione ha un ruolo meno

importante rispetto a vino ed ortofrutta; sebbene il 54% delle cooperative esporti infatti solo il 12% del fatturato è realizzato sui mercati esteri.

Infine al settore dei "servizi" (11% del fatturato del panel) appartengono cooperative con profili diversi per attività svolte, fra le quali figurano la vendita di mangimi e mezzi tecnici alle imprese agricole socie e non socie, la gestione dei cereali (conto deposito e conto vendita), l'erogazione di servizi specifici alle imprese agricole, oltre che la commercializzazione di prodotti conferiti dai soci. Si tratta del settore con dimensioni medie di impresa più contenute e caratterizzato—data la natura delle attività svolte—da una completa focalizzazione sul mercato interno.

Settore	Coop del Panel	Quota su totale Panel	Fatturato 2012	Quota sul fatturato totale Panel	Dimensioni medie	Coop esportatrici	Fatturato export 2012
	numero	%	milioni di €	%	milioni di €	%	%
Vino	15	33%	1.361	22%	91	93%	48%
Ortofrutta	9	20%	1.490	24%	166	78%	28%
Latte	13	29%	2.684	43%	206	54%	12%
Servizi	8	18%	691	11%	86	0%	0%
Panel	45	100%	6.226	100%	138	62%	25%

Caratteristiche delle cooperative del Panel - I semestre 2013



OSSERVATORIO
COOPERAZIONE
AGRICOLA ITALIANA

a cura di



Le indagini dell'Osservatorio

Le indagini dell'Osservatorio della Cooperazione Agricola Italiana coinvolgono un panel di circa 60 cooperative agroalimentari selezionate fra le più rappresentative dei diversi settori: ortofrutta fresca e trasformata (ortofrutta), lattiero-caseario (latte), vitivinicolo (vino), carni bovine e suine (carni) e fornitori di mezzi tecnici—concimi, fitofarmaci, mangimi, sementi, ecc. - ed approvvigionamento, stoccaggio e vendita di seminativi (servizi).

Le cooperative vengono coinvolte in un'indagine annuale analitica (60 cooperative) ed in due rilevazioni semestrali (circa 45 cooperative) che consentono di delineare i trend di vendita sui mercati nazionali ed esteri e le dinamiche del ciclo produttivo relative all'ultimo semestre trascorso ed alle previsioni per il semestre successivo.

Sulla base dei risultati di queste indagini vengono realizzati annualmente un Report descrittivo del Panel e due Report semestrali congiunturali.

L'Osservatorio ringrazia le cooperative che hanno partecipato alla rilevazione, senza il cui prezioso contributo quest'indagine non si sarebbe potuta realizzare.