

mipaaf

ministero delle politiche
agricole alimentari e forestali



FiBio

Le filiere biologiche: progetto per l'analisi della
distribuzione del valore, lo studio della certificazione di
gruppo, la formazione e la tracciabilità

Analisi della catena del valore del vino biologico nella filiera italiana

FiBio 2019-2021

Ismea, luglio 2020

Coordinamento redazionale

Antonella Giuliano, Riccardo Meo

Autori

Riccardo Meo, Ilaria Mazzoli, Giulia Rapicetta

Editor

Riccardo Meo

Hanno collaborato

Daniela Sabelli

Sommario

Sommario	3
Introduzione.....	5
La filiera vitivinicola biologica italiana	8
Le superfici e la produzione agricola	12
Importazioni ed esportazioni.....	14
I consumi e le misure per contrastare l’impatto del Covid-19	15
L’analisi della catena del valore del vino biologico in Italia	18
Metodologia	18
I dati quantitativi e qualitativi	18
Le aziende intervistate	22
La fase agricola.....	24
Aziende biologiche intervistate che operano solo nella fase agricola	29
La fase di trasformazione: cantina e imbottigliamento	29
Aziende attive sia in agricoltura sia nella fase di trasformazione.....	31
Stoccaggio e distribuzione	33
La tecnologia	35
Casi studio	36
L’Azienda 3: la micro-azienda marchigiana di nicchia, con struttura dei costi fluida e produzione poco stabile nel tempo	36
L’Azienda 5: un produttore molisano con 15 ettari di vigneto, prevalentemente con vitigno autoctono	36
L’Azienda 7: un produttore laziale con 10 ettari di vigneto	37
L’Azienda 9: una piccola cooperativa calabrese.....	39
Azienda 10: la grande azienda biologica lombarda, multiprodotto.....	40
L’Azienda 19: l’azienda piemontese che produce barbera.....	41
Conclusioni	42
Allegato A	48
Documento descrittivo della metodologia usata per la filiera del vino biologico	48
File di elaborazione.....	48
Dati di base	48
Piano produttivo e trasformazione.....	48
Principali costi operativi	49
Bottiglie	50
Costi di produzione agricoli	50
Prezzi di vendita.....	51
Bibliografia.....	52

Introduzione

Il presente report propone i risultati emersi da un lavoro di approfondimento sulla filiera biologica vitivinicola. Il lavoro rientra tra le attività previste da FiBio, un progetto sulle filiere biologiche italiane finanziato dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali (MIPAAF), e coordinato dall'Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare (ISMEA).

FiBio si concentra sull'analisi di alcune tra le principali filiere biologiche caratterizzate da un mercato in crescita a livello globale e considerato da molti esperti (ISPRA, 2020; Kircher, 2019; McMichael, 2018; Donald e Blay-Palmer, 2006; Goodman, 2003) come uno dei *driver* della crescita economica sostenibile ed innovativa, ovvero in grado allo stesso tempo di rispondere ai bisogni alimentari, calorici e di rigenerare il suolo e le acque. Dal punto di vista strettamente economico, i prodotti biologici stanno assumendo un ruolo sempre più rilevante, con un valore al consumo nel mondo di 97 miliardi di euro nel 2018 (IFOAM, 2019).

In Italia, le aziende agricole biologiche rappresentano il 6,2% delle aziende agricole totali, insistendo su una superficie totale di quasi 2 milioni di ettari coltivati, principalmente localizzate nel meridione con una dimensione media di 34 ettari (SINAB, 2020). Le vendite italiane di prodotti biologici sono cresciute rapidamente e, nel 2019, hanno raggiunto un fatturato nel mercato interno complessivo di 3,3 miliardi di euro (SINAB, 2020).

Una delle peculiarità delle aziende biologiche risiede nell'elemento sociale: l'azienda biologica è spesso locale, fornisce lavoro alle comunità residenti e mostra in modo trasparente le modalità di produzione, generando un meccanismo virtuoso in ambito economico e sociale (Banks e Marsden, 2001; Darnhofer, 2005). Questo è particolarmente efficace quando le aziende si aggregano in Organizzazioni dei Produttori (OP) o consorzi, così da poter collaborare per incrementare i volumi e il valore della produzione. Le OP ed i consorzi consentono anche di alimentare, laddove presenti, i bio-distretti e promuovere il sostegno territoriale (Marasteanu ed Altri, 2019). Le OP nascono, infatti, come esigenza pratica e di natura commerciale, ma potenzialmente possono determinare quello che Asian ed Altri (2019) chiamano *sharing bio-economy*: un settore produttivo organizzato e, possibilmente a km zero, in grado non solo di aumentare i

marginari di profitto degli agricoltori, ma anche di contribuire alla redistribuzione alimentare e alla riduzione dei rifiuti organici, tramite un maggior coordinamento tra consumatori e produttori. Questo è il modello organizzativo di produzione fortemente auspicato dall'Ue tramite, ad esempio, la recente strategia europea "From Farm to Fork" (F2F; COM(2020) 381 final del 20.05.2020) che sollecita gli Stati membri a sviluppare politiche olistiche che garantiscano contemporaneamente la giusta remunerazione ai lavoratori, la coscienza alimentare sana (a livello europeo oltre la metà della popolazione adulta è attualmente in sovrappeso) e la sensibilità ecologica. La strategia propone tra i propri obiettivi quello di aumentare entro il 2030 le superfici a biologico dei terreni agricoli dell'Ue per raggiungere un'incidenza di almeno il 25% delle superfici coltivate. Alla luce di questi orientamenti, incentivare la crescita delle superfici biologiche implica non solo la necessità di fornire maggiori risorse economiche, ma soprattutto rendere fruibile una conoscenza tecnica specifica che consenta agli agricoltori professionisti e\o ai nuovi agricoltori-imprenditori di svolgere in modo efficiente l'attività agricola.

Nonostante la crescita del mercato, tuttavia, come l'agricoltura convenzionale anche quella biologica è spesso dipendente dagli aiuti comunitari, in seno alla PAC. Sono diverse le fonti che fanno emergere le difficoltà economiche delle aziende, rendendo fondamentale un sostegno del settore esterno al mercato; ad esempio, secondo un'indagine Firab (2020) l'accesso al credito costituisce un problema per il 30% delle aziende biologiche e, nel 2018, il 75% delle aziende afferenti al comparto vitivinicolo ha fruito dei contributi pubblici (PSR ed altri) che rappresentano il 5,3% del reddito netto delle aziende beneficiarie (RICA, 2018). Complessivamente, nel 2018, su 602.310 aziende (di cui il 5,9% sono biologiche) 5.926 aziende hanno fatto richiesta dei contributi previsti dal primo pilastro della PAC e 2.494 hanno fatto richiesta di sussidi nazionali (PSR e altri). Ulteriori segnali di come lungo la filiera la parte agricola possa risultare la più debole possono essere letti nelle richieste di accesso al credito e di strumenti di sussidio Ismea: dal 2008 al 2020 il 18,3% delle aziende agricole biologiche hanno fatto richiesta di finanziamento presso i canali ISMEA.

In questo contesto, già complesso, la pandemia scatenata dal virus Covid-19 ad inizio 2020 ha portato, in alcuni casi, ancora più alla luce i punti vulnerabili delle indispensabili filiere agroalimentari, incluso quelle biologiche. Nonostante i consumi agroalimentari bio nella GDO siano cresciuti del 11% durante la chiusura forzata, i prodotti che

tradizionalmente venivano veicolati nel canale della ristorazione e quelli destinati al *green public procurement* hanno riscontrato delle difficoltà. Ne è evidenza il numero delle aziende biologiche che nei primi sei mesi del 2020 hanno contattato ISMEA per fare richiesta di strumenti di sussidio (57 milioni di euro, rappresentando lo 0,20% delle risorse totali), all'interno delle disposizioni del Decreto Liquidità (ISMEA, 2020).

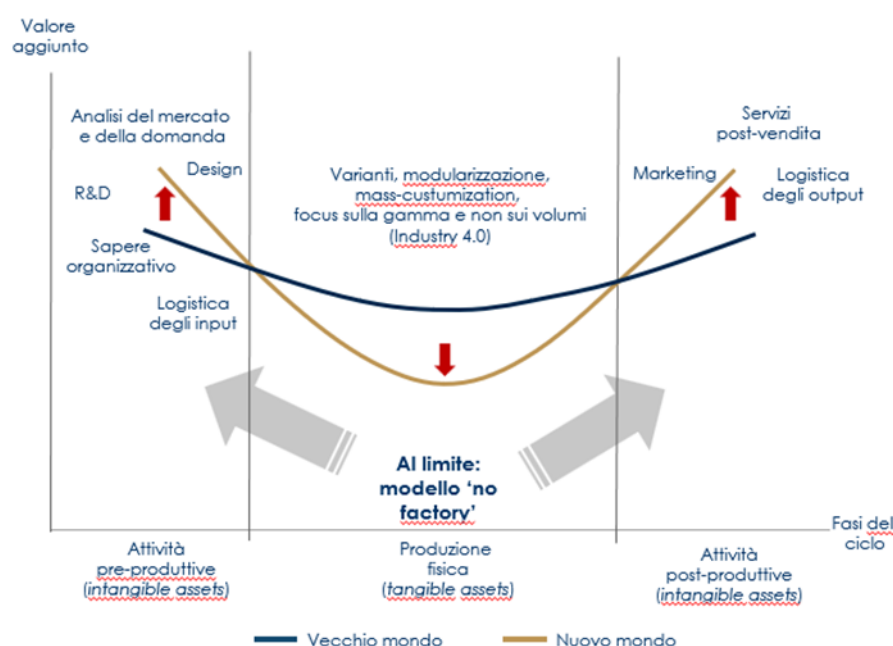
Ai fini del presente report, incentrato sul comparto del vino biologico, si è provato ad analizzare la distribuzione dei costi e dei ricavi sostenuti da ogni singolo attore lungo la filiera, con l'obiettivo di ricostruire la formazione del valore e di individuare le fasi di maggiore vulnerabilità economica.

Lo studio della catena del valore è molto diffuso in letteratura, specialmente per l'analisi dei prodotti industriali, dove una merce è realizzata con componenti provenienti da molteplici aziende localizzate in più continenti. In agricoltura, a causa della complessità delle filiere agroalimentari e della difficoltà nel reperire i dati puntuali in ambito agrario, esistono pochi lavori aggiornati, anche per quanto riguarda le filiere vitivinicole italiane. Data la grande varietà di strutture e strategie riscontrabili nel comparto vinicolo, inoltre, è difficile calcolare dati medi, o eseguire comparazioni tra catene del valore di vini diversi in aree diverse, frutto di flussi produttivi più o meno integrati. Per ciò che concerne i prodotti biologici, gli studi sono ancora più limitati, anche perché non necessariamente gli operatori operano in biologico in modo specializzato.

In letteratura è possibile ravvisare uno studio del 2018 (Rungi e Del Prete, 2018) basato su Shih (1992), il quale dimostra quantitativamente che tendenzialmente la maggiore quota di valore aggiunto si genera all'inizio e alla fine della filiera, mostrando un andamento concavo (detto "a sorriso"). Questo trend è stato di recente applicato anche alla filiera vinicola in un report di Mediobanca (2018): si teorizza che anche nel settore vinicolo si faccia strada un nuovo mondo nel quale gli aspetti intangibili (competenza organizzativa e di gestione degli input; competenza logistica e di gestione degli output; capacità di analizzare il mercato ed innovare; capacità di coinvolgere e fidelizzare i clienti) svolgono un ruolo determinante nella creazione del valore. Secondo il report, la parte centrale, ovvero quella produttiva, si trova a generare maggior valore quando incorpora alta innovazione.

Con il presente report intendiamo dare un contributo allo studio della catena del valore della filiera biologica vitivinicola; i risultati rappresentano dunque un importante strumento di valutazione per riformare le filiere produttive coerentemente con i tempi e per migliorarne il funzionamento.

Grafico n.1: La curva a sorriso nella filiera vitivinicola



Fonte: Area studi Mediobanca su dati OECD, 2013

La filiera vitivinicola biologica italiana

L'Italia ha, per ragioni geografiche e culturali, una vocazione vitivinicola legata a vigne storiche e centinaia di diverse varietà di vitigni. L'eterogeneità si manifesta evidente anche nel valore dei prodotti (convenzionali e non), con prezzi al consumo che vanno da circa 1 euro dei prodotti in *brick* di vino convenzionale ad oltre 500 euro a bottiglia, per i vini più esclusivi (Malorgio et Al., 2011) spiegato dalla quasi totalità della produzione nazionale (circa l'80%) con marchio di qualità Dop e Igp.

Tabella n.1: Trend dei prezzi in euro del vino bio e non bio, 2018-2020

Prodotto	2018	2019	2020
Vino Bianco Bio	5,8	5,8	5,7
Vino Bianco No Bio	3,2	3,2	3,3
Vino Rosso Bio	5,8	5,9	5,8
Vino Rosso No Bio	3,5	3,6	3,6

Fonte: Elaborazione Ismea su dati Ismea/Nielsen, 2020

In Italia il vino, come il resto dei prodotti biologici, ha registrato negli ultimi anni un trend in crescita delle superfici biologiche, affiancato da una particolare vivacità aziendale in termini di innovazione e produttività. Le aziende, infatti, intraprendono sempre di più dei percorsi diversificati per aumentare e stabilizzare i redditi, ad esempio integrando i loro canali distributivi con la vendita diretta in azienda per creare un legame con il consumatore e fidelizzarlo. Inoltre, le aziende stanno acquisendo sempre di più la competenza a comunicare in modo efficiente la qualità dei propri prodotti, anche diversificando con attività correlate alla produzione come l'agriturismo per arricchire il prodotto con contenuti esperienziali che possono dare valore aggiunto e si inseriscono in progetti di enoturismo e percorsi enogastronomici.

Nel 2020 la pandemia scatenata dal virus Covid-19 ha imposto un'ulteriore sfida ai produttori agricoli e alle cantine, le quali hanno visto azzerarsi improvvisamente la domanda da parte del canale Ho.re.ca (Hotellerie-Restaurant-Café)¹: aziende addette alla somministrazione, locali con mescita (winebar, enoteche e locali notturni), ma anche la domanda legata all'intrattenimento, dalle cerimonie agli eventi pubblici (concerti, sagre e convegni fiere ecc). Le conseguenze economiche del virus nella filiera vitivinicola, specialmente quella di fascia medio-alta (ISMEA, 2020), sono state molto importanti e destano preoccupazione anche per il futuro, in considerazione del fatto che il virus vincola ancora i comportamenti dei consumatori, limitando il numero e la dimensione degli eventi in cui il vino viene consumato e restringendo la capacità di acquisto di numerose persone (ISMEA, 2020). Secondo i dati forniti dall'ISTAT, il virus ha infatti avuto

¹A fine 2019, la spesa relativa ai prodotti alimentari e bevande delle famiglie italiane nei canali Ho.re.ca. aveva una del 34% sul totale. In termini di valore, la sola spesa delle famiglie destinata alla ristorazione ha sfiorato gli 86 miliardi di euro con un incremento reale sull'anno precedente dell'1,6%, quella per generi alimentari e bevande è stata di quasi 166 miliardi con un incremento dello 0,5%. (ISMEA e Federalimentare, 2020)

un impatto negativo sul reddito delle famiglie pari al 5,8% e sul potere d'acquisto del 5,6%, con conseguenze molto gravi sui consumi (-11,5%), ovvero circa 80 miliardi di euro di spesa in meno. Per quanto riguarda specificamente i beni alimentari, tra marzo e giugno si è avuto un calo delle vendite pari allo 0,3% (ISTAT, 2020).

D'altro canto, la situazione nel suo complesso ha determinato nei consumatori un bisogno di sicurezze che per la domanda agroalimentare si è tradotto nella ricerca di prodotti sani e locali facilmente reperibili: circostanza che ha dato un impulso significativo ai consumi di prodotti biologici, ai prodotti italiani e di qualità, lasciando intravedere un contenimento degli effetti devastanti anche sulla filiera del vino biologico (ISMEA, 2020). Durante la pandemia, infatti, le famiglie italiane hanno riscoperto il piacere della cucina domestica, privilegiando i prodotti biologici (11%): i consumi dell'agroalimentare italiano hanno risentito meno delle restrizioni imposte dal *lockdown* rispetto ad altri comparti produttivi (Sinab, 2020), malgrado la recessione economica che, secondo le stime, vede il Pil italiano ridursi su base annua del -8.3% (ISTAT, 2020). In questo scenario anche il vino (bio e non) consumato in casa non ha dato segni di arresto (9,4% su base annua e 3,6% nel primo trimestre 2020 -ISMEA, 2020).

Il settore del vino racchiude una combinazione di modelli aziendali a diverso grado di sostenibilità economica, ambientale e sociale, e presenta una struttura complessa per la grande varietà dimensionale degli operatori (dalla grande cantina all'amatore) e dei flussi. Le unità tecniche e le unità imprenditoriali non sempre coincidono perché un'impresa può coordinare la produzione di più unità tecniche, come avviene abitualmente tra le imprese private e cooperative di maggiore dimensione economica (Malorgio ed Al., 2011). La filiera può essere integrata all'interno di un'unica azienda che svolge sia la parte agricola (produzione uva) sia la trasformazione in vino. Molto spesso, invece, la produzione è realizzata da numerose piccole e medie imprese e da pochi grandi gruppi integrati verticalmente, talvolta con connotati spiccatamente industriali (Malorgio ed Al., 2011). Quando l'azienda agricola è scorporata dall'azienda di trasformazione e distribuzione è fondamentale sviluppare un'attenta programmazione della logistica in entrata per mantenere il giusto equilibrio fra la capacità produttiva della fase agricola e la capacità di assorbire e controllare la qualità degli input, propria della fase di trasformazione.

Nel settore del vino più che in altri, un'organizzazione efficiente implica una programmazione a monte, un controllo puntuale delle fasi della filiera e del mercato, in modo da poter gestire le scorte in base all'andamento del mercato. Qualunque sia l'organizzazione scelta dall'imprenditore, la tempestività è un requisito fondamentale, in quanto l'alta deperibilità della materia prima imporrebbe la lavorazione dell'uva lo stesso giorno della consegna presso l'azienda di trasformazione. Dunque, tanto più i passaggi da un attore all'altro avvengono rapidamente e in sicurezza, tanto più si garantisce un prodotto finale di qualità. Conseguentemente, le filiere vitivinicole tendono a svilupparsi nella medesima area geografica, non solo per effetto della presenza di specializzazioni e tipicità produttive, ma anche per ragioni logistiche (Maizza, 2001).

Uno degli elementi chiave che dovrebbe contraddistinguere le aziende vitivinicole biologiche italiane è l'utilizzo di materie prime di qualità, caratterizzate territorialmente e gestite da operatori con un profondo *know-how* tecnico. La manodopera impiegata nelle moderne aziende vitivinicole biologiche spesso ha seguito master o corsi professionali che permettono loro di lavorare come eccellenza e garantire la qualità del prodotto finale.

I principali elementi di attenzione nella filiera biologica vengono esposti nella tabella che segue:

Tabella n.2: Caratteristiche della filiera vitivinicola biologica

Fase della filiera	Elementi di attenzione
a. Fase agricola	
Gestione del vigneto, concimazioni e trattamenti	La gestione del vigneto richiede una maggiore intensità di lavoro (manuale e/o meccanizzato). La concimazione e i trattamenti possono richiedere input più costosi benché molto dipenda dall'annualità e dalla variabilità climatica nonché del posizionamento geografico dell'azienda.
Rese	Le rese sono più contenute rispetto al convenzionale soprattutto nel Nord del Paese dove l'incidenza delle patologie fitosanitarie è maggiore. In molti casi le rese sono limitate dai disciplinari di produzione.
b. Fase di vinificazione	
	Il processo di vinificazione in biologico richiede particolare attenzione per l'eliminazione degli ausili a disposizione di quello convenzionale: ad esempio, sono ammesse solo in parte, e spesso in misura minore, le sostanze che permettono di gestire macerazione e fermentazione

	problematiche; i lieviti ammessi in fermentazione sono pochi e non devono essere geneticamente modificati; vi sono restrizioni sugli additivi per la fase di illimpidimento e in generale sulle sostanze coadiuvanti (come i solfiti).
c. Imbottigliamento e commercializzazione	
Marketing	L'accesso del prodotto al mercato della distribuzione organizzata può richiedere volumi non sempre alla portata delle aziende vitivinicole biologiche. Il ricorso a intermediari per la commercializzazione risulta indispensabile se si vuole collocare il prodotto presso la ristorazione o nei mercati esteri. Negli ultimi anni il vino biologico sconta meno problemi di apprezzamento sul mercato rispetto a un tempo: la certificazione biologica del vino comincia a diventare uno strumento di valorizzazione della bottiglia. Il packaging bio (bottiglie, cartoni, etichette, bag-in-box, etc). può risultare più costoso sia per conferire un vissuto di pregio che di sostenibilità al prodotto in coerenza con la natura stessa del prodotto.

Fonte: Elaborazione Ismea

A fronte di tale complessità è possibile, tuttavia, individuare alcuni aspetti del processo produttivo nel quale, potenzialmente, la produzione biologica può generare maggiori costi o maggiori elementi di incertezza sulla *performance*.

Le superfici e la produzione agricola

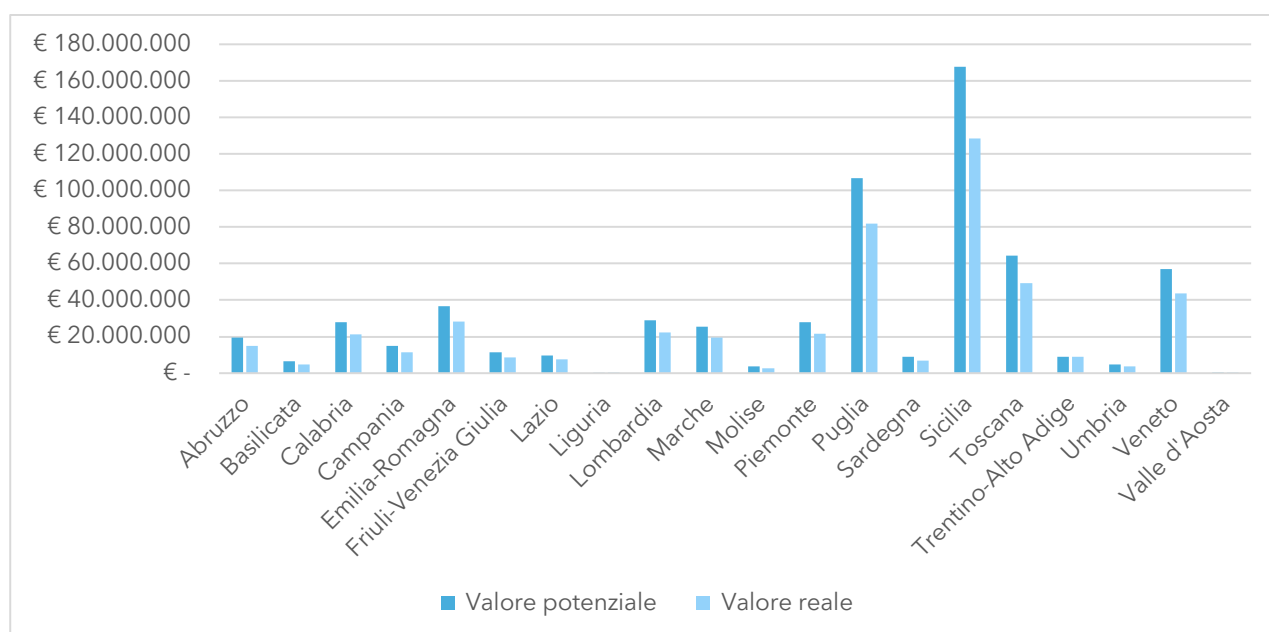
In Italia la produzione del vino interessa tutte le regioni con vigneti e cantine poste in ambienti estremamente diversificati, che spaziano dalle pianure costiere fino a notevoli altitudini e pendenze.

Nel 2019 il 5,3% delle vigne mondiali erano biologiche (Willer and Lernoud, 2018) e in Italia si trovano un terzo dei vigneti biologici europei: tra il 2018 ed il 2019, la superficie coltivata a uva bio da vino in Italia è passata da 42.000 ettari a 107.143 ettari. Le coltivazioni sono localizzate nel Centro (27%), Sud (26%), nel Nord (26%) e Isole (31%, di cui 29% in Sicilia) (ISMEA, 2020). Tale penetrazione sembra destinata ad aumentare ulteriormente, grazie agli obiettivi di crescita del biologico individuati dall'UE e alle iniziative che si stanno avviando in diverse regioni a favore del biologico, anche cogliendo le opportunità offerte dai piani di sviluppo rurale.

Vale la pena comunque precisare che quando si parla di superfici biologiche bisogna tenere in considerazione che la superficie biologica potenziale non sempre coincide con quella reale; infatti, le superfici certificate biologiche comprendono anche le superfici in

conversione, i cui prodotti non vengono immessi nel mercato come biologici per un periodo di 2-3 anni. Si tratta, pertanto, di una potenzialità pronta ad esprimersi in tempi relativamente brevi. Per questa ragione il grafico n.2 riporta lo scostamento tra il valore potenziale e quello reale, laddove quest'ultimo è il valore effettivamente prodotto con metodo biologico nell'anno di riferimento (2019 nel nostro caso) su una tonnellata di vino prodotto. Come si evince dal grafico n.2, la Sicilia è la regione con il maggiore potenziale ma, per il momento, il valore alla produzione reale è di gran lunga più basso. Parimenti, anche la regione Puglia ha uno scarto rilevante tra il valore potenziale e reale.

Grafico n.2: Valore reale e potenziale dell'uva biologica per vino



Fonte: Elaborazione Ismea su dati DimEcoBio, 2019

Gli operatori certificati bio sono circa 2.800 e la produzione si aggira sui 5 milioni di litri (Solfanelli e Zanoli, 2019), destinati al canale delle enoteche, dei negozi specializzati in prodotti biologici, alla ristorazione e alla grande distribuzione. In crescita anche la realtà biodinamica: in Italia nel 2019 abbiamo 132 aziende agricole e 7 cantine biodinamiche, per un totale di 1.544 ettari vitati certificati (Solfanelli e Zanoli, 2019).

Seguendo il trend del fatturato mondiale del vino bio, secondo GreenPlanet (2019) nel 2023 il potenziale produttivo dell'Italia arriverà a 924 milioni di bottiglie (+30%), quello della Francia a 613 milioni di bottiglie (+70%) e quello della Spagna a 599 milioni di bottiglie (+76%).

Importazioni ed esportazioni

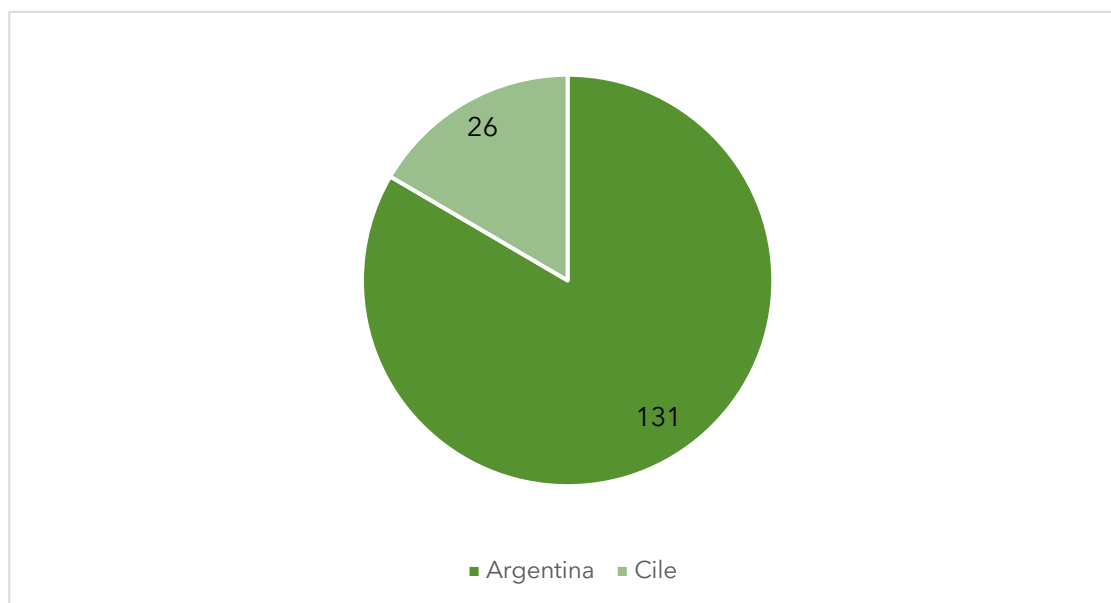
Il consumo di alimenti in generale e di vino in particolare è un fenomeno economico con una forte dimensione spaziale ampiamente influenzata dalla tecnologia e dall'efficienza della logistica. I progressi compiuti nel campo dei trasporti hanno permesso il superamento dei condizionamenti spaziali che, per il settore agroalimentare, ha significato soprattutto il disporre di cibo proveniente da qualsiasi parte del mondo. L'Italia manifesta la sua forza proprio nell'export di vino: per quanto riguarda il vino convenzionale, l'Italia è seconda nel ranking mondiale (il 45% della produzione nazionale viene esportato - dati Agea, 2019). Sul vino bio non abbiamo dati aggiornati sulle esportazioni; lo studio più recente risale al 2017 ed è stato condotto da Wine Monitor Nomisma, secondo cui l'export di vino biologico rappresentava il 29,3% delle esportazioni mondiali di vino bio, rendendo l'Italia il secondo maggior esportatore di vino biologico nel mondo, a fronte di poche importazioni di vino bio dall'Argentina e dal Cile. Viceversa, le importazioni di uva biologica sono piuttosto importanti² (vedi tabella 3.)

Tabella n.3: Importazione di uva biologica e vino biologico (tonnellata), 2015-2017

Prodotto	2015	2016	2017	2018	2019
Uva bio	651,25	590,06	925,81	726,46	755,32
Vino bio	19,83	235,44	156,07	252,37	178,96

Fonte: SINAB, 2020

² Secondo i dati ISMEA 2019, l'uva convenzionale nel 2019 è stata importata per un quantitativo pari a 21.680 tonnellate. Parimenti, il vino e i mosti convenzionali sono stati importati per un totale 170.531 tonnellate, ovvero 18% in meno rispetto al 2018.

Grafico n.3: Importazioni di vino biologico per area (t)

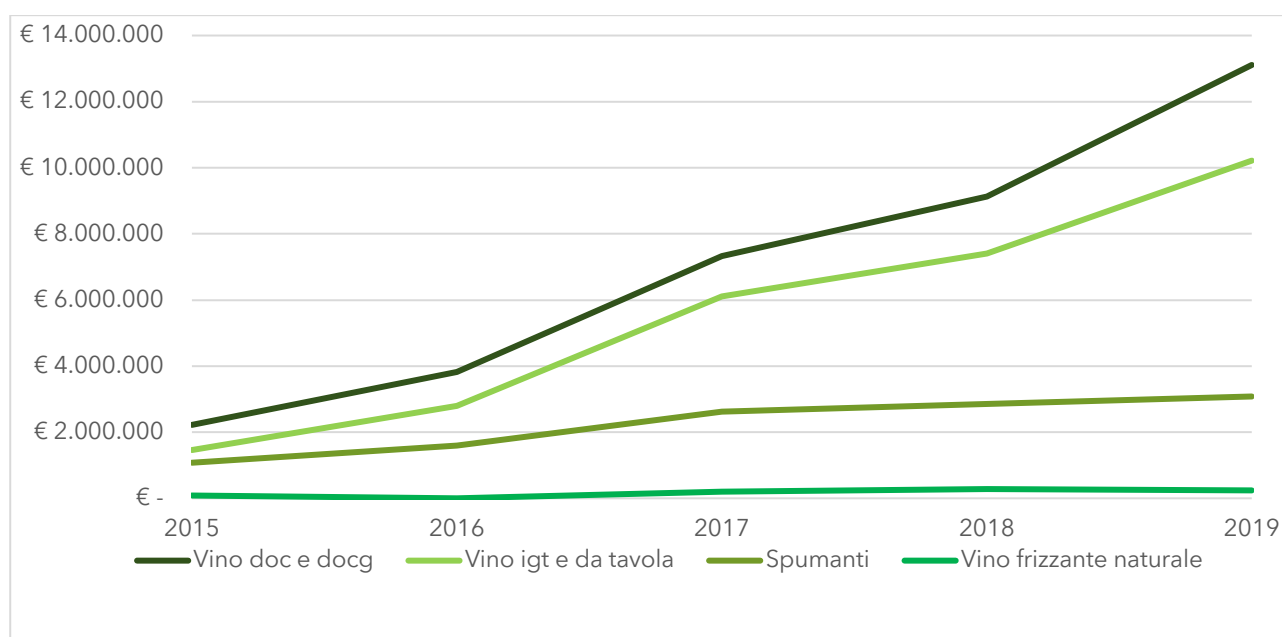
Fonte: Rilevazioni ed elaborazioni Ismea, 2018

I consumi e le misure per contrastare l'impatto del Covid-19

La tradizione italiana vitivinicola coinvolge non solo gli agricoltori, ma anche i consumatori, i quali fanno un uso del vino come complemento al pasto e come esperienza enologica.

La GDO è il principale canale di vendita del vino italiano e riporta uno sviluppo rilevante delle vendite anche per le più importanti tipologie di vini biologici, i quali risultano ben più dinamici (anche perché partono da volumi modesti) rispetto alla categoria del vino convenzionale.

In termini generali, il valore del mercato del vino biologico italiano a prezzi al consumo è modesto: nel 2019, dei 3,3 miliardi di fatturato al consumo del biologico italiano stimato (Sinab, 2020) solamente 37 milioni sono relativi alla categoria del vino presso la GDO, rappresentando l'1,8% delle vendite di vino totali nella GDO e il 2% dei prodotti bio (ISMEA/Nielsen, 2020). Da questa analisi è escluso il valore al consumo espresso dal vino biologico veicolato dal sistema della ristorazione. In ragione di una bassa penetrazione, la crescita del comparto appare più sostenuta in termini di incrementi percentuali rispetto ad altri comparti del biologico (es. ortofrutta) che conoscono fatturati al consumo notevolmente maggiori.

Grafico n.4: Vendite di vino biologico presso iper e supermercati, 2015-2019

Fonte: Elaborazione ISMEA su dati Nielsen, 2019

Per emergere nel mercato, la bottiglia di vino attrae i consumatori tramite uno o più elementi esclusivi; numerosi studi (per una rassegna si veda lo studio del 2019 di Rahmani) rilevano che, nel mondo, la prima determinante per la scelta del vino biologico è il prezzo, seguito poi da altre variabili quali il territorio d'origine, il sapore, il colore, il consorzio di produzione e molti altri. Recentemente (Di Vita, 2019) è stata anche sottolineata l'importanza della totalità degli sforzi aziendali per rendere attraente il prodotto: etichette, formato della bottiglia, campagne pubblicitarie innovative e partecipazione alle fiere. Il successo del vino *Made in Italy*, pertanto, potrebbe essere imputabile ad una vincente strategia basata sul rapporto qualità-prezzo e su efficaci campagne di marketing.

Come già anticipato, la crescita del vino biologico nei mercati interni è stata di recente influenzata negativamente dalla pandemia Covid-19. Se è vero che il settore agricolo ha subito un impatto minore in termini di diffusione del virus (imputabile alle condizioni di lavoro, tendenzialmente all'aria aperta e con ampi spazi che consentono l'adeguamento alle norme di sicurezza), è altrettanto vero che il calo degli ordini e le difficoltà dell'industria di trasformazione hanno vincolato l'intero settore agroalimentare, incluso il vino (ISMEA e Federalimentari, 2020), specialmente per le aziende che operano quasi

esclusivamente con il canale Ho.re.ca e/o con il turismo. Il calo degli ordini ha anche implicato un appesantimento del livello delle scorte e il vino, assieme ad altri prodotti, risulta uno tra i segmenti che più sta soffrendo la gestione delle scorte, anche a causa di costi rilevanti per una corretta gestione del prodotto in magazzino. Secondo un'analisi ISMEA (2020), si è stimato che nel 2020 il settore (non esclusivo biologico) abbia avuto una perdita complessiva di 970 milioni di euro, pari al 65% del fatturato. In tempi normali, gli eventi nazionali ed internazionali a carattere commerciale (ad es. le fiere) avrebbero consentito di smaltire le eccedenze, nonché di ampliare la propria clientela internazionale, ma nel 2020 le aziende non hanno potuto sfruttare questo strumento, se non tramite eventi virtuali. Per affrontare la crisi, molteplici aziende vinicole hanno tentato la strada delle vendite online e le consegne dirette, ma i volumi risultano ancora modesti e comunque non sufficienti a compensare le mancate vendite nell'Ho.re.ca (ISMEA, 2020). Proprio per questa ragione è dovuta intervenire l'UE che ha stanziato in via eccezionale delle misure di sussidio aggiuntive, arrivando a coprire il 70% del budget dei programmi nazionali di sostegno, oltre a consentire delle deroghe per agevolare la vendita e la produzione.

Tra le politiche di sostegno nazionali, ritroviamo l'articolo 223 del DL Rilancio in cui il Mipaaf incentiva la cosiddetta vendemmia verde, con lo scopo di smaltire le scorte di vino dell'anno precedente, di proteggere il prezzo per le bottiglie 2020\21 e di migliorare la qualità delle uve destinate alla vinificazione. La misura consiste nella riduzione della produzione di uve (non inferiore al 15%) destinate alla produzione di vini a DOP e IGP, sia biologico sia convenzionale, mediante la rimozione parziale dei grappoli non ancora giunti a maturazione. Il suddetto articolo, inoltre, prevede anche un sostegno equivalente a 100 milioni di euro per le aziende vitivinicole, con lo scopo di compensare gli effetti negativi derivanti dal blocco delle esportazioni e dalla chiusura del canale Ho.re.ca. A fianco di questa misura, il Mipaaf ha emesso anche il decreto ministeriale (DM) n. 1355, in cui recepisce i fondi UE (complessivamente 286.397.900€) e li stanziava a beneficio della filiera vitivinicola, suddividendoli in fondi per la promozione sui mercati esteri, per la conversione e ristrutturazione dei vigneti, per la vendemmia verde e per gli investimenti. In aggiunta, il Mipaaf ha firmato anche il DM n. 6705/2020 relativo alle disposizioni nazionali di attuazione del regolamento delegato UE n. 592/2020 della Commissione Europea per la trasformazione del vino in alcool, con lo scopo di ottimizzare la

produzione in eccesso di vino per l'annata 2019/2020. Infine, con il decreto ministeriale (DM) n. 9021184 il Mipaaf ha fissato i prezzi unitari massimi di alcuni prodotti, inclusa l'uva da vino, utilizzabili per la determinazione dei valori assicurabili con polizze agevolabili e per l'adesione ai fondi di mutualizzazione per l'anno 2020. Con questo decreto, il Mipaaf ha recepito le indicazioni UE per sostenere finanziariamente gli agricoltori nel pagamento dei premi di assicurazione del raccolto in caso di avversità esogene e straordinarie, tenendo in considerazione al contempo la necessità di incrementare per le produzioni biologiche il prezzo del corrispondente prodotto ottenuto con le tecniche agronomiche ordinarie, a conclusione del periodo di conversione, tenendo altresì conto della riduzione delle rese benchmark da determinare con relativo provvedimento.

A conferma di quanto il settore (convenzionale e bio) abbia bisogno di sostegno in questo periodo storico particolare, ad ottobre 2020 Agea aveva già emesso 4,2 milioni di euro per la ristrutturazione dei vigneti e 115 mila euro per la distillazione, per un totale di 211 mila aziende beneficiarie (Comunicato Stampa Mipaaf, 2020).

L'analisi della catena del valore del vino biologico in Italia

L'elaborazione della catena del valore del vino biologico italiano è un'operazione complessa che segue un approccio microeconomico col fine di quantificare la suddivisione del valore del vino acquistato dai consumatori finali, tra i soggetti economici che, direttamente e indirettamente, entrano a far parte del processo produttivo e distributivo.

Metodologia

I dati quantitativi e qualitativi

Per condurre un'analisi della catena del valore agroalimentare, sono necessari almeno quattro elementi: 1) l'identificazione di prodotti, la logistica, operatori e operazioni; 2) i meccanismi che regolano il comportamento degli agenti; 3) il funzionamento dei mercati e 4) la formazione dei prezzi. Per ottenere queste informazioni è stato sviluppato un questionario quali-quantitativo che, somministrato ad un campione di aziende, restituisce le informazioni puntuali su ogni costo e ricavo della filiera, compresa la logistica.

Tra le variabili caratterizzanti la filiera, alcune sono state oggetto di approfondimento in considerazione della loro rilevanza nella definizione della marginalità economica:

- **i volumi** sviluppati dalla filiera, che determinano l'accesso a diversi canali di vendita e quindi differenti livelli di potere negoziale;
- il **grado di esposizione/dipendenza** degli attori afferenti alla fase produttiva ai prezzi all'origine della materia prima agricola, soggetti alle fluttuazioni delle quotazioni internazionali;
- **l'instabilità** della curva **dell'offerta** di materia prima (volatilità delle performance), che impone un'analisi tecnica di medio termine fondamentale per avere una visione realistica e scevra di outlier (ad esempio shock produttivi conseguenza di eventi violenti e calamitosi);
- **il posizionamento/target del prodotto** (di nicchia o di massa), che agisce sull'offerta (ad esempio l'importante domanda di varietà di uve autoctone coltivate in biologico conferisce agli agricoltori un maggior potere di mercato);
- **il grado di integrazione**, orizzontale e verticale, della filiera che influenza la distribuzione del valore aggiunto: una maggiore integrazione della filiera permette di concordare a priori la remunerazione degli attori partner, con lo scopo di ridurre l'esposizione alle fluttuazioni del mercato;
- **i canali di commercializzazione e il posizionamento** dei *brand* scelti per veicolare il prodotto finito.

L'esercizio tecnico risulta complicato nel caso delle aziende biologiche, in quanto molte realtà, principalmente afferenti alla fase di trasformazione, lavorano sia prodotti tradizionali sia biologici. Poiché i conti economici non scindono sempre le attività, si possono generare distorsioni che vanno opportunamente trattate in fase di rilevazione e di analisi dei dati.

Generalmente sono stati elaborati i dati relativi al 2018 e non sono state inserite, nell'analisi quantitativa, le variazioni delle voci indicate nel tempo. Questa scelta è imputabile alla notevole vitalità e proattività delle imprese che, nel periodo considerato, hanno sperimentato orientamenti strategici diversi riguardo le politiche di acquisti, alle modalità di integrazione verticale, all'ingresso o uscita da determinate fasi della filiera, tanto da rendere non sempre confrontabili i dati relativi ad anni differenti.

Le aziende sono state raggruppate per fasi produttive (coltivazione e commercio dell'uva, vinificazione) con il criterio del prodotto realizzato. Pertanto, ad esempio, se un'azienda fa produrre vino e lo commercializza, essa è stata classificata come attiva nella fase di vinificazione anche se non possiede di fatto una cantina.

Per le aziende attive in più fasi, nel caso in cui fosse possibile fare ipotesi sul valore di mercato dell'uva o del vino prodotto, si sono suddivise le fasi calcolando, ad esempio, un margine ipotetico della fase agricola. Naturalmente, trattandosi di aziende appartenenti allo stesso gruppo cooperativo o alla stessa famiglia, il prezzo di cessione dell'uva e la relativa marginalità non possono essere equiparati, nell'analisi, a quello che risulta da contrattazioni verticali in concorrenza perfetta. In questo caso, per simulare la catena del valore, si è impiegato come valore dell'uva una sorta di prezzo ombra corrispondente al prezzo che l'azienda ha applicato alla quota di uva ceduta sul mercato.

I passaggi di analisi economica che si sono susseguiti nella definizione del valore della catena possono essere riassunti nelle seguenti categorie che, a loro volta, sono state tradotte in variabili quantitative:

1. Informazioni generali: quadro dedicato alle dimensioni produttive, alle rese ed alle variabili generali relative ai prezzi degli input e di vendita.

2. Costi:

- costi dei servizi acquistati imputabili alla filiera (es. conto lavorazione dell'uva e del vino, packaging, ecc.);
- costi agricoli, divisi per tipologia di attività: ore di lavoro, ore di impiego macchine, costo del lavoro e dei carburanti, costo degli input ed intensità di utilizzo degli stessi;
- ulteriori costi da imputare alle diverse fasi: rientrano in questa categoria alcuni costi diretti (es. l'acquisto dell'uva) che, per la complessità delle aziende italiane, possono essere sostenuti da soggetti diversi e controintuitivi. Ad esempio, un'azienda agricola può in parte far vinificare la propria uva, ma in parte acquistare uva per raggiungere i volumi desiderati di input;
- costi indiretti come quelli per i lubrificanti, le utenze, le assicurazioni, le consulenze o la promozione. Si tratta di voci del conto culturale

particolarmente difficile da attribuire alla filiera vitivinicola, ragion per cui si è scelto di tenerli separati per non distorcere i dati più correttamente confrontabili;

- ammortamenti: ove forniti sono inseriti, ma i confronti tra aziende sono stati effettuati considerando il margine lordo, quindi non entrano nell'analisi, che tiene conto degli aspetti prettamente operativi dell'attività per non introdurre ulteriori distorsioni dovute ad ipotesi di attribuzione.

3. Ricavi:

- vendite dell'uva o del vino;
- i valori derivanti dall'erogazione di servizi conto terzi (es. vinificazione, cantina ma anche lavorazioni agricole);
- i premi che ciascuna azienda ha fornito attribuendoli alla filiera secondo proprie stime e che presentano ampie differenze tra aziende (anche in questo caso, non è possibile compiere generalizzazioni ed occorre considerare ciascun caso a sé).

Nello studio dei ricavi particolare attenzione è riservata ai prezzi. I prezzi di vendita del vino sono esplicitati euro per tonnellata di uva, valore ex fabrica.

La catena del valore è stata stimata esprimendo tutti i valori di costi, prezzi e margini in termini di euro per ettolitro di vino prodotto dalla filiera, considerando:

- i costi totali della fase di vinificazione divisi per gli ettoltri di vino prodotto;
- il prezzo di vendita del vino (euro per litro di vino, valore ex fabrica);
- il margine della fase di vinificazione;
- ove esplicitato, il costo della fase di vinificazione.

Per concludere, nell'elaborazione dei risultati dell'indagine campionaria è stato inoltre fondamentale reperire informazioni aggiuntive, consultando altre fonti, quali:

1. letteratura esistente: report, banche dati, pubblicazioni scientifiche (ISMEA, SINAB, ISTAT, IFOAM, ecc. -si veda la bibliografia in appendice per ulteriori dettagli);
2. confronto con altri testimoni privilegiati della filiera.

Per un maggiore approfondimento sulla metodologia adottata, si rimanda all'allegato A "Documento descrittivo metodologia costi prezzi flussi e canali" .

Tutte le informazioni raccolte sono state suddivise in diverse fasi produttive. A causa di numerosi dati che non è stato possibile reperire, si è dovuto ricorrere frequentemente a stime. Ciò si è verificato, ad esempio, quando una voce di costo non era attribuibile alla sola filiera del vino o perché l'azienda ha dovuto sostenere eccezionalmente dei costi particolari per garantire i volumi necessari (costi diretti, come l'acquisto dell'uva, ma anche i lubrificanti, le utenze, le assicurazioni, le consulenze o la promozione). Inoltre, alcuni valori dei prezzi di cessione devono essere considerati come *outlier* (non rappresentativi della realtà media), in quanto alcune aziende appartengono ad un medesimo consorzio/cooperativa o alla stessa famiglia. In questo caso, per simulare la catena del valore, si è inserito, ove possibile, nella fase di produzione un prezzo ombra corrispondente al prezzo che l'azienda ha applicato alla quota di uva ceduta sul mercato.

Le aziende intervistate

Poiché non esistono dati esaustivi ed aggiornati sulla filiera biologica del vino in Italia, è stato necessario produrre dei dati originali tramite interviste dettagliate che hanno coinvolto direttamente alcune aziende vitivinicole biologiche. Le aziende sono state scelte con l'obiettivo di ottenere un campione rappresentativo della realtà nazionale. In particolare, gli operatori-obiettivo sono stati quelli illustrati nella tabella 4.

Tabella n. 4: La filiera del vino biologico

Modello di filiera del vino	Soggetti da intervistare
A. Il produttore è specializzato nel biologico, vinifica direttamente e vende il proprio prodotto alla ristorazione, a negozi specializzati in parte anche direttamente (vendita diretta, e-commerce, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Produttore • Ristoratore • Dettagliante specializzato (non necessario per e-commerce e vendita diretta) / enoteca
B. Il produttore conferisce le proprie uve ad un grande cantina	<ul style="list-style-type: none"> • Produttore • Cantina
C. La cantina produttrice serve un retailer specializzato in prodotti biologici	<ul style="list-style-type: none"> • Produttore • Retailer

Fonte: Elaborazione ISMEA

Le aziende sono state inizialmente individuate tramite la banca dati ISMEA e tramite ricerche online. A partire dalla lista ottenuta (circa 100 aziende), è stata condotta una

valutazione della tipologia di azienda, con lo scopo di selezionare gruppi di aziende che rappresentassero la filiera a livello nazionale. Nello specifico, si è cercato di ricostruire a monte se il prodotto vino venisse elaborato e venduto direttamente dall'agricoltore al consumatore finale o se l'uva venisse conferita ad un consorzio\cooperativa\cantina. Infine, le aziende sono state contattate ed invitate al coinvolgimento nel progetto di ricerca tramite la somministrazione di due questionari (uno per la produzione ed uno specifico per la logistica). I questionari si compongono complessivamente di oltre 300 domande, inerenti tutte le fasi della produzione e distribuzione, compresa la logistica e sono stati somministrati per lo più in sede ma anche tramite videochiamata durante l'emergenza legata al virus Covid-19. Le aziende che hanno dato la disponibilità a rispondere al questionario sono 21, distribuite su 12 regioni.

Come anticipato sopra, nel leggere i risultati, si è tenuto conto del fatto che le aziende sono state raggruppate per fasi produttive (fase agricola, trasformazione, stoccaggio, logistica e distribuzione). Pertanto, ad esempio, se un'azienda fa produrre vino e lo commercializza, è stata classificata come attiva nella fase di vinificazione anche se non possiede una cantina.

Tabella n.5: Le aziende intervistate e le fasi oggetto d'analisi

ID Azienda*	Regione	Agricola	Commercializzazione uve	Vinificazione	Imbottigliamento	Classe fatturato totale	% fatturato filiera vino bio
Azienda 1	Umbria	x				100-499 keuro	100%
Azienda 2	Umbria			x	x	100-499 keuro	100%
Azienda 3	Marche	x		x	x	51-99 keuro	100%
Azienda 4	Molise	x	x	x	x	>=2 mln euro	5%
Azienda 5	Molise	x	x	x	x	100-499 keuro	100%
Azienda 6	Umbria	x		x	x	<=50keuro	100%
Azienda 7	Lazio	x		x	x	100-499 keuro	100%
Azienda 8	Abruzzo	x				51-99 keuro	100%
Azienda 9	Calabria	x		x	x	<=50keuro	100%
Azienda 10	Lombardia	x		x	x	100-499 keuro	50%
Azienda 11	Molise	x				<=50keuro	100%
Azienda 12	Molise	x				<=50keuro	100%
Azienda 13	Lombardia	x		x	x	<=50keuro	100%

Azienda 14	Calabria	x		x	x	<=50keuro	100%
Azienda 15	Sardegna	x		x	x	500-999keuro	100%
Azienda 16	Veneto				x	>=2mln euro	85%
Azienda 17	Puglia	x				<=50keuro	100%
Azienda 18	Toscana	x				100-499 keuro	100%
Azienda 19	Piemonte	x		x	x	100-499 keuro	n.d.
Azienda 20	Molise	x		x	x	100-499 keuro	24%
Azienda 21	Toscana	x		x	x	51-99 keuro	100%

*Per ragioni di privacy non renderemo noti i nomi delle aziende intervistate, ma forniremo solamente un identificativo unico lungo il report.

Fonte: Elaborazione ISMEA, 2020

La fase agricola

Dalle interviste condotte, è stato possibile analizzare la fase agricola sia delle aziende che producono uva e la trasformano internamente, sia delle imprese che vendono il raccolto a una cantina terza.

Complessivamente, le aziende intervistate spendono, per le attività agricole, tra i 1.000 euro e i 7.000 euro all'ettaro circa, come evidenziato dal grafico n.5. La classe di aziende più rappresentata è quella che rientra nella fascia di costo per ettaro di 3.000 euro. Vedremo, nei prossimi paragrafi come il valore (in termini di costi applicati) apportato dalle fasi successive sia generalmente inferiore.

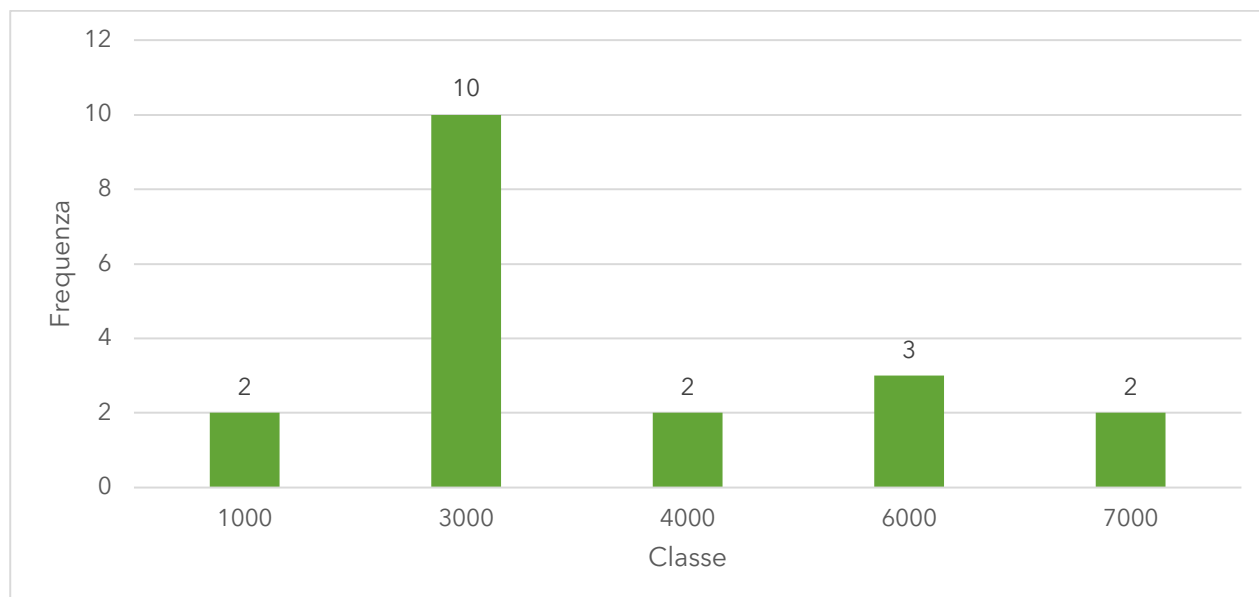
Sul fronte dei costi di produzione, la manodopera rappresenta spesso la voce principale: le aziende intervistate fanno ricorso a manodopera dipendente ed avventizia, interna o esterna alla famiglia e spesso a contoterzisti.

I costi evidenziati nel grafico n.5, espressi in euro per ettaro, mostrano una notevole eterogeneità che viene spiegata con le molteplici scelte aziendali e regionali sulle condizioni tecnico-agronomiche e sugli approcci alla gestione del vigneto.

Il costo della potatura con sfogliatura, nelle aziende considerate, si colloca mediamente sui 900 euro per ettaro, ma può superare i 1.300 €/ha, con un'incidenza sul totale dei costi della fase agricola tra il 20% e il 50%. Le operazioni di vendemmia costano tra i 500 e i 1.000 euro per ettaro, escludendo gli *outlier*. Un'incidenza analoga (escludendo sempre gli *outlier*) si osserva per gli oneri legati alla gestione dell'interfila e sottofila

(operazioni ripetute che richiedono molto tempo e generano costi di manodopera) e per le eventuali concimazioni e trattamenti (per ciascuna operazione i costi spaziano tra i 300 e gli 800 €/ha).

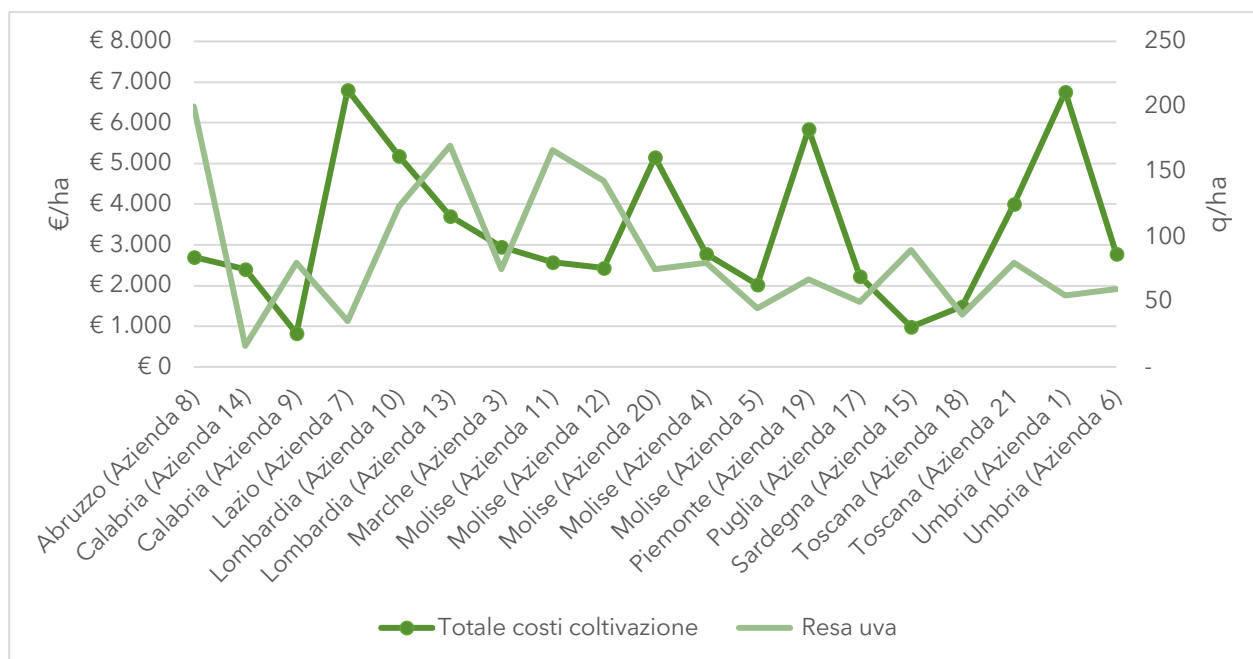
Grafico n.5: Spesa totale in €/ha della fase agricola



Fonte: Rilevazioni ed elaborazioni Ismea, 2018

Il grafico n.6 mostra l'ampia eterogeneità che contraddistingue le vigne bio italiane, con le rese per ettaro che dipendono da molte variabili relative alle caratteristiche dell'uva e del vigneto e dalle modalità scelte di coltivazione. Ciò si riflette in modo molto marcato nell'eterogeneità delle performance. Nel grafico si può notare che solamente cinque vigne riescono ad ottenere elevate rese dell'uva in quintali per ettaro, a fronte di costi di coltivazione medio-alti. Le restanti aziende, invece, mostrano una relazione inversa tra costi di produzione e rese dell'uva: al crescere dei costi, si riduce la resa.

In generale, le rese delle aziende intervistate, risultano essere coerenti con le rese rilevate da ISMEA grazie al progetto DiMecoBio. Ad esempio, nel caso dell'Azienda 15 e 18, la resa quintale per ettaro risulta essere perfettamente in linea con le rese rilevate nel 2018. Tuttavia, per quanto riguarda le aziende del meridione coinvolte per questa indagine, le rese risultano essere molto diverse; infatti, i rilevatori ISMEA hanno registrato dei valori intorno ai 250 quintali per ettaro, mentre le aziende intervistate nel sud Italia hanno comunicato un massimo di 80 quintali per ettaro.

Grafico n.6: Resa dell'uva e costi coltivazione presso le aziende intervistate

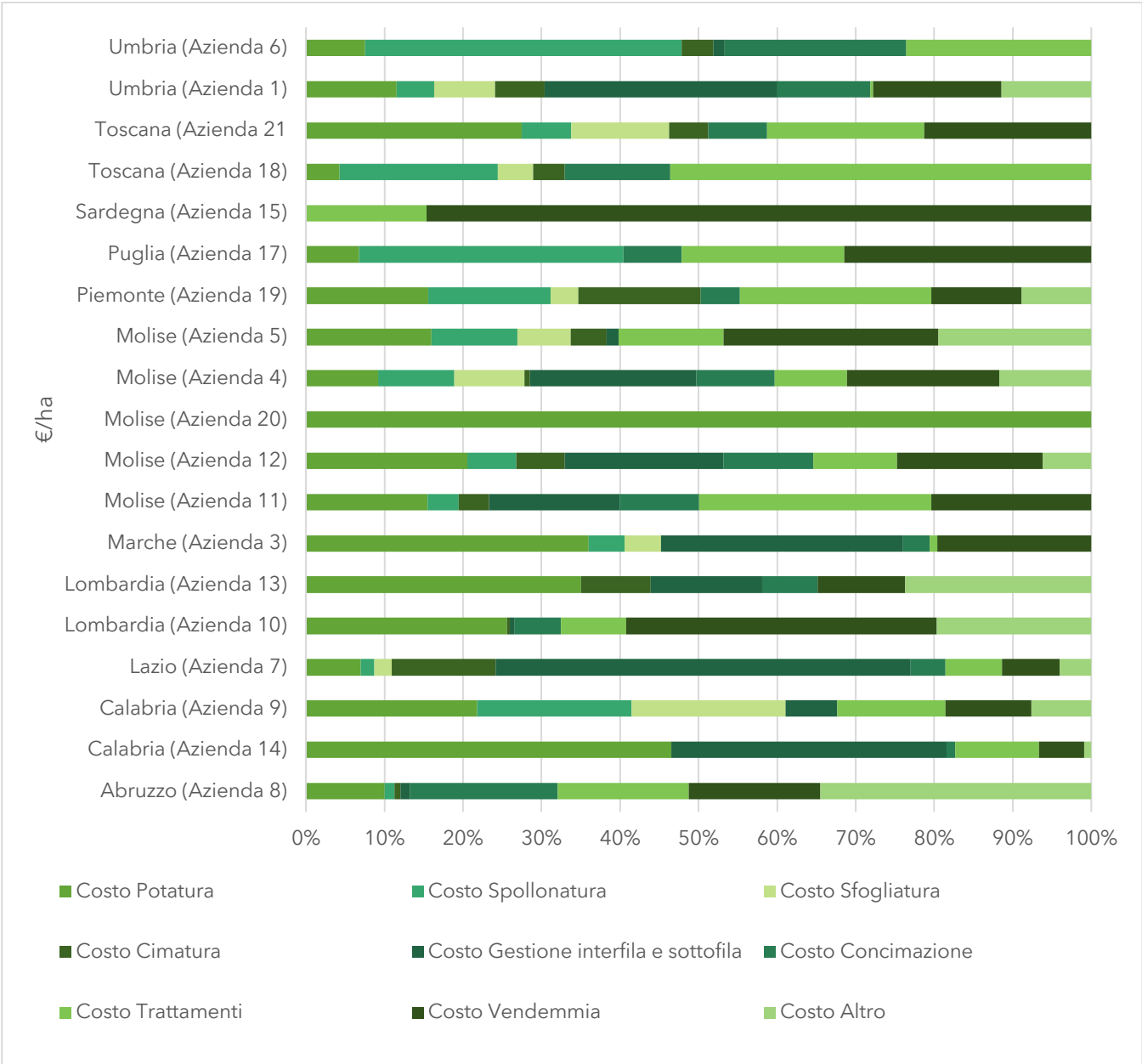
Fonte: Rilevazioni ed elaborazioni Ismea, 2018

Questa circostanza potrebbe trovare riscontro nella tendenza per le aziende del sud a rimanere mediamente costanti nella minimizzazione delle rese a vantaggio della qualità come previsto dai disciplinari DOP ai quali la gran parte dei vini prodotti fa capo. Tuttavia andando nel dettaglio, l'Azienda 14 (Calabria), coltiva uva biologica da vino in pochi ettari (4 ettari) e, complessivamente, ha dimostrato delle difficoltà a fornire dei dati puntuali sulla propria contabilità. La resa bassissima (16 q/ha) che fornisce potrebbe essere un *outlier* dettato dalle suddette difficoltà, specialmente se si tiene conto dell'Azienda 9, localizzata sempre in Calabria, che ha delle caratteristiche simili all'Azienda 14 ma mostra delle rese 5 volte maggiori. Nel caso dell'Azienda 17 (Puglia), invece, potrebbe essere imputabile alla superficie minima destinata alla coltivazione (1 ettaro) di uva biologica da vino. D'altro canto, l'Azienda 17 produce uva esclusivamente per la vendita, in quanto si è specializzata nella produzione di altri prodotti biologici agroalimentari. Infine, l'eterogeneità delle aziende collocate in Molise, può essere spiegata con la superficie destinata alla coltura uva per vino; infatti, se è vero che le rese sono diverse all'interno della stessa regione, emerge alcontempo una relazione tra la dimensione e la resa (Azienda 5 e 20; Azienda 11 e 12), per cui aziende con meno ettari raggiungono maggiori

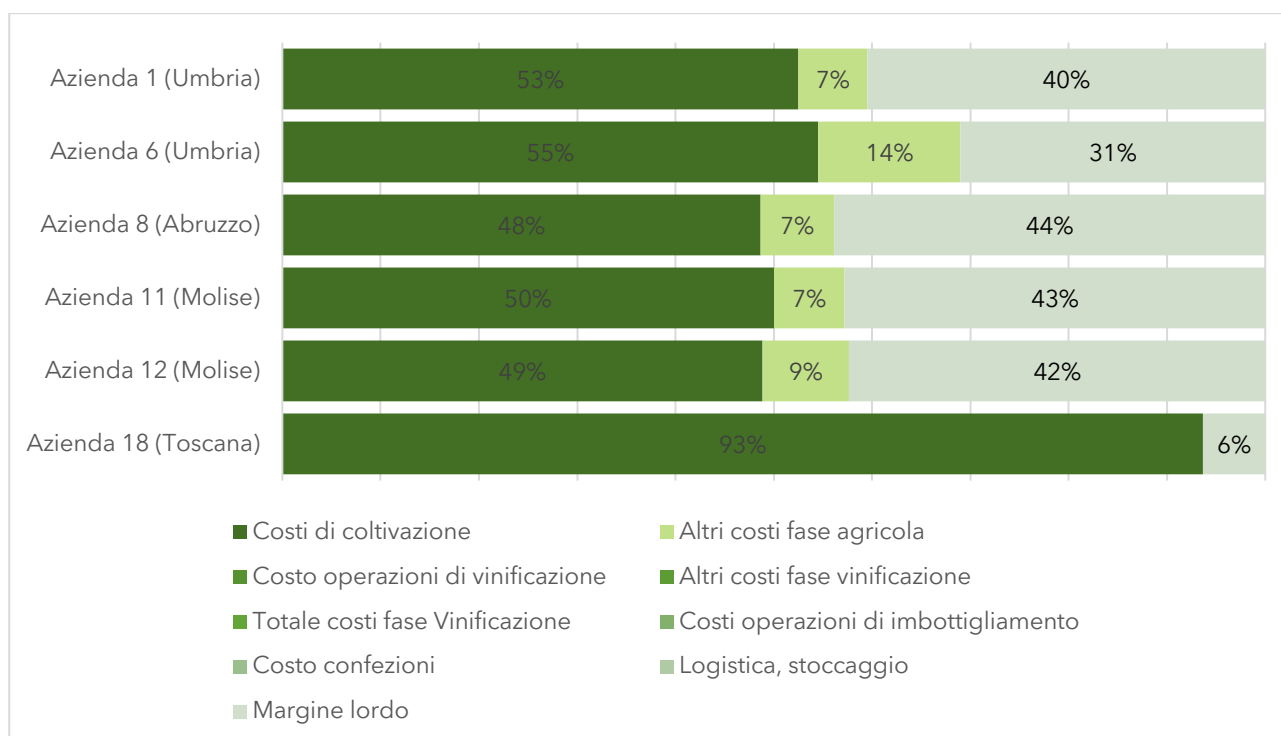
rese, mentre le aziende con più ettari dedicati alla coltura ottengono meno resa probabilmente perché le aziende di maggiori dimensioni si sono conformate a criteri di produzione che prediligono la qualità alla resa, soprattutto in ottica internazionalizzazione e riconoscibilità della cultivar (vedi caso Tintilia molisana). Ovviamente possono esistere delle eccezioni come il caso dell'Azienda 3 (piccole dimensioni-alta qualità). Fenomeno questo che è inverso in regioni con fama vinicola di qualità affermata quali il Piemonte, area in cui, sono le piccole e micro aziende ad avere rese basse a favore di una maggiore qualità (vedi Laghe).

Un'altra voce di costo che pesa sulla fase agricola riguarda le spese di associazione biologica e certificazione (con relative spese annesse, come le analisi del terreno) che, tuttavia, sono elementi imprescindibili per il metodo di produzione scelto. Per essere soci delle associazioni di filiera, le aziende intervistate hanno dovuto sostenere dei costi che spaziano da un minimo di 250€ ai 2.600€/annui e non comprendono il costo della certificazione e delle analisi di prodotto. Infine, le aziende che rientrano nel circuito del biodinamico debbono aggiungere il costo della certificazione a Demeter (dai 436€/annui ai 1.070€/annui, a seconda del fatturato e della tipologia -agricola o di trasformazione-dell'azienda).

Grafico n.7: Composizione dei costi della fase agricola



Fonte: Rilevazioni ed elaborazioni Ismea, 2018

Grafico n.8: Costi di coltivazione e margine lordo, in percentuale dei ricavi

Fonte: Rilevazioni ed elaborazioni Ismea, 2018

Aziende biologiche intervistate che operano solo nella fase agricola

Quasi tutte le aziende intervistate conseguono, nonostante i costi di coltivazione significativi (la cui incidenza sul fatturato risulta piuttosto uniforme), un buon margine lordo. Ad esempio, l'azienda n.18 risulta penalizzata, nell'anno di rilevazione, soprattutto dal costo delle concimazioni e trattamenti (circa 1.000 euro per ettaro), a fronte di un prezzo dell'uva non particolarmente elevato, anche se coerente con quelli dichiarati da altri operatori.

La fase di trasformazione: cantina e imbottigliamento

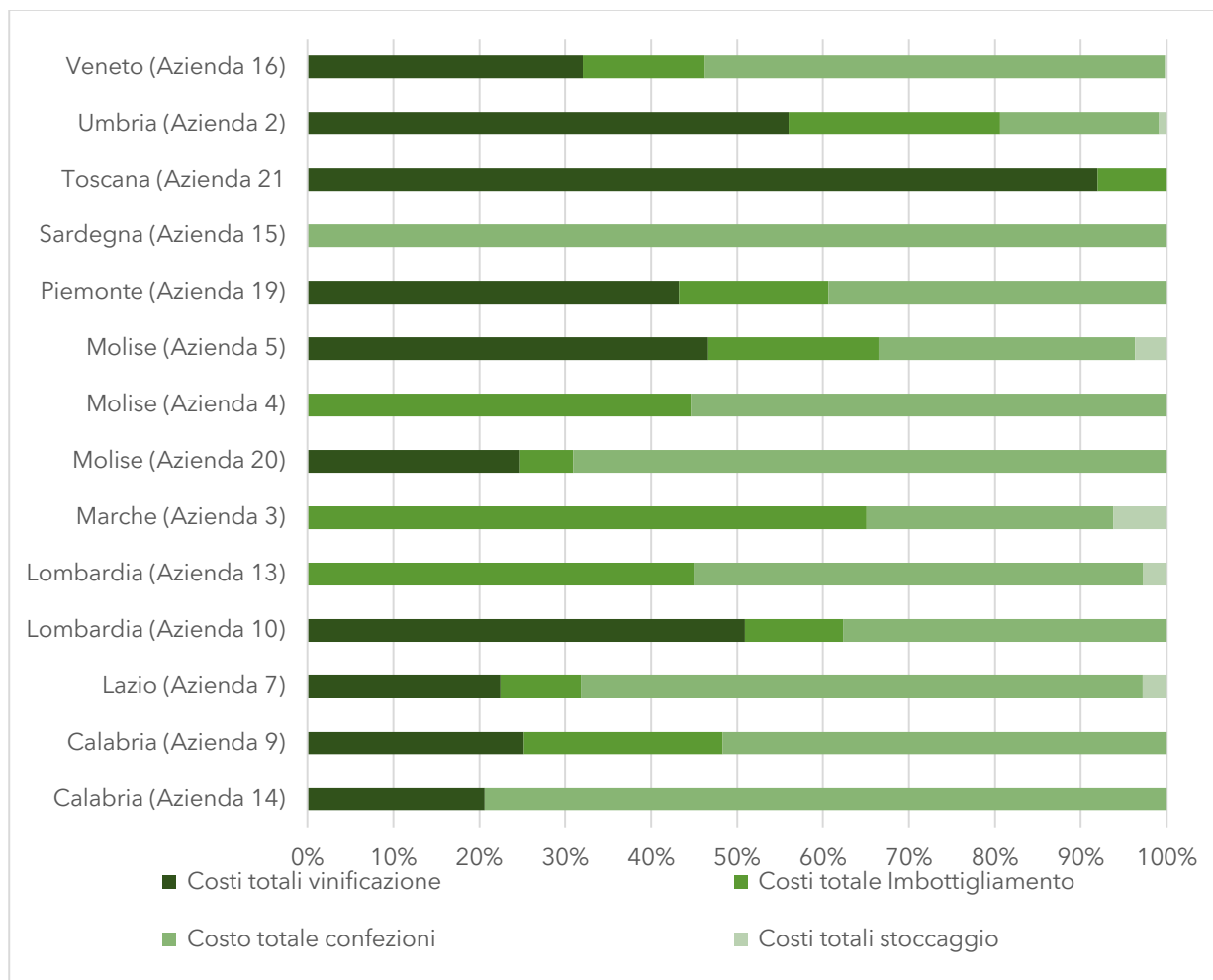
Le fasi della trasformazione ed imbottigliamento sono cruciali per la determinazione dei ricavi e delle marginalità finali.

La fase di cantina è solitamente quella che nella fase enologica presenta le maggiori opportunità tecnologiche, tali per cui i costi potrebbero lievitare in funzione della dotazione di macchinari. Complessivamente, i principali costi diretti in ordine di importanza sono:

- Costi vivi degli impianti di trasformazione (pigiatura, diraspatura, torchiatura ecc.);

- Costi di movimentazione e travasi;
- Costo del lavoro.

Grafico n.9: Struttura dei costi della fase di trasformazione in vino



Fonte: Rilevazioni ed elaborazioni Ismea, 2018

Rispetto alla vinificazione di uve convenzionali, gli aggravii di costo si individuano nell'utilizzo di alternative ai coadiuvanti e additivi di sintesi, di antiossidanti naturali sostitutivi dell'anidride solforosa e nel processo di certificazione che richiede una produzione documentale più dettagliata.

Per diverse cantine intervistate, soprattutto quelle che fanno riferimento ad aziende esterne, risulta rilevante il costo per l'imbottigliamento, composto da due voci distinte: costo del materiale e costo della manodopera.

Da non sottovalutare la differenza del costo del lavoro che, nel caso delle cantine biologiche, potrebbe avere un *expertise* maggiore legato alla necessità di sopperire a problematiche tecniche con tempestività e meno strumenti.

La valorizzazione sul mercato del prodotto biologico è poi importante e rende necessario un investimento non trascurabile nella scelta della bottiglia, dell'etichetta e del *packaging* in generale.

L'azienda può scegliere se far imbottigliare e confezionare ad un'azienda terza o se farlo internamente; il 20% delle aziende intervistate per questa indagine ha optato per far imbottigliare in conto terzi.

Nel merito delle aziende intervistate, le aziende che imbottigliano internamente registrano dei costi minori rispetto a chi fa imbottigliare a terzi; quest'ultime pagano fino a 3€ a bottiglia (nel caso di aziende molto piccole - con meno di 3 ettari), mentre le aziende che imbottigliano internamente hanno dei costi massimi di 11 centesimi di euro.

Per ciò che concerne i margini di guadagno, si osserva l'importanza delle economie di scala: il margine lordo e complessivo per la fase di trasformazione raggiunge i livelli più alti laddove l'azienda riesce a produrre un numero importante di bottiglie (oltre 18.000/anno), a prescindere dal costo *ex fabrica* (bottiglie economiche -3€- o di medio costo -12€).

Aziende attive sia in agricoltura sia nella fase di trasformazione

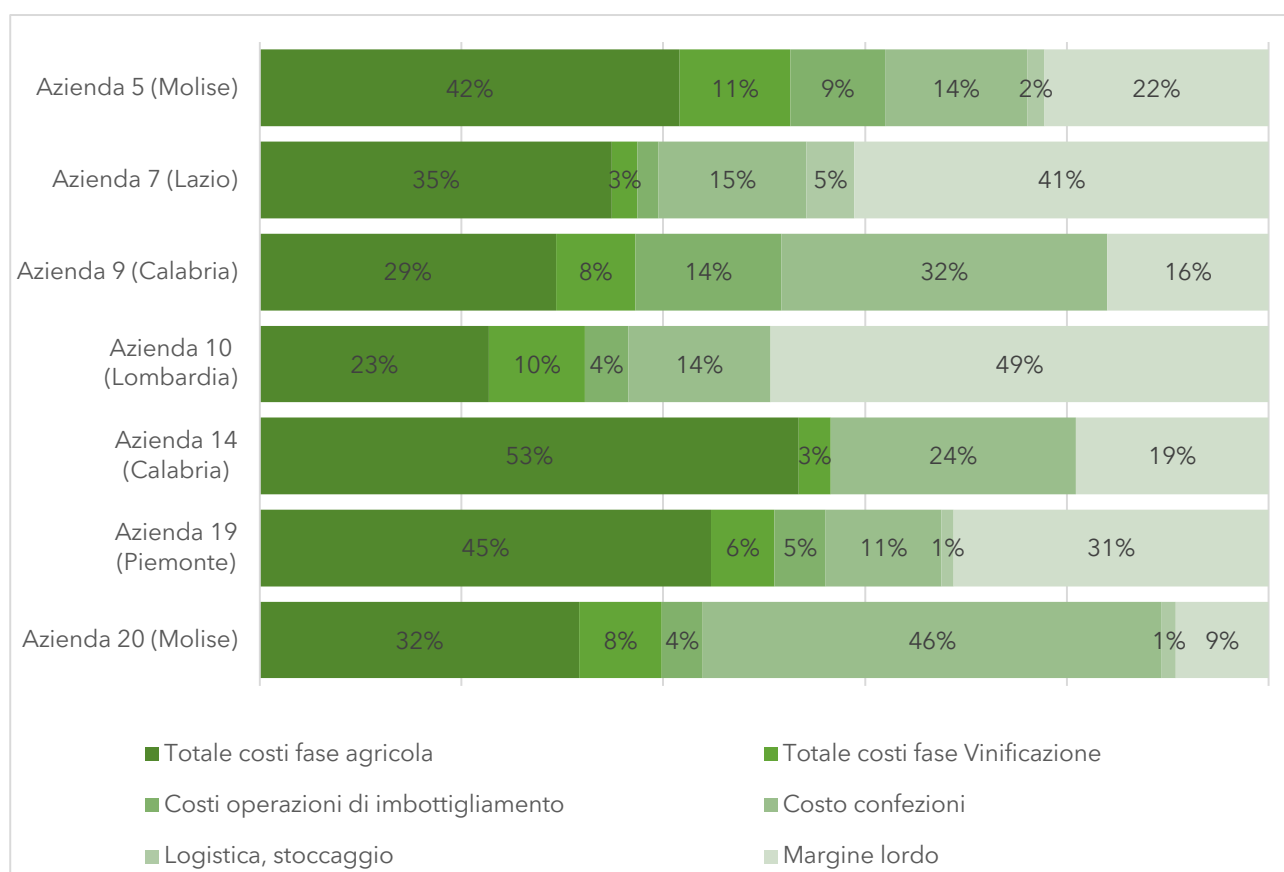
Nel grafico che segue (n.10) sono analizzate le catene del valore delle aziende che svolgono tutte le fasi della filiera. In questo caso i costi della fase agricola sono rappresentati nella loro totalità e si è posta più attenzione ai costi delle fasi a valle, separando, in particolare, il costo delle operazioni di imbottigliamento da quello degli elementi della confezione (bottiglia, etichette, capsule, alveare, cartoni, ecc.).

Relativamente alla marginalità possiamo osservare la sostanziale presenza di due gruppi: il primo gruppo comprende tre aziende con un margine lordo che rappresenta il 10-20% dei ricavi. La loro catena del valore rivela un ruolo significativo sia dei costi agricoli sia di quelli delle confezioni: si tratta, del resto, di aziende piccole (con un valore delle vendite inferiore a 50 mila euro) o comunque che dedicano al prodotto una quota modesta del proprio giro d'affari. Questa tipologia di aziende potrebbe vivere delle diseconomie in

sede di acquisto delle confezioni oppure, al contrario, favorire un posizionamento di nicchia contrassegnato dall'impiego di bottiglie e materiali di pregio.

Il secondo gruppo di imprese riesce a conseguire un margine lordo tra il 20 ed il 50% del fatturato, con una minore incidenza dei costi agricoli e delle spese di confezionamento. Si tratta di aziende più grandi, tra i 100 ed i 500 mila euro di fatturato, in grado, probabilmente, di sviluppare discrete economie di scala, a fronte di prezzi di vendita del vino, *ex fabrica*, comunque remunerativi. E' importante sottolineare come nell'analisi dei costi e ricavi fatta gravano due importanti variabili esterne: il posizionamento in scaffale (prezzo bottiglia) e la tipologia del prodotto enologico. Le diverse tipologie di vino hanno incidenze nei costi di cantina molto disparate.

Grafico n.10: Costi di coltivazione, vinificazione e imbottigliamento e margine lordo, in percentuale dei ricavi



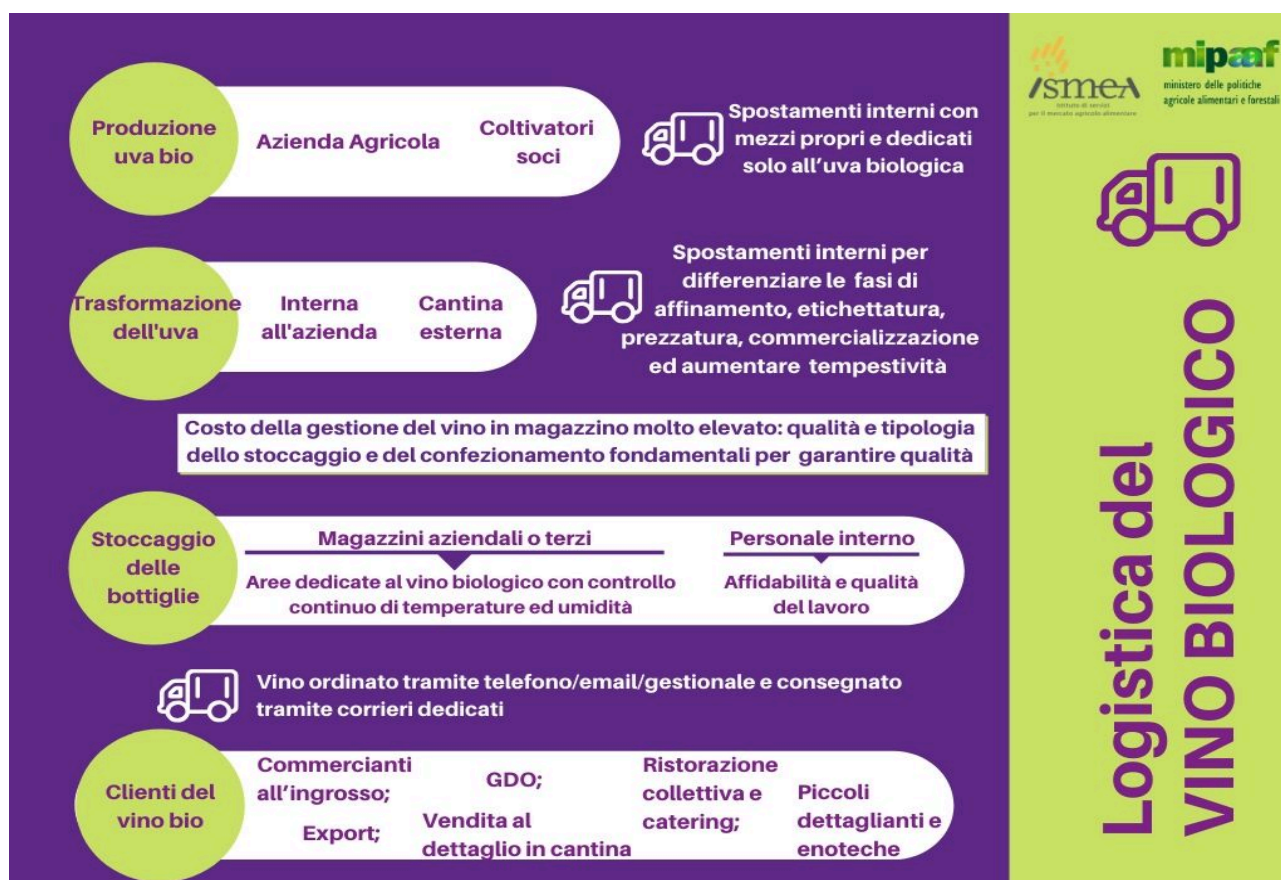
Fonte: Rilevazioni ed elaborazioni Ismea, 2018

Stoccaggio e distribuzione

Possedere un magazzino ed averne il controllo centralizzato tramite gestionale consente di organizzare le consegne in modo efficiente, minimizzando i costi e distribuendo il prodotto in modo capillare e flessibile. Dalle interviste svolte, risulta che la gestione del magazzino è affidata spesso a personale dipendente dell'azienda, che garantisce maggiore tempismo e qualità di lavoro.

Le aziende più piccole optano talvolta per l'*outsourcing* multiplo, ovvero fanno riferimento a diversi magazzini, non di proprietà, dislocati geograficamente in punti strategici. I costi di questa soluzione sono però più elevati e possono essere quantificati nella misura dell'8-10% del fatturato aziendale. Valore ben più alto rispetto al costo della gestione del vino nel magazzino aziendale che incide tra l'1% ed il 3%. Il costo differisce a seconda della tipologia dello stoccaggio e del confezionamento che per le aziende intervistate prevede tra l'altro sistemi automatizzati per la gestione continua della temperatura e dell'umidità.

Infografica n. 1: La logistica del vino biologico



Fonte: Rilevazioni ed elaborazioni Ismea, 2019

Sul fronte dei trasporti del vino biologico, la logistica ha subito profonde trasformazioni negli ultimi anni, passando da una funzione essenzialmente tattica ad una funzione che, condizionando la struttura della *supply chain*, è diventata strategica ai fini della competitività delle imprese agroalimentari. La ricerca della massima soddisfazione del cliente in termini di qualità del prodotto, puntualità e sicurezze delle consegne, ha imposto un attento controllo delle attività a valle della *supply chain* (conservazione, confezionamento e distribuzione del prodotto finito) che non risparmia le imprese biologiche.

Nelle interviste condotte, si è rilevato che il maggior uso dei trasporti in *outsourcing* avviene in relazione al trasferimento delle bottiglie verso i clienti, mentre il trasporto dell'uva verso la cantina viene svolto tramite mezzi aziendali, tendenzialmente per evitare ritardi nel conferimento alla cantina che potrebbe inficiare la qualità del prodotto finito.

Il trasporto delle bottiglie avviene principalmente su gomma ed i mezzi utilizzati, spesso non dedicati al solo vino biologico, sono quasi sempre di autotrasportatori terzi. Nei casi delle imprese più piccoli è stata registrata una discreta propensione a effettuare direttamente le consegne quando limitate ai territori limitrofi.

Le aziende intervistate hanno sottolineato l'importanza di sviluppare un rapporto duraturo e basato sulla fiducia con i trasportatori ai quali è di fatto demandata la responsabilità del mantenimento della qualità del prodotto. Il costo dipende soprattutto dai volumi totali annuali di produzione veicolata e può essere quantificato in un range di incidenza rispetto al prezzo finale della bottiglia compreso tra il 5% e il 10%.

Le aziende vitivinicole orientate alle esportazioni verso Paesi terzi hanno oneri ancora maggiori legati soprattutto alle distanze (non raro il trasporto via mare); in questi casi le valutazioni dei soggetti intervistati concordano sulla necessità di un continuo monitoraggio delle tariffe dei vettori, e delle loro performance valutate partendo dal grado di soddisfazione espresso dal cliente finale, dalle frequenze delle consegne e dalla qualità dei servizi e flessibilità alle esigenze.

In tutti i casi gli intervistati sono concordi nell'individuare nei ritardi dei corrieri la principale problematica inerente ai trasporti. Una difficoltà che paradossalmente sembra

presentarsi ancor più nella gestione degli ordini destinati al mercato interno. Per le medie e grandi aziende intervistate deputati alla gestione delle commesse e alla promozione dei prodotti sono degli agenti commerciali o gli stessi mediatori stranieri che si occupano delle importazioni. In alcuni casi, parte degli ordini arrivano comunque direttamente dal cliente. La gestione degli ordini avviene per la maggioranza dei casi tramite posta elettronica e attraverso dei software di dotazione aziendale che facilitano le operazioni.

La tecnologia

A fianco della costruzione di una filiera affidabile ed efficiente, è necessario integrare la produzione con lo sfruttamento della tecnologia; l'innovazione tecnologica deve coadiuvare lo sforzo umano per ridurre gli sprechi e massimizzare la profittabilità. Blockchain, droni, ventole anti-gelo, monitoraggio dei dati climatici per pianificare gli interventi in vigna sono solamente alcune delle possibilità già presenti nel mercato che le aziende intervistate tentano di adottare, sfruttando i contributi pubblici.

Per ciò che concerne la filiera vitivinicola, è nella cantina che si concentra il massimo contributo della tecnologia: controllo puntuale delle fermentazioni in ogni vasca, garantendo l'accesso ai dati anche da remoto. Molte delle aziende partecipanti all'indagine manifesta interesse verso le tecnologie che garantiscono la sostenibilità ambientale (ad esempio circa la riduzione dell'emissione di gas a effetto serra, gli impianti termici e i sistemi geotermici, la produzione energetica da biomasse, i progetti per la cattura ed il confinamento dell'anidride carbonica, l'ottimizzazione della logistica e dei processi produttivi, l'impiego di materie prime da riciclo anche per l'imballo e il packaging).

Gli intervistati evidenziano l'esigenza di dotarsi di strumenti appositamente elaborati per il metodo biologico. Infatti, l'avanzamento tecnologico è senza dubbio promosso dalle Università e dalle aziende, ma spesso è concepito per la produzione agricola convenzionale. Nello specifico, le aziende biologiche reclamano un maggiore impegno nella ricerca, sperimentazione, disseminazione, assistenza tecnica, informazione e formazione. In merito a quest'ultimo, l'apprendimento in ambienti formativi virtuali (e-learning) è ancora scarsamente sfruttato in ambito agricolo, ma è un elemento da tenere presente per il futuro, anche con metodologie di erogazione innovative in grado di favorire continuamente e tempestivamente lo scambio ed il confronto.

Casi studio

In questo paragrafo riportiamo sei casi studio selezionati per indagare a fondo il valore delle singole fasi di filiera, in virtù della forte eterogeneità registrata tra le aziende intervistate.

L'Azienda 3: la micro-azienda marchigiana di nicchia, con struttura dei costi fluida e produzione poco stabile nel tempo

Con circa 3 ettari di vigneto e 10 mila piante, l'azienda produce in prevalenza vini autoctoni, rossi e bianchi, con rese molto variabili negli ultimi anni (da 20 a 40 quintali per ettaro per i bianchi, da 20 a 70 per i rossi). Se le vendite 2018 dovessero basarsi sulla sola produzione ottenuta nell'anno, danneggiata dalla peronospora, la marginalità risulterebbe compromessa, ma il gioco delle scorte probabilmente ha sostenuto l'equilibrio economico, dal momento che la resa del 2017 è stata il doppio di quella del 2018 per i bianchi ed addirittura più del triplo per i rossi.

La piccola dimensione aziendale rende le scelte operative estremamente flessibili; l'azienda, infatti, ogni anno conduce un'analisi costi-benefici per valutare se imbottigliare internamente o presso terzi.

Con l'ausilio di un agente di commercio, i principali canali di commercializzazione comprendono le enoteche e l'ho.re.ca. Tuttavia, grazie alla partecipazione a fiere internazionali, l'azienda basa il 20% del fatturato sulle esportazioni. Il posizionamento di prezzo è medio-alto.

L'Azienda 5: un produttore molisano con 15 ettari di vigneto, prevalentemente con vitigno autoctono

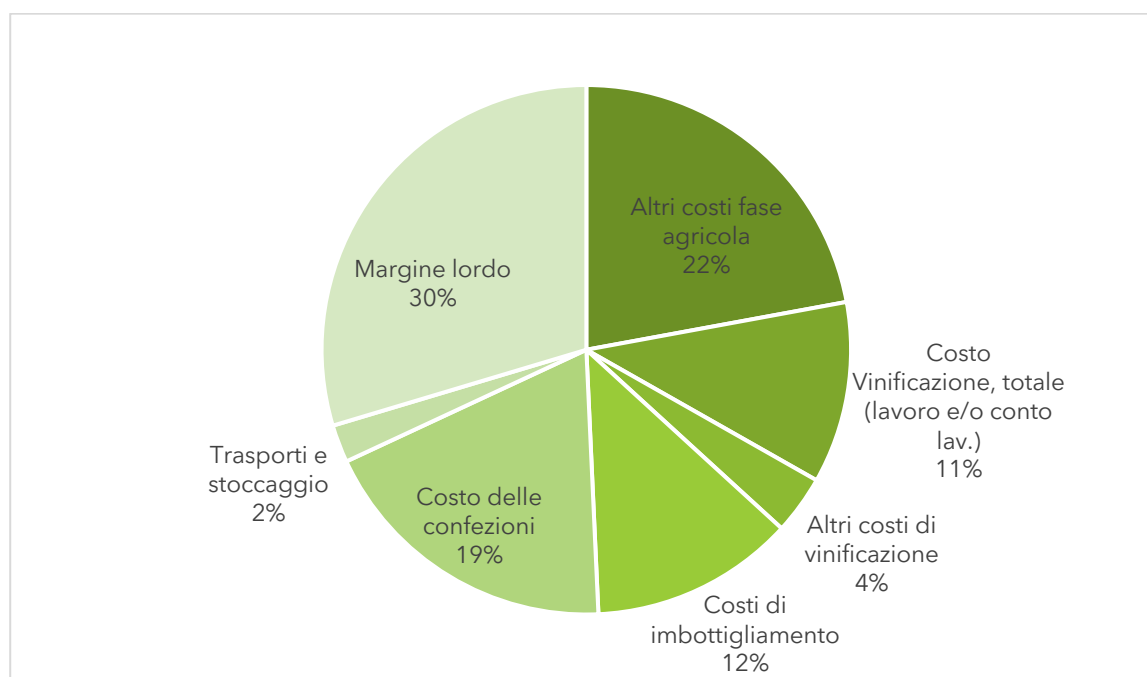
L'azienda ha una produzione polarizzata a livello di uve, con un vitigno autoctono prevalentemente affiancato da una pluralità di altre uve. In vigna sono impiegati solo prodotti a base di zolfo e rame nelle quantità prescritte dal disciplinare biologico, non sono effettuate concimazioni né lavorazioni del terreno, lasciando lo stesso completamente inerbito. Su di esso sono eseguite semplici trinciature nell'interfila e taglio d'erba nel sottofila. Il numero di ceppi consta di 3.700 piante per ettaro con un'interfila a 3,00 metri. Molte attività agricole sono svolte manualmente, e/o con impiego di piccoli mezzi di proprietà dell'azienda.

La struttura dei costi è equilibrata, con un peso della fase di vinificazione leggermente superiore alla media.

I canali di vendita comprendono i grossisti, in Italia e all'estero (dove viene realizzato il 20% delle vendite), il retail/consumatore finale e, con un'incidenza più modesta, l'ho.re.ca.

La gestione della logistica richiede l'uso di software e di ore di personale dedicati e tendono ad espandersi con il crescere dell'azienda su vari canali, cosa che avviene anche per le spese di commercializzazione che includono la partecipazione a fiere.

Grafico n.12: Struttura di costi e margini dell'Azienda 5 (dati in percentuale)



Fonte: Rilevazioni ed elaborazioni Ismea, 2018

L'Azienda 7: un produttore laziale con 10 ettari di vigneto

L'azienda n.7, entrata nel biologico nel 2006, produce 8 tipi di vino (tra cui anche vino DOP e IGP) su 10 ettari di vigneto, con circa 4-5.000 piedi per ettaro a seconda del vitigno. I vigneti sono limitrofi alla cantina, il che incide favorevolmente sulla struttura dei costi.

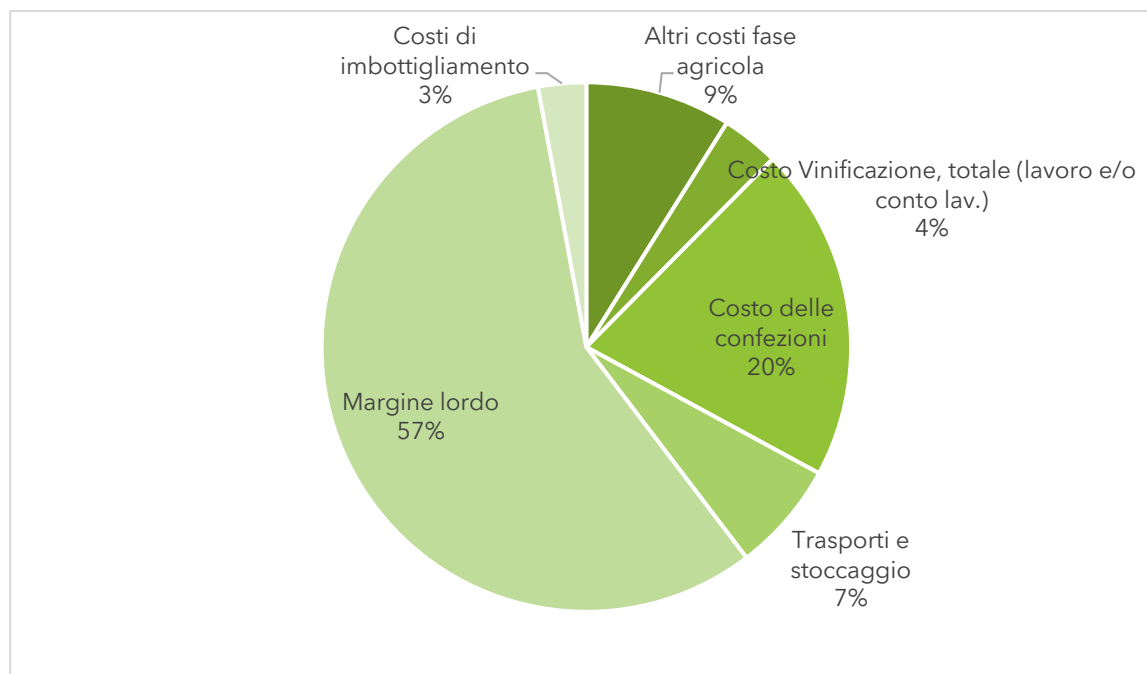
La crescita aziendale è avvenuta negli anni attraverso una serie di importanti investimenti cofinanziati da fondi pubblici per lo sviluppo rurale, nella misura del 10-15% circa.

Le vendite sono soprattutto regionali e rivolte all'ho.re.ca, benché più recentemente si stiano intraprendendo interessanti esperienze commerciali con l'estero.

Sul fronte della coltivazione delle uve, è interessante focalizzarsi sul piano di concimazione, che prevede un trattamento annuale con compost autoprodotta sul 20% dei terreni, ed a turnazione dei trattamenti realizzati esclusivamente con rame e zolfo.

I costi di coltivazione sono tra i più alti rilevati, mentre quelli di vinificazione e confezionamento più contenuti rispetto alla media. Grazie a un buon prezzo di vendita del vino, che non è commercializzato nella grande distribuzione, né specializzata né de-specializzata, il margine conseguito è rilevante e la catena del valore piuttosto equilibrata tra fase agricola ed altre fasi, inclusa la logistica.

Grafico n.13: Struttura di costi e margini dell'Azienda 7 (dati in percentuale)



Fonte: Rilevazioni ed elaborazioni Ismea, 2018

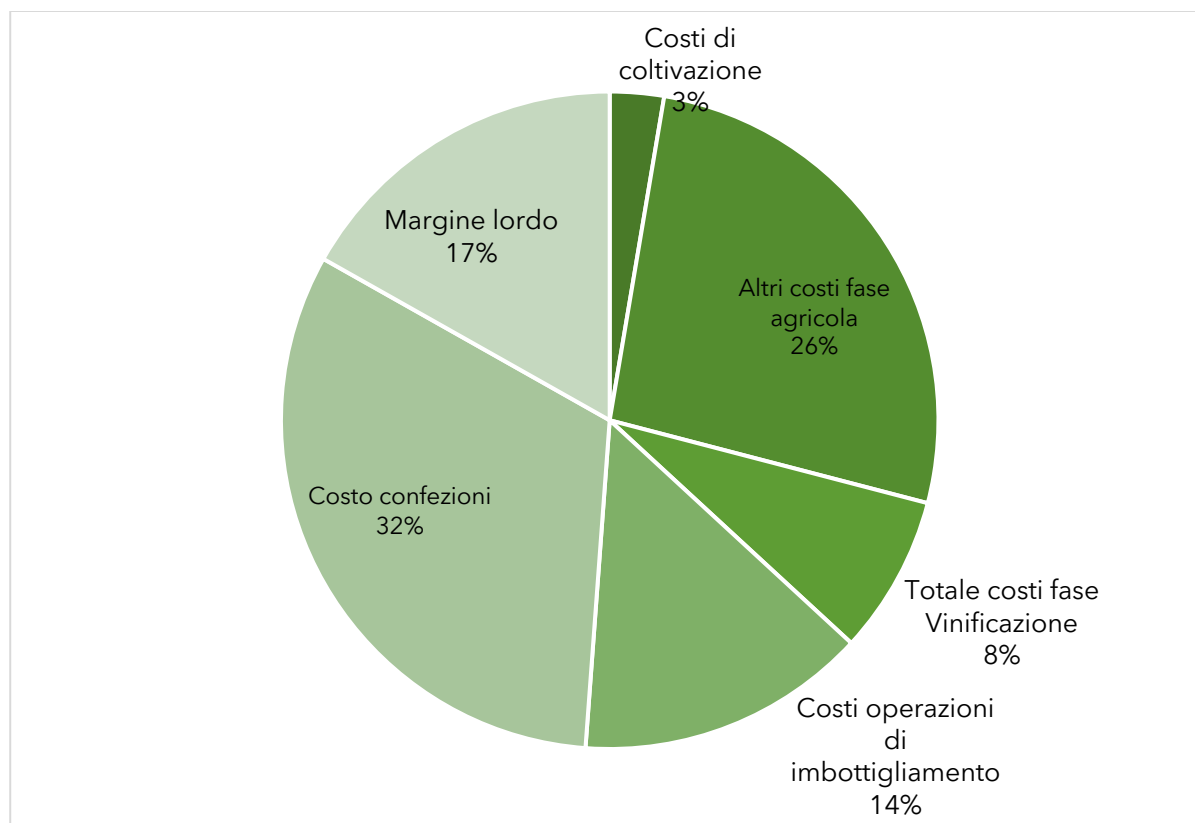
L'Azienda 9: una piccola cooperativa calabrese

La cooperativa è composta da tre soci ed opera su tre ettari di vigneto coltivato a doppio cordone speronato. La piccola dimensione rende possibile svolgere le operazioni in modo efficiente anche se non meccanizzato, e in particolare rende agevole il trasporto dell'uva alla cantina, per una tempestiva attività di vinificazione. Di conseguenza, le operazioni agricole non incidono molto sulla struttura dei costi, mentre un ruolo più rilevante è svolto da altri costi attinenti alla fase agricola e di commercializzazione.

I modesti volumi complessivi (determinati da una resa di 80 quintali per ettaro) non impediscono all'azienda di vendere all'estero, partecipare a fiere, forti di un posizionamento di nicchia con prezzo ex-fabrica particolarmente elevato rispetto alla media delle aziende intervistate.

Sulla struttura dei costi gravano il servizio di vinificazione fatto fare all'esterno ed il costo delle confezioni, che comprimono il margine.

Grafico n.14: Struttura di costi e margini dell'Azienda 9 (dati in percentuale)



Fonte: Rilevazioni ed elaborazioni Ismea, 2018

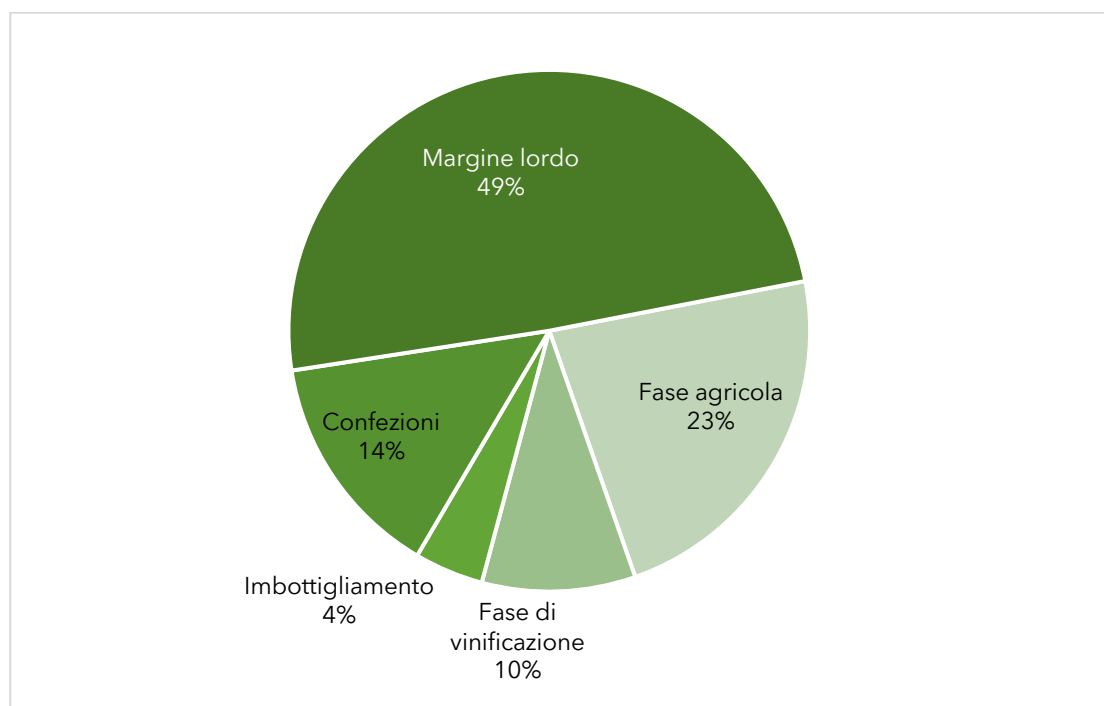
Azienda 10: la grande azienda biologica lombarda, multiprodotto

L'azienda non è specializzata nella filiera vitivinicola, infatti la vigna copre una superficie di 10 ettari, corrispondente ad un sesto della SAU complessiva dell'azienda. L'intensità d'impianto è di circa 3.000 piante ad ettaro, per metà a guyot e metà a cordone speronato.

L'azienda riesce a sfruttare in modo ottimale la filiera vitivinicola, vendendo sia l'uva, sia il vino sfuso ed imbottigliato da cui genera, nel complesso, il 50% del fatturato totale dell'azienda. Il vino prodotto copre il segmento di mercato economico e quello medio-alto, grazie alla vendita di vino sfuso a prezzo contenuto e al vino imbottigliato a prezzo ex-fabrica più elevato.

Grazie alla meccanizzazione e ad un'oculata gestione delle attività internalizzate ed esternalizzate, l'azienda riesce a sviluppare una marginalità significativa, vendendo il proprio prodotto soprattutto al canale Ho.re.ca, in Italia e all'estero, con una quota marginale di vendita diretta.

Grafico n.15: Struttura di costi e margini dell'Azienda 10 (dati in percentuale)



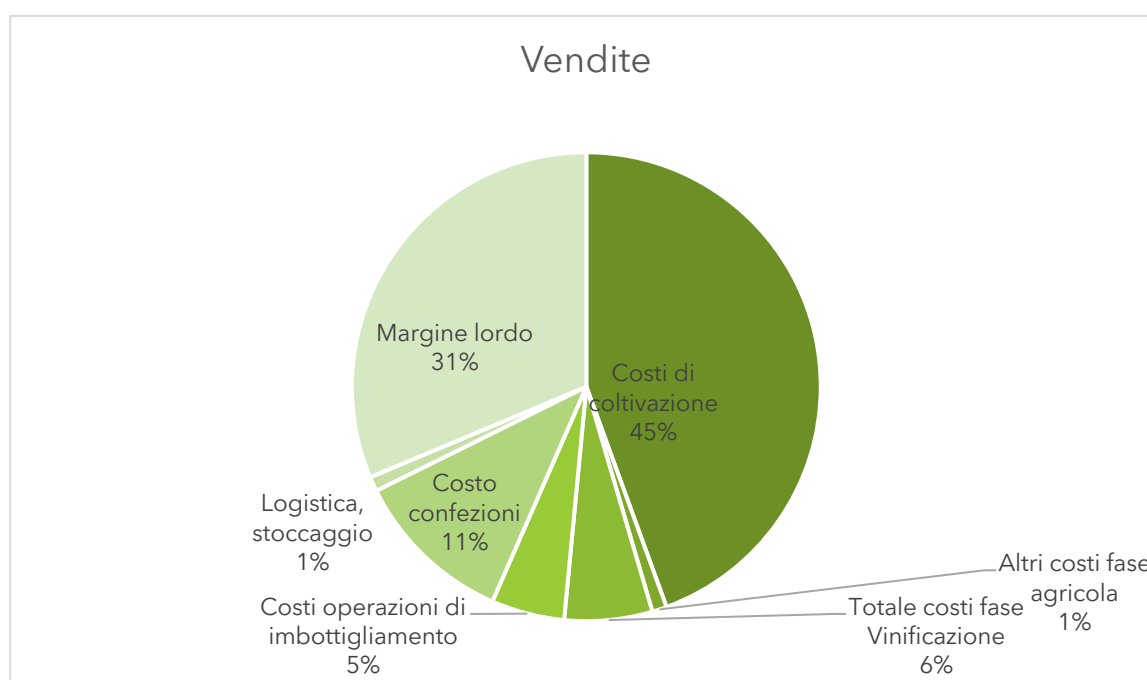
Fonte: Rilevazioni ed elaborazioni Ismea, 2018

L'Azienda 19: l'azienda piemontese che produce barbera

L'azienda produce prevalentemente barbera, su circa 15 ettari di vigneto, con un sesto d'impianto 2,5x0,90. Il vino prodotto è venduto in parte sfuso, in parte in damigiane e in parte imbottigliato (una struttura del portafoglio prodotti che si riflette nell'incidenza, mediamente modesta, del costo delle confezioni), a distributori, ho.re.ca e consumatori finali, con spedizioni effettuate in prevalenza con costi a carico del cliente.

I prezzi di vendita non sono particolarmente elevati nemmeno per la quota di vino imbottigliata, a fronte di costi di produzione agricola importanti, soprattutto per quanto riguarda le fasi di potatura, sfogliatura e cimatura, che nel complesso superano i 2.000 euro per ettaro.

Grafico n.16: Struttura di costi e margini dell'Azienda 19 (dati in percentuale)



Fonte: Rilevazioni ed elaborazioni Ismea, 2018

Conclusioni

Questo report ha presentato brevemente i risultati teorici ed empirici dell'analisi della catena del valore di un campione di aziende afferenti alla filiera vitivinicola biologica italiana.

Recentemente si è progressivamente rafforzata la convinzione che la competitività dei prodotti agroalimentari sia da ricercare nella funzionalità del sistema agroalimentare, ancor prima che nell'efficienza aziendale. Per trarre le nostre conclusioni sulla catena del valore delle filiere vitivinicole, pertanto, partiremo dai risultati ottenuti dalle singole imprese per sviluppare delle considerazioni complessive sulle performance della filiera italiana e per poter valutare gli equilibri fra i soggetti che le compongono.

Dall'analisi realizzata, emerge che le aziende vitivinicole biologiche in Italia sono in gran parte piccole e medio-piccole ma spesso presenti sui mercati internazionali, dove riescono a competere puntando sulla qualità e sul marketing.

Le aziende possono essere sia integrate verticalmente, sia lavorare con terzisti e possono essere classificate in (i) cantina agricola, che vinifica uve proprie eventualmente integrate da uve acquistate sul mercato intermedio; (ii) cantina industriale, che vinifica esclusivamente uva acquistata sul mercato intermedio e/o nell'ambito di relazioni contrattuali e/o accordi con i produttori viticoli a monte, (iii) cantina consortile e cooperativa, che vinifica uva conferita dai produttori associati e/o acquistata sul mercato intermedio.

Le attività di produzione dell'uva, trasformazione dell'uva in vino e di commercializzazione sono caratterizzate da una notevole variabilità dei costi, legata sia a economie di scala, sia alla qualità dei prodotti realizzati. Come evidenziato da recenti studi (Malorgio et Al., 2011), l'effetto delle economie di scala risulta maggiore nella produzione dei vini sfusi di minore qualità, mentre si riduce più velocemente nei vini commercializzati in bottiglia e con maggiore qualità. D'altro canto, la diversità e segmentazione della domanda consente la coesistenza di prezzi molto diversi. In ogni modo, è importante che le aziende adottino modalità di stima dei costi, in funzione di

un'ottimizzazione produttiva che possa essere efficiente sia in termini aziendali sia macroeconomici.

Dai dati raccolti per quest'indagine, possiamo distinguere due principali tipologie di aziende agricole: quelle i cui costi di coltivazione totali si collocano tra i 5.000-6.000 euro\ettaro, e quelle per cui invece tali costi si aggirano sui 2.500-3.500 euro\ettaro. A determinare il posizionamento nel primo gruppo sembrano contribuire i costi di gestione dell'interfila, quelli di vendemmia e quelli dei trattamenti, e certamente un ruolo rilevante è offerto dal tipo di vigneto e dalla resa per ettaro in uva.

Alcune aziende riescono ad ottenere delle rese e una qualità superiore in terreni impervi, dove i macchinari non possono lavorare, imponendo maggiori costi di lavoro umano; altre hanno investito in una forte meccanizzazione, spesso usufruendo dei fondi stanziati dallo Sviluppo Rurale, riducendo i costi nel lungo periodo.

Per quanto riguarda i margini lordi finali, invece, possiamo catalogare due fasce economiche: le aziende i cui margini per litro imbottigliato oscillano tra gli 0,6€-1€ e quelle che oscillano tra i 3€ e i 9€\litro. L'eterogeneità del margine lordo dipende da numerose variabili: le rese, l'uso della lavorazione conto terzi, l'ottimizzazione delle economie di scala, lo stoccaggio, il marketing e la promozione sui mercati esteri.

Nella tabella n.6 vengono riassunti i costi, in percentuale, che le aziende intervistate sostengono in ogni fase produttiva, e il margine lordo per bottiglia da un litro.

Tabella n.6: Catena del valore e margine lordo

ID Azienda	Costi fase agricola, €	Costi vinificazione, €	Costi imbottigliamento, €	Costo confezioni e imballaggi, €	Costi di stoccaggio, €	Trasporti in uscita, €	Prezzo bottiglia, €/l	Margine lordo, €/l
Umbria (Azienda 1)	60%	0%	0%	0%	0%	0%	/	/
Umbria (Azienda 2)	0%	19%	17%	13%	1%	0%	6,39€	3,22€
Marche (Azienda 3)	72%	0%	17%	8%	2%	0%	12,38€	0,18€
Molise (Azienda 4)	50%	0%	18%	22%	0%	1%	3,33€	2,33€

Molise (Azienda 5)	42%	11%	9%	14%	2%	0%	4€	0,91€
Umbria (Azienda 6)	69%	0%	0%	0%	0%	0%	/	/
Lazio (Azienda 7)	35%	3%	2%	15%	1%	4%	6,33€	/
Abruzzo (Azienda 8)	56%	0%	0%	0%	0%	0%	/	/
Calabria (Azienda 9)	31%	8%	14%	32%	0%	0%	5,90€	/
Lombardia (Azienda 10)	23%	10%	4%	14%	0%	0%	7,39€	0,06€
Molise (Azienda 11)	57%	0%	0%	0%	0%	0%	/	/
Molise (Azienda 12)	58%	0%	0%	0%	0%	0%	/	/
Lombardia (Azienda 13)	45%	0%	19%	22%	1%	0%	/	/
Calabria (Azienda 14)	53%	3%	0%	24%	0%	0%	7€	/
Sardegna (Azienda 15)	1%	0%	0%	15%	0%	0%	5,83€	/
Veneto (Azienda 16)	0%	5%	5%	18%	0%	3%	/	/
Puglia (Azienda 17)	110%	0%	0%	0%	0%	5%	/	/
Toscana (Azienda 18)	94%	0%	0%	0%	0%	0%	/	/
Piemonte (Azienda 19)	38%	6%	5%	11%	0%	1%	3,59€	/
Molise (Azienda 20)	32%	8%	4%	46%	0%	1%	13,35€	1,23€
Toscana (Azienda 21)	65%	30%	3%	0%	0%	0%	11,67€	9,47€

Fonte: Rilevazioni ed elaborazioni Ismea, 2018

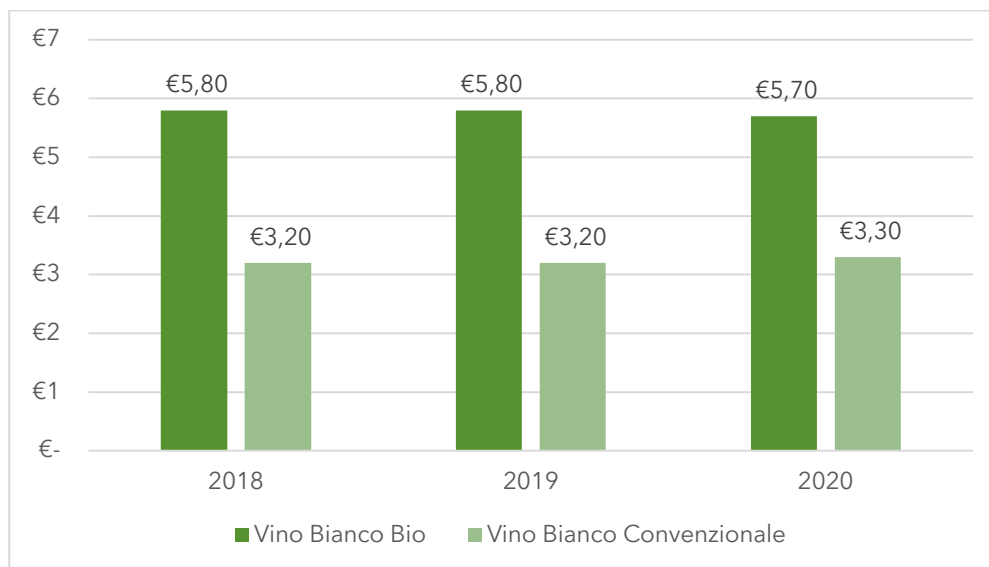
Dalla tabella n.6 emerge che la vinificazione, l'imbottigliamento e lo stoccaggio hanno, in proporzione, dei costi molto più contenuti che consentono di accumulare maggiori ricavi.

A differenza dello studio di Mediobanca (2018) citato nei precedenti paragrafi, dalla presente analisi emerge che, nel comparto vitivinicolo biologico italiano, l'anello

più debole della filiera è quello dei produttori di uva i quali, per dimensione, deperibilità del prodotto e soprattutto per i costi che devono sostenere, hanno il più basso potere negoziale. Come abbiamo visto, infatti, la fase agricola deve affrontare dei costi elevatissimi (fino a 7000€/ettaro), assumendosi il rischio della qualità e delle rese che spesso dipendono da fattori esogeni. La riduzione dei costi può essere perseguita favorendo la meccanizzazione delle operazioni colturali biologiche, anche in forma associata o promuovendo servizi specializzati e qualificati di contoterzisti.

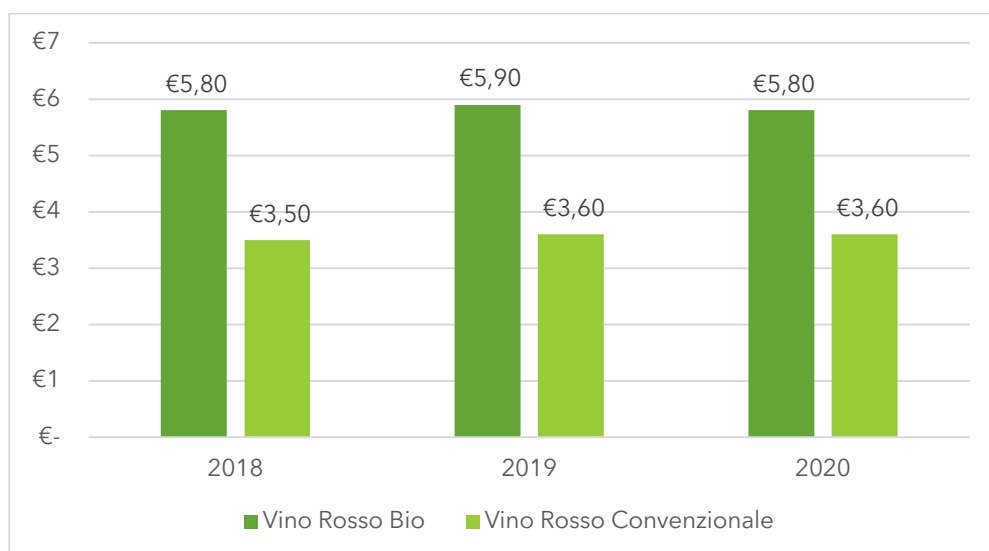
Al contempo, poiché i prodotti biologici stanno coinvolgendo una fetta crescente di consumatori specialmente nella GDO (nel 2019 il consumo di vino biologico cresceva del 15,5% rispetto al 2018 - Bio in Cifre 2020), i volumi venduti determinano un calo dei prezzi al consumo dei prodotti bio. Stando ai dati ISMEA/Nomisma (2020), il vino biologico al momento ha registrato un calo contenuto dei prezzi (vedi grafico n.17 e n.18) ma, considerato l'eccesso di scorte causato dal Covid-19 e il trend positivo dei consumi del vino bio, è molto probabile che negli anni a venire si verificherà una flessione più marcata dei prezzi. Poiché, come abbiamo visto, i produttori di uva sono la parte più vulnerabile della filiera, il calo dei prezzi delle bottiglie colpirà *in primis* proprio i coltivatori. Pertanto, sarebbe auspicabile una sinergia aziende-istituzioni, per armarsi di strumenti che consentano di trasformare il calo dei prezzi in un vantaggio per l'intera filiera. Il Mipaaf, di concerto con l'UE, ha già provveduto a proteggere la filiera vitivinicola (non solo bio) dal crollo dei prezzi, tramite diverse politiche che abbiamo portato in rassegna in questo report. Tuttavia, è necessaria una strategia di lungo periodo.

Grafico n. 17: Confronto bio e non bio dei prezzi allo scaffale GDO per il vino bianco, 2018-2019



Fonte: Elaborazione Ismea su dati Ismea/Nomisma 2020

Grafico n. 18: Confronto bio e non bio dei prezzi allo scaffale GDO per il vino rosso, 2018-2019



Fonte: Elaborazione ISMEA, su dati ISMEA/Nomisma 2020

Ad esempio, bisogna attenzionare la fase agricola per evitare che una possibile perdita di efficienza al crescere della dimensione (per la necessità di impiegare più diffusamente

manodopera esterna alla famiglia) possa diventare un freno alla crescita stessa. Questo aspetto rende, al tempo stesso, importante l'incentivazione alla meccanizzazione, all'automazione e alle soluzioni "4.0" quando le dimensioni aziendali raggiunte la rendono indicata.

La stabilizzazione e l'innalzamento dei redditi possono essere favoriti da una maggiore diffusione di associazioni di produttori viticoli, ma anche una maggiore formazione sia agraria sia aziendale (intesa come l'insieme delle competenze amministrative, di marketing, di ottimizzazione della produzione, etc).

Tali tematiche dovrebbero costituire materia elettiva di insegnamento nei corsi per operatori del vino biologico, al fine di strutturare un'offerta nazionale di vino bio con prezzi accessibili per il consumatore e remunerativi per il produttore, non certo standardizzati ma armonicamente declinati in base alle variabili pedoclimatiche ed agronomiche, ai disciplinari di produzione e relative prescrizioni.

La consapevolezza della struttura dei costi e delle sue determinanti è molto importante. A causa della crisi globale indotta dal Covid-19, i mercati potrebbero manifestare una rinnovata sensibilità al prezzo, che renderà negli anni a venire sempre più importante la struttura dei costi della filiera vitivinicola.

Allegato A

Documento descrittivo della metodologia usata per la filiera del vino biologico

File di elaborazione

Il foglio excel di elaborazione prevede le seguenti tabelle, da compilare azienda per azienda. Le celle in rosa sono quelle in cui inserire i dati, le altre contengono formule e sono protette.

Dati di base

In questa tabella si inseriscono dati descrittivi della parte agricola della filiera aziendale, con un primo calcolo della PLV nel caso si abbia la sola produzione e vendita (per intero) della materia prima agricola.

Parametri di base		
Costo del gasolio	€/l	
Costo del lavoro orario (dipendenti, fase agricola)	€/ora	
Costo del lavoro orario (avventizi, fase agricola)	€/ora	
Costo del lavoro orario (dipendenti, vinif., op. sem)	€/ora	
Costo del lavoro orario (dipendenti, vinif., op. spec)	€/ora	
Ettari dedicati alla coltura	ha	
Incremento costi per tener conto forfettariamente di altri costi	%	
Prezzo di cessione dell'uva venduta tal quale	€/q	
Ettari dedicati alla coltura	ha	
Resa (uva per ettaro)	q/ha	
Resa (mosto per unità volume uva)	hl/q	
Resa (vino per unità di mosto)	%	
PLV (prezzo x resa se cessione 100% uva)	€/ha	-
Totale quintali prodotti di uva	q/ha	-
Totale vendite in caso di cess. 100% uva	€	-
Margine per cessione 100% uva	€	-

Piano produttivo e trasformazione

Questa tabella permette di inserire nei calcoli la modalità in cui viene utilizzata la materia prima nella filiera da parte dell'azienda intervistata. In questo caso si prevede anche l'acquisto di vino sfuso da imbottigliare.

Impiego uva		
% uva vendutata quale	%	
% vinificata (venduto vino sfuso)	%	
% vino prodotto venduto imbottigliato	%	
Totale		
Resa alla vinificazione (da uva a vino, hl vino per q di uva)	%	
1 quintale di vino	hl	
Prodotto		
	%	
Vino imbottigliato		
Vno sfuso	%	
Totale	%	
Vino acquistato sfuso e imbottigliato	%	
Vino prodotto a partire dallavigna, internamente	%	
Totale	%	

Vinificazione

La tabella seguente permette di comprendere come viene svolta, se viene svolta, la vinificazione effettuata internamente all'azienda intervistata.

Ore lavoro vinificazione interna			
Fase / info	Ore operai semplici / anno	Ore operai specializzati / anno	% svolta internamente
Pigiatura			
Vinificazione			
Imbottigliamento			

Principali costi operativi

In questa tabella sono inseriti i principali costi operativi, particolarmente dettagliati per quanto riguarda la bottiglia.

Costi operativi			
		Se fatto fare all'esterno (conto lavorazione)	Attuato internamente (qui costo lavoro annuo)
Costo pigiatura	€/q uva - €		€ 0,00
Costo stoccaggio vino	€/hl vino - €		
	€/hl vino - €		
Costo processo vinificazione			€ 0,00
Costo processo imbottigliamento	€/hl vino - €		€ 0,00
Costo del tappo	€/cad		
Costo della capsula	€/cad		
Costo della bottiglia	€/cad		
Costo dell'etichetta	€/cad		
Costo della retroetichetta	€/cad		
Costo della fascetta	€/cad		
Costo dell'alveare	€/cad		
N° bottiglie contenute nell'alveare	n°		
Volume contenuto nella bottiglia	l/bottiglia		
Costo del cartone (per n. bottiglie)	€/cad		
Costi di trasporto, 1 q uva	€/q		
Costi di trasporto, 1 hl di vino sfuso	€/hl		
Costo del vino sfuso da imbottigliare	€/hl		
Costi di trasporto, per L di prodotto finito	€/L		
Altri costi: comunicazione, servizi, analisi, certificazioni	€	-	
Totale costi	€/lt di vino		

Bottiglie

La tabella seguente riguarda l'imbottigliamento.

	Kg / L	Capacità bottiglie, L	n° bottiglie, n°
Produzione			
Uva venduta tal quale	-		
Vino sfuso	-		
Vino imbottigliato	-		
	-		

Costi di produzione agricoli

Questa tabella permette di valutare i costi di produzione agricola, sia che le attività siano svolte direttamente dall'azienda, sia che ci si serva di contoterzisti.

Fasi produttive agricole e Input per costi							
Fase / Info	Contoterzista	Ore uomo /ha	Consumo macchina L/h	Prezzo medio Input, €/kg (es. letame, prodotti)	Kg di Input per ettaro	Costo CT (€/ha)	Costo, €/ha
Potatura							-
Spollonatura							-
Sfogliatura							-
Cimatura							-
Caricamento tralci e dirad. grappoli							-
Gestione Interfila e sottofila							-
Concimazione							-
Trattamenti							-
Vendemmia							-
Altre attività							-
Somma (per ha)		0	0		0	0	-
Totali (ha in complesso)		0	0		0	0	0
Valori		0	0		0	0	0
Con incremento forfait							0

Altri costi e premi a decurtazione dei costi

Qui sono inseriti gli altri costi, ed eventualmente i premi che sono inseriti a decurtazione dei costi.

Altri costi					
	% coltura	% processo vinificazione e imbottigliamento	costo annuo aziendale	Totale coltura e processo	Note esplicative
Utenze (acqua, corrente...)				€ 0,00	
Analisi di laboratorio				€ 0,00	Terreni, prodotti
Manutenzione mezzi				€ 0,00	
Servizi di disinfestazione, pulizia				€ 0,00	
Materiali presidio stoccaggio				€ 0,00	
Altri costi operativi				€ 0,00	
Lubrificanti				€ 0,00	
Assicurazioni				€ 0,00	
Premio 1°				€ 0,00	
Premio 2°				€ 0,00	
Altri contributi				€ 0,00	
Altri servizi, anche ad esempio promozionali...				€ 0,00	
Attribuzione spese generali alla filiera				€ 0,00	
	#DIV/0!			€ 0,00	

Prezzi di vendita

Nella tabella a seguito si riportano i prezzi, con qualche riepilogo di variabili per controlli.

Simulazione prezzo e margine						
Vendite	Kg / L	Uva kg	Resa	Prezzo di acquisto vino sfuso, €/L	Altri costi acquisto vino sfuso, €/anno	Valore endite
Uva venduta tal quale	-	-				0 €
Vino sfuso	-	-				0 €
Vino prodotto intern. e imbottigliato	-	-				0 €
Vino acquistato sfuso e imbottigliato					0,00 €	0 €
Totale / media	-	-				0 €

A partire dall'insieme dei dati inseriti, si calcola il margine lordo in una tabella riassuntiva, nella quale è possibile inserire anche ulteriori costi non rientranti in quelli già evidenziati, compresi i costi delle confezioni. Qualora siano disponibili dati chiari, coerenti e agevolmente attribuibili alla specifica filiera, è possibile arrivare a stimare il reddito operativo.

Tutti i dati inseriti sono collegati ad un database, che si costruisce automaticamente compilando le schede di inserimento.

Bibliografia

Agriregionieuropa. "La catena del valore ISMEA" PER LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO DELLE op ORTOFRUTTICOLE", n° 46 anno 12, settembre (2016)

Agronotizie. "Vino, nella GDO crescono Doc e private label", aprile (2019)

Ambrosetti. "La creazione del valore lungo la filiera agroalimentare estesa in Italia", Position Paper (2019)

Annunziata, Azzurra, Massimiliano Agovino, and Angela Mariani. "Sustainability of Italian families' food practices: Mediterranean diet adherence combined with organic and local food consumption." *Journal of cleaner production* 206 (2019): 86-96.

Asian, Sobhan, Ashkan Hafezalkotob, and Jubin Jacob John. "Sharing economy in organic food supply chains: A pathway to sustainable development." *International Journal of Production Economics* 218 (2019): 322-338.

BioBank. "Focus Supermercati e Specializzati 2019"

Biofach. presentazioni 2020 (<https://www.biofach.de/en/events/2/biofach-congress/741337>)

Castellini et al. "Italian market for organic wine: a survey on production system characteristics and marketing strategies", *Sciencedirect, Wine Economics and Policy* (2014)71-80, (2014)

Chambre d'agriculture France - APCA, programme CasDAR 2015, "Couts de la Production en viticulture", aprile (2015)

Chambre d'agriculture Gironde. "Referentiel economique du vigneron 2018"

- Chiriaco, Maria Vincenza, et al. "The contribution to climate change of the organic versus conventional wheat farming: A case study on the carbon footprint of wholemeal bread production in Italy." *Journal of cleaner production* 153 (2017): 309-319.
- Corsi, Strom. "The Price Premium for Organic Wines: Estimating a Hedonic Farm-Gate Price Equation", Unito, 2013, DOI: 10.1017/jwe.2012.22
- Di Vita, Giuseppe, et al. "Not everything has been still explored: Further thoughts on additional price for the organic wine." *Journal of cleaner production* 231 (2019): 520-528.
- EU Commission. "Distribution of the added value of the organic food chain. Final report", (2016)
- EU Commission. "Organic Farming in The EU", EU Agricultural Markets Briefs #13, March (2019)
- Eugenio Pomarigi. "Analisi del costo di produzione del vino rosso atto a diventare Toscano IGT: un'analisi esplorativa", *Accademia dei Georgofili, Atti dei Georgofili* (2015)
- Fibl-IFOAM. "The world of organic agriculture", *Statistics and emerging trends* 2019, (2020)
- González, Neus, et al. "Occurrence of environmental pollutants in foodstuffs: a review of organic vs. conventional food." *Food and chemical toxicology* (2019).
- GreenPlanet. "Cresce il mercato dei vini bio in Francia, Italia, Spagna, Germania e USA" (Gennaio 2020) <https://www.greenplanet.net/cresce-il-mercato-dei-vini-bio-nei-5-mercati-chiave-di-francia-italia-spagna-germania-e-usa/>
- Hurtado-Barroso, Sara, et al. "Organic food and the impact on human health." *Critical reviews in food science and nutrition* 59.4 (2019): 704-714.
- Ismea. "Scambi con l'estero. Le esportazioni italiane di vino nel 2019". (2019).
- Ismea. "La bilancia agroalimentare nazionale nel I semestre 2020". (2020).
- Ismea. "I consumi domestici delle famiglie italiane. Numero 3/2020". (Gennaio-Luglio, 2020).
- Ismea. "Emergenza COVID-19. 1° Rapporto sulla domanda e l'offerta dei prodotti alimentari nell'emergenza Covid-19". (2020)
- Ismea. "Emergenza COVID-19. 2° Rapporto sulla domanda e l'offerta dei prodotti alimentari nell'emergenza Covid-19". (2020)
- Ismea. "Emergenza COVID-19. 3° Rapporto sulla domanda e l'offerta dei prodotti alimentari nell'emergenza Covid-19". (2020)
- Ismea. "Comunicato Stampa: Assoenologi, ISMEA, UIV: nell'anno del Covid-19 il vino riparte dalla vendemmia". (2020)
- Ismea. "Tendenze Vino. 31 Luglio 2020". (2020)
- Ismea-Rrn. "Esportare vino e mosti in Cina". (2020)
- Ispra. "Stato dell'Ambiente", 89/2020, ISBN: 978-88-448-0975-1. (2020)
- Istat. "Rapporto annuale 2020. La situazione del Paese". (2020)
- Italia. Ministero delle Politiche Agricole, et al. "L'internazionalizzazione del biologico italiano." *Studi e ricerche* (2015).
- Ivanic M., Martin Will. "Implications of Higher Global Food Prices for Poverty in Low-Income Countries", *Policy Research Working Paper 4594, The World Bank Development Research Group*, April, (2008).

- Jones, Grandjeanes. "Creating the Market for Organic Wine: Sulfites, Certification, and Green Values", Harvard Business School, Working Paper 18-048
- Maizza, Amedeo. "Logistica e supply chain management: un esame con l'analisi sistemica nel comparto agroalimentare." *Industria & Distribuzione* (2001).
- Malorgio et al. "La catena del valore nella filiera vitivinicola", *Agriregionieuropa* anno 7 n° 27, dicembre (2011)
- Marasteanu, I. Julia, and Edward C. Jaenicke. "Economic impact of organic agriculture hotspots in the United States." *Renewable Agriculture and Food Systems* 34.6 (2019): 501-522.
- Mediobanca. "Generazione di valore nell'industria italiana del vino", *Assemblea Federvini*, maggio (2018).
- Michael E. Porter. "How Competitive Forces Shape Strategy", *Harvard Business Review*, May 1979 (Vol. 57, No. 2), pp. 137-145.
- Mipaaf. *Bioreport 2012, 2017-18*
- Mipaaf *Comunicato Stampa del 29/04/2020*.
- Nomisma, "La Filiera Agroalimentare Italiana", aprile (2014)
- OECD. "Work on global value chains and trade in value added", *Bruegel workshop*, Brussels, Giugno (2013).
- Orsini et al. "Beyond 'mainstream' and 'alternative' in organic food supply chains: empirical examples of added value distribution from eight European countries", *British Food Journal*, (2019)
- Rahmani, Djamel, et al. "Relationship between wine-evoked emotions and consumers' preferences and willingness to Pay." No. 2229-2019-1915. (2019).
- Rino Ghelfi. "La creazione del valore nelle filiere viticole-enologiche. Il caso delle imprese emiliano-romagnole", *La viticoltura in Romagna*, giugno (2009)
- Rungi, Armando, and Davide Del Prete. "The smile curve at the firm level: Where value is added along supply chains." *Economics Letters* 164 (2018): 38-42.
- Sana 2019, *Rivoluzione Bio, Manifesto*
- Sanders, Jörn, et al. "Distribution of the added value of the organic food chain." (2016).
- Sen A. "Poverty and Famines; An Essay on Entitlement and Deprivation", Oxford, Clarendon Press, (1981).
- Shih, S. "Me-Too is Not My Style: Challenge Difficulties, Break through Bottlenecks, Create Values", Taipei: The Acer Foundation, (1996).
- Sinab, "Bio in Cifre 2019". Ministero delle Politiche Agricole Alimentari (2019)
- Sinab, "Bio in Cifre 2020". Ministero delle Politiche Agricole Alimentari (2020)
- Torquati Biancamaria. "Un'analisi attraverso, le food miles, e la catena del valore. La sostenibilità ambientale ed economica delle filiere biologiche.", CREA, 2016.
- Tosi L. "Sostenibilità, si scalda il fronte dell'etichetta", *Terra e Vita* n. 12, (2018)
- Vinopole Val de Loire. "Referentiel économique du vigneron. Coûts de production vignobles de l'ouest (plantation, production, vinification, élaboration, conditionnement, temps de main d'oeuvre, commercialisation), (2015)

Wine Monitor (Nomisma). "Numeri e tendenze del vino bio", aprile (2017)

Zanoli, Solfanelli. "The Italian Market for Organic Food", Università Politecnica delle Marche, presentazione a Biofach (2020)

FiBio

Le filiere biologiche: progetto per l'analisi della
distribuzione del valore, lo studio della certificazione di
gruppo, la formazione e la tracciabilità

E-mail: bio@isma.it

*Il presente lavoro è stato realizzato dall'Ismea nell'ambito del Progetto FiBio 2019-2020
"Le filiere biologiche: progetto per l'analisi della distribuzione del valore, lo studio della certificazione di
gruppo, la formazione e la tracciabilità" finanziato dal MiPAAF (DM del 27/12/2018 con n.92487)*