

A CURA DI
DANIELE RAMA

Il mercato del latte

Rapporto 2022



Osservatorio sul Mercato dei Prodotti Zootecnici



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

Il volume è stato coordinato e curato da Daniele Rama. La sua realizzazione si deve al gruppo di ricerca dell'Osservatorio sul Mercato dei Prodotti Zootecnici. Le singole parti sono state elaborate e scritte dai seguenti autori:

Emanuele Benetto (capitolo 11)
Mirta Casati (paragrafo 2.2)
Alessandra Frosi (capitolo 12)
Stefano Gonano (capitoli 7 e 10)
Raja Kifaya (paragrafi 6.3 e 6.4)
Claudia Lanciotti (capitolo 3)
Davide Mambriani (capitolo 8)
Renato Pieri (paragrafo 1.2 e capitolo 4)
Roberto Pretolani (capitolo 5)
Daniele Rama (paragrafo 2.1)
Maria Ronga (paragrafo 1.1)
Claudio Soregaroli (paragrafi 9.2 e 9.3)
Gianmaria Tassinari (paragrafo 9.1)
Giulia Tiboldo (paragrafi 6.1 e 6.2)

Hanno inoltre collaborato Alessandra Frosi e Mara Inzoli per la revisione dei testi, per le attività di segreteria e la composizione grafica.

Manoscritto terminato nel settembre 2023

Osservatorio sul Mercato dei Prodotti Zootecnici
Via Bissolati n. 74 - Cremona
Tel. 0372/499170
E-mail: smea-cr@unicatt.it

ISBN 979-12-210-1558-4

Copyright © 2022 by SMEA – Università Cattolica del S. Cuore, Cremona, Italy.

Riproduzione autorizzata citando la fonte

INDICE

1. Il sistema latte nel 2021 e 2022	pag. 7
1.1. La catena del valore nel 2021	» 7
1.2. Rapida crescita dei prezzi lungo tutta la filiera	» 12
1.2.1. Aumento in valore, ma calo in quantità degli acquisti domestici	» 12
1.2.2. Nel 2022 il saldo con l'estero, positivo per il terzo anno consecutivo, risulta in decisa flessione	» 14
1.2.3. Nell'estate 2021 ha inizio una crescita sempre più rapida dei prezzi	» 16
1.2.4. Migliora la redditività degli allevamenti	» 18
1.2.5. Cresce la concentrazione territoriale della produzione di latte in Italia	» 21
2. Lo scenario internazionale	» 25
2.1. La situazione del mercato mondiale	» 25
2.1.1. L'evoluzione della produzione	» 25
2.1.2. L'andamento dei prezzi mondiali	» 30
2.2. Il mercato dell'Unione Europea	» 32
2.2.1. Le consistenze e la produzione di latte	» 32
2.2.2. La produzione di derivati del latte	» 35
2.2.3. I prezzi alla stalla	» 40
2.2.4. Gli scambi con l'estero e le disponibilità sul mercato interno	» 43
3. Gli allevamenti da latte: struttura e produzioni	» 47
3.1. La struttura degli allevamenti da latte	» 48
3.1.1. I risultati del VII Censimento Generale dell'Agricoltura	» 48
3.1.2. Le aziende e i capi registrati nella BDN dell'Anagrafe Zootecnica	» 51
3.1.2.1. A livello regionale	» 56
3.1.3. Le consistenze dell'indagine Istat al 1° dicembre	» 60

3.1.3.1. A livello regionale	pag. 62
3.1.4. Gli allevamenti censiti dall’AIA	» 69
3.2. La produzione di latte secondo l’Istat	» 75
3.2.1. La Produzione ai Prezzi Base	» 75
3.2.2. Il latte raccolto presso le aziende agricole	» 77
3.2.2.1. Le quantità raccolte nel 2021 e 2022	» 79
3.2.2.2. Gli andamenti mensili e la stagionalità	» 81
4. La produzione di latte secondo l’Agea nel 2021/22	» 85
4.1. I dati utilizzati	» 85
4.2. A marzo 2022, dopo 32 mesi, termina il trend positivo della produzione nazionale	» 87
4.3. La distribuzione regionale	» 101
4.4. Si accresce il divario strutturale tra aree di pianura e svantaggiate	» 108
4.5. Le strutture di produzione	» 110
4.6. La produzione dopo la fine delle quote	» 125
5. I costi di produzione del latte	» 131
5.1. Dati utilizzati e metodologia di calcolo	» 132
5.2. I risultati medi nazionali	» 136
5.3. I risultati per gruppi di aziende	» 140
5.3.1. Per dimensione	» 141
5.3.2. Per produttività	» 143
5.3.3. Per volumi produttivi	» 145
5.3.4. Per carico di bestiame	» 147
5.3.5. Per produttività del lavoro	» 149
5.3.6. Per destinazione del latte	» 151
5.3.7. Per zona altimetrica e destinazione del latte	» 153
5.3.8. Per ambiti geografici	» 154
5.4. Le forti differenze di redditività	» 159
5.5. Alcune considerazioni	» 163
6. Il prezzo del latte alla stalla	» 165
6.1. L’evoluzione del prezzo simulato e il confronto con Italtate	» 165
6.2. Le componenti del prezzo simulato	» 168
6.3. La stagionalità del prezzo alla stalla	» 173
6.4. Il prezzo del latte alla stalla in Austria, Francia e Germania	» 174

7. L'industria di trasformazione	pag. 179
7.1. La struttura	» 179
7.1.1. Il numero e la dimensione delle imprese	» 180
7.1.2. La specializzazione e la dimensione degli impianti	» 184
7.1.3. La localizzazione degli impianti	» 193
7.2. Le produzioni	» 198
7.2.1. La situazione congiunturale	» 198
7.2.2. La disponibilità di latte e i suoi impieghi	» 201
7.2.3. La produzione di lattiero-caseari ad Indicazione Geografica Tutelata	» 208
7.2.4. La valorizzazione del latte trasformato in prodotti DOP/IGP	» 213
8. I "primi acquirenti"	» 219
8.1. Le consegne	» 219
8.1.1. I dati di base	» 219
8.1.2. La raccolta del latte a livello nazionale	» 221
8.1.3. La raccolta del latte a livello regionale	» 227
8.1.4. La concentrazione nella raccolta del latte	» 238
8.2. Le importazioni di latte sfuso	» 251
9. Gli scambi con l'estero	» 257
9.1. La struttura	» 260
9.1.1. I formaggi	» 262
9.1.2. Il latte liquido e lo yogurt	» 273
9.1.3. I latti concentrati	» 275
9.1.4. Il burro e la panna	» 275
9.1.5. I gelati	» 277
9.2. I partner commerciali	» 277
9.3. Il contributo delle regioni	» 280
10. I Consumi	» 281
10.1. La spesa delle famiglie	» 281
10.2. I consumi apparenti di latte e derivati	» 290
11. Gli acquisti domestici	» 295
11.1. Il quadro generale	» 296

11.2	Gli acquisti domestici per area Nielsen e canale d'acquisto	pag. 301
11.2.1.	Il latte alimentare	» 302
11.2.1.1.	Il latte arricchito/aromatizzato	» 302
11.2.1.2.	Il latte fresco	» 302
11.2.1.3.	Il latte UHT	» 310
11.2.2.	Lo yogurt	» 311
11.2.3.	La panna	» 312
11.2.4.	Il burro	» 315
11.2.5.	I formaggi e i latticini	» 318
11.2.5.1.	I freschi	» 318
11.2.5.2.	A pasta molle	» 318
11.2.5.3.	I semiduri	» 330
11.2.5.4.	I duri	» 330
11.2.5.5.	Gli industriali	» 337
11.2.6.	I gelati	» 341
11.3.	I lattiero-caseari biologici	» 341
12.	La dinamica dei prezzi dei prodotti lungo la filiera lattiero-casearia	» 345
12.1.	I prezzi dall'origine al consumo	» 345
12.1.1.	I prezzi in agricoltura	» 345
12.1.2.	I prezzi nell'industria lattiero-casearia	» 351
12.1.3.	I prezzi al consumo	» 352
12.2.	Il mercato dei principali prodotti	» 362
12.2.1.	Il latte alimentare	» 362
12.2.2.	Lo yogurt	» 364
12.2.3.	Il Parmigiano Reggiano e il Grana Padano	» 366
12.2.4.	Il Gorgonzola e il Taleggio	» 372
12.2.5.	L'Asiago e il Provolone	» 375
12.2.6.	I latticini e i formaggi freschi	» 377
12.2.7.	Il burro	» 382
12.2.8.	I formaggi e i latticini ovini	» 385
12.2.9.	I prodotti biologici	» 388

1. IL SISTEMA LATTE NEL 2021 E 2022

In questo capitolo si sintetizza il complesso quadro nazionale del “sistema latte”. Pertanto, come nelle precedenti edizioni di questo Rapporto, il primo paragrafo presenta la ricostruzione della catena del valore, con cui si propone una stima del valore della filiera del latte nazionale nel 2021 e la sua ripartizione tra i suoi differenti stadi. Nella seconda parte si illustrano in modo sintetico le principali determinanti del mercato nel 2021 e, ove è stato possibile, nel 2022.

1.1. La catena del valore nel 2021

Dopo la pandemia e gli sconvolgimenti a livello mondiale che ne sono derivati, nel 2021 l’economia mondiale ha ripreso a crescere con un nuovo slancio della domanda e una ritrovata vivacità degli scambi mondiali. La ripresa in Italia è stata anche più intensa rispetto alla media degli altri Paesi comunitari, con il PIL cresciuto del 6,6% (a fronte del +5% registrato nella media UE), grazie all’aumento dei consumi delle famiglie, al recupero degli investimenti e agli straordinari risultati ottenuti sul fronte dell’export.

Per quanto riguarda il settore agro-alimentare, nel 2021 la produzione industriale ha mostrato un incremento del +6% e sul fronte delle esportazioni è stato raggiunto il valore record di 52 miliardi di euro con un aumento del +11% rispetto al 2020. Anche in conseguenza delle progressive riaperture della ristorazione estera e della rimozione dei dazi negli Stati Uniti, le spedizioni all’estero di tutte le principali produzioni del *Made in Italy* hanno mostrato un’accelerazione e, in dettaglio, il comparto lattiero-caseario ha contribuito con un +17% in valore.

In generale, il mercato lattiero-caseario nazionale ha registrato una dinamica positiva nel corso del 2021, sostenuto oltre che dai soddisfacenti risultati ottenuti all’estero, anche da una ripresa delle richieste da parte

dell'Ho.Re.Ca. Nella fase all'ingrosso, la risalita dei prezzi ha interessato soprattutto i formaggi grana a denominazione (+20,4% per il Parmigiano Reggiano e +7,3% per il Grana Padano rispetto all'anno precedente), ma anche le materie grasse, in particolare il burro, i cui listini si sono quasi raddoppiati nel corso dell'anno sulla scia delle dinamiche continentali e delle maggiori richieste provenienti dall'industria nazionale.

Il riflesso positivo sulla fase a monte della filiera si è, tuttavia, concretizzato solo negli ultimi mesi dell'anno. I prezzi alla stalla del latte bovino si sono, infatti, mediamente attestati sui 38 euro/100 litri, evidenziando una crescita del 3,8% rispetto al 2020 (pari a circa 1,40 euro/100 litri in più rispetto a quanto percepito dagli allevatori l'anno precedente), a fronte di una ulteriore crescita della produzione nazionale di latte che, secondo i dati Agea riferiti all'anno solare, ha superato i 13 milioni di tonnellate (+3,3% rispetto al 2020). La maggiore disponibilità di materia prima nazionale ha scoraggiato le importazioni di latte in cisterna (-33% rispetto al 2020), comportando un progressivo miglioramento del grado di autoapprovvigionamento e una minore dipendenza dall'estero per il settore lattiero-caseario, con la conferma di un attivo della bilancia commerciale che ha toccato i 621 milioni di euro nel 2021.

Con l'obiettivo di ricostruire l'insieme complesso dei rapporti economici del settore produttivo nazionale si propone, quindi, una stima del flusso del valore del latte lungo la filiera.

La metodologia utilizzata¹ non ha subito cambiamenti significativi

1. L'elaborazione della catena del valore e la sua articolazione nelle varie fasi della filiera richiede l'elaborazione di dati provenienti da fonti diverse, nonché la stima di alcuni fattori - ad esempio il valore creato dal canale Ho.Re.Ca. - non riscontrabili in alcuna fonte ufficiale di dati. In particolare, nel canale ristorazione sono comprese realtà assolutamente diverse, che spaziano dalle mense aziendali o ospedaliere ai ristoranti stellati in cui i prodotti sono soggetti anche a più lavorazioni in quanto utilizzati come ingredienti; ne consegue che la determinazione del valore che si genera in questo flusso appare contrassegnata da un elevato grado di aleatorietà. La metodologia adottata prevede, inoltre, che il dato relativo al valore complessivo della produzione dell'industria lattiero-casearia in Italia non comprenda i prodotti importati che non entrano direttamente nel canale commerciale, ma passano preventivamente attraverso le imprese lattiero-casearie presenti sul territorio nazionale solo per la porzionatura, il confezionamento o altri tipi di condizionamento. L'obiettivo è, infatti, quello di stimare il valore generato dalla sola filiera nazionale, escludendo, quindi, le importazioni di prodotti finiti dal calcolo del valore del canale Ho.Re.Ca. e del retail.

Infine, per quanto riguarda la stima del valore generato dal canale retail si considerano solo gli acquisti effettuati dalle famiglie per il consumo domestico, escludendo per esempio il valore degli acquisti effettuati dai ristoratori, la cui quota è dirottata attraverso il canale della ristorazione collettiva. Tutto ciò risulta coerente con l'idea di fondo della stima

rispetto a quella degli anni passati, e, al fine di garantire la confrontabilità delle elaborazioni, le valutazioni relative al 2021 sono affiancate alla variazione percentuale rispetto al dato aggiornato dell'anno precedente (fig. 1.1).

Nel confronto tra il 2021 e il 2020, il valore finale prodotto dalla filiera lattiero-casearia nazionale, stimato in 34,6 miliardi di euro, è risultato in aumento (+8,3%), come effetto di un generalizzato miglioramento del valore generato in tutte le fasi.

In dettaglio, a monte della filiera, il valore totale della materia prima disponibile – sia nazionale sia importata – si è attestato a 6,3 miliardi di euro (+5,3% rispetto al 2020), recuperando quasi del tutto la contrazione registrata nell'anno precedente (-5,8% tra il 2020 e il 2019).

La componente industriale, che durante l'annata segnata dall'emergenza Covid aveva registrato una contrazione minore, ha recuperato nel 2021 un +2,5% del valore, da attribuire in misura preponderante alle performance dei formaggi a denominazione d'origine.

Per quanto riguarda la distribuzione finale, i risultati più performanti sono stati registrati nel canale Ho.Re.Ca., grazie alla totale riapertura delle attività, alla progressiva ripresa dei flussi turistici e al desiderio di ritrovare la convivialità e spazi di socialità al di fuori delle mura domestiche.

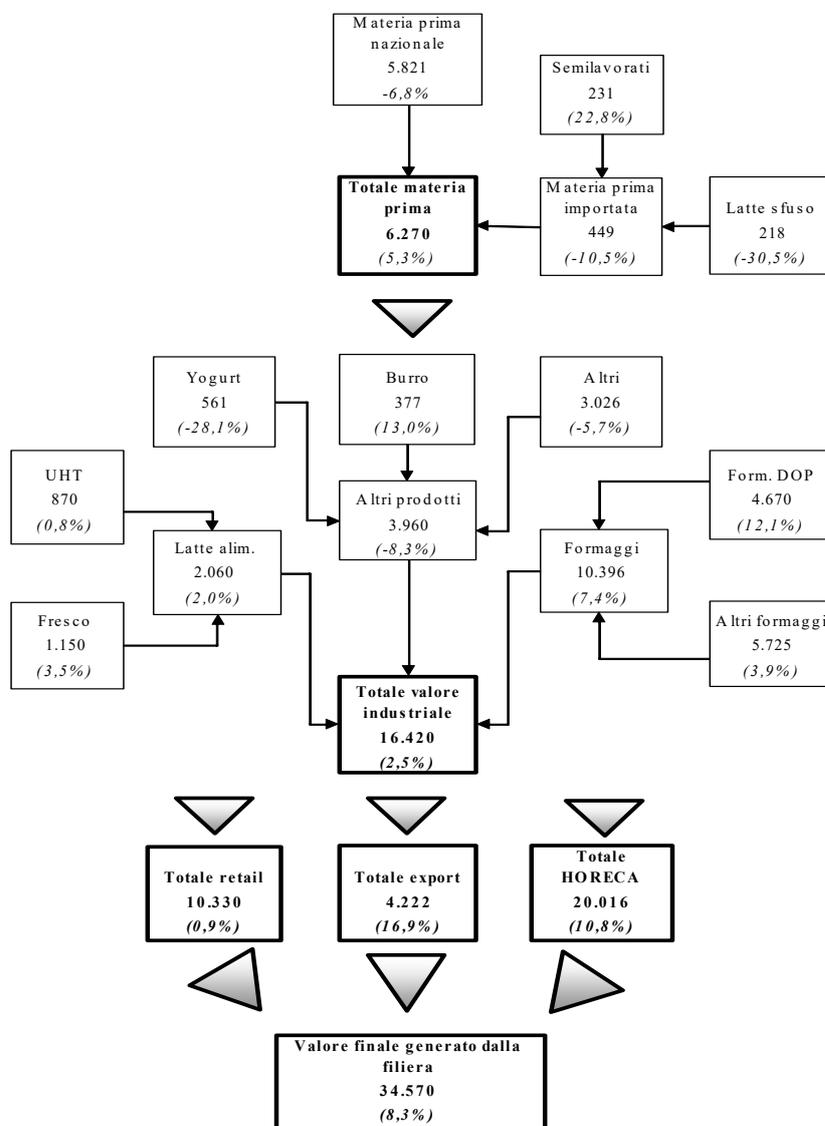
Dopo la straordinaria crescita registrata nell'anno precedente, nel corso del 2021 le vendite nel canale retail sono aumentate a un ritmo decisamente più rallentato, segnate da una forte contrazione dei volumi. Terminata la corsa all'accaparramento da parte delle famiglie italiane, spesso nei negozi di vicinato, e con il progressivo ritorno alla routine lavorativa si sono riconfermate molte delle dinamiche pre-pandemia: se da un lato sono ripresi gli acquisti di piatti pronti e di alimenti che richiedono tempi ridotti di preparazione, dall'altro sono rimasti fermi alcuni driver di scelta legati all'attenzione alla salute e al benessere personale, all'origine e alla qualità dei prodotti. Tuttavia, le famiglie hanno dovuto fare i conti con l'aumento dei prezzi (+1,9% in media nel 2021²), soprattutto per le utenze domestiche, e, tra ricerca delle promozioni e di punti vendita più convenienti e riduzione degli sprechi, la busta della spesa si è ridotta: in particolare, per latte e derivati, che rappresentano circa il 13% dello scontrino medio alimentare³,

proposta, che è quella di calcolare il valore finale generato dalla filiera ai prezzi al consumo o, nel caso dell'export, ai prezzi alla frontiera.

2. Indice generale nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività (NIC), al lordo dei tabacchi (Fonte: Istat).

3. Ismea, Report "Gli acquisti alimentari delle famiglie" n. 1/2022.

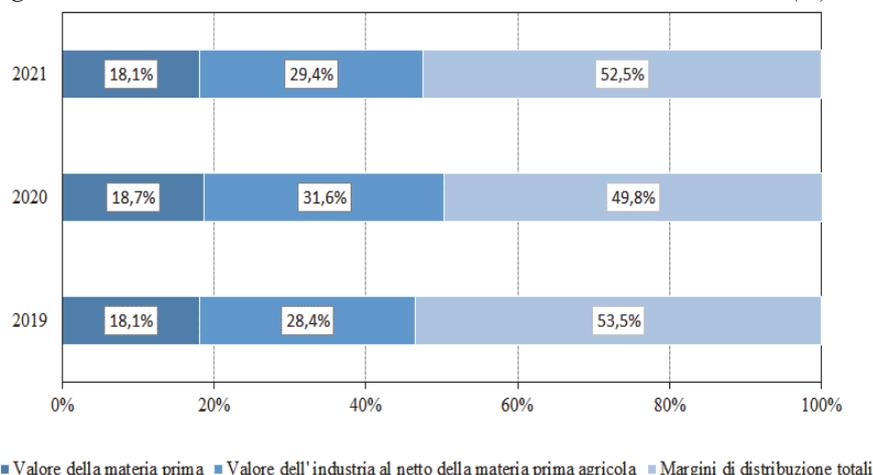
Fig. 1.1 - La catena del valore dei prodotti lattiero-caseari in Italia nel 2021 (milioni di euro)*



*Tra parentesi sono riportate le variazioni percentuali rispetto all'anno precedente.

Fonte: elaborazioni e stime Ismea su dati Ismea, Istat, Agea e Nielsen.

Fig. 1.2 - La catena del valore nel settore lattiero-caseario nel 2019-2021 (%)



Fonte: elaborazioni e stime su dati Ismea, Istat, Agea, Nielsen.

la contrazione dei volumi ha superato il 5%.

Molto importanti, come già anticipato, sono stati i risultati registrati dalle imprese lattiero-casearie sui mercati esteri, realizzando un valore di oltre 4,2 miliardi di euro, con un contributo di oltre l'87% da parte del segmento dei formaggi. La propensione all'export dei formaggi e latticini italiani è, infatti, progressivamente aumentata negli ultimi cinque anni, con oltre un terzo della produzione casearia nazionale indirizzata oltreconfine. L'Italia si è confermata nel 2021 il terzo esportatore mondiale di formaggi, dietro a Germania e Paesi Bassi. I primi due mercati di destinazione si confermano Francia e Germania, entrambi in forte crescita, e fondamentale per i risultati raggiunti nel 2021 è stato il recupero delle esportazioni verso gli USA, soprattutto in considerazione dell'ampiezza e potenzialità di crescita del mercato "a stelle e strisce". In calo, invece, il ruolo del Regno Unito, che anche a seguito del consolidamento della Brexit, nel 2021 è stato l'unico mercato a mostrare una flessione.

Considerando la ripartizione lungo le diverse fasi (fig. 1.2), oltre il 18% (al lordo dei costi di produzione) del valore complessivo prodotto dalla filiera è rappresentato dalla materia prima agricola (lievemente inferiore rispetto all'anno precedente), circa il 29% dalla trasformazione industriale (in contrazione rispetto all'anno precedente) e il restante 53% è costituito dai margini di distribuzione che si formano tra il cancello dell'azienda di trasformazione e l'acquisto da parte del cliente finale.

In sintesi, nel 2021:

- il valore totale del latte nazionale (vaccino, bufalino e ovicaprino) immesso nella filiera è stato pari a oltre 5,8 miliardi di euro, cui si aggiungono 450 milioni di euro di materia prima importata;
- il valore ai prezzi di fabbrica della produzione industriale nazionale immessa sul mercato è stato di poco più 16,4 miliardi di euro, cui devono aggiungersi 2,7 miliardi di euro di prodotti finiti importati; il valore industriale al netto della materia prima è stato, quindi, superiore a 10,1 miliardi di euro ovvero pari a 12,9 miliardi di euro se si includono le importazioni;
- i margini totali di distribuzione sono stimati in 18,1 miliardi di euro, registrando un incremento di oltre il 14% rispetto al 2020, da attribuire al recupero del canale Ho.Re.Ca. e alla ulteriore espansione delle esportazioni;
- in definitiva, il valore della materia prima nazionale si è accresciuto lungo la filiera di quasi il 500% arrivando al consumo finale al livello di 34,6 miliardi di euro.

Già a fine 2021, tuttavia si sono affacciati sullo scenario mondiale diversi fattori di rischio per la stabilità e la piena ripresa economica, quali il continuo incremento dei prezzi delle materie prime – soprattutto prodotti energetici –, la persistenza di ostacoli per la normalizzazione delle attività logistiche e di approvvigionamento (tra cui la carenza di semiconduttori e di alcune materie prime metalliche che hanno limitato la crescita della produzione in alcuni settori manifatturieri), il progressivo aumento della pressione inflazionistica e le crescenti tensioni geopolitiche sfociate a febbraio 2022 nell'invasione dell'Ucraina da parte della Russia. La guerra ha inevitabilmente aggravato la situazione internazionale delineando un vero e proprio scenario di crisi a livello globale, che ha reso sempre più incerte le prospettive economiche e finanziarie di imprese e famiglie.

1.2. Rapida crescita dei prezzi lungo tutta la filiera

1.2.1. Aumento in valore, ma calo in quantità degli acquisti domestici

Le restrizioni governative legate alla pandemia di Covid-19, che avevano caratterizzato gran parte del 2020 e del 2021, avevano determinato uno stravolgimento delle abitudini di acquisto delle famiglie. Le forti limitazioni

agli spostamenti sul territorio e la parziale chiusura dei punti di ristoro ridussero le opportunità di consumo di pasti fuori casa e, di conseguenza, erano considerevolmente aumentati gli acquisti di lattiero-caseari presso la GDO, in particolare per i prodotti a lunga conservazione e per gli ingredienti base nella preparazione di dolci e di altri alimenti di produzione domestica. Inoltre, le vendite presso gli ipermercati furono penalizzate, poiché sono strutture generalmente localizzate fuori dai centri cittadini. Il 2022 vede un parziale ritorno delle abitudini d'acquisto pre-pandemia, con una forte contrazione delle vendite degli ingredienti base e una ripresa degli acquisti presso gli ipermercati. A questo fatto si aggiunge anche un forte aumento dei prezzi, con un conseguente calo dei volumi venduti che ha colpito le categorie dei prodotti più costosi, ma che ne ha avvantaggiate altre, quali ad esempio i formaggi industriali.

Nel 2022 la spesa delle famiglie italiane per latte e derivati presenta un aumento consistente su base annua: +8,7%, per un valore pari a 13,5 miliardi di euro. Questo risultato, a differenza del periodo della pandemia Covid-19, è dovuto esclusivamente all'aumento dei valori unitari, 12,6%, poiché i volumi si sono contratti del 2,5%.

La spesa media annua a famiglia per i lattiero-caseari nel 2022 cresce di ben 43 euro, passando da 486,1 a 529,1 euro, di cui 25,1 euro solo per formaggi e latticini.

Scendendo nel dettaglio dei vari prodotti, per il latte *UHT* il trend negativo della spesa si interrompe, mostrando una crescita del 14,3% in valore, a fronte di una riduzione del 2,9% in quantità; situazione analoga per il *fresco*. Probabilmente a causa del caro-vita, si arresta la crescita dei più costosi latti arricchiti e aromatizzati, che si attesta a 7,2 litri per famiglia. La penetrazione arretra leggermente per il comparto latte, -0,2 punti percentuali, con l'*UHT* che passa dall'89,3% delle famiglie acquirenti sul totale Italia del 2021 all'89,0% del 2022. Cala anche l'indice di penetrazione del *fresco*, -0,2 punti percentuali dopo un calo di 2 punti nell'anno precedente.

Nel 2022 si osserva un calo della frequenza di acquisto per tutte le tipologie di latte alimentare ad eccezione del *fresco*. La percentuale delle famiglie che acquistano in promozione, cresce solo per l'*arricchito/aromatizzato*, +1,8 punti percentuali, ad indicare un probabile aumento della pressione promozionale.

Contemporaneamente la spesa per l'acquisto di yogurt cresce del 6,4% trainata dalla categoria *normale*, +8,5%. L'aumento, complessivamente, è dovuto all'impennata dei prezzi (+9,2%), poiché le quantità comprate diminuiscono. Crolla il consumo di yogurt *da bere*: in termini di quantità si registra una variazione del -7,9%. A livello di singola famiglia, l'acquisto

medio di yogurt cresce in termini di valore, ma non di volume. Aumenta significativamente la percentuale di famiglie acquirenti del comparto *da bere*, anche se calano le quantità per nucleo familiare.

La percentuale di famiglie che acquistano yogurt in promozione scende al 62,3%: per la categoria *normale*, 55%, per il *probiotico*, 22,2%, per quello *da bere*, 8,8% e per il *bicomparto*, 24,9%. L'indice di penetrazione aumenta lievemente giungendo al 92,3% trainato dalle categorie *da bere* e *normale*.

A causa del termine dell'epidemia di Covid-19 e alla conseguente eliminazione delle restrizioni, che nel 2020 e 2021 portarono gli italiani a dedicarsi alla preparazione di pasti a casa, i volumi di panna acquistati mostrano una flessione del 5,3%, con il comparto *panna fresca* che cede addirittura il 9,7%. Questa categoria mostra anche un marcato aumento del valore unitario pari al 13,2%.

La percentuale di acquirenti che acquistano in promozione la variante *fresca* scende al 5,6% (7,2% nel 2021), mentre passa dal 25,2% al 21,2% per l'*UHT*. Aumenta di 0,9 giorni l'intervallo di acquisto del comparto e le famiglie acquirenti si riducono, su base annua, del 2%. L'indice di penetrazione della variante *fresca* diminuisce del 2,1% e l'*UHT* dell'1,1%.

Nel 2022 la spesa per il burro mostra un balzo del 14,9%; anche in questo caso la spinta è data dall'aumento dei prezzi: +26,7% la crescita in termini di valori unitari a fronte del -9,3% in volume. L'indice di penetrazione decresce dell'1,6%, mentre gli acquirenti in promozione passano dal 39,8% al 33,0%.

Gli acquisti in quantità di formaggi e latticini diminuiscono del 2,5%, ma, a fronte dei forti rincari, in valore fanno registrare una variazione del +8,2%. Le uniche tipologie di formaggi che vedono praticamente invariate le quantità acquistate nonostante l'aumento del prezzo medio, sono quelli *a pasta dura* e gli *industriali*. Per i primi si riscontra anche un incremento dell'indice di penetrazione, un aumento delle famiglie acquirenti e una sostanziale tenuta degli acquisti in promozione.

Per quanto riguarda i gelati, la crescita tendenziale registrata nel 2022 è pari al 16,9% in valore e al -2,5% in volume; il valore unitario segna un incremento del 12,6%.

1.2.2. Nel 2022 il saldo con l'estero, positivo per il terzo anno consecutivo, risulta in decisa flessione

Nel 2022, secondo i dati Istat ancora provvisori, la bilancia commerciale del comparto lattiero-caseario si conferma positiva per un valore di quasi 30

milioni di euro. Mentre l'Italia ha sempre avuto una bilancia commerciale negativa per questo comparto, il punto di svolta è avvenuto nel 2020. In quell'anno la progressiva crescita delle esportazioni ed una sensibile contrazione dell'import, su cui ha pesato anche l'effetto Covid-19, hanno determinato per la prima volta il segno positivo della bilancia. Nonostante il recupero dei valori di importazione nel 2021 e nel 2022, l'avanzo di bilancio si è mantenuto positivo in entrambi questi anni grazie alla costante e decisa crescita degli introiti provenienti dall'export. Tuttavia, nel 2022 l'avanzo si è drasticamente ridotto a causa della forte crescita del prezzo medio implicito dei prodotti importati.

Guardando agli scambi in volume, permane una sostanziale dipendenza dall'estero per gli approvvigionamenti di lattiero-caseari. Tuttavia, anche in questo caso, il disavanzo – misurato in latte equivalente – è in progressiva contrazione. Nel 2020 la riduzione dell'import porta il disavanzo al di sotto dei 3 milioni di tonnellate. Questo disavanzo è poi ulteriormente diminuito nei due anni successivi; mentre le importazioni in volume non si sono più riportate sui livelli pre-Covid19, i flussi in uscita sono cresciuti costantemente. I minori volumi di importazione, insieme ad una maggiore produzione nazionale, hanno un effetto anche sul tasso di autoapprovvigionamento dell'Italia che cresce avvicinandosi all'86% nel corso del 2021.

Di seguito questi i fatti più rilevanti nel 2021 e 2022:

- il freno agli scambi commerciali posto dalla pandemia Covid-19 nel secondo e terzo trimestre del 2020 si è avuto soprattutto dal lato delle importazioni, con tutte le categorie merceologiche che mostravano un calo dei flussi in entrata. Tuttavia, per la maggior parte degli aggregati, l'import si è ripreso già nel 2021 con una ulteriore crescita nel corso del 2022. Diversamente, dal lato dell'export, il 2020 non ha mostrato particolari segni negativi nei flussi e la crescita è proseguita senza sosta anche nei due anni successivi;
- nel 2021 e 2022 le quantità esportate di formaggi Grana aumentano sia sui mercati dell'Unione Europea che verso il Nord America. Si conferma quindi il trend positivo più che decennale dei flussi verso questi mercati;
- il 2022 appare caratterizzato da un deciso aumento del prezzo medio implicito per la maggior parte dei prodotti lattiero-caseari scambiati;
- tra il 2020 ed il 2022 si assiste ad un dimezzamento dei volumi in entrata di latte liquido. Le importazioni sono diminuite sia per il latte sfuso che, in misura meno marcata, per il latte confezionato. I flussi di latte sfuso provenienti dalla Germania si sono ridotti di oltre il 70% in un triennio;

- la Brexit non ha avuto particolari implicazioni sull’export complessivo di lattiero-caseari verso il Regno Unito. Tuttavia, appare evidente l’effetto dal lato delle importazioni soprattutto per le polveri e concentrati di latte, i cui flussi vengono sostanzialmente azzerati dal 2021;
- non si registrano per il comparto lattiero-caseario effetti diretti derivanti dall’invasione russa in Ucraina. Infatti, gli scambi con la Russia erano già irrilevanti dal 2015.

Considerando i saldi in equivalente latte di ciascuna delle principali categorie di prodotti lattiero-caseari, nel 2022 contribuiscono alla formazione del deficit della bilancia lattiero-casearia italiana il latte liquido, i concentrati del latte, gli yogurt e lattici fermentati, mentre i formaggi – unica categoria ad avere un saldo positivo di rilievo – contribuiscono a ridurre il deficit complessivo. Il ruolo dei formaggi è evidente anche nel determinare l’avanzo commerciale in valore della bilancia lattiero-casearia italiana. Nel 2022 il saldo dei formaggi è un valore più che sufficiente per compensare i saldi delle altre categorie di lattiero-caseari che, ad esclusione del siero di latte, presentano deficit commerciali.

Altre voci attive del saldo commerciale sono i gelati; questi ultimi non sono comunque inclusi nella bilancia lattiero-casearia, in quanto il latte impiegato per la loro produzione assume solo un ruolo di ingrediente. I prodotti lattiero-caseari importati trovano diversi utilizzi: i concentrati del latte costituiscono gli input per l’industria mangimistica ed alimentare; il latte liquido è in prevalenza utilizzato come materia prima per l’industria del latte alimentare; i formaggi si rivolgono principalmente al consumo delle famiglie, anche se le cagliate (semilavorati destinati all’industria casearia nazionale) assumono un peso non trascurabile. Le esportazioni italiane, invece, sono per la maggior parte costituite da prodotti ad alto valore aggiunto destinati al consumo finale e, come già evidenziato, sono dominate dai formaggi.

1.2.3. Nell’estate 2021 ha inizio una crescita sempre più rapida dei prezzi

L’indice Ismea dei prezzi all’origine di *Latte e derivati*, con base 2010=100, dopo il minimo relativo a 94,3 del giugno 2016, inizia una nuova ripresa che prosegue, più o meno linearmente, fino a quota 119,1 del febbraio 2019; nei 7 mesi successivi l’indice si stabilizza intorno a 118; quindi a partire da ottobre evidenzia un vero e proprio crollo fino al nuovo minimo di 103,4 (valore che non si registrava dal novembre 2016) del luglio

successivo, per poi chiudere il 2020 a quota 110.

L'anno dopo l'incremento del secondo semestre è considerevole, tanto che l'indice raggiunge un nuovo massimo a 121,1 a dicembre, il che si traduce in un incremento di 6,4 punti percentuali. Il 2022, infine, appare caratterizzato da forti incrementi: +26,5 punti percentuali; in particolare a dicembre 2022 si registra il livello massimo di sempre a 160,5.

Tra gennaio 2011 e dicembre 2022 l'indice annuo di *Latte e derivati* presenta una fluttuazione media del 10,6% ed un tasso di crescita medio annuo pari al 2,2%.

Una conferma della marcata variabilità dei prezzi all'origine di *Latte e derivati* si ricava anche analizzando l'andamento delle quotazioni mensili del latte spot nazionale. Nel corso del 2019 queste quotazioni variano da 0,39 €/kg "reso" ad aprile fino a 0,46 €/kg "reso" di luglio e settembre. Complessivamente la media delle quotazioni del 2019 risulta superiore del 14,7% rispetto a quella dell'anno prima. Il 2020, invece, si caratterizza per valori inferiori a 0,40 €/kg "reso" da marzo e per tutto il resto dell'anno, con un minimo a 0,32 €/kg "reso" ad aprile e un massimo di 0,37 €/kg "reso" pressoché costante da giugno a dicembre.

Il 2021 fa registrare un valore medio di 0,36 €/kg "reso" nel primo semestre e poi un'impennata da luglio a dicembre che chiude a 0,49 €/kg "reso". Complessivamente il 2021 si chiude con un incremento del 9,4% rispetto all'anno precedente. Segue un 2022 in impennata: già a giugno si raggiungono i 0,61 €/kg "reso" e si chiude l'anno a dicembre con 0,65 €/kg "reso", toccando il picco massimo per il periodo considerato ad ottobre (0,68 €/kg "reso").

Secondo le rilevazioni mensili dei prezzi medi all'origine rilevati da Ismea per alcuni dei più significativi prodotti lattiero-caseari nazionali, nel 2021 si rilevano incrementi positivi rispetto all'anno precedente in particolar modo per Parmigiano Reggiano (+17,0%) e Grana Padano (+6,8%); non è da meno il burro che segna un +43,5%. I prezzi degli altri principali prodotti rimangono pressoché costanti durante tutto l'anno su valori molto simili alla media dell'anno precedente. Nel 2022, invece, si rilevano considerevoli incrementi per tutti i prodotti: il Grana Padano con un valore medio di 8,57 €/kg registra un incremento pari al 16,2%, il Parmigiano Reggiano con un valore medio di 10,76 €/kg segna un +2,7%; tutti gli altri prodotti evidenziano incrementi superiori al 10,0% ed infine, il burro un aumento del 54,4% raggiunge i 4,36 €/kg.

Nel 2021, il valore medio unitario annuo pagato dalle famiglie per l'acquisto del latte si attesta a 1,09 €/litro, in aumento del 2,1% rispetto ai due anni precedenti, mentre nel corso del 2022 subisce un ulteriore

incremento del 14,4%, attestandosi ad un valore medio di 1,24 €/litro. All'interno di questo aggregato, il *Latte fresco* e il *Latte UHT* fanno registrare forti aumenti nel 2022 rispetto all'anno precedente (rispettivamente +10,5% e +17,7%), mentre il *Latte arricchito/aromatizzato* è quello con l'incremento più contenuto (+0,7%).

Per gli yogurt fino al 2019 prosegue la stagnazione già in atto da anni; si assiste poi ad un recupero sia nel 2020 (+1,7%), che nel 2021 (+2,8%) e soprattutto nel 2022 (+9,0%). Al suo interno, le tipologie "*intero*" e "*magro*" registrano nell'ultimo anno gli incrementi maggiori (+10,9% e +9,9%), quello "*da bere*" e il "*bicomparto*" evidenziano una crescita rispettivamente del 6,1% e dell'8,9%, mentre il "*probiotico*" chiude l'anno con un incremento dell'1,9%.

Per quanto riguarda la *panna*, dopo la flessione nel 2020 e nel 2021, nel corso del 2022 i valori recuperano e superano ampiamente quelli del 2018, arrivando a 5,52 €/kg con una crescita del 13,3%; all'interno del comparto le tipologie "*fresca*" e "*UHT*" registrano andamento simile (rispettivamente +14,1% e +13,5%).

Il valore medio unitario del *burro* dopo la flessione evidenziata nel 2019 (-3,2%) e 2020 (-3,2%) e la stagnazione del 2021, subisce un brusco aumento nel 2022 (+26,8%), toccando il valore massimo del periodo pari a 10,47 €/kg.

Il comparto *formaggi e latticini* evidenzia nel 2019 un lieve rialzo (+1,4%) su base annua, per poi rimanere pressoché stabile nel 2020; quindi, anche in questo caso, segue un aumento prima modesto (+0,9%) nel 2021 e poi forte nel 2022 (+10,9%). In particolare nell'ultimo anno considerato, l'incremento più forte si evidenzia per il comparto dei formaggi a "*pasta semidura*" (+14,56%), "*freschi*" (+12,1%), "*industriali*" (+10,3%) e a "*pasta molle*" (+9,8%).

1.2.4. Migliora la redditività degli allevamenti

Secondo i dati RICA-CREA-PB sugli allevamenti bovini da latte in Italia, la SAU media delle aziende supera i 51 ettari, per oltre la metà condotti in affitto; le unità lavorative sono pari a 2,53, per quasi tre quarti composte da manodopera familiare. Le unità di bestiame (UBA) allevate sono pari a 144, per l'86% composte da bovini: questi ultimi sono pari mediamente a 155 capi, di cui 76 vacche in produzione, 62 capi da rimonta e 17 da ingrasso.

Il latte mediamente prodotto per azienda ammonta a 538 t/anno,

corrispondenti ad una resa di 7 t/vacca. Nel corso dell'ultimo triennio sono aumentate sia la consistenza media, sia la produzione di latte, mentre le rese appaiono stabili. L'ultimo dato da segnalare è la riduzione della quantità di lavoro necessaria per produrre una tonnellata di latte, passata da 10,6 a 10,3 ore nel corso del triennio.

Il costo medio di produzione del latte e il ricavo medio, composto dal valore del latte e dai premi forniscono un'indicazione di massima, poiché derivano da situazioni aziendali fortemente diversificate, a livello sia strutturale, sia di efficienza tecnica, sia di destinazione del latte.

Per il 2022 il costo totale per 100 kg, IVA compresa, risulta pari a 61,55 euro, in netto incremento sia sul 2021, pari a 9,03 euro e al 17,2%, sia sul 2020, pari a 11,92 euro e al 24%. Rispetto al 2021 i costi espliciti sono aumentati del 20,6%, attestandosi a 52,14 euro, mentre i costi calcolati sono cresciuti solo dell'1,3%. Il valore medio del latte nel 2022 risulta pari a 63,48 euro/100 kg, con un incremento del 19,8% sull'anno precedente. L'entità media dei premi è in lieve calo e pari nel 2022 a 3,70 euro/100 kg, di cui 2,62 derivano dal pagamento unico aziendale disaccoppiato e 0,70 euro/100 kg dai premi accoppiati zootecnici. I ricavi unitari sono globalmente incrementati rispetto al 2021 di 10,49 euro/100 kg, pari al 18,5%.

In media nazionale, tenendo conto dei premi, nel 2022 si registra un profitto medio di 5,63 euro/100 kg, superiore agli anni precedenti. Il valore medio 2022 appare, tuttavia, risultante da situazioni molto variegata e dal peso determinante delle grandi aziende: infatti, mentre il 72,5% del latte prodotto genera un utile, esso è stato ottenuto solo nel 38,2% degli allevamenti.

La redditività dell'attività dell'allevamento bovino nel 2022 è migliorata rispetto all'anno precedente essenzialmente per un incremento dei ricavi superiore a quello dei costi. Il reddito netto senza premi è cresciuto del 16,2%, passando da 9,76 a 11,34 euro/100 kg, mentre il reddito netto unitario effettivo (comprensivo dei premi) è aumentato dell'11,7%, da 13,46 a 15,04 euro/100 kg. Il reddito di lavoro familiare è passato da 16,48 a 19,03 euro/ora. L'incidenza dei premi sul reddito netto è passata dal 29,4% del 2020 al 27,5% nel 2021 e si attesta al 24,6% nel 2022, risultando quindi essenziale per garantire la redditività della produzione.

Nel 2022 la redditività appare, quindi, in miglioramento. Prosegue però la fase, iniziata nel lontano 2007, caratterizzata da oscillazioni dei prezzi del latte e dei derivati, da un lato, e dei costi delle materie prime alimentari ed energetiche, dall'altro; oscillazioni che producono continui mutamenti nella redditività della produzione e, di conseguenza, rendono necessari frequenti

adattamenti di breve periodo, ma che, in assenza di prospettive chiare, portano a rinviare le decisioni sugli investimenti e provocano la cessazione dell'attività delle aziende marginali.

Nell'ultimo anno la dinamica delle voci di costo si è presentata fortemente disomogenea, ma con un incremento per tutte le diverse categorie: il maggiore incremento riguarda gli oneri per gli alimenti acquistati, aumentati del 31,5%, più significativo l'aumento per i foraggi (+47,7%) e meno per i mangimi (+29,2%); i costi di produzione degli alimenti aziendali sono, invece, aumentati del 19,3%, le spese varie di allevamento del 34,4%; le spese generali dell'1,4%, e quelle per l'uso dei terreni dell'1%; le quote di ammortamento sono incrementate globalmente dell'11,3%, dato derivante da un aumento maggiore per i fabbricati; il costo del lavoro è, invece, cresciuto globalmente del 2,3%: a fronte del 2% del costo del lavoro familiare, si registra un aumento del 3,2% per quello salariato; gli interessi calcolati sul capitale agrario sono scesi dello 0,1%, in relazione alla riduzione dei tassi di interesse passivi. Le imposte indirette (IVA) sono aumentate, in linea con l'incremento dei ricavi, nella misura del 20,2%, ma nell'ultimo triennio si posizionano a livelli molto bassi, grazie al mantenimento al 10% dell'aliquota di compensazione per il latte.

Analizzando la distribuzione dei costi tra le diverse categorie per l'ultimo quadriennio, le voci più rilevanti appaiono, come sempre, i costi di alimentazione, passati dal 42,8% del 2019 al 51,1% nel 2022, e il costo del lavoro, la cui quota è scesa dal 21,4% del 2019 al 16,5% del 2022. Per quanto riguarda le altre categorie, le spese generali e fondiari pesano per circa il 13% sul costo totale, mentre le quote di ammortamento sono circa il 6%; gli interessi sul capitale agrario sono scesi sotto il 5%, mentre le imposte sono stabili allo 0,5%. Infine, le spese varie di allevamento sono incrementate e pari per il 2022 all'8,3%. Paragonando i dati per il quadriennio si nota un forte incremento percentuale dei costi variabili, che costituiscono circa il 65% degli oneri totali a fronte del 57% del 2019.

La frazione dei costi espliciti sul costo totale appare crescente ed è prossima all'85%; invece il rapporto tra il reddito netto con premi ed i ricavi totali, pari al 32,5% nel 2019, è decisamente calato negli ultimi tre anni, scendendo al 22,4% nel 2022. L'ultima osservazione sui dati medi del periodo analizzato riguarda il fatto che durante l'ultimo biennio si sono verificate differenti dinamiche nei prezzi dei fattori produttivi: osservando l'andamento degli indici dei costi complessivi e di quelli delle principali categorie, si nota il forte incremento del costo degli alimenti acquistati, con una impetuosa crescita nel corso del 2022. Il costo degli alimenti prodotti presentava un lieve trend di crescita, ma è anch'esso decisamente aumentato

nel 2022. Le spese varie mostrano un andamento regolarmente crescente sino ad inizio 2022, seguito da una esplosione nel corso del 2022, dovuta agli oneri energetici; il costo del lavoro, categoria che cresceva maggiormente sino a fine 2020, appare solo in lieve crescita negli ultimi mesi. Ciò ha portato durante l'ultimo triennio a oscillazioni sia dell'indice generale sia di quello dei consumi intermedi, con una crescita iniziata nel corso del 2021 e un vero e proprio balzo nel 2022.

1.2.5. Cresce la concentrazione territoriale della produzione di latte in Italia

Per campagna di commercializzazione, che va dal 1° luglio di ogni anno al 30 giugno dell'anno successivo, dopo due campagne consecutive caratterizzate da forti incrementi (+2,9% nel 2016/17 e +4,0% nel 2017/18), che portano la produzione commercializzata del nostro Paese – vale a dire “consegne” più “vendite dirette” – da 11,73 a 12,55 milioni di tonnellate, segue prima un 2018/19 in lieve flessione (-1,1%) e poi ancora tre campagne in decisa crescita (rispettivamente +3,1%, +4,8% e +2,5%), che fanno salire la produzione commercializzata nel 2021/22 a 13,7 milioni di tonnellate, la più alta di tutti i tempi. Su base anno civile la variazione delle sole consegne di latte in Italia è pari a +3,3% nel 2016, +3,7% nel 2017, +1,1% nel 2018, + 0,3% nel 2019, +4,1% nel 2020 e +3,5% nei primi 10 mesi, +3,6% nel 2021 e -0,7% nel 2022.

In Italia prosegue il processo di concentrazione territoriale della produzione di latte. Durante la campagna di commercializzazione che si è conclusa il 30 giugno scorso, nelle 8 regioni settentrionali del Paese risultano localizzati oltre i cinque sesti (86,3%) della produzione commercializzata nazionale di latte vaccino e tale quota supera i nove decimi (91,4%) se si restringe l'analisi alle sole aree di pianura.

Alla Lombardia spettano oltre i due quinti della produzione nazionale: il 44,4% nel 2021/22 contro il 38,9% di 17 campagne prima; in particolare sono le tre province orientali (nell'ordine Brescia, Cremona e Mantova) tutte con una produzione commercializzata complessiva superiore a un milione di tonnellate per campagna. In seconda linea si collocano i produttori in attività nelle province di Lodi, Bergamo e Milano con quantità comprese tra le 555 e le 349 mila tonnellate, mentre per la produzione di latte assumono un ruolo minore, anche se in taluni casi non meno importante per l'economia locale, le province di Pavia, Sondrio, Varese, Como, Lecco e Monza e Brianza.

Risulta superiore al milione di tonnellate la produzione commercializzata

dagli allevatori di altre tre regioni, nell'ordine: Emilia-Romagna (2,3 milioni di tonnellate), Piemonte (1,2 milioni di tonnellate) e Veneto (1,2 milioni di tonnellate). Anche in queste tre regioni la localizzazione della produzione appare concentrata in alcune aree ben delimitate, ovvero nelle quattro province occidentali in Emilia-Romagna (per ordine di importanza: Parma, Reggio Emilia, Modena e Piacenza), nelle province di Cuneo e Torino in Piemonte, ove sono localizzati oltre i cinque sesti della produzione regionale, e nelle tre province nord-occidentali in Veneto (nell'ordine: Vicenza, Verona e Padova).

Nell'ultima campagna ammonta a 408 mila tonnellate di latte vaccino la produzione commercializzata da 4.512 allevamenti della provincia di Bolzano, mentre è pari a 157 mila tonnellate la produzione commercializzata di Udine: sono queste le province lattiere più importanti, rispettivamente, del Trentino-Alto Adige e del Friuli V.G. Del tutto insignificante si presenta il peso, sul totale nazionale, dei produttori di latte vaccino della Liguria (63 stalle, localizzate per oltre la metà in provincia di Genova) e della Valle d'Aosta, anche se, ovviamente, in quest'ultima regione la zootecnia da latte, con una produzione di 44 mila tonnellate, distribuita su 639 allevamenti, assume un ruolo di primaria importanza per l'economia dell'intera vallata.

Al Centro-Sud del Paese e nelle due isole maggiori, anche nel corso dell'ultima campagna, assume un discreto peso solo la produzione di alcune province laziali (Roma e Latina con rispettivamente 115 e 92 mila tonnellate di produzione), campane (Caserta e Salerno con una produzione complessiva di 129 mila tonnellate), pugliesi (Bari e Taranto con una produzione pari, rispettivamente, a 226 e 162 mila tonnellate), siciliane (Ragusa con 170 mila tonnellate) e sarde (Oristano con 175 mila tonnellate). Le 1.319 tonnellate per campagna e per stalla riscontrate nell'ultima campagna in Lombardia, ma anche le 882 dell'Emilia-Romagna, le 738 della Sardegna, le 682 del Piemonte e le 495 del Veneto sono quantità particolarmente significative. Tuttavia, questi livelli produttivi assumono valori ancor più degni di nota, se l'analisi viene condotta a livello provinciale; infatti, nel corso dell'ultima campagna la produzione media per azienda supera le 1.500 t/anno nelle province di Cremona (2.273 t), Lodi (2.210 t), Pavia (1.761 t), Ravenna (1.559 t) e Alessandria (1.509 t). Di contro, se si esclude la provincia di Prato dove non ci sono stalle di vacche da latte, la produzione media aziendale si ferma a 0,4 tonnellate per campagna nell'unica stalla ubicata in provincia di Imperia e risulta comunque inferiore alle 50 tonnellate in altre 6 province: Savona, La Spezia, Lucca, Trapani, Messina e Ogliastra.

La produzione nazionale di latte vaccino dopo la fine delle quote latte

(campagna 2014/15) aumenta soprattutto nelle regioni più vocate e si ristruttura in modo consistente: a livello nazionale nella campagna terminata il 30 giugno scorso il latte commercializzato ammonta, come già anticipato, a 13,7 milioni di t ed è stato realizzato da 24.748 aziende agricole. Rispetto al 2014/15, ultima campagna di applicazione delle quote latte, la produzione nazionale cresce del 20,8%, mentre il numero dei produttori cala del 25,0%. Di conseguenza, la produzione per azienda e per campagna aumenta del 61,1%, passando in sole sette campagne da 345 a 555 t.

L'aumento percentuale della produzione complessiva si concentra soprattutto in Lombardia, e più in particolare nelle province di Pavia (+33,6%), Brescia (+32,1%), Cremona (+31,0%), Mantova (+28,6%) e Bergamo (+27,7%). Di conseguenza tra il 2014/15 e il 2021/22 il contributo della Lombardia alla produzione nazionale di latte sale dal 41,5% al 44,4%.

Significativa è anche la crescita della produzione dell'Emilia-Romagna, pari al 25,8%; è determinata soprattutto dagli aumenti messi a segno dagli allevatori delle province di Piacenza (+33,1%), Modena (+29,4%), Reggio Emilia (+25,7%) e Parma (+23,1%); cresce del 73,0% anche la produzione di Rimini, ma il suo contributo alla produzione regionale è del tutto insignificante. Sale dal 16,7% al 17,2% il contributo dell'Emilia-Romagna alla produzione nazionale. Contemporaneamente cresce, dall'8,6% al 9,1% il contributo del Piemonte, che vede incrementare la sua produzione del 22,6% e diventa il terzo produttore del Paese: sopravanza infatti per la prima volta il Veneto, ove la produzione nello stesso periodo aumenta solo dell'8,5% e di conseguenza il suo peso sulla produzione nazionale scende dal 9,9% al 9,1%.

Significativo, nonostante la flessione evidenziata nella campagna terminata il 30 giugno scorso, è anche l'aumento di produzione, rispetto al 2014/15, di tre regioni meridionali: Puglia (+27,3%), Calabria (+23,4%), e Basilicata (+20,0%). Di contro, durante le ultime sette campagne, al Nord cala solo la produzione commercializzata della Liguria, che evidenzia un vero e proprio crollo (-40,6%), mentre al Centro-Sud la flessione interessa ben 6 regioni su 12: Umbria (-2,3%), Abruzzo (-2,5%), Lazio (-4,8%), Campania (-6,4%); Molise (-11,3%) e Marche (-21,2%); peraltro la crescita resta piuttosto modesta in altre tre regioni: Sardegna (+1,0%), Toscana (+1,1%) e Sicilia (+10,0%).

2. LO SCENARIO INTERNAZIONALE

Il 2022 si è caratterizzato per una forte crescita dei prezzi lattiero-caseari, iniziata già nella seconda parte del 2021 soprattutto per le commodity, che nel corso del 2022 ha toccato il massimo e poi, dopo i mesi centrali, ha iniziato un'inversione. I formaggi hanno avuto una dinamica più contenuta ma, a differenza di burro e polveri, hanno visto i loro prezzi crescere per tutto l'anno. La reazione produttiva si è concretizzata in un aumento che, seppure inferiore alla media del quinquennio, ha comunque ridato fiato dopo la pausa del 2021, anche grazie ad una ripresa delle consistenze di bovine in diversi paesi emergenti. In Europa la produzione ha avuto un leggero aumento, compensando la stabilità nei paesi membri storici con un certo incremento nei nuovi paesi membri, nel quadro di una riduzione uniformemente distribuita della mandria lattiera.

2.1. La situazione del mercato mondiale

2.1.1. *L'evoluzione della produzione*

In base ai dati ancora provvisori forniti dalla FAO, nel 2022 la produzione mondiale ha recuperato sensibilmente rispetto al rallentamento del 2021: pur mantenendo un sensibile distacco rispetto al +2-3% degli anni più vicini, la crescita dell'ultimo anno sarebbe così pari a quasi quattro volte quella dell'anno precedente (tab. 2.1). Per il 2023 si prevede un raffreddamento della crescita, che si dovrebbe situare sotto l'1%, dato che le tendenze espansive in Asia e in America settentrionale e centrale saranno parzialmente compensate da riduzioni in Sud America, Africa e Oceania, con una stagnazione prevista in Europa.

Le dinamiche più significative si osservano nei grandi produttori asiatici. Il latte prodotto in India, dopo una battuta d'arresto nel 2021, ha ripreso a

Tab. 2.1 - Produzione di latte di tutte le specie nei principali paesi produttori, dal 2017 al 2022 (.000 tonnellate) ⁽¹⁾

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	var. % '22/21	var. % '21/20	var. % media annua '22/17
India	176.287	187.978	198.671	210.193	208.984	218.485	+4,5%	-0,6%	+4,4%
UE-27	155.219	156.739	158.283	160.282	159.775	160.044	+0,2%	-0,3%	+0,6%
USA	97.787	98.713	99.109	101.317	102.655	103.496	+0,8%	+1,3%	+1,1%
Pakistan	52.482	53.949	55.957	57.782	59.666	61.160	+2,5%	+3,3%	+3,1%
Cina	35.046	35.478	36.793	39.222	41.707	44.501	+6,7%	+6,3%	+4,9%
Brasile	34.577	35.203	36.256	36.807	36.664	35.475	-3,2%	-0,4%	+0,5%
Russia	30.179	30.606	31.354	32.219	32.333	32.971	+2,0%	+0,4%	+1,8%
Turchia	20.700	22.121	22.960	23.504	23.200	21.563	-7,1%	-1,3%	+0,8%
Nuova Zelanda	21.462	21.947	21.786	21.871	21.886	21.053	-3,8%	+0,1%	-0,4%
Regno Unito	15.267	15.311	15.215	15.229	15.221	15.357	+0,9%	-0,1%	+0,1%
Messico	11.987	12.226	12.494	12.784	13.075	13.333	+2,0%	+2,3%	+2,2%
Argentina	10.098	10.527	10.340	11.113	11.553	11.557	+0,0%	+4,0%	+2,7%
Uzbekistan	10.005	10.416	10.662	10.930	11.243	11.413	+1,5%	+2,9%	+2,7%
Canada	8.969	9.219	9.210	9.331	9.466	9.403	-0,7%	+1,4%	+1,0%
Australia	9.016	9.289	8.795	8.797	8.858	8.288	-6,4%	+0,7%	-1,7%
Bielorussia	7.321	7.345	7.394	7.765	7.847	7.894	+0,6%	+1,1%	+1,5%
Giappone	7.277	7.289	7.314	7.438	7.592	7.617	+0,3%	+2,1%	+0,9%
Ucraina	10.520	10.064	9.663	9.264	8.714	7.307	-16,1%	-5,9%	-7,0%
Iran	7.701	7.531	7.534	8.364	7.852	7.216	-8,1%	-6,1%	-1,3%
Colombia	7.481	7.362	6.825	7.071	6.789	7.205	+6,1%	-4,0%	-0,8%
altri paesi	306.999	320.953	332.472	348.821	346.707	359.644	+3,7%	-0,6%	+3,2%
Mondo	844.910	867.394	886.059	914.476	918.163	932.077	+1,5%	+0,4%	+2,0%

(1) 2022, stime OMPZ.

Fonte: Elaborazioni e stime OMPZ su dati FAO, Eurostat, USDA e fonti nazionali.

crescere vigorosamente, accompagnandosi ad un deciso aumento delle consistenze di vacche e bufale, che per il secondo anno consecutivo ha superato i due punti e mezzo percentuali (tab. 2.2). Peraltro, si stima che già nella seconda parte dell'anno la produzione sia stata frenata dalla diffusione della dermatite globulare contagiosa (LSD), una malattia virale che non comporta una significativa mortalità degli animali ma li indebolisce e riduce la produttività; per questo, si prevede che la crescita produttiva del 2023 subirà un rallentamento.

Lo sviluppo produttivo in Cina è stato ancor più marcato di quello indiano, risultando dall'effetto combinato di una crescita delle consistenze e un miglioramento delle rese nelle grandi aziende lattiere costituite in base alla "Dairy Revitalization Strategy" avviata nel 2018. Per il 2023 si prevede un'ulteriore crescita della produzione, che potrebbe andare tra il +4% previsto dall'USDA

Tab. 2.2 - Consistenze di vacche da latte nei principali paesi produttori, dal 2017 al 2022 (.000 capi) ⁽¹⁾

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	var. % '22/21	var. % '21/20	Var. % media annua '22/17
Nordamerica									
USA	9.406	9.398	9.337	9.392	9.448	9.410	-0,4%	+0,6%	+0,0%
Messico	6.550	6.550	6.500	6.550	6.600	6.650	+0,8%	+0,8%	+0,3%
Canada	945	970	968	972	980	972	-0,8%	+0,8%	+0,6%
Sudamerica									
Argentina	1.672	1.640	1.598	1.610	1.562	1.546	-1,0%	-3,0%	-1,6%
Brasile	16.262	16.300	16.500	16.400	16.646	16.896	+1,5%	+1,5%	+0,8%
Asia									
Cina	7.000	6.200	6.100	6.150	6.200	6.400	+3,2%	+0,8%	-1,8%
Giappone	735	731	730	715	726	737	+1,5%	+1,5%	+0,1%
India ⁽²⁾	54.000	52.482	54.600	56.450	58.000	59.500	+2,6%	+2,7%	+2,0%
Europa									
Un.Europea (27)	21.409	21.029	20.766	20.522	20.213	20.074	-0,7%	-1,5%	-1,3%
Russia	7.080	6.815	6.711	6.615	6.495	6.430	-1,0%	-1,8%	-1,9%
Ucraina	2.170	2.078	1.970	1.789	1.722	1.450	-15,8%	-3,7%	-7,7%
Bielorussia	1.502	1.500	1.498	1.485	1.480	1.475	-0,3%	-0,3%	-0,4%
Oceania									
Australia	1.512	1.525	1.440	1.385	1.365	1.335	-2,2%	-1,4%	-2,5%
Nuova Zelanda	4.861	4.993	4.946	4.922	4.904	4.875	-0,6%	-0,4%	+0,1%
Totale 14 paesi	135.104	132.211	133.664	134.957	136.341	137.750	+1,0%	+1,0%	+0,4%

(1) 2022, dati provvisori.

(2) Inclusive le bufale.

Fonte: Elaborazioni e stime OMPZ su dati Eurostat e USDA.

e il +6,5% stimato dalla FAO, che verosimilmente porterà ad un calo delle importazioni di latte in polvere, mentre la fine delle rigide restrizioni per il Covid, nella primavera del 2023, porterà verosimilmente ad un aumento delle importazioni di formaggi e burro. Il terzetto delle superstar asiatiche è completato dal Pakistan: nel loro insieme da questi tre paesi esce oltre un terzo del latte mondiale. Qui l'aumento produttivo nel 2022 è stato in certa misura rallentato dalle inondazioni, che hanno comportato tra l'altro un certo calo delle consistenze di vacche.

A parte questi tre paesi, l'unico produttore rilevante in cui si è osservata nel 2022 una crescita della produzione superiore alla media mondiale è stata la Colombia, dove peraltro il dato rilevato superiore al +6% costituisce in larga misura un recupero rispetto alla riduzione dell'anno precedente, e in ogni caso non è bastato a riportare la quantità prodotta sopra quella di cinque

anni prima. Per contro, sono ben sei i paesi, tra i primi venti, dove si osserva un calo della produzione superiore al 3%, tra i quali si segnala per ovvi motivi il crollo del latte prodotto in Ucraina. Oltre al martoriato paese dell'Est Europa, riduzioni intense si osservano nei due grandi paesi dell'Oceania, Australia e Nuova Zelanda, in due paesi Asiatici, Turchia e Iran, e in un paese sudamericano, il Brasile.

Le riduzioni produttive in Australia e Nuova Zelanda derivano dalla combinazione di elementi strutturali, contingenti e di natura climatica: in Australia alla riduzione della mandria lattiera legata ad una progressiva riduzione della redditività si è sommata una netta crescita del costo degli input, la scarsa disponibilità di manodopera e la siccità in alcune aree del paese. Il costo degli input ha inciso meno sulla produzione neozelandese, più estensiva, mentre hanno pesato il peggioramento della qualità dei pascoli conseguente alle piogge scarse e la riduzione delle importazioni cinesi che si sono ripercosse sul prezzo delle commodity lattiere: il *Global Dairy Trend price index*, a cui il prezzo all'origine in Nuova Zelanda è strettamente legato, dopo aver toccato una punta sopra i 1.590 punti in marzo 2022, è sceso successivamente fino ai 1.060 punti della seconda metà di dicembre.

Turchia e Iran sono stati toccati, in modo diverso, dall'aumento dei costi degli input: mentre per la prima questo si è ripercosso in un assottigliamento del margine prezzo-costi, in Iran la politica statale di supporto al settore ha comportato quasi un raddoppiamento del prezzo del latte, che è arrivato nel corso dell'anno all'equivalente di 2,8 US\$/kg; la conseguenza è stata un'accelerazione nel calo dei consumi che prosegue da diversi anni e un blocco delle esportazioni verso i paesi della regione. L'aumento dei costi, non tanto dei prodotti per l'alimentazione animale quanto piuttosto di carburanti, impianti e macchinari e lavoro, è anche alla base della riduzione della profittabilità della produzione di latte in Brasile, anche se il dato sul calo produttivo in questo caso non è concorde con l'aumento della consistenza della mandria lattiera. Nei paesi rimanenti si osserva un discreto aumento produttivo in Messico, dove l'aumento della domanda interna spinge per una crescita sia del numero di lattifere che della resa, e in Russia che, dopo il punto di minimo del 2016, mostra una produzione in crescita soprattutto a seguito del miglioramento strutturale e gestionale delle aziende, che si accompagna ad una graduale riduzione del numero di vacche da latte.

Il quadro di sintesi delle tendenze produttive di medio-lungo periodo per continente e area geografica è dominato dalla crescita produttiva dei paesi asiatici, che mette in ombra quanto avviene in tutte le altre aree del globo (tab. 2.3). Dal continente asiatico proveniva nel 2012 il 37,4% del latte mondiale mentre, stando alle ultime statistiche, dopo dieci anni ne fornisce il 43,8%:

Tab. 2.3 - Produzione di latte di tutte le specie per aree geografiche, 2012 e 2022
(.000 tonnellate) ⁽¹⁾

	2012	2022	var % 2022/12	% su Mondo 2012	% su Mondo 2022
Africa	48.874	53.722	+9,9%	6,5%	5,9%
- di cui:					
Nord Africa	17.820	17.488	-1,9%	2,4%	1,9%
Africa Sub-Sahariana	31.054	36.234	+16,7%	4,1%	3,9%
Asia	282.782	402.026	+42,2%	37,4%	43,8%
- di cui:					
Medio Oriente e Asia Centrale	44.557	44.825	+0,6%	5,9%	4,9%
Asia Orientale	47.127	54.988	+16,7%	6,2%	6,0%
Asia Sud Orientale e Meridio- nale	191.097	302.214	+58,1%	25,3%	32,9%
America	179.373	198.563	+10,7%	23,8%	21,6%
- di cui:					
Nord America	99.008	112.121	+13,2%	13,1%	12,2%
Centro e Sud America	80.365	86.442	+7,6%	10,6%	9,4%
Europa	215.509	233.087	+8,2%	28,5%	25,4%
- di cui:					
Unione Europea	141.781	159.872	+12,8%	18,8%	17,4%
Resto Europa	73.728	73.215	-0,7%	9,8%	8,0%
Oceania	28.632	30.765	+7,4%	3,8%	3,4%
Mondo	755.170	918.163	+21,6%	100,0%	100,0%

(1) 2022, stime OMPZ.

Fonte: Elaborazioni e stime OMPZ su dati FAO.

l'incremento della produzione asiatica è stato del 3,58% medio annuo negli ultimi 10 anni, praticamente il quadruplo rispetto al +0,89% registrato nel resto del pianeta. Il dato medio mondiale, pari al +21,6% complessivo nel decennio, è in effetti pesantemente influenzato proprio dalla performance in Asia, e senza questo continente si ridurrebbe ad un modesto +9,3%. Peraltro, l'Asia stessa non è da questo punto di vista omogenea: si va da una sostanziale stazionarietà della produzione nella sua parte centro-occidentale, che comprende i paesi che vanno dalle steppe delle ex-repubbliche sovietiche asiatiche alla penisola araba e alla costa orientale del Mediterraneo, a un incremento vicino al 60% nella parte sud-orientale e meridionale del continente, che include la fascia che da Indonesia e Indocina arriva all'Iran, passando per India e Pakistan. Più contenuto, ma comunque nettamente superiore all'insieme dei continenti non asiatici, è l'aumento dell'Asia Orientale, comprendente Cina, Giappone, le due Coree e Mongolia, con una media superiore a un punto e mezzo percentuale per anno.

Al di fuori del continente che ha la leadership sia nella quantità prodotta che nella sua crescita, emergono differenze tutto sommato limitate negli sviluppi decennali, andando dal +1,0% medio annuo delle Americhe al +0,7% dell'Oceania, tuttavia con situazioni eterogenee all'interno dei continenti. In Africa al lieve declino della produzione lattiera nei paesi mediterranei (che nella classificazione Faostat includono anche il Sudan) si contrappone una discreta dinamica nell'Africa sub-sahariana, dove si segnalano tra gli altri l'incremento superiore al 60% della produzione della Tanzania e quello poco sopra il 30% del Kenya. A sua volta il continente americano mostra il dualismo tra la dinamica del Nord rispetto a quella della parte centro-meridionale, frenata dai cali di paesi come Cile ed Ecuador, e dalla staticità dell'Argentina. Infine, in Europa è netta la differenza tra l'Unione Europea a 27 e il resto del continente, dove si osservano cali vistosi, oltre che in Ucraina, anche in Bosnia-Erzegovina, Albania, Moldavia e nella stessa Svizzera.

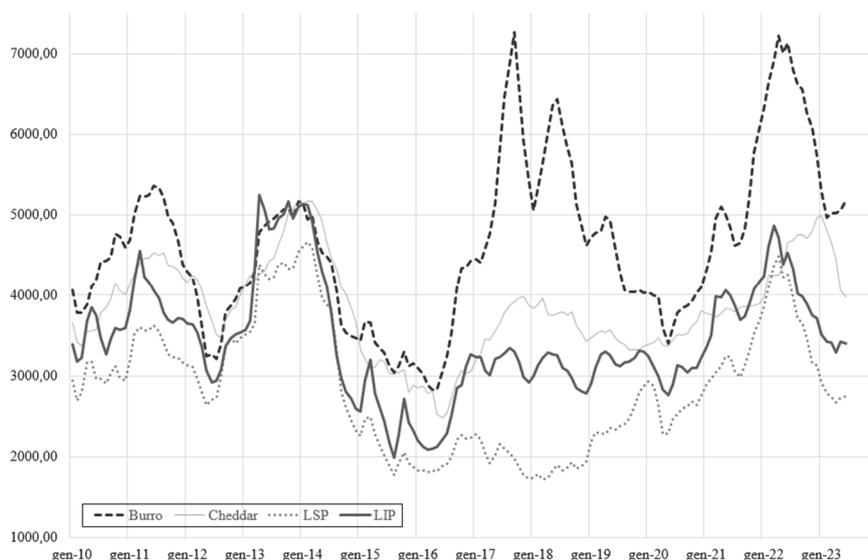
2.1.2. *L'andamento dei prezzi mondiali*

Una valutazione dei prezzi internazionali dei principali prodotti lattiero-caseari è ottenuta dalla FAO mediando, con un'opportuna ponderazione, le quotazioni all'export della UE con quelle della Nuova Zelanda; solo per il Cheddar si assume come indicatore dello stato dei listini all'export la quotazione del solo paese oceanico (fig. 2.1).

Il burro è, all'interno di questo gruppo, da sempre il prodotto che mostra le oscillazioni di prezzo più marcate, ma questa instabilità si è decisamente accentuata negli ultimi sette anni. L'impennata osservata tra la primavera del 2016 e l'estate del 2017, seguita dal ritorno nei ranghi fino alla primavera del 2020, ha accomunato questo prodotto a diverse *commodity* agricole, dai cereali ai semi oleosi; tra l'apice in settembre 2017 e il minimo in maggio 2020 vi è stato un calo del 53%, e in quest'ultimo mese la quotazione è arrivata ad appena 3.400 euro per tonnellata. Ma il mercato a questo punto era ben lontano dall'aver ritrovato la stabilità: una crescita del prezzo del 112% in poco meno di due anni, con una media di 166 €/t in più al mese, lo ha portato, in aprile 2022, oltre quota 7.200 €/t, praticamente eguagliando il massimo storico di quasi cinque anni prima. Il crollo successivo è stato non meno repentino: nei dieci mesi fino a febbraio 2023 la riduzione media è stata di 225 euro al mese, complessivamente superando il 31%. Ne è poi seguito di lì a metà anno un accenno di ripresa, che potrebbe rappresentare l'inizio di una fase di fluttuazioni meno drastiche.

La valutazione del latte scremato in polvere aveva mantenuto, nei primi sei anni del decennio scorso, un certo equilibrio con quella del burro, restan-

Fig. 2.1 - Prezzi internazionali FOB dei principali prodotti lattiero-caseari, da gennaio 2010 a giugno 2023 (US\$ per tonnellata)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati FAO.

dovi sempre al disotto con valori che, per il 55% delle osservazioni mensili tra gennaio 2010 e dicembre 2015, si sono collocate tra il -65% e l'85% di quelle del precedente prodotto. Nei quattro anni successivi la sua dinamica è stata meno aleatoria di quella del burro: la deviazione standard dei prezzi del burro tra gennaio 2016 e dicembre 2019 è stata pari al 23% della loro media, mentre per il latte scremato in polvere non supera appena il 13%. La tendenza in questo periodo è stata praticamente opposta a quella dell'altra principale *commodity* lattiera, avendo toccato il suo momento di minimo in marzo 2018 e recuperando successivamente: tra gennaio 2016 e marzo 2018 vi è stato un calo del 6,4%, contro un aumento dell'82% del burro, mentre da lì a dicembre 2019 ha subito una crescita del 68% contro un calo del 29% per il burro. Per contro negli ultimi tre anni e mezzo le due serie hanno ritrovato la loro concordanza: dopo un calo del 21% del prezzo della polvere scremata nei primi quattro mesi del 2020 ha fatto seguito una fase di forte crescita con un +97% fino a maggio 2022, temporaneamente interrotta da una flessione fra maggio ed agosto 2021; tra aprile 2022 e aprile 2023 l'evoluzione si è invertita e la quotazione ha perso il 40% del suo valore, accennando poi ad un principio di recupero fino a metà anno.

Il latte intero in polvere ha mostrato, nel periodo 2016-2019, un'evoluzione differente da entrambi i precedenti prodotti, mentre si è anch'esso allineato a partire dal 2020. Infatti, dopo una fase di crescita nel corso 2016 (+41% tra dicembre 2015 e 2016), si è avuta nel successivo triennio una "stabilità oscillatoria", tra 2.800 e 3.300 €/t. Come anticipato, da gennaio 2020 il suo andamento ricalca da vicino quello del prodotto scremato: calo del 16% nei primi cinque mesi del 2020, crescita poi del 76% fino a marzo 2022, toccando in questo mese, dopo una breve inversione tra maggio ed agosto 2021, il massimo di circa 4.870 €/t, ancora riduzione fino ai 3.280 euro di aprile 2023 (-33%) e piccolo recupero nei due mesi successivi.

Il Cheddar, rispetto alle polveri di latte, ha seguito più da vicino il burro nella fase di instabilità tra il 2016 e il 2019. Dai quasi 2.900 euro per tonnellata di fine 2015 il suo prezzo è salito fino a lambire i 4.000 euro in novembre 2017 (+38% in 23 mesi), ripiegando poi fino a poco più di 3.300 euro tra settembre e novembre 2019. L'evoluzione successiva è invece stata peculiare poiché la crescita, iniziata in dicembre 2019, è andata oltre la primavera 2022 degli altri prodotti e si è invece protratta fino a gennaio 2023, arrivando a 4.986 €/t (+50% in tre anni e due mesi), iniziando a quel punto la flessione che ha fatto perdere il 20% in cinque mesi.

2.2. Il mercato dell'Unione Europea

2.2.1. Le consistenze e la produzione di latte

La mandria lattiera comunitaria aveva interrotto il tendenziale ridimensionamento negli anni appena precedenti l'uscita dalle quote: la decisione di diversi produttori di prepararsi alla liberalizzazione aveva infatti fatto passare le bovine da 21,41 milioni nel 2012 a 21,65 nel 2015; la crescita nel triennio era quindi stata dell'1,1%. Successivamente, dopo un anno di stabilità, il numero di vacche allevate ha ripreso a calare: già il 2017 si collocava sotto il 2015 di 1,1 punti percentuali. La tendenza alla riduzione è proseguita anche negli anni successivi: nel quinquennio 2017-2022 il calo medio annuo è stato dell'1,4% (tab. 2.4).

Un'analisi della dinamica di medio termine mostra esiti diversificati tra i 27 paesi dell'Unione, con 6 casi in cui la consistenza del 2022 supera quella del 2017. A parte i "piccoli" Cipro e Lussemburgo, a crescere di più in termini assoluti è l'Irlanda, che amplia il suo patrimonio lattiero del 12,4%, ossia il 2,4% medio annuo, con un aumento di quasi 170 mila vacche da latte, realizzatosi negli anni senza soluzione di continuità. Al di là del caso irlandese,

Tab. 2.4 - Consistenza delle vacche da latte nella UE, dal 2017 al 2022, rilevazione al 1° dicembre (.000 capi)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	var. % '22/21	var. % media annua '22/17
Austria	543,42	532,87	524,07	524,78	526,46	550,55	+4,6%	+0,3%
Belgio	519,16	529,25	537,96	537,94	537,25	543,68	+1,2%	+0,9%
Bulgaria	260,78	244,36	226,69	241,94	230,34	212,84	-7,6%	-4,0%
Cipro	30,16	31,88	35,02	39,49	38,92	38,22	-1,8%	+4,9%
Croazia	139,00	136,00	130,00	110,00	102,00	79,00	-22,5%	-10,7%
Danimarca	575,00	570,00	563,00	565,00	559,00	556,00	-0,5%	-0,7%
Estonia	86,40	85,20	85,00	84,30	83,70	83,74	+0,0%	-0,6%
Finlandia	270,64	263,64	258,94	255,62	248,53	243,17	-2,2%	-2,1%
Francia	3596,84	3554,23	3490,81	3405,68	3322,03	3230,86	-2,7%	-2,1%
Germania	4199,01	4100,86	4011,67	3921,41	3832,72	3809,72	-0,6%	-1,9%
Grecia	97,00	95,00	86,00	90,00	91,30	80,50	-11,8%	-3,7%
Irlanda	1343,30	1369,10	1425,76	1456,05	1505,27	1510,31	+0,3%	+2,4%
Italia	2040,11	1939,48	1875,72	1871,27	1844,37	1865,00	+1,1%	-1,8%
Lettonia	150,36	144,47	138,41	136,04	131,20	127,76	-2,6%	-3,2%
Lituania	272,80	256,20	240,90	232,90	225,20	224,18	-0,5%	-3,8%
Lussemburgo	52,12	53,00	54,15	54,23	54,57	55,33	+1,4%	+1,2%
Malta	6,14	6,23	6,12	6,06	5,87	6,12	+4,3%	-0,1%
Paesi Bassi	1665,00	1552,00	1590,00	1569,00	1554,00	1570,00	+1,0%	-1,2%
Polonia	2152,90	2214,10	2166,90	2125,70	2035,20	2037,28	+0,1%	-1,1%
Portogallo	238,63	235,47	234,23	232,75	230,02	221,54	-3,7%	-1,5%
Cechia	365,46	358,60	361,43	357,01	362,35	356,65	-1,6%	-0,5%
Romania	1175,40	1158,20	1138,80	1121,90	1081,90	1075,60	-0,6%	-1,8%
Slovacchia	129,86	127,87	125,85	122,05	120,07	116,91	-2,6%	-2,1%
Slovenia	108,83	102,71	100,84	99,21	100,92	93,25	-7,6%	-3,0%
Spagna	823,39	816,69	812,87	810,74	808,86	809,99	+0,1%	-0,3%
Svezia	323,44	313,05	301,38	304,40	299,60	297,67	-0,6%	-1,6%
Ungheria	244,00	239,00	243,00	246,60	280,90	277,90	-1,1%	+2,6%
UE-14	14468,21	14181,99	14083,49	13909,60	13790,86	13695,05	-0,7%	-1,1%
UE-N13	6940,94	6847,47	6682,03	6612,47	6421,69	6378,72	-0,7%	-1,7%
UE-27	21409,15	21029,46	20765,52	20522,07	20212,55	20073,77	-0,7%	-1,3%

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Eurostat.

incrementi rilevanti della mandria si osservano in Ungheria, dove tra l'altro si registra il maggior incremento relativo, dove il numero di lattifere aumenta nel quinquennio di circa 34 mila capi, in gran parte attribuibili al 2021, e in Belgio con circa 25 mila capi, mentre più modesta è la crescita in Austria.

Gli anni a cavallo dell'uscita dal regime delle quote avevano segnato una differenza tra i paesi della "vecchia" UE a 14 e quelli che vi sono entrati nel secolo presente, con aumenti più rilevanti per i primi negli anni immediatamente precedenti al 2015 e riduzioni moderatamente più contenute appena dopo. Gli anni più recenti hanno però prodotto una limatura di queste differenze, come mostra il fatto che tra i sette paesi che hanno subito cali medi annui nell'ultimo quinquennio inferiori alla media comunitaria dell'1,3% ve ne sono tre storici (Danimarca, Paesi Bassi e Spagna) e quattro nuovi (Polonia,

Cechia ed Estonia e Malta). Proprio la Polonia ha un ruolo di primo piano nel limitare la riduzione della mandria in quelli che un tempo si definivano i PECO, dato che per altro verso vi sono sei paesi che hanno cali superiori al 3% medio annuo e, a parte la Grecia, tutti si localizzano ad Est dei confini della vecchia Unione: si tratta in primo luogo della Croazia, che analogamente ad altri paesi entrati in anni recenti nell'Unione sta subendo lo shock della spinta alla modernizzazione del suo sistema lattiero, ed inoltre di Slovenia, Bulgaria, Lettonia e Lituania.

Il 2022 ha visto un rallentamento nella contrazione della mandria europea, probabilmente perché la fase calante dei prezzi nella seconda parte dell'anno ha ridotto l'interesse per la rimonta. Nell'intera Unione Europea, ed in entrambe le sue due sub-aree, non si è andati oltre un -0,7%, con punte in negativo, oltre alla Croazia, nella vicina Slovenia e in Bulgaria per i "nuovi" paesi membri, e in due paesi del Sud della UE, Grecia e Portogallo.

Nel 2021 le consegne di latte nei paesi della UE-27 avevano mostrato una leggera riduzione, facendo seguito a cinque anni in continua crescita; la flessione peraltro non era avvenuta in modo omogeneo nel territorio dell'Unione, dovendosi attribuire in sostanza alla sua parte storica. Nel 2022 vi è stata una leggera inversione, in realtà quasi una stabilità sui livelli precedenti; nel complesso le quantità ritirate dalle latterie sono ammontate a quasi 145 milioni di tonnellate, di cui 119 milioni nel gruppo dei 14, esattamente in linea con il 2021, e i restanti 26 milioni nei tredici nuovi paesi membri, dove invece i quantitativi sono cresciuti di sette decimi di punto percentuale (tab. 2.5). In assoluto i cali più consistenti, che contribuiscono a questa stabilità, si riscontrano in Francia e in Spagna, con quantitativi abbastanza vicini tra loro, ma che ovviamente hanno una ben diversa incidenza percentuale. La Spagna, in effetti, è uno dei nove paesi che hanno segnato un calo superiore al 2%, accompagnandosi con Finlandia, Grecia e Portogallo fra i 14 paesi storici, oltre a Croazia, Slovenia, Bulgaria e Ungheria, oltre a Cipro. Dal lato degli incrementi si segnalano a Est la Polonia, che con una crescita di 294 mila tonnellate segna un +2,4%, e a Ovest i Paesi Bassi e il Belgio e l'Austria, con incrementi quantitativi rispettivamente pari a quasi i due terzi e circa la metà del dato polacco.

I dati del 2021 e 2022 non hanno cambiato il segno positivo dell'andamento quinquennale, anche qui più sensibile ad est della linea Oder-Neisse, benché la crescita percentuale più forte, a parte il dato cipriota, si riscontri in Irlanda. Polonia, Ungheria, Romania, Bulgaria ed Estonia hanno tutte tassi di crescita medi annui attorno al 2%, mentre nell'Europa dei 14, a parte l'Irlanda, solo il Belgio arriva a tale soglia e l'Italia si ferma poco sotto. Nel campo

Tab. 2.5 - Consegne di latte nella UE, dal 2017 al 2022 (.000 tonnellate)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	var. % '22/21	var. % media annua '22/17
Austria	3.190	3.183	3.140	3.137	3.154	3.248	+3,0%	+0,4%
Belgio	4.025	4.179	4.288	4.431	4.381	4.513	+3,0%	+2,3%
Bulgaria	579	643	652	681	665	648	-2,5%	+2,3%
Cechia	2.979	3.033	3.073	3.192	3.129	3.173	+1,4%	+1,3%
Cipro	216	228	239	272	298	287	-3,8%	+5,8%
Croazia	477	453	436	434	429	405	-5,4%	-3,2%
Danimarca	5.506	5.615	5.615	5.666	5.644	5.664	+0,4%	+0,6%
Estonia	727	748	763	788	799	800	+0,1%	+1,9%
Finlandia	2.366	2.354	2.330	2.362	2.272	2.216	-2,5%	-1,3%
Francia	24.597	24.623	24.618	24.683	24.316	24.164	-0,6%	-0,4%
Germania	31.937	32.491	32.442	32.552	31.942	31.947	+0,0%	+0,0%
Grecia	603	621	633	653	666	643	-3,4%	+1,3%
Irlanda	7.480	7.813	8.226	8.542	9.021	9.090	+0,8%	+4,0%
Italia	11.902	12.071	12.086	12.556	13.042	12.992	-0,4%	+1,8%
Lettonia	832	781	785	791	813	811	-0,2%	-0,5%
Lituania	1.403	1.367	1.358	1.360	1.349	1.363	+1,1%	-0,6%
Lussemburgo	374	395	-	-	-	-	-	-
Malta	41	40	41	42	40	39	-1,4%	-1,0%
Paesi Bassi	14.296	13.881	13.802	13.987	13.687	13.869	+1,3%	-0,6%
Polonia	11.646	11.953	12.183	12.465	12.521	12.816	+2,4%	+1,9%
Portogallo	1.848	1.867	1.901	1.922	1.920	1.854	-3,4%	+0,1%
Romania	1.028	1.120	1.125	1.132	1.128	1.135	+0,6%	+2,0%
Slovacchia	826	817	814	832	824	823	-0,1%	-0,1%
Slovenia	579	571	564	580	589	575	-2,3%	-0,1%
Spagna	7.028	7.117	7.251	7.450	7.477	7.321	-2,1%	+0,8%
Svezia	2.817	2.760	2.704	2.773	2.782	2.765	-0,6%	-0,4%
Ungheria	1.545	1.535	1.576	1.626	1.739	1.700	-2,2%	+1,9%
UE-14	116.122	117.102	117.136	119.186	118.779	118.827	+0,0%	+0,5%
UE-N13	24.726	25.156	25.510	25.721	25.848	26.035	+0,7%	+1,0%
UE-27	140.848	142.258	142.646	144.907	144.627	144.862	+0,2%	+0,6%

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Eurostat.

negativo si segnala la Croazia, per le ragioni già citate, mentre una riduzione media annua poco sopra l'1%, a parte Malta, si osserva in Finlandia, che nell'ultimo biennio è arretrata significativamente.

2.2.2. La produzione di derivati del latte

Il dato di maggior rilievo che emerge dall'analisi della produzione di derivati del latte nella UE è la crisi, accentuatasi negli anni più recenti, del latte alimentare (tab. 2.6). Diverse ragioni, tutte legate alla domanda, concorrono a determinare questo andamento: la generale riduzione della natalità, il cambia-

Tab. 2.6 - Produzione dei principali prodotti lattiero-caseari nella UE, dal 2017 al 2022 (.000 tonnellate) ⁽¹⁾

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	var. % '21/20	var. % '22/21	var. % media 2017-22
Latte alimentare	23.767	23.342	23.359	23.808	23.099	22.637	-3,0%	-2,0%	-1,0%
Latti fermentati	7.867	7.907	7.663	7.723	7.640	7.617	-1,1%	-0,3%	-0,6%
Burro	2.135	2.246	2.223	2.265	2.328	2.364	+2,8%	+1,5%	+2,1%
Formaggio	8.548	8.714	8.733	8.779	8.994	9.152	+2,4%	+1,8%	+1,4%
Latte scremato in polvere	1.434	1.406	1.444	1.398	1.425	1.464	+1,9%	+2,7%	+0,4%
Latte intero in polvere	630	662	690	648	652	661	+0,7%	+1,3%	+0,9%

(1) 2022, dati provvisori.

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Eurostat e Commissione Europea.

mento delle abitudini alimentari e, soprattutto negli anni a noi più vicini, le notizie negative che in modo acritico riguardano questo prodotto nei mezzi di comunicazione. In misura meno netta, il fenomeno riguarda anche yogurt e altri latti fermentati.

L'approssimarsi della fine del regime delle quote, con l'allentamento graduale dei vincoli produttivi e la corsa di parte dei produttori europei a rafforzare la propria posizione in vista di un mercato più aperto, si era tradotto in un mix produttivo nel quale era aumentato il peso delle commodity, interrompendo la tendenza che si era osservata particolarmente nel primo decennio del nostro secolo a spostare la trasformazione del latte soprattutto verso l'uso caseario. In anni più vicini, però, si nota un ritorno alle tendenze precedenti: tra il 2017 e il 2022 è infatti aumentata dell'1,4% medio annuo la produzione di formaggi e del 2,1% quella del burro, mentre per il latte in polvere scremato ed intero ci si ferma rispettivamente allo 0,4% e 0,9%.

Andando in dettaglio sulla produzione di burro per singolo paese, si osserva che la crescita di un punto e mezzo percentuale nel 2022 riguarda principalmente l'Europa dei 13 nuovi paesi membri, mentre il contributo degli ultimi arrivati è positivo; per contro l'anno precedente, quando l'aumento era stato più consistente, esso aveva riguardato in primo luogo i componenti storici dell'Unione (tab. 2.7).

Il burro nella UE si produce per l'86% nei 14 paesi membri storici, e in particolare da quattro di questi, più la Polonia, esce quasi il 70% del totale dei 27. I due "pesi massimi", Germania e Francia, che nell'insieme forniscono il 39% del burro (ma era il 45% cinque anni prima), hanno entrambe una crescita nel 2022 inferiore alla media comunitaria, e sia pure in grado diverso, una dinamica negativa nel quinquennio. Al contrario Irlanda e Polonia, che aggiungono un ulteriore 22% della produzione UE, hanno segni positivi in tutto l'ultimo quinquennio, con l'eccezione proprio del 2022 per l'Irlanda: la cre-

Tab. 2.7 - Produzione di burro (incluso butteroil) nella UE, dal 2017 al 2022 (.000 tonnellate) ⁽¹⁾

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	var. % '22/21	var. % media '22/17
Austria	33,3	33,9	36,1	36,4	35,9	37,9	+5,7%	+2,6%
Belgio-Lussemburgo	49,0	58,2	65,0	64,7	112,4	122,8	+9,3%	+20,2%
Bulgaria	1,0	0,9	1,1	1,1	1,1	1,0	-5,5%	+1,2%
Cechia	29,4	28,1	26,1	24,6	27,4	28,0	+2,0%	-1,0%
Cipro	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	-	-
Croazia	3,8	3,9	4,6	3,7	4,4	3,6	-20,0%	-1,6%
Danimarca	93,1	158,5	159,8	183,0	188,8	198,8	+5,3%	+16,4%
Estonia	5,1	5,1	4,3	4,9	5,1	-	-	-
Finlandia	63,2	64,2	61,8	59,9	61,0	62,7	+2,8%	-0,2%
Francia	444,0	434,2	412,7	417,4	419,2	417,5	-0,4%	-1,2%
Germania	509,5	506,9	488,1	474,9	490,7	497,3	+1,4%	-0,5%
Grecia	1,2	1,3	1,5	2,1	2,3	2,6	+12,7%	+16,5%
Irlanda	223,7	237,8	250,8	264,7	275,6	269,2	-2,3%	+3,8%
Italia	95,9	95,4	91,2	97,5	94,0	92,3	-1,9%	-0,8%
Lettonia	6,9	7,2	4,7	3,2	3,3	3,4	+3,1%	-13,4%
Lituania	14,9	17,7	15,0	14,2	14,3	15,2	+6,0%	+0,4%
Malta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-
Paesi Bassi	236,0	248,0	248,0	247,0	229,5	220,7	-3,8%	-1,3%
Polonia	187,8	204,4	213,7	222,7	224,5	243,4	+8,4%	+5,3%
Portogallo	32,3	30,8	32,0	31,1	30,5	31,9	+4,6%	-0,3%
Romania	11,2	11,9	12,1	10,9	8,9	-	-	-
Slovacchia	8,9	9,0		10,1	10,1	11,1	+10,1%	+4,4%
Slovenia	2,3	2,4	2,7	2,6	2,5	2,6	+3,5%	+3,1%
Spagna	42,5	45,3	51,2	51,0	48,7	49,8	+2,4%	+3,2%
Svezia	40,3	41,0	40,2	37,6	38,4	38,7	+0,8%	-0,8%
Ungheria	6,0	8,2	9,0	9,4	8,6	9,2	+6,5%	+8,9%
UE-14	1.864,0	1.955,4	1.938,5	1.967,2	2.026,8	2.042,2	+0,8%	+1,8%
UE-N13	271,4	290,6	284,2	298,0	301,6	322,2	+6,8%	+3,5%
UE-27	2135,3	2246,1	2222,7	2265,2	2328,4	2364,4	+1,5%	+2,1%

(1) 2022: dati provvisori e stime OMPZ.

Fonte: Elaborazioni e stime OMPZ su dati Eurostat e CSO-Ireland.

scita media annua arriva a superare il 5% nel caso polacco e si avvicina al 4% in quello irlandese.

Diversamente dai precedenti il quinto grande produttore, ossia l'Olanda, ha ripreso il processo precedente all'uscita dalle quote di riduzione della produzione di burro a vantaggio di quella di formaggio, per cui i quantitativi di burro nell'ultimo quinquennio sono costantemente decrescenti, ad un tasso medio dell'1,3% mentre sono in fortissimo aumento i quantitativi di burro che escono dalle cremerie belghe e danesi; nel complesso in moderato calo è infine l'evoluzione osservata in Finlandia e in Italia, benché nel nostro paese si osservi un calo significativo nell'ultimo biennio.

A confronto con gli sbalzi osservati per il burro, la produzione europea di formaggio è cresciuta abbastanza regolarmente negli ultimi anni, con un ral-

lentamento nel 2019 e 2020 e per il resto incrementi poco superiori al tasso medio annuo di variazione, che dal 2017 al 2022 è pari all'1,4%, ma dietro questa regolarità si celano situazioni disparate per i diversi paesi produttori (tab. 2.8). In primis, mentre nella UE a 14 tale variazione media quinquennale è pari all'1,3% annuo, essa diventa dell'1,9%% per i 13 paesi ultimi arrivati; questi peraltro contribuiscono alla produzione complessiva solo per il 15,5%.

Come per il burro, anche nel comparto caseario la produzione è fortemente concentrata: sono tre i paesi che hanno storicamente una quota produttiva superiore al 10%, ossia nell'ordine Germania, Francia e Italia, benché i forti incrementi degli anni recenti abbiano portato Paesi Bassi e Polonia rispettivamente a superare ed avvicinare tale soglia. Questi cinque paesi arrivano

Tab. 2.8 - Produzione di formaggio da latte vaccino nella UE, dal 2017 al 2022 (000 tonnellate) ⁽¹⁾

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	var. % '22/21	var. % media '22/17
Austria	183,0	193,1	199,7	199,9	203,3	204,1	+0,4%	+2,2%
Belgio-Lussemburgo	95,7	104,3	110,8	107,0	104,9	103,7	-1,1%	+1,6%
Bulgaria	67,7	69,0	76,4	80,9	89,8	90,9	+1,2%	+6,1%
Cechia	123,0	141,7	145,0	130,8	134,3	151,1	+12,5%	+4,2%
Cipro	2,1	2,4	2,7	2,8	3,0	2,4	-18,9%	+3,5%
Croazia	33,6	35,7	34,5	30,8	33,4	31,4	-6,2%	-1,4%
Danimarca	391,3	428,0	450,5	452,0	457,0	467,7	+2,3%	+3,6%
Estonia	43,1	43,3	44,4	44,8	47,3	-	-	-
Finlandia	88,4	83,8	-	-	-	-	-	-
Francia	1.782,1	1.743,6	1.744,5	1.728,0	1.729,7	1.683,4	-2,7%	-1,1%
Germania	2.236,5	2.232,6	2.215,3	2.244,7	2.296,2	2.353,5	+2,5%	+1,0%
Grecia	26,9	20,5	24,0	20,7	20,8	23,6	+13,5%	-2,6%
Irlanda	207,1	206,1	219,9	225,4	278,4	285,4	+2,5%	+6,6%
Italia	1.086,1	1.103,6	1.129,1	1.169,7	1.186,0	1.212,6	+2,2%	+2,2%
Lettonia	38,4	38,6	46,4	47,4	50,5	51,9	+2,8%	+6,2%
Lituania	101,0	97,5	99,6	101,1	97,9	100,6	+2,8%	-0,1%
Malta	-	-	-	-	-	-	-	-
Paesi Bassi	845,0	888,0	874,0	880,0	921,9	970,6	+5,3%	+2,8%
Polonia	772,0	805,2	839,9	854,8	867,2	893,3	+3,0%	+3,0%
Portogallo	59,0	61,7	64,3	62,6	67,8	64,9	-4,3%	+1,9%
Romania	69,1	73,7	77,1	81,6	82,8	-	-	-
Slovacchia	31,0	33,4	35,5	37,7	38,4	-	-	-
Slovenia	15,2	15,2	16,6	16,2	15,8	15,6	-1,5%	+0,5%
Spagna	160,9	205,6	200,5	178,8	185,9	193,6	+4,1%	+3,8%
Svezia	90,2	87,3	82,7	81,8	81,7	83,5	+2,2%	-1,5%
Ungheria	80,1	80,1	87,0	83,3	85,8	93,7	+9,2%	+3,2%
UE-14	7.252,3	7.358,1	7.399,0	7.434,4	7.617,3	7.730,3	+1,5%	+1,3%
UE N-13	1.296,1	1.355,8	1.334,2	1.345,0	1.376,5	1.421,8	+3,3%	+1,9%
UE-27	8.548,4	8.713,9	8.733,2	8.779,4	8.993,8	9.152,1	+1,8%	+1,4%

(1) 2022: dati provvisori e stime OMPZ.

Fonte: Elaborazioni e stime OMPZ su dati Eurostat.

nell'insieme quasi al 78% del totale; seguono la Danimarca e l'Irlanda con quote pari rispettivamente al 5% ed al 3%. Malgrado essi si collochino tutti, tranne la Polonia, nella parte occidentale dell'Unione, tra il 2017 e il 2022 la quota dei 14 si è comunque ridotta di tre decimi di punto percentuale, dall'84,8% all'84,5%; tra questi perde soprattutto la Francia che dal 20,8% produce ora il 18,4%, e in minor misura la Germania che passa dal 26,2% al 25,7%; dall'altro lato rafforza la sua posizione, tra i paesi caseari dell'Europa Centro-Orientale, la Polonia, che guadagna oltre 120 mila tonnellate; tra i paesi più rilevanti per la produzione casearia, nell'ultimo quinquennio solo Irlanda e Danimarca superano il 3,0% medio annuo polacco.

Ancora più concentrata dei prodotti precedenti è la produzione di latte scremato in polvere dell'Unione Europea, non essendo legata come nel caso di burro e formaggio a consuetudini e mercati locali, ma bensì unicamente a fattori quali il basso costo della materia prima, l'efficienza logistica e produttiva e l'accesso ai mercati di sbocco (tab. 2.9). In base ai dati, ancora provvisori, del 2022, infatti, per l'87,4% essa viene effettuata nella UE a 14, e dalla Polonia proviene l'89% del rimanente 12,7%, mentre il 51% della produzione complessiva si divide tra Francia e Germania, con una prevalenza di quest'ultima che si va accentuando negli anni.

Nell'ultimo quinquennio si è verificata una marcata alternanza di variazioni, con cali nel 2018 e nel 2020 e incrementi, negli anni rimanenti, tra il 2% e il 3%. Sul +2,7% del 2022 ha pesato in modo particolare l'incremento produttivo della Germania, oltre ad Irlanda e Polonia, compensando il calo della Francia.

La produzione di latte intero in polvere è ancor più concentrata del precedente, localizzandosi per la quasi totalità (93,7% nel 2022) nella UE a 14 (tab. 2.10). Va detto che in questo caso le statistiche disponibili sono inficiate dal fatto che in diversi paesi, anche di importanza non trascurabile, i dati non sono sempre disponibili perché, dato l'esiguo numero di produttori, essi sono coperti dal segreto statistico. Con questa riserva, emerge che sono cinque i paesi realmente importanti, che formano un continuum spaziale: si tratta di Francia, Germania, Danimarca, Paesi Bassi e Belgio, che forniscono l'86% della produzione nel 2020. Negli ultimi anni la produzione è altalenante perché, benché vi sia una domanda internazionale vivace per questo prodotto, la produzione europea è relativamente poco competitiva in termini di prezzo, a causa dell'elevata valorizzazione che nell'Unione ha la materia butirrica.

Tab. 2.9 - Produzione di latte scremato in polvere nella UE, dal 2017 al 2022 (.000 tonnellate) ⁽¹⁾

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	var. % '22/21	var. % media '22/17
Austria	9,6	7,7	6,8	-	-	-	-	-
Belgio-Lussemburgo	152,0	162,2	153,6	169,8	162,5	155,0	-4,6%	+0,4%
Bulgaria	-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-
Cechia	23,6	23,8	19,0	17,9	17,1	19,2	+12,3%	-4,0%
Cipro	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-
Croazia	-	-	-	-	-	-	-	-
Danimarca	34,2	43,8	48,1	60,0	54,7	50,7	-7,3%	+8,2%
Estonia	3,5	1,8	-	-	-	-	-	-
Finlandia	-	-	-	-	-	-	-	-
Francia	370,5	345,5	326,7	306,5	335,2	330,8	-1,3%	-2,2%
Germania	415,1	429,2	430,4	402,7	392,8	416,5	+6,0%	+0,1%
Grecia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-
Irlanda	119,8	133,8	142,5	150,1	147,7	173,7	+17,6%	+7,7%
Italia	-	-	-	-	10,0	-	-	-
Lettonia	-	-	-	-	-	-	-	-
Lituania	30,5	35,8	21,5	-	-	-	-	-
Malta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-
Paesi Bassi	57,0	0,0	55,0	59,0	61,4	64,1	+4,5%	+2,4%
Polonia	140,0	142,6	144,3	164,1	155,4	163,7	+5,4%	+3,2%
Portogallo	18,9	19,4	19,8	-	22,9	24,0	+5,2%	+4,9%
Romania	1,3	1,3	1,4	-	0,8	0,6	-19,5%	-13,6%
Slovacchia	-	-	-	-	-	-	-	-
Slovenia	-	-	-	-	-	-	-	-
Spagna	19,3	15,2	19,5	15,6	15,2	21,9	+44,2%	+2,6%
Svezia	38,4	44,3	55,1	45,9	42,3	36,4	-13,9%	-1,1%
Ungheria	-	-	-	-	-	-	-	-
UE-14	1.234,8	1.201,2	1.257,5	1.216,4	1.251,3	1.280,0	+2,3%	+0,7%
UE-N13	198,9	205,2	186,2	182,0	173,2	183,6	+6,0%	-1,6%
UE-27	1433,7	1406,4	1443,7	1398,4	1424,6	1463,5	+2,7%	+0,4%

(1) 2022: dati provvisori e stime OMPZ.

Fonte: Elaborazioni e stime OMPZ su dati Eurostat e CSO-Ireland.

2.2.3. I prezzi alla stalla

L'impatto visivo che fornisce la rappresentazione grafica dei prezzi alla stalla nei diversi paesi dell'Unione è chiaramente quello di un aumento generalizzato, che ha interessato tanto la parte storica della UE che i paesi dell'allargamento; in realtà un esame più fine mostra comunque situazioni differenziate (figg. 2.2 e 2.3). L'Irlanda, mettendo a segno una serie di aumenti rilevanti negli anni recenti, interrotti solo da limitate flessioni nel 2018 e 2019, ha confermato nel 2022 la posizione di leadership nella scala dei prezzi all'origine già conseguita nel 2021; il valore medio dell'ultimo anno, con un incremento sul 2021 del 2,7%, ha così portato a più del 100% la crescita dal 2017.

Tab. 2.10 - Produzione di latte intero in polvere nella UE, dal 2017 al 2022 (.000 tonnellate) ⁽¹⁾

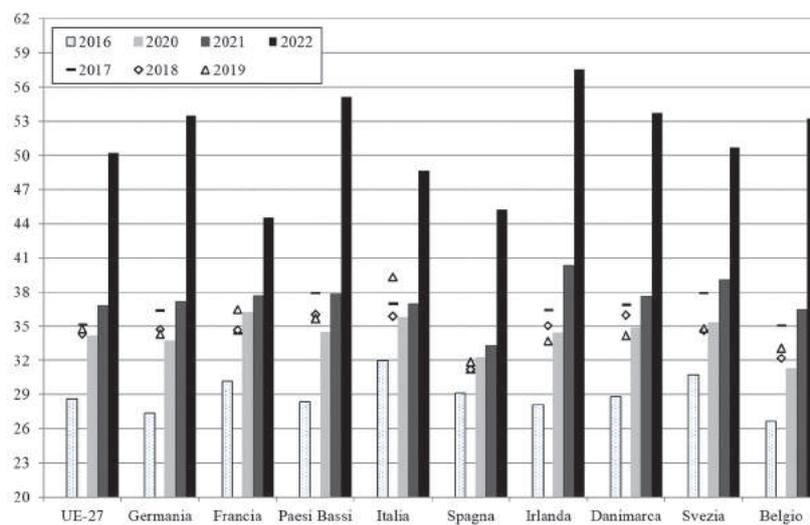
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	var. % '22/21	var. % media '22/17
Austria	1,3	4,1	1,1	-	-	-	-	-
Belgio-Lussemburgo	39,6	36,6	56,4	56,3	54,7	70,2	+28,4%	+12,1%
Bulgaria	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-
Cechia	12,4	11,8	12,8	11,9	10,2	10,0	-2,1%	-4,2%
Cipro	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-
Croazia	-	-	-	-	-	-	-	-
Danimarca	89,4	82,2	84,6	71,3	77,1	69,2	-10,2%	-5,0%
Estonia	-	0,0	-	-	-	0,0	-	-
Finlandia	-	-	-	-	-	-	-	-
Francia	131,7	133,5	146,6	115,8	108,9	129,2	+18,7%	-0,4%
Germania	120,9	128,0	134,8	143,3	134,1	122,0	-9,1%	+0,2%
Grecia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-
Irlanda	-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-
Italia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-
Lettonia	-	-	-	-	-	-	-	-
Lituania	0,0	0,0	0,0	0,6	0,3	0,7	+139,3%	-
Malta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-
Paesi Bassi	135,7	165,7	184,1	161,3	177,2	177,5	+0,2%	+5,5%
Polonia	33,6	32,7	28,1	30,9	33,5	29,9	-10,7%	-2,3%
Portogallo	8,3	7,9	7,0	7,7	9,1	9,2	+0,7%	+2,1%
Romania	-	-	1,0	0,9	0,8	0,8	-3,8%	-
Slovacchia	2,1	1,2	-	-	-	-	-	-
Slovenia	-	-	-	-	-	-	-	-
Spagna	9,8	26,8	9,1	13,0	11,7	12,6	+7,8%	+5,1%
Svezia	45,6	31,7	23,9	34,5	34,6	29,4	-14,9%	-8,4%
Ungheria	0,0	-	0,0	0,0	0,0	-	-	-
UE-14	582,3	616,4	647,7	603,2	607,4	619,3	-6,9%	+0,4%
UE-N13	48,0	45,8	41,9	44,4	44,8	41,4	+6,0%	-2,7%
UE-27	630,3	662,2	689,6	647,6	652,1	660,6	-6,1%	+0,2%

(1) 2022: dati provvisori e stime OMPZ.

Fonte: Elaborazioni e stime OMPZ su dati Eurostat, BMEL (Germania) e PZ (Paesi Bassi).

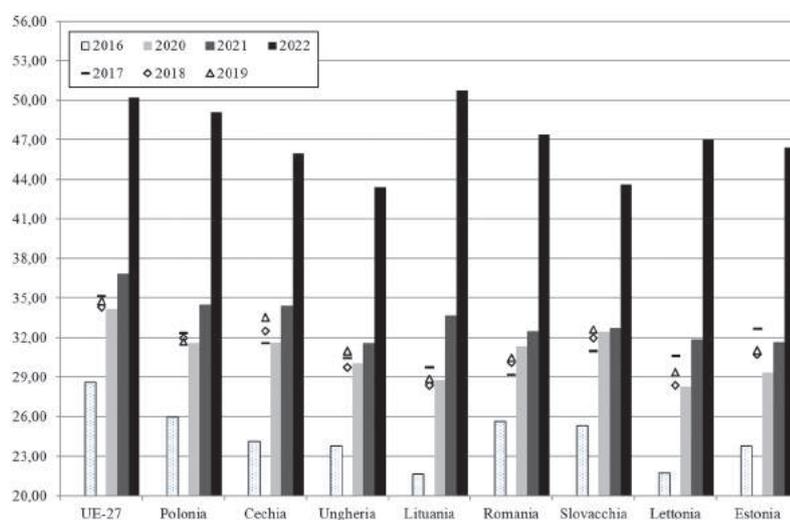
Peraltro, quello irlandese non è l'incremento relativo più rilevante nel 2022, essendo superato da Paesi Bassi e Belgio (+46,0% per entrambi), Germania (+43,8%), Danimarca (+43,0%) e, a Est, dalla Romania e tutte e tre le repubbliche baltiche (aumenti tra il 46% e il 51%); due tra queste ultime, ossia Lituania e Lettonia, hanno superato il tasso di incremento irlandese anche nel medio periodo, dato che il prezzo del 2022 eccedeva quello del 2016 rispettivamente del 134,8% e 116,4%. La dinamica del prezzo alla stalla è invece stata molto modesta nel 2022 per la Francia, che non è andata oltre un +18,2%, e limitata anche per Italia, Spagna e Svezia (nell'ordine, +31,7%, +36,1% e +29,8%), tutti paesi con sviluppi più modesti della media comunitaria, che è stata del 36,4%. Ad essi si aggiungono, nella parte orientale, Cechia e Slovac-

Fig. 2.2 - Prezzi alla stalla del latte nei principali paesi della "vecchia" Unione Europea, dal 2016 al 2022 (€ per 100 kg)



Fonte: Elaborazioni e stime OMPZ su dati Commissione Europea.

Fig. 2.3 - Prezzi alla stalla del latte nei principali "nuovi paesi membri" dell' Unione Europea, dal 2016 al 2022 (€ per 100 kg)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Commissione Europea.

chia con incrementi del 33,5-33,6%. Nel complesso, nell'ultimo anno la crescita relativa del prezzo è stata più intensa nella parte orientale dell'Unione: la media ponderata dei nove paesi considerati tra i 14 storici è stata del +36,2%, per gli otto casi analizzati tra i "nuovi" aderenti si è avuto mediamente un +41,5%. Rimane da notare che l'eccezione italiana, che un tempo aveva un prezzo decisamente superiore a quello di tutti gli importanti paesi produttori, è ormai un ricordo: già nel 2013 il valore del nostro paese è stato inferiore a quelli di Paesi Bassi e Svezia, e nel 2022 l'Italia si colloca davanti solamente a Francia e Spagna per la parte occidentale dell'Unione, essendo sopravanzata anche da due paesi della parte orientale, ossia Polonia e Lituania.

2.2.4. Gli scambi con l'estero e le disponibilità sul mercato interno

I bilanci di approvvigionamento dei principali derivati del latte consentono di accomunare nella medesima analisi le tendenze produttive e i mutamenti nei consumi interni e nei flussi di scambio, valutando quindi l'equilibrio di mercato nel suo complesso. Con riferimento ai formaggi, il primo dato che emerge riguarda un cambiamento rilevante nell'ultimo biennio (tab. 2.11). Infatti, gli sviluppi favorevoli della loro produzione (nella quale i prodotti da latte diverso da quello vaccino hanno un ruolo assolutamente minoritario e in riduzione nel tempo) erano soprattutto pilotati, fino al 2020, dalla crescita delle esportazioni: nel triennio dal 2017 questo flusso era cresciuto del 10% netto contro un +4,4% della produzione. L'export è però calato del 4,7% tra il 2020 e il 2022, mentre la produzione cresceva dello 0,7%, per cui il peso relativo delle destinazioni extra-UE sulla disponibilità interna è sostanzialmente inalterato tra il 2017 e il 2022, ammontando al 12,3%. Un discreto sviluppo negli anni recenti dei consumi interni, che nel 2022 sono aumentati malgrado il calo produttivo, ha generato un differenziale di due decimi di punto tra la loro tendenza di medio periodo e quella dell'export.

Per quanto riguarda il burro, la tendenza di medio periodo vede un aumento produttivo medio annuo dello 0,5%, nettamente ridimensionato negli ultimi due anni, ma per effetto dell'aumento delle scorte e delle importazioni, l'effettiva disponibilità sul mercato interno è cresciuta al tasso medio dello 0,9%. Tale disponibilità è stata assorbita in primo luogo dal consumo interno che mostra però una dinamica molto più fredda (+0,5%) cosicché il suo ruolo di sbocco dei quantitativi presenti sul mercato scende dall'85,7% del 2017 all'84,1% del 2022. Le esportazioni hanno decisamente subito gli effetti del "biennio orribile" 2021 e 2022, il loro ritmo di sviluppo in precedenza decisamente sostenuto si è invertito, ma nel quinquennio resta ancora mediamente più elevato rispetto all'uso interno.

Tab. 2.11 - Bilancio di approvvigionamento per formaggio e burro nella UE-27, dal 2017 al 2022 (.000 tonnellate) ⁽¹⁾

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	var. % 2022/21	var. % media 2022/17
Formaggio								
- produzione	10.162	10.267	10.439	10.613	10.747	10.697	-0,5%	+1,0%
- di cui: da latte vaccino	8.907	8.950	9.164	9.314	9.392	9.350	-0,4%	+1,0%
da altri latt	887	925	881	917	968	961	-0,7%	+1,6%
formaggi fusi	367	391	394	382	387	386	-0,4%	+1,0%
- importazioni	191	197	212	223	196	187	-4,8%	-0,4%
- disponibilità	10.353	10.464	10.651	10.836	10.944	10.884	-0,5%	+1,0%
- esportazioni	1.275	1.279	1.348	1.402	1.385	1.336	-3,6%	+0,9%
- variazione scorte	0	0	0	15	-15	-60	-	-
- consumo apparente	9.078	9.185	9.303	9.419	9.573	9.608	+0,4%	+1,1%
Burro								
- scorte iniziali	114	105	120	135	135	135	+0,0%	+3,4%
- produzione	2.249	2.280	2.346	2.400	2.311	2.309	-0,1%	+0,5%
- importazioni	35	44	49	34	33	60	+83,7%	+11,2%
- disponibilità	2.399	2.430	2.515	2.569	2.479	2.504	+1,0%	+0,9%
- esportazioni	237	228	283	303	254	247	-2,6%	+0,8%
- scorte finali	105	120	135	135	135	150	+11,1%	+7,4%
-consumo apparente	2.057	2.082	2.096	2.131	2.090	2.107	+0,8%	+0,5%

(1) 2022, dati provvisori.

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Commissione Europea.

Anche nel caso del latte scremato in polvere, il bilancio di approvvigionamento mostra bene come l'Unione Europea, che è comunque tornata ad esercitare un'influenza rilevante sugli scambi mondiali (le esportazioni del 2019, punto apicale, sono state pari al 236% di quelle del 2010), abbia risentito pesantemente della crisi di questi scambi negli ultimi anni: il volume in uscita del 2022 ha perso il 25% rispetto al 2019, portando il tasso medio di variazione quinquennale al -2,2%: le esportazioni, che nel 2019 assorbivano il 64% della produzione, nel 2022 sono scese al 49% delle quantità uscite dalle torri di polverizzazione (tab. 2.12). Si osserva comunque nell'ultimo anno una buona ripresa del consumo interno, specie da parte dell'industria alimentare, che ha portato il corrispondente quantitativo sopra il livello di cinque anni prima.

Il latte intero in polvere, nel passato decennio, era stato in buona parte sostituito dal precedente all'interno del mix produttivo europeo, in quanto poco competitivo sul mercato internazionale per la valutazione relativamente elevata della frazione grassa; la vivacità della domanda mondiale ha stimolato una certa crescita anche di questa linea produttiva nei primi anni '10 del presente secolo, che si è però arrestata negli anni a noi più vicini. In effetti, non solo la propensione all'export è inferiore a quella del prodotto scremato,

Tab. 2.12 - Bilancio di approvvigionamento per latte in polvere scremato e intero nella UE-27, dal 2017 al 2022 (.000 tonnellate) ⁽¹⁾

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	var. % 2022/21	Var % media 2022/17
Latte scremato in polvere								
- scorte iniziali	494	448	312	90	90	70	-22,2%	-32,4%
- produzione	1.448	1.465	1.473	1.495	1.428	1.438	+0,7%	-0,1%
- importazioni	55	46	56	36	32	37	+14,7%	-7,8%
- disponibilità	1.997	1.959	1.841	1.621	1.550	1.545	-0,3%	-5,0%
- esportazioni	794	826	946	831	788	711	-9,8%	-2,2%
- scorte finali	448	312	90	90	70	130	+85,7%	-21,9%
- consumo apparente	610	610	610	610	610	610	+0,0%	+0,0%
Latte intero in polvere								
- produzione	748	698	710	728	638	602	-5,5%	-4,2%
- importazioni	34	43	42	27	11	20	+76,8%	-10,5%
- disponibilità	783	741	752	755	649	622	-4,1%	-4,5%
- esportazioni	404	346	315	345	298	236	-20,9%	-10,2%
- consumo apparente ⁽²⁾	379	394	437	411	350	386	+10,2%	+0,4%

(1) 2022, dati provvisori.

(2) Inclusa la variazione delle scorte.

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Commissione Europea.

ma la sua riduzione nell'ultimo triennio è stata proporzionalmente più intensa, passando dal 44% del 2019 al 39% del 2022.

3. GLI ALLEVAMENTI DA LATTE: STRUTTURA E PRODUZIONI

La zootecnia da latte nel 2022 ha vissuto un periodo di contraddizioni, da una parte il latte è diventato più remunerativo, con prezzi decisamente in aumento, mentre dall'altra la dominante incertezza proveniente dai costi dei fattori produttivi e dalla domanda finale, entrambe legate alla critica situazione internazionale, ha scoraggiato profondamente gli allevatori che hanno a malapena prodotto e consegnato il latte dell'anno prima senza mostrare entusiasmo e dinamismo. Dalle statistiche dell'Anagrafe Zootecnica è emerso un certo indebolimento del patrimonio lattiero in tutte le sue specie e le aziende sono cresciute dimensionalmente meno rispetto al passato, questo anche nelle regioni vocate dove da tempo si osservavano segni di consolidamento rispetto al resto del Paese.

I primi risultati del VII Censimento dell'Agricoltura 2020 indicano al 1° dicembre 2020 la presenza in Italia di 34,8 mila aziende con vacche da latte su un totale di 95 mila stalle con bovini e di circa 1,64 milioni di vacche da latte su un totale di 5,57 milioni di bovini¹. Rispetto all'indagine censuaria 2010 il numero delle aziende da latte è sceso del 31%, mentre i capi da latte sono saliti del 2,3%, dando luogo ad un importante incremento della dimensione media della stalla da latte italiana. Questi dati convalidano il trend precedentemente rilevato sui dati delle aziende e dei capi registrati in BDN e ne confermano la loro attendibilità.

Nell'ultimo anno si rafforza ulteriormente il presidio dalle associazioni produttive con i servizi forniti sui controlli della produttività del latte, interessando un numero crescente di capi controllati, soprattutto nelle aree di mag-

1. Il VII Censimento generale dell'Agricoltura, partito il 7 gennaio e terminato il 30 giugno 2021, chiude la lunga storia dei censimenti generali dell'Istat condotti a cadenza decennale, che saranno sostituiti in futuro solo da censimenti attraverso l'uso integrato di dati amministrativi e indagini campionarie.

gior produzione, mentre le attività sono tornate alla normalità nelle regioni che, alcuni anni addietro, avevano assistito all'interruzione parziale o totale dei servizi forniti.

3.1. La struttura degli allevamenti da latte

Al momento della stesura del presente rapporto erano disponibili i primi risultati di sintesi del VII censimento dell'agricoltura, condotto dall'Istat nella prima metà del 2021, che fotografano le aziende agricole con allevamenti al 1° dicembre 2020. Per quanto concerne il comparto della produzione del latte è stato possibile esaminare soltanto i dati relativi alle aziende con vacche da latte a livello aggregato e per regione, informazioni tuttavia sufficienti per avere indicazioni sull'evoluzione strutturale del comparto nel decennio e confermare o meno le tendenze evidenziate dalle altre fonti statistiche e dalle rilevazioni campionarie infra-censuarie.

3.1.1. I risultati del VII Censimento Generale dell'Agricoltura

Dalle rilevazioni del VII Censimento Generale dell'Agricoltura è emersa una zootecnia da latte italiana in rapida evoluzione: il numero di aziende con vacche da latte in 10 anni è sì diminuito del 31%, ma la dimensione media di quelle attive è cresciuta del 48%, raggiungendo le 47 lattifere per stalla (tab. 3.1). Un incremento questo superiore a quello riscontrato tra le due rilevazioni censuarie precedenti, 2000 e 2010, quando da oltre 22 si era passati a meno di 32 capi da latte per stalla, con un incremento del 43%.

Osservando le stime ottenute con le indagini infra-censuarie effettuate nel corso dell'ultimo decennio risulta come nel 2013 l'Istat abbia catturato in un modo o nell'altro l'evoluzione effettiva, mentre nell'indagine più recente, del 2016, il fenomeno di concentrazione del settore era venuto meno e i risultati appaiono in contraddizione con quelli censuari del 2020.

Altro interessante aspetto riguarda il confronto a livello nazionale con l'intero comparto bovino, da cui emerge una zootecnia bovina da latte più dinamica, con una crescita dimensionale delle strutture maggiore e un patrimonio che cresce di più del resto dei capi bovini.

Da questo panorama complessivo vale la pena evidenziare le peculiarità di alcune regioni che per importanza o per caratteristiche hanno guidato l'evoluzione della zootecnia da latte nel decennio. La Lombardia, regione lattiera per eccellenza con il 16,6% delle stalle e il 36,1% delle vacche da latte nazionali, perde in dieci anni 2.687 stalle corrispondenti a circa il 32% e guadagna oltre

Tab. 3.1 - Aziende con allevamenti bovini e con vacche da latte e relativo numero di capi in Italia: 1990 - 2020

Anni	N. aziende con		N. capi		
	Bovini	di cui con vacche da latte	Totale bovini	Vacche da latte	Vacche da latte/azienda
2000*	171.994	79.893	6.049.252	1.771.889	22,2
2003	145.995	65.525	6.056.623	1.713.736	26,2
2005	142.099	59.261	5.941.509	1.693.628	28,6
2007	145.282	60.624	6.080.762	1.702.652	28,1
2010*	124.210	50.337	5.592.700	1.599.442	31,8
2013	109.417	40.664	5.342.035	1.520.639	37,4
2016	96.189	51.884	5.732.142	1.749.738	33,7
2020*	95.020	34.794	5.693.451	1.636.623	47,0
Var. % 2020*/2010*	-23,5	-30,9	1,8	2,3	48,0
Var. % 2020*/2016	-1,2	-32,9	-0,7	-6,5	39,5
Var.% media 2010*-2020*	-2,6	-3,6	0,18	0,23	4,0

(*) Dati censuari.

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat, V, VI e VII Censimento generale dell'agricoltura e Indagini SPA infra-censuarie.

45 mila capi che rappresentano un +8,3%, per cui la stalla media passa da 65 a 102 capi/stalla, concentrando ulteriormente nel suo territorio le stalle più performanti del nostro Paese (tab. 3.2).

L'Emilia Romagna, seconda regione per dimensione della mandria lattiera, con il 16,6% del totale, presenta una dimensione media dell'azienda di 94 capi da latte, 36 capi in più rispetto al censimento 2010; tuttavia questo livello dimensionale è stato raggiunto sia a seguito della chiusura di circa il 33% delle stalle, esattamente 1.396 e certamente tra quelle più piccole, sia ad una espansione del suo patrimonio da latte, cresciuto di 22.440 lattifere pari al 9,5%. Queste due prime regioni accentuano nel decennio il loro ruolo dominante all'interno della zootecnia da latte, guadagnando complessivamente oltre tre punti percentuali di quota del patrimonio nazionale.

La terza e la quarta regione per importanza nella produzione nazionale di latte sono il Veneto e il Piemonte, alle quali si attribuisce il 9,2% e l'8,6% della mandria italiana di proprietà rispettivamente dell'8,8% e del 6,8% del totale delle stalle da latte italiane. Come si evince da queste percentuali le caratteristiche strutturali della zootecnia da latte veneta e piemontese differiscono profondamente da quelle delle precedenti regioni, qui le dimensioni medie sono quasi la metà, malgrado nei dieci anni la crescita della stalla sia stata tra le più importanti, +68,0% in entrambe le regioni, avvenuta per la cessazione dell'attività di oltre il 40,0% delle strutture e in concomitanza con un

Tab. 3.2 - Ripartizione delle aziende e dei capi bovini da latte per regione, Censimento 2020

	Numero di			Var. % 2020/2010		
	Aziende	Vacche da latte	Capi/azienda	Aziende	Vacche da latte	Capi/azienda
Piemonte	2.348	141.203	60	-42,5	-3,5	68,0
Valle d'Aosta	833	17.334	21	-23,9	0,4	31,9
Liguria	265	2.002	8	-23,6	5,8	38,6
Lombardia	5.776	591.460	102	-31,7	8,3	58,6
Trentino A.A.	6.506	88.474	14	-18,0	-1,0	20,7
Veneto	3.048	151.034	50	-40,9	-0,5	68,2
Friuli V.G.	807	35.779	44	-39,1	-8,6	50,2
Emilia R.	2.876	271.072	94	-32,7	9,5	62,6
Toscana	394	10.215	26	-36,7	-7,2	46,5
Umbria	304	8.175	27	5,2	-2,7	-7,5
Marche	215	5.464	25	-27,4	-4,2	31,9
Lazio	1.282	48.527	38	-31,0	-18,1	18,8
Abruzzo	806	16.668	21	-18,0	-10,9	8,7
Molise	814	12.881	16	-38,9	-20,2	30,5
Campania	2.299	42.469	18	-48,2	-24,3	46,3
Puglia	1.828	67.868	37	-25,6	7,5	44,5
Basilicata	499	21.025	42	-48,6	-10,5	74,0
Calabria	949	18.073	19	-20,1	7,7	34,8
Sicilia	1.724	49.899	29	-12,5	5,1	20,2
Sardegna	1.221	37.001	30	-2,1	10,4	12,8
Totale	34.794	1.636.623	47	-30,9	2,3	48,0
Nord	22.459	1.298.358	58	-31,3	4,7	52,4
Centro	2.195	72.381	33	-28,4	-14,2	19,9
Sud e isole	10.140	265.884	26	-30,5	-3,4	39,0

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat, VI e VII Censimento dell'Agricoltura.

lieve calo dei capi.

Il numero degli allevamenti si riduce relativamente meno nelle regioni tipicamente montane, quali Trentino A.A., Valle D'Aosta e Liguria, dove regnano le piccole realtà, conservando in questo modo dimensioni medie regionali ridotte, rispettivamente 14, 21 e 8 vacche per stalla. Questo fenomeno conferma quanto precedentemente evidenziato dalle indagini infra-censuarie che avevano già mostrato un mantenimento delle aziende piccolissime nelle aree montane nel corso del decennio. Diversa invece l'evoluzione della zootecnia Friulana: essa perde il 39% dei suoi allevamenti insieme ad una buona fetta del suo patrimonio, in una percentuale più alta tra le regioni del Nord (-8,6%). In questo modo la dimensione media rimane sotto a quella veneta malgrado risultassero uguali dieci anni prima.

La regione più rappresentativa per la produzione di latte al centro è certa-

mente il Lazio, che ne condiziona l'evoluzione complessiva raccogliendo il 67% del patrimonio e il 58% delle aziende: in dieci anni si assiste ad un drastico ridimensionamento del comparto sia in termini di strutture (-31%), ma soprattutto di patrimonio (-18,1%), lasciando la dimensione media della stalla su livelli ridotti, ben sotto il livello medio nazionale, quando dieci anni prima se ne collocava sopra anche se di poco. Questi numeri mostrano uno stato di forte difficoltà attraversato nel decennio dalla zootecnia da latte laziale, prevalentemente indirizzata alla produzione di latte per il consumo fresco, che chiaramente ha risentito delle performance negative di mercato di questo prodotto. Le altre regioni centrali seguono il Lazio sulla via della contrazione, anche se in percentuali inferiori, ma partendo comunque da livelli già esigui.

Nelle regioni del Mezzogiorno la zootecnia da latte bovina sembra essere evoluta nel decennio mostrando un certo bipolarismo, infatti, troviamo da una parte regioni in sviluppo, caratterizzate da strutture più grandi, quali Puglia, Sicilia e Sardegna, e regioni con una zootecnia da latte più frammentata e in forte contrazione, come Abruzzo, Molise e Campania. Da questo quadro si scostano la Basilicata e la Calabria, la prima per mostrare un patrimonio lattiero in diminuzione pur possedendo le stalle più grosse del centro-sud, mentre la seconda per presentare un certo incremento dei capi da latte pur mantenendo una struttura tra le più frammentate.

3.1.2. Le aziende e i capi registrati nella BDN dell'Anagrafe Zootecnica

Le informazioni registrate nella BDN, malgrado non siano confrontabili con i risultati del censimento, se non per grandi linee, naturalmente aggiungono chiarimenti e consentono ulteriori interpretazioni oltre ad avere il pregio di fornire un aggiornamento costante delle strutture zootecniche.

Al 31 dicembre 2022 erano registrate in BDN zootecnica 1.284.101 femmine che hanno partorito in allevamenti ad orientamento produttivo “da latte”, 2,1% in meno rispetto al corrispondente valore del 2021, e 204.615 femmine dello stesso tipo in allevamenti ad orientamento “misto”, anch'esse in calo del 3,2% sull'anno prima (tab. 3.3). A cavallo delle date dei due ultimi censimenti, 2010 e 2020, il numero totale delle vacche in BDN era cresciuto del 3,2%, quindi, in linea con la variazione delle vacche da latte del dato censuario, pur rimanendone sotto per oltre 100 mila capi². Il rilevante decremento delle con-

2. L'Istat definisce “vacche da latte”, bovine femmine che hanno partorito almeno una volta e adibite esclusivamente o prevalentemente alla produzione del latte destinato al consumo umano, mentre per le femmine registrate in BDN che hanno partorito non viene fatta

Tab. 3.3 - Evoluzione del numero di allevamenti ad orientamento produttivo "da latte" e "misto" e del rispettivo numero di vacche che hanno partorito in Italia, al 31 dicembre: 2012-2022

Anni	Allevamenti ad orientamento "da latte"				Allevamenti ad orientamento "misto"			
	n. allevamenti	Femmine che hanno partorito			n. allevamenti	Femmine che hanno partorito		
		totali	di cui età: < 24 mesi	femmine/ alleva- menti		totali	di cui età: < 24 mesi	femmine/ alleva- menti
2012	32.426	1.229.303	5.981	37,9	16.253	181.258	667	11,2
2013	31.180	1.239.804	6.438	39,8	16.870	183.446	749	10,9
2014	30.157	1.244.139	6.383	41,3	17.095	193.448	693	11,3
2015	29.147	1.244.112	8.584	42,7	17.191	198.753	875	11,6
2016	27.862	1.250.482	11.579	44,9	17.380	225.410	1.253	13,0
2017	26.878	1.261.360	11.927	46,9	17.013	231.498	1.232	13,6
2018	25.919	1.256.664	13.563	48,5	16.201	225.890	1.400	13,9
2019	25.146	1.268.689	13.768	50,5	16.014	230.158	1.317	14,4
2020	24.642	1.296.424	15.932	52,6	16.012	229.481	1.393	14,3
2021	24.189	1.311.705	17.237	54,2	15.536	211.381	1.187	13,6
2022	23.440	1.284.101	17.741	54,8	15.033	204.615	1.089	13,6
Var.% 2022/2021	-3,1	-2,1	2,9	1,0	-3,2	-3,2	-8,3	0,0
Var.% 2021/2020	-1,8	1,2	8,2	3,1	-3,0	-7,9	-14,8	-5,1
Var.% media 2017-22	-2,7	0,4	8,3	3,1	-2,4	-2,4	-2,4	1,0
Var.% media 2012-22	-3,2	0,4	11,5	3,7	-0,8	1,2	5,0	2,1

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati BDN dell'Anagrafe Zootecnica istituita dal Ministero della Salute presso il CSN dell'Istituto "G Caporale" di Teramo.

sistenze nell'ultimo anno, quando sono sparite nei soli allevamenti "da latte" circa 28 mila vacche, può essere interpretato sia come un assestamento seguito al massimo storico raggiunto l'anno precedente, sia come una possibile risposta degli allevatori alle difficoltà e alle incertezze dal lato dei costi e della destinazione del prodotto.

Il confronto di lungo periodo mostra ancora variazioni positive delle consistenze negli allevamenti "da latte", sintetizzate da un tasso medio degli ultimi dieci anni dello 0,4%, che rimane uguale se calcolato negli ultimi 5 anni; diversamente, negli allevamenti ad orientamento "misto" le vacche sono sensibilmente inferiori a quelle di cinque anni fa presentando una variazione media annua del -2,4%, mentre su dieci anni il saldo rimane positivo e misurabile con un tasso medio annuo dell'1,2%.

La distinzione per età delle lattifere, tra quelle con meno di 24 mesi e quelle più vecchie, sottolinea un sempre maggiore ricorso ad anticipare l'età delle

alcuna distinzione se non quella dell'orientamento produttivo dell'allevamento di appartenenza.

primipare: negli ultimi dieci anni le femmine che hanno partorito al disotto di questa soglia di età negli allevamenti “da latte” sono quasi triplicate, portando l’incidenza sul totale dallo 0,5% all’1,4%, mentre in quelli di tipo “misto” sono cresciute poco più del 60%, pari a una media del 5% all’anno, rimanendo allo 0,5% del totale. La tendenza ad anticipare l’età al primo parto è certamente suggerita dalla convenienza economica, si riducono i costi e si massimizza la produzione delle manze, ma in questo caso è necessario prestare particolare attenzione agli aspetti sanitari e all’alimentazione oltre che all’organizzazione produttiva e alla genetica per non ottenere risultati opposti. Le tecniche d’allevamento adatte a perseguire tale obiettivo, pertanto, appaiono maggiormente fruibili dalle aziende più innovative e con processi controllati.

Nel 2022 le femmine che hanno partorito sotto i 24 mesi negli allevamenti “da latte” hanno registrato un +3,2%, e sale al +28,9% se consideriamo gli ultimi tre anni, mentre nell’allevamento “misto” negli ultimi due anni sono diminuite del 21,8% rispetto ad un calo complessivo del 10,8% di tutte le vacche; anche questo aspetto può essere interpretato come indice di maggiore dinamicità e innovatività dell’allevamento specializzato rispetto a quello “misto”.

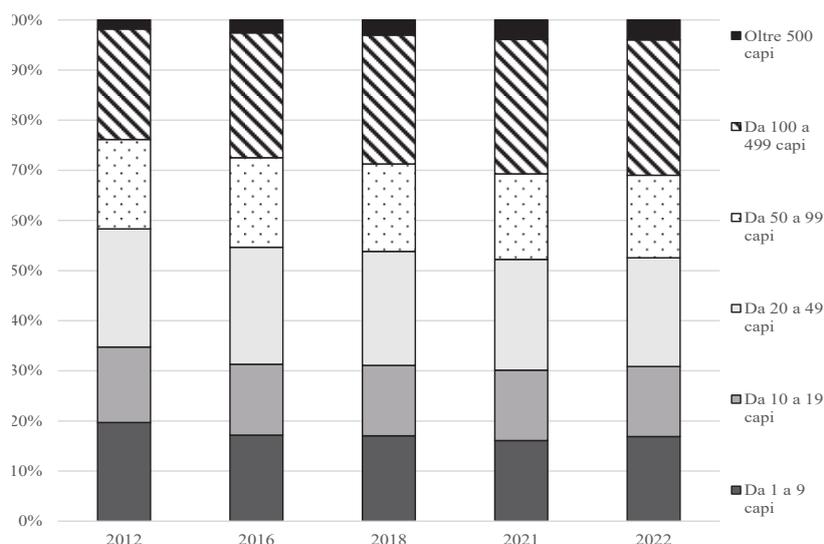
Gli allevamenti “da latte” registrati in BDN, con almeno un capo bovino, a dicembre 2022 erano 23.440 e risultavano 3,1% in meno rispetto alla stessa data del 2021; la diminuzione media annua negli ultimi cinque anni è stata del 2,7%, mentre, calcolata su dieci anni sale al 3,2% evidenziando una certa tendenza al calo delle chiusure o degli accorpamenti. Dall’altro canto, gli allevamenti ad orientamento “misto” a fine 2022 ammontavano a 15.033, con un -3,2% rispetto all’anno prima, ma con il 2,4% di abbandoni di media all’anno dal 2016 o dello 0,8% di media in dieci anni, evidenza, invece, una chiara accelerazione delle chiusure nei tempi recenti per questa tipologia di allevamento. Il confronto dei numeri negli anni del censimento, 2010 e 2020, mette in risalto anche per le strutture come l’evoluzione delle informazioni presenti in BDN siano avvalorate dai dati censuari: nel decennio si assiste ad una diminuzione di oltre il 32% degli allevamenti da latte e del 24,6% di quelli ad orientamento “misto”, variazioni allineate a quelle del censimento.

L’evoluzione dei capi ci permette di avere un’idea della dimensione complessiva del comparto, mentre, la contemporanea trasformazione del numero degli allevamenti, di valutare il cambiamento strutturale. Pertanto, si osserva che la dimensione media dell’allevamento “da latte” è aumentata in un anno di solo 0,6 lattifere, avvicinandosi alle 55 unità, mentre soltanto nel 2017 era di circa 47 e dieci anni prima di poco meno di 38 capi. Nell’ultimo anno si osserva, in confronto agli anni precedenti, una crescita dimensionale ridotta per il calo complessivo del numero delle lattifere.

Il numero medio di vacche per allevamento “misto” nell’ultimo anno è rimasto invariato sotto i 14 capi, un livello ancora superiore a quello dei primi anni del decennio scorso, ma che indica il perdurare della fase di scarso interesse che lo coinvolge a partire dal 2020, con strutture sempre più piccole per effetto della contrazione delle vacche, -11% in tre anni, superiore al calo degli allevamenti. Naturalmente questa tipologia di allevamento non ha un ruolo caratterizzante della zootecnia da latte³, ma tiene conto di quella frangia produttiva che comunque esiste ed è diversamente diffusa nelle aree del nostro Paese.

Negli allevamenti “da latte” la dimensione che rimane dominante nel 2022 è quella tra le 100 e le 500 vacche, con il 27% del numero totale delle stalle, e la cui quota è cresciuta in 10 anni di 4,9 punti percentuali dei quali lo 0,15 nell’ultimo anno (fig. 3.1); anche la quota delle aziende con oltre 500 bovini ha registrato un certo consolidamento rappresentando il 4,0%, mentre raggiungeva appena l’1,8% nel 2012. Nell’ultimo anno la dimensione che perde più importanza è quella delle stalle di media grandezza, con minimo 50 capi ma

Fig. 3.1 - Evoluzione della struttura dimensionale degli allevamenti ad orientamento “da latte” presenti in BDN al 31 dicembre: 2012 - 2022



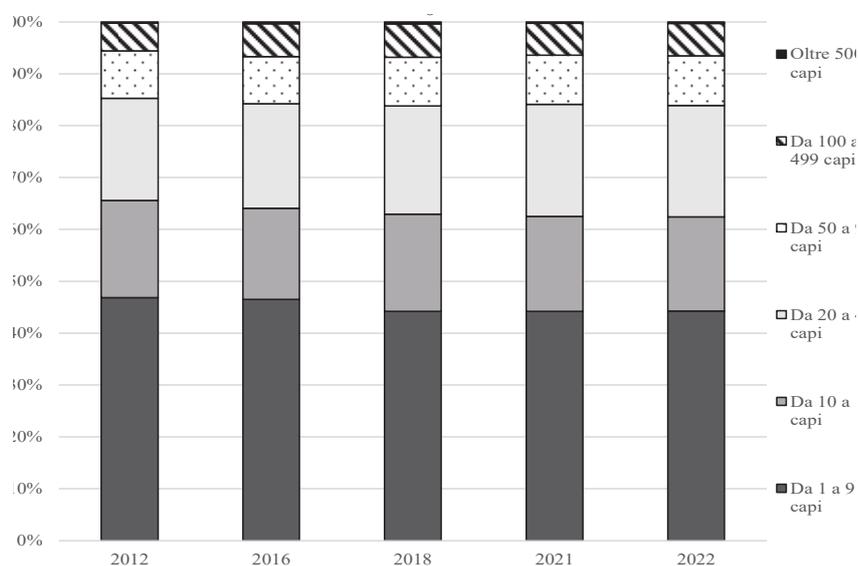
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati BDN dell'Anagrafe Zootecnica istituita dal Ministero della Salute presso il CSN dell'Istituto "G Caporale" di Teramo.

3. In base ai dati elaborati di fonte BDN non è possibile verificare l’evoluzione del numero delle vacche da latte negli allevamenti ad orientamento produttivo misto, per la difficoltà di separarle dalle vacche nutrici o comunque destinate alla filiera carne.

sotto i 100, che scende di 0,6 punti percentuali raccogliendo il 16,4% del totale, seguita da quelle piccole, tra i 10 e i 50 capi, che si riduce di 0,5 punti percentuali ma interessando ancora il 35,7% del totale. La classe che raccoglie le stalle piccolissime, sotto i 10 capi, negli ultimi decenni aveva perso costantemente peso relativo, passando dal 22,6% del 2010, al 19,7% del 2012, al 17,2% del 2016 per arrivare il 16,1% nel 2021, per la prima volta, nell'ultimo anno, il peso relativo di questa classe è aumentato raggiungendo il 16,9% degli allevamenti nazionali ad orientamento "da latte". Cosa questo significhi non è facile da intuire ma lascia pensare che le stalle con pochi capi possano resistere in aree marginali dove come finalità principale non hanno la produzione ma il servizio e la salvaguardia ambientale.

Completamente diversa è la struttura degli allevamenti ad orientamento produttivo "misto" dove nel 2022 il 62,4% non raggiungeva i 20 capi, e con una certa stabilità rispetto a 10 anni prima quando contavano il 65,6% del totale (fig. 3.2). In questa tipologia di stalla il processo di ristrutturazione è avvenuto molto lentamente e ha favorito le classi medio grandi: in dieci anni le classi che hanno guadagnato posizione sono quelle con almeno 20 capi ma meno di 500, complessivamente passate dal 34,2% al 37,3% delle aziende totali, mentre

Fig. 3.2 - Evoluzione della struttura dimensionale degli allevamenti ad orientamento "misto" presenti in BDN al 31 dicembre: 2012 - 2022



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati BDN dell'Anagrafe Zootecnica istituita dal Ministero della Salute presso il CSN dell'Istituto "G Caporale" di Teramo.

quelle grandi, a partire da 500 capi, rappresentavano lo 0,2% ed ora appena lo 0,3%. La caratteristica dell'orientamento "misto" è quella di soddisfare le esigenze di aree produttive particolari, sia per collocazione geografica che per finalità etiche e di nicchia, non certo quella di competere sul mercato dei prodotti tradizionali.

3.1.2.1. A livello regionale

Nel corso del 2022 il numero di allevamenti ad orientamento produttivo "da latte" registrati in BDN si è ridotto ovunque, ma la novità rispetto al passato è che contemporaneamente sono calate anche le vacche ad essi appartenenti (tabb. 3.4 e 3.5). Tutte le regioni nelle diverse aree geografiche hanno

Tab. 3.4 - Femmine che hanno partorito, totali e con massimo 24 mesi, in allevamenti ad orientamento "da latte" per regione, al 31 dicembre: 2021-2022

Regione	2021		2022		Var. % delle consistenze totali			
	totali	di cui: ≤ 24mesi	totali	di cui: ≤ 24 mesi	2022/ 2021	2021/ 2020	media 2017- 2022	media 2012- 2022
Piemonte	123.384	1.724	120.584	1.808	-2,3	0,6	0,2	0,1
Valle d'Aosta	7	0	12	0	71,4	-83,7	-	14,9
Liguria	1.142	1	1.060	2	-7,2	-4,0	-5,1	-2,7
Lombardia	546.198	10.071	542.655	9.907	-0,6	3,8	2,0	1,7
Trentino A.A.	65.217	136	62.958	159	-3,5	-1,1	-1,6	-1,6
Veneto	131.267	1.323	128.226	1.370	-2,3	-0,5	-0,9	-0,2
Friuli V.G.	30.368	285	29.517	267	-2,8	-2,6	-1,9	-1,2
Emilia Romagna	237.959	2.199	233.089	2.667	-2,0	-0,3	0,2	0,5
Toscana	7.782	53	7.100	40	-8,8	2,4	-2,9	-1,6
Umbria	5.536	37	5.492	46	-0,8	-3,2	-1,8	-1,4
Marche	3.245	56	2.781	37	-14,3	-0,3	-9,0	-5,6
Lazio	31.961	253	29.669	187	-7,2	7,6	-1,0	-1,8
Abruzzo	9.218	40	8.482	38	-8,0	-3,0	-2,4	-1,8
Molise	6.781	34	6.415	10	-5,4	0,2	-2,5	-0,5
Campania	17.195	173	16.178	218	-5,9	-5,2	-3,9	-2,8
Puglia	27.990	156	26.236	228	-6,3	-3,4	-1,3	-1,5
Basilicata	13.782	146	13.128	178	-4,7	2,8	0,8	2,7
Calabria	9.827	166	9.787	239	-0,4	-2,3	1,4	4,7
Sicilia	21.319	147	20.381	146	-4,4	-5,9	-3,5	-3,4
Sardegna	21.527	237	20.351	194	-5,5	-4,2	-2,6	-1,2
Italia	1.311.705	17.237	1.284.101	17.741	-2,1	1,2	0,4	0,4
Nord	1.135.542	15.739	1.118.101	16.180	-1,5	1,6	0,7	0,8
Centro	48.524	399	45.042	310	-7,2	4,8	-2,1	-2,0
Sud e Isole	127.639	862	120.958	1.057	-5,2	-3,3	-2,0	-1,2

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati BDN dell'Anagrafe Zootecnica istituita dal Ministero della Salute presso il CSN dell'Istituto "G Caporale" di Teramo.

Tab. 3.5 - Numero di allevamenti ad orientamento produttivo "da latte" e numero medio di femmine che hanno partorito, per regione, al 31 dicembre: 2021-2022

Regione	2021		2022		Var. % del n. di allevamenti			
	n. allevamenti	femmine/allevamenti	n. allevamenti	femmine/allevamenti	2022/2021	2021/2020	media 2017-2022	media 2012-2022
Piemonte	1.423	86,7	1.387	86,9	-2,5	-2,0	-2,1	-3,4
Valle d'Aosta	4	1,8	4	3,0	0,0	-66,7	0,0	2,9
Liguria	97	11,8	89	11,9	-8,2	-4,9	-2,9	-2,4
Lombardia	5.207	104,9	5.083	106,8	-2,4	-0,1	-1,6	-2,4
Trentino A.A.	5.503	11,9	5.419	11,6	-1,5	-1,3	-1,3	-2,5
Veneto	2.856	46,0	2.752	46,6	-3,6	-3,3	-3,9	-3,7
Friuli V.G.	714	42,5	687	43,0	-3,8	-5,1	-4,3	-4,6
Emilia Romagna	3.320	71,7	3.222	72,3	-3,0	-2,4	-2,6	-2,6
Toscana	193	40,3	183	38,8	-5,2	5,5	-2,8	-3,3
Umbria	136	40,7	132	41,6	-2,9	-1,4	-1,9	-1,9
Marche	85	38,2	75	37,1	-11,8	1,2	-6,3	-9,9
Lazio	788	40,6	746	39,8	-5,3	2,3	-3,9	-4,0
Abruzzo	385	23,9	355	23,9	-7,8	-4,2	-5,2	-5,6
Molise	342	19,8	328	19,6	-4,1	2,1	-3,3	-2,6
Campania	819	21,0	776	20,8	-5,3	-5,1	-6,5	-6,2
Puglia	795	35,2	749	35,0	-5,8	-4,9	-4,3	-4,6
Basilicata	238	57,9	231	56,8	-2,9	0,8	-1,9	-1,3
Calabria	264	37,2	252	38,8	-4,5	-1,5	-1,0	3,2
Sicilia	641	33,3	612	33,3	-4,5	-4,8	-6,4	-6,8
Sardegna	379	56,8	358	56,8	-5,5	-3,8	-4,3	-2,8
Italia	24.189	54,2	23.440	54,8	-3,1	-1,8	-2,7	-3,2
Nord	19.124	59,4	18.643	60,0	-2,5	-1,7	-2,2	-2,8
Centro	1.202	40,4	1.136	39,6	-5,5	2,3	-3,7	-4,3
Sud e Isole	3.863	33,0	3.661	33,0	-5,2	-3,6	-4,8	-4,6

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati BDN dell'Anagrafe Zootecnica istituita dal Ministero della Salute presso il CSN dell'Istituto "G Caporale" di Teramo.

perso capi da latte, ma per numero, davanti a tutte, troviamo l'Emilia Romagna con circa 5 mila lattifere in meno, seguita dalla Lombardia e dal Veneto; tuttavia, le prime due sono quelle che in termini relativi hanno subito le perdite minori e, sia negli ultimi 5 anni che negli ultimi 10, mostrano tassi medi di variazione ancora positivi. In queste regioni nell'ultimo anno le stalle hanno chiuso con percentuali decisamente superiori a quelle delle consistenze, evidenziando un'ulteriore crescita della dimensione media delle strutture che in Lombardia ha raggiunto circa le 107 vacche e in Emilia Romagna ha superato le 72 vacche. Tra le regioni settentrionali la diminuzione maggiore di lattifere in termini percentuali è avvenuta in Trentino A.A., -3,5%, alla quale è corrisposto un decremento percentualmente inferiore degli allevamenti, -1,5%, e un conseguente rimpicciolimento della già esigua dimensione media delle

stalle che con 11,6 capi da latte rimane comunque la più piccola d'Italia.

La tendenza ad anticipare l'età del parto tra le regioni settentrionali si rivela particolarmente in Lombardia, dove le bovine che hanno partorito sotto i 24 mesi di età sono l'1,8% del totale, seguita dal Piemonte con l'1,5%, mentre i numeri più piccoli, rapportati al patrimonio totale delle femmine che hanno partorito, si riscontrano in Trentino A.A. e Liguria, proprio nelle regioni dove la zootecnia da latte persegue finalità che non sono solo economiche ma anche sociali e ambientali.

Le regioni del Centro si riconfermano le più critiche dal punto di vista della zootecnia bovina da latte: nel 2022 il patrimonio già esiguo delle vacche iscritte di proprietà di allevamenti specializzati ha perso il 7,2%, mentre gli allevamenti stessi sono calati del 5,5%. In quest'area hanno chiuso anche aziende di dimensione ragguardevole tanto che la dimensione media della stalla è scesa sotto le 40 vacche: qui l'aumento dei costi degli ultimi anni sembra aver penalizzato la produzione di latte più che altrove, rendendola meno competitiva nel contesto nazionale. Le aziende del Lazio, che hanno sempre trovato vantaggio e scopo di esistere dal rifornire di latte fresco la capitale, perdono il numero di vacche più alto del Centro-Sud; nelle Marche invece la produzione di latte soffre da tempo e, pertanto, alla più alta contrazione regionale del patrimonio delle vacche in termini percentuali, del 2022, si affiancano anche i più alti tassi medi annui di decremento su cinque e dieci anni, che hanno portato ad una riduzione di circa il 40% in cinque anni e al quasi dimezzamento del patrimonio lattiero regionale in dieci anni.

Nel meridione, nel 2022, la contrazione delle femmine che hanno partorito in allevamenti "da latte" è complessivamente altrettanto drastica ma all'interno possiamo osservare comportamenti diversi: da una parte la Calabria che mantiene praticamente invariato il suo patrimonio da latte, e risulta l'unica regione con una dimensione aziendale media in crescita, dall'altra l'Abruzzo che perde decisamente più della media con l'8% di vacche in meno. I tassi di variazione medi calcolati su cinque e dieci anni indicano, da una parte, una crescita tendenziale della mandria da latte in Basilicata e Calabria, e dall'altra, un forte ridimensionamento in Campania e Sicilia.

Nel 2022 gli allevamenti ad orientamento "misto" hanno ridotto la loro presenza e dimensione in modo pressoché omogeneo su tutto il territorio nazionale, a differenza dell'anno precedente quando i cali hanno interessato in modo dominante il Centro-Nord: in due anni, in questa tipologia di allevamento, è scomparso un terzo delle vacche al Centro e il 15% al Nord, mentre al Sud la contrazione si ferma sotto il 7% (tab. 3.6). Nell'area centrale chiudono anche tante aziende, l'8,6% nell'ultimo anno e circa il 30% in due anni,

Tab. 3.6 - Numero di allevamenti ad orientamento produttivo "misto" e numero medio di femmine che hanno partorito per regione, in Italia, al 31 dicembre: 2021-2022.

Regione	2021		2022		Var. % del n. di allevamenti			
	n. allevamenti	femmine/allevamenti	n. allevamenti	femmine/allevamenti.	2022/2021	2021/2020	media 2017-2022	media 2012-2022
Piemonte	630	45,0	631	42,7	0,2	-4,4	0,9	2,0
Valle d'Aosta	1.343	12,2	1.208	12,7	-10,1	-2,0	-3,7	-1,8
Liguria	204	3,3	194	3,3	-4,9	1,0	-3,8	-1,4
Lombardia	1.460	23,3	1.357	24,5	-7,1	-8,8	-3,3	1,3
Trentino A.A.	3.176	5,4	3.196	5,3	0,6	0,2	-0,2	3,0
Veneto	282	11,9	300	11,0	6,4	1,1	1,3	-0,6
Friuli V.G.	151	11,0	144	11,9	-4,6	6,3	-2,1	-0,6
Emilia Romagna	22	10,0	18	10,8	-18,2	15,8	-12,5	-13,6
Toscana	31	14,2	29	16,2	-6,5	-42,6	-16,4	-9,9
Umbria	37	16,2	36	15,3	-2,7	-7,5	-23,5	-13,9
Marche	31	16,4	15	27,5	-51,6	-24,4	-26,7	-18,5
Lazio	343	17,1	324	17,7	-5,5	-21,0	-9,4	-12,8
Abruzzo	240	11,4	234	10,6	-2,5	0,4	-6,7	-3,7
Molise	432	8,5	398	8,2	-7,9	-15,8	-7,8	2,8
Campania	1.833	9,9	1.744	10,0	-4,9	-2,4	-4,1	-4,2
Puglia	1.206	23,9	1.184	23,7	-1,8	-1,6	-1,6	-0,5
Basilicata	571	15,8	549	15,8	-3,9	-5,1	-2,3	-1,8
Calabria	1.588	4,6	1.520	4,6	-4,3	-2,1	-1,6	1,7
Sicilia	763	22,5	732	22,2	-4,1	-1,8	-8,1	-3,6
Sardegna	1.193	12,7	1.220	13,1	2,3	4,5	7,4	5,2
Italia	15.536	13,6	15.033	13,6	-3,2	-3,0	14,6	9,1
Nord	7.268	14,0	7.048	14,0	-3,0	-2,4	2,2	1,1
Centro	442	16,8	404	17,7	-8,6	-22,3	-13,0	-13,0
Sud e Isole	7.826	11,1	7.581	11,0	-3,1	-2,2	-2,5	-0,9

Fonte: Elaborazioni OMZ su dati BDN dell'Anagrafe Zootecnica istituita dal Ministero della Salute presso il CSN dell'Istituto "G Caporale" di Teramo.

ma il numero rimasto in produzione è realmente esiguo, 404 in totale, e meno di un quarto di quelle attive solo dieci anni prima; diversa, invece, la situazione sia al Nord che al Sud dove il numero delle aziende ad orientamento produttivo "misto" è rimasto più o meno invariato rispetto a dieci anni fa, e il tasso di chiusura che ha interessato soltanto gli ultimi anni entrambe le aree è limitato a qualche punto percentuale (tab. 3.7). Il numero medio di vacche per allevamento "misto" rimane naturalmente ridotto e invariato sia al Nord, dove si evidenziano le strutture piemontesi e lombarde, che al Sud, in cui quelle pugliesi e siciliane emergono per avere dimensione media più che doppia di quella media dell'area.

Tab. 3.7 - Femmine che hanno partorito, totali e con massimo 24 mesi, in allevamenti ad orientamento produttivo "misto" per regione, in Italia, al 31 dicembre: 2021-2022.

Regione	2021		2022		Var. % delle consistenze totali			
	totali	di cui: ≤ 24 mesi	totali	di cui: ≤ 24 mesi	2022/ 2021	2021/ 2020	media 2017- 2022	media 2012- 2022
Piemonte	28.353	116	26.925	93	-5,0	-7,4	-2,0	1,8
Valle d'Aosta	16.355	8	15.371	12	-6,0	-0,2	-1,5	12,7
Liguria	681	1	649	0	-4,7	1,9	-4,0	-2,0
Lombardia	33.985	481	33.237	447	-2,2	-23,8	-8,0	-1,4
Trentino A.A.	17.279	21	16.928	27	-2,0	-1,2	-1,1	6,5
Veneto	3.349	16	3.308	17	-1,2	-15,6	-5,8	-0,2
Friuli V.G.	1.655	2	1.715	2	3,6	10,1	4,1	3,5
Emilia Romagna	219	0	195	1	-11,0	19,0	-17,7	-13,3
Toscana	441	0	469	0	6,3	-41,8	-8,7	-3,6
Umbria	601	1	550	2	-8,5	1,3	-20,7	-12,4
Marche	507	2	412	1	-18,7	-7,3	-8,4	-11,2
Lazio	5.876	138	5.732	117	-2,5	-32,3	-8,6	-7,6
Abruzzo	2.734	20	2.473	8	-9,5	-4,5	-5,8	-2,0
Molise	3.678	7	3.262	12	-11,3	-15,9	-8,4	1,5
Campania	18.233	62	17.368	45	-4,7	-1,0	-1,9	-1,3
Puglia	28.795	140	28.083	112	-2,5	0,0	1,1	2,6
Basilicata	9.022	34	8.683	32	-3,8	-9,3	-0,6	-1,0
Calabria	7.288	9	7.065	8	-3,1	-5,7	-3,0	-0,4
Sicilia	17.132	65	16.263	62	-5,1	-0,9	-2,7	1,4
Sardegna	15.198	64	15.927	91	4,8	7,9	16,2	11,2
Italia	211.381	1.187	204.615	1.089	-3,2	-7,9	-2,4	1,2
Nord	101.876	645	98.328	599	-3,5	-11,7	-4,2	2,0
Centro	7.425	141	7.163	120	-3,5	-29,8	-10,0	-8,1
Sud e Isole	86.882	337	83.197	279	-4,2	-2,8	-3,1	-0,1

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati BDN dell'Anagrafe Zootechnica istituita dal Ministero della Salute presso il CSN dell'Istituto "G Caporale" di Teramo.

3.1.3. Le consistenze dell'indagine Istat al 1° dicembre

Nel corso del 2022, secondo l'indagine Istat sulle consistenze, che rappresenta la fonte ufficiale nazionale, il numero di animali che contribuiscono alla produzione di latte avrebbe mostrato un certo recupero sui cali registrati l'anno prima. Il patrimonio bovino da latte italiano al 1° dicembre del 2022 è stato stimato pari a 1.631 mila capi, con un aumento di oltre 21 mila capi rispetto alla stessa data del 2021, quando è stato raggiunto il livello minimo quanto meno degli ultimi venti anni. L'inversione osservata nell'ultimo anno arresta un trend negativo iniziato dieci anni fa e tramite il quale il patrimonio delle vacche da latte si sarebbe ridotto di oltre 250 mila capi e, malgrado il recupero del 2022, nell'ultimo decennio avrebbe presentato una contrazione

media annua dell'1,3%; la seconda parte del decennio è stata la peggiore, pertanto, la variazione media annua calcolata nel quinquennio è stata pari al -1,9%, con una perdita di oltre 211 mila capi soltanto tra il 2017 e il 2021 (tab. 3.8). Il confronto con i dati appena analizzati dell'anagrafe zootecnica⁴, che indicano un patrimonio bovino da latte iscritto di oltre 142 mila capi inferiore e con un divario in aumento rispetto all'anno precedente, suggerisce che forse le stime dell'Istat non hanno colto la flessione delle consistenze avvenuta nel corso del 2022 e avvalorata, peraltro, dai dati produttivi sul latte.

Il patrimonio di bufale⁵ è stato stimato composto da meno di 234 mila unità, con un lieve decremento, poco più di 700 capi, rispetto all'anno prima, e un saldo ancora positivo, di oltre 800 bufale, sul 2020. L'andamento tendenziale di medio periodo risulta negativo, con una variazione media negli ultimi cinque anni del -1,3% annuo, mentre rispetto a dieci anni fa il numero attuale è ancora positivo ed evidenzia nel periodo un incremento medio annuo dell'1%. Nello stesso tempo le bufale che hanno partorito, registrate in anagrafe zootecnica, hanno presentato complessivamente un andamento crescente, osservato anche negli ultimi anni; le bufale censite in BDN nel 2022 sono sensibilmente inferiori a quelle stimate dall'Istat, 25 mila capi in meno, ma essendo una differenza che è andata diminuendo negli anni è immaginabile che le due fonti tendano ad allinearsi. Le discrepanze probabilmente sono legate a motivi diversi: da una parte potrebbero esserci carenze nelle registrazioni in BDN, e dall'altra, le buone performance dei prodotti bufalini, la crescita della produzione di mozzarella di bufala negli ultimi tre anni, lasciano il sospetto che le contrazioni registrate dall'Istat siano o il risultato di valori sovrastimati in passato o puramente errori di campionamento.

Il gregge ovino italiano da latte a dicembre 2022 sarebbe stato composto da circa 4,7 milioni di capi, uno dei livelli più bassi degli ultimi 20 anni ma in recupero sull'anno precedente; nell'ultimo anno si conterebbero 65 mila pecore da latte in più ma ancora circa 200 mila capi in meno del livello stimato nel 2020. Quest'ultimo recupero ha alleggerito l'andamento tendenziale negativo che rimane tuttavia importante: negli ultimi cinque anni la flessione media annua è stata dell'1,9%, con una perdita effettiva di 471 mila capi, mentre su dieci anni la contrazione media annua si attesta sull'1,3%, equivalente a 643 mila pecore in meno. A partire dal 2019, prima con il buon andamento delle esportazioni del principale prodotto derivato, poi con la ripresa dei con-

4. Dalla BDN nel 2022 emerge al contrario un decremento di oltre 34 mila vacche appartenenti agli allevamenti con produzione di latte, ad orientamento "da latte" e "misto".

5. L'Istat definisce le bufale come femmine di minimo 2 anni che hanno partorito almeno una volta, adibite esclusivamente o prevalentemente alla produzione di latte destinato al consumo umano e/o alla trasformazione in prodotti lattiero-caseari, comprese le bufale riformate.

Tab. 3.8 - La zootecnia da latte in Italia secondo le indagini Istat sulle consistenze al 1° dicembre ('000 di capi): 2012 – 2022

Anni	Vacche da latte	Bufale	Pecore da latte	Capre totali	Capre che hanno figliato
2012	1.857	212	5.302	735	576
2013	1.862	241	5.247	797	623
2014	1.831	238	5.142	739	595
2015	1.826	230	5.137	750	589
2016	1.822	239	5.206	795	620
2017	1.791	249	5.130	764	583
2018	1.693	246	5.033	756	577
2019	1.643	233	4.844	827	640
2020	1.638	233	4.851	826	635
2021	1.610	234	4.593	824	633
2022	1.631	234	4.658	887	679
Var.% 2022/2021	1,3	-0,3	1,4	7,6	7,3
Var.% 2021/2020	-1,7	0,7	-5,3	-0,3	-0,3
Var.% media 2017-2022	-1,9	-1,3	-1,9	3,0	3,1
Var.% media 2012-2022	-1,3	1,0	-1,3	1,9	1,7

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat, Indagine sulla consistenza del bestiame al 1° dicembre.

sumi sul mercato interno come conseguenza del lockdown e della successiva riapertura, il comparto del latte ovino ha attraversato nel 2021 un periodo di prosperità con prezzi del latte ai massimi livelli, le conseguenze sulla dimensione del settore si stanno quindi osservando e ci si auspica che continueranno anche in futuro.

Il patrimonio caprino da latte è stato stimato al 1° dicembre 2022 in 679 mila capre che hanno figliato; nell'ultimo anno si è ingrandito di oltre 46 mila unità, recuperando ampiamente la piccola flessione dell'anno precedente e collocando il livello del gregge caprino da latte italiano al livello massimo degli ultimi 20 anni. Le stime dell'ultimo anno mostrano un forte balzo in avanti, +7,3%, superato soltanto da quello rilevato nel 2019 quando ha quasi raggiunto il +11,0%, pertanto, il tasso medio annuo di variazione calcolato su dieci anni è positivo, pari all'1,7%, ma quello calcolato nell'ultimo quinquennio lo supera ampiamente andando oltre il +3,0% di media all'anno.

3.1.3.1. A livello regionale

I dati Istat a livello regionale mostrano, per le vacche da latte, come l'incremento dell'ultimo anno coinvolga prevalentemente le regioni settentrionali

seguite dall'area centrale, mentre al Sud si rilevano ancora segni negativi (tab. 3.9). Nell'area del Nord è stato stimato un totale di circa 1,3 milioni di capi da latte, con oltre 72 mila lattifere in più (6,1%) sul dato 2021, e superiore a tutti i valori stimati a partire dal 2014. La crescita osservata nell'ultimo anno è stata il risultato di un guadagno consistente in Lombardia (+42 mila capi), Trentino A.A. (+16 mila capi) e Veneto (+17 mila capi), mentre contemporaneamente in lieve contrazione risultavano l'Emilia Romagna (-4 mila capi) e il Piemonte (-2 mila capi); per la Lombardia l'evoluzione dell'ultimo anno si conferma in linea con l'andamento di lungo periodo, sintetizzato da un tasso medio annuo del 2% nell'ultimo decennio, e rafforza ulteriormente il peso della regione nel contesto nazionale: in dieci anni il patrimonio di vacche da latte lombardo è passato dal 25,7% al 35,5% del totale nazionale. In direzione opposta ancora una volta il Piemonte, perde oltre 1.800 capi nell'ultimo anno e cumula una contrazione di quasi 32 mila lattifere in dieci anni, con una quota che passa dal 9,4% all'8,8% del patrimonio lattiero italiano. Diversa la situazione del Trentino A.A. e del Veneto i cui incrementi recenti del patrimonio lattiero rappresentano un mero parziale recupero sull'andamento passato, infatti, i numeri attuali rimangono fortemente sotto quelli di dieci anni fa: in entrambi i casi è stato calcolato un tasso medio annuo di variazione del decennio intorno al -4%. In Emilia Romagna la contrazione del patrimonio di vacche dell'ultimo anno si colloca in linea con la tendenza negativa in atto da più anni e che dal 2017 ha portato alla scomparsa di oltre 22 mila lattifere (-8,1%), tuttavia, rispetto a dieci anni prima la variazione è ancora positiva e valutata con un tasso medio annuo dello 0,8%. Per l'area settentrionale le consistenze stimate dell'Istat si collocano molto prossime a quelle registrate in BDN, con uno scarto positivo che non raggiunge il 4%; al suo interno la Lombardia presenta una differenza minima limitata allo 0,5% mentre in Piemonte, unico caso insieme alla Liguria, il dato Istat è sotto di circa 3 punti percentuali a quello dell'anagrafe.

La zootecnia da latte delle regioni centrali, secondo l'Istat, nel 2022 avrebbe arrestato il suo progressivo processo di rimpicciolimento, guadagnando poco più di 2 mila vacche ma rimanendo ampiamente sotto ai livelli passati: l'ultimo dato risulterebbe ancora inferiore per circa 21 mila capi a quello di cinque anni prima. Ad incidere maggiormente su queste cifre è sempre la regione principale, il Lazio, che, sebbene recuperi oltre 4 mila capi nel 2022, presenta consistenze inferiori di circa 15 mila unità rispetto a cinque anni prima. Le vacche registrate in BDN, con possibilità di aver prodotto latte per il consumo, nelle regioni centrali sono meno dei tre quarti di quelle stimate dall'Istat; un ulteriore confronto con il dato censuario, molto vicino a questo stimato dall'indagine sulle consistenze, lascia dei dubbi sugli aggiornamenti

Tab. 3.9 - Consistenze regionali di capi da latte al 1° dicembre 2022

Regione	Vacche da latte	Var. % 2022/2021	Var. % media 2012-2022	Bufale	Var. % 2022/2021	Var. % media 2012-2022	Pecore da latte	Var. % 2022/2021	Var. % media 2012-2022	Capre che hanno figliato	Var. % 2022/2021	Var. % media 2012-2022
Piemonte	143.414	-1,3	-2,0	2.250	16,9	11,0	60.010	22,8	1,7	50.140	-0,1	1,3
Valle d'Aosta	17.782	-2,0	1,1	0	-	-	1.450	34,3	-1,1	2.490	-3,9	-1,5
Liguria	1.074	15,6	-9,7	0	-	-	10.000	-45,9	-4,7	6.650	12,7	-6,4
Lombardia	579.042	7,9	2,0	3.490	86,2	10,1	32.460	4,0	1,7	71.360	-2,5	5,1
Trentino A.A.	89.598	21,1	-4,0	7	-98,2	-	34.330	207,6	9,2	27.500	38,3	11,0
Veneto	147.847	12,7	-4,1	1.124	43,0	15,7	26.190	50,6	8,8	14.200	4,9	11,7
Friuli V. G.	33.921	11,8	-0,5	350	-	-	3.670	20,7	8,8	3.510	2,3	6,1
Emilia-Romagna	251.677	-1,6	0,8	297	-60,2	11,7	31.030	-14,0	-2,4	11.730	-28,9	1,5
Toscana	11.862	-24,2	-2,4	488	29,8	18,4	271.810	2,6	-2,5	12.810	-6,1	1,8
Umbria	7.967	33,4	7,0	0	-	-	78.600	-12,8	1,0	4.580	-1,9	0,4
Marche	5.934	0,7	-1,9	459	63,3	-	90.210	-4,3	2,0	6.590	-49,0	4,2
Lazio	46.132	9,5	-1,6	40.778	23,7	-1,6	468.500	-4,3	-2,1	21.960	-3,8	-1,3
Abruzzo	16.215	2,8	-7,1	110	23,6	-	91.330	-0,8	-2,1	9.020	-11,0	-4,0
Molise	12.037	49,9	-3,8	342	12,5	-15,8	35.570	-21,6	-2,8	6.460	-20,0	2,6
Campania	50.175	-2,4	-6,0	173.956	-7,0	1,6	106.100	-2,1	-1,4	21.310	2,8	1,8
Puglia	69.394	-12,0	-3,3	5.782	15,3	4,3	117.140	6,2	-4,2	33.080	4,9	2,6
Basilicata	24.216	11,3	-5,0	1.800	153,5	17,8	125.020	-7,0	-4,0	29.970	-22,1	-2,4
Calabria	19.881	8,2	-2,7	1.153	59,5	4,0	121.060	-14,5	-4,7	69.400	1,2	-1,5
Sicilia	56.859	-45,7	-6,5	1.326	12,0	5,6	531.680	8,9	-0,1	64.800	18,4	-3,1
Sardegna	46.101	-6,7	-2,1	0	-	-100,0	2.422.350	2,3	-1,0	211.390	31,0	4,8
Italia	1.631.128	1,3	-1,3	233.712	-0,3	1,0	4.658.490	1,4	-1,3	678.920	7,3	1,7
Nord	1.264.355	6,1	-0,3	7.518	31,2	11,7	199.140	19,0	2,0	187.580	1,3	3,8
Centro	71.895	3,2	-1,1	41.725	24,1	-1,4	909.120	-3,2	-1,7	45.940	-15,0	0,3
Sud e Isole	294.878	-15,3	-4,7	184.469	-5,4	1,4	3.550.250	1,8	-1,3	445.430	13,2	1,0

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat, Indagini sulle consistenze al 1° dicembre.

della BDN e sulla possibile presenza in queste regioni di un certo numero di allevamenti non iscritti.

La circoscrizione Sud e Isole è quella che presenta nel 2022 una forte flessione del numero di lattifere tanto da compensare buona parte degli incrementi delle altre aree e portare la crescita nazionale su livelli contenuti. In un anno sarebbero scomparse in quest'area oltre 53 mila vacche, il 15,3%, e che contribuiscono a raggiungere un tasso medio annuo di contrazione del 4,7% negli ultimi dieci anni. La regione che principalmente partecipa a questo risultato è la Sicilia per la quale, probabilmente, sono state riviste le stime giungendo ad un abbattimento del 46% del dato del 2021 per avvicinarsi al dato censuario; altra regione che perde larghe quote di patrimonio è la Puglia seguita dalla Sardegna, anche in questi casi ottenendo come risultato numeri più vicini a quelli scaturiti dall'ultimo Censimento 2020. Dall'altro canto in quest'area ci sono anche regioni con un numero di vacche in aumento, come il Molise, che vede ampliarsi del 50% il suo patrimonio, e la Basilicata e la Calabria, ma qui ci si limita rispettivamente ad un +11,3% e +8,2%, sempre comunque raggiungendo livelli più prossimi a quelli del Censimento. Il confronto con i corrispondenti numeri estratti dalla BDN risulta ancora più complesso di quello visto per le regioni centrali: al meridione il dato Istat sulle vacche da latte supera di oltre il 44% quello dell'Anagrafe Zootecnica, con tutte le regioni che presentano le consistenze stimate dall'Istat ampiamente superiori alle vacche registrate di allevamenti ad orientamento "da latte" e "misto". Le maggiori discrepanze si osservano per la Sicilia, la Campania e l'Abruzzo, mentre i numeri più vicini sono quelli della Basilicata, dove le consistenze dell'Istat sopravanzano quelle registrate in BDN "soltanto" dell'11%. Malgrado l'evoluzione dell'ultimo anno, in tutte le regioni del Sud affiora una sensibile contrazione del patrimonio nel lungo periodo, con tassi medi annui di decremento calcolati su dieci anni che variano dal 2,1% della Sardegna al 7,1% dell'Abruzzo.

L'allevamento di bufale, nell'ultimo anno, pur variando poco a livello nazionale, si è presentato con una certa dinamicità a livello regionale: nel 2022 spicca, da un lato, il calo delle consistenze nell'area meridionale, determinato esclusivamente dalla perdita di oltre 13 mila capi nella regione principale, la Campania, che in precedenza aveva tendenzialmente rafforzato il suo ruolo dominante, e il forte incremento dei capi nelle aree Nord e Centro. Nel Lazio, seconda regione in termini di capi allevati, troviamo nel 2022 l'incremento che controbilancia in buona parte la riduzione della Campania, +7.819 bufale, raggiungendo un totale di circa 41 mila capi, numero, tuttavia, ancora inferiore a quello di 10 anni prima; il secondo aumento in termini assoluti spetta alle bufale lombarde che raggiungono le 3.490 unità e guadagnano la quota

dominante dell'area settentrionale. La Puglia, terza regione per dimensione della mandria bufalina, si avvicina alle 6 mila unità con un incremento del 15% nell'ultimo anno, e un tasso medio annuo di variazione del +4,3% su base decennale. La Basilicata detiene la crescita assoluta maggiore del 2022 dopo quella lombarda e laziale, superiore ai mille capi, ma certamente la più alta in termini percentuali, +153,5%; queste variazioni lasciano presupporre che sia emersa una parte della zootecnia bufalina da latte regionale fino ad allora sconosciuta alle statistiche ufficiali. La mancata pubblicazione, al momento della redazione del presente capitolo, da parte dell'Istat, delle statistiche sul patrimonio delle bufale provenienti dall'ultimo Censimento Generale dell'Agricoltura, non ci permette di fare ipotesi ed interpretare le forti variazioni regionali dell'ultimo anno, pertanto, a tale fine e con le dovute riserve, abbiamo analizzato le statistiche dell'Anagrafe Zootecnica per questa specie.

A fine 2022, le bufale⁶ presenti in BDN, erano poco più di 209 mila, un numero inferiore a quelle stimate dall'Istat di circa 25 mila unità (tab. 3.10); nell'ultimo anno il patrimonio registrato è aumentato dello 0,9%, in frenata rispetto al deciso incremento che dal 2012 ha segnato un tasso medio annuo di variazione del +3,8%. Le bufale dell'Anagrafe sono meno di quelle stimate dall'Istat al Nord e al Sud, mentre le superano ampiamente al Centro. In quest'ultima area è il Lazio a vedersi sottostimare le bufale dall'Istat e, pertanto, l'incremento riscontrato sopra nell'ultimo anno potrebbe essere interpretato come un riallineamento delle due fonti. La forte discrepanza, tuttavia, si rileva al Sud dove il dato dell'Anagrafe mostra una carenza su quello dell'Istat stimata in 24 mila bufale, pari al 15%, per la quasi totalità riscontrate in Campania. In questo caso, la flessione registrata dall'Istat nel 2022, ma assente nei dati dell'Anagrafe, potrebbe derivare da una parziale sovrastima delle consistenze ufficiali e quindi da un tentativo di riallineamento; dall'altra, non possiamo, comunque, escludere una registrazione degli allevamenti di bufale non ancora completa in questa regione. Altro caso da segnalare è quello della Basilicata dove, nell'ultimo anno, i numeri delle due fonti si sono molto avvicinati mantenendo comunque il superamento delle registrazioni in BDN sulle consistenze Istat: in questo caso è facile ipotizzare che nell'incremento segnalato sopra del dato Istat (+153,5%) ci sia il conteggio di capi non precedentemente considerati nelle statistiche ufficiali.

Il patrimonio ovino da latte nazionale, nel corso del 2022, ha mostrato un incremento che rappresenta la risultante di comportamenti diversi e opposti a

6. Le statistiche disponibili sul patrimonio bufalino presente nella BDN utilizzano la stessa classificazione dei bovini, per sesso, età e se hanno partorito o meno, pertanto, consideriamo bufale le femmine con almeno 2 anni che hanno partorito. Tale definizione coincide con quella utilizzata dall'Istat.

Tab. 3.10 - Consistenze di bufali femmine che hanno partorito, di almeno 24 mesi, per regione in Italia, al 31 dicembre: 2012 - 2022

Regione	2012	2017	2021	2022	Var.% 2022/ 2021	Var.% media 2017- 2022	Var.% media 2012- 2022
Piemonte	1.069	1.275	1.363	1.335	-2,1	0,9	2,2
Valle d'Aosta	0	0	0	-	-	-	-
Liguria	3	1	0	-	-	-100,0	-100,0
Lombardia	2.271	2.295	2.766	2.754	-0,4	3,7	1,9
Trentino A.A.	0	0	0	5	-	-	-
Veneto	1.140	1.018	953	883	-7,3	-2,8	-2,5
Friuli V.G.	401	644	458	493	7,6	-5,2	2,1
Emilia Romagna	195	212	128	125	-2,3	-10,0	-4,3
Toscana	674	580	539	447	-17,1	-5,1	-4,0
Umbria	169	189	287	295	2,8	9,3	5,7
Marche	211	246	289	324	12,1	5,7	4,4
Lazio	24.727	32.550	40.226	41.956	4,3	5,2	5,4
Abruzzo	5	22	17	19	11,8	-2,9	14,3
Molise	426	206	292	312	6,8	8,7	-3,1
Campania	106.870	142.250	150.549	150.482	0,0	1,1	3,5
Puglia	3.342	4.191	5.659	5.911	4,5	7,1	5,9
Basilicata	993	1.844	1.923	1.936	0,7	1,0	6,9
Calabria	520	625	874	775	-11,3	4,4	4,1
Sicilia	451	652	897	974	8,6	8,4	8,0
Sardegna	180	-	5	4	-20,0	-	-31,7
Italia	143.647	188.800	207.225	209.030	0,9	2,1	3,8
Nord	5.079	5.445	5.668	5.595	-1,3	0,5	1,0
Centro	25.781	33.565	41.341	43.022	4,1	5,1	5,3
Sud e Isole	112.787	149.790	160.216	160.413	0,1	1,4	3,6

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati BDN dell'Anagrafe Zootecnica istituita dal Ministero della Salute presso il CSN dell'Istituto "G Caporale" di Teramo.

livello di area e persino di regione: cresce considerevolmente al Nord, dove comunque rimane di secondaria importanza, diminuisce al Centro e si rafforza al Sud. Rispetto all'andamento passato, l'ultimo dato del Sud si pone in controtendenza perché oppone un incremento dell'1,8% ad un tasso medio annuo calcolato nell'ultimo decennio del -1,3%, mentre la contrazione delle pecore da latte nelle regioni centrali nel 2022 viene confermata anche dalla tendenza di lungo periodo. A livello regionale le variazioni sono fortemente differenziate e mettono in evidenza diversi protagonisti che intervengono nel risultato di ciascuna area: tra le regioni settentrionali forti incrementi del numero di pecore da latte interessano il Trentino A.A. e il Piemonte, +23 mila e +11 mila capi rispettivamente, al Sud invece si concentrano in Sardegna e Sicilia, con +55,6 mila e +43 mila capi, rafforzando le loro posizioni leader, ma qui sono parzialmente compensati dai decrementi registrati soprattutto in Calabria, ma

anche in Molise e Basilicata. Nelle regioni centrali le pecore da latte calano nel Lazio, che mantiene comunque la terza posizione per dimensione a livello nazionale, e in Umbria, con -21 mila e -11,5 mila capi rispetto al dato 2021.

Le elaborazioni in BDN disponibili sul portale del Sistema Informativo Veterinario relativamente al patrimonio ovicaprino sono disponibili soltanto dal 2017 e risultano meno dettagliate di quelle relative al patrimonio bovino e bufalino, permettono di differenziare gli animali in base all'età, al sesso e all'orientamento produttivo dell'allevamento di appartenenza. Il confronto con tali dati, per i quali abbiamo utilizzato le femmine sopra i 12 mesi in allevamenti ad orientamento da latte e misto, confermano, tuttavia, la dimensione del gregge da latte nazionale, che nei dati in BDN risulta di poco inferiore (-3%), mentre cambiano leggermente i pesi delle diverse aree, sebbene le forti variazioni registrate dai dati Istat vadano, salvo alcune eccezioni, nella direzione di un avvicinamento delle due fonti. In disaccordo troviamo, invece, la direzione della variazione dei dati nell'ultimo anno che nella BDN evidenzia una flessione delle pecore totali in tutte le aree del Paese. Il numero di pecore registrate in BDN di proprietà di allevamenti "da latte" e di allevamenti ad orientamento "misto", a livello regionale, supera il dato stimato dall'Istat soltanto nella regione principale, la Sardegna, +270 mila capi, e le variazioni dell'ultimo anno, in diminuzione per il dato della BDN e in aumento per il dato Istat, vanno verso un allineamento delle due fonti (tab. 3.11). Diversa la situazione in Sicilia, Toscana, Puglia e Piemonte dove le due fonti vanno in direzioni opposte e verso un ulteriore allontanamento. I dati della Lombardia sono quelli che presentano una maggiore discordanza, infatti, ad una stima dell'Istat di oltre 32 mila pecore da latte si contrappongono poco più di 4 mila pecore presenti in totale negli allevamenti specializzati "da latte" e in quelli ad orientamento "misto" iscritti in BDN. Probabilmente, il diverso indirizzo produttivo prevalente che l'allevamento ovino presenta in alcune regioni potrebbe essere alla base di queste forti dissonanze tra le due fonti.

Nel 2022 il discreto guadagno a livello nazionale del numero di capre che hanno figliato è stato, in valore assoluto, il risultato di un forte incremento di questi capi in Sardegna, +50 mila unità, e, ad una certa distanza, in Sicilia e Trentino A.A. con +10 mila e +8 mila capi rispettivamente, ma anche di una certa contrazione in Basilicata, Marche ed Emilia Romagna, che complessivamente hanno lasciato sul terreno circa 20 mila capre produttrici di latte. A livello di area, nel 2022, è il Sud a guadagnare sensibilmente peso, grazie al rafforzamento delle regioni più vocate, riportando in positivo lo scarto con i valori di dieci anni prima; il Nord tiene in termini assoluti ma perde peso nel contesto nazionale, notevole il restringimento del patrimonio in Lombardia, seconda regione per dimensione del gregge caprino con produzione di latte a

Tab. 3.11 - Consistenze di ovini femmine, di almeno 12 mesi, in allevamenti ad orientamento "da latte" e "misto" per regione, in Italia, al 31 dicembre: 2022

Regione	Pecore in allevamenti ad orientamento:			Var.% 2022/2021			Var. media % 2022/2017		
	"da latte"	"misto"	totale	"da latte"	"misto"	totale	"da latte"	"misto"	totale
	Piemonte	9.360	24.576	33.936	-6,7	-5,6	-5,9	1,0	-3,2
Valle d'Aosta	-	1.217	1.217	-	-7,2	-7,2	-	-9,3	-9,3
Liguria	1.524	2.751	4.275	0,0	-8,6	-5,7	-3,1	6,2	2,2
Lombardia	2.975	1.116	4.091	-5,8	4,6	-3,1	-2,9	23,7	1,3
Trentino A.A.	318	31.715	32.033	3,6	1,1	1,1	5,6	-4,0	-3,9
Veneto	3.060	12.710	15.770	34,9	17,2	20,2	19,0	0,9	3,3
Friuli V.G.	152	6.219	6.371	-16,5	-14,8	-14,9	-11,0	-7,8	-7,9
Emilia Romagna	15.365	914	16.279	-14,1	-29,6	-15,2	-1,9	-18,9	-3,5
Toscana	220.883	661	221.544	-6,6	-67,0	-7,1	-1,0	-37,0	-1,5
Umbria	41.038	10.639	51.677	-5,2	-8,7	-5,9	-1,1	-8,5	-2,9
Marche	47.622	20.304	67.926	0,4	-18,4	-6,1	1,9	-12,2	-3,8
Lazio	365.079	75.649	440.728	-3,6	-0,3	-3,0	0,9	-1,2	0,5
Abruzzo	2.727	86.222	88.949	-13,8	-3,5	-3,8	-9,6	-3,2	-3,5
Molise	817	22.121	22.938	31,8	-5,1	-4,1	-0,8	-6,2	-6,0
Campania	6.713	80.489	87.202	-2,3	-5,0	-4,8	0,1	-3,9	-3,6
Puglia	11.433	89.710	101.143	-3,2	-12,5	-11,6	-3,7	-8,9	-8,3
Basilicata	3.362	98.340	101.702	-3,4	-14,2	-13,9	-6,2	-6,6	-6,6
Calabria	62.039	53.754	115.793	-5,3	-10,6	-7,8	-2,6	-10,6	-6,8
Sicilia	186.672	222.110	408.782	-2,2	-6,2	-4,4	-3,8	-7,0	-5,6
Sardegna	2.058.645	634.405	2.693.050	-5,8	0,0	-4,5	-2,2	0,9	-1,5
Italia	3.039.784	1.475.622	4.515.406	-5,3	-4,3	-5,0	-1,8	-3,6	-2,4
Nord	32.754	81.218	113.972	-7,4	-1,2	-3,1	0,0	-3,3	-2,5
Centro	674.622	107.253	781.875	-4,4	-6,2	-4,7	0,2	-5,5	-0,7
Sud e Isole	2.332.408	1.287.151	3.619.559	-5,5	-4,4	-5,1	-2,4	-3,4	-2,8

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati BDN dell'Anagrafe Zootecnica istituita dal Ministero della Salute presso il CSN dell'Istituto "G Caporale" di Teramo.

livello nazionale. Il comportamento di lungo periodo evidenzia una crescente importanza delle regioni del Nord, trainate dalla Lombardia con al seguito il Trentino A.A. e il Veneto, e al Centro, malgrado le pessime performance dell'ultimo anno, il numero attuale di capre da latte rimane lievemente superiore a quello di dieci anni fa.

3.1.4. Gli allevamenti censiti dall'AIA

Gli allevamenti censiti dall'AIA nel 2022 attraverso le organizzazioni associate sono stati 14.502, il 2,8% in meno di quelli dell'anno precedente, e rappresentavano il 37,7% del totale degli allevamenti bovini registrati in BDN al 31 dicembre 2022 ad orientamento produttivo "latte" e "misto" (tab. 3.12). Questa riduzione, che è esattamente in linea con la variazione media annua

Tab. 3.12 - Evoluzione dell'attività dei Controlli Funzionali del latte: 2012 – 2022

Anni	Numero allevamenti	Numero capi	Capi/allevamento	Lattazioni chiuse nell'anno: totali	Lattazioni chiuse nell'anno: sup. 200 gg	Produzione media per vacca (kg)	% grassi	% proteine
2012	19.329	1.391.766	72,0	998.261	868.393	8.546	3,70	3,34
2013	18.644	1.359.440	72,9	983.851	851.717	8.611	3,74	3,33
2014	18.036	1.341.365	74,4	957.446	835.490	8.637	3,73	3,31
2015	17.959	1.369.952	76,3	975.094	837.999	8.756	3,71	3,29
2016	17.402	1.386.275	79,7	999.503	864.246	8.844	3,74	3,30
2017	16.625	1.364.606	82,1	968.216	839.290	9.032	3,78	3,33
2018	15.495	1.351.614	87,2	979.659	848.429	9.218	3,78	3,35
2019	15.316	1.351.443	88,2	962.401	837.773	9.262	3,81	3,35
2020	15.220	1.387.864	91,2	987.641	862.361	9.322	3,82	3,36
2021	14.913	1.417.548	95,1	1.031.352	901.754	9.564	3,85	3,36
2022	14.502	1.433.749	98,9	1.077.047	932.058	9.775	3,88	3,36
Var.% 2022/2021	-2,8	1,1	4,0	4,4	3,4	2,2	0,8	0,0
Var.% 2021/2020	-2,0	2,1	4,2	4,4	4,6	2,6	0,8	0,0
Var.% media 2017-2022	-2,7	1,0	3,8	2,2	2,1	1,6	0,5	0,2
Var.% media 2012-2022	-2,8	0,3	3,2	0,8	0,7	1,4	0,5	0,1

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati A.I.A., Bollettini dei Controlli della Produttività del latte.

nel decennio 2012-2022, non è altro che un riflesso del processo di concentrazione aziendale in atto; nell'arco del decennio, la quota di allevamenti controllati rispetto a quelli censiti in anagrafe ha oscillato tra il 36 e il 40% e negli ultimi anni sta costantemente aumentando, partendo dal 36,8% del 2018, segno che in questa fase l'adesione allo schema dei controlli funzionali rappresenta un fattore di solidità per le aziende da latte.

Il numero delle vacche controllate è stato di circa 1,434 milioni, l'1,1% superiore a quello fornito per il 2021. Con questo nuovo incremento il patrimonio bovino da latte soggetto al monitoraggio della produttività del latte sale in soli 3 anni di oltre 82 mila capi, raggiungendo un nuovo livello storico e sopravanzando il massimo locale registrato nel 2012, di circa 42 mila unità.

Dopo i tre anni di arretramento, dal 2017 al 2019⁷, l'incremento delle lattifere iscritte nel 2020 e 2021 era stato attribuito in buona parte alla riorganiz-

7. Come chiarito nelle precedenti edizioni, le riduzioni del numero delle vacche controllate in questi anni erano legate alla cessata attività degli organismi di controllo in alcune regioni a partire dal 2017: in Sicilia per il dichiarato fallimento dell'ARAS, nelle Marche e nel Lazio per la posta in liquidazione delle rispettive ARA, anche se in queste ultime l'AIA era riuscita in minima parte ad avocare le funzioni di ufficio periferico.

zazione e alla ripresa dell'erogazione dei servizi nelle regioni in difficoltà, mentre l'aumento dell'ultimo anno mette in evidenza un'espansione dell'attività di monitoraggio nelle regioni più vocate del Nord.

Le vacche monitorate nel 2022 sono risultate superiori del 3,4% a quelle del 2016, anno precedente alla crisi, e nell'ultimo decennio hanno presentato un'evoluzione positiva misurata da una debole variazione media annua dello 0,3% perché calcolata con riferimento ai valori massimi storici osservati in precedenza. L'attuale livello delle lattifere, tuttavia, si confronta con un numero di aziende aderenti sempre più piccolo, nell'ultimo decennio è stato registrato ad un calo medio annuo del 2,8% con il conseguente abbandono di oltre 4.800 stalle, corrispondenti ad un quarto di quelle controllate di dieci anni fa. Il numero medio delle vacche controllate è cresciuto particolarmente nell'ultimo biennio, passando da 91 vacche per stalla nel 2020 a quasi 99 nel 2022; la crescita nell'ultimo decennio è stata di quasi 27. Va detto, peraltro, che il numero delle vacche controllate è la somma di tutte quelle presenti in stalla dal 1° ottobre 2021 al 30 settembre 2022, considerando quindi sia quelle uscite prima del 30 settembre che quelle entrate dopo il 1° ottobre; si può ipotizzare che questo numero sovrastimi la vera dimensione della mandria controllata in un certo istante di un 20-25%. Tenendo conto di questa correzione, si può affermare che l'attività dei controlli interessi una quota tra il 66% e il 70% del patrimonio nazionale di lattifere stimato dall'Istat nell'indagine sulle consistenze.

Il numero di lattazioni totali chiuse nell'anno può invece essere utilizzato per avere un confronto con il numero delle vacche che hanno partorito, ricavato dall'anagrafe zootecnica, ovviamente riferito all'anno precedente. Le oltre un milione e 77 mila lattazioni chiuse nel 2022 rappresentano il 70,7% dei capi recensiti in anagrafe nel 2021; tale dato appare in decisa crescita rispetto al 67,7% del 2021 e al 64,8% del 2020, a conferma di quanto visto sul rafforzamento del sistema AIA negli anni recenti. Come per le vacche, anche per le lattazioni la crescita negli anni più recenti si rivela ben più consistente rispetto alla tendenza di medio-lungo termine, e si conferma anche qui il raggiungimento di un massimo storico nel 2021, ulteriormente ritoccato nel 2022. Questa tendenza è in primo luogo frutto della maggiore crescita delle aziende iscritte ai controlli: si osserva infatti che negli ultimi dieci anni il numero medio di lattazioni per stalla iscritta è passato da 52 a 74, mentre nello stesso arco di tempo le lattifere registrate dall'Anagrafe Zootecnica in allevamenti ad orientamento latte è cresciuto di 17 capi, che scendono a 10 se si considerano assieme anche gli allevamenti misti.

La produzione media di latte per lattazione è risultata in crescita anche nel 2022 raggiungendo i 9.775 kg, ossia 211 kg in più rispetto al 2020 e 743 kg

in più sul 2017; l'accelerazione osservata nell'anno precedente si è un po' smorzata (nel 2021 la crescita sul 2020 era stata di 242 kg) probabilmente a causa della pressione dei costi. In dieci anni la produttività è cresciuta dell'1,4% all'anno, ma la maggiore spinta sulla produttività comunque è stata data nella seconda metà del decennio quando l'incremento medio annuo è stato dell'1,6%. L'incremento medio delle rese per vacca nell'ultimo quinquennio è stato accompagnato anche da un aumento del contenuto lipidico e proteico, saliti in media rispettivamente di 0,10 e di 0,03 grammi per 100 grammi, nell'ultimo anno il contenuto lipidico ha fatto un bel progresso raggiungendo il massimo storico del 3,88% mentre si è fermato l'avanzamento del contenuto proteico sul livello record del 3,36% del biennio precedente.

Il numero di stalle controllate è diminuito in tutte le aree geografiche, con tassi di riduzione crescenti spostandosi lungo la penisola, dal 2,2% del Nord al 6,7% del Sud e Isole; all'interno di questi aggregati si riscontrano peraltro situazioni diversificate (tab. 3.13). Al Nord si segnalano uscite superiori rispetto alla media in Liguria (-9,1%) e Friuli Venezia Giulia (-5,2%), ma anche, seppure in misura relativamente limitata, in Emilia Romagna (-2,6%), mentre la miglior tenuta relativa si riscontra in Lombardia (-1,3%). Al Centro si trova uno dei pochi segni positivi nelle "piccole" rappresentato dalle Marche con il +2,9% (l'altro, relativamente meno marcato, riguarda la Campania) mentre è in forte calo l'Umbria (-5,6%), dove peraltro si era registrato un aumento nell'anno precedente. Al Sud e Isole si osserva soprattutto l'arretramento della Sicilia, dove le aziende sottoposte ai controlli erano gradualmente passate dalle 261 del 2019 alle 399 del 2021, mentre nel 2022 esse scendono a 337 (-15,5%); questo dato condiziona significativamente il bilancio della circoscrizione, poiché se si esclude la Sicilia, il resto delle regioni nel Sud e Isole mostra una riduzione degli allevamenti controllati del 4,4%. Anche in Sardegna si ha una riduzione del campione sotto controllo superiore alla media: il -9,2% del 2022 va a sommarsi in questo caso al -4,4% del 2021.

Il peso degli allevamenti aderenti ai controlli sulla produttività del latte sul totale di quelli che, nelle registrazioni dell'anagrafe zootecnica, risultano avere almeno una vacca da latte in stalla, è chiaramente diverso da area ad area: più alto al Nord con il 60% circa, minore al Centro con il 27% e intermedio al Sud dove si colloca intorno al 50%. Emerge quindi un certo legame tra il grado di specializzazione lattiera dell'allevamento bovino e la propensione delle aziende ad avvalersi del sistema dei controlli funzionali. Le regioni che hanno presentato un buon livello di adesione sono state il Piemonte, con l'83% delle stalle, la Lombardia con il 63%, il Trentino A.A. con il 66%, ma anche Abruzzo, Puglia e Basilicata, tutte e tre sopra il 70%.

Anche la resa media nelle stalle controllate ha presentato nel 2022 evolu-

Tab. 3.13 - Ripartizione per regione degli allevamenti e delle vacche controllate dall'AIA in Italia: 2022

Regioni	Allevamenti controllati	% allevamenti controllati/ totale*	Vacche controllate	Vacche/allevamenti	% Vacche**/ totale*	Var.% 2020/2019		
						Allevamenti	Vacche	Vacche/allevamento
Valle d'Aosta	1.153	55,5	142.172	123	73,9	-1,9	0,4	2,4
Piemonte	734	40,2	17.805	24	74,3	-1,9	-0,6	1,3
Liguria	50	14,7	879	18	65,8	-9,1	-4,7	4,9
Lombardia	3.209	45,8	631.617	197	84,9	-1,3	2,2	3,5
Trentino A.A.	4.124	45,0	79.390	19	72,8	-2,4	-1,3	1,1
Veneto	1.069	31,5	104.018	97	55,9	-1,9	1,9	3,9
Friuli V.G.	382	38,9	32.246	84	75,3	-5,2	-0,2	5,2
Emilia R.	1.659	48,5	246.023	148	72,7	-2,6	1,3	3,9
Toscana	55	25,3	4.892	89	26,7	-6,8	-2,4	4,7
Umbria	68	38,6	6.050	89	65,1	-5,6	0,8	6,8
Marche	35	31,3	2.937	84	37,3	2,9	1,8	-1,1
Lazio	150	12,0	23.156	154	39,4	-2,0	0,1	2,1
Abruzzo	251	37,5	9.744	39	45,7	-8,1	-3,1	5,4
Molise	122	15,7	4.645	38	34,7	-6,2	0,4	7,0
Campania	121	4,3	9.526	79	14,1	0,8	7,4	6,5
Puglia	572	27,6	45.672	80	46,2	-3,2	0,3	3,6
Basilicata	179	22,2	20.198	113	65,9	-2,2	3,0	5,3
Calabria	114	5,1	10.087	88	39,6	-3,4	-1,2	2,2
Sicilia	337	23,0	22.027	65	20,5	-15,5	-8,3	8,6
Sardegna	118	7,1	20.665	175	32,5	-9,2	-3,5	6,3
Italia	14.502	34,1	1.433.749	99	66,4	5,6	12,4	6,4
Nord	11.227	43,0	1.111.978	99	67,9	-2,2	1,6	3,8
Centro	308	17,6	37.035	120	39,3	-3,1	0,0	3,3
Sud e Isole	1.814	14,5	142.564	79	33,3	-6,7	-1,2	5,8

(*) Totale vacche da latte come da Indagine Istat sulle Consistenze al 1° dicembre, media 2020-2021, totale aziende come da BDN (somma degli allevamenti ad orientamento "da latte" e ad orientamento "misto" al 30 giugno 2021).

(**) Numero di vacche controllate deputato del 25% per tener conto dei capi eliminati per diverse cause nel corso dell'anno.

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati AIA, Bollettini dei Controlli della Produttività del latte.

zioni diverse in ambito locale: contro un incremento medio nazionale di 211 kg per vacca, le regioni che si collocano sopra tale valore sono i "pezzi da novanta" Lombardia ed Emilia Romagna, ma anche Abruzzo, Puglia, Calabria e Sicilia; queste ultime due sono anche le regioni dove l'incremento percentuale è più significativo, superando il 3% (tab. 3.14).

La crescita dimensionale degli allevamenti iscritti sta modificando profondamente anche la struttura dell'universo AIA per classi di vacche controllate

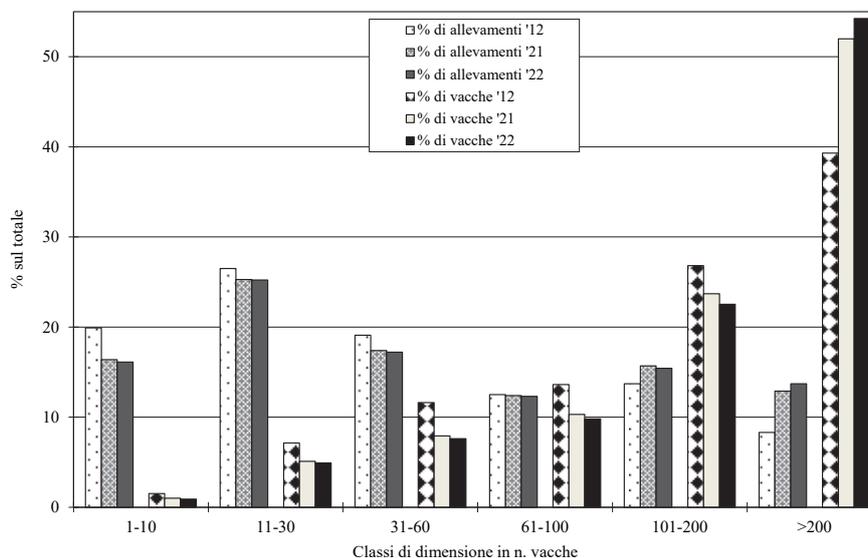
Tab. 3.14 - Lattazioni, produzione media per vacca e qualità del latte secondo l'attività dei controlli funzionali, per regione: 2022

Regioni	N. lattazioni chiuse nell'anno: totali	N. lattazioni chiuse nell'anno: sup. 200 gg	Kg latte per vacca	% di grasso	% di proteine	Var. % 2022/21	
						Lattazioni sup. 200 gg	kg di latte per vacca
Valle d' Aosta	107.004	92.399	9.628	3,95	3,37	3,1	2,1
Piemonte	16.075	14.014	3.519	3,55	3,33	0,1	0,2
Liguria	680	605	5.440	3,72	3,35	2,0	1,8
Lombardia	472.304	408.704	10.590	3,90	3,35	4,2	2,2
Trentino A. A.	62.638	54.974	7.728	4,06	3,42	0,3	0,8
Veneto	78.047	68.189	9.589	3,89	3,37	2,9	1,4
Friuli V. G.	24.718	21.626	8.891	3,97	3,36	0,4	2,2
Emilia Romagna	185.329	159.856	9.708	3,77	3,35	3,4	2,5
Toscana	3.663	3.171	9.330	3,95	3,38	-2,5	2,2
Umbria	4.256	3.675	9.811	3,73	3,28	4,9	2,0
Marche	2.271	1.869	8.582	3,85	3,35	13,7	1,1
Lazio	16.702	14.390	9.464	3,82	3,33	3,2	0,7
Abruzzo	7.109	5.981	8.192	3,80	3,28	-0,7	2,7
Molise	3.306	2.797	7.157	3,80	3,31	-1,8	2,6
Campania	6.926	6.052	8.800	3,90	3,38	26,4	-0,4
Puglia	32.700	28.307	8.841	3,82	3,45	3,7	2,5
Basilicata	14.727	12.541	9.577	3,93	3,40	4,2	2,0
Calabria	7.231	6.263	9.106	3,92	3,40	-0,7	3,2
Sicilia	15.939	13.508	8.483	3,83	3,37	1,1	3,5
Sardegna	15.422	13.137	10.330	4,04	3,38	-0,2	0,9
Italia	1.077.047	932.058	9.775	3,88	3,36	14,8	2,2
Nord	946.795	820.367	9.865	3,45	2,99	3,4	2,2
Centro	26.892	23.105	9.429	3,82	3,33	3,4	1,1
Sud e Isole	103.360	88.586	9.030	3,89	3,40	3,2	2,2

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati AIA, Bollettini dei Controlli della Produttività del Latte.

(fig. 3.3). Le grandi aziende non sono quelle maggiormente rappresentate, poiché questo ruolo appartiene alle stalle con 11-30 capi, che nel 2022 costituiscono il 25,2% del totale, ma esse perdono posizioni rispetto al 26,5% di dieci anni prima, così come si riduce l'incidenza relativa delle stalle più piccole, fino a 10 capi, e di quelle immediatamente superiori, da 31 a 60 capi. Lo spostamento in dieci anni è quasi nullo per le stalle "medie" tra 61 e 100 capi, che passano nel decennio dal 12,5% al 12,3% dell'insieme degli allevamenti, mentre diventa positivo per quelle di dimensione maggiore, da 101 a 200 capi (da 13,7% a 15,4%) e soprattutto oltre i 200 capi (da 8,3% a 13,7%). In termini di vacche presenti, è questa l'unica classe che guadagna in termini di peso percentuale, passando nel decennio dal 39,3% al 52,4% della consistenza complessiva, mentre tutte le altre classi dimensionali vedono ridursi, in misura maggiore o minore, la loro quota.

Fig. 3.3 - Allevamenti controllati e relativo numero di vacche controllate per classe di dimensione in Italia, in %: 2012-2022



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati AIA, Bollettini dei Controlli della Produttività del latte.

3.2. La produzione di latte secondo l'Istat

3.2.1. La Produzione ai Prezzi Base

Il valore della Produzione di latte ai Prezzi Base (PPB) stimato dall'Istat è nel 2022 di 6.869 milioni di euro, con un aumento del 26,0% rispetto all'anno precedente (tab. 3.15). In virtù di questo deciso aumento, del tutto attribuibile alle condizioni di prezzo, il tasso di variazione medio annuo dell'ultimo decennio risulta pari al +2,9%, più che triplicato rispetto al +0,9% nell'arco 2011-2021. Raddoppia invece, dal +3,3% medio annuo nel periodo 2016-2022 al +6,6% del 2017-2022, la velocità di crescita quinquennale. La componente prezzo ha, non solo nell'ultimo anno, un peso di primo piano nel determinare questi andamenti, poiché le evoluzioni quantitative sono assai difformi: nell'ultimo quinquennio, infatti, si osserva un andamento costante di crescita anno dopo anno.

Il latte di vacca e bufala rappresenta il 90,8% del valore totale del latte,

Tab. 3.15 - Evoluzione della produzione ai prezzi base di latte di vacca, bufala, pecora e capra in quantità e valore: 2012-2022

Anni	Quantità (.000 di ettolitri)			Valori (milioni di euro)		
	latte di vacca e bufala	latte di pecora e capra	totale	latte di vacca e bufala	latte di pecora e capra	totale
2012	112.519	5.412	117.931	4.712	430	5.142
2013	110.832	5.221	116.053	4.794	445	5.239
2014	111.838	5.121	116.959	4.785	472	5.257
2015	111.950	5.313	117.263	4.351	588	4.939
2016	115.299	5.640	120.939	4.113	520	4.634
2017	119.228	5.737	124.965	4.525	455	4.979
2018	120.582	5.953	126.535	4.534	441	4.975
2019	120.667	6.013	126.680	4.724	466	5.190
2020	124.167	6.043	130.210	4.738	511	5.249
2021	127.220	6.194	133.414	4.880	572	5.452
2022	126.585	6.182	132.767	6.239	630	6.869
Var. % 2022/2021	- 0,5	- 0,2	- 0,5	27,8	10,0	26,0
Var. % 2021/2020	2,5	2,5	2,5	3,0	12,0	3,9
Var. % media 2017-2022	1,2	1,5	1,2	6,6	6,7	6,6
Var. % media 2012-2022	1,2	1,3	1,2	2,8	3,9	2,9

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat - Conti Nazionali.

mentre la parte restante è rappresentata da latte di pecora e capra. Tale quota, dopo aver toccato un minimo nel 2015 collocandosi appena sopra l'88,0%, era poi cresciuta fino al 91,1% del 2018, in seguito nuovamente calata arrivando all'89,5% nel 2021 e quindi segnando un recupero di oltre un punto nell'ultimo anno. In termini di quantità, peraltro, il peso della tipologia principale è assai maggiore, poiché il latte ovicaprino è sceso sotto il 5,0% nel 2011 e non ha più toccato tale soglia, oscillando tra il 4,4% e il 4,7%. Nel 2022 le quantità dei due tipi di latte evolvono in maniera simile, mostrando un calo contenuto, mentre la variazione dei valori presenta una profonda differenza, condizionata dal drastico aumento del prezzo del latte bovino, sia pure in presenza di una crescita di tutto rispetto anche per il latte ovicaprino.

Passando agli andamenti quantitativi di medio periodo, emergono differenze importanti tra i due comparti. Nell'ultimo decennio la produzione in quantità di latte bovino e bufalino ha avuto solo due anni di decremento, nel 2013 e, appunto, nell'ultimo anno; il bilancio è positivo, con un incremento medio annuo dell'1,2%, inalterato se si considerano solo i cinque anni più recenti. Il latte ovicaprino, invece, ha avuto un decennio a due facce, con una serie ininterrotta di riduzioni fino al 2014, seguite da variazioni tutte positive tra il 2014 e il 2021, per concludere con il ritocco al ribasso nell'ultimo anno. Ne conseguono variazioni tendenziali che, sull'arco decennale, eccedono di un decimo di punto quelle del latte bovino, mentre lo scarto si amplia consi-

derando il periodo di cinque anni.

L'analisi della PPB regionale in quantità di latte vaccino e bufalino conferma e accentua le disuguaglianze nella distribuzione già viste per le consistenze: si conferma la tendenza ad avere una quota elevata e in crescita al Nord, bassa al Sud e ancora più piccola al Centro (tab. 3.16). La maggiore concentrazione produttiva nell'area settentrionale, rispetto a quella evidenziata per le consistenze, è ancora un'indicazione che le bovine maggiormente produttive, e quindi le aziende più evolute, si trovano in queste regioni: infatti al Nord spettava nel 2022 l'81,1% della produzione di latte bovino e bufalino, in linea con l'anno precedente (+0,1%), mentre afferiva, sempre nel 2022, il 68,2% delle vacche da latte e bufale; al Sud risiedeva il 25,7% delle consistenze, che fornivano solo l'11,8% del latte vaccino e bufalino nazionale; il restante 8,0% della quota della produzione apparteneva al Centro al quale corrispondeva il 6,1% dei capi.

Secondo le statistiche ufficiali dell'Istat, dal 2017 al 2022 l'incremento della produzione di latte vaccino e bufalino è stato del 6,2%, localizzandosi prevalentemente al Nord, dove la crescita ha raggiunto il 7,2%, contro un aumento del 3,7% al Sud e un calo dello 0,6% al Centro. La sola Lombardia, che segna un aumento del 10,3%, realizza da sola il 64% dell'aumento del Nord e il 68% di quello dell'intero Paese. Tra le grandi regioni produttrici, si segnala anche un incremento produttivo del 10,7% dell'Emilia Romagna, mentre sono modesti i risultati di Piemonte e Veneto. Al Centro-Sud incrementi considerevoli in valore assoluto si osservano in Puglia e Sardegna, mentre calano decisamente i dati di Lazio, Molise e Sicilia.

L'incremento quinquennale della produzione di latte ovicaprino è più importante, in termini relativi, di quello del latte bovino e bufalino, poiché arriva al 7,8%. La sola Sardegna fornisce quasi il 58% del totale, e in questa regione l'incremento tra il 2017 e il 2022 si è avvicinato al 10%. Seguono in ordine di importanza la Toscana, con il 12% della produzione nazionale, anch'essa in forte aumento (+18%), mentre cresce meno della media nazionale la produzione del Lazio, terza regione produttrice con oltre il 9%. Al Nord spetta solo il 2,4% della produzione di questo latte; tuttavia, si osservano dinamiche positive rilevanti in Lombardia (che da sola si avvicina ad un quarto della produzione settentrionale), Veneto ed Emilia-Romagna.

3.2.2. Il latte raccolto presso le aziende agricole

Relativamente al latte raccolto presso le aziende agricole, al momento della pubblicazione del presente rapporto l'Istat ha reso disponibili i dati fino al 2021. Peraltro, l'Istituto ha comunicato all'Eurostat, per la pubblicazione

Tabella 3.16 - Produzione di latte delle diverse specie per regione (migliaia di ettolitri): 2012 - 2022

Regione	2012			2017			2021			2022			Var. % 2022/2021			Var. % 2022/2017			Var. % 2022/2012			
	vacca e pecora e bufala		capra	vacca e pecora e bufala		capra	vacca e pecora e bufala		capra	vacca e pecora e bufala		capra	vacca e pecora e bufala		capra	vacca e pecora e bufala		capra	vacca e pecora e bufala		capra	
Piemonte	8.507	28	9.129	30	9.405	32	9.377	32	9.377	32	0,0	2,7	6,7	10,2	14,3							
Valle d'Aosta	526	1	507	1	630	2	630	2	630	2	0,0	0,0	24,3	100,0	100,0							
Liguria	284	8	265	8	220	9	219	9	219	9	-0,5	0,0	-17,4	12,5	-22,9							
Lombardia	41.737	28	45.354	31	49.994	37	50.044	37	50.044	37	0,1	0,0	10,3	19,4	19,9							
Trentino A.A.	5.965	6	6.288	5	6.350	6	6.204	6	6.204	6	-2,3	0,0	-1,3	20,0	4,0							
Veneto	10.667	14	11.184	17	11.506	18	11.379	18	11.379	18	-1,1	0,0	1,7	5,9	6,7							
Friuli V.G.	3.209	2	3.322	2	2.998	2	2.968	2	2.968	2	-1,0	0,0	-10,7	0,0	-7,5							
Emilia Romagna	18.370	41	19.702	46	21.984	47	21.808	47	21.808	47	-0,8	0,0	10,7	2,2	18,7							
Toscana	937	652	1.014	702	1.082	765	1.071	768	1.071	768	-1,0	0,4	5,6	9,4	14,3							
Umbria	787	66	746	62	770	65	771	65	771	65	0,1	0,0	3,4	4,8	-2,0							
Marche	504	77	468	71	520	89	518	89	518	89	-0,4	0,0	10,7	25,4	2,8							
Lazio	6.827	506	6.885	488	6.753	529	6.699	531	6.699	531	-0,8	0,4	-2,7	8,8	-1,9							
Abruzzi	700	84	618	78	645	86	642	86	642	86	-0,5	0,0	3,9	10,3	-8,3							
Molise	1.099	14	936	16	823	15	822	15	822	15	-0,1	0,0	-12,2	-6,3	-25,2							
Campania	4.693	83	4.581	88	4.650	70	4.622	70	4.622	70	-0,6	0,0	0,9	-20,5	-1,5							
Puglia	2.717	147	2.920	156	3.355	131	3.328	131	3.328	131	-0,8	0,0	14,0	-16,0	22,5							
Basilicata	463	103	506	113	484	80	482	80	482	80	-0,4	0,1	-4,7	-29,2	4,1							
Calabria	688	119	774	135	892	141	887	140	887	140	-0,6	-0,7	14,6	3,7	28,9							
Sicilia	1.666	312	1.731	335	1.669	380	1.654	382	1.654	382	-0,9	0,5	-4,4	14,0	-0,7							
Sardegna	2.173	3.121	2.298	3.353	2.490	3.690	2.460	3.672	2.460	3.672	-1,2	-0,5	7,0	9,5	13,2							
Italia	112.519	5.412	119.228	5.737	127.220	6.194	126.585	6.182	126.585	6.182	-0,5	-0,2	6,2	7,8	12,5							
Nord	89.265	128	95.751	140	103.087	153	102.629	153	102.629	153	-0,4	0,0	7,2	9,3	15,0							
Centro	9.055	1.301	9.113	1.323	9.125	1.448	9.059	1.453	9.059	1.453	-0,7	0,3	-0,6	9,8	0,0							
Sud e Isole	14.199	3.983	14.364	4.274	15.008	4.593	14.897	4.576	14.897	4.576	-0,7	-0,4	3,7	7,1	4,9							

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat, Conti Nazionali.

nel proprio database, anche dati aggregati a livello nazionale per il 2022, che quindi utilizziamo qui come dati provvisori, mentre l'analisi su base territoriale, che peraltro si ferma al livello delle circoscrizioni, senza poter dettagliare le singole regioni, si ferma al 2021.

3.2.2.1. Le quantità raccolte nel 2021 e 2022

La quantità di latte raccolto dall'industria lattiero-casearia presso le aziende agricole del nostro Paese nel corso del 2022 mostra, come già osservato per la produzione, una contenuta riduzione complessiva, che deriva da cali più o meno sensibili per le diverse specie, ad eccezione di quella bufalina (tab. 3.17). Il latte bovino costituisce il 94,7% della raccolta complessiva, seguito dal 3,3% di quello di pecora, dall'1,7% di quello di bufala e infine dallo 0,3% di quello di capra. Quest'ultimo ha mostrato nell'ultimo anno il calo più marcato (-1,1%), ma è anche quello che, in virtù degli incrementi precedenti, mostra nel medio-lungo termine la tendenza positiva più accentuata. Tendenza positiva che accomuna invero tutte le specie produttive; il latte bovino ha avuto nell'arco del decennio 2012-2022 una crescita media annua poco superiore al 2%, leggermente smorzata nel quinquennio più vicino; al contrario il dato del latte di bufala, molto vicino a quello bovino nel decennio, si va leggermente accentuando se si considerano i soli cinque ultimi anni. Infine,

Tab. 3.17 - Latte di tutte le specie raccolto presso le aziende agricole dalle imprese lattiero-casearie (000 t): 2011 - 2022

Anni	Latte di vacca	Latte di pecora	Latte di capra	Latte di bufala	Totale
2011	10.479,7	419,5	23,7	192,5	11.115,4
2012	10.597,6	406,2	27,9	192,5	11.224,1
2013	10.397,5	383,8	27,5	194,9	11.003,7
2014	11.044,1	372,5	28,5	194,5	11.639,6
2015	11.159,2	397,5	33,2	195,3	11.785,2
2016	11.490,2	424,8	31,7	199,2	12.146,0
2017	11.902,2	427,4	37,0	210,9	12.577,6
2018	12.070,8	463,4	43,4	215,4	12.792,9
2019	12.085,1	467,7	44,4	217,5	12.814,8
2020	12.556,5	453,1	43,7	229,0	13.282,2
2021	13.042,0	449,7	42,9	233,1	13.767,7
2022*	12.992,2	448,9	42,4	233,8	13.717,3
Var.% 2022/2021	-0,4	-0,2	-1,1	0,3	-0,4
Var.% 2021/2020	3,9	-0,7	-1,8	1,8	3,7
Var.% media 2016-2021	2,6	1,1	6,2	3,2	2,5
Var.% media 2011-2021	2,2	0,7	6,1	1,9	2,2

(*) Dati provvisori

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat, Indagine annuale e indagine mensile sul latte e sui prodotti lattiero-caseari.

Tab. 3.18 - Latte delle diverse specie raccolto presso le aziende agricole dalle imprese lattiero-casearie per regione: 2021

	<i>Quantità di latte in tonnellate</i>				
	<i>vaccino</i>	<i>ovino</i>	<i>caprino</i>	<i>bufalino</i>	<i>totale</i>
Italia	13.042.031	449.674	42.896	233.125	13.767.727
Nord	11.737.828	4.497	12.869	11.656	11.766.850
Centro	391.261	85.438	2.574	30.306	509.579
Sud e Isole	912.942	359.739	27.453	191.163	1.491.298
	<i>Variatione % quantità di latte 2021/2020</i>				
Italia	3,9	-0,7	-1,8	1,8	3,7
Nord	8,4	48,4	-16,1	82,2	8,5
Centro	-34,9	-14,3	97,3	26,8	-29,8
Sud e Isole	-19,3	2,7	1,6	-3,8	-12,7

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat, Indagine annuale e indagine mensile sul latte e sui prodotti lattiero-caseari.

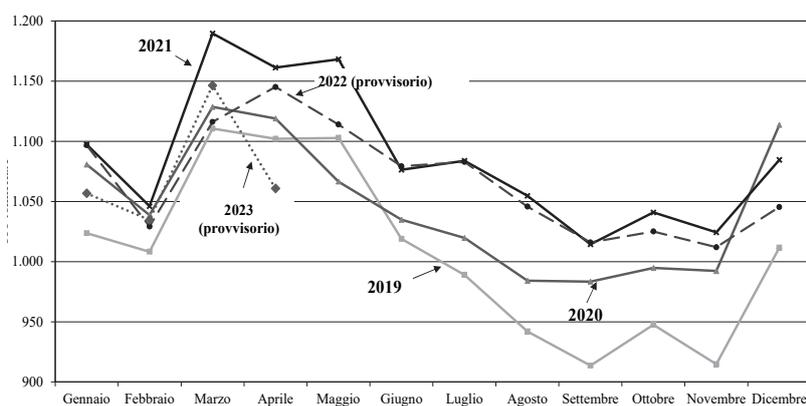
L'evoluzione del latte di pecora, più contenuta rispetto alle altre, si mantiene al ritmo dell'1% medio annuo. Rispetto ai dati sulla produzione quelli relativi alla raccolta presso le aziende agricole nel 2021, benché limitati alle circoscrizioni Nord-Centro-Sud e Isole, hanno il vantaggio di separare il latte bovino da quello bufalino, consentendo così una migliore lettura territoriale.

Nel Nord del Paese le imprese di trasformazione o trattamento termico del latte raccolgono il 90% del quantitativo nazionale di latte bovino e, in un anno in cui la crescita di questo flusso si è avvicinata al 4%, ha avuto un ritmo di sviluppo più che doppio, mentre vi sono stati cali percentuali molto forti in entrambe le altre aree geografiche (tab. 3.18). Viceversa, è nel Sud e Isole che si consegna all'industria la grande maggioranza (80%) del latte ovino, e quasi tutto ciò che rimane viene raccolto nel Centro; in questo caso, però, il modesto quantitativo raccolto al Nord, pari all'1% del totale, ha comunque avuto una crescita vicina al 50% in un solo anno, mentre si riduce a due cifre la raccolta nel Centro. Anche per il latte bufalino il Sud e Isole ha una quota simile a quella del latte ovino, ma in questo caso la quota del Nord arriva al 5%, con una crescita superiore all'80% nel solo ultimo anno; cresce anche la raccolta al Centro (+26,8%), mentre nel Sud e Isole si perdono quasi quattro punti percentuali. L'allevamento caprino da latte si differenzia dalle altre due specie "minori" perché in questo caso alla percentuale maggioritaria della parte meridionale del Paese fa seguito il Nord, dove la produzione e raccolta di latte caprino è significativa nella montagna alpina; peraltro, in questo caso è il Centro che mostra una fortissima crescita relativa.

3.2.2.2. Gli andamenti mensili e la stagionalità

Il contenuto calo delle consegne di latte bovino che l'Istat registra per il 2022 rispetto al 2021 (-0,4%) si può interpretare meglio osservandone l'evoluzione mese per mese, disponibile solo per questa specie (fig. 3.4). Va anzitutto tenuto conto del fatto che il 2021 aveva rappresentato un anno di forte crescita rispetto al 2020: se in gennaio la partenza dei due anni era stata abbastanza vicina (lo scostamento era appena dell'1,5%) e in febbraio lo scarto si era ancora assottigliato, è a partire dal mese di marzo che le due serie si sono nettamente divaricate, con una differenza che ha superato il 5%, è poi salita oltre il 9% in maggio e ha poi oscillato fra il 3% e il 7% fino a novembre, salvo poi inaspettatamente diventare decisamente negativa in dicembre (ma il dato di dicembre 2020 solleva qualche perplessità, come si vedrà sotto). Lo scarto negativo rispetto allo stesso mese dell'anno precedente si è poi mantenuto per l'intero 2022, con le sole eccezioni di giugno e settembre: in tre casi (gennaio, luglio ed agosto) è rimasto sotto il -1% e in altri quattro (febbraio, aprile, ottobre e novembre) non ha raggiunto in negativo il -2%: in sostanza, quindi, si può dire che il 2022 ha complessivamente riprodotto un andamento non molto dissimile dal 2021, collocandosi al di sotto rispetto a questo. Le cose sembrano prendere una piega diversa nei primi mesi del 2023 (anche se in questo caso i dati provvisori potrebbero essere passibili di profonda revisione), poiché, mentre in gennaio si riprende il posizionamento sotto il dato di dodici mesi prima che aveva caratterizzato le osservazioni precedenti, da feb-

Fig. 3.4 - Andamento della quantità mensile di latte bovino raccolto in Italia dalle imprese lattiero casearie (t): 2019-2023

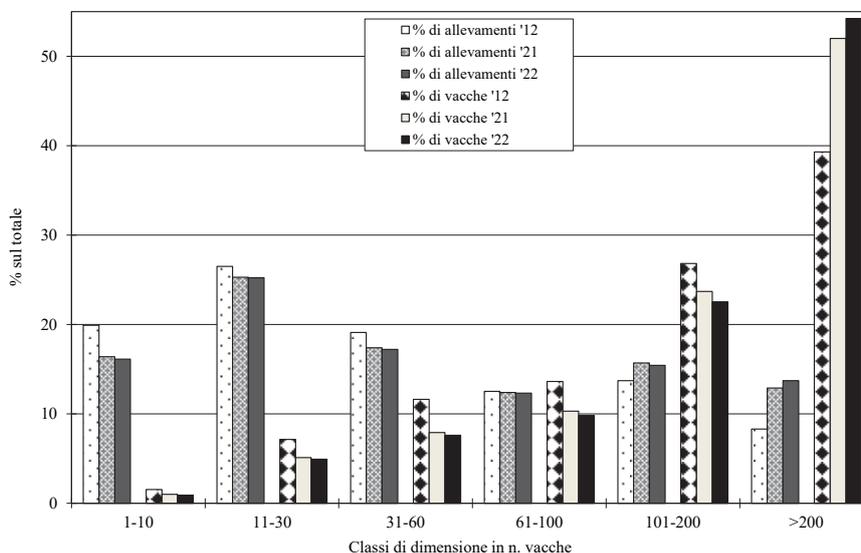


Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat, Indagine mensile sul latte e sui prodotti lattiero-caseari.

braio la curva passa sopra il 2022, a parte un dato anomalo in aprile che è tutto da verificare.

Al di là degli scostamenti che in taluni mesi si possono osservare tra un anno e l'altro, emerge comunque un chiaro comportamento stagionale: la produzione del latte vaccino, sia per effetto del fotoperiodo che della stagionalità nella disponibilità foraggera, a cui si lega quella dei parti, mostra quantità mensili massime all'inizio della primavera e poi via via decrescenti per tutta l'estate fino ad arrivare ai mesi meno produttivi dell'inizio dell'autunno, per poi risalire gradualmente fino alla fine dell'inverno successivo. Rispetto alla realtà italiana, queste variazioni sono anche più marcate in diversi paesi europei dove la zootecnia da latte è maggiormente sviluppata, ma meno intensiva della nostra; esse permangono malgrado si sia cercato di ridurle attraverso l'alimentazione, la genetica e accorgimenti tecnologici come il raffrescamento delle stalle. Utilizzando i dati forniti dall'Istat sul latte di vacca raccolto mensilmente, resi omogenei tenendo conto del numero dei giorni di ciascun mese, e calcolando lo scostamento percentuale di ciascun mese dalla media mensile dell'anno, abbiamo ottenuto un chiaro andamento sinusoidale interpretabile come stagionalità (fig. 3.5). Dall'osservazione delle oscillazioni stagionali del latte vaccino raccolto negli anni più recenti emerge infatti che

Fig. 3.5 - Allevamenti controllati e relativo numero di vacche controllate per classe di dimensione in Italia, in %: 2012-2022



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati AIA, Bollettini dei Controlli della Produttività del latte.

l'andamento stagionale sembra aver seguito un percorso consolidato, con oscillazioni stagionali più o meno amplificate a seconda degli anni. Dopo che nel 2019 si erano osservati scostamenti percentuali mensili rispetto alla media dell'anno piuttosto marcati (la media dei loro valori assoluti era stata pari al 6,3%) si è osservato un attenuarsi di questa componente stagionale: l'analoga media ha assunto rispettivamente valori di 4,4%, 4,3% e 3,6% negli anni tra il 2020 e il 2022. Di norma, nell'ultimo triennio, si osservano valori superiori alla media annuale nei primi sei mesi dell'anno (con la parziale eccezione del 2021, quando il coefficiente di gennaio è stato negativo), con valori crescenti fino a toccare un massimo in aprile e decrescenti da questo mese in poi. I coefficienti diventano poi negativi da luglio, toccano un picco negativo che da luglio, nel 2020, si è spostato ad ottobre nel 2021 e 2022, e di lì risalgono, senza arrivare allo zero prima della fine dell'anno, a parte il dato apparentemente anomalo di dicembre 2020, mese in cui si arriva a +4,7%, contro il -2,1% di dicembre 2021 e il -4,9% dello stesso mese del 2022.

4. LA PRODUZIONE DI LATTE SECONDO L'AGEA NEL 2021/22

L'obiettivo dell'analisi condotta in questo capitolo, dopo una breve disamina sulle caratteristiche dei dati utilizzati (§ 4.1), come è ormai consuetudine, è quello di esaminare i cambiamenti in atto nella produzione di latte vaccino in Italia (§ 4.2), nella sua distribuzione regionale (§ 4.3), nella sua struttura (§ 4.4 e 4.5) e dopo il 2014/15, ultima campagna in regime di quote latte (§ 4.6).

4.1. I dati utilizzati

I dati utilizzati per la produzione commercializzata¹ di latte vaccino, messi a disposizione da Agea con il supporto tecnico del SIN, sono:

- per le “consegne”, quelli riportati nei modelli L1, con cui le imprese che operano come “primo acquirente”, comunicano ad Agea, con cadenza mensile, la quantità di latte raccolta presso le singole aziende agricole;
- per le “vendite dirette”, le dichiarazioni che i singoli allevatori inviano ad Agea a fine campagna.

Le informazioni presentate di seguito si riferiscono alle “consegne” e alle “vendite dirette” non rettificata, cioè non corrette per il contenuto in grasso del latte. Secondo la normativa vigente², molto semplificata rispetto a quella

1. La produzione commercializzata di latte vaccino è composta dal prodotto che le aziende agricole cedono tal quale ai cosiddetti “primi acquirenti”, denominato “consegne” e dalle “vendite dirette”, costituite dal latte venduto direttamente ai consumatori finali dall'azienda agricola come latte crudo e/o sotto forma di prodotti lattiero-caseari. Non comprende, pertanto, i riempieghi per l'alimentazione dei redi, né gli autoconsumi ed ogni altro utilizzo che non porti il latte o i suoi derivati al di fuori dell'azienda agricola.

2. Si veda il Reg. (UE) n. 1308/2013, recepito nel DM MIPAAF n. 2337 del 7 aprile 2015 e dalla circolare Agea n. 4388 del 6 luglio 2015.

del “*periodo quote latte*”, la campagna di commercializzazione del latte va dal 1° luglio al 30 giugno dell’anno successivo³.

Le quantità e le relative variazioni su base campagna riportate in questo capitolo, salvo diversa indicazione, sono sempre al lordo dell’effetto “anno bisestile”.

Da sempre i dati Eurostat sulle consegne di latte vaccino dell’Italia (quelli utilizzati nel precedente capitolo 2) sono sottostimate. Infatti Eurostat ha fissato un calendario rigidissimo dei tempi entro cui gli stati membri devono conferire le rispettive informazioni statistiche, che una volta inserite nel database Eurostat diventano automaticamente definitive, non tengono conto cioè degli eventuali aggiustamenti apportati successivamente dagli stati membri.

Nel nostro caso (tab. 4.1) tale sottostima, fino al 2018 si aggira su qualche decimo di punto percentuale, sale poi all’1,3% e al 5,8% nel 2019 e 2020, per poi scendere allo 0,4% e all’1,2% rispettivamente nel 2021 e 2022.

Peraltro, sempre per quanto riguarda le consegne, c’è qualche differenza anche tra i dati di fine campagna (quelli disponibili sul database Agea al 30 settembre) e quelli utilizzati nelle analisi sviluppate nei capitoli 4 e 8 di questo Rapporto, che per la campagna 2021/22 si riferiscono all’estrazione dei singoli dati aziendali effettuata il 20 ottobre 2022 dal database Agea. Questi ultimi superano quelli disponibili al 30 settembre 2022 di ben 140 mila t, pari all’1,0%. Si tratta, molto probabilmente, di registrazioni effettuate dopo il 30 settembre 2022.

Tab.4.1 - Le consegne di latte vaccino in Italia: fonte Agea e Eurostat a confronto

	Consegne (in migliaia di t)		Sottostima in % dei dati Eurostat
	Agea	Eurostat	
2017 (giu-dic)	11.953,1	11.902,2	0,4
2018 (gen-dic)	12.084,0	12.070,8	0,1
2019 (gen-dic)	12.117,2	11.965,0	1,3
2020 (gen-dic)	12.629,9	11.894,8	5,8
2021 (gen-dic)	13.087,9	13.042,0	0,4
2022 (gen-dic)	12.978,6	12.817,3	1,2

Fonte: Estrazioni effettuate il 26.04.2023 dai database Sian (www.sian.it) e Eurostat (www.ec.europa.eu/eurostat).

3. Tuttavia, la prima campagna produttiva del “*dopo quote*” ha avuto una durata di 15 mesi: dal 1° aprile 2015 al 30 giugno 2016. Al fine di rendere comparabili i dati delle diverse campagne, riportati in tab.4.3, quella del 2015/16, è stata ricalcolata su 12 mesi, escludendo il periodo aprile-giugno 2016 o, in alternativa, aprile-giugno 2015. Nel caso delle “*consegne*” il ricalcolo è stato fatto partendo dai dati mensili dichiarati ad Agea dai singoli operatori, mentre per le “*vendite dirette*”, disponibili solo per campagna di commercializzazione, si tratta di semplici “*stime*”.

4.2. A marzo 2022, dopo 32 mesi, termina il trend positivo della produzione nazionale

L'analisi dei tassi tendenziali (fig. 4.1), che misurano le variazioni percentuali delle consegne mensili di latte vaccino rispetto allo stesso mese dell'anno prima, evidenzia il diverso andamento che in Italia ha la produzione⁴ di latte in Lombardia e nel resto del Paese.

In Italia, tra agosto 2013 e luglio 2022, i tassi tendenziali calcolati sulle consegne mensili, al netto dell'effetto "anno bisestile" sono praticamente sempre positivi, ad eccezione di febbraio-marzo e luglio nel 2015, del bimestre maggio-giugno dell'anno seguente⁵, da agosto 2018 al luglio successivo e nel 2022 in aprile e maggio e da luglio a dicembre.

A partire da agosto 2018 e fino al luglio successivo le variazioni tendenziali delle consegne mensili nazionali sono sempre negative a causa, probabilmente, dell'ondata di calore che ha condizionato le rese a capo e la quantità e qualità delle produzioni foraggere e del perdurare dell'instabilità del mercato lattiero-caseario, caratterizzato da prezzi all'origine in leggera flessione nei primi 10 mesi del 2018. Peraltro, contemporaneamente le variazioni tendenziali mensili delle consegne dei produttori lombardi sono negative solo in cinque mesi – da novembre a febbraio e a luglio – e con tassi di variazione nettamente inferiori in valore assoluto rispetto a quelli rilevati in ambito nazionale.

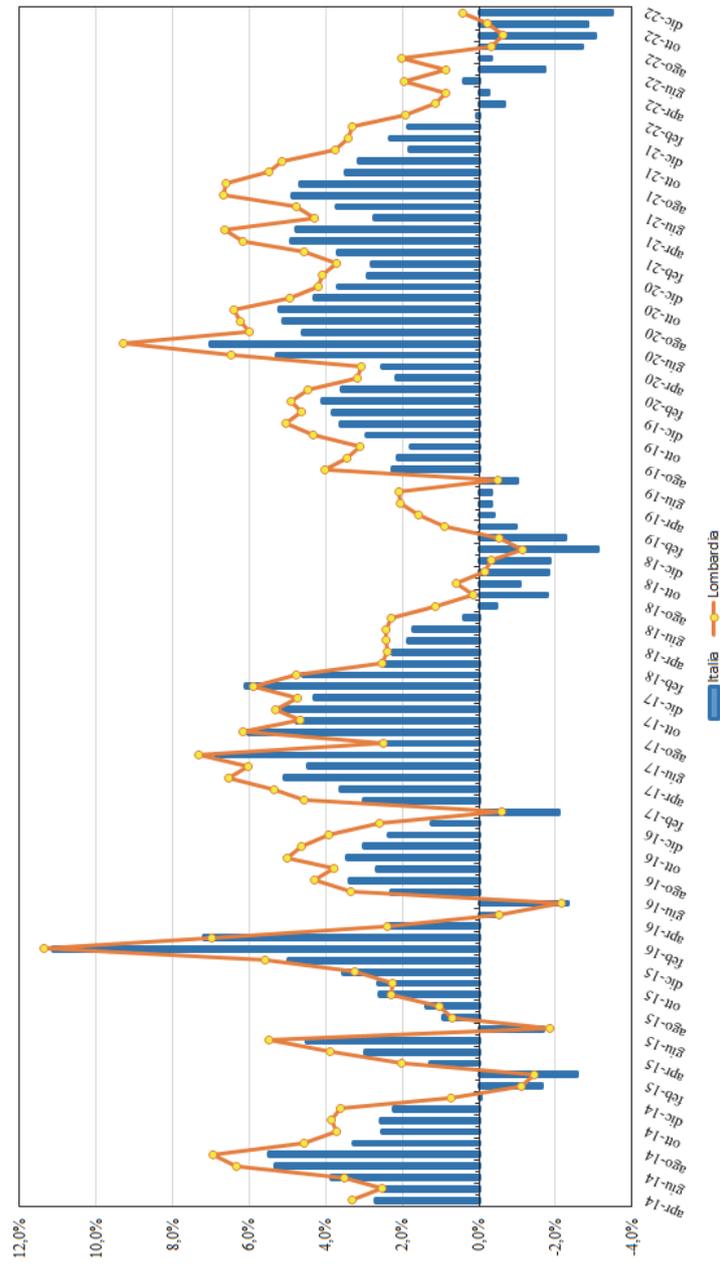
A livello nazionale, i tassi di variazione delle consegne sempre positivi a partire da agosto 2019, nel primo semestre 2022 a fronte di un prezzo sostanzialmente stabile del latte alla stalla, per effetto di un eccezionale aumento del costo della razione alimentare e della siccità, che ha compromesso quantità e qualità dei foraggi, iniziano a calare (dal +2,3% di gennaio al -0,7% di aprile e quindi al +0,4% di giugno), per poi diventare nel secondo semestre sempre più negativi: dal -1,7% di luglio al -3,4% di dicembre.

Nettamente diversa appare la situazione delle consegne di latte in Lombardia: i tassi tendenziali mensili di variazione restano sempre positivi, ma in flessione da +3,4% a +2,0% nei primi 8 mesi del 2022, diventano leggermente

4. In effetti l'andamento delle consegne tende a coincidere con quello della produzione complessiva, composta da consegne e vendite dirette, visto che, ad esempio, nella campagna 2021/22 le consegne contribuiscono per il 96,5% alla produzione complessiva.

5. Mentre la situazione di luglio 2015 appare legata all'ondata di caldo, che ha interessato l'intero territorio nazionale, le rilevazioni dei mesi di febbraio e marzo 2015 potrebbero essere imprecise, trattandosi dei mesi di chiusura dell'ultima campagna in regime di quote latte; si spiegherebbero così anche le variazioni anomale, ma in positivo, di febbraio e marzo 2016 e, in negativo, del maggio e giugno successivi.

Fig. 4.1 - Tassi di variazione tendenziale*, al netto dell'effetto "anno bisestile", delle consegne mensili di latte vaccino in Italia e in Lombardia tra aprile 2014 e dicembre 2022



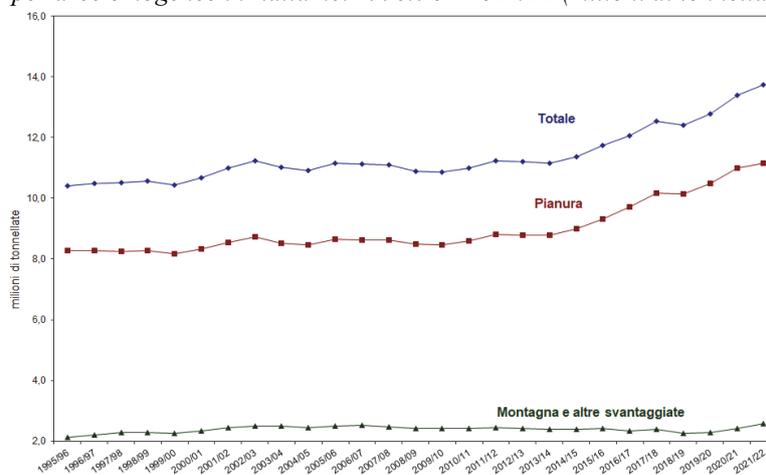
* E' la variazione percentuale rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima-Agea.

negativi a settembre (-0,3%), ottobre (-0,6%) e novembre (-0,2%), per poi risalire a +0,4% nell'ultimo mese dell'anno. In effetti, nelle altre 19 regioni del Paese, i tassi tendenziali sono positivi, ma in flessione da +1,4% a +0,7%, nel primo bimestre 2022; nei quattro mesi successivi oscillano tra -2,1% e -0,9%, per poi passare dal -3,8% di luglio al -6,7% di dicembre. Contemporaneamente tra gennaio e dicembre 2022 il tasso tendenziale passa da +3,7% a -0,9% in Emilia-Romagna, da +1,0% a -14,0% in Veneto, da +3,2% a -3,2% in Piemonte e da -0,8% a -9,4% nelle restanti 16 regioni.

Si accresce, di conseguenza, il contributo dei produttori lombardi alla formazione delle consegne nazionali: tra gennaio e dicembre passa dal 45,2% al 47,2% e su base annua dal 42,8% del 2017 al 45,9 % del 2023.

Passando all'analisi per campagna di commercializzazione⁶, che va dal 1° luglio di ogni anno al 30 giugno dell'anno successivo, si rileva che dopo due campagne consecutive caratterizzate da forti incrementi (+2,9% nel 2016/17 e +4,0% nel 2017/18), che portano la produzione commercializzata del nostro Paese – vale a dire “consegne” più “vendite dirette” – da 11,73 a 12,55 milioni di tonnellate, segue prima un 2018/19 in lieve flessione (-1,1%) e poi ancora tre campagne in decisa crescita (rispettivamente +3,1%, +4,8% e +2,5%), che fanno salire la produzione commercializzata nel 2021/22 a 13,7 milioni di tonnellate, la più alta di tutti i tempi (fig. 4.2 e tab. 4.2).

Fig. 4.2 - Produzione commercializzata (consegne + vendite dirette) di latte vaccino per aree omogenee in Italia nel 1995/96 - 2021/22 (milioni di tonnellate)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima-Agea.

6. Su base anno civile la variazione delle sole consegne di latte in Italia è pari a +3,3% nel 2016, +3,7% nel 2017, +1,1% nel 2018, +0,3% nel 2019, +4,1% nel 2020 e +3,5% nei primi 10 mesi, +3,6% nel 2021 e -0,7% nel 2022.

Tab. 4.2 - Numero di allevamenti e produzione commercializzata (consegne + vendite dirette) di latte vaccino in Italia nel 1989/90 - 2021/22

Campagna	Tipo campagna*	Numero aziende			Produzione commercializzata (000 t)			Produzione media commercializzata per azienda (000 t)
		di cui percentuale con		di cui percentuale		Totale		
		solo consegne	vendite dirette e consegne	solo vendite dirette	consegne		vendite dirette	
1988/89	1	181.771	n.d.	n.d.	10.906	92,4	7,6	60,0
1989/90	1	n.d.	n.d.	n.d.	11.175	n.d.	n.d.	n.d.
1990/91	1	n.d.	n.d.	n.d.	11.413	n.d.	n.d.	n.d.
1991/92	1	143.341	n.d.	n.d.	10.924	95,4	4,6	76,2
1992/93	1	n.d.	n.d.	n.d.	10.239	n.d.	n.d.	n.d.
1993/94	1	112.001	n.d.	n.d.	9.918	98,2	1,8	88,6
1994/95	1	105.347	n.d.	n.d.	10.167	98,4	1,6	96,5
1995/96	1	97.041	93,6	1,1	10.403	98,5	1,5	107,2
1996/97	1	94.726	93,6	1,0	10.481	98,5	1,5	110,6
1997/98	1	89.911	93,6	1,0	10.519	98,4	1,6	117,0
1998/99	1	81.521	93,9	1,0	10.566	98,5	1,5	129,6
1999/00	1	74.769	93,6	1,2	10.437	98,5	1,5	139,6
2000/01	1	67.571	93,4	1,4	10.679	98,3	1,7	158,0
2001/02	1	63.782	92,9	1,6	10.989	97,9	2,1	172,3
2002/03	1	60.374	92,7	1,6	11.241	97,5	2,5	186,2
2003/04	1	57.140	92,2	1,9	11.015	97,7	2,3	192,8
2004/05	1	52.616	91,8	2,0	10.926	97,3	2,7	207,7
2005/06	1	49.131	91,1	2,5	11.154	97,6	2,4	227,0
2006/07	1	46.286	90,6	2,9	11.139	97,5	2,5	240,7
2007/08	1	43.809	90,0	3,2	11.105	97,3	2,7	253,5
2008/09	1	42.019	89,4	3,9	10.897	96,9	3,1	259,3
2009/10	1	40.181	88,6	4,2	10.876	96,8	3,2	270,7
2010/11	1	38.429	88,1	4,4	11.002	96,7	3,3	286,3
2011/12	1	36.893	87,9	4,4	11.247	96,7	3,3	304,8
2012/13	1	35.527	87,7	4,6	11.204	96,4	3,6	315,4
2013/14	1	34.231	87,6	4,6	11.161	96,5	3,5	326,1
2014/15	1	32.994	88,1	4,4	11.371	96,7	3,3	344,6
TOTALE								

Tab. 4.2 - Continua

Campagna	* Tipo campagna	Numero aziende			Produzione commercializzata (000 t)			Produzione media commercializzata per azienda (000 t)
		Totale	solo consegne	di cui percentuale con vendite dirette e consegne	Totale	consegne	di cui percentuale vendite dirette	
2015/16	1	31.478	89,8	4,2	11.745	96,8	3,2	373,1
2015/16	2	31.228	89,8	4,2	11.732	96,8	3,2	375,7
2016/17	2	29.847	90,6	3,7	12.069	96,7	3,3	404,4
2017/18	2	28.697	90,4	3,9	12.548	96,8	3,2	437,3
2018/19	2	27.504	90,5	3,9	12.410	96,9	3,1	451,2
2019/20	2	26.307	90,4	3,7	12.789	96,8	3,2	486,2
2020/21	2	25.604	90,2	3,7	13.401	96,6	3,4	523,4
2021/22	2	24.748	89,6	4,1	13.737	96,5	3,5	555,1
PIANURA								
1995/96	1	47.671	97,7	0,5	8.281	99,1	0,9	173,7
1996/97	1	46.228	97,9	0,5	8.277	99,1	0,9	179,0
1997/98	1	43.118	97,8	0,5	8.247	99,1	0,9	191,3
1998/99	1	38.678	97,8	0,6	8.292	99,1	0,9	214,4
1999/00	1	35.038	97,7	0,7	8.170	99,1	0,9	233,2
2000/01	1	31.402	97,5	0,8	8.332	98,9	1,1	265,3
2001/02	1	29.376	97,3	0,9	8.543	98,4	1,6	290,8
2002/03	1	27.586	97,2	1,0	8.740	98,1	1,9	316,8
2003/04	1	25.954	96,9	1,2	8.513	98,1	1,9	328,0
2004/05	1	23.505	96,4	1,5	8.472	97,8	2,2	360,4
2005/06	1	21.780	95,6	2,1	8.648	98,2	1,8	397,1
2006/07	1	20.488	94,7	2,7	8.625	98,0	2,0	421,0
2007/08	1	19.210	94,2	3,2	8.629	97,8	2,2	449,2
2008/09	1	18.443	93,2	4,1	8.481	97,4	2,6	459,8
2009/10	1	17.664	92,3	4,7	8.466	97,3	2,7	479,3
2010/11	1	16.970	91,9	4,8	8.587	97,3	2,7	506,0
2011/12	1	16.281	91,8	4,8	8.812	97,3	2,7	541,2

Tab. 4.2 - Continua

Campagna	Tipo campagna*	Numero aziende di cui percentuale con			Produzione commercializzata (000 t)			Produzione media commercializzata per azienda (000 t)
		Totale	solo consegne	vendite dirette e consegne	Totale	consegne	vendite dirette	
2012/13	1	15.742	91,6	5,1	8.781	97,0	3,0	557,8
2013/14	1	15.146	91,7	4,9	8.775	97,1	2,9	579,3
2014/15	1	14.684	92,2	4,6	8.987	97,3	2,7	612,1
2015/16	1	14.583	93,0	4,3	9.323	97,2	2,8	639,3
2015/16	2	14.607	93,0	4,3	9.322	97,2	2,8	638,2
2016/17	2	14.426	93,5	3,9	9.727	97,1	2,9	674,3
2017/18	2	14.285	93,3	3,9	10.160	97,2	2,8	711,3
2018/19	2	13.684	93,4	3,8	10.145	97,2	2,8	741,4
2019/20	2	13.014	93,3	3,7	10.497	97,1	2,9	806,6
2020/21	2	12.514	92,8	3,9	10.996	96,8	3,2	878,7
2021/22	2	11.216	93,4	3,9	11.152	96,8	3,2	994,3
MONTAGNA E ALTRE AREE SVANTAGGiate								
1995/96	1	49.370	89,6	1,6	2.122	96,0	4,0	43,0
1996/97	1	48.498	89,6	1,6	2.204	96,1	3,9	45,5
1997/98	1	46.793	89,7	1,5	2.273	96,0	4,0	48,6
1998/99	1	42.843	90,3	1,3	2.275	96,3	3,7	53,1
1999/00	1	39.731	90,0	1,7	2.267	96,4	3,6	57,1
2000/01	1	36.169	89,8	1,9	2.347	96,1	3,9	64,9
2001/02	1	34.406	89,1	2,1	2.447	96,0	4,0	71,1
2002/03	1	32.788	89,0	2,1	2.501	95,5	4,5	76,3
2003/04	1	31.186	88,3	2,4	2.502	96,0	4,0	80,2
2004/05	1	29.111	88,1	2,5	2.454	95,9	4,1	84,3
2005/06	1	27.351	87,5	2,7	2.506	95,8	4,2	91,6
2006/07	1	25.798	87,4	3,1	2.514	95,6	4,4	97,4
2007/08	1	24.599	86,8	3,3	2.477	95,4	4,6	100,7
2008/09	1	23.576	86,4	3,7	2.416	95,1	4,9	102,5
2009/10	1	22.517	85,7	3,9	2.410	94,9	5,1	107,0
2010/11	1	21.459	85,1	4,0	2.415	94,8	5,2	112,5
2011/12	1	20.612	84,8	4,1	2.435	94,6	5,4	118,1
2012/13	1	19.785	84,6	4,3	2.424	94,4	5,6	122,5

Tab. 4.2 - Continua

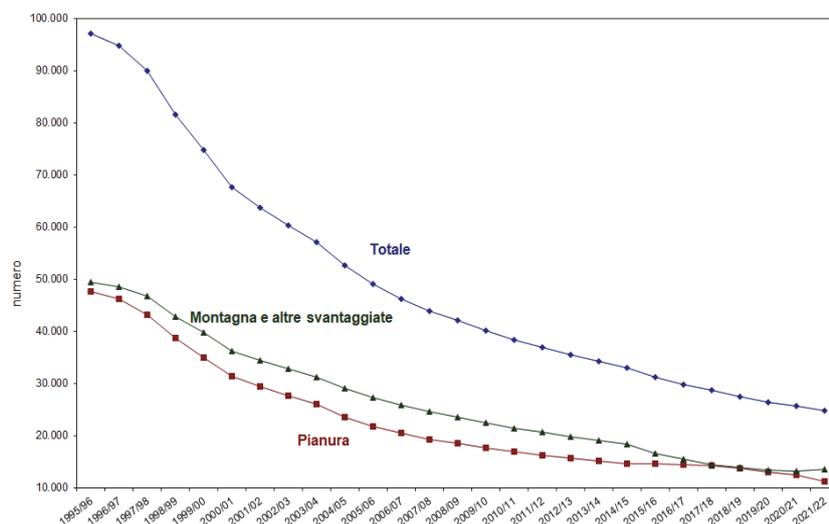
Campagna	Tipo campagna*	Numero aziende di cui percentuale con			Produzione commercializzata (.000 t)			Produzione me- diata commercia- lizzata per azienda (.000 t)	
		Totale	solo consegne	vendite dirette e consegne	Totale	consegne	vendite dirette		
2013/14	1	19.085	84,4	4,3	11,3	2.386	94,3	5,7	125,0
2014/15	1	18.310	84,8	4,2	11,0	2.384	94,7	5,3	130,2
2015/16	1	16.895	87,1	4,1	8,8	2.422	95,2	4,8	143,3
2015/16	2	16.621	86,9	4,1	9,0	2.411	95,2	4,8	145,0
2016/17	2	15.421	87,9	3,6	8,6	2.343	95,3	4,7	151,9
2017/18	2	14.412	87,5	3,9	8,6	2.388	95,3	4,7	165,7
2018/19	2	13.820	87,7	4,0	8,4	2.265	95,6	4,4	163,9
2019/20	2	13.293	87,7	3,6	8,7	2.292	95,7	4,3	172,4
2020/21	2	13.090	87,6	3,5	8,9	2.405	95,6	4,4	183,7
2021/22	2	13.532	86,6	4,2	9,3	2.585	95,2	4,8	191,0

Legenda: 1 – da aprile a marzo

2 – da luglio a giugno

Fonte: Elaborazioni Osservatorio sul Mercato dei Prodotti Zootecnici su dati Unalat (fino al 1994/95) e Aima-Agea (dal 1995/96).

Fig. 4.3 - Numero di allevamenti con produzione di latte vaccino per il mercato, per aree omogenee in Italia nel 1995/96 - 2021/22



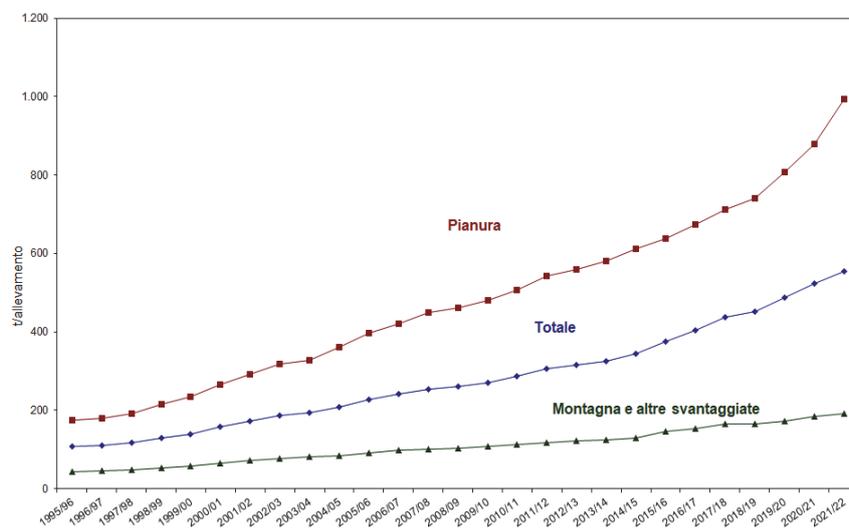
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima-Agea.

Prosegue, invece, ad un tasso annuo in calo, ma ancora piuttosto sostenuto, la chiusura delle stalle da latte: passa dal -5,4% del 2007/08 al -3,9% del 2017/18 e al -3,3% della campagna terminata il 30 giugno scorso (fig. 4.3). Durante le ultime dieci campagne hanno cessato di operare, al netto dei nuovi ingressi – peraltro piuttosto modesti –, poco meno di 12 mila stalle, vale a dire un terzo di quelle in attività dieci anni prima.

Di conseguenza, sempre nel corso delle ultime dieci campagne, aumenta la produzione media di latte per allevamento, che passa da 304,8 a 555,1 tonnellate per campagna. Durante l'ultima campagna di commercializzazione, grazie alla flessione del numero di produttori e alla contemporanea crescita della produzione complessiva commercializzata, la quantità media di latte vaccino per stalla evidenzia, su base campagna, una crescita del 6,1% (fig. 4.4).

Il peso percentuale che le “vendite dirette” hanno sulla produzione commercializzata complessiva, che nel corso della seconda metà degli anni '90 oscillava tra l'1,5% e l'1,6%, valeva il 4,6% nel 1991/92 e addirittura il 7,6% tre campagne prima. Tuttavia, questa componente del latte commercializzato a partire dal 2000/01 riprende a salire: prima all'1,7% e poi, dopo le lievi flessioni del 2003/04 e del 2005/06, sia pur con qualche alto e basso, sino al 3,6% della campagna 2012/13, per poi scendere al 3,1% della campagna 2018/19 e

Fig. 4.4 - Evoluzione della produzione media commercializzata di latte vaccino per allevamento (tonnellate/allevamento) per aree omogenee in Italia nel 1995/96 - 2021/22



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima-Agea.

poi risalire al 3,5% nella campagna terminata il 30 giugno scorso.

Nel corso delle ultime 10 campagne, cala dall'87,9% all'87,6% del 2013/14 e poi risale fino al 89,6%, la percentuale delle aziende che commercializzano tutta la loro produzione di latte vaccino solo come consegne, mentre, di conseguenza, contemporaneamente cresce dal 7,5% al 7,6% per poi scendere al 6,3% l'incidenza di quelle che operano solo con vendite dirette, e in modo analogo, passa dal 4,4% al 4,6% e quindi al 4,1% il peso di quelle che adottano entrambi i canali di commercializzazione.

Il fenomeno appena descritto – peraltro in contrazione dalla campagna 2014/15 –, che sembra caratterizzare soprattutto gli allevamenti situati in montagna o nelle altre aree svantaggiate, è probabilmente da mettere in relazione, specie per le aziende di pianura, con il fatto che alcuni produttori avevano deciso di lavorare in conto proprio, con microcaseifici, o di vendere direttamente ai consumatori finali come latte crudo, tramite i distributori automatici, tutta la loro produzione o parte di essa, spostando così (peraltro, talora, in modo non particolarmente ortodosso) la loro produzione da “quota consegne” a “quota vendite dirette”, per cercare di sfruttare la maggior possibilità di compensazione presente, almeno fino al 2001/02, a livello nazionale per questo segmento della produzione commercializzata.

La situazione nazionale appena descritta è il risultato di andamenti alquanto diversificati a livello territoriale (tabb. 4.3 e 4.4). Se si confronta, ad esempio, la produzione commercializzata (consegne + vendite dirette) per provincia del 2021/22 con quella della campagna precedente, si nota che la produzione cala nel 42,3% delle province, evidenziando così un ulteriore aumento del processo di concentrazione territoriale. La percentuale di province con la produzione in flessione risulta inferiore a quella media nazionale nelle 8 regioni del Nord (23,8%), mentre si presenta superiore sia al Sud (57,1%), che in particolare nelle regioni del Centro (59,1%).

Sempre nel 2021/22, il numero degli allevamenti con vendite dirette supera quello delle aziende con consegne in ben 8 province; di queste ben cinque sono le stesse ormai da 13 campagne: Verbania, Imperia, Savona, Trieste e Pistoia. A queste si aggiunge dalla campagna 2011/12 la provincia di Massa e Carrara e dall'ultima campagna anche Lecco e Sondrio.

Nelle province di Imperia e di Pistoia, infine, nell'ultima campagna risultano in attività rispettivamente solo 1 e 4 stalle, ove tutta la produzione di latte vaccino viene lavorata in azienda e i prodotti ottenuti da queste lavorazioni vengono venduti direttamente ai consumatori finali. Nel corso delle ultime quattro campagne, infine, non si registra alcuna produzione di latte vaccino per il mercato in provincia di Prato.

Tab. 4.3 - Distribuzione per provincia degli allevamenti di lattifere e della loro produzione commercializzata di latte vaccino in Italia nel 2020/21 (luglio-giugno)

Regione	Provincia	Numero di imprese (I)			Quantità			
		con consegne	con vendite dirette	in produz.	consegne totali (.000 t)	vendite dir. tot. (.000 t)	produz. comm. (.000 t)	prod. comm. media per impresa (t)
		a	b	c	d	e	f=d+e	g=(f/c)*1000
Valle d'Aosta	Aosta	550	182	652	32,5	13,1	45,7	70,1
Piemonte	Torino	570	217	717	352,5	9,6	362,2	505,1
	Vercelli	40	27	56	16,4	0,6	16,9	303,1
	Novara	94	19	100	90,2	0,7	90,9	909,6
	Cuneo	748	81	808	654,4	6,6	661,0	818,1
	Asti	11	5	14	5,5	0,4	5,9	422,9
	Alessandria	21	9	27	36,9	0,2	37,2	1.376,5
	Biella	51	44	92	8,5	1,1	9,6	105,1
Liguria	Verbania	26	48	66	6,6	1,5	8,1	122,7
	Imperia	0	2	2	0,0	0,0	0,0	0,4
	Savona	2	7	9	0,1	0,2	0,3	29,4
	Genova	25	21	40	1,8	0,8	2,6	65,7
	La Spezia	15	0	15	0,4	0,0	0,4	27,3
Lombardia	Varese	59	30	71	46,9	0,7	47,7	671,6
	Como	71	57	121	40,0	1,5	41,5	343,2
	Sondrio	182	175	318	57,2	13,8	71,1	223,5
	Milano	240	28	244	336,8	0,9	337,7	1.384,3

Tab. 4.3 - Continua

Regione	Provincia	Numero di imprese (1)			Quantità			
		con consegne	con		consegne totali (.000 t)	vendite dir. tot. (.000 t)	prod. comm. (.000 t)	prod. comm.
			vedite dirette	in prod.				media per impresa (t)
a	b	c	d	e	f=d+e	g=(f/c)*100	h	
Lombardia	Bergamo	494	256	678	441,2	32,3	473,5	698,1
	Brescia	1.115	241	1.309	1.602,1	27,5	1.629,6	1.245,0
	Pavia	90	3	91	144,4	3,5	147,9	1.626,2
	Cremona	663	6	666	1.448,7	3,0	1.451,7	2.179,8
	Mantova	819	14	824	1.080,6	35,3	1.115,9	1.354,3
	Lecco	48	43	77	26,1	2,6	28,7	373,2
	Lodi	248	8	249	523,2	5,4	528,6	2.122,8
Trentino A.A.	Monza e B.	25	7	26	12,8	1,2	14,1	541,1
	Bolzano	4.585	34	4.602	409,7	1,4	411,1	89,3
Veneto	Trento	653	93	703	147,5	4,7	152,2	216,5
	Verona	525	42	535	309,2	3,3	312,5	584,1
	Vicenza	851	57	875	388,2	4,6	392,7	448,9
	Belluno	229	54	266	52,5	2,1	54,6	205,3
	Treviso	402	47	414	162,2	3,4	165,5	399,9
	Venezia	81	5	81	48,4	0,8	49,2	607,4
	Padova	417	31	423	227,5	3,4	230,9	546,1
Friuli V.G.	Rovigo	30	2	30	23,3	0,1	23,4	779,5
	Udine	443	46	464	153,7	2,7	156,4	337,2
	Gorizia	25	2	26	21,4	0,2	21,6	831,1
	Trieste	2	8	9	0,0	0,6	0,6	72,0
Emilia R.	Pordenone	154	13	160	96,1	0,3	96,4	603,0
	Piacenza	254	9	256	374,8	1,5	376,4	1.470,2
	Parma	838	60	878	648,3	98,4	746,7	850,5
	Reggio E.	853	38	876	575,8	56,7	632,5	722,0
	Modena	576	27	589	355,9	51,3	407,2	691,4
	Bologna	133	22	139	81,8	1,8	83,6	601,8
	Ferrara	28	1	28	22,4	0,0	22,4	799,0
	Ravenna	12	3	13	19,1	1,0	20,2	1.551,2
	Forlì-Cesena	11	4	14	1,9	0,2	2,1	149,8
	Rimini	12	2	13	8,9	1,7	10,7	823,4
Toscana	Massa C.	1	8	9	0,1	0,3	0,5	51,0
	Lucca	18	5	21	0,9	0,1	1,1	51,4
	Pistoia	0	5	5	0,0	0,5	0,5	106,4
	Firenze	27	5	29	15,9	1,3	17,3	597,1
	Livorno	7	2	7	0,9	0,5	1,4	202,1
	Pisa	6	3	8	2,8	0,1	2,9	369,7
	Arezzo	6	2	8	2,9	0,1	3,0	378,2
	Siena	7	1	8	1,6	0,2	1,8	222,8
	Grosseto	74	3	76	36,7	0,2	36,9	485,6
	Prato	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
Umbria	Perugia	108	0	108	46,9	0,0	46,9	434,7
	Terni	12	0	12	3,1	0,0	3,1	261,9
Marche	Pesaro e U.	17	0	17	6,1	0,0	6,1	359,6
	Ancona	7	0	7	4,9	0,0	4,9	706,1
	Macerata	29	1	30	7,2	0,0	7,2	241,9
	Ascoli P.	18	0	18	4,9	0,0	4,9	272,4
Lazio	Fermo	7	0	7	1,6	0,0	1,6	232,4
	Viterbo	71	4	73	38,2	0,3	38,5	527,7
	Rieti	100	3	101	30,2	0,0	30,3	299,8
	Roma	203	11	205	115,7	1,4	117,1	571,2

Tab. 4.3 - Continua

Regione	Provincia	Numero di imprese (1)			Quantità			
		con consegne	con vendite dirette	in prod.	consegne totali (.000 t)	vendite dir. tot. (.000 t)	prod. comm. (.000 t)	prod. comm. media per impresa (t)
		a	b	c	d	e	f=d+e	g=(f/c)*1000
Lazio	Latina	268	6	269	95,8	1,9	97,6	363,1
	Frosinone	170	10	173	27,0	0,9	27,9	161,5
Abruzzo	L'Aquila	118	15	130	15,7	1,6	17,3	132,9
	Teramo	121	8	122	33,9	1,8	35,8	293,7
	Pescara	86	14	92	14,5	0,9	15,4	167,7
	Chieti	58	9	67	5,4	0,5	5,9	89,1
Molise	Campobasso	475	15	483	35,8	1,5	37,3	77,3
	Isernia	184	18	194	21,2	0,7	21,9	112,9
Campania	Caserta	324	13	328	84,8	0,6	85,4	260,3
	Benevento	538	9	541	43,3	0,6	43,8	81,1
	Napoli	95	4	99	6,5	0,3	6,8	68,5
Campania	Avellino	303	23	320	15,3	1,5	16,8	52,4
	Salerno	378	7	383	46,6	0,6	47,1	123,2
Puglia	Foggia	87	9	95	20,1	1,9	22,1	232,3
	Bari	731	19	742	226,8	4,4	231,3	311,7
	Taranto	423	17	433	159,8	2,3	162,0	374,2
	Brindisi	42	11	49	18,2	4,2	22,5	459,0
	Lecce	29	13	41	6,2	2,2	8,4	204,9
	Barletta A. T.	5	4	8	3,1	0,4	3,5	441,1
Basilicata	Potenza	286	18	299	106,9	3,2	110,2	368,5
	Matera	62	5	65	42,6	0,4	43,1	663,0
Calabria	Cosenza	63	6	68	51,1	1,0	52,2	767,2
	Catanzaro	23	0	23	8,3	0,0	8,3	360,5
	Reggio C.	4	1	5	4,5	0,1	4,6	919,1
	Crotone	5	0	5	0,4	0,0	0,4	82,9
	Vibo V.	75	1	75	11,7	0,0	11,7	156,0
Sicilia	Trapani	7	2	9	0,2	0,1	0,3	33,7
	Palermo	68	8	75	9,2	0,9	10,1	135,3
	Messina	5	4	9	0,1	0,1	0,2	28,1
	Agrigento	31	13	38	3,0	1,1	4,2	109,5
	Caltanissetta	6	0	6	0,7	0,0	0,7	116,0
	Enna	31	2	33	3,3	0,1	3,5	105,2
	Catania	35	1	36	4,7	0,1	4,9	136,1
	Ragusa	448	39	465	163,1	5,6	168,7	362,9
	Siracusa	85	6	89	16,9	0,4	17,3	194,5
Sardegna	Sassari	61	1	61	23,2	0,0	23,2	381,4
	Nuoro	54	0	54	3,9	0,0	3,9	73,1
	Cagliari	12	1	12	6,2	0,3	6,5	543,4
	Oristano	162	0	162	182,1	0,0	182,1	1.124,3
	Olbia Tempio	2	0	2	0,9	0,0	0,9	431,5
	Ogliastra	1	0	1	0,0	0,0	0,0	38,7
	Medio Camp.	7	0	7	4,1	0,0	4,1	582,4
	Carbonia Igl.	5	0	5	1,4	0,0	1,4	280,0
	Sud Sardegna	12	5	16	3,7	0,5	4,2	260,5
ITALIA		24.024	2.520	25.604	12.948,9	451,9	13.400,8	523,4

(1) In diversi casi la somma del numero di imprese con "consegne" con quello delle imprese con "vendite dirette" risulta superiore a quello delle imprese che commercializzano latte, dato che alcune aziende agricole commercializzano il latte prodotto in parte come "consegne" e in parte come "vendite dirette".

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

Tab. 4.4 - Distribuzione per provincia degli allevamenti di lattifere e della loro produzione commercializzata di latte vaccino in Italia nel 2021/22 (luglio-giugno)

Regione	Provincia	Numero di imprese (1)			Quantità			
		con consegne a	con vedite dirette b	in prod. c	consegne totali (.000 t) d	vendite dir. tot. (.000 t) e	prod. comm. (.000 t) f=d+e	prod. comm. media per impresa (t) g=(f/c)*1000
Valle d'Aosta	Aosta	550	183	639	31,5	12,6	44,2	69,1
Piemonte	Torino	553	209	689	371,5	10,2	381,7	554,0
	Vercelli	36	26	51	17,7	0,6	18,2	357,6
	Novara	89	17	94	92,6	0,8	93,4	993,4
	Cuneo	732	90	794	675,3	9,8	685,1	862,9
	Asti	11	5	14	5,7	0,4	6,1	437,4
	Alessandria	21	9	27	40,6	0,2	40,7	1509,1
	Biella	50	45	90	9,6	1,5	11,0	122,6
	Verbania	25	49	66	7,0	1,5	8,5	129,2
Liguria	Imperia	0	1	1	0,0	0,0	0,0	1,2
	Savona	2	9	11	0,1	0,2	0,4	31,8
	Genova	26	19	38	1,9	1,0	2,9	77,5
Lombardia	La Spezia	13	0	13	0,4	0,0	0,4	29,7
	Varese	59	33	71	48,8	0,8	49,6	698,8
	Como	72	53	117	40,6	1,4	41,9	358,5
	Sondrio	184	185	319	57,9	16,0	73,9	231,8
	Milano	235	28	239	347,0	1,8	348,8	1459,4
	Bergamo	483	254	665	457,9	33,9	491,8	739,6
	Brescia	1.105	258	1.309	1663,3	28,5	1691,8	1292,4
	Pavia	84	5	86	149,3	2,2	151,4	1761,0
	Cremona	661	6	664	1507,7	1,3	1508,9	2272,5
	Mantova	795	14	802	1098,4	36,6	1135,0	1415,2
	Lecco	43	46	73	25,9	2,7	28,6	391,7
Lodi	249	9	251	545,4	9,2	554,6	2209,7	
Monza e B.	23	6	25	12,4	4,3	16,7	666,4	
Trentino A.A.	Bolzano	4.489	44	4.512	405,8	1,9	407,7	90,3
	Trento	634	81	677	144,2	5,1	149,3	220,5
Veneto	Verona	509	38	517	316,3	2,8	319,1	617,2
	Vicenza	799	56	816	387,9	4,7	392,5	481,1
	Belluno	227	59	264	51,4	2,1	53,5	202,8
	Treviso	387	42	394	161,8	3,7	165,4	419,9
	Venezia	77	5	77	48,6	0,7	49,3	640,2
	Padova	399	27	403	231,0	3,9	234,9	582,8
Friuli V.G.	Rovigo	28	2	28	21,7	0,1	21,8	778,4
	Udine	418	50	439	153,6	3,3	156,9	357,3
	Gorizia	23	3	24	22,2	0,2	22,4	935
	Trieste	2	7	8	0,0	0,5	0,5	62,3
Pordenone	147	13	155	96,1	0,4	96,5	622,3	
Emilia Rom.	Piacenza	241	12	245	377,6	4,8	382,3	1560,5
	Parma	796	65	838	659,6	105,0	764,6	912,4
	Reggio E.	831	39	853	637,8	51,3	689,1	807,9
	Modena	555	27	568	366,6	50,6	417,2	734,5
	Bologna	129	23	134	81,7	1,9	83,6	624,1
	Ferrara	28	1	28	22,8	0,0	22,8	816,0
	Ravenna	12	3	13	19,6	0,7	20,3	1559,1
	Forlì-Cesena	10	6	15	1,8	0,4	2,2	147,0
Rimini	18	4	19	9,7	1,9	11,6	612,1	

Tab. 4.4 - Continua

Regione	Provincia	Numero di imprese (1)			Quantità			
		con consegne a	con vendite dirette b	in pro- duz. c	consegne totali (.000 t) d	vendite dir. tot. (.000 t) e	prod. comm. (.000 t) f=d+e	prod. comm. media per impresa (t) g=(f/c)*1000
Toscana	Massa C.	1	8	9	0,1	0,4	0,5	54,4
	Lucca	16	5	19	0,7	0,1	0,8	42,1
	Pistoia	0	4	4	0,0	0,5	0,5	126,2
	Firenze	25	5	27	15,1	1,3	16,5	609,7
	Livorno	7	2	7	0,9	0,5	1,4	194,0
	Pisa	6	2	8	3,0	0,1	3,1	384,1
	Arezzo	6	2	8	2,8	0,1	2,9	364,2
	Siena	5	1	5	1,3	0,5	1,8	368,2
	Grosseto	74	3	76	36,8	0,1	36,9	485,0
Umbria	Prato	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Perugia	101	0	101	47,0	0,0	47,0	465,7
Marche	Terni	9	0	9	2,8	0,0	2,8	316,1
	Pesaro e U.	11	0	11	6,2	0,0	6,2	562,0
	Ancona	7	0	7	4,7	0,0	4,7	676,0
	Macerata	31	1	32	7,9	0,0	7,9	247,9
Lazio	Ascoli P.	16	0	16	4,6	0,0	4,6	287,4
	Fermo	7	0	7	1,7	0,0	1,7	238,9
	Viterbo	66	4	69	48,6	0,6	49,2	713,2
	Rieti	98	3	99	28,6	0,1	28,7	289,9
	Roma	189	11	191	113,3	1,5	114,7	600,7
	Latina	239	3	240	90,0	1,5	91,5	381,2
	Frosinone	163	10	166	26,9	0,7	27,6	166,2
Abruzzo	L'Aquila	114	17	128	15,1	1,0	16,2	126,3
	Teramo	117	11	119	33,1	2,0	35,1	295,1
	Pescara	82	13	87	14,1	0,9	14,9	171,6
Molise	Chieti	53	10	63	5,4	0,6	6,1	96,1
	Campobasso	429	14	434	35,1	1,2	36,2	83,5
Campania	Isernia	180	20	192	24,6	1,7	26,3	136,9
	Caserta	303	20	313	82,0	1,1	83,1	265,4
	Benevento	514	10	516	43,5	0,5	44,0	85,3
	Napoli	86	3	89	6,1	0,3	6,4	71,8
	Avellino	292	26	312	14,4	1,7	16,0	51,4
Puglia	Salerno	355	8	362	44,5	0,9	45,4	125,4
	Foggia	81	12	91	20,1	2,1	22,1	243,2
	Bari	683	19	692	222,1	4,1	226,2	326,9
	Taranto	399	19	412	158,0	3,6	161,6	392,2
	Brindisi	44	8	47	20,4	1,9	22,4	475,9
	Lecce	31	23	51	6,1	6,2	12,3	240,7
Basilicata	Barletta A. T.	6	4	9	3,1	0,4	3,4	380,7
	Potenza	275	17	288	107,2	2,6	109,7	381,0
Calabria	Matera	60	4	63	42,1	0,4	42,5	674,2
	Cosenza	61	3	64	51,6	0,5	52,1	814,2
	Catanzaro	23	0	23	9,3	0,0	9,3	402,8
	Reggio C.	5	0	5	4,9	0,0	4,9	978,1
	Crotone	6	0	6	0,6	0,0	0,6	99,3
Sicilia	Vibo V.	74	0	74	11,6	0,0	11,6	157,4
	Trapani	9	0	9	0,4	0,0	0,4	39,2
	Palermo	74	7	80	9,9	0,4	10,3	129,2
	Messina	6	5	11	0,1	0,2	0,3	26,9
	Agrigento	30	13	36	2,7	1,1	3,8	106,5

Tab. 4.4 - Continua

Regione	Provincia	Numero di imprese (1)			Quantità			
		con consegne a	con vendite dirette b	in prod. c	consegne totali (.000 t) d	vendite dir. tot. (.000 t) e	prod. comm. (.000 t) f=d+e	prod. comm. media per impresa (t) g=(f/c)*1000
Sicilia	Caltanissetta	6	0	6	0,7	0,0	0,7	116,0
	Enna	32	2	34	4,1	0,2	4,2	124,2
	Catania	31	1	32	4,8	0,1	5,0	154,9
	Ragusa	427	33	440	164,1	5,7	169,8	385,8
	Siracusa	78	7	81	16,6	0,9	17,5	216,2
Sardegna	Sassari	53	2	54	21,4	0,4	21,8	402,9
	Nuoro	48	2	50	3,5	0,7	4,2	84,9
	Cagliari	11	0	11	6,5	0,0	6,5	594,2
	Oristano	151	0	151	174,6	0,0	174,6	1156,1
	Olbia Tempio	2	0	2	0,9	0,0	0,9	435,6
	Ogliastra	1	0	1	0,0	0,0	0,0	7,4
	Medio Camp.	6	0	6	3,7	0,0	3,7	610,2
	Carbonia Igl.	5	0	5	1,1	0,0	1,1	216,2
	Sud Sardegna	13	0	13	3,5	0,0	3,5	265,8
	ITALIA		23.193	2.563	24.748	13262,5	474,6	13737,0

(1) In diversi casi la somma del numero di imprese con “consegne” con quello delle imprese con “vendite dirette” risulta superiore a quello delle imprese che commercializzano latte, dato che alcune aziende agricole commercializzano il latte prodotto in parte come “consegne” e in parte come “vendite dirette”.

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

4.3. La distribuzione regionale

In Italia prosegue il processo di concentrazione territoriale della produzione di latte. Durante la campagna di commercializzazione che si è conclusa il 30 giugno scorso, nelle 8 regioni settentrionali del Paese risultano localizzati oltre i cinque sestimi (86,3%) della produzione commercializzata nazionale di latte vaccino e tale quota supera i nove decimi (91,4%) se si restringe l’analisi alle sole aree di pianura (tab. 4.5).

Alla Lombardia spettano oltre i due quinti della produzione nazionale: il 44,4% nel 2021/22 contro il 38,9% di 17 campagne prima; in particolare sono le tre province orientali (nell’ordine Brescia, Cremona e Mantova) tutte con una produzione commercializzata complessiva superiore a un milione di tonnellate per campagna. In seconda linea si collocano i produttori in attività nelle province di Lodi, Bergamo e Milano con quantità comprese tra le 555 e le 349 mila tonnellate, mentre per la produzione di latte assumono un ruolo minore, anche se in taluni casi non meno importante per l’economia locale, le province di Pavia, Sondrio, Varese, Como, Lecco e Monza e Brianza.

Risulta superiore al milione di tonnellate la produzione commercializzata

Tab. 4.5 - Distribuzione per regione degli allevamenti da latte vaccino e della loro produzione commercializzata nel 2021/22 (luglio-giugno) in Italia

Campagna	Numero aziende (1)		Produzione commercializzata (.000 t)		Produzione media commercializzata per azienda (t)
	Totale	di cui percentuale con sole consegne	Totale	di cui percentuale consegne dirette	
Valle d'Aosta	639	71,4	14,7	13,9	69,1
Piemonte	1.825	75,3	7,8	16,9	682,1
Liguria	63	54	11,1	34,9	58,5
Lombardia	4.621	80,6	5,8	13,6	1318,6
Trentino A.A.	5.189	97,6	1,1	1,3	107,3
Veneto	2.499	90,8	6,2	2,9	494,8
Friuli V.G.	626	88,3	5,9	5,8	441,3
Emilia R.	2.713	93,4	3,2	3,4	882,3
Toscana	163	80,4	5,5	14,1	394,5
Umbria	110	100	0	0	453,4
Marche	73	98,6	0	1,4	344,1
Lazio	765	95,9	2,7	1,3	407,5
Abruzzo	397	87,2	5	7,8	182,0
Molise	626	94,6	2,7	2,7	99,9
Campania	1.592	95,8	1,6	2,6	122,4
Puglia	1.302	93,5	2,1	4,5	344,1
Basilicata	351	94	1,4	4,6	433,6
Calabria	172	98,3	0	1,7	456,4
Sicilia	729	90,7	4,4	4,9	290,8
Sardegna	293	98,6	0,3	1	737,8
ITALIA	24.748	89,6	4,1	6,3	555,1
				TOTALE	
				13737,0	3,5

Tab. 4.5 - Continua

Campagna	Numero aziende (1)				Produzione commercializzata (000 t)			Produzione media commercializzata per azienda (t)
	di cui percentuale con		di cui percentuale		Totale	vendite dirette		
	Totale	solo consegne	vendite dirette e consegne	solo vendite dirette		consegne	vendite dirette	
Valle d'Aosta	4	50,0	0,0	50,0	0,2	51,1	48,9	49,9
Piemonte	1.322	89,4	6,1	4,5	1.165,30	98,9	1,1	881,5
Liguria	2	50,0	0,0	50,0	0,2	87,3	12,7	78,9
Lombardia	3.513	94,5	3,8	1,7	5.896,4	98,3	1,7	1.678,5
Trentino A. A.	37	81,1	8,1	10,8	8,1	97,2	2,8	218
Veneto	1.733	94,2	4,9	0,9	1.038,10	99,0	1,0	599
Friuli V. G.	360	95,6	3,3	1,1	196,4	98,7	1,3	545,6
Emilia R.	1.706	92,6	3,3	4,0	1.887,4	89,3	10,7	1.106,30
Toscana	90	83,3	4,4	12,2	39,3	97,5	2,5	437,2
Umbria	21	100,0	0,0	0,0	24,8	100,0	0,0	1.182,10
Marche	18	100,0	0,0	0,0	8	100,0	0,0	445,3
Lazio	632	96,2	2,7	1,1	277,6	98,6	1,4	439,2
Abruzzo	168	85,7	6,5	7,7	33,1	95,0	5,0	197,3
Molise	24	87,5	8,3	4,2	3,7	88,9	11,1	154,9
Campania	561	97,1	0,9	2,0	111,3	98,9	1,1	198,5
Puglia	341	89,7	3,8	6,5	107	94,6	5,4	313,9
Basilicata	19	84,2	5,3	10,5	9,3	97,8	2,2	491,3
Calabria	35	100,0	0,0	0,0	13,9	100,0	0,0	395,8
Sicilia	481	91,9	0,4	4,2	159	96,3	3,7	330,6
Sardegna	149	99,3	0,0	0,7	173	99,8	0,2	1.161,10
ITALIA	11.216	93,4	3,9	2,7	11.152,2	96,8	3,2	994,3

Tab. 4.5 - Continua

Campagna	Numero aziende (1)				Produzione commercializzata (1000 t)			Produzione media commercializzata per azienda (t)
	di cui percentuale con		di cui percentuale		di cui percentuale			
	Totale	solo consegne e consegne	vendite dirette e consegne	solo vendite dirette	Totale	consegne	vendite dirette	
Valle d'Aosta	635	71,5	14,8	13,7	44,0	71,5	28,5	69,2
Piemonte	503	38,4	12,1	49,5	79,6	84,2	15,8	158,2
Liguria	61	54,1	11,5	34,4	3,5	65,4	34,6	57,8
Lombardia	1.108	36,4	12,3	51,4	196,8	81,6	18,4	177,6
Trentino Alto	5.152	97,7	1,1	1,2	548,9	98,8	1,2	106,5
Veneto	766	83,3	9,3	7,4	198,5	96,4	3,6	259,2
Friuli Venezia	266	78,6	9,4	12,0	79,8	97,6	2,4	300,1
Emilia R.	1.007	94,6	3,0	2,4	506,4	97,3	2,7	502,9
Toscana	73	76,7	6,8	16,4	25,0	89,2	10,8	341,8
Umbria	89	100,0	0,0	0,0	25,1	100,0	0,0	281,5
Marche	55	98,2	0,0	1,8	17,1	99,9	0,1	311,0
Lazio	133	94,7	3,0	2,3	34,2	98,4	1,6	256,9
Abruzzo	229	88,2	3,9	7,9	39,1	92,7	7,3	170,8
Molise	602	94,9	2,5	2,7	58,8	95,9	4,1	97,7
Campania	1.031	95,1	1,9	3,0	83,6	96,2	3,8	81,0
Puglia	961	94,8	1,5	3,7	341,0	96,3	3,7	354,8
Basilicata	332	94,6	1,2	4,2	142,9	98,1	1,9	430,3
Calabria	137	97,8	0,0	2,2	64,7	99,3	0,7	471,9
Sicilia	248	88,3	5,2	6,5	52,9	94,8	5,2	213,5
Sardegna	144	97,9	0,7	1,4	43,2	98,2	1,8	299,9
ITALIA	13.532	86,6	4,2	9,3	2.584,80	95,2	4,8	191,0

(1) In diversi casi la somma del numero di imprese con "consegne" con quello delle imprese con "vendite dirette" risulta superiore a quello delle imprese che commercializzano latte, dato che alcune aziende agricole commercializzano il latte prodotto in parte come "consegne" e in parte come "vendite dirette".

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

dagli allevatori di altre tre regioni, nell'ordine: Emilia-Romagna (2,3 milioni di tonnellate), Piemonte (1,2 milione di tonnellate) e Veneto (1,2 milioni di tonnellate). Anche in queste tre regioni la localizzazione della produzione appare concentrata in alcune aree ben delimitate, ovvero nelle quattro province occidentali in Emilia-Romagna (per ordine di importanza: Parma, Reggio Emilia, Modena e Piacenza), nelle province di Cuneo e Torino in Piemonte, ove sono localizzati oltre i cinque sestì della produzione regionale, e nelle tre province nord-occidentali in Veneto (nell'ordine: Vicenza, Verona e Padova).

Nell'ultima campagna ammonta a 408 mila tonnellate di latte vaccino la produzione commercializzata da 4.512 allevamenti della provincia di Bolzano, mentre è pari a 157 mila tonnellate la produzione commercializzata di Udine: sono queste le province lattiere più importanti, rispettivamente, del Trentino-Alto Adige e del Friuli V.G. Del tutto insignificante si presenta il peso, sul totale nazionale, dei produttori di latte vaccino della Liguria (63 stalle, localizzate per oltre la metà in provincia di Genova) e della Valle d'Aosta, anche se, ovviamente, in quest'ultima regione la zootecnia da latte, con una produzione di 44 mila tonnellate, distribuita su 639 allevamenti, assume un ruolo di primaria importanza per l'economia dell'intera vallata.

Al Centro-Sud del Paese e nelle due isole maggiori, anche nel corso dell'ultima campagna, assume un discreto peso solo la produzione di alcune province laziali (Roma e Latina con rispettivamente 115 e 92 mila tonnellate di produzione), campane (Caserta e Salerno con una produzione complessiva di 129 mila tonnellate), pugliesi (Bari e Taranto con una produzione pari, rispettivamente, a 226 e 162 mila tonnellate), siciliane (Ragusa con 170 mila tonnellate) e sarde (Oristano con 175 mila tonnellate).

L'Italia si presenta come un complesso piuttosto eterogeneo dal punto di vista delle sue strutture di produzione di latte vaccino e delle variazioni che anno dopo anno tendono a modificarle. La diminuzione del numero di allevamenti con vacche da latte nel 2021/22 rispetto alla campagna immediatamente precedente, che a livello nazionale si attesta sul -3,3%, riguarda, sia pur con diversa intensità, tutte le 20 regioni italiane (tab. 4.6). Le riduzioni maggiori interessano, in particolare, le regioni in cui risulta più marcato il peso delle aree montane e delle altre aree svantaggiate e/o ove il latte fornisce un contributo poco rilevante al valore della produzione agricola complessiva e/o è ancora particolarmente elevato il peso degli allevamenti di piccole dimensioni. Nell'ordine questi sembrano essere i casi più significativi: Sardegna (-8,4%), Marche (-7,6%), Molise (-7,5%), Lazio (-6,8%), Friuli Venezia giulia (-5,0%), Veneto (-4,8%) e Puglia (-4,8%).

Contemporaneamente al calo del numero di stalle in attività si rileva un aumento, piuttosto irregolare, ma non trascurabile e comune a quasi tutte le re-

Tab. 4.6 - *Variazione percentuale per regione degli allevamenti di lattifere e della loro produzione commercializzata di latte vaccino in Italia tra il 2020/21 e il 2022*

Regione	Numero di imprese			Quantità			
	con consegne	con vendite dirette	in produz.	consegne totali	vendite dirette totali	produz. comm.	prod. comm. media per impresa
Valle d'Aosta	0,0	0,5	-2,0	-3,1	-4,3	-3,4	-1,4
Piemonte	-2,8	0,0	-2,9	4,2	20,4	4,4	7,6
Liguria	-2,4	-3,3	-4,5	6,5	23,0	11,6	16,9
Lombardia	-1,5	3,3	-1,1	3,4	8,4	3,5	4,7
Trentino A.A.	-2,2	-1,6	-2,2	-1,3	14,3	-1,1	1,1
Veneto	-4,3	-3,8	-4,8	0,6	1,7	0,6	5,7
Friuli V.G.	-5,4	5,8	-5,0	0,2	11,0	0,4	5,7
Emilia R.	-3,6	8,4	-3,3	4,2	1,8	4,0	7,6
Toscana	-4,1	-5,9	-4,7	-2,1	4,1	-1,8	3,0
Umbria	-8,3	-8,3	-0,4	-0,4	8,6	0,0	0,0
Marche	-7,7	0,0	-7,6	1,2	-50,0	1,1	9,4
Lazio	-7,0	-8,8	-6,8	0,1	-1,6	0,1	7,4
Abruzzo	-4,4	10,9	-3,4	-2,6	-9,2	-3,0	0,4
Molise	-7,6	3,0	-7,5	4,5	31,9	5,5	14,1
Campania	-5,4	19,6	-4,7	-3,0	20,6	-2,6	2,3
Puglia	-5,5	16,4	-4,8	-1,1	18,2	-0,4	4,7
Basilicata	-3,7	-8,7	-3,6	-0,2	-20,0	-0,7	3,0
Calabria	-0,6	-62,5	-2,3	2,7	-60,9	1,7	4,1
Sicilia	-3,2	-9,3	-4,1	1,0	-0,3	0,9	5,2
Sardegna	-8,2	-42,9	-8,4	-4,6	28,5	-4,5	4,3
ITALIA	-3,5	1,7	-3,3	2,4	5,0	2,5	6,1

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

gioni – fa eccezione solo la Valle d’Aosta che evidenzia una flessione del 3,4% – della loro produzione media, che a livello nazionale si attesta sul 6,1%.

La crescita media per allevamento e per campagna si colloca sopra il dato medio nazionale in due delle quattro regioni con la maggior produzione complessiva: Emilia-Romagna (+7,6%) e Piemonte (+7,6%), oltre che in 4 regioni con un peso piuttosto modesto sulla produzione nazionale di latte.

Le 1.319 tonnellate per campagna e per stalla riscontrate nell’ultima campagna in Lombardia, ma anche le 882 dell’Emilia-Romagna, le 738 della Sardegna, le 682 del Piemonte e le 495 del Veneto sono quantità particolarmente significative. Tuttavia, questi livelli produttivi assumono valori ancor più degni di nota, se l’analisi viene condotta a livello provinciale; infatti, nel corso dell’ultima campagna la produzione media per azienda supera le 1.500 t/anno nelle province di Cremona (2.273 t), Lodi (2.210 t), Pavia (1.761 t), Ravenna (1.559 t) e Alessandria (1.509 t). Di contro, se si esclude la provincia di Prato dove non ci sono stalle di vacche da latte, la produzione media azien-

dale si ferma a 0,4 tonnellate per campagna nell'unica stalla ubicata in provincia di Imperia e risulta comunque inferiore alle 50 tonnellate in altre 6 province: Savona, La Spezia, Lucca, Trapani, Messina e Ogliastro.

Il risultato netto di questi due diversi andamenti – contrazione del numero di stalle con vacche da latte e crescita della loro produzione media per stalla e per campagna – si traduce in una buona crescita della produzione nazionale commercializzata, che, come già anticipato, nell'ultima campagna fa segnare un +2,5%. Tuttavia, a livello regionale la produzione si riduce in otto regioni su 20, tutte con un peso limitato sulla produzione nazionale.

Nel periodo 1988/89-2021/22, il contributo alla produzione nazionale di latte delle otto regioni settentrionali passa, sempre secondo i dati Unalat-Aima-Agea, dal 78,6% all'86,3% e quello delle quattro regioni più importanti – Lombardia, Emilia-Romagna, Piemonte e Veneto – presenta una crescita di oltre dieci punti percentuali, salendo dal 69,5% al 79,8%.

Nel corso dell'ultima campagna, nella geografia nazionale della produzione di latte, tra le regioni con una quota sulla produzione nazionale superiore al 2%, cresce il contributo di Lombardia, Emilia-Romagna e Piemonte, mentre si riduce quello di Veneto, Trentino A.A., Puglia e Friuli V.G. (tab. 4.7).

L'analisi della localizzazione per provincia della produzione evidenzia per l'ultima campagna che il 51,2% della produzione nazionale di latte vaccino viene raccolta in solo sette province; di queste quattro sono lombarde (Brescia, Cremona, Mantova e Lodi), due emiliane (Parma e Reggio Emilia) e una piemontese (Cuneo) (tab. 4.8).

Tab. 4.7 - Distribuzione percentuale della produzione commercializzata (consegne + vendite dirette) di latte vaccino per regione in Italia nel 2010/11-2021/22

<i>Regione</i>	<i>2010/ 11</i>	<i>2011/ 12</i>	<i>2012/ 13</i>	<i>2013/ 14</i>	<i>2014/ 15</i>	<i>2015/ 16</i>	<i>2016/ 17</i>	<i>2017/ 18</i>	<i>2018/ 19</i>	<i>2019/ 20</i>	<i>2020/ 21</i>	<i>2021/ 22</i>
Lombardia	40,7	40,6	40,8	41,1	41,5	41,6	42,1	42,2	43,0	43,5	43,9	44,4
Emilia R.	16,3	16,9	17,0	17,0	16,7	16,7	16,9	16,9	16,9	17,0	17,2	17,4
Piemonte	8,4	8,6	8,6	8,7	8,9	8,8	8,9	8,8	8,9	9,0	8,9	9,0
Veneto	10,1	10,0	9,9	9,8	9,9	9,8	9,8	9,6	9,6	9,4	9,2	9,1
Trentino A.A.	4,8	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	4,5	4,5	4,5	4,5	4,2	4,1
Puglia	3,3	3,4	3,3	3,2	3,1	3,3	3,2	3,4	3,3	3,2	3,4	3,3
Lazio	3,3	3,1	3,1	2,9	2,9	2,8	2,8	2,7	2,5	2,4	2,3	2,3
Friuli V.G.	2,4	2,4	2,3	2,3	2,2	2,2	2,2	2,1	2,1	2,1	2,1	2,0
Sardegna	2,0	1,9	1,9	1,8	1,9	1,8	1,8	1,8	1,7	1,8	1,7	1,6
Sicilia	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6	1,5
Campania	2,0	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	1,7	1,7	1,6	1,5	1,5	1,4
Altre	5,0	4,9	4,9	4,8	4,7	4,7	4,5	4,5	4,3	4,2	4,1	4,0
ITALIA	100,0											

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

Tab. 4.8 - Distribuzione percentuale della produzione commercializzata (consegne + vendite dirette) di latte vaccino per provincia in Italia nel 2010/11-2021/22

Provincia	2010/ 11	2011/ 12	2012/ 13	2013/ 14	2014/ 15	2015/ 16	2016/ 17	2017/ 18	2018/ 19	2019/ 20	2020/ 21	2021/ 22
Brescia	10,9	10,9	11	11,1	11,3	11,3	11,5	11,5	11,8	12,1	12,2	12,3
Cremona	10,1	10,1	10,1	10,1	10,1	10,2	10,3	10,3	10,6	10,7	10,8	11,0
Mantova	7,4	7,5	7,6	7,7	7,8	7,9	8,0	8,0	8,1	8,1	8,3	8,3
Parma	5,3	5,6	5,6	5,6	5,5	5,4	5,4	5,5	5,6	5,6	5,6	5,6
Cuneo	4,4	4,5	4,5	4,6	4,7	4,7	4,8	4,8	4,8	4,9	4,9	5,0
Reggio E.	4,8	5,0	5,0	5,0	4,8	4,8	4,8	4,8	4,6	4,6	4,7	5,0
Lodi	3,9	3,8	3,8	3,8	3,9	3,8	3,9	3,8	3,8	3,9	3,9	4,0
Bergamo	3,4	3,4	3,3	3,4	3,4	3,4	3,4	3,5	3,6	3,6	3,5	3,6
Bolzano	3,5	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,3	3,3	3,3	3,2	3,1	3,0
Modena	2,7	2,8	2,9	2,9	2,8	2,9	3,1	3,0	2,9	3,0	2,9	3,0
Vicenza	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	2,9	2,9
Piacenza	2,3	2,4	2,4	2,5	2,5	2,6	2,6	2,7	2,7	2,8	2,7	2,8
Torino	2,6	2,7	2,7	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,7	2,8	2,8	2,8
Milano*	2,5	2,4	2,4	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Verona	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,4	2,5	2,4	2,3	2,3
Bari	1,6	1,6	1,6	1,6	1,5	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,7	1,6
Padova	1,9	1,9	1,9	1,8	1,9	1,8	1,8	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7
Oristano	1,5	1,5	1,5	1,4	1,5	1,5	1,5	1,4	1,4	1,4	1,4	1,3
Ragusa	1,3	1,2	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2
Treviso	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,4	1,4	1,3	1,3	1,3	1,2
Taranto	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2	1,3	1,2	1,3	1,2	1,2	1,2	1,2
Altre provincie	21,5	21,1	20,9	20,5	20,2	20,0	19,4	19,3	18,7	18,3	18,1	17,7
Totale	100,0											

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

4.4. Si accresce il divario strutturale tra aree di pianura e svantaggiate

Nel corso dell'ultima campagna le 11.858 imprese agricole con lattifere situate nelle aree di montagna, pari a poco meno della metà (47,0%) dei produttori italiani, partecipano per un settimo (14,4%) alla produzione commercializzata di latte vaccino del Paese (tab. 4.9). Dal canto loro, le 1.674 imprese, con vacche da latte (6,8% del totale), che nell'ultima campagna ricadono nelle "altre aree svantaggiate", forniscono il 4,4% della produzione nazionale commercializzata. Infine, sono 11.216, pari al 45,3%, gli allevamenti con lattifere localizzati nelle aree non svantaggiate, vale a dire in pianura, ma il loro contributo alla produzione commercializzata nazionale si attesta sull'81,2%.

Rispetto alla campagna 1995/96, la produzione commercializzata totale di latte vaccino delle imprese situate nelle aree di montagna e di quelle delle altre aree svantaggiate cresce rispettivamente del 20,2% e del 27,4%, mentre per quelle della pianura l'aumento si attesta al 34,7%.

Tab. 4.9 - Numero di aziende con lattifere e loro produzione commercializzata di latte vaccino (consegne + vendite dirette) per aree omogenee in Italia nel 2021/22

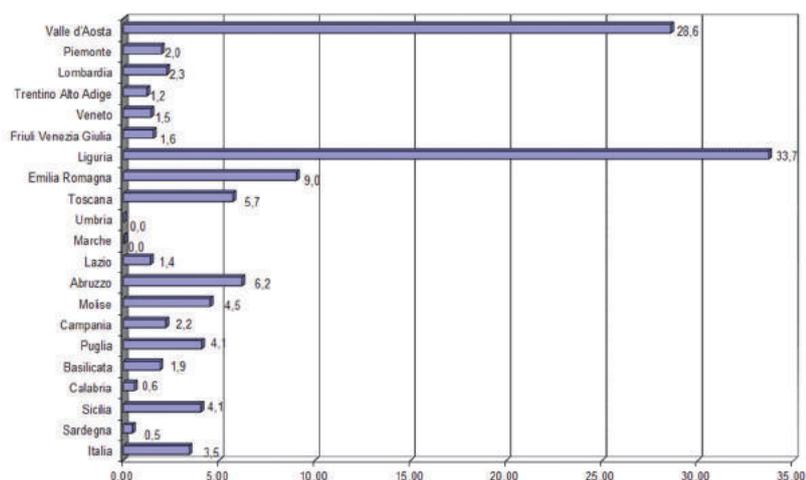
	2021/22	% su totali 2021/22	% 2021/22 su 2020/21	% 2021/22 su 1995/96
Pianura				
Numero aziende	11.216	45,3	-10,4	-76,5
Consegne (.000 t)	10.800,7	81,4	1,4	31,6
Vendite dirette (.000 t)	351,6	74,1	1,3	395,5
Produzione comm. (.000 t)	11.152,2	81,2	1,4	34,7
Produzione per azienda (t)	994,3	13,2	472,4	-
Montagna				
Numero aziende	11.858	47,9	5,2	-71,3
Consegne (.000 t)	1.871,8	14,1	9	19,7
Vendite dirette (.000 t)	103,4	21,8	13,7	30,8
Produzione comm. (.000 t)	1.975,2	14,4	9,2	20,2
Produzione per azienda (t)	166,6	3,8	318,7	-
Altre aree svantaggiate				
Numero aziende	1.674	6,8	-8	-79,3
Consegne (.000 t)	590,0	4,4	1,3	24,9
Vendite dirette (.000 t)	19,6	4,1	38,8	217,7
Produzione comm. (.000 t)	609,6	4,4	2,1	27,4
Produzione per azienda (t)	364,2	11,1	513,9	-
Totali				
Numero aziende	24.748	100,0	-3,3	-74,5
Consegne (.000 t)	13.262,5	100,0	2,4	29,4
Vendite dirette (.000 t)	474,6	100,0	5	203,9
Produzione comm. (.000 t)	13.737,0	100,0	2,5	32,1
Produzione per azienda (t)	555,1	-	6,1	417,8

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima-Agea.

Contemporaneamente continua ad aumentare in valore assoluto anche il divario strutturale tra le aziende agricole con lattifere ubicate nelle aree di pianura e quelle delle aree di montagna e delle altre aree svantaggiate. La già ricordata riduzione del numero di imprese che si riscontra a livello nazionale (-3,3% sulla campagna precedente e addirittura -74,5% su quella del 1995/96) nel medio-lungo termine, si manifesta con intensità non molto diverse in tutte le tre aree omogenee. Invece, nel breve periodo, cioè rispetto alla campagna precedente, la situazione si presenta piuttosto altalenante: dopo tre campagne consecutive (dal 2011/12 al 2013/14) in cui la propensione a chiudere le stalle da latte appariva più marcata nelle aree di pianura rispetto a quelle di montagna, la situazione si capovolge dal 2014/15 al 2017/18; nelle ultime quattro campagne infine la propensione a chiudere le stalle da latte è di nuovo superiore per le imprese di pianura: ad esempio, nel 2021/22 è pari a -10,4% contro +3,4%.

Contemporaneamente, nel nostro Paese la produzione media per allevamento durante le ultime ventisette campagne passa in pianura da 174 a 994

Fig. 4.5 - Percentuale di latte da vendite dirette sul totale del latte commercializzato per regione in Italia nel 2021/22



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

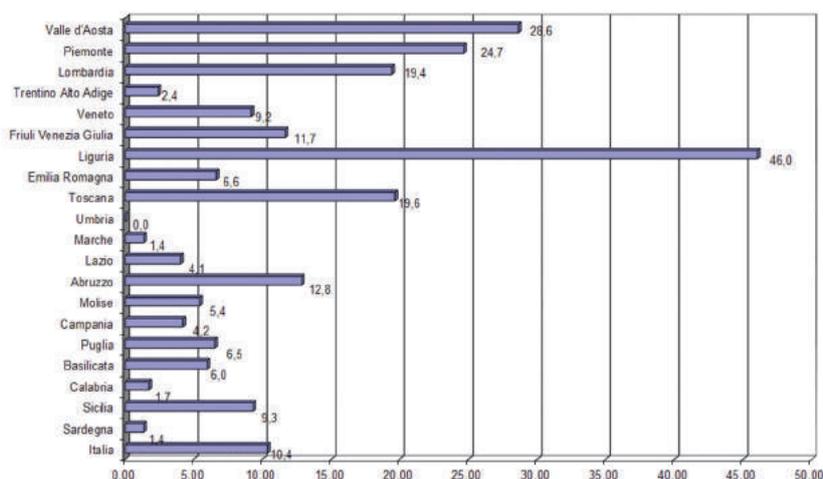
tonnellate, nelle aziende di montagna da 40 a 167 tonnellate e in quelle ubicate nelle altre aree svantaggiate da 59 a 364 tonnellate. Continua ad accrescersi, pertanto, in modo piuttosto drastico, il divario dimensionale assoluto tra le aziende di pianura e quelle di montagna e delle altre aree svantaggiate.

I produttori con vendite dirette si collocano soprattutto nelle regioni caratterizzate da ampie aree di montagna o collina e/o dove l'attività agricola risulta meno intensiva. In ogni caso, nell'ultima campagna, il peso delle vendite dirette sul totale della produzione in quantità di latte risulta superiore al 5% in Liguria (33,7%), Valle d'Aosta (28,6%), Emilia-Romagna (9,0%), Abruzzo (6,2%) e Toscana (5,7%) (fig. 4.5). Solo in due di queste regioni il peso delle aziende con vendite dirette sul totale delle stalle risulta superiore al 25%: Liguria (46,0%) e Valle d'Aosta (28,6%); tuttavia, valori superiori al 15% si riscontrano anche in Piemonte, Toscana e Lombardia (fig. 4.6).

4.5. Le strutture di produzione

Gli stessi dati Aima-Agea relativi al periodo 1995/96-2021/22 consentono di analizzare la variazione della distribuzione delle aziende per classi di dimensione (tab. 4.10 e figg. 4.7 e 4.8). Da quest'analisi, condotta suddividendo

Fig. 4.6 - Percentuale di aziende con vendite dirette sul totale delle aziende con lattifere per regione in Italia nel 2021/22



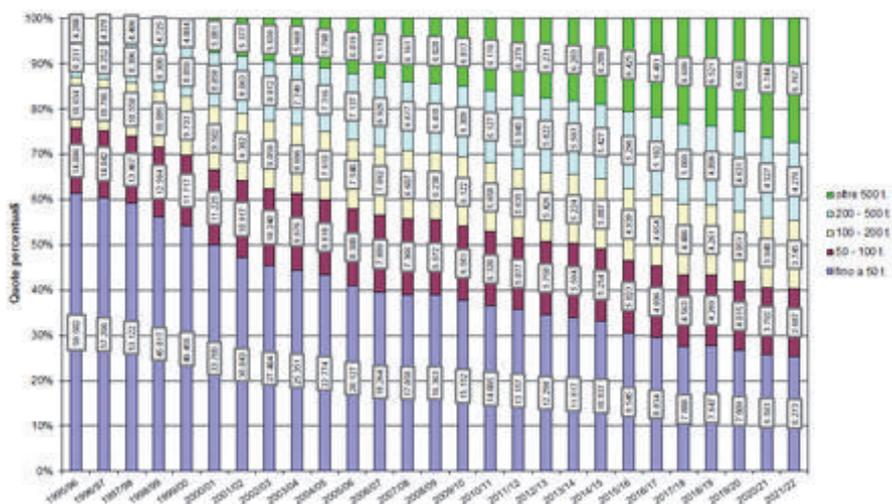
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

Tab. 4.10 - Ripartizione del numero di allevamenti con lattifere e del latte vaccino commercializzato (vendite dirette + consegne) per dimensione dell'allevamento in Italia nel 2021/22

Dimensione aziendale (t/anno)	2021/22	% su totali 2021/22	% 2021/22 su 2020/21	% 2021/22 su 1995/96
Numero di imprese				
0,1 - 10,0	1.234	5,0	-8,5	-93,9
10,1 - 20,0	1.419	5,7	-3,0	-91,8
20,1 - 50,0	3.620	14,6	-4,3	-83,6
50,1 - 100,0	3.687	14,9	-2,8	-73,8
100,1 - 200,0	3.745	15,1	-5,1	-65,7
200,1 - 500,0	4.276	17,3	-5,5	-48,1
500,1 - 1.000,0	2.904	11,7	-2,0	-0,3
1.000,1 - 2.000,0	2.247	9,1	-1,7	95,7
oltre 2.000	1.616	6,5	8,1	611,9
Totale	24.748	100,0	-3,3	-74,5
Quantità (.000 t)				
0,1 - 10,0	6,4	0,0	-7,1	-94,5
10,1 - 20,0	21,3	0,2	-2,9	-91,5
20,1 - 50,0	122,8	0,9	-4,6	-82,9
50,1 - 100,0	267,4	1,9	-2,5	-73,4
100,1 - 200,0	534,3	3,9	-5,6	-65,4
200,1 - 500,0	1.390,6	10,1	-5,5	-45,5
500,1 - 1.000,0	2.078,5	15,1	-2,0	3,6
1.000,1 - 2.000,0	3.143,8	22,9	-2,0	108,5
oltre 2.000	6.171,8	44,9	10,1	776,8
Totale	13.737,0	100,0	2,5	32,1

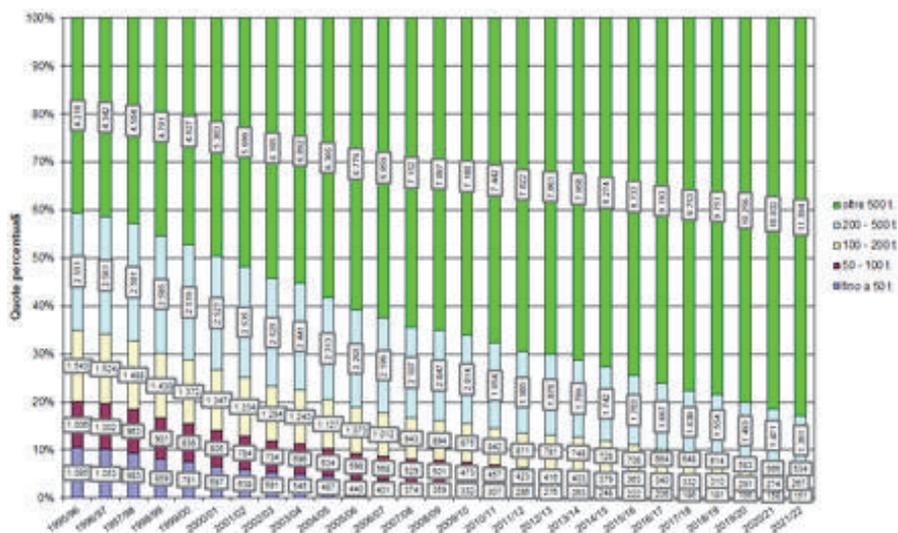
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima-Agea.

Fig. 4.7 - Numero di aziende per classe di ampiezza dell'allevamento (t/anno di latte) in Italia nel periodo 1995/96 - 2021/22



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima/Agea.

Fig. 4.8 - Latte vaccino commercializzato per classe di ampiezza dell'allevamento (t/anno di latte) in Italia nel periodo 1995/96 - 2021/22



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima/Agea.

le imprese e le relative quantità prodotte in base alla produzione di latte vaccino commercializzato da ognuna di esse in nove classi dimensionali, emerge ancor più chiaramente lo sviluppo del processo di concentrazione e di una struttura dualistica, che sta interessando i nostri allevamenti di vacche da latte: tante imprese di modeste dimensioni e poche di grandi dimensioni.

Nella prima campagna di riferimento, il 1995/96, la produzione media commercializzata da ben 37.501 stalle (pari al 38,6% di quelle allora in produzione) non supera le 20 tonnellate per campagna e contribuisce alla produzione nazionale di latte per il 3,5%, mentre, all'estremo opposto, 1.374 allevamenti (l'1,4% del totale), con una produzione annua di almeno 1.000 tonnellate, forniscono il 21,2% del latte vaccino di produzione nazionale.

Di contro, nell'ultima campagna, delle 24.748 aziende da latte in attività, sono rispettivamente 2.653, ossia il 10,7% del totale, quelle che non superano le 20 t/anno e 3.863, pari al 15,6% del totale, quelle al di sopra delle 1.000 t/anno; il loro contributo alla produzione nazionale risulta però pari rispettivamente allo 0,2% ed al 67,8%.

Sempre nel 2021/22, il 44,6% delle stalle da latte italiane, vale a dire le 11.043 imprese con una produzione per campagna superiore alle 200 t di latte, ha prodotto il 93,0% del latte vaccino nazionale commercializzato. E, ancora è pari a oltre i quattro quinti del totale nazionale (82,9%) il latte prodotto dai 6.766 allevamenti (pari al 27,3% del totale), che nel 2021/22 hanno dichiarato una produzione su base campagna pari ad almeno 500 t.

Confrontando a livello nazionale, per ognuna delle 9 classi di ampiezza, il numero degli allevamenti di lattifere presenti nell'ultima campagna con quelli della campagna precedente, è possibile osservare che:

- i tassi percentuali di variazione, calcolati sul numero delle aziende presenti in ognuna delle nove classi, passano da negativi a positivi solo nella classe con le imprese di maggiori dimensioni, ossia quelle con una produzione pari ad oltre 2.000 t per campagna. Questi tassi, piuttosto instabili nelle quattro classi minori (quelle che producono da 0,1 a 100 t/anno) passano in modo abbastanza graduale dal -5,1% della quinta classe al -1,7% dell'ottava classe; e quindi al +8,1% delle imprese con una produzione superiore alle 2.000 t per campagna;
- le 2.000 t per campagna per allevamento sembrano rappresentare, quindi, il punto di passaggio dei tassi di variazione da negativi a positivi e potrebbero essere, pertanto, viste come un indicatore, sia pure piuttosto approssimativo, della *dimensione minima efficiente* (DME) dell'intero comparto; alla base di questa affermazione c'è l'ipotesi che, tra i produttori di latte, cresca solo il numero di quelli che rientrano nelle classi con dimensioni economicamente efficienti. Nelle diciotto campagne precedenti, vale a dire tra il

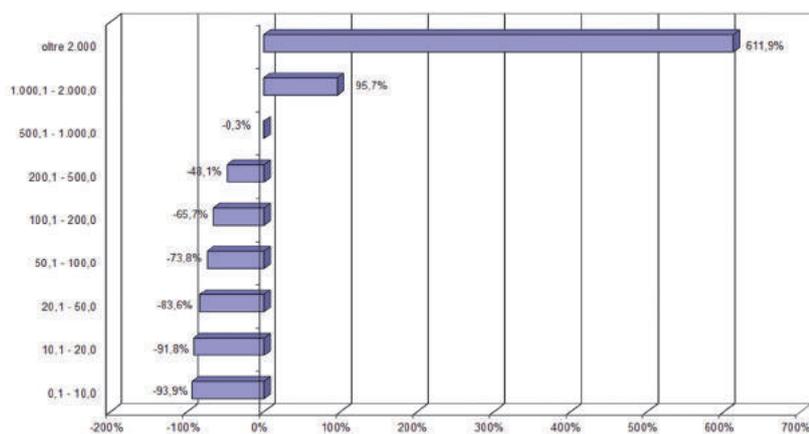
2003/04 e il 2020/21, tale limite è sempre stato pari a 1.000 t/anno ad eccezione del 2006/07, 2011/12 e 2017/18, quando era sceso a 500 t/anno, e del 2009/10, 2013/14, 2018/19 e 2020/21, quando si era attestato sulle 2.000 t/anno; le forti oscillazioni registrate nell'ultima decade sono senz'altro da mettere in relazione con l'andamento piuttosto volatile del prezzo di mercato;

- le considerazioni sulla variazione del numero di imprese all'interno delle singole classi dimensionali trovano conferma ripetendo l'analisi anche in termini di quantità di latte commercializzato: anche in questo caso i tassi di variazione diventano positivi solo nella classe delle imprese con una produzione superiore a 2.000 t.

Risultati analoghi, ma nettamente più significativi, si colgono estendendo il confronto al periodo 1995/96-2021/22 (fig. 4.9); in questo caso i tassi di variazione vanno in modo molto regolare da -93,9% per la classe più piccola a +611,9% per quella di maggiori dimensioni e, durante l'ultima campagna, sale da 500 a 1.000 t per campagna e per allevamento la *dimensione minima efficiente* (DME), quella cioè che segna il passaggio dei tassi di variazione da negativi a positivi. Inoltre, tali tassi, effettuando il confronto sia in numero di allevamenti che di quantità di latte commercializzato, passano gradualmente dal valore più negativo della classe di minori dimensioni a quelli positivi delle classi maggiori.

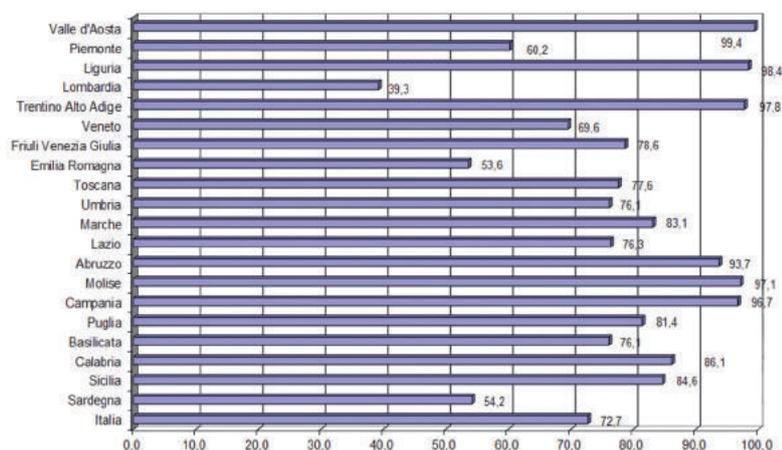
Nell'ultima campagna, però, poco meno dei tre quarti (72,7%) delle aziende con lattifere del Paese denunciano una produzione sotto le 500 tonnellate.

Fig. 4.9 - Variazione percentuale del numero di allevamenti di lattifere per classe di dimensione in Italia dal 1995/96 al 2021/22



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima/Agea.

Fig. 4.10 - Percentuale di allevamenti con una produzione commercializzata inferiore alle 500 tonnellate, per regione in Italia nel 2021/22



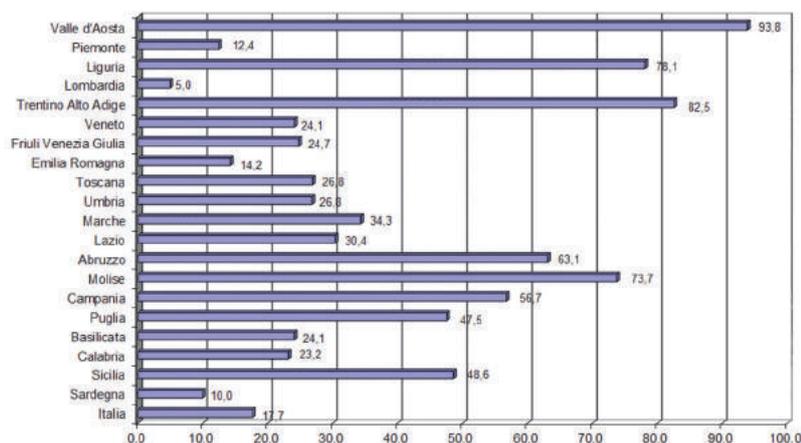
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea

late di latte (fig. 4.10), ma questa percentuale oscilla tra valori superiori al 97,0% di Valle d'Aosta, Liguria, Trentino A.A. e Molise, il 39,2% della Lombardia e il 52,6% dell'Emilia-Romagna. In quantità di latte, nella situazione media nazionale, le aziende sotto le 500 tonnellate annue commercializzano poco più di un sesto (17,7%) della quantità complessiva, anche qui con una forte variabilità tra regioni: dal 93,8% della Valle d'Aosta al 5,0% della Lombardia (fig. 4.11).

La situazione, in sostanza, non cambia, dato l'alto peso che hanno queste imprese sull'universo, se si ripete il confronto limitandolo alle sole aziende agricole con consegne (tab. 4.11): sia nel breve (2021/22 contro 2020/21) che nel lungo periodo (2021/22 rispetto al 1995/96) si accentuano solo alcuni tassi di variazione sia positivi che negativi e, dato che si tratta di un gruppo di imprese più omogeneo, il passaggio dai tassi più negativi a quelli più positivi avviene con maggior regolarità, fatta eccezione, ovviamente, per le quattro classi dimensionali minori⁷.

7. Ovviamente la ripartizione in classi dimensionali delle imprese con consegne viene effettuata tenendo conto della loro produzione complessiva, che è data dalla somma, sempre a livello di singola impresa, di consegne e, se esistono, di vendite dirette. La stessa considerazione vale per le imprese con vendite dirette. Pertanto, sommando il numero di imprese per singola classe riportato in tabella 4.11 con il corrispondente valore di tabella 4.12 si ottengono valori

Fig. 4.11 - Percentuale di latte prodotto dagli allevamenti con una produzione commercializzata inferiore alle 500 tonnellate, per regione in Italia nel 2021/22



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

Nel lungo periodo, cioè nel corso delle ultime 27 campagne, il tasso di variazione passa da negativo a positivo per una produzione minore, pari a 1.000 t per allevamento e per campagna. In termini di numero di imprese e a 500 t quando il calcolo viene effettuato sulle quantità di latte commercializzato.

Di contro, confrontando la situazione del 2021/22 con quella della campagna precedente, nel caso degli allevamenti con vendite dirette, la dimensione minima efficiente – quella cioè in cui i tassi di variazione passano da negativi a positivi – non risulta per niente evidente, dato che questi coefficienti presentano un andamento piuttosto irregolare, sia come numero di imprese, sia, soprattutto, in termini di quantità di latte commercializzato (tab. 4.12). Tuttavia, se il confronto viene effettuato con il 1995/96, la dimensione minima efficiente si attesterebbe a 100 tonnellate per campagna e il passaggio dei tassi di variazione da negativi a positivi diventa nettamente più regolare.

L'andamento appena evidenziato non è altro che il risultato – la media ponderata – delle diverse situazioni riscontrabili nei differenti ambiti regionali (tabb. 4.13 e 4.14). Se, infatti, si confronta il numero di imprese agricole con bovine da latte presenti nelle 9 diverse classi di dimensione dell'ultima

uguali o superiori ai corrispondenti valori di tabella 4.10. Nel corso della campagna di commercializzazione 2021/22 sono 938 le imprese che commercializzano la loro produzione di latte sia sotto forma di "consegne" che come "vendite dirette"; erano 940 nella campagna precedente.

Tab. 4.11 - Ripartizione del numero di allevamenti di lattifere con “consegne” e del latte vaccino “consegnato” per quantità di latte commercializzato per singolo allevamento in Italia nel 2021/22

Dimensione aziendale (t/anno)	2021/22	% su totali 2021/22	% 2021/22 su 2020/21	% 2021/22 su 1995/96
Numero di imprese				
0,1 - 10,0	849	3,7	-11,4	-95,1
10,1 - 20,0	1.166	5,0	-2,8	-92,8
20,1 - 50,0	3.265	14,1	-4,8	-84,7
50,1 - 100,0	3.461	14,9	-2,6	-74,9
100,1 - 200,0	3.588	15,5	-5,1	-66,9
200,1 - 500,0	4.180	18,0	-5,9	-49,0
500,1 - 1.000,0	2.876	12,4	-1,9	-0,7
1.000,1 - 2.000,0	2.225	9,6	-1,7	95,3
oltre 2.000	1.583	6,8	8,2	603,6
Totale	23.193	100,0	-3,5	-74,8
Quantità (.000 t)				
0,1 - 10,0	4,5	0,0	-11,0	-95,4
10,1 - 20,0	17,5	0,1	-3,6	-92,5
20,1 - 50,0	110,7	0,8	-4,9	-84,0
50,1 - 100,0	248,1	1,9	-2,6	-74,8
100,1 - 200,0	503,2	3,8	-5,9	-67,0
200,1 - 500,0	1.345,1	10,1	-5,8	-47,0
500,1 - 1.000,0	2.032,6	15,3	-2,2	2,0
1.000,1 - 2.000,0	3.087,6	23,3	-2,2	107,9
oltre 2.000	5.913,2	44,6	10,4	746,7
Totale	13.262,5	100,0	2,4	29,4

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima-Agea.

Tab. 4.12 - Ripartizione del numero di allevamenti di lattifere con “vendite dirette” e del latte vaccino destinato a “vendite dirette” per quantità di latte commercializzata per singolo allevamento in Italia nel 2021/22

Dimensione aziendale (t/anno)	2021/22	% su totali 2021/22	% 2021/22 su 2020/21	% 2021/22 su 1995/96
Numero di imprese				
0,1 - 10,0	396	15,5	-0,5	-86,5
10,1 - 20,0	269	10,5	-1,5	-80,4
20,1 - 50,0	425	16,6	1,2	-58,0
50,1 - 100,0	362	14,1	0,0	-28,0
100,1 - 200,0	357	13,9	1,7	44,5
200,1 - 500,0	344	13,4	4,6	319,5
500,1 - 1.000,0	199	7,8	1,5	485,3
1.000,1 - 2.000,0	119	4,6	10,2	395,8
oltre 2.000	92	3,6	10,8	2200,0
Totale	2.563	100,0	1,7	-58,7
Quantità (.000 t)				
0,1 - 10,0	1,9	0,4	4,0	-88,8
10,1 - 20,0	3,8	0,8	0,1	-79,4
20,1 - 50,0	12,1	2,6	-1,9	-52,5
50,1 - 100,0	19,3	4,1	-1,7	-15,9
100,1 - 200,0	31,2	6,6	0,2	77,8
200,1 - 500,0	45,5	9,6	6,9	287,8
500,1 - 1.000,0	45,9	9,7	5,0	204,8
1.000,1 - 2.000,0	56,2	11,8	13,2	146,9
oltre 2.000	258,6	54,5	4,6	4559,1
Totale	474,6	100,0	5,0	203,9

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima-Agea.

Tab. 4.13 - Distribuzione del numero di allevamenti bovini da latte per classe di dimensione espressa in t/anno di latte commercializzato e per regione in Italia nella campagna 2021/22

Regione	da	Dimensione aziendale (t/anno)											Totale
		0,1 - 10	10,1 - 20	20,1 - 50	50,1 - 100	100,1 - 200	200,1 - 500	500,1 - 1.000	1.000,1 - 2.000	oltre 2.000			
Valle d'Aosta	63	86	163	185	112	29	1	0	0	639			
Piemonte	156	87	186	176	196	297	308	281	138	1.825			
Liguria	12	21	8	13	6	2	1	0	0	63			
Lombardia	182	148	273	248	363	608	822	1.017	960	4.621			
Trentino-Alto Adige	259	398	1.359	1.465	1.083	512	89	22	2	5.189			
Veneto	72	88	242	317	422	600	433	234	91	2.499			
Friuli-Venezia Giulia	47	39	80	93	99	135	62	43	28	626			
Emilia-Romagna	29	30	96	165	341	762	609	406	275	2.713			
Toscana	6	16	23	17	31	32	21	10	7	163			
Umbria	2	3	12	19	20	27	15	7	5	110			
Marche	2	8	14	8	12	15	9	3	2	73			
Lazio	27	39	104	96	133	185	113	50	18	765			
Abruzzo	18	37	79	76	82	79	17	7	2	397			
Molise	94	88	183	111	73	59	12	4	2	626			
Campania	155	237	489	332	203	126	37	7	6	1.592			
Puglia	31	29	87	151	292	471	168	57	16	1.302			
Basilicata	29	23	54	44	53	64	48	19	17	351			
Calabria	6	5	30	42	40	26	10	4	9	172			
Sicilia	24	30	99	104	159	201	80	22	10	729			
Sardegna	20	7	39	25	25	46	49	54	28	293			
ITALIA	1.234	1.419	3.620	3.687	3.745	4.276	2.904	2.247	1.616	24.748			

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

Tab. 4.14 - Distribuzione delle quantità commercializzate di latte vaccino in migliaia di t per classe di dimensione espressa in t/anno di latte commercializzato e per regione in Italia nella campagna 2021/22

Regione	Dimensione aziendale (t/anno)											Totale
	da	a	0,1 - 10	10,1 - 20	20,1 - 50	50,1 - 100	100,1 - 200	200,1 - 500	500,1 - 1.000	1.000,1 - 2.000	oltre 2.000	
Valle d'Aosta			0,4	1,3	5,5	13,2	15,7	7,6	0,5	0,0	0,0	44,2
Piemonte			0,6	1,3	6,4	12,3	27,4	99,6	226	392,5	478,7	1.244,9
Liguria			0,1	0,3	0,3	0,9	0,8	0,5	0,9	0,0	0,0	3,7
Lombardia			1,0	2,2	8,9	18,5	53,3	207,1	601,2	1.457,1	3.743,9	6.093,2
Trentino-Alto Adige			1,4	6,2	46,5	106	150,9	149,8	59,1	29,7	7,2	556,9
Veneto			0,4	1,3	8,5	23,1	60,8	196,5	311,4	316,1	318,5	1.236,6
Friuli-Venezia Giulia			0,2	0,6	2,7	6,7	14,1	43,2	42,4	56,3	110,2	276,3
Emilia-Romagna			0,1	0,5	3,4	12,2	50,4	254,5	431,5	565,1	1.076,1	2.393,8
Toscana			0,0	0,2	0,8	1,2	4,5	10,0	15,5	14,1	17,9	64,3
Umbria			0,0	0,0	0,4	1,4	2,8	8,2	9,8	8,6	18,6	49,9
Marche			0,0	0,1	0,5	0,7	1,7	5,0	6,2	3,8	7,1	25,1
Lazio			0,1	0,6	3,6	7,0	19,1	61,1	79,7	68,8	71,6	311,7
Abruzzo			0,1	0,5	2,7	5,6	11,5	23,8	10,7	10,6	6,9	72,3
Molise			0,5	1,4	6,1	7,9	9,8	19,0	8,1	4,5	5,2	62,5
Campania			0,9	3,6	16,2	23,8	27,9	40,4	25,2	9,4	47,4	194,9
Puglia			0,2	0,4	2,9	11,4	43,1	152	117,0	73,4	47,5	448,0
Basilicata			0,2	0,4	1,8	3,1	7,8	23,0	33,9	24,5	57,6	152,2
Calabria			0,0	0,1	1,1	3,1	5,6	8,0	7,9	4,9	47,9	78,5
Sicilia			0,1	0,4	3,3	7,5	23,3	66,1	55,5	29,5	26,2	212,0
Sardegna			0,1	0,1	1,3	1,8	3,9	15,1	35,8	74,9	83,2	216,2
ITALIA			6,4	21,3	122,8	267,4	534,3	1.390,6	2.078,5	3.143,9	6.171,8	13.737,0

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

campagna con la situazione della campagna 1995/96⁸, si conferma in sostanza la situazione già descritta per il 2019/20 e il 2020/21 (tab. 4.15).

Infatti il passaggio dei tassi di variazione da negativi a positivi si verifica per una produzione di 500 tonnellate per azienda e per campagna in: Piemonte, Veneto, Friuli V.G., Emilia-Romagna, Toscana, Marche, Lazio e Calabria; tale dimensione si riduce a 200 t per campagna in Abruzzo, Puglia, Basilicata e Sicilia, a 100 t per campagna in Liguria e Trentino A.A., Molise e Campania e a 50 t per campagna in Valle d'Aosta. Sale, invece, a 1.000 t per campagna in Lombardia, Sardegna e stranamente Umbria.

Ritornando al livello nazionale con l'esame della distribuzione per classe di ampiezza delle imprese con vacche da latte, si riscontra, per quelle ubicate nelle aree di pianura (tab. 4.16), quando il confronto viene effettuato con i dati della campagna immediatamente precedente, una situazione solo leggermente diversa rispetto a quella descritta prima per gli allevamenti da latte con consegne: i tassi di variazione si presentano nettamente più regolari e passano da negativi a positivi per una produzione media di 2.000 t per campagna per l'analisi condotta sul numero di imprese, ma scende a 1.000 t se effettuata sulle quantità commercializzate. Anche in questo caso, confrontando la situazione dell'ultima campagna con quella del 1995/96, si rileva che la dimensione minima efficiente, in entrambe i casi (cioè sia in termini di numero di imprese che di quantità commercializzata), scende a 1.000 t per azienda e per campagna e la progressione dei tassi di variazione diventa nettamente più omogenea.

La stessa analisi condotta per gli allevamenti ubicati in montagna, evidenzia come nelle due campagne precedenti, un aumento su base annua del loro numero (+5,2% a fronte di un -3,3% globale) e soprattutto delle relative quantità commercializzate (+9,2% a fronte di un +2,5% globale) (tab. 4.17). Inoltre, anche nell'ultima campagna nel breve periodo, vale a dire rispetto alla campagna precedente, i tassi di variazione sono poco regolari e la DME è difficilmente individuabile. Se si confrontano i dati dell'ultima campagna con quelli del 1995/96 i tassi di variazione, passando da negativi a positivi, assumono un andamento sempre piuttosto regolare, specie se il confronto viene espresso in termini di numero di imprese agricole piuttosto che di quantità di latte commercializzato, e la dimensione minima efficiente si colloca, come nella campagna precedente, a 200 t per azienda.

Infine, nel caso dei 1.674 allevamenti ubicati nelle *altre aree svantaggiate* (tab. 4.18), nel corso dell'ultima campagna si osserva una flessione dell' 8,0%

8. Il confronto con la campagna 2020/21, essendo relativo ad un arco di tempo molto breve e relativo ad un numero di osservazioni per regione talora piuttosto modesto, non consentirebbe infatti di cogliere i trend in atto.

Tab. 4.15 - Variazioni percentuali rispetto al 1995/96 del numero di allevamenti con vacche da latte per classe di dimensione dell'allevamento e per regione in Italia nella campagna 2021/22

Regione	da	a	Dimensione aziendale (l/anno)										Totale		
			0,1 - 10	10,1 - 20	20,1 - 50	50,1 - 100	100,1 - 200	200,1 - 500	500,1 - 1.000	1.000,1 - 2.000	oltre 2.000				
Valle d'Aosta			-90,1	-77,2	-54,7	0,0	69,7	190,0	-50,0	-	-	-	-	-	-61,0
Piemonte			-88,1	-91,1	-88,4	-84,1	-79,6	-66,8	6,9	473,5	1.871,4	1.871,4	1.871,4	1.871,4	-74,7
Liguria			-96,9	-87,0	-88,1	-13,3	20,0	-	-	-	-	-	-	-	-90,2
Lombardia			-88,3	-85,3	-77,0	-82,3	-83,3	-79,0	-49,2	28,6	562,1	562,1	562,1	562,1	-63,8
Trentino-Alto Adige			-83,8	-78,3	-57,3	-11,2	60,7	216,0	394,4	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	-43,1
Veneto			-97,7	-97,1	-94,2	-87,4	-76,3	-48,8	97,7	100,0	1.416,7	1.416,7	1.416,7	1.416,7	-84,4
Friuli-Venezia Giulia			-96,0	-94,8	-91,4	-84,2	-72,4	-18,7	100,0	377,8	833,3	833,3	833,3	833,3	-84,4
Emilia-Romagna			-91,7	-95,6	-95,1	-92,3	-85,6	-60,1	29,0	187,9	587,5	587,5	587,5	587,5	-73,0
Toscana			-98,2	-90,2	-91,7	-90,3	-75,8	-34,7	61,5	-33,3	600,0	600,0	600,0	600,0	-85,9
Umbria			-92,6	-95,3	-90,9	-79,1	-66,1	-40,0	-11,8	40,0	400,0	400,0	400,0	400,0	-75,1
Marche			-94,4	-88,2	-88,9	-89,3	-76,0	-42,3	28,6	-40,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-81,5
Lazio			-97,7	-96,7	-93,9	-91,0	-81,3	-38,1	44,9	61,3	125,0	125,0	125,0	125,0	-87,8
Abruzzo			-95,4	-92,7	-88,2	-76,4	-46,1	92,7	112,5	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	-81,0
Molise			-93,0	-92,1	-77,7	-37,6	52,1	227,8	200,0	-	-	-	-	-	-82,2
Campania			-96,7	-93,2	-78,3	-41,3	7,4	157,1	825,0	250,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-85,8
Puglia			-94,0	-95,2	-92,7	-86,4	-56,7	236,4	888,2	1.325,0	1.500,0	1.500,0	1.500,0	1.500,0	-69,5
Basilicata			-97,0	-96,8	-89,0	-73,8	-26,4	60,0	380,0	111,1	750,0	750,0	750,0	750,0	-85,9
Calabria			-94,8	-97,1	-86,3	-67,2	-40,3	-7,1	11,1	100,0	350,0	350,0	350,0	350,0	-76,9
Sicilia			-93,5	-92,7	-83,3	-78,1	-48,9	53,4	627,3	340,0	-	-	-	-	-68,5
Sardegna			-61,5	-90,8	-69,5	-76,6	-73,1	-68,9	-43,0	116,0	460,0	460,0	460,0	460,0	-59,3
ITALIA			-93,9	-91,8	-83,6	-73,8	-65,7	-48,1	-0,3	95,7	611,9	611,9	611,9	611,9	-74,5

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

Tab. 4.16 - Ripartizione del numero di allevamenti di lattifere e del latte vaccino commercializzato (vendite dirette + consegne) per quantità di latte per singolo allevamento in Italia nelle aree di PIANURA nel 2021/22

Dimensione aziendale (t/anno)	2021/22	% su totali 2021/22	% 2021/22 su 2020/21	% 2021/22 su 1995/96
Numero di imprese				
0,1 - 10,0	223	2,0	-27,6	-95,7
10,1 - 20,0	248	2,2	-27,3	-95,9
20,1 - 50,0	726	6,5	-26,5	-92,7
50,1 - 100,0	891	7,9	-22,9	-88,6
100,1 - 200,0	1.286	11,5	-13,8	-82,8
200,1 - 500,0	2.214	19,7	-13,1	-68,3
500,1 - 1.000,0	2.146	19,1	-3,7	-22,3
1.000,1 - 2.000,0	1.980	17,7	-3,5	80,7
oltre 2.000	1.502	13,4	7,1	592,2
Totale	11.216	100,0	-10,4	-76,5
Quantità (.000 t)				
0,1 - 10,0	1,2	0,0	-24,6	-96,3
10,1 - 20,0	3,7	0,0	-27,9	-95,9
20,1 - 50,0	25,1	0,2	-26,5	-92,4
50,1 - 100,0	65,0	0,6	-22,6	-88,5
100,1 - 200,0	186,9	1,7	-14,7	-82,5
200,1 - 500,0	741,9	6,7	-12,8	-66,2
500,1 - 1.000,0	1.553,4	13,9	-3,6	-18,5
1.000,1 - 2.000,0	2.789,7	25,0	-3,6	93,8
oltre 2.000	5.785,4	51,9	9,3	779,2
Totale	11.152,2	100,0	1,4	34,7

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima-Agea.

Tab. 4.17 - Ripartizione del numero di allevamenti di lattifere e del latte vaccino commercializzato (vendite dirette + consegne) per quantità di latte per singolo allevamento in Italia nelle aree di MONTAGNA nel 2021/22

Dimensione aziendale (t/anno)	2021/22	% su totali 2021/22	% 2021/22 su 2020/21	% 2021/22 su 1995/96
Numero di imprese				
0,1 - 10,0	951	8,0	-1,3	-92,8
10,1 - 20,0	1.121	9,5	6,3	-88,6
20,1 - 50,0	2.724	23,0	4,5	-72,5
50,1 - 100,0	2.586	21,8	8,8	-44,9
100,1 - 200,0	2.115	17,8	1,7	-16,6
200,1 - 500,0	1.544	13,0	7,9	53,6
500,1 - 1.000,0	544	4,6	4,0	390,1
1.000,1 - 2.000,0	195	1,6	14,0	529,0
oltre 2.000	78	0,7	23,8	1850,0
Totale	11.858	100,0	5,2	-71,3
Quantità (.000 t)				
0,1 - 10,0	4,9	0,2	-1,8	-93,5
10,1 - 20,0	16,9	0,9	6,4	-88,0
20,1 - 50,0	92,0	4,7	4,4	-71,0
50,1 - 100,0	186,8	9,5	9,0	-43,3
100,1 - 200,0	297,2	15,0	1,7	-15,1
200,1 - 500,0	479,3	24,3	8,2	66,8
500,1 - 1.000,0	375,0	19,0	2,9	410,5
1.000,1 - 2.000,0	261,1	13,2	14,1	548,8
oltre 2.000	262,0	13,3	31,2	816,8
Totale	1.975,2	100,0	9,2	20,2

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima-Agea.

Tab. 4.18 - Ripartizione del numero di allevamenti di lattifere e del latte vaccino commercializzato (vendite dirette + consegne) per quantità di latte per singolo allevamento in Italia nelle aree di ALTRE AREE SVANTAGGIATE nel 2021/22

Dimensione aziendale (t/anno)	2021/22	% su totali 2021/22	% 2021/22 su 2020/21	% 2021/22 su 1995/96
Numero di imprese				
0,1 - 10,0	60	3,6	-23,1	-96,3
10,1 - 20,0	50	3,0	-25,4	-96,7
20,1 - 50,0	170	10,2	-8,6	-92,0
50,1 - 100,0	210	12,5	-19,2	-86,6
100,1 - 200,0	344	20,5	-8,5	-62,7
200,1 - 500,0	518	30,9	-5,5	114,9
500,1 - 1.000,0	214	12,8	1,4	409,5
1.000,1 - 2.000,0	72	4,3	10,8	242,9
oltre 2.000	36	2,2	24,1	500,0
Totale	1.674	100,0	-8,0	-79,3
Quantità (.000 t)				
0,1 - 10,0	0,3	0,1	-7,5	-96,6
10,1 - 20,0	0,7	0,1	-25,0	-96,7
20,1 - 50,0	5,7	0,9	-12,3	-91,8
50,1 - 100,0	15,5	2,5	-18,4	-86,2
100,1 - 200,0	50,3	8,3	-8,1	-59,3
200,1 - 500,0	169,5	27,8	-4,8	145,8
500,1 - 1.000,0	150,1	24,6	3,1	437,5
1.000,1 - 2.000,0	93,1	15,3	12,5	232,9
oltre 2.000	124,4	20,4	14,4	620,1
Totale	609,6	100,0	2,2	27,4

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima-Agea.

in numero di imprese e un aumento del 2,2% in termini di latte commercializzato. I tassi di variazione presentano un andamento non particolarmente regolare, specie se il confronto viene effettuato con la campagna precedente, ma la DME potrebbe aggirarsi sulle 500 t per azienda e per campagna. Quando invece il confronto viene fatto con la campagna 1995/96 i tassi di variazione assumono un andamento un po' più regolare e la dimensione minima efficiente sembra si attesti, come nelle undici campagne precedenti, sulle 200 t/azienda per campagna.

Piuttosto significativa appare l'analisi delle dinamiche intervenute nel periodo che va dalla campagna 1995/96 alla campagna terminata il 30 giugno scorso nelle dimensioni delle imprese con vacche da latte suddivise nelle solite nove classi dimensionali (tab. 4.19). Delle 97.041 imprese in attività durante il 1995/96 solo 11.999, pari al 12,4%, risultano attive con la medesima ragione sociale anche nella campagna 2021/22. Peraltro, sono ben 12.749 i produttori ancora presenti nel 2021/22 che hanno iniziato a commercializzare latte dopo il 1995/96; essi rappresentano il 51,5% di quelli in attività nell'ultima campagna. Nella maggior parte dei casi, tuttavia, non si tratta di vere e proprie nuove imprese, ma più semplicemente del cambio della loro ragione sociale o del

Tab. 4.19 - La dinamica delle imprese con vacche da latte in Italia tra il 1995/96 e il 2021/22

Dimensione aziendale nel 1995/96	Dimensione aziendale nel 2021/22										totale*
	non attive	0,1 - 10	10,1 - 20	20,1 - 50	50,1 - 100	100,1 - 200,0	200,1 - 500	500,1 - 1.000	1000,1 - 2.000	oltre 2.000	
	Numero di imprese										
non attive	0	707	800	1.905	1.968	2.036	2.296	1.435	987	615	12.749
0,1 - 10,0	19.498	138	136	172	72	34	16	8	0	0	20.074
10,1 - 20,0	16.411	150	224	368	161	56	33	5	0	1	17.409
20,1 - 50,0	19.683	141	191	794	703	324	143	31	8	1	22.019
50,1 - 100,0	12.108	66	46	253	545	604	348	90	24	2	14.086
100,1 - 200,0	9.012	20	15	87	178	531	697	271	101	22	10.934
200,1 - 500,0	5.860	10	5	37	54	144	674	768	519	160	8.231
500,1 - 1.000,0	1.750	1	2	2	6	14	60	271	467	340	2.913
1.000,1 - 2.000,0	589	0	0	1	0	2	9	23	139	385	1.148
oltre 2.000	131	1	0	1	0	0	0	2	2	90	227
Totale	85.042	1.234	1.419	3.620	3.687	3.745	4.276	2.904	2.247	1.616	109.790

(*) Il totale generale 109.790, somma dei totali di riga o di colonna, è pari alla somma delle 97.041 imprese con lattifere presenti nel 1995/96 e delle 12.749 imprese entrate nel comparto a partire dal 1996/97 e tutt'ora in attività.

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima-Agea.

nome del loro titolare, a seguito di una successione ereditaria o di una divisione tra coeredi, di stalle già in attività.

Nettamente maggiore risulta ovviamente il numero dei “cessati”, cioè delle aziende che non producono più latte: sono ben 85.042. Talora si tratta, lo si è già detto, del semplice cambio della ragione sociale, ma, visti i numeri, in questo caso molto più frequentemente ci si trova di fronte a imprese che hanno chiuso definitivamente con la produzione di latte vaccino.

Sono 3.406, pari al 28,4% delle 11.999 imprese in attività, sia nel 1995/96 che nell'ultima campagna, quelle che, nel corso delle ultime 27 campagne di commercializzazione sono rimaste nella medesima classe dimensionale, non hanno cioè modificato in modo sostanziale la loro produzione di latte: sono quelle che si trovano lungo la diagonale con i numeri evidenziati in grassetto che termina in basso a destra di tabella 4.19. Le restanti 9.115 imprese si dividono nel rapporto di 4,6 a 1 tra quelle che sono passate ad una classe dimensionale maggiore (sopra la già ricordata diagonale di tabella 4.19) e quelle che sono finite in una classe di dimensioni inferiore, cioè sotto la diagonale: 7.070 contro 1.523.

È possibile, inoltre, ricavare dai dati riportati in tabella 4.20 una fotografia più dettagliata sulle performance dimensionali realizzate nel corso delle ultime 27 campagne dalle imprese con lattifere in produzione nel 2021/22. Delle 11.999 imprese attive sia nel 1995/96 che nel 2021/22, sono 426, pari al 3,6%, quelle che nel periodo in esame hanno modificato la loro dimensione sino ad un massimo, in più o in meno, del 5%: si tratta cioè di imprese che hanno

Tab. 4.20 - Variazione rispetto al 1995/96 delle dimensioni delle imprese con vacche da latte in Italia in attività nel 2021/22

Dimensione aziendale nel 2021/22	Variazione percentuale delle dimensioni rispetto al 1995/96										totale
	non attive	-99/ -50,1	-50/ -20,1	-20/ -5,1	-5,0/ +5,0	5,1/ 20,0	20,1/ 50,0	50,1/ 100,0	100,1/ 200,0	oltre 200	
0,1 - 10,0	707	363	76	23	14	12	15	8	9	7	1.234
10,1 - 20,0	800	164	120	59	34	43	72	54	35	38	1.419
20,1 - 50,0	1.905	252	250	153	100	133	207	236	193	191	3.620
50,1 - 100,0	1.968	111	181	107	70	121	252	278	301	298	3.687
100,1 - 200,0	2.036	73	133	101	82	121	251	284	313	351	3.745
200,1 - 500,0	2.296	40	86	84	79	127	270	365	383	546	4.276
500,1 - 1.000,0	1.435	6	35	35	32	65	157	264	342	533	2.904
1.000,1 - 2.000,0	987	1	3	10	13	37	103	196	330	567	2.247
oltre 2.000	615	0	3	2	2	4	22	112	250	606	1.616
Totale	12.749	1.010	887	574	426	663	1.349	1.797	2.156	3.137	24.748

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima-Agea.

mantenuto grossomodo invariata la loro produzione. Tra le altre unità, quelle che hanno aumentato la produzione di latte prevalgono, in modo piuttosto netto, su quelle che, invece, l'hanno ridotta: sono 9.102 contro 2.471.

4.6. La produzione dopo la fine delle quote

La produzione nazionale di latte vaccino dopo la fine delle quote latte (campagna 2014/15) aumenta soprattutto nelle regioni più vocate e si ristrutturata in modo consistente (tab. 4.21): a livello nazionale nella campagna terminata il 30 giugno scorso il latte commercializzato ammonta, come già anticipato, a 13,7 milioni di t ed è stata realizzata da 24.748 aziende agricole. Rispetto al 2014/2015, ultima campagna di applicazione delle quote latte, la produzione nazionale cresce del 20,8%, mentre il numero dei produttori cala del 25,0%. Di conseguenza, la produzione per azienda e per campagna aumenta del 61,1%, passando in sole sette campagne da 345 a 555 t.

L'aumento percentuale assoluto della produzione complessiva si concentra soprattutto in Lombardia, e più in particolare nelle province di Pavia (+33,6%), Brescia (+32,1%), Cremona (+31,0%), Mantova (+28,6%) e Bergamo (+27,7%) (tab. 4.22). Di conseguenza tra il 2014/15 e il 2021/22 il contributo della Lombardia alla produzione nazionale di latte sale dal 41,5% al 44,4%. Significativa è anche la crescita della produzione dell'Emilia-Romagna, pari al 25,8%; è determinata soprattutto dagli aumenti messi a segno dagli allevatori delle province di Piacenza (+33,1%), Modena (+29,4%), Reggio Emilia (+25,7%) e Parma (+23,1%), cresce del 73,0% anche la produzione di Rimini, ma il suo contributo alla produzione regionale è del tutto insignificante. Sale dal 16,7% al 17,2% il contributo della regione alla produzione nazionale.

Tab. 4.21 - Variazioni percentuali per regione del numero di allevamenti e delle loro produzioni commercializzate di latte vaccino in Italia tra il 2014/15 e il 2021/22

Regione	Numero di imprese			Quantità			
	con consegne	con vendite dirette	in produz.	consegne totali	vendite dirette totali	prod. comm. totale.	prod. comm. media per impresa
Valle d'Aosta	-16,4	-25,3	-22,5	0,3	20,4	5,4	35,9
Piemonte	-22,6	-21,3	-22,1	22,7	18,7	22,6	57,4
Liguria	-41,4	-43,1	-43,8	-20,7	-60,2	-40,6	5,6
Lombardia	-15,9	-32,1	-18,8	28,7	48,8	29,1	59,0
Trentino A.A.	-13,2	-47,3	-13,9	6,3	-1,4	6,2	23,3
Veneto	-28,2	-23,9	-28,0	9,6	8,5	9,6	52,3
Friuli V.G.	-24,6	-60,5	-30,4	10,1	-49,1	8,2	55,5
Emilia R.	-22,2	-4,8	-21,3	24,4	41,4	25,8	59,9
Toscana	-32,7	-28,9	-30,9	-0,5	39,2	1,1	46,4
Umbria	-29,0	-100,0	-31,3	-1,1	-100,0	-2,3	42,1
Marche	-30,8	-80,0	-31,1	-19,3	-98,6	-21,2	14,4
Lazio	-38,2	-34,0	-37,9	-4,1	-36,4	-4,8	53,1
Abruzzo	-35,0	-23,9	-33,3	-3,5	16	-2,5	46,1
Molise	-38,5	0,0	-37,8	-12,3	14,1	-11,3	42,6
Campania	-38,4	-47,2	-38,6	-5,6	-33,8	-6,4	52,3
Puglia	-26,8	-23,4	-26,5	26,3	59,9	27,3	73,2
Basilicata	-37,1	-62,5	-38,2	24,6	-58,2	20	94,1
Calabria	-34,2	-89,3	-38,8	29,2	-85,5	23,4	101,6
Sicilia	-30,1	-75,9	-39,6	14,2	-41,1	10,0	81,9
Sardegna	-28,7	-82,6	-31,1	1,0	-12,5	1,0	46,5
ITALIA	-24,0	-34,8	-25,0	20,6	26,7	20,8	61,1

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima-Agea.

Contemporaneamente cresce, dall'8,6% al 9,1% il contributo del Piemonte, che vede incrementare la sua produzione del 22,6% e diventa il terzo produttore del Paese: sopravanza infatti per la prima volta il Veneto, ove la produzione nello stesso periodo aumenta solo dell'8,5% e di conseguenza il suo peso sulla produzione nazionale scende dal 9,9% al 9,1%.

Significativo, nonostante la flessione evidenziata nella campagna terminata il 30 giugno scorso, è anche l'aumento di produzione, rispetto al 2014/15, di tre regioni meridionali: Puglia (+27,3%), Calabria (+23,4%) e Basilicata (+20,0%).

Di contro, durante le ultime sette campagne, al Nord cala solo la produzione commercializzata della Liguria, che evidenzia un vero e proprio crollo (-40,6%), mentre al Centro-Sud la flessione interessa ben 6 regioni su 12: Umbria (-2,3%), Abruzzo (-2,5%), Lazio (-4,8%), Campania (-6,4%), Molise (-11,3%) e Marche (-21,2%); peraltro la crescita resta piuttosto modesta in altre tre regioni: Sardegna (+1,0%), Toscana (+1,1%) e Sicilia (+10,0%).

Tab. 4.22 - Variazioni percentuali per provincia del numero di allevamenti e delle loro produzioni commercializzate di latte vaccino in Italia tra il 2014/15 e il 2021/22

Regione	Provincia	Numero di imprese			Quantità			
		con consegne	con vendite dirette	in prod.	consegne totali	vendite dirette totali	prod. comm totale.	prod. comm. media per impresa
Valle d'Aosta	Aosta	-16,4	-25,3	-22,5	0,3	20,4	5,4	35,9
Piemonte	Torino	-20,5	-24,5	-20,3	19,4	-7,4	18,5	48,8
	Vercelli	-21,7	-23,5	-23,9	10,9	10,1	10,8	45,6
	Novara	-11,9	-10,5	-13,8	17,7	42,9	17,9	36,7
	Cuneo	-25,8	-17,4	-25,3	27,4	71,0	27,9	71,2
	Asti	-8,3	-16,7	-12,5	15,3	-36,1	9,1	24,6
	Alessandria	-22,2	-43,8	-30,8	15,2	-39,3	14,8	65,8
	Biella	-12,3	-21,1	-19,6	-15,8	22,9	-12,1	9,3
Liguria	Verbania	-26,5	-9,3	-9,6	-2,5	44,9	3,7	14,7
	Imperia	--	-87,5	-87,5	--	-99,4	-99,4	-95,3
	Savona	0,0	-10,0	-8,3	88,9	17,5	34,3	46,6
	Genova	-45,8	-38,7	-47,2	-3,1	45,6	9,4	107,3
Lombardia	La Spezia	-35,0	-100,0	-35,0	-62,0	-100,0	-87,3	-80,5
	Varese	-27,2	-31,3	-29,0	20,0	-27,9	18,8	67,3
	Como	-25,8	-53,5	-36,8	5,5	-40,2	2,9	62,7
	Sondrio	7,0	-42,2	-24,4	23,0	8,2	19,5	58,1
	Milano	-18,4	-41,7	-18,7	23,9	57,9	24,0	52,6
	Bergamo	-15,6	-13,3	-15,7	28,0	24,3	27,7	51,5
	Brescia	-14,8	-32,5	-18,6	32,9	-0,8	32,1	62,4
	Pavia	-16,0	-50,0	-20,4	34,7	-13,6	33,6	67,8
	Cremona	-13,4	-25,0	-13,1	31,2	-52,5	31,0	50,7
	Mantova	-19,2	-30,0	-18,8	25,4	474,1	28,6	58,4
	Lecco	-27,1	-19,3	-23,2	13,2	23,1	14,1	48,4
	Lodi	-17,0	0,0	-16,6	24,4	204,3	25,6	50,7
	Monza e B.	-32,4	-50,0	-30,6	-6,4	317,4	17,0	68,4
	Trentino A.A.	Bolzano	-13,4	-59,6	-13,9	5,6	-29,3	5,3
Trento		-12,3	-36,7	-13,4	8,3	15,1	8,5	25,4
Veneto	Verona	-25,9	-13,6	-25,5	11,7	55,2	11,9	50,3
	Vicenza	-27,6	-9,7	-27,5	15,4	-9,2	15,0	58,7
	Belluno	-17,2	-20,3	-17,5	6,0	-1,7	5,7	28,1
	Treviso	-35,7	-32,3	-35,7	-0,9	-16,6	-1,3	53,5
	Venezia	-36,9	-54,5	-36,9	-0,8	87,4	-0,1	58,4
	Padova	-27,5	-38,6	-27,5	10,8	49,3	11,3	53,5
	Rovigo	-31,7	-50,0	-31,7	-5,9	7,4	-5,9	37,8
Friuli V. G.	Udine	-20,1	-66,9	-29,3	11,5	-54,5	8,3	53,1
	Gorizia	-28,1	-50,0	-29,4	40,8	-50,3	38,2	95,8
	Trieste	-33,3	-36,4	-38,5	-97,1	18,6	-21,5	27,5
	Pordenone	-34,4	-23,5	-33,2	3,2	-24,4	3,0	54,2
Emilia Romagna	Piacenza	-22,5	-29,4	-22,2	32,9	48,6	33,1	71,1
	Parma	-24,8	38,3	-23,0	18,9	58,2	23,1	59,8
	Reggio Emilia	-19,2	39,3	-18,0	25,1	33,7	25,7	53,3

Tab. 4.22 - Continua

Regione	Provincia	Numero di imprese			Quantità			
		con consegne	con vendite dirette	in prodüz.	consegne totali	vendite dirette totali	prodüz. comm totale.	prod. comm. media per impresa
Emilia Romagna	Modena	-20,7	-15,6	-20,8	28,9	33,0	29,4	63,3
	Bologna	-24,6	-37,8	-25,6	19,8	-61,9	14,3	53,5
	Ferrara	-30,0	-75,0	-30,0	7,5	-94,1	7,0	52,8
	Ravenna	-33,3	-40,0	-35,0	3,1	13,3	3,4	59,0
	Forlì-Cesena	-37,5	-50,0	-40,0	-35,4	-22,1	-33,4	11,0
Toscana	Rimini	-25,0	-42,9	-20,8	69,1	96,8	73,0	118,6
	Massa-Carrara	-90,0	-20,0	-52,6	-82,1	119,7	-35,4	36,4
	Lucca	-42,9	-16,7	-36,7	-45,1	1,1	-40,1	-5,4
	Pistoia	-100,0	0,0	-20,0	-100,0	42,4	23,9	54,9
	Firenze	-21,9	-28,6	-25,0	-3,9	-1,9	-3,8	28,3
	Livorno	-12,5	0,0	-12,5	25,9	449,7	75,6	100,7
	Pisa	-33,3	-60,0	-33,3	-3,8	-48,0	-5,7	41,5
	Arezzo	-25,0	-33,3	-27,3	4,9	-37,9	1,8	40,0
	Siena	-54,5	0,0	-54,5	-72,4	11.808,1	-62,2	-16,9
	Grosseto	-26,0	-50,0	-26,2	15,6	-20,6	15,5	56,5
Umbria	Prato	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	--
	Perugia	-25,2	-100,0	-27,3	4,5	-100,0	3,1	41,9
Marche	Terni	-55,0	-100,0	-57,1	-47,5	-100,0	-47,6	22,2
	Pesaro e Urbino	-38,9	--	-38,9	48,0	--	48,0	142,2
	Ancona	-12,5	-100,0	-12,5	-13,9	-100,0	-15,1	-2,9
Lazio	Macerata	-27,9	0,0	-27,3	-44,9	-92,6	-45,4	-24,9
	Ascoli Piceno	-38,5	-100,0	-40,7	-13,8	-100,0	-20,0	35,0
	Fermo	-22,2	-100,0	-22,2	-2,0	-100,0	-9,8	16,0
	Viterbo	-37,1	-50,0	-36,1	6,1	-30,9	5,4	64,9
	Rieti	-31,0	0,0	-30,3	-2,4	-35,7	-2,6	39,7
Abruzzo	Roma	-32,5	-31,3	-32,3	-7,7	39,8	-7,3	36,9
	Latina	-37,1	-66,7	-37,2	-6,1	-62,9	-8,4	45,8
	Frosinone	-48,1	-9,1	-47,6	-0,5	-5,8	-0,6	89,7
	L'Aquila	-23,0	-5,6	-19,0	-10,5	-7,8	-10,3	10,7
Molise	Teramo	-23,0	-21,4	-22,7	8,4	77,3	10,9	43,5
	Pescara	-32,2	-23,5	-32,0	-4,0	7,6	-3,4	42,1
	Chieti	-62,7	-44,4	-59,4	-33,1	-26,8	-32,5	66,1
Campania	Campobasso	-42,7	-17,6	-42,5	-22,7	-9,9	-22,4	35,0
	Isernia	-25,3	17,6	-23,8	8,8	39,4	10,3	44,8
	Caserta	-37,8	-4,8	-37,4	1,0	13,1	1,1	61,5
	Benevento	-32,5	-63,0	-32,9	-6,1	-54,4	-7,2	38,3
Puglia	Napoli	-49,4	-57,1	-49,4	2,7	-21,8	1,3	100,3
	Avellino	-38,8	-44,7	-38,8	-19,8	-31	-21,1	29,0
	Salerno	-42,7	-68,0	-43,2	-11,5	-52	-12,9	53,2
	Foggia	-40,9	-52,0	-42,4	6,0	-1,0	5,3	82,8
	Bari	-23,2	-24,0	-23,1	30,5	84,5	31,2	70,6
	Taranto	-24,4	-17,4	-23,7	20,6	51,9	21,2	58,8
	Brindisi	-40,5	-50,0	-44,7	58,2	-29,3	42,9	158,4
Barletta A.T.	Lecce	-47,5	21,1	-31,1	26,7	254,1	87,4	172,0
	Barletta A.T.	-50,0	33,3	-35,7	21,7	41,2	23,5	92,2

Tab. 4.22 - Continua

Regione	Provincia	Numero di imprese			Quantità			
		con consegne	con vendite dirette	in prod.	consegne totali	vendite dirette totali	prod. comm totale.	prod. comm. media per impresa
Basilicata	Potenza	-36,9	-61,4	-37,9	27,4	-59,6	21,3	95,4
	Matera	-38,1	-66,7	-39,4	17,8	-45,5	16,7	92,6
Calabria	Cosenza	-39,0	-82,4	-44,3	25,8	-80,4	20,0	115,6
	Catanzaro	-14,8	-100,0	-20,7	32,4	-100,0	27,6	60,9
	Reggio Calabria	-58,3	-100,0	-70,6	39,0	-100,0	27,8	334,4
	Crotone	-50,0	-100,0	-53,8	-35,5	-100,0	-43,8	21,8
	Vibo Valentia	-30,2	-100,0	-30,8	47,1	-100,0	44,6	109,1
Sicilia	Trapani	-50,0	-100,0	-57,1	-50,8	-100,0	-56,1	2,5
	Palermo	-27,5	-85,4	-44,8	-13,0	-87,8	-31,0	25,0
	Messina	-53,8	-94,4	-89,0	-88,5	-90,4	-89,6	-5,7
	Agrigento	-33,3	-31,6	-37,9	-32,5	-14,0	-27,9	16,2
	Caltanissetta	-40,0	-100,0	-40,0	-37,6	-100,0	-38,4	2,6
	Enna	-22,0	-71,4	-26,1	14,5	-32,5	11,6	51,0
	Catania	-34,0	-91,7	-44,8	-11,8	-48,4	-13,5	56,8
	Ragusa	-27,7	-60,2	-29,9	22,2	-12,9	20,6	72,1
	Siracusa	-37,1	-65,0	-42,1	0,9	5,4	1,2	74,8
	Sardegna	Sassari	-38,4	-83,3	-43,2	-9,8	-58,9	-11,5
Nuoro		-33,3	0,0	-31,5	-17,0	483,0	-3,3	41,2
Cagliari		-15,4	--	-15,4	39,9	--	39,9	65,3
Oristano		-19,3	-100,0	-20,1	2,6	-100,0	2,5	28,3
Olbia Tempio		-50,0	-100,0	-80,0	2,5	-100,0	-5,0	374,8
Ogliastra		0,0	--	0,0	-78,1	--	-78,1	-78,1
Medio Camp.		-72,7	--	-72,7	-35,9	--	-35,9	134,9
Carbonia Iglesias	-77,3	--	-77,3	-69,4	--	-69,4	34,8	
ITALIA		-24,0	-34,8	-25,0	20,6	26,7	20,8	61,1

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Aima-Agea.

5. I COSTI DI PRODUZIONE DEL LATTE

L'analisi dei costi di produzione e della redditività del latte bovino è effettuata utilizzando i dati rilevati nel 2020 dal CREA-PB (Consiglio per la Ricerca in Agricoltura e l'analisi dell'Economia Agraria – Politiche e Bioeconomia) nell'ambito della RICA (Rete di Informazione Contabile in Agricoltura). I valori dei ricavi e dei costi 2020 sono stati successivamente aggiornati, tramite appositi coefficienti, per ottenere le stime relative al 2021 e 2022.

Ricavi, costi e redditi sono calcolati a partire da una base dati comprendente le informazioni strutturali, tecniche e contabili di oltre 850 aziende specializzate. I risultati medi nazionali risentono dell'evoluzione strutturale e tecnologica del settore e sono in buona parte comparabili con quelli degli anni precedenti, poiché rappresentano la struttura media di costi e ricavi del latte prodotto nei diversi anni. Tuttavia il continuo cambiamento nella struttura degli allevamenti, che influenza il dato medio nazionale, rende consigliabile valutare la dinamica dei costi e dei redditi anche per gruppi di imprese.

Per cercare di comprendere l'influenza dei parametri tecnici e strutturali sulla composizione dei costi e sulla redditività, i valori per gruppi di aziende sono calcolati in funzione di diverse variabili: in particolare sono elaborati i dati per dimensione della mandria, produttività delle bovine, volume produttivo, destinazione del latte, coefficiente di densità e produttività del lavoro. L'analisi per ambiti geografici è svolta a livello di aggregazione sovra regionale, con un ulteriore dettaglio relativamente alla destinazione del latte.

Le informazioni ottenute attraverso il calcolo dei costi hanno, quindi, il duplice scopo di conoscenza delle diverse realtà produttive italiane e di indicazione delle strategie d'impresa.

L'analisi contenuta in questo capitolo copre un arco temporale caratterizzato da una forte variabilità dei prezzi, fenomeni che hanno determinato modifiche nella redditività e nella struttura degli allevamenti.

5.1. Dati utilizzati e metodologia di calcolo

A livello italiano l'unica fonte di informazioni omogenea disponibile per il calcolo dei costi è costituita dalle contabilità aziendali rilevate dal CREA-PB nell'ambito della RICA. La base dati è analoga a quella utilizzata nell'edizione 2021 del Rapporto e deriva dalle informazioni contabili rilevate dal CREA-PB con il programma GAIA.

Il calcolo dei costi è svolto partendo dalle contabilità di 855 imprese con ordinamento produttivo specializzato nell'allevamento bovino da latte. Grazie alla fattiva collaborazione con il CREA-PB¹ le informazioni tecniche ed economiche necessarie relative alle imprese selezionate sono state estratte dalla banca dati RICA del CREA-PB. Per ogni azienda sono disponibili diverse centinaia di informazioni, in parte di natura tecnica (superfici, consistenze del bestiame, produzioni vegetali e zootecniche, impieghi di lavoro), mentre i dati contabili sono di natura sia economica sia patrimoniale.

Per il calcolo dei costi sono state selezionate esclusivamente le contabilità delle aziende specializzate nella produzione di latte bovino. Le caratteristiche medie di queste aziende sono superiori rispetto a quelle dell'universo italiano desumibili dai dati statistici del 7° Censimento dell'agricoltura 2020, che comprende anche gli allevamenti a duplice attitudine: il numero medio di bovine è pari nel campione a 66, a fronte di 47 dell'universo. In termini di rappresentatività della produzione, le aziende selezionate coprono il 2,6% del latte nazionale e costituiscono il 3,6% degli allevamenti complessivi che hanno commercializzato latte nella campagna 2021/22.

Tenendo conto della minore dimensione delle aziende RICA rispetto all'universo, della diversa numerosità del campione nelle regioni e della non omogenea distribuzione degli stessi per dimensione produttiva all'interno di ciascuna regione, si è ritenuto opportuno calcolare i costi non sulla base di semplici medie aritmetiche dei dati aziendali, ma di medie ponderate, attribuendo a ciascuna impresa un peso proporzionale al latte prodotto dall'universo degli allevamenti con le medesime caratteristiche, suddivisi per classi di volume produttivo all'interno di ciascuna regione o gruppi di regioni. I coefficienti di rappresentatività sono calcolati per 135 diversi gruppi di aziende che rappresentano il 94% degli allevamenti bovini da latte e il 98% della produzione realizzata. I coefficienti sono calcolati in base ai dati AGEA della campagna di commercializzazione temporalmente più vicina.

La metodologia adottata per il calcolo dei costi di produzione ricalca, nei

1. In particolare si ringraziano, per la collaborazione nella estrazione ed elaborazione dei dati, il Dott. Luca Cesaro e il Dott. Antonio Giampaolo.

principi generali, quella impiegata nelle precedenti edizioni del Rapporto. Trattandosi di imprese specializzate, nelle quali le scelte tecniche ed economiche sono effettuate in funzione della produzione zootecnica bovina, con una combinazione colturale orientata all'ottenimento di foraggi e cereali destinati al reimpiego in allevamento, si è scelto di attribuire tutti i costi sostenuti al prodotto principale: il latte. Infatti, la maggior parte degli altri prodotti venduti, che pesano in media per meno di un quinto sui ricavi, sono in larga parte dei coprodotti, come la carne, ottenuti nello stesso processo produttivo del latte, il cui costo è inscindibile da questo a meno di stime complesse e aleatorie.

Per ottenere il costo unitario (espresso per 100 kg) l'insieme dei costi aziendali è diviso per la quantità di latte equivalente, calcolata dividendo il totale dei ricavi aziendali, al netto dei premi e al lordo dell'IVA incassata, per il valore unitario del latte prodotto dalla singola azienda, sempre IVA compresa: il valore unitario corrisponde al prezzo di vendita o di conferimento per le aziende che commercializzano tutta la produzione, mentre negli altri casi è calcolato tenendo conto anche della valorizzazione del latte trasformato in azienda o in alpeggio. Questa scelta metodologica consente di attribuire direttamente le singole voci di costo al latte e rende più agevole e corretto il confronto tra i diversi gruppi di allevamenti.

I costi calcolati riassumono tutte le attività necessarie alla produzione del latte (coltivazione dei foraggi, allevamento della rimonta, acquisto di mangimi ed altri fattori specifici dell'allevamento, servizi, spese generali, quote di ammortamento, lavoro, interessi, affitti), considerando anche gli eventuali costi di trasformazione. Il costo totale comprende, quindi, sia costi monetari effettivamente sostenuti (detti anche costi espliciti) sia costi calcolati (detti anche impliciti) per i fattori forniti dall'imprenditore quali lavoro e capitali. I costi impliciti sono stimati attribuendo alle ore di manodopera familiare la remunerazione netta dei salariati agricoli dipendenti, al capitale fondiario il saggio del 2% ed al capitale agrario i saggi del 3% nel 2020, del 2,9% nel 2021 e del 3% nel 2022.

Le voci di costo sono suddivise in sedici categorie, corrispondenti a otto gruppi di fattori produttivi, riportati nelle diverse tabelle. La loro somma porta al costo totale unitario (espresso in euro per 100 kg, IVA compresa); i costi espliciti, calcolati sempre per 100 kg e IVA compresa, risultano invece dalla somma delle sole voci che comportano un esborso monetario.

Il primo gruppo di fattori è relativo al costo degli alimenti acquistati, suddivisi nelle due categorie: mangimi, foraggi e lettimi (questi ultimi costituiti in gran parte da paglia utilizzata nella razione alimentare).

Il secondo gruppo comprende i costi di produzione degli alimenti reimpie-

gati: la prima categoria riassume i costi colturali (sementi, concimi, prodotti per la difesa, servizi conto terzi e altre voci specifiche), mentre la seconda riguarda gli oneri di meccanizzazione (carburanti, lubrificanti e manutenzione ordinaria delle macchine).

Il terzo gruppo, denominato “spese varie di allevamento”, comprende tre categorie di costi: quella relativa alle spese sanitarie (acquisto di farmaci ed onorari veterinari), quella delle spese energetiche (energia elettrica e combustibili), quella delle altre spese di stalla (costi di trasformazione, commercializzazione, assicurazioni e noleggi specifici, acqua potabile).

Il quarto gruppo comprende le spese generali aziendali e il costo d’uso del capitale fondiario, composto dagli affitti e dal valore attribuito al capitale fondiario di proprietà.

Nel quinto gruppo sono misurate le quote di ammortamento dei fabbricati, delle macchine e degli impianti. Le quote derivano dai valori calcolati dal CREA-PB in base al costo storico di costruzione o di acquisto dei beni.

Il sesto gruppo è relativo al costo del lavoro: la prima categoria riporta la stima del costo-opportunità del lavoro familiare, calcolato sulla base della remunerazione oraria della manodopera agricola con pari mansioni stabilita da contratti collettivi di lavoro e moltiplicata per le ore di lavoro dichiarate distintamente dal capo azienda e dai familiari: il valore ottenuto comprende la remunerazione sia per il lavoro manuale che per quello direttivo; la seconda categoria riporta il valore degli oneri sociali corrisposti per la manodopera familiare, mentre la terza è costituita dalla somma dei salari, degli oneri sociali e dell’eventuale TFR per la manodopera dipendente in complesso.

Il settimo gruppo è costituito dall’unica categoria degli interessi calcolati sul capitale agrario; si è reso necessario generalizzare il calcolo degli interessi a causa della frammentarietà delle informazioni sull’indebitamento a breve termine delle aziende della rete RICA.

L’ultimo gruppo di costi è costituito dalle imposte sulla produzione, voce che corrisponde all’IVA versata all’erario. Data la difficoltà di estrarre gli importi direttamente dalla banca dati, tale voce è stata calcolata ipotizzando la scelta generalizzata del regime speciale basato sulle aliquote di compensazione. In nessun caso sono state comprese nei costi le imposte sui redditi personali, derivanti dalle rendite catastali, e l’ICI/IMU.

I ricavi totali, sempre espressi per 100 kg IVA compresa, sono costituiti dalla somma del valore del latte prodotto e dai premi, aggregati in tre categorie: premio unico aziendale disaccoppiato, premi parzialmente accoppiati legati all’attività di allevamento, altri premi.

L’ammontare dei premi 2020 deriva dalle informazioni della banca dati ed è determinato considerando solamente i premi erogati in conto esercizio, ap-

partenenti a 65 diverse categorie. Queste sono state raggruppate in 12 tipologie omogenee, di cui: 8 rientranti nel pagamento unico aziendale, 3 relative ai pagamenti compensativi in conto esercizio del secondo pilastro (zone svantaggiate, misure agroambientali, altri compensativi) e 1 derivante dai contributi regionali. Quattro categorie del pagamento unico aziendale (PUA) sono relative ai premi disaccoppiati (premio base, greening, giovani, piccoli agricoltori), tre derivano dai premi accoppiati (colture, latte, altri zootecnici) e una comprende i premi dell'OCM unica. I premi per il 2021 e il 2022 sono considerati uguali a quelli ottenuti nel 2020.

La differenza tra ricavi totali e costi totali costituisce il profitto (perdita) unitario. Detraendo dal valore del latte prodotto i costi espliciti si ottiene il reddito netto senza premi e, aggiungendo a questo i premi, si giunge al reddito netto effettivo per 100 kg di latte, elemento che misura in forma aggregata la remunerazione di tutti i fattori produttivi apportati dall'imprenditore. Detraendo dal reddito netto gli interessi calcolati sui capitali fondiario ed agrario si ottiene il reddito di lavoro familiare, riportato nelle tabelle per ora di lavoro familiare per consentire il paragone della remunerazione nei diversi gruppi.

La metodologia di calcolo è stata applicata ai dati contabili 2020 di ciascuna delle imprese selezionate e, sempre azienda per azienda, ricavi e costi sono stati aggiornati al 2021 e al 2022, utilizzando:

- per il valore del latte la variazione dei prezzi di vendita all'industria o di conferimento alle cooperative (stimati sulla base della variazione dei prezzi all'ingrosso dei principali derivati);
- per la carne e le altre produzioni i coefficienti di variazione dei prezzi di fonte Ismea;
- per le diverse voci passive i coefficienti di variazione degli indici del costo del latte medi dei tre anni².

A partire dai dati ponderati in base ai coefficienti di rappresentatività si possono ottenere i costi medi relativi al complesso della produzione nazionale, oppure per gruppi di imprese, selezionati in base a diverse variabili quantitative (dimensione, resa, destinazione del latte) o per ambiti geografici. I valori riportati nelle tabelle non scaturiscono quindi da una semplice media di costi aziendali, ma tengono conto della dimensione, della produttività della mandria e dell'importanza relativa del prodotto realizzato da ciascun gruppo di imprese. I dati 2020 del presente Rapporto si possono considerare definitivi, mentre quelli del 2021 e 2022 derivano da una stima delle variazioni dei prezzi

2. Gli indici del costo di produzione del latte sono calcolati a cura del Dipartimento ESP-Università degli Studi di Milano e pubblicati sul sito web dell'Osservatorio sul Mercato dei Prodotti Zootecnici – SMEA.

dei fattori produttivi e dei prodotti. Confrontando i dati definitivi con quelli stimati contenuti nelle precedenti edizioni del Rapporto, si può osservare che questi ultimi presentano generalmente margini di errore del 2-3%.

5.2. I risultati medi nazionali

Le caratteristiche medie degli allevamenti bovini da latte desumibili dai dati RICA-CREA-PB riportati all'universo sono contenute nella tabella 5.1.

La SAU media delle aziende supera i 51 ettari, per oltre la metà condotti in affitto; le unità lavorative sono pari a 2,53, per quasi tre quarti composte da manodopera familiare. Le unità di bestiame (UBA) allevate sono pari a 144, per l'86% composte da bovini: questi ultimi sono pari mediamente a 155 capi, di cui 76 vacche in produzione, 62 capi da rimonta e 17 da ingrasso.

Il latte mediamente prodotto è pari a 538 t/anno, corrispondenti ad una resa di 7 t/vacca. Nel corso del triennio sono aumentate sia la consistenza media sia la produzione di latte, mentre le rese appaiono stabili. L'ultimo dato da segnalare è la riduzione della quantità di lavoro necessaria per produrre una tonnellata di latte, passata da 10,6 a 10,3 ore nel corso del triennio.

Il costo medio di produzione del latte a livello nazionale è riportato nella tabella 5.2 con un'ampia disaggregazione delle categorie di costo, per gli anni

Tab. 5.1 - Caratteristiche medie delle aziende italiane specializzate nel latte bovino dal 2020 al 2022

	2020	2021	2022
SAU (ettari)	48,99	50,80	51,28
UL totali	2,46	2,52	2,53
UL familiari	1,78	1,80	1,80
Ore totali lavoro	5.371	5.488	5.517
Ore lavoro familiare	4.114	4.156	4.166
UBA totali	135,7	142,5	144,2
UBA bovini	117,3	122,9	124,3
Numero bovini	146,5	153,6	155,5
- di cui vacche da latte	72,6	75,7	76,5
- di cui rimonta	57,8	60,8	61,6
- di cui ingrasso	16,1	17,1	17,4
Latte prodotto (t)	507	532	538
Resa (t / vacca)	6,98	7,02	7,03
UBA / ettaro	2,77	2,80	2,81
Vacche / ettaro	1,48	1,49	1,49
Ore lavoro / t latte	10,6	10,3	10,3

Fonte: Elaborazioni su Banca-dati RICA-CREA-PB.

Tab. 5.2 - Costi medi di produzione del latte (euro/100 kg) in Italia dal 2020 al 2022

	Euro per 100 kg			Var. %
	2020	2021	2022	2022/21
Alimenti acquistati	16,20	18,67	24,55	31,5
- di cui mangimi	14,08	16,39	21,18	29,2
- di cui foraggi	2,12	2,28	3,36	47,7
Costo alimenti prodotti	5,47	5,81	6,93	19,3
- di cui spese colturali	3,55	3,88	4,91	26,6
- di cui spese meccanizzazione	1,92	1,93	2,02	4,5
Spese varie allevamento	3,64	3,82	5,13	34,4
- di cui veterinario e farmaci	1,48	1,50	1,52	1,4
- di cui energetiche	0,99	1,08	1,95	81,0
- di cui altre spese	1,18	1,24	1,66	33,8
Spese generali e fondiarie	7,85	7,93	8,02	1,2
- di cui spese generali	3,77	3,80	3,85	1,4
- di cui uso terreni	4,08	4,13	4,18	1,0
Quote d'ammortamento	3,05	3,12	3,47	11,3
- di cui fabbricati	1,07	1,08	1,20	11,5
- di cui macchine attrezzature	1,99	2,04	2,27	11,2
Costo del lavoro	10,14	9,93	10,16	2,3
- di cui lavoro familiare	6,60	6,36	6,48	2,0
- di cui oneri sociali familiari	1,02	0,99	1,01	2,1
- di cui lavoro salariato	2,53	2,58	2,67	3,2
Interessi capitale agrario	3,05	3,00	3,00	-0,1
Imposte (IVA)	0,22	0,24	0,29	20,2
COSTI TOTALI / 100 kg	49,63	52,52	61,55	17,2
- di cui costi espliciti	40,06	43,23	52,14	20,6
- di cui costi calcolati	9,57	9,29	9,41	1,3
Valore prodotto / 100 kg	49,05	52,99	63,48	19,8
Premi totali / 100 kg	3,74	3,70	3,70	0,0
- di cui PUA disaccoppiato	2,65	2,62	2,62	0,0
- di cui premi allevamento	0,71	0,70	0,70	-0,1
RICAVI TOTALI / 100 kg	52,79	56,69	67,18	18,5
Perdita o profitto	3,15	4,17	5,63	35,0
Reddito netto senza premi	8,99	9,76	11,34	16,2
Reddito netto con premi	12,73	13,46	15,04	11,7
Reddito lavoro fam./ ora di lavoro	14,68	16,48	19,03	15,5

Fonte: Elaborazioni su Banca-dati RICA-CREA-PB.

dal 2020 al 2022. Esso è posto a paragone con il ricavo medio, composto dal valore del latte e dai premi, per ottenere i diversi indicatori di redditività. I valori medi costituiscono un'indicazione di massima, poiché derivano da situazioni aziendali fortemente diversificate, a livello sia strutturale, sia di efficienza tecnica, sia di destinazione del latte. Inoltre, il costo dei diversi anni è frutto di un calcolo ottenuto con ponderazioni differenti di anno in anno rispetto ad un universo in costante evoluzione. Il confronto corretto della dinamica dei costi deve essere fatto quindi per gruppi di imprese, dove si verifica una parità di condizioni. Tuttavia, i dati medi esprimono lo "stato di salute" del settore bovino da latte e rappresentano i punti di riferimento rispetto ai

quali effettuare i confronti per classi o gruppi.

Per il 2022 il costo totale per 100 kg, IVA compresa, risulta pari a 61,55 euro, in netto incremento sia sul 2021, pari a 9,03 euro e al 17,2%, sia sul 2020, pari a 11,92 euro e al 24%. Rispetto al 2021 i costi espliciti sono aumentati del 20,6%, attestandosi a 52,14 euro, mentre i costi calcolati sono cresciuti solo dell'1,3%. Il valore medio del latte nel 2022 risulta pari a 63,48 euro/100 kg, con un incremento del 19,8% sull'anno precedente. L'entità media dei premi è in lieve calo e pari nel 2022 a 3,70 euro/100 kg, di cui 2,62 derivano dal pagamento unico aziendale disaccoppiato e 0,70 euro/100 kg dai premi accoppiati zootecnici. I ricavi unitari sono globalmente incrementati rispetto al 2021 di 10,49 euro/100 kg, pari al 18,5%.

In media nazionale, tenendo conto dei premi, nel 2022 si registra un profitto medio di 5,63 euro/100 kg, superiore agli anni precedenti. Il valore medio 2022 appare, tuttavia, risultante da situazioni molto variegata e dal peso determinante delle grandi aziende: infatti, mentre il 72,5% del latte prodotto genera un utile, esso è stato ottenuto solo nel 38,2% degli allevamenti.

La redditività dell'attività dell'allevamento bovino nel 2022 è migliorata rispetto all'anno precedente essenzialmente per un incremento dei ricavi superiore a quello dei costi. Il reddito netto senza premi è cresciuto del 16,2%, passando da 9,76 a 11,34 euro/100 kg, mentre il reddito netto unitario effettivo (comprensivo dei premi) è aumentato dell'11,7%, da 13,46 a 15,04 euro/100 kg. Il reddito di lavoro familiare è passato da 16,48 a 19,03 euro/ora.

L'incidenza dei premi sul reddito netto è passata dal 29,4% del 2020 al 27,5% nel 2021 e si attesta al 24,6% nel 2022, risultando quindi essenziale per garantire la redditività della produzione.

Nel 2022 la redditività appare, quindi, in miglioramento. Prosegue però la fase, iniziata nel lontano 2007, caratterizzata da oscillazioni dei prezzi del latte e dei derivati, da un lato, e dei costi delle materie prime alimentari ed energetiche, dall'altro; oscillazioni che producono continui mutamenti nella redditività della produzione e, di conseguenza, rendono necessari frequenti adattamenti di breve periodo ma che, in assenza di prospettive chiare, portano a rinviare le decisioni sugli investimenti e provocano la cessazione dell'attività delle aziende marginali.

Nell'ultimo anno la dinamica delle voci di costo si è presentata fortemente disomogenea, ma con un incremento per tutte le diverse categorie: il maggiore incremento riguarda gli oneri per gli alimenti acquistati, aumentati del 31,5%, più significativo aumento per i foraggi (+47,7%) e meno per i mangimi (+29,2%); i costi di produzione degli alimenti aziendali sono, invece, aumentati del 19,3%, le spese varie di allevamento del 34,4%; le spese generali dell'1,4%, e quelle per l'uso dei terreni dell'1%; le quote di ammortamento

sono incrementate globalmente dell'11,3%, dato derivante da un aumento maggiore per i fabbricati; il costo del lavoro è, invece, cresciuto globalmente del 2,3%: a fronte del 2% del costo del lavoro familiare, si registra un aumento del 3,2% per quello salariato; gli interessi calcolati sul capitale agrario sono scesi dello 0,1%, in relazione alla riduzione dei tassi di interesse passivi. Le imposte indirette (IVA) sono aumentate, in linea con l'incremento dei ricavi, nella misura del 20,2%, ma nell'ultimo triennio si posizionano a livelli molto bassi, grazie al mantenimento al 10% dell'aliquota di compensazione per il latte.

Analizzando la distribuzione dei costi tra le diverse categorie per l'ultimo quadriennio (tab. 5.3), le voci più rilevanti appaiono, come sempre, i costi di alimentazione, passati dal 42,8% del 2019 al 51,1% nel 2022, e il costo del lavoro, la cui quota è scesa dal 21,4% del 2019 al 16,5% del 2022. Per quanto riguarda le altre categorie, le spese generali e fondiari pesano per circa il 13% sul costo totale, mentre le quote di ammortamento sono circa il 6%; gli interessi sul capitale agrario sono scesi sotto il 5% e anche le imposte sono stabili allo 0,5%. Infine, le spese varie di allevamento sono incrementate e pari per il 2022 all'8,3%. Paragonando i dati per il quadriennio si nota un forte incremento percentuale dei costi variabili, che costituiscono circa il 65% degli oneri totali a fronte del 57% del 2019.

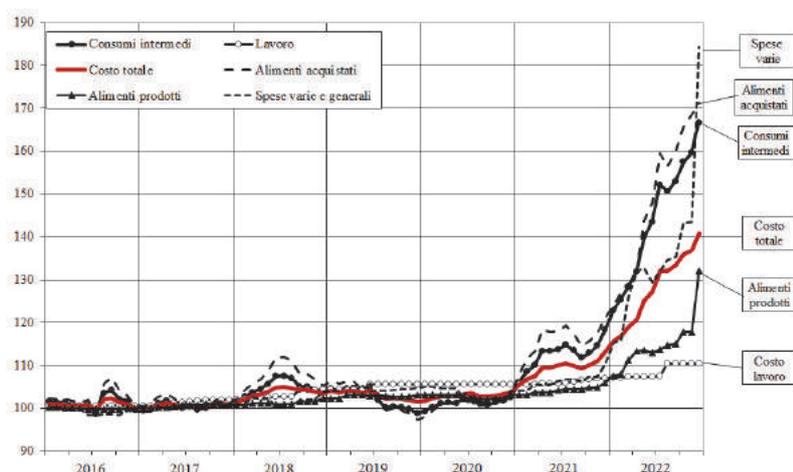
Nell'ultima parte della tabella 5.3 sono riportati alcuni indicatori riguardanti la struttura dei costi e la redditività: il primo misura la frazione dei costi espliciti sul costo totale, che appare crescente ed è prossima all'85%; invece

Tab. 5.3 - Composizione percentuale dei costi di produzione del latte in Italia dal 2019 al 2022

	2019	2020	2021	2022
Costi di alimentazione	42,8	43,7	46,6	51,1
- di cui mangimi acquistati	27,3	28,4	31,2	34,4
- di cui foraggi acquistati	4,5	4,3	4,3	5,5
- di cui alimenti prodotti	10,9	11,0	11,1	11,3
Spese varie allevamento	7,4	7,3	7,3	8,3
Spese generali e fondiari	15,7	15,8	15,1	13,0
Quote d'ammortamento	6,3	6,2	5,9	5,6
Costo del lavoro	21,4	20,4	18,9	16,5
Interessi	6,0	6,1	5,7	4,9
Imposte	0,5	0,4	0,5	0,5
COSTI TOTALI / 100 kg	100,0	100,0	100,0	100,0
Costi variabili / costi totali (%)	56,6	57,6	60,1	64,8
Costi fissi / costi totali (%)	43,4	42,4	39,9	35,2
Costi espliciti / costi totali (%)	79,9	80,7	82,3	84,7
Reddito netto + premi / ricavi (%)	32,5	24,1	23,7	22,4
Perdita o profitto / ricavi (%)	15,6	6,0	7,4	8,4

Fonte: Elaborazioni su Banca-dati RICA-CREA-PB.

Fig. 5.1 - Dinamica degli indici del costo di produzione del latte 2015=100 (gen-
naio 2016-dicembre 2022)



Fonte: Elaborazioni su dati Istat, Ismea, CCIAA di Milano, Brescia e Mantova.

il rapporto tra il reddito netto con premi ed i ricavi totali, pari al 32,5% nel 2019, è decisamente calato negli ultimi tre anni, scendendo al 22,4% nel 2022. L'ultima osservazione sui dati medi del periodo analizzato riguarda il fatto che durante l'ultimo biennio si sono verificate differenti dinamiche nei prezzi dei fattori produttivi: osservando l'andamento degli indici dei costi complessivi e di quelli delle principali categorie, riportati nella figura 5.1, si nota il forte incremento del costo degli alimenti acquistati, con una impetuosa crescita nel corso del 2022. Il costo degli alimenti prodotti presentava un lieve trend di crescita, ma è anch'esso decisamente aumentato nel 2022. Le spese varie mostrano un andamento regolarmente crescente sino ad inizio 2022, seguito da una esplosione nel corso del 2022, dovuta agli oneri energetici; il costo del lavoro, categoria che cresceva maggiormente sino a fine 2020, appare solo in lieve crescita negli ultimi mesi. Ciò ha portato durante l'ultimo triennio a oscillazioni sia dell'indice generale sia di quello dei consumi intermedi, con una crescita iniziata nel corso del 2021 e un vero e proprio balzo nel 2022.

5.3. I risultati per gruppi di aziende

Poiché il dato medio ponderato nazionale assume solo un significato generico, appare più significativo effettuare l'analisi dei costi per gruppi di imprese, distinti per diverse variabili: dimensione della mandria, resa produttiva, volumi

di produzione, destinazione del prodotto, localizzazione geografica, intensità di utilizzo del fattore terra (in funzione del coefficiente di densità - UBA/ettaro), produttività del lavoro (ore di lavoro/tonnellata di latte). Per apprezzare la variabilità delle situazioni analizzate e rendere più agevole il collegamento tra parametri tecnici e costi, nelle tabelle relative a gruppi di imprese sono riportati i dati medi di alcune variabili strutturali e tecniche, oltre alle percentuali di aziende e di latte prodotto rappresentate in ciascun gruppo.

5.3.1. Per dimensione

La numerosità della mandria si conferma come uno dei principali parametri strutturali in grado di determinare il costo (tab. 5.4). Ad essa si associano, come noto, parametri tecnici quali la produttività delle bovine, che cresce all'aumentare del patrimonio, passando da circa 5,5 t/vacca nei primi tre gruppi ad oltre 7 t/vacca negli ultimi tre. Suddividendo le imprese in nove gruppi, si osserva come il 46% delle aziende ricada nelle prime tre classi dimensionali (meno di 30 vacche) che producono il 5,4% del latte totale, mentre il 75% del latte sia prodotto nelle stalle con oltre 100 bovine, pari al 23,1% del numero complessivo di allevamenti con vacche da latte. Assumendo come discriminante il numero medio di vacche del campione ponderato si può stimare che il 70% degli allevamenti abbia dimensioni inferiori al dato medio e produca il 17,8% del latte totale mentre, all'opposto, l'82,2% del latte sia prodotto nel 30% delle stalle con oltre 76 bovine.

Le elaborazioni effettuate confermano la relazione tra dimensione dell'allevamento e costo totale di produzione, che passa da 156 euro/100 kg di latte della prima classe a circa 72 euro/100 kg nella quinta (40-49 vacche); oltre il limite di 50 bovine la diminuzione del costo prosegue in misura più ridotta, ma comunque significativa, raggiungendo livelli progressivamente decrescenti sino a circa 55 euro/100 kg negli allevamenti di maggiore dimensione; il passaggio da condizioni medie di perdita a situazioni medie di profitto si situa in corrispondenza di circa 50 bovine. La spiegazione di tale dinamica è ovviamente riconducibile alle economie di scala legate all'impiego del lavoro e dei capitali. Le riduzioni più sensibili si riscontrano, infatti, per il costo del lavoro, per le spese generali, per quelle fondiari, per le quote di ammortamento, tutte voci di natura fissa che, però, derivano perlopiù dal valore attribuito ai fattori produttivi forniti dall'imprenditore.

Mentre le spese varie di allevamento tendono a diminuire lievemente tra la prima e le ultime classi, una certa variabilità si riscontra per i costi di alimentazione. Il loro livello assoluto presenta un massimo a 33,30 euro/100 kg nella settima classe ed un minimo di 30,23 nella quarta, ma in generale appare

Tab. 5.4 - Ricavi e costi medi di produzione del latte per classe di dimensione (numero di vacche) dell'allevamento in Italia nel 2022 (euro/100 kg)

	Classe di dimensione (numero vacche)									
	fino a 10	10-19	20-29	30-39	40-49	50-69	70-99	100-149	150 e oltre	
Percentuale aziende	19,2	17,7	9,0	7,8	6,7	8,1	8,4	9,3	13,9	
Percentuale latte prodotto	1,0	2,4	2,0	2,6	3,1	5,2	8,7	14,2	60,8	
Numero vacche	5,8	13,5	24,2	33,8	43,8	58,6	83,4	125,0	302,3	
Resa (t/vacca)	5,43	5,67	5,52	5,86	6,36	6,45	7,32	7,19	7,31	
Latte prodotto (t)	32	77	133	198	279	378	611	899	2211	
UBA totali / ettaro SAU	1,16	0,96	1,14	1,37	1,86	2,62	1,98	3,28	4,03	
Ore lavoro / t latte	81,5	43,4	27,7	23,0	15,8	13,3	10,7	7,7	6,0	
Alimenti acquistati	22,43	26,12	25,03	24,71	23,52	24,40	26,72	24,88	24,17	
- di cui mangimi	18,28	21,84	20,19	21,38	20,52	20,98	22,60	21,09	21,10	
- di cui foraggi	4,15	4,28	4,84	3,33	3,00	3,42	4,12	3,80	3,07	
Costo alimenti aziendali	9,26	6,18	6,85	5,51	6,98	6,33	6,58	7,03	7,06	
Spese varie allevamento	7,88	7,22	5,99	5,49	5,85	5,07	5,54	5,57	4,77	
Spese generali	6,88	7,33	7,08	3,74	4,67	3,72	3,80	2,66	3,82	
Spese fondiarie	5,80	4,66	4,67	3,92	3,90	3,22	4,02	3,78	4,34	
Quote d'ammortamento	14,24	11,33	8,42	8,35	5,01	5,53	3,48	3,29	2,41	
Costo del lavoro	73,10	44,20	27,99	23,60	16,95	13,56	10,94	8,56	6,26	
Interessi	16,00	12,60	8,64	5,76	4,73	3,50	2,94	2,36	2,13	
Imposte	0,72	0,52	0,35	0,28	0,24	0,24	0,26	0,19	0,30	
COSTI TOTALI / 100 kg	156,31	120,15	95,01	81,36	71,84	65,56	64,27	58,32	55,26	
- di cui costi espliciti	75,73	70,46	63,44	56,67	53,90	51,75	53,56	50,78	50,53	
- di cui costi calcolati	80,59	49,69	31,57	24,69	17,94	13,81	10,71	7,54	4,73	
Valore prodotto / 100 kg	69,48	70,60	67,17	65,97	64,34	64,01	65,44	64,61	62,24	
Premi totali / 100 kg	16,89	13,26	11,82	6,47	5,49	4,06	3,87	2,70	2,81	
RICAVI TOTALI / 100 kg	86,37	83,86	79,00	72,45	69,83	68,08	69,30	67,32	65,05	
Perdita o profitto	-69,95	-36,29	-16,02	-8,92	-2,02	2,52	5,03	9,00	9,80	
Reddito netto senza premi	-6,25	0,14	3,73	9,30	10,44	12,26	11,87	13,84	11,71	
Reddito netto con premi	10,64	13,40	15,55	15,78	15,93	16,33	15,74	16,54	14,52	
Reddito lavoro familiare / ora di lavoro	-0,87	0,46	3,38	5,86	9,31	13,17	17,27	28,73	50,49	

Fonte: Elaborazioni su Banca-dati RICA-CREA-PB.

oscillante ed indipendente dall'ampiezza della mandria. L'attenzione va però posta sulla composizione della razione: infatti, al crescere della dimensione della mandria si ha una parziale sostituzione degli alimenti aziendali con quelli acquistati, fenomeno legato sia alla necessità di supportare la crescente produttività delle bovine sia alla maggiore densità dei capi per unità di superficie. Anche la frazione di costo attribuibile ai mangimi cresce all'aumentare della dimensione, passando dal 58% negli allevamenti con meno di 10 bovine al 67% circa nelle classi con oltre 40 vacche.

L'ampliamento della scala dimensionale determina, quindi, la riduzione delle componenti fisse del costo e l'aumento di quelle variabili. Tuttavia, più che il livello complessivo dei costi occorre prendere in considerazione la dinamica della componente esplicita: le uscite monetarie medie diminuiscono decisamente tra la prima e la quinta classe dimensionale (da 75,73 a 53,90 euro per 100 kg), mentre successivamente continuano a calare in misura più limitata, sino a raggiungere 50,53 euro per 100 kg nell'ultima.

Anche in funzione delle differenze nei prezzi del latte e nei premi tra i vari gruppi, il reddito netto unitario presenta dinamiche differenti se considerato al netto o al lordo dei premi: il reddito senza premi tende a crescere, sia pur non linearmente, tra la prima e la sesta classe (da -6,25 a 12,26 euro per 100 kg), per poi stabilizzarsi attorno a 12 euro/100 kg nelle ultime tre classi; il diverso livello dei premi (calante da 16,89 euro/100 kg nel primo gruppo a meno di 3 euro oltre 100 bovine) porta, invece, il reddito netto effettivo a crescere da 10,64 euro/100 kg nel primo gruppo a 15,55 euro nel terzo, per stabilizzarsi attorno a tale livello nelle classi successive.

In sostanza, la dimensione della mandria sembra esercitare la sua influenza più sul livello della remunerazione dei fattori apportati dall'imprenditore che sulle uscite monetarie. Se si analizza il reddito di lavoro familiare rapportato alle ore svolte, si osserva una costante crescita della remunerazione della manodopera familiare, addirittura negativa nella prima classe. Tale indicatore si posiziona su livelli molto ridotti nella seconda e terza classe e assume valori sempre più elevati al crescere dell'ampiezza della mandria.

5.3.2. Per produttività

La seconda variabile presa in considerazione per l'analisi dei costi riguarda la produttività delle bovine (tab. 5.5). Le aziende sono state suddivise in 8 gruppi, di cui i 6 centrali corrispondono con buona approssimazione a livelli di resa variabili tra 4 e 9 t/vacca.

Osservando la ripartizione delle imprese nelle diverse classi, si può stimare che nel 43% degli allevamenti la resa media sia inferiore a 5,5 t/vacca, mentre

Tab. 5.5 - Ricavi e costi medi di produzione del latte per classe di resa in Italia nel 2022 (euro/100 kg)

	Classe di resa (tonnellate/vacca)							9,5 e oltre
	fino a 3,5	3,5-4,5	4,5-5,5	5,5-6,5	6,5-7,5	7,5-8,5	8,5-9,5	
Percentuale aziende	11,4	15,6	16,5	13,1	12,0	10,8	11,0	9,7
Percentuale latte prodotto	2,7	5,3	9,8	8,3	13,3	17,7	20,8	22,1
Numero medio vacche	57,3	48,4	56,3	55,7	84,4	110,1	115,0	115,7
Resa media (t/vacca)	2,55	4,14	5,11	6,06	6,96	7,99	9,10	10,49
Latte prodotto (t)	146	201	288	337	587	880	1047	1214
UBA totali / ettaro SAU	1,88	1,95	1,83	4,02	2,68	3,32	3,81	3,08
Ore lavoro / t latte	31,6	21,8	16,1	13,9	9,5	8,3	6,7	6,0
Alimenti acquistati	22,27	19,02	17,51	21,30	22,85	29,81	27,50	24,50
- di cui mangimi	19,48	15,75	14,88	18,82	19,05	23,67	24,14	22,87
- di cui foraggi	2,79	3,27	2,63	2,47	3,80	6,14	3,36	1,63
Costo alimenti aziendali	6,85	9,14	8,18	6,47	6,80	7,84	6,23	6,04
Spese varie allevamento	4,03	4,43	3,79	4,65	7,00	5,10	5,44	4,80
Spese generali	5,45	2,74	2,39	4,91	5,64	3,08	5,06	2,57
Spese fondiarie	4,22	4,84	3,02	4,43	4,48	6,42	3,23	3,33
Quote d'ammortamento	6,68	5,13	3,16	4,50	3,70	3,46	3,66	2,15
Costo del lavoro	30,13	20,31	13,49	13,36	8,95	8,77	7,56	6,89
Interessi	4,29	4,77	4,97	3,86	3,38	2,66	2,22	2,00
Imposte	0,33	0,41	0,40	0,51	0,40	0,34	0,15	0,13
COSTI TOTALI / 100 kg	84,26	70,80	56,90	63,99	63,19	67,49	61,06	52,40
- di cui costi espliciti	59,10	50,89	42,98	50,94	54,00	59,96	54,48	46,50
- di cui costi calcolati	25,17	19,92	13,92	13,05	9,19	7,53	6,58	5,90
Valore prodotto / 100 kg	67,46	65,78	62,82	62,86	63,32	68,10	61,79	60,94
Premi totali / 100 kg	9,72	6,80	6,08	3,77	3,67	3,22	2,75	2,44
RICAVI TOTALI / 100 kg	77,18	72,59	68,90	66,63	66,99	71,32	64,54	63,38
Perdita o profitto	-7,08	1,79	12,00	2,64	3,80	3,82	3,48	10,98
Reddito netto senza premi	8,37	14,90	19,84	11,92	9,32	8,14	7,31	14,44
Reddito netto con premi	18,09	21,70	25,92	15,69	12,99	11,35	10,06	16,88
Reddito lavoro fam. / ora di lavoro	7,97	12,12	23,15	12,99	16,90	20,56	18,18	37,33

Fonte: Elaborazioni su Banca-dati RICA-CREA-PB.

il 42,9% del latte sia prodotto negli allevamenti con rese superiori a 8,5 t/vacca (20,6% delle aziende). Al crescere della resa tende ad aumentare anche il numero medio di bovine: la relazione tra livello di produttività e dimensione della mandria sembra quindi confermata, anche se le differenze più evidenti sono tra le prime quattro e le ultime tre classi e la variabilità attorno al dato medio è molto forte. Altra conferma si ha a proposito della relazione tra resa e livello del costo totale, che scende in misura rilevante tra la prima e la terza classe, dove raggiunge circa 57 euro/100 kg; nelle classi centrali risale a circa 63 euro mentre successivamente a 8 t/vacca diminuisce nettamente. Anche i ricavi unitari tendono a scendere col crescere delle rese, ma in modo non lineare e soprattutto per la riduzione dei premi riferiti ad unità di prodotto; la redditività media, decisamente ridotta nella prima classe e appena sufficiente

nella seconda e nella quarta, migliora nelle classi superiori di resa.

La riduzione dei costi appare, anche in questo caso, legata essenzialmente ai fattori fissi di natura implicita, ed in particolare al costo del lavoro, superiore di oltre quattro volte nel primo gruppo rispetto all'ultimo, mentre il costo dell'alimentazione per unità di prodotto non presenta particolari variazioni legate alle rese, fatta salva la sostituzione tra alimenti prodotti ed acquistati e tra foraggi e mangimi. Invece, il costo alimentare per bovina incrementa passando da 744 euro/vacca nella prima classe (<3,5 t/vacca) a 3.204 euro nell'ultima (>9,5 t/vacca). La dinamica dei costi espliciti appare, al contrario dei costi totali, influenzata solo in parte dal livello produttivo: infatti, la riduzione di alcune voci di natura fissa, quali le spese generali e fondiari e le quote di ammortamento, è compensata dall'incremento di altre voci fisse, ad esempio il lavoro salariato, e di quelle di natura variabile.

Dall'analisi dei risultati per classe di resa emerge anche una considerazione riguardante il livello dei premi, che sono più elevati nelle aziende delle classi inferiori di resa, concentrate nella montagna. Ciò porta ad una certa omogeneità del reddito netto con premi per unità di prodotto tra le diverse classi, ma a forti disparità nel reddito per ora di lavoro.

5.3.3. Per volumi produttivi

Le osservazioni appena svolte sul livello dei costi per dimensione e per produttività della mandria possono essere sintetizzate analizzando i risultati in funzione del volume di latte prodotto (tab. 5.6). Come negli anni scorsi, anche per questa variabile le imprese sono state suddivise in otto classi.

Le prime due classi (inferiori a 50 tonnellate/anno) comprendono il 20,5% degli allevamenti, che però producono solo l'1% del latte nazionale; all'opposto, nelle quattro classi superiori a 200 t/anno il 48% delle imprese produce il 93% del latte totale; limitando ulteriormente il campo di osservazione alle ultime due classi (oltre 1.000 t) si vede come circa due terzi della produzione venga realizzata dal 16,5% degli allevamenti complessivi.

Per quanto riguarda i costi totali, al crescere del volume produttivo si osserva una continua diminuzione: da 293 euro per 100 kg della prima classe a 55,38 euro/100 kg nell'ultima; anche i costi espliciti si riducono, da 125 euro per 100 kg delle aziende più piccole a circa 51 euro per 100 kg in quelle superiori a 200 t. Analizzando la dinamica dei redditi netti, senza e con i premi, si constata un andamento tendenzialmente crescente sia per il primo che per il secondo fino alla classe 500-999 t; il reddito comprensivo di premi, partendo da un dato negativo (-6,15 euro/100 kg) della prima classe, cresce, anche se non linearmente, sino a raggiungere il valore massimo di 18,34 euro per 100

Tab. 5.6 - Ricavi e costi medi di produzione del latte per classe di volume produttivo in Italia nel 2022 (euro/100 kg)

	Classe di volume produttivo (tonnellate anno)							
	<i>fino a 20</i>	<i>20-49</i>	<i>50-99</i>	<i>100-199</i>	<i>200-499</i>	<i>500-999</i>	<i>1000-1999</i>	<i>2000 e oltre</i>
Percentuale aziende	6,0	14,5	15,6	16,2	18,5	12,6	9,6	6,9
Percentuale latte prodotto	0,1	0,8	1,9	3,9	10,2	15,3	22,8	44,9
Numero vacche	4,3	8,1	14,9	28,1	57,3	107,5	187,9	375,4
Resa (t/vacca)	3,71	4,20	4,70	5,05	5,82	6,68	7,50	8,09
Latte prodotto (t)	16	34	70	142	333	719	1408	3038
UBA totali / ettaro SAU	1,90	0,77	0,92	1,21	2,22	2,88	3,67	4,19
Ore lavoro / t latte	148,1	80,9	46,6	28,5	14,8	9,8	6,7	5,3
Alimenti acquistati	24,37	22,06	25,04	24,49	22,44	25,30	24,74	24,70
- di cui mangimi	17,00	18,56	19,87	20,34	19,50	21,29	22,18	21,21
- di cui foraggi	7,37	3,50	5,17	4,15	2,94	4,01	2,56	3,49
Costo alimenti aziendali	17,61	8,87	6,28	6,19	7,40	6,81	6,34	7,19
Spese varie allevamento	15,72	7,79	7,68	6,07	5,08	4,90	5,35	4,83
Spese generali	12,43	8,98	7,61	5,63	3,77	2,80	3,67	3,88
Spese fondiari	10,03	5,29	5,78	4,45	3,67	3,48	3,69	4,65
Quote d'ammortamento	26,86	15,59	11,24	10,46	4,86	3,50	3,36	1,98
Costo del lavoro	148,09	75,81	46,43	28,60	15,40	10,51	6,98	5,71
Interessi	37,30	15,94	12,59	8,13	3,98	2,95	1,96	2,13
Imposte	0,59	0,72	0,53	0,39	0,26	0,26	0,21	0,31
COSTI TOTALI / 100 kg	293,00	161,06	123,18	94,41	66,87	60,52	56,31	55,38
- di cui costi espliciti	124,89	78,64	71,98	62,67	51,25	50,96	50,67	51,04
- di cui costi calcolati	168,11	82,43	51,20	31,74	15,62	9,57	5,63	4,35
Valore prodotto / 100 kg	93,84	66,87	72,67	67,64	64,81	66,03	62,75	61,78
Premi totali / 100 kg	24,90	22,50	15,61	10,04	4,60	3,26	2,46	2,80
RICAVI TOTALI / 100 kg	118,74	89,37	88,29	77,68	69,41	69,29	65,21	64,58
Perdita o profitto	-174,26	-71,69	-34,89	-16,74	2,54	8,77	8,91	9,19
Reddito netto senza premi	-31,05	-11,77	0,69	4,97	13,56	15,08	12,08	10,74
Reddito netto con premi	-6,15	10,73	16,30	15,00	18,16	18,34	14,54	13,54
Reddito lavoro fam. / ora di lavoro	-3,23	-0,78	1,18	3,37	13,16	24,85	36,65	56,68

Fonte: Elaborazioni su Banca-dati RICA-CREA-PB.

kg nella terzultima classe, per scendere poi a 13,54 euro/100 kg nella classe di maggiore produzione.

La dinamica del reddito netto dipende quindi da due elementi: il primo è la differenza tra valore del latte e costi espliciti, mentre il secondo elemento è costituito dai premi, che diminuiscono quasi linearmente fino alla soglia di 200 t, passando da 24,90 a 10,04 euro/100 kg, per posizionarsi sotto 3 euro nelle ultime due classi. Il reddito netto dipende, quindi, dal mercato e dalle sovvenzioni dirette: queste ultime contribuiscono in media nazionale per il 24,6% al reddito, ma nelle prime due classi dimensionali non consentono neppure di ottenere un reddito positivo, appaiono essenziali nelle classi da 20 a 199 t, mentre scendono sotto la media nelle classi oltre 500 t. Il reddito per ora di lavoro risulta negativo nelle prime due classi ed estremamente ridotto

nella terza e quarta classe dimensionale. Questi allevamenti, pur avendo un peso limitato sulla produzione (6,8%), costituiscono circa il 52% delle aziende italiane e appaiono destinati a chiudere progressivamente. Attualmente, infatti, per ottenere un reddito dignitoso l'unica possibilità consiste nella rinuncia a sostituire gli investimenti in essere o nella loro forte compressione, utilizzando i valori monetari corrispondenti alle quote di ammortamento per remunerare i fattori apportati dall'imprenditore.

La dimensione minima di efficienza che consente di coprire tutti i costi, remunerando i fattori interni aziendali a prezzi di mercato, sembra individuabile oltre le 200 tonnellate/anno, dato in calo rispetto all'analogo parametro degli anni precedenti: tuttavia non occorre dimenticare che la variabilità dei risultati aziendali attorno al dato medio è rilevante e, quindi, il volume produttivo appare condizione facilitante, ma non sufficiente, per ottenere risultati economici positivi. Infine, occorre notare come oltre il livello di 1.000 t emergano delle problematiche gestionali della mandria che portano a diseconomie di scala, influenzando negativamente la redditività unitaria.

5.3.4. Per carico di bestiame

La specializzazione produttiva e la rigidità del mercato fondiario hanno condotto le imprese ad una progressiva intensificazione della produzione per unità di superficie, svincolando sempre più gli allevamenti dalla base foraggera aziendale: allo scopo di verificare gli effetti economici delle diverse situazioni di rapporto tra capi e superficie, le imprese analizzate sono state suddivise in sei classi secondo il parametro di densità riguardante le UBA (Unità Bestiame Adulto) per ettaro (tab. 5.7); questo parametro ha assunto un'importanza "normativa", secondo i criteri di "eco-condizionalità" della PAC, e ne sono ben note le criticità connesse al rispetto della direttiva nitrati. Come nelle passate edizioni del Rapporto si è preferito utilizzare il rapporto tra le UBA e gli ettari di SAU totale, al posto degli ettari di sola SAU foraggera, ritenendo il primo indicatore più adeguato all'analisi.

Suddividendo le imprese secondo il parametro di densità si ottengono diverse tipologie, poste in ambiti geografici diversificati e con livelli tecnologici variegati. L'importo e la distribuzione dei costi tra le varie categorie sono logicamente diversi, per cui dal confronto si possono desumere solo indicazioni informative e non suggerimenti per strategie gestionali. L'esame della ripartizione delle imprese in funzione del coefficiente di densità mette in luce la differente distribuzione delle imprese in termini numerici e di importanza del latte prodotto: al di sotto di 2 UBA per ettaro ricade il 47% delle imprese, che producono il 20% del latte, mentre il 48% del latte italiano viene prodotto nel

Tab. 5.7 - Ricavi e costi medi di produzione del latte per classe di carico di bestiame in Italia nel 2022 (euro/100 kg)

	Classe di carico di bestiame (UBA / ettaro)					
	fino a 1	1-2	2-3	3-4	4-5	5 e oltre
Percentuale aziende	16,5	30,7	16,2	12,0	9,7	14,9
Percentuale latte prodotto	3,4	16,3	15,6	16,9	15,6	32,2
Numero vacche	21,9	47,7	66,6	94,5	115,8	166,7
Resa (t/vacca)	5,62	6,05	7,73	7,57	7,67	6,96
Latte prodotto (t)	123	288	515	715	889	1161
UBA totali / ettaro SAU	0,48	1,61	2,46	3,53	4,50	8,01
Ore lavoro / t latte	32,1	16,6	10,5	8,6	7,5	6,6
Alimenti acquistati	25,43	18,35	21,37	27,03	27,23	26,53
- di cui mangimi	20,67	16,73	19,50	23,55	23,30	22,04
- di cui foraggi	4,76	1,62	1,87	3,49	3,93	4,48
Costo alimenti aziendali	7,75	8,30	8,17	7,84	6,24	5,41
Spese varie allevamento	6,57	3,72	4,84	5,22	5,46	5,62
Spese generali	5,94	2,34	3,58	2,32	3,07	5,71
Spese fondiarie	5,60	4,87	3,81	4,79	2,94	4,13
Quote d'ammortamento	8,23	4,59	3,80	4,16	2,78	2,23
Costo del lavoro	30,19	14,84	11,22	9,19	8,27	6,61
Interessi	7,85	5,14	4,47	2,20	1,73	1,73
Imposte	0,41	0,31	0,21	0,14	0,21	0,41
COSTI TOTALI / 100 kg	97,97	62,45	61,47	62,89	57,93	58,37
- di cui costi espliciti	66,74	47,18	50,03	55,15	51,21	53,02
- di cui costi calcolati	31,23	15,28	11,44	7,74	6,72	5,35
Valore prodotto / 100 kg	72,24	61,60	61,23	69,70	64,89	60,66
Premi totali / 100 kg	17,88	5,95	3,77	2,86	2,72	1,95
RICAVI TOTALI / 100 kg	90,12	67,56	65,00	72,56	67,60	62,61
Perdita o profitto	-7,85	5,10	3,53	9,67	9,67	4,24
Reddito netto senza premi	5,50	14,43	11,20	14,55	13,67	7,64
Reddito netto con premi	23,38	20,38	14,97	17,41	16,39	9,59
Reddito lavoro fam. / ora di lavoro	7,27	16,74	14,86	26,43	29,51	22,59

Fonte: Elaborazioni su Banca-dati RICA-CREA-PB.

25% di allevamenti che superano le 4 UBA per ettaro.

Per quanto riguarda il livello assoluto e la ripartizione dei costi di produzione, si osserva una progressiva riduzione di quelli totali, che diminuiscono da 97,97 euro/100 kg nella prima classe sino a 57,93 euro nella quinta (4-5 UBA per ettaro), risalendo lievemente nell'ultima; invece i costi espliciti appaiono indipendenti dalla densità ad esclusione del primo gruppo. Aumentando il coefficiente di densità si ha una logica diminuzione della quantità e del costo degli alimenti prodotti in azienda, mentre cresce il costo per quelli acquistati, specie per i mangimi. L'andamento dei prezzi del latte non presenta grande variabilità tra le classi, mentre il livello dei premi è decrescente tra la prima e l'ultima classe.

Solo gli allevamenti del primo gruppo hanno chiuso mediamente in perdita, mentre negli altri si registra mediamente un profitto. Buoni livelli di red-

dito netto senza premi si ottengono nelle classi tra 3 e 5 UBA/ha mentre, aggiungendo i premi, il reddito netto unitario appare vicino in tutte le classi intermedie e inferiore nella classe di maggior carico. Non appare quindi esservi un legame univoco tra densità e redditività per unità di prodotto, mentre al crescere della densità aumenta significativamente il reddito per ora di lavoro, con una netta divisione tra le prime tre e le altre classi.

5.3.5. *Per produttività del lavoro*

Un'altra variabile in grado di spiegare (e determinare) la diversa redditività dell'allevamento da latte è l'utilizzo del fattore lavoro: si ricorda che il dato riguardante tale fattore, secondo la scelta metodologica effettuata, comprende tutto l'impiego di manodopera, sia per la produzione dei foraggi sia per le attività di stalla sia per le altre attività; la relazione tra costi e impiego del lavoro viene espressa in termini di produttività del lavoro, attraverso il rapporto "ore di lavoro/tonnellata di latte", preferibile a quello "ore di lavoro/vacca", perché permette di misurare l'efficienza del lavoro in termini di unità di prodotto. Il rapporto calcolato (tab. 5.8) presenta una fortissima variabilità: a fronte di una media generale di 10,3 ore/t, si passa, infatti, nelle classi estreme da 117 a 4 ore per tonnellata di latte.

La metodologia di rilevazione dei dati strutturali nelle contabilità aziendali permette di ottenere informazioni precise relative all'utilizzo del lavoro, sia familiare sia salariato sia prestato dai contoterzisti. Nelle tre classi di maggior impiego di lavoro (oltre 25 ore/t di latte) si situa il 47,1% delle aziende che, tuttavia, produce solo il 5,7% del latte italiano. All'opposto, il 26% delle aziende che impiegano meno di 10 ore per tonnellata produce il 72,7% del latte complessivo.

I valori assoluti di costo appaiono in ovvia relazione sia con la dimensione della mandria sia con la produttività delle bovine, entrambe crescenti in modo inversamente proporzionale al numero di ore dedicate. Dando per scontata la diminuzione del costo totale, fortemente influenzata dalla remunerazione attribuita al lavoro familiare, appare interessante notare come anche i costi espliciti mostrino una contrazione significativa tra la prima e la quarta classe, passando da 104,84 a 52,46 euro per 100 kg, scendano a 45,75 euro/100 kg nella quinta e si rialzino lievemente nelle ultime due, dove prevale il lavoro dipendente. La maggiore redditività appare dipendere congiuntamente dalla produttività del fattore lavoro, evidentemente legata alla dimensione dell'allevamento, e dalla capacità tecnica (si noti il progressivo aumento delle rese).

Per quanto riguarda la distribuzione delle imprese e della produzione, occorre rilevare come circa il 61% degli allevamenti impieghi più di 15 ore per

Tab. 5.8 - Ricavi e costi medi di produzione del latte per classe di produttività del lavoro in Italia nel 2022 (euro/100 kg)

	Produttività del lavoro (ore di lavoro / tonnellata di latte)						
	>= 75	50-74	25-49	15-24	10-14	5-9	< 5
Percentuale aziende	13,8	12,6	20,7	13,5	13,4	18,9	7,1
Percentuale latte prodotto	0,6	1,2	4,0	6,8	14,7	40,0	32,8
Numero vacche	8,1	12,2	22,3	63,0	93,8	158,8	254,7
Resa (t/vacca)	3,44	4,37	4,97	4,77	6,14	7,40	9,04
Latte prodotto (t)	28	53	111	301	576	1176	2303
UBA totali / ettaro SAU	0,81	0,85	1,43	2,05	1,87	3,92	4,93
Ore lavoro / t latte	117,3	60,9	34,5	18,8	11,9	6,9	4,0
Alimenti acquistati	26,56	22,25	22,94	21,31	20,34	26,41	25,07
- di cui mangimi	18,78	18,29	18,78	18,65	17,72	22,67	21,89
- di cui foraggi	7,78	3,96	4,16	2,65	2,62	3,74	3,18
Costo alimenti aziendali	11,67	7,49	6,90	8,19	7,97	6,94	6,09
Spese varie allevamento	10,36	7,50	6,52	5,07	3,93	4,87	5,64
Spese generali	11,74	8,87	5,18	3,84	2,43	3,55	4,36
Spese fondiari	8,26	6,18	4,93	3,19	3,44	4,51	4,07
Quote d'ammortamento	18,60	12,02	11,31	4,50	3,37	3,46	1,79
Costo del lavoro	102,87	59,92	33,88	18,83	11,04	7,60	4,70
Interessi	19,98	11,40	9,36	4,57	3,85	2,47	1,54
Imposte	0,73	0,48	0,49	0,31	0,32	0,23	0,29
COSTI TOTALI / 100 kg	210,77	136,10	101,50	69,80	56,70	60,04	53,55
- di cui costi espliciti	104,84	73,40	65,10	52,46	45,75	53,50	49,96
- di cui costi calcolati	105,93	62,70	36,40	17,34	10,95	6,54	3,59
Valore prodotto / 100 kg	83,18	75,29	69,31	63,52	64,02	64,09	60,99
Premi totali / 100 kg	28,37	19,40	9,98	5,28	4,82	2,64	2,38
RICAVI TOTALI / 100 kg	111,55	94,69	79,29	68,80	68,84	66,73	63,37
Perdita o profitto	-99,23	-41,41	-22,21	-1,00	12,13	6,69	9,82
Reddito netto senza premi	-21,66	1,89	4,21	11,05	18,26	10,59	11,03
Reddito netto con premi	6,71	21,29	14,18	16,33	23,08	13,23	13,41
Reddito lavoro fam. / ora di lavoro	-1,41	2,18	2,12	10,24	27,65	29,03	59,93

Fonte: Elaborazioni su Banca-dati RICA-CREA-PB.

produrre una tonnellata di latte, con una conseguente sotto remunerazione del lavoro impiegato ed un risultato economico negativo. A partire dal quinto gruppo (10-14 ore) i ricavi superano i costi ed i livelli di reddito con premi – totale e per ora di lavoro – sono abbastanza buoni. Negli allevamenti dove l'impiego del lavoro è inferiore a 5 ore/t si ottiene un reddito di lavoro consistente: questo gruppo comprende solo il 7,1% delle imprese bovine da latte, in cui si concentra, però, quasi un terzo del latte prodotto a livello nazionale.

La produttività del lavoro può quindi rappresentare una variabile indicativa del livello tecnico-strutturale e gestionale degli allevamenti da latte: oltre alla relazione con la dimensione della mandria e con le rese si può, ad esempio, notare come si modifichi la composizione del costo degli alimenti, con la progressiva sostituzione degli alimenti aziendali con quelli acquistati.

Un'ultima notazione riguarda l'importo dei premi percepiti, che, essendo

decrescenti tra la prima e l'ultima classe, costituiscono una compensazione per le aziende strutturalmente carenti e consentono di ottenere un reddito netto per unità di prodotto positivo e più omogeneo tra i diversi gruppi, eccetto il primo; forti differenze permangono, invece, nel reddito per ora di lavoro: tenendo conto che il reddito unitario ingloba già l'importo dei premi, si vede come nelle prime tre classi i premi siano componente essenziale del reddito, mentre contribuiscano per circa il 20% alla formazione del reddito netto nelle tre classi di maggiore produttività del lavoro. Mentre il reddito per unità di prodotto viene in parte perequato dal diverso livello dei premi, il reddito per ora di lavoro mostra valori negativi o molto limitati nelle prime tre classi, ed è elevato solo nelle ultime tre, dove è migliore la produttività del lavoro.

5.3.6. Per destinazione del latte

Nelle precedenti edizioni del Rapporto si è evidenziato come la destinazione del latte rappresenti un fattore cruciale nello spiegare le differenze nella redditività della produzione. Nella tabella 5.9 sono riportati i costi medi distinti tra gli allevamenti che vendono il latte all'industria (imprese non cooperative), quelli che lo conferiscono a strutture cooperative di trasformazione, enucleando la produzione destinata a Parmigiano Reggiano, e quelli che operano la parziale o totale trasformazione del latte in azienda.

Dal punto di vista strutturale e di risultati produttivi il gruppo delle aziende che vendono all'industria presenta caratteristiche inferiori rispetto a quello degli allevamenti che conferiscono il latte alle cooperative, ma nell'ambito del gruppo 'cooperative' vi sono forti differenze tra le aziende dell'area del Parmigiano Reggiano e le altre.

L'analisi economica evidenzia costi totali inferiori alla media nelle aziende che vendono il latte all'industria (59,22 euro/100 kg) e, nell'ambito della consegna a cooperative, un costo totale inferiore per la destinazione a Parmigiano (58,95 euro per 100 kg) rispetto alle altre (63,50 euro per 100 kg). Le maggiori differenze tra le aziende che conferiscono il latte per Parmigiano Reggiano e le altre sono legate ai costi di alimentazione, pari a 34,25 euro/100 kg contro 31,25 per le altre cooperative e 30,50 euro/100 kg per le vendite all'industria. Paragonando, invece, il livello dei costi tra le aziende che consegnano il latte all'industria e quelle che lo conferiscono alle cooperative, si osserva come i costi totali siano minori di 3,03 euro/100 kg e quelli espliciti inferiori di 4,66 euro nel primo gruppo rispetto al secondo, mentre i ricavi sono inferiori di 8,94 euro/100 kg.

In termini di redditività della produzione le differenze tra i gruppi derivano sia dalla remunerazione del prodotto sia dai costi: infatti, il valore medio uni-

Tab. 5.9 - Ricavi e costi medi di produzione del latte per destinazione del latte in Italia nel 2022 (euro/100 kg)

	Imprese non cooperative	Imprese cooperative			Trasformazione aziendale
		Totale	di cui Parmigiano Reggiano	di cui altre	
Numero vacche	72,2	86,0	140,6	73,9	18,7
Resa (t/vacca)	7,03	7,10	5,81	7,64	3,52
Latte prodotto (t)	508	611	817	565	66
UBA totali / ettaro SAU	2,54	3,31	2,83	3,48	0,56
Ore lavoro / t latte	10,8	9,3	10,1	9,0	68,3
Alimenti acquistati	23,82	24,98	25,38	24,83	30,76
- di cui mangimi	21,14	21,21	21,53	21,09	21,08
- di cui foraggi	2,68	3,77	3,85	3,74	9,69
Costo alimenti aziendali	6,67	7,09	8,87	6,42	8,92
Spese varie allevamento	4,68	5,37	3,83	5,95	12,30
Spese generali	3,22	4,21	0,75	5,52	11,11
Spese fondiarie	3,19	4,80	5,19	4,66	9,02
Quote d'ammortamento	3,50	3,36	2,18	3,81	12,86
Costo del lavoro	10,92	9,16	9,50	9,03	60,25
Interessi	2,99	2,95	2,98	2,94	8,60
Imposte	0,22	0,33	0,27	0,35	0,46
COSTI TOTALI / 100 kg	59,22	62,26	58,95	63,50	154,28
- di cui costi espliciti	49,12	53,78	51,21	54,75	96,47
- di cui costi calcolati	10,10	8,47	7,74	8,75	57,81
Valore prodotto / 100 kg	57,87	66,81	75,84	63,40	117,30
Premi totali / 100 kg	3,53	3,61	3,40	3,69	25,91
RICAVI TOTALI / 100 kg	61,39	70,42	79,24	67,09	143,21
Perdita o profitto	2,17	8,16	20,28	3,58	-11,07
Reddito netto senza premi	8,74	13,03	24,63	8,65	20,82
Reddito netto con premi	12,27	16,63	28,02	12,33	46,74
Reddito lavoro fam. / ora di lavoro	13,93	24,35	50,82	16,16	8,97

Fonte: Elaborazioni su Banca-dati RICA-CREA-PB.

tario del latte, IVA compresa, risulta pari a 57,87 euro/100 kg per le vendite all'industria, mentre raggiunge 63,40 euro nel gruppo che conferisce alle altre cooperative e addirittura 75,84 per il latte destinato a Parmigiano Reggiano. Tenendo conto della contemporanea differenza dei costi, il profitto unitario risulta limitato per le aziende che consegnano all'industria (2,17 euro/100 kg) e per quelle che lo conferiscono alle 'altre cooperative' (3,58 euro/100 kg), mentre appare elevato per quelle che conferiscono per Parmigiano Reggiano (20,28 euro/100 kg). La redditività per unità di prodotto appare discreta anche per le aziende che eseguono la trasformazione aziendale ma è fortemente sostenuta dai premi. I risultati ottenuti, pur mostrando significative differenze, necessitano di un approfondimento e di verifiche a livelli geografici più ridotti, che riducano le differenze date dall'ubicazione degli allevamenti.

5.3.7. Per zona altimetrica e destinazione del latte

Le considerazioni appena svolte sulle differenze di costo secondo la destinazione del latte non tengono conto della diversa localizzazione delle imprese a livello altimetrico. Nella tabella 5.10 sono riassunti i dati medi di costo delle aziende di montagna, collina e pianura, prima in complesso e poi disaggregati in funzione della destinazione del latte per ciascuna zona altimetrica. Come noto, il contributo di ciascuna delle aree altimetriche alla produzione di latte è notevolmente differenziato ed in pianura sono prodotti circa i 3/4 del latte totale. La struttura delle imprese per zona altimetrica, come emerge dal campione RICA, è simile a quella dell'universo: si presenta notevolmente diversificata tra aree sia per quanto riguarda il patrimonio medio (25 vacche in montagna contro 149 in pianura) sia per le rese (rispettivamente 5,84 t/vacca

Tab. 5.10 - Ricavi e costi medi di produzione del latte per zona altimetrica e destinazione del latte in Italia nel 2022 (euro/100 kg)

	Zona altimetrica			Destinazione non cooperative			Destinazione cooperative		
	montagna	collina	pianura	montagna	collina	pianura	montagna	collina	pianura
Numero vacche	25,2	72,1	149,3	27,8	71,9	132,2	24,2	88,5	160,2
Resa (t/vacca)	5,84	5,88	7,66	5,80	5,96	8,21	6,20	5,58	7,40
Latte prodotto (t)	147	424	1143	161	429	1085	150	494	1185
UBA totali / ettaro SAU	1,21	2,02	4,18	1,57	2,16	3,43	1,21	1,71	4,64
Ore lavoro / t latte	24,8	13,6	6,9	22,5	13,5	6,9	23,4	12,3	6,9
Alimenti acquistati	26,16	22,16	24,80	25,62	21,69	24,60	26,12	23,95	24,90
- di cui mangimi	21,40	19,17	21,57	21,33	18,69	22,38	21,50	20,98	21,19
- di cui foraggi	4,77	2,99	3,23	4,30	3,00	2,23	4,62	2,97	3,71
Costo alimenti aziendali	5,29	7,50	7,06	5,18	7,40	6,56	5,19	7,65	7,29
Spese varie allevamento	6,15	5,26	4,95	4,50	5,53	4,27	6,95	3,83	5,26
Spese generali	5,78	2,83	3,77	3,94	3,14	3,12	6,59	1,46	4,08
Spese fondiarie	4,08	3,16	4,40	2,71	2,74	3,52	4,59	4,83	4,83
Quote d'ammortamento	9,65	3,77	2,49	7,23	3,93	2,61	11,01	2,98	2,43
Costo del lavoro	25,39	12,82	7,32	22,72	12,82	7,79	24,63	11,51	7,08
Interessi	8,22	3,35	2,14	5,19	3,18	2,49	10,25	3,93	1,98
Imposte	0,32	0,30	0,28	0,30	0,27	0,18	0,33	0,41	0,32
COSTI TOTALI/100 kg	91,04	61,14	57,22	77,40	60,71	55,14	95,65	60,54	58,18
- di cui costi espliciti	62,67	49,06	51,21	53,20	48,74	48,58	66,58	49,31	52,45
- di cui costi calcolati	28,38	12,07	6,01	24,20	11,97	6,56	29,07	11,23	5,73
Valore prodotto/100 kg	68,27	61,90	63,09	60,65	58,81	56,87	69,97	73,19	66,03
Premi totali/100 kg	10,61	4,06	2,59	7,48	4,23	2,44	11,41	3,13	2,66
RICAVI TOTALI/100 kg	78,88	65,97	65,68	68,13	63,03	59,31	81,38	76,32	68,69
Perdita o profitto	-12,16	4,83	8,46	-9,26	2,32	4,17	-14,28	15,79	10,51
Reddito netto senza premi	5,60	12,84	11,88	7,45	10,07	8,29	3,38	23,88	13,58
Reddito netto con premi	16,22	16,90	14,47	14,94	14,29	10,73	14,79	27,01	16,24
Reddito lavoro fam. / ora di lavoro	4,38	16,89	32,64	5,55	13,74	21,79	2,85	35,44	37,96

Fonte: Elaborazioni su Banca-dati RICA-CREA-PB.

in montagna e 7,66 in pianura) sia, infine, per il volume di latte annuo prodotto (147 t in montagna contro 1.143 t/allevamento in pianura).

Rispetto alla destinazione del prodotto emerge, sulla base dei dati campionari, come la dimensione degli allevamenti che conferiscono il prodotto alle cooperative sia inferiore alla media dell'area in montagna e superiore in collina e pianura, mentre le rese produttive appaiono superiori in montagna per gli allevamenti aderenti alle cooperative e in collina e pianura per le altre. Le differenze ora viste si riflettono logicamente sul livello dei costi, sia totali sia espliciti. I costi di alimentazione sono abbastanza vicini nelle diverse aree altimetriche, e più contenuti ovunque per le aziende che consegnano il latte all'industria; i costi espliciti totali, in particolare quelli di natura fissa, in montagna sono più alti del 25% circa rispetto a quelli delle altre aree. Anche i costi calcolati, ed in particolare quello del lavoro, decrescono notevolmente passando dalle aziende montane a quelle di pianura.

Poiché il valore medio del latte prodotto mostra differenze più contenute rispetto a quelle dei costi (in montagna 6,37 euro in più rispetto alla collina e 5,18 rispetto alla pianura), e i premi sono più del doppio in questa area rispetto alle altre, si vede come in media in montagna il latte dia un reddito netto per unità di prodotto vicino a quello della collina superiore a quello della pianura. Il maggiore sostegno però non basta: sempre in montagna, si osserva come i fattori produttivi apportati dall'imprenditore siano sotto remunerati (in particolare nel gruppo che conferisce alle cooperative), mentre in collina le aziende chiudono mediamente in profitto; solo in pianura si ottiene in media un buon profitto, ma con forti differenze tra le due destinazioni.

Distinguendo i dati di costo per altimetria e destinazione della produzione, si osserva come in tutte le aree altimetriche i costi espliciti siano superiori nelle aziende che conferiscono il prodotto alle cooperative; il valore unitario del latte è inferiore in tutte le zone altimetriche per gli allevamenti che vendono ad imprese non cooperative rispetto a quelle che trasformano il latte in forma associata. Le imprese che vendono il latte all'industria ottengono un profitto – limitato – in collina e pianura, mentre nel caso del conferimento a cooperative si ha una forte perdita in montagna e un elevato utile in collina e pianura. Il reddito per ora di lavoro risulta molto scarso in montagna (4,38 euro/ora), sufficiente in collina (16,89 euro/ora) e molto buono in pianura (32,64 euro/ora), specie per gli allevamenti che conferiscono alle cooperative.

5.3.8. Per ambiti geografici

Come nelle precedenti edizioni del Rapporto, l'analisi dei costi per area geografica è svolta a livello di circoscrizioni altimetriche con caratteristiche di omogeneità, ed in seguito è effettuata una lettura analitica per aree signifi-

cative della Pianura Padana.

L'Italia è stata suddivisa in otto aree geografiche, tre ciascuna per la montagna e la collina e due per la pianura (tab. 5.11): sono stati calcolati i dati medi della montagna alpina, distinti da quella appenninica del centro-nord e del resto del Paese ed analoga distinzione è stata fatta per la collina; la pianura è stata invece distinta solo in due gruppi (nord e centro-sud), a causa dell'esiguità del campione contabile e dell'universo di quest'ultimo ambito.

La redditività della produzione nelle aree montane appare influenzata da due fattori: da un lato dal valore del latte prodotto, che raggiunge il massimo nella montagna alpina, dall'altro dall'entità dei premi di varia natura ottenuti dalle aziende, che presentano un'estrema variabilità e sono massimi nella montagna alpina. In quest'area, tuttavia, anche i costi espliciti sono nettamente superiori alle altre zone e ciò porta a un reddito netto unitario senza premi quasi nullo; aggiungendo i premi, i redditi per unità di prodotto sono, invece, buoni in tutte le aree montane. Anche il reddito per ora di lavoro risulta basso nelle aree montane, specialmente nell'ambito alpino. Tali differenze sono giustificate anche dalle medie dei volumi produttivi, pari a 132 t/anno nella montagna alpina e a 181 t in quella appenninica del sud, contro 201 t nell'Appennino del centro-nord.

L'analisi dei dati delle aree collinari mostra anch'essa differenze nella struttura delle aziende e, di conseguenza, dei costi. La dimensione degli allevamenti è superiore nella collina appenninica del centro-nord, mentre è ridotta nella collina prealpina e nell'Appennino del sud e isole. Il valore unitario del latte prodotto presenta anch'esso una certa variabilità, passando da un massimo di 66,88 euro/100 kg nella collina appenninica del centro-nord a circa 58 euro nelle altre aree collinari. I costi totali sono inferiori nella collina appenninica del centro-nord, mentre quelli espliciti sono inferiori nel sud e isole. La redditività per unità di prodotto, sia senza sia con i premi, è buona nella collina appenninica del centro-nord e scarsa nelle altre due aree.

Giungendo, infine, all'analisi dei risultati delle aree di pianura, dove si concentra la maggior parte della produzione di latte, si possono cogliere le differenze tra la Pianura Padana e quelle del centro sud, sia per quanto riguarda i parametri strutturali e produttivi, sia per i ricavi e la redditività della produzione: gli allevamenti della Pianura Padana appaiono avvantaggiati, e ciò si riflette sui parametri di redditività.

La Pianura Padana merita un approfondimento particolare, per l'importanza rivestita in termini di volumi produttivi e per il fatto di essere un'area dove, a livello medio, si realizza un buon profitto (tab. 5.12). La Pianura Padana è stata suddivisa in tre aree geografiche (Piemonte, Lombardia ed Emilia, Veneto e Friuli), ed i costi sono stati calcolati per sei gruppi in base alla

Tab. 5.11 - Ricavi e costi medi di produzione del latte per le principali aree geografiche in Italia nel 2022 (euro/100 kg)

	Montagna alpina	Montagna appenninica Centro-Nord	Montagna appenninica Sud-Isole	Collina prealpina	Collina appenninica Centro-Nord	Collina appenninica Sud-Isole	Pianura Padana	Pianura Centro-Sud
Numero vacche	22,2	40,0	30,0	72,7	126,5	45,4	152,0	101,7
Resa (t/vacca)	5,95	5,02	6,02	8,09	4,98	5,98	7,69	6,85
Latte prodotto (t)	132	201	181	589	630	272	1168	697
UBA totali / ettaro SAU	0,99	1,87	1,93	2,61	2,19	1,63	4,17	4,76
Ore lavoro / t latte	27,2	21,5	19,6	9,8	12,6	17,2	6,9	8,7
Alimenti acquistati	28,86	17,16	23,13	26,02	18,66	23,40	24,87	22,61
- di cui mangimi	22,52	15,22	21,57	20,99	16,48	20,85	21,62	19,87
- di cui foraggi	6,34	1,94	1,57	5,03	2,18	2,55	3,25	2,74
Costo alimenti aziendali	4,34	8,67	6,23	7,91	8,87	5,79	7,03	7,88
Spese varie allevamento	7,32	4,45	3,55	5,36	5,96	4,45	4,97	4,05
Spese generali	7,42	3,70	1,95	4,21	2,45	2,35	3,76	4,26
Spese fondiarie	4,63	5,10	1,77	3,92	4,04	1,74	4,49	1,60
Quote d'ammortamento	10,99	8,15	6,37	2,87	3,65	4,47	2,46	3,59
Costo del lavoro	28,11	21,53	19,28	10,39	11,13	16,13	7,25	9,77
Interessi	10,72	4,33	2,82	2,88	3,35	3,64	2,14	2,24
Imposte	0,34	0,46	0,21	0,16	0,45	0,22	0,28	0,14
COSTI TOTALI / 100 kg	102,73	73,56	65,32	63,71	58,58	62,19	57,25	56,14
- di cui costi espliciti	69,72	52,94	46,66	52,55	49,52	46,37	51,31	47,94
- di cui costi calcolati	33,01	20,62	18,66	11,16	9,06	15,83	5,95	8,20
Valore prodotto / 100 kg	70,21	65,45	63,95	58,45	66,88	58,86	63,22	58,91
Premi totali / 100 kg	12,93	6,77	5,74	2,67	4,67	4,31	2,53	4,42
RICAVI TOTALI / 100 kg	83,14	72,23	69,69	61,12	71,55	63,17	65,75	63,34
Perdita o profitto	-19,59	-1,33	4,37	-2,59	12,97	0,98	8,50	7,20
Reddito netto senza premi	0,49	12,51	17,29	5,89	17,36	12,49	11,91	10,97
Reddito netto con premi	13,42	19,29	23,03	8,57	22,03	16,80	14,44	15,40
Reddito lavoro fam. / ora di lavoro	1,54	10,72	13,72	7,18	37,66	10,76	33,04	23,51

Fonte: Elaborazioni su Banca-dati RICA-CREA-PB.

Tab. 5.12 - Ricavi e costi medi di produzione del latte nelle principali aree della Pianura Padana nel 2022 (euro/100 kg)

Aree geografiche Destinazione del latte	Totale		Lombardia - Emilia Romagna			Triveneto	
	Piemonte Pianura Padana non coop.	imprese non coop.	imprese non coop.	coopera- tive	Parmigiano Reggiano	imprese non coop.	coopera- tive
Numero vacche	152,0	169,4	170,6	200,0	153,4	58,7	104,6
Resa (t/vacca)	7,69	8,52	8,54	8,08	6,10	7,16	7,69
Latte prodotto (t)	1.168	1.444	1.456	1.616	936	420	804
UBA totali / ettaro SAU	4,17	2,25	4,54	5,79	2,97	3,26	4,66
Ore lavoro / t latte	6,9	7,9	5,4	5,1	9,6	11,7	8,8
Alimenti acquistati	24,87	29,94	24,08	24,47	26,43	19,52	24,86
- di cui mangimi	21,62	27,44	22,05	21,26	22,37	16,54	19,20
- di cui foraggi	3,25	2,50	2,03	3,21	4,06	2,98	5,67
Costo alimenti aziendali	7,03	6,01	6,50	6,56	8,80	6,54	6,86
Spese varie allevamento	4,97	3,42	4,49	5,79	3,96	4,67	5,72
Spese generali	3,76	3,45	2,77	5,15	0,73	3,77	6,31
Spese fondiari	4,49	7,17	2,76	5,23	5,00	2,92	3,01
Quote d'ammortamento	2,46	3,01	2,14	1,58	2,09	4,00	4,41
Costo del lavoro	7,25	7,33	7,13	5,17	9,22	11,53	9,89
Interessi	2,14	1,49	2,71	1,30	2,72	3,19	3,09
Imposte	0,28	0,23	0,14	0,43	0,23	0,38	0,14
COSTI TOTALI / 100 kg	57,5	62,05	52,71	55,69	59,19	56,53	64,29
- di cui costi espliciti	51,31	56,25	46,79	51,63	51,85	45,72	55,38
- di cui costi calcolati	5,95	5,80	5,92	4,06	7,34	10,81	8,91
Valore prodotto / 100 kg	63,22	54,79	57,62	61,45	76,28	56,14	63,48
Premi totali / 100 kg	2,53	3,13	1,90	2,42	3,37	2,87	2,04
RICAVI TOTALI / 100 kg	65,75	57,92	59,51	63,87	79,66	59,01	65,52
Perdita o profitto	8,50	-4,13	6,80	8,19	20,47	2,48	1,24
Reddito netto senza premi	11,91	-1,46	10,82	9,82	24,43	10,42	8,11
Reddito netto con premi	14,44	1,67	12,72	12,25	27,81	13,29	10,15
Reddito lavoro fam. / ora di lavoro	33,04	0,60	30,93	40,03	51,51	14,44	12,06

Fonte: Elaborazioni su Banca-dati RICA-CREA-PB.

destinazione del latte: vendita ad imprese non cooperative, consegna a cooperative, conferimento per Parmigiano Reggiano.

Nel complesso dell'area le bovine mediamente allevate sono oltre 150, le rese sono pari a 7,69 t/vacca e la produzione supera le 1.160 t/allevamento. Sempre in media, le UBA/ettaro sono pari a 4,17 e la produttività della manodopera si attesta a 6,9 ore di lavoro per t di latte.

In termini strutturali si può, tuttavia, osservare una forte variabilità nelle caratteristiche delle imprese presenti nei diversi gruppi selezionati per ambiti geografici e destinazione del latte: il volume di latte prodotto dalle aziende lombarde ed emiliane che vendono il prodotto alle "imprese non cooperative" è in media molto elevato (circa 1.450 tonnellate), il numero di bovine è di circa 170 unità e le rese produttive nettamente superiori al dato medio. Dati analoghi per le aziende piemontesi. Le maggiori dimensioni sono quelle delle

aziende lombarde ed emiliane che conferiscono il latte ad “altre cooperative” (1.616 tonnellate e 200 vacche), mentre sono inferiori quelle degli allevamenti che destinano il latte a Parmigiano Reggiano (153 vacche e 936 t/anno), e anche le rese sono minori (6,10 t/vacca). Notevolmente inferiori alla media risultano le dimensioni delle imprese della pianura veneto-friulana, con dimensioni e rese superiori negli allevamenti che conferiscono il latte alle cooperative.

In termini di costo totale i valori inferiori si registrano nelle imprese lombarde ed emiliane che vendono il latte alle industrie (52,71 euro/100 kg), mentre superiori sono i costi per quelle delle stesse regioni che conferiscono il latte alle ‘altre cooperative’ (55,69 euro/100 kg); costi ancora più alti caratterizzano gli allevamenti conferenti per Parmigiano Reggiano (59,19 euro/100 kg). Anche in Piemonte e in Veneto, per i conferimenti alle cooperative, i costi sono nettamente superiori alla media e vicini a 60 euro/100 kg. La suddivisione tra costi espliciti e calcolati (in media 90% i primi e 10% i secondi) non presenta grandi differenze tra le regioni padane.

Alle differenze di costo fanno riscontro livelli di prezzo altrettanto diversificati: a fronte di un valore medio di 63,22 euro/100 kg, IVA compresa, si passa dalla remunerazione minima del latte destinato ad imprese non cooperative (circa 55 in Piemonte e 56 in Veneto e 57,62 euro in Lombardia ed Emilia) a 61-63 euro per il conferimento alle ‘altre cooperative’ ed a 76 euro/100 kg nell’area del Parmigiano. Il livello dei premi oscilla, invece, attorno al dato medio di 2,50 euro/100 kg, indipendentemente dalla destinazione. Le differenze tra ricavi e costi sono positive e soddisfacenti solo nei gruppi delle aziende lombarde ed emiliane, mentre si presentano negative per il latte prodotto in Piemonte e limitate per quello Veneto. Il reddito netto per unità di prodotto risulta limitato in tutte le regioni per gli allevamenti che vendono il latte all’industria, mentre è buono per le aziende che conferiscono il latte alle cooperative; anche i redditi per ora di lavoro più alti si ottengono nei gruppi delle aziende lombarde ed emiliane che destinano il latte a Parmigiano Reggiano.

L’analisi per aree territoriali conferma, quindi, come il quadro produttivo ed economico della zootecnia italiana sia estremamente variegato: accanto a vaste aree della Pianura Padana, preponderanti in termini di latte prodotto ma non per numero di imprese, nelle quali l’allevamento da latte costituisce ancora un’attività agricola capace di offrire discreti redditi, convivono vaste zone del Paese in cui le condizioni ambientali, le scarse dimensioni aziendali e la ridotta produttività relegano la zootecnia da latte tra le attività a basso reddito, in aree dove spesso, però, non vi sono alternative produttive.

Alla variabilità delle condizioni produttive e delle caratteristiche tecniche,

che si riverbera nel livello di costi, non corrisponde, tuttavia, una situazione di mercato altrettanto variegata (fatta eccezione per alcune aree particolari con prodotti tipici o per la trasformazione aziendale del latte), e neppure una politica mirata al sostegno delle aree a rischio: eccezioni in tale direzione sono costituite dalla Valle d'Aosta e dall'Alto Adige, dove i premi per l'allevamento erogati dalle amministrazioni autonome sono strumento essenziale per la sopravvivenza delle aziende e dell'intera economia agricola regionale; nelle altre aree i sostegni derivano, nella maggior parte dei casi, dal premio unico aziendale, mentre le indennità compensative per le aree montane e svantaggiate appaiono del tutto insufficienti a compensare gli handicap naturali. Anche le misure applicative della PAC in vigore dal 2015, pur avendo previsto un premio specifico accoppiato alla zootecnia da latte montana, non sembrano in grado di incidere adeguatamente sui redditi.

5.4. Le forti differenze di redditività

Attraverso le analisi svolte per gruppi di allevamenti sono state individuate le variabili che determinano la composizione dei costi di produzione ed il livello della redditività, variabili in parte di natura strutturale (localizzazione e dimensione delle aziende) ed in parte di natura tecnica (produttività della mandria, rapporto tra capi allevati e superficie, produttività del lavoro). Tuttavia, la dotazione di fattori aziendali e le capacità tecniche da sole non appaiono sufficienti a determinare un risultato economico positivo, ma al massimo possono rappresentare fattori predisponenti all'ottenimento di buoni risultati economici. Infatti, la variabilità dei costi attorno a quelli medi è generalmente piuttosto ampia ed anche nei gruppi dove il profitto medio si presenta positivo vi sono imprese che producono in perdita. A livello nazionale la percentuale di aziende che ha ottenuto un utile dalla produzione è pari nel 2022 al 38,2%, e rappresenta oltre il 70% del latte prodotto. Il paragone nell'ultimo triennio tra le percentuali di aziende che ottengono un profitto dalla produzione (tab. 5.13) consente di osservare un lieve miglioramento rispetto al 2021, ma soprattutto nettissime differenze in relazione alle variabili strutturali.

Osservando le percentuali di imprese in utile di ciascun gruppo nel 2022, associate con i dati sintetici relativi al valore del prodotto, ai premi ed ai costi espliciti, si può constatare come solo il 18,3% degli allevamenti montani remunerati tutti i fattori della produzione a prezzo di mercato, mentre la percentuale sale al 37,6% in collina e al 65,7% in pianura. Per quanto riguarda la dimensione dell'allevamento, si può constatare come solo dalla classe tra 50 e 69 vacche in poi almeno la metà degli allevamenti ottenga un utile e come tale valore superi l'80% solo nelle aziende di maggiore dimensione.

Tab. 5.13 - Ricavi, costi e reddito del latte per gruppi di allevamenti nel 2022 e distribuzione percentuale delle aziende in utile nell'ultimo triennio

	Valore	Premi	Costi	Reddito	Premi/	Aziende in utile			
	prodotto	totali	espliciti	netto	reddito	%			
	euro per 100 kg					%	2022	2021	2020
Totale aziende	63,48	3,70	52,14	15,04	24,6	38,2	34,2	33,7	
<i>A - Zona altimetrica</i>									
Montagna	68,27	10,61	62,67	16,22	65,4	18,3	16,3	16,4	
Collina	61,90	4,06	49,06	16,90	24,0	37,6	31,8	32,7	
Pianura	63,09	2,59	51,21	14,47	17,9	65,7	60,2	58,4	
<i>B - Vacche per azienda</i>									
1-9	69,48	16,89	75,73	10,64	158,7	1,6	1,6	1,0	
10-19	70,60	13,26	70,46	13,40	99,0	8,2	7,1	7,2	
20-29	67,17	11,82	63,44	15,55	76,0	22,9	20,1	18,3	
30-39	65,97	6,47	56,67	15,78	41,0	25,5	20,3	17,3	
40-49	64,34	5,49	53,90	15,93	34,5	40,3	32,4	29,0	
50-69	64,01	4,06	51,75	16,33	24,9	58,8	51,2	49,8	
70-99	65,44	3,87	53,56	15,74	24,6	69,1	64,1	65,2	
100-149	64,61	2,70	50,78	16,54	16,3	84,7	70,1	80,8	
150 e oltre	62,24	2,81	50,53	14,52	19,4	81,5	80,6	79,8	
<i>C - Resa in t/vacca</i>									
fino a 3,5	67,46	9,72	59,10	18,09	53,8	18,2	11,4	15,2	
3,5-4,5	65,78	6,80	50,89	21,70	31,4	30,1	30,6	27,2	
4,5-5,5	62,82	6,08	42,98	25,92	23,5	32,5	27,8	27,4	
5,5-6,5	62,86	3,77	50,94	15,69	24,0	31,2	29,0	27,1	
6,5-7,5	63,32	3,67	54,00	12,99	28,2	42,3	38,4	36,3	
7,5-8,5	68,10	3,22	59,96	11,35	28,3	51,5	46,7	47,9	
8,5-9,5	61,79	2,75	54,48	10,06	27,3	48,4	45,3	45,4	
superiore a 9,5	60,94	2,44	46,50	16,88	14,4	62,4	52,8	55,1	
<i>D - Produzione aziendale in t/anno</i>									
fino a 20	93,84	24,90	124,89	-6,15	192,0	-	-	-	
20-50	66,87	22,50	78,64	10,73	150,0	1,7	1,4	0,5	
50-100	72,67	15,61	71,98	16,30	95,8	9,1	8,1	7,7	
100-200	67,64	10,04	62,67	15,00	66,9	20,6	18,8	17,4	
200-500	64,81	4,60	51,25	18,16	25,3	57,3	45,7	46,5	
500-1000	66,03	3,26	50,96	18,34	17,8	74,9	70,1	71,4	
1000-2000	62,75	2,46	50,67	14,54	16,9	78,9	72,9	75,5	
oltre 2000	61,78	2,80	51,04	13,54	20,7	80,7	79,8	80,0	
<i>E - Destinazione del latte</i>									
Consegne a non coop.	57,87	3,53	49,12	12,27	28,7	32,0	24,0	26,1	
Conferimento									
a cooperative	66,81	3,61	53,78	16,63	21,7	45,5	44,6	42,6	
- di cui Parmigiano Reg.	75,84	3,40	51,21	28,02	12,1	89,4	92,9	83,4	
- di cui altre cooperative	63,40	3,69	54,75	12,33	29,9	35,8	33,9	33,3	
Trasformazione in proprio	117,30	25,91	96,47	46,74	55,4	20,8	21,9	15,9	

Fonte: Elaborazioni su Banca-dati RICA-CREA-PB.

Analoga dinamica si può verificare a proposito delle rese: solo nel gruppo con rese più elevate più della metà delle aziende ottiene profitti, e all'aumentare della produttività si accompagna un evidente incremento delle percen-

tuali. Suddividendo le imprese per volume produttivo, variabile che riassume le due ora esaminate, si conferma come il limite di passaggio da condizioni medie di perdita a quelle di profitto si collochi oltre le 200 t/anno.

Infine, relativamente alla destinazione del latte, si può apprezzare come i diversi livelli di prezzo (o valore) del prodotto possano contribuire a determinare la redditività: infatti, a fronte solo del 32% degli allevamenti che consegnano il latte ad imprese non cooperative, ottiene un utile dell'89% di quelli che lo destinano a Parmigiano Reggiano, mentre il dato scende al 36% per quelli che lo conferiscono alle 'altre cooperative'. Confrontando i dati con quelli analoghi degli anni scorsi, si rileva un significativo spostamento del punto di parità tra costi e ricavi verso livelli di dimensioni e di rese minori rispetto al 2021 e al 2020. Occorre comunque rilevare come le imprese di minore dimensione, o ubicate in aree difficili dal punto di vista geografico e climatico, continuino a manifestare maggiori difficoltà rispetto alle altre.

Il valore del latte prodotto non presenta una grande variabilità attorno al dato medio (63,48 euro/100 kg) se considerato in relazione ai parametri strutturali, con livelli dell'8-10% superiori in montagna e nelle piccole aziende, mentre vi sono differenze significative, come per gli anni passati, in funzione della destinazione; i premi aumentano la loro importanza nella determinazione del reddito e si presentano anch'essi più alti in montagna, negli allevamenti piccoli ed in quelli meno produttivi, mentre appaiono meno significativi nelle imprese di maggiori dimensioni della pianura. I differenziali nei ricavi, dati dalle vendite e dai premi, sembrano tuttavia compensare solo in parte le differenze esistenti nei costi espliciti: osservando i livelli del reddito netto (che deriva proprio dalla differenza tra ricavi, premi compresi, e costi espliciti) si vede come, rispetto al dato medio (15,04 euro), non vi siano grandi differenze tra zone altimetriche o classi dimensionali (eccetto le più piccole), mentre esse appaiono nette in funzione della destinazione del latte, similmente agli anni precedenti.

I premi costituiscono sempre una componente significativa del reddito, pari in media nazionale al 29,7%, ma la frazione ad essi attribuibile appare molto diversificata, salendo da valori inferiori al 20% per gli allevamenti di maggiore dimensione e produttività a valori del 65% in montagna, e a livelli del 100% o più per gli allevamenti con meno di 20 bovine e per quelli con volumi produttivi inferiori a 100 t/anno. Occorre, quindi, porre molta attenzione all'utilizzo dei contributi pubblici per sostenere l'attività zootecnica, considerando anche la riduzione dei pagamenti diretti PAC e la diversa distribuzione degli stessi nel periodo di programmazione 2023-27.

Le differenze nell'ammontare dei costi espliciti nei diversi gruppi di allevamenti, anche se meno evidenti rispetto alle differenze dei costi totali, con-

sigliano di analizzare la loro composizione per gruppi di aziende. Tale analisi, riportata nella tabella 5.14, si basa sulla suddivisione dei costi stessi in tre grandi categorie: costi specifici, costi generali, fattori esterni. I costi specifici comprendono: gli oneri per gli alimenti acquistati, i costi di produzione degli alimenti aziendali (esclusi gli oneri di meccanizzazione) e le spese varie per l'allevamento. I costi generali comprendono gli ammortamenti e la manutenzione dei fabbricati e delle macchine, i prodotti energetici, il pagamento delle prestazioni svolte dai contoterzisti, gli altri costi generali aziendali, le imposte. I fattori esterni comprendono il lavoro salariato e gli oneri sociali della manodopera familiare, gli affitti e gli interessi pagati.

Nella tabella i costi espliciti, ripartiti fra le tre categorie, sono riportati se-

Tab. 5.14 - Composizione dei costi espliciti di produzione del latte in Italia nel 2022 per gruppi di aziende (euro/100 kg)

	Costi specifici	Costi generali	Fattori esterni	Totale costi espliciti
Totale aziende	36,61	9,95	5,58	52,14
<i>A - Zona altimetrica</i>				
Montagna	37,60	18,81	6,25	62,67
Collina	34,92	9,10	5,04	49,06
Pianura	36,81	8,81	5,59	51,21
<i>B - Resa in t/vacca</i>				
fino a 3,5	33,16	14,38	11,56	59,10
3,5-4,5	32,59	11,47	6,82	50,89
4,5-5,5	29,47	7,47	6,03	42,98
5,5-6,5	32,41	12,63	5,90	50,94
6,5-7,5	36,65	11,68	5,67	54,00
7,5-8,5	42,76	10,30	6,91	59,96
8,5-9,5	39,18	10,95	4,35	54,48
superiore a 9,5	35,34	6,89	4,27	46,50
<i>C - Produzione aziendale in t/anno</i>				
fino a 20	57,71	48,88	18,30	124,89
20-50	38,73	29,17	10,74	78,64
50-100	39,00	23,75	9,23	71,98
100-200	36,75	19,72	6,20	62,67
200-500	34,92	11,09	5,25	51,25
500-1000	37,02	8,62	5,31	50,96
1000-2000	36,44	9,67	4,57	50,67
oltre 2000	36,73	8,39	5,92	51,04
<i>D - Destinazione del latte</i>				
Consegne a imprese non cooperative	35,17	9,05	4,90	49,12
Conferimento a Cooperative	37,44	10,38	5,96	53,78
- di cui Parmigiano Reggiano	38,08	5,60	7,53	51,21
- di cui altre cooperative	37,20	12,19	5,37	54,75
Trasformazione in proprio	51,98	29,75	14,74	96,47

Fonte: Elaborazioni su Banca-dati RICA-CREA-PB.

condo alcune suddivisioni significative: zona altimetrica, resa per vacca, volume produttivo, destinazione del latte. In media nazionale i costi specifici pesano per il 70%, quelli generali per il 19% e i fattori esterni per l'11%. Rispetto alla media si osserva un minore valore unitario dei costi specifici negli allevamenti che vendono il latte alle industrie, mentre non vi sono forti differenze dipendenti dalla localizzazione o dalla dimensione produttiva: ciò è logico, se si considera che tali costi sono composti prevalentemente dagli oneri di alimentazione. Viceversa i costi generali e quelli che si riferiscono ai fattori esterni, perlopiù di natura fissa, tendono a diminuire consistentemente passando dalla montagna alla pianura ed al crescere della resa e del volume produttivo aziendale. Tale dinamica appare quindi tipica di tutti i fenomeni che possono essere ricondotti alle economie di scala: la variabilità dei costi fissi appare, quindi, molto forte e determina il livello del reddito netto.

L'esame della composizione dei costi espliciti in relazione alla destinazione del latte rende evidente come il minore costo del latte destinato all'industria sia attribuibile a tutte le categorie di costo, ma in particolare ai costi specifici. Questi ultimi, invece, sono superiori nelle aziende che consegnano il latte alle cooperative e, ancor di più, nel gruppo di quelle che effettuano la trasformazione in proprio.

5.5. Alcune considerazioni

Nel 2022 la situazione di bilancio nelle imprese specializzate nella produzione di latte bovino appare mediamente positiva, lievemente migliorata rispetto al 2021, a causa del maggiore incremento assoluto della remunerazione media del latte (+10,45 euro/100 kg) rispetto a quello dei costi (+9,03 euro/100 kg).

Preoccupa, però, la diversa dinamica dei prezzi e dei costi di produzione intervenuta durante l'anno. Occorre, infatti, ricordare che, dopo la rilevante discesa della seconda metà del 2019 e la sostanziale stazionarietà del 2020, dall'inizio del 2021 i costi sono progressivamente cresciuti, toccando il +9,1% a dicembre 2021 rispetto a dicembre 2020 e superando il 24% nel corso del 2022. Nello stesso arco temporale il prezzo del latte è anch'esso cresciuto ma in ritardo di alcuni mesi, determinando periodi di erosione dei redditi degli allevatori.

Il forte incremento dei costi degli alimenti acquistati e dei beni energetici causato dalla guerra in Ucraina appare attualmente essersi fermato ma le prospettive per il 2023 rimangono molto incerte. Se dovesse proseguire potrebbe provocare la chiusura degli allevamenti marginali e la riduzione delle conse-

gne di latte. Ciò rende necessario, accanto ad interventi straordinari di sostegno al settore, un attento monitoraggio dei costi da parte degli imprenditori, oggi attuato spesso in misura parziale oppure assente.

Dall'analisi svolta si osserva che se, da un lato, alcune variabili strutturali (numero di vacche, volume produttivo) e tecniche (rese produttive, ore di lavoro per tonnellata prodotta, coefficiente di densità), insieme alla localizzazione (zone altimetriche, inserimento in aree di prodotti DOP) appaiono influenzare il livello assoluto dei costi e la loro composizione, dall'altro lato, all'interno di ciascun gruppo esiste una forte variabilità dei costi.

In sostanza l'aumento del numero di bovine, delle rese produttive, del volume produttivo, del rapporto UBA/ettaro, non appaiono sempre e comunque fattori in grado, di per sé, di ridurre i costi di produzione. E' necessario, invece, introdurre strumenti di controllo della gestione, tecnica ed economica, che consentano di individuare con precisione i fattori che incidono maggiormente sui costi e di introdurre con tempestività gli adattamenti necessari rispetto all'evoluzione dei costi dei fattori e dei prezzi di vendita.

A fronte della continua oscillazione delle quotazioni di mercato occorre, quindi, agire nella direzione del contenimento dei costi per poter ottenere un livello soddisfacente di redditività. La riduzione dei costi passa, nel breve periodo, attraverso un accurato esame della loro composizione e l'effettuazione di scelte tecniche e gestionali adeguate, ma necessita anche di strategie di medio-lungo periodo che devono orientare gli investimenti.

6. IL PREZZO DEL LATTE ALLA STALLA

In questo capitolo si prende in esame l'andamento del prezzo del latte alla stalla in Italia negli anni recenti, focalizzandosi in dettaglio sull'anno 2022 e il primo semestre 2023, ricorrendo in particolare alla simulazione del prezzo in Lombardia effettuata dall'Osservatorio sul Mercato dei Prodotti Zootecnici nell'ambito dell'accordo di programma Regione Lombardia - Unioncamere Lombardia per lo Sviluppo Economico e la Competitività. Il risultato di questa simulazione viene messo a confronto con i contratti proposti ai propri fornitori – e in genere preventivamente concordati con le loro organizzazioni – da Italtatte, il più importante acquirente di latte in Italia, che funge da principale punto di riferimento per il sistema. Inoltre, nella seconda parte del capitolo, esso viene analizzato alla luce della situazione di prezzo in alcuni paesi europei che maggiormente condizionano l'equilibrio del mercato del latte a casa nostra, ossia Francia, Baviera e Austria.

6.1. L'evoluzione del prezzo simulato e il confronto con Italtatte

L'Osservatorio sul Mercato dei Prodotti Zootecnici (OMPZ) ha messo a punto, già nel 1993, un sistema di indicizzazione basato su elementi del mercato nazionale e di quello europeo, che consente di simulare il “valor d'uso” del latte alla stalla in Italia, con particolare riferimento alla realtà lombarda, dove si concentra ormai oltre il 40% della produzione nazionale. Nel 2015, nell'ambito dell'accordo di programma Regione Lombardia - Unioncamere Lombardia per lo Sviluppo Economico e la Competitività, progetto “Filiera Lattiero-casearia”, si è provveduto ad una radicale riformulazione di tale sistema di indicizzazione, fondandolo su tre componenti relative rispettivamente ai prezzi di un paniere di prodotti derivati dal latte sul mercato interno, a un paniere di indicatori del mercato lattiero-caseario internazionale e, infine, ad un paniere di elementi di costo di produzione del latte. Le prime due com-

ponenti agiscono sull'indice con un ritardo di un mese, la terza ha invece un effetto contemporaneo.

In mancanza di accordi interprofessionali a carattere nazionale, che già dal 2005 non sono possibili in base al d.lgs. 102/2005, a partire dalla metà della campagna produttiva 2009/10 si è assistito ad un susseguirsi di accordi parziali che, almeno relativamente alla regione Lombardia, hanno tutti avuto il carattere aziendale. In particolare, a partire da metà campagna 2010/11, Italatte, l'acquirente che da solo raccoglie quasi il 9% del latte nazionale, è stato di volta in volta controparte di alcune – ma non sempre le stesse – organizzazioni professionali agricole regionali. I contratti stipulati da Italatte si pongono quindi come naturale elemento di raffronto per l'indice interprofessionale sviluppato da OMPZ. Pur avendo tali contratti aziendali natura in parte diversa dai contratti concordati con la parte agricola, e tanto più con gli accordi collettivi, essi hanno infatti in comune la funzione di riferimento anche per le altre imprese acquirenti, e quindi si ritiene possibile, ed utile, impiegarli in continuità con i precedenti per un confronto con l'indice, che esprime il “valore alla stalla” del latte lombardo.

A supporto della sua contrattualistica Italatte ha messo a punto un suo sistema di determinazione del prezzo del latte, applicato a tutti i suoi fornitori a partire da aprile 2015, che invero ha già subito, da quella data, due sostanziali riformulazioni. In una prima versione, adottata nella campagna 2015/16, esso legava il prezzo pagato ai produttori al prezzo medio pubblicato all'agenzia tedesca AMI (Agricultural Market Information Company) per la Germania, integrato da un ammontare variabile, più elevato nei momenti di basso prezzo tedesco e viceversa, in modo da ammortizzare la variabilità importata dal mercato continentale. Tale sistema è stato ridefinito nell'aprile 2016, questa volta prendendo come elemento base il prezzo medio rilevato dalla Commissione UE per il latte nei 28 paesi membri (prezzo derivante dalla media di rilevazioni condotte autonomamente dai diversi paesi, senza omogeneità quanto a tipologia di latte, standard qualitativo e metodologia di rilevazione), cui veniva aggiunto un importo fisso.

Infine, in maggio 2017, è entrato in vigore il terzo schema di Italatte, che utilizza un mix tra il prezzo medio UE del latte, con un peso del 70% e utilizzato con un ritardo di due mesi, e la quotazione del Grana Padano alla borsa merci di Milano per il restante 30%; questo schema, sia pure con temporanee sospensioni e parziali modifiche, resta sostanzialmente in vigore tutt'oggi ed è stato recentemente riproposto anche per la seconda metà del 2023.

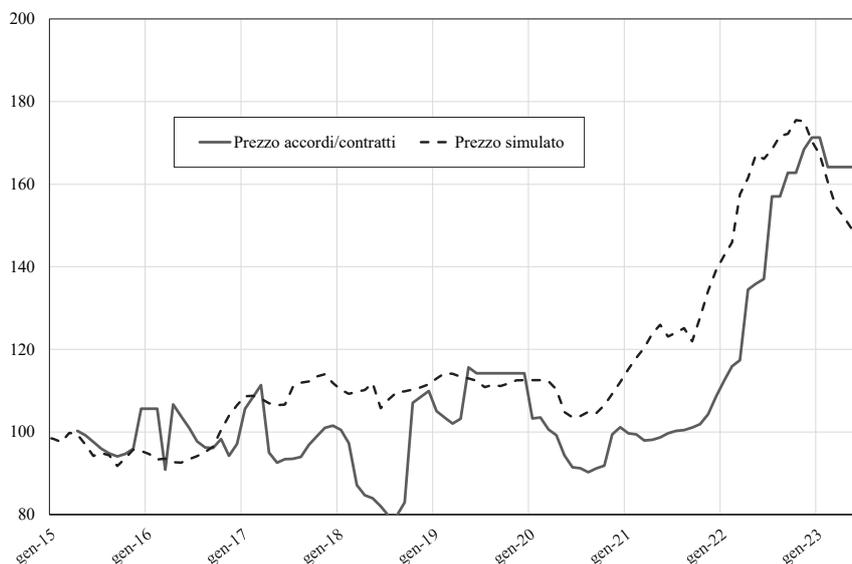
Va peraltro ricordato che, mentre il sistema adottato da Italatte, nelle sue diverse formulazioni, costituisce un algoritmo per calcolare il prezzo contrattuale del latte, quello messo a punto dall'Osservatorio di Cremona è un

meccanismo per monitorare il “valore alla stalla” del latte, ossia come dovrebbe variare nel tempo il prezzo nel caso in cui se ne prendano in conto, secondo determinati pesi, tutte le componenti: costo di produzione, costo opportunità e valore di trasformazione.

L’illustrazione grafica mostra come, dopo un periodo tra la metà del 2017 e i primi mesi del 2020, in cui le condizioni di mercato sono rimaste fondamentalmente stabili, si è innescata una decisa fase di crescita dei valori, che ha visto il suo apice verso la fine del 2022, salvo poi virare su una tendenza al ripiegamento che ha interessato tutto il primo semestre del 2023 (fig. 6.1).

Più in particolare, a luglio 2017 l’indice risultante dalla simulazione di OMPZ ha toccato il valore di 111 (base 2010 = 100), mentre a febbraio 2020 esso quotava 113; in questo lasso di 32 mesi le oscillazioni sono state comprese tra una punta di 114 a novembre 2017 e febbraio 2019, e un minimo di 106 a giugno 2018: la media si è fissata a 111,4 e lo scarto medio assoluto da tale media è stato pari a 1,41 punti, ossia all’1,3%. Nello stesso arco di tempo i valori fissati dai contratti di Italatte si sono collocati mediamente assai più in basso e hanno presentato una variabilità molto più accentuata: la media del corrispondente indice è stata pari a 100,8, quasi 11 punti base in meno, e lo

Fig. 6.1 - Indici del prezzo interprofessionale/contrattuale del latte e del prezzo simulato in Lombardia, gennaio 2015 - giugno 2023 (2010 = 100)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Accordi interprofessionali, contratti aziendali, CCIAA, Kempen-Boerse, PZ, Ministerstwo Rolnictwa, European Milk Market Observatory.

scarto medio assoluto dalla media ha raggiunto i 9,25 punti, ossia il 9,2%. Va detto che in questo periodo vi sono stati due momenti di forzatura del prezzo contrattuale, con eccezioni al meccanismo di indicizzazione in ottobre-dicembre 2018 e in maggio-dicembre 2020, portando così i valori di questi periodi sostanzialmente in linea con quanto simulato dall'indice di OMPZ.

A partire da marzo 2020 si è avviata una fase di flessione, che è stata anticipata di qualche mese nel meccanismo contrattuale di Italtel, dato il forte peso che in tale meccanismo ha la componente legata al mercato europeo, molto più reattivo di quello nazionale: nei quattro mesi tra febbraio e giugno l'indice OMPZ ha perso oltre 9 punti. A questo punto, però, si è assistito all'inversione di tendenza che ha caratterizzato tutto il periodo fino a ottobre 2022, con una crescita decisamente intensa e che andava gradualmente accentuandosi: dal valore minimo di 103,5 a giugno 2020 si è arrivati a 112,1 a dicembre di quell'anno (+8,3% in sei mesi), 139,2 a dicembre 2021 (+24,2% in un anno) e 175,5 ad ottobre 2022 (+26,1% in dieci mesi).

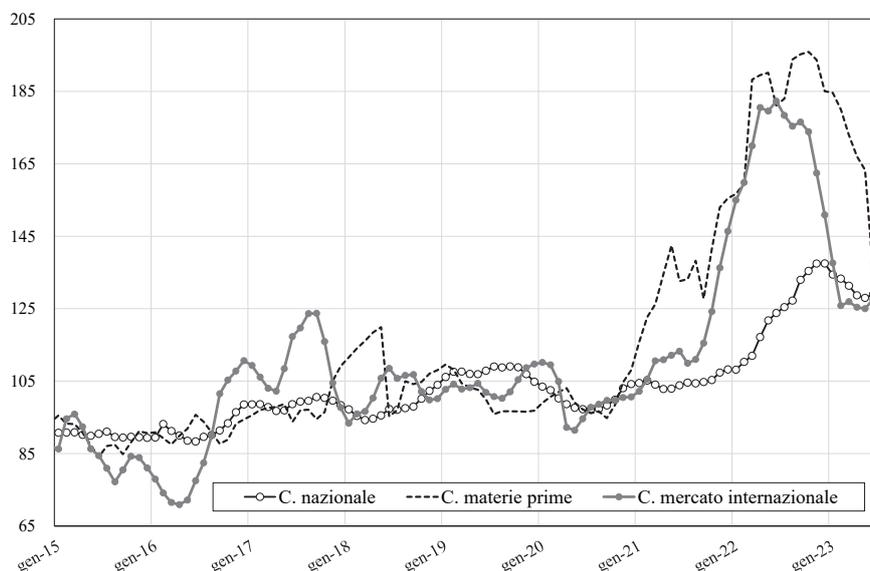
In tutto questo periodo l'indice del contratto Italtel seguiva un cammino analogo a quello indicato dall'indice OMPZ, ma restando sistematicamente in ritardo di 7-8 mesi fino a tutto il 2021, ridottosi poi a circa 5 mesi nel 2022. Peraltro, a partire dal dato di aprile 2022 e fino a tutto il primo semestre 2023, si è introdotta un'altra forzatura del meccanismo di indicizzazione, fissando a priori i valori del prezzo contrattuale.

La fase di riduzione degli ultimi due mesi del 2022 e primi sei mesi del 2023 ha seguito un ritmo ancor più accentuato della precedente crescita: l'indice OMPZ è passato dall'apice di 175,5 in ottobre 2022 al valore di 139,5 otto mesi dopo, con un calo del 20,5%, ossia del 2,8% medio mensile. Va qui osservato che la contrattazione di Italtel segnava prezzi in aumento ancora per due mesi dopo che l'indice OMPZ indicava un'inversione di tendenza, ma soprattutto ha congelato al dato di febbraio 2023 i valori fino a giugno, cosicché a metà anno il valore del corrispondente indice supera quello di OMPZ di circa 25 punti base.

6.2. Le componenti del prezzo simulato

Osservando l'andamento delle tre componenti del prezzo indicizzato negli anni più recenti, balza all'occhio il ruolo di traino che, in diversi momenti, hanno avuto la componente del mercato esterno e quella sulle materie prime di base per l'alimentazione, mentre la componente nazionale ha piuttosto esercitato una funzione stabilizzatrice (fig. 6.2). Dopo varie vicissitudini, si era giunti all'inizio del 2019 ad un sensibile avvicinamento delle tre componenti:

Fig. 6.2 - Componenti dell'indice del prezzo interprofessionale del latte in Lombardia, gennaio 2015 - giugno 2023 (2010 = 100)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati CCIAA, Kempten-Boerse, PZ, Ministerstwo Rolnictwa, European Milk Market Observatory.

in gennaio di quell'anno si andava infatti dai 109,6 punti per l'indice "materie prime" ai 102,8 punti per quello "internazionale", passando per i 106,2 punti di quello "nazionale". La gerarchia si modificava leggermente nel corso di quell'anno, soprattutto a causa di una relativa crescita della componente internazionale e per contro ad una flessione di quella sui costi di alimentazione, ma nel 2020 si creava un sostanziale allineamento dei tre indici: in ottobre essi erano compresi tra 98,5 (materie prime) e 99,9 (mercato nazionale). Di qui in poi, però, le tendenze sono andate nettamente differenziandosi.

Una prima fase copre il periodo ottobre 2020-maggio 2021, ed è dominata dalla crescita dei listini delle materie prime per l'alimentazione: l'indice parziale riferito a questa componente è infatti salito fino a 142,5, con un +45% in sette mesi; nello stesso periodo la componente internazionale ha guadagnato il 12,5%, quella nazionale appena il 3,1%. La crescita dei listini delle materie prime alimentari, che noi includiamo tra gli elementi di "valore alla stalla" del latte, ha quindi portato verso l'alto l'indice, ma la mancanza di una simile evoluzione sul mercato dei prodotti derivati è alla base del divario che, per questo periodo, si è osservato nella fig. 6.1 tra indice OMPZ e indice dei con-

tratti Italtate. Nei successivi quattro mesi, fino a settembre 2021, vi è invece stato un deciso ripiegamento dei listini delle materie prime alimentari: il corrispondente indice ha perso quasi 15 punti (circa il 10%), mentre l'indice europeo guadagnava il 3% e quello nazionale l'1,8%. Si assisteva in questo modo ad una nuova convergenza verso valori non molto dissimili dei tre indici parziali, cosicché il totale delle differenze assolute tra di loro presi a coppie è passato da 79 a 46 punti base.

A questo punto ha avuto inizio una fase in cui, sia pur con ritmi diversi, tutte le componenti dell'indice hanno intrapreso (per i costi di alimentazione) o accentuato (per gli altri indicatori) un cammino di crescita sostenuta, che ha toccato il suo apice tra giugno e dicembre 2022 (tab. 6.1).

In settembre 2021 l'indice parziale sui costi delle materie prime alimentari, malgrado il recente arretramento, manteneva con 127,8 il valore più elevato tra i tre, e la maggior crescita rispetto ad un anno prima (+34,8%). Otto mesi consecutivi con segno positivo hanno portato il valore, in maggio 2022, al livello di 190,1, con una crescita pari al +48,8%, ossia al +5,1% medio mensile. In giugno si è verificata una battuta d'arresto (-4,8%), cui hanno concorso l'arrivo sul mercato del nuovo raccolto per i cereali estivi, una riduzione della domanda zootecnica per soia e mais, e le piogge nel Nord Italia che, per quest'ultimo, hanno fugato i timori di un calo delle rese. Peraltro, dal mese successivo è ripresa la crescita di questa componente protrattasi fino a ottobre, anche se in questo mese la variazione è scesa sotto il mezzo punto percentuale; lo scarto rispetto allo stesso mese del 2021 era arrivato ad un massimo in settembre, con un +53%, mentre in ottobre è sceso a +39%.

La fase di crescita dell'indice parziale sul mercato europeo è iniziata in anticipo rispetto al precedente, ma si è anche conclusa prima ed è stata relativamente più breve e più intensa: mentre l'indicatore ora visto ha messo a segno, nei tredici mesi tra settembre 2021 e ottobre 2022, un complessivo +53%, quello che considera le commodity lattiero-casearie continentali ha registrato, in undici mesi tra luglio 2021 e giugno 2022, un +66%. La brusca accelerazione osservata a partire da luglio 2021 ha fatto sì che la differenza rispetto allo stesso mese dell'anno precedente sia passata, negli undici mesi, da +12% a +61%. È emblematico osservare che, a seguito di questa diversa velocità in un comune processo di crescita delle due componenti, in giugno 2022 il valore dell'indice "europeo" ha superato quello dell'indice "materie prime", cosa che non si verificava da oltre due anni.

L'indicatore parziale riferito ai listini lattiero-caseari nazionali è tipicamente meno dinamico rispetto ai due precedenti, mostrando variazioni più contenute e maggiormente diluite nel tempo; la fase di crescita a cavallo tra

Tab. 6.1 - Indici del prezzo interprofessionale simulato del latte in Lombardia, luglio 2021 - giugno 2023

	Indice complessivo		Componente nazionale		Componente esterna		Componente materie prime	
	var. % 12 mesi	2010 = 100	var. % 12 mesi	2010 = 100	var. % 12 mesi	2010 = 100	var. % 12 mesi	2010 = 100
lug-21	+19,44	124,037	+12,47	109,977	+7,55	104,597	+38,45	133,182
ago-21	+19,35	125,135	+12,51	110,987	+7,26	104,418	+42,95	138,228
set-21	+16,68	121,952	+15,85	115,492	+6,54	104,759	+34,80	127,818
ott-21	+19,96	127,698	+24,60	124,258	+5,43	105,318	+43,53	141,313
nov-21	+22,76	134,101	+35,63	136,323	+4,18	107,380	+46,09	152,959
dic-21	+24,19	139,184	+45,44	146,406	+3,87	108,260	+43,97	155,523
gen-22	+23,91	142,723	+51,63	154,973	+3,51	108,160	+35,37	156,738
feb-22	+23,69	145,901	+51,45	159,874	+4,91	110,322	+30,07	159,573
mar-22	+30,92	157,548	+53,66	169,946	+7,65	111,999	+49,12	188,245
apr-22	+30,44	161,477	+62,73	180,531	+13,92	117,193	+40,97	189,481
mag-22	+32,67	167,064	+60,07	179,566	+18,29	121,767	+33,47	190,138
giu-22	+34,91	166,084	+60,92	182,294	+19,21	123,812	+36,52	181,051
lug-22	+35,80	168,447	+62,19	178,375	+19,95	125,463	+37,42	183,013
ago-22	+37,20	171,687	+58,01	175,372	+21,86	127,246	+40,22	193,819
set-22	+41,19	172,190	+52,87	176,551	+26,94	132,983	+52,72	195,200
ott-22	+37,46	175,527	+39,94	173,882	+28,57	135,408	+38,65	195,927
nov-22	+30,69	175,256	+19,17	162,451	+28,03	137,480	+26,62	193,675
dic-22	+22,43	170,398	+3,09	150,923	+27,00	137,492	+19,00	185,078
gen-23	+17,11	167,149	- 11,19	137,636	+24,27	134,410	+17,79	184,625
feb-23	+10,05	160,565	- 21,28	125,847	+20,83	133,301	+12,78	179,969
mar-23	- 1,88	154,592	- 25,29	126,961	+17,28	131,354	- 8,10	172,996
apr-23	- 5,84	152,045	- 30,53	125,413	+9,85	128,738	- 11,80	167,116
mag-23	- 10,73	149,131	- 30,38	125,009	+5,12	127,998	- 14,10	163,321
giu-23	- 16,01	139,489	- 30,01	127,594	+4,12	128,917	- 25,45	134,969

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati CCIAA, Kempten-Boerse, PZ, Ministerstwo Rolnictwa, European Milk Market Observatory.

2021 e 2022 offre un'ulteriore conferma di questo comportamento. In questo caso il punto di svolta si colloca tra aprile e maggio 2021, e la dinamica positiva si estende fino a dicembre 2022, coprendo quindi ben venti mesi, ma la crescita complessiva in questo periodo è stata pari ad un "modesto" +33,7%, ossia a meno dell'1,5% medio mensile. Peraltro, è possibile identificare due sottoperiodi: il primo, tra aprile 2021 e marzo 2022, si è svolto con una crescita mensile media dello 0,8%, mentre nel secondo, tra marzo e dicembre 2022, anche il mercato nazionale è stato contagiato dalle dinamiche in atto in un contesto più globale, e la crescita mensile media si è portata ad un +2,3%.

Questa fase di sviluppo positivo del prezzo, di durata variabile a seconda delle sue componenti ma che si può sintetizzare nei tredici mesi di crescita ininterrotta dell'indice sintetico, è legata in primo luogo ad una domanda mondiale in evoluzione positiva, dato che quasi tutti i paesi sono usciti in que-

sto periodo dalla crisi pandemica e almeno quelli che si possono definire “emergenti” si sono perlopiù lasciati alle spalle la recessione. Contestualmente, si è osservata un’offerta frenata dalle cattive condizioni climatiche e dall’aumento dei costi, specie energetici ed alimentari. Il vento è successivamente cambiato, specie dal lato dell’offerta che tra il 2022 e il 2023 ha risposto all’andamento favorevole dei prezzi, e questo ha naturalmente spostato gli equilibri di mercato: si è così avviata una fase di riduzione del prezzo che si riflette in vario modo nelle componenti dell’indice OMPZ, coprendo grosso modo il primo semestre del 2023 per l’indice parziale “interno” e tutto (per l’indice “europeo”), o in parte (per l’indice “materie prime”), il secondo semestre del 2022.

L’indice parziale relativo al mercato nazionale aveva toccato il suo apice, come visto, in dicembre 2022 con un valore di 137,5; qui è avvenuta un’inversione che ha portato il dato, nel successivo maggio, a 128,0, con un calo del 6,9% in cinque mesi. Il valore di giugno 2023, peraltro, suggerisce che la situazione stia nuovamente evolvendo – ma naturalmente una conferma potrà venire dalle osservazioni successive – dato che, mentre i listini caseari in questo mese hanno presentato ancora qualche flessione, si è osservato un ravvivarsi della domanda di materia prima, testimoniata dalla crescita delle quotazioni del latte “libero”, e questo si è tradotto in un recupero di circa sette decimi di punto percentuale per questa componente.

Per la componente legata ai listini continentali dei derivati del latte, l’inversione si collocava già tra giugno e luglio 2022; da quest’ultimo mese la tendenza negativa è proseguita fino a febbraio 2023 (-31% in otto mesi), cui hanno fatto seguito tre mesi di oscillazioni su valori grossomodo costanti e, anche qui, segni di ripresa in giugno (+2,1%). In effetti già a fine 2022 i mercati *futures* lasciavano prevedere una probabile ripresa dei listini delle *commodity* lattiere a partire da marzo-aprile, mentre un relativo rallentamento della domanda ha probabilmente spostato questo recupero di due-tre mesi.

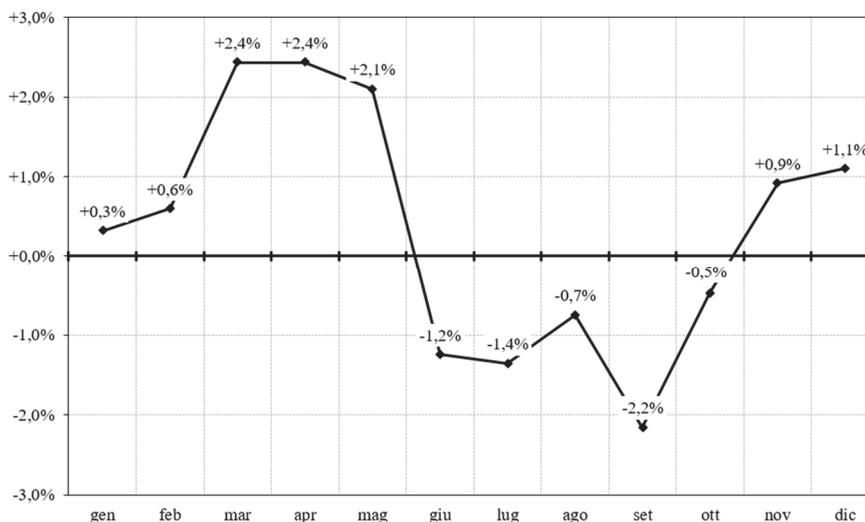
È invece senza interruzione, fino a metà del 2023, il ripiegamento dell’indice parziale relativo ai costi delle materie prime per l’alimentazione animale: dal punto di massimo locale di ottobre 2022, con il valore di 195,9, esso è sceso fino a 134,9 in giugno 2023, passando così nuovamente in questo mese sotto il valore dell’indice “europeo”. La riduzione in otto mesi è stata del 31,1%, pari al -4,6% medio mensile. Sia pur con un calcolo molto grossolano, si osserva che in ottobre 2022 l’indice “materie prime” superava la media aritmetica degli altri due di 41,3 punti base, mentre otto mesi dopo la differenza è scesa a 6,7 punti base; si è così verificata in questo lasso di tempo una relativa “deflazione da costi” che, indipendentemente dal “valore alla stalla” del latte, rende sostenibile anche un ridimensionamento nella sua remunerazione.

6.3. La stagionalità del prezzo alla stalla

Per analizzare la stagionalità dei prezzi del latte alla stalla, si procede innanzitutto al calcolo della loro media mobile centrata a dodici termini, successivamente si calcolano degli indici mensili di stagionalità grezza sottraendo mese per mese il valore della media mobile dal corrispondente, infine si calcola una media quinquennale per ciascun indice mensile. La media su cinque anni permette di eliminare, almeno in parte, l'effetto di fenomeni ciclici, anche se i risultati possono essere influenzati dalla presenza di eventuali trend. Nel nostro caso il calcolo dei coefficienti di stagionalità è riferito al periodo 2018-2022 (l'uso della media mobile a dodici termini impone il "sacrificio" dei primi e ultimi sei dati utilizzati; la disponibilità, al momento della redazione di questo capitolo, dei valori riferiti ai primi sei mesi del 2023 consente quindi un calcolo dei coefficienti che si estende fino a tutti i mesi del 2022), ed assume uno schema sostanzialmente rispondente all'andamento "standard", anche se i valori prevalentemente crescenti osservati per buona parte del periodo provocano verosimilmente un leggero spostamento in avanti dei punti critici della curva (fig. 6.3).

Il normale ciclo infra-annuale prevede di norma valori più elevati all'inizio

Fig. 6.3 - Coefficienti percentuali di stagionalità per l'indice del prezzo interprofessionale in Lombardia, media 2018-2022



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati CCIAA, Kempten-Boerse, PZ, Ministerstwo Rolnictwa, European Milk Market Observatory.

e alla fine dell'anno, più bassi invece nei mesi centrali che corrispondono al massimo della produzione. Si può infatti dire che, in assenza di una significativa stagionalità della domanda di derivati del latte, la variabilità infra-annuale del prezzo è sostanzialmente legata alla stagionalità dell'offerta. Nella media del quinquennio usato come base di riferimento, il massimo, in genere riscontrabile verso febbraio, cade fra marzo ed aprile con un +2,4%, mentre dopo il calo primaverile-estivo si tocca un primo minimo locale a luglio (-1,4%) e successivamente il minimo assoluto a settembre (-2,2%), salvo poi riguadagnare fino al +1,1% di dicembre.

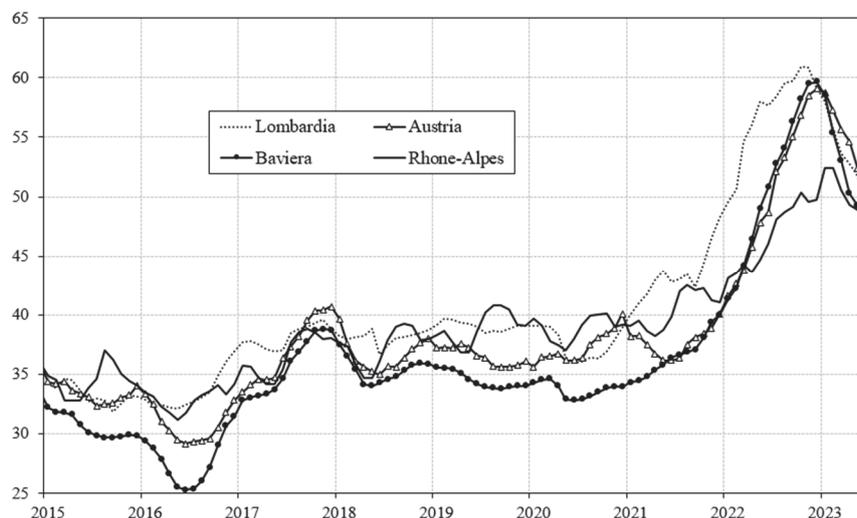
Va detto che la stagionalità della produzione, e quindi del prezzo del latte, è molto più contenuta in Italia rispetto a paesi dove l'allevamento è più estensivo e quindi i parti sono maggiormente legati alla disponibilità foraggera. In ogni caso, è interessante osservare l'evoluzione di questa stagionalità nel tempo. La media dei valori assoluti dei coefficienti mensili era andata gradualmente riducendosi, in tempi recenti, dal valore di 1,28% del periodo 2012-16 allo 0,98% del 2015-19, indicando quindi un processo di razionalizzazione nella gestione degli allevamenti. Tuttavia, negli anni più vicini si osserva il fenomeno opposto: tale valore è infatti risalito a 1,24% nel 2016-20 e ulteriormente a 1,36% nel 2017-21, salvo poi sostanzialmente stabilizzarsi con una leggera flessione a 1,32% nel 2018-22. Probabilmente l'aumento dei costi di alimentazione, in particolare per i foraggi, legato al cattivo andamento climatico che ha caratterizzato gli anni più recenti, ha indotto parte dei produttori ad un parziale ritorno indietro, cercando di localizzare le punte produttive nei momenti in cui la disponibilità foraggera è maggiore e più economica.

6.4. Il prezzo del latte alla stalla in Austria, Francia e Germania

Comprendere ed analizzare l'evoluzione del prezzo del latte alla stalla nel nostro Paese è certamente più agevole, se essa si confronta con ciò che accade nei principali paesi da cui importiamo materia prima per l'industria lattiero-casearia, ossia in Austria, in Germania ed in Francia (fig. 6.4). Benché nel tempo la dipendenza dall'approvvigionamento estero di materia prima dell'industria lattiero-casearia italiana si sia ridotta, al punto che oggi si può stimare una sostanziale autosufficienza, resta il fatto che flussi d'importazione ancora sussistono e rappresentano un'alternativa possibile alla fornitura di latte dalle stalle nazionali, influenzando in tal modo gli equilibri sul nostro mercato.

La serie impiegata per l'Austria deriva dalle rilevazioni effettuate da Agrarmarkt-Austria, l'agenzia del Ministero dell'Agricoltura che si occupa di

Fig. 6.4 - Confronto tra il prezzo del latte alla stalla in Lombardia, in Austria, in Baviera e nel Rhône-Alpes*, gennaio 2015 - giugno 2023 (euro per 100 litri, IVA inclusa)



* Prezzi ricondotti allo standard di 37 g/l di grasso e 34 g/l di proteine. Lombardia: prezzo interprofessionale simulato.

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati CCIAA, Kempten-Boerse, PZ, Ministerstwo Rolnictwa, European Milk Market Observatory, Agrar-Markt-Austria, BLE, FranceAgriMer.

raccogliere, analizzare e diffondere informazioni sui mercati agricoli e sono riferite alla media nazionale. Per la Germania, date le forti differenze nel livello e nella stagionalità del latte che si riscontrano tra le diverse aree produttive (a loro volta legate a differenze sensibili nella struttura degli allevamenti), si è scelto di impiegare le rilevazioni effettuate in passato da varie fonti, e oggi direttamente dal Ministero Federale l'Agricoltura e l'Alimentazione (BLE, Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft), relativamente alle quotazioni in Baviera, regione dalla quale provengono essenzialmente le importazioni tedesche delle nostre imprese. Anche per la Francia, in base ad analoghe considerazioni, le rilevazioni sono regionalizzate e quelle prese in considerazione si riferiscono alla regione Rhône-Alpes (la zona avente come capoluogo Lione), da cui in prevalenza provengono i flussi diretti verso il nostro Paese; esse erano curate fino a tre-quattro anni fa dall'ufficio interprofessionale per il latte (Onilait) sulla base di propri sondaggi, mentre oggi rientrano nelle attività dell'ufficio di prodotto unificato per tutti i prodotti dell'agricoltura, allevamento e pesca, FranceAgriMer.

Per le ragioni anzidette, in mancanza sia di una rilevazione sul prezzo alla

stalla del latte che si possa considerare rappresentativa per l'Italia, che di una quotazione concordata tra le parti, anche in questo caso si è fatto ricorso al prezzo simulato per la Lombardia dal sistema di indicizzazione realizzato da OMPZ. Al fine di rendere comparabili le quotazioni dei diversi paesi, tutti i prezzi, riportati allo standard comune di 37 grammi di grasso e 34 grammi di proteine per litro, sono espressi in centesimi per litro di latte e sono comprensivi di IVA; per questo i dati illustrati nella figura 6.4 e riportati nella tabella 6.2 non coincidono, per la Lombardia, con quelli discussi nel precedente paragrafo.

Nel comparare questi prezzi si deve ricordare che questo confronto non riflette appieno la convenienza per le imprese trasformatrici ad usare l'una o

Tab. 6.2 - Prezzo del latte alla stalla in Lombardia, in Austria, in Baviera e nel Rhone-Alpes, luglio 2021 - giugno 2023 *

	Prezzo latte Lombardia, IVA inclusa €/100 litri	Prezzo latte Austria, IVA inclusa €/100 litri	Scarto Austria/Lombardia %	Prezzo latte Baviera, IVA inclusa €/100 litri	Scarto Baviera/Lombardia %	Prezzo latte Rhône-Alpes, IVA inclusa €/100 litri	Scarto Rhône-Alpes/Lombardia %
lug-21	43,05	36,31	-15,6%	36,64	-14,9%	41,97	-2,5%
ago-21	43,43	37,48	-13,7%	36,84	-15,2%	42,47	-2,2%
set-21	42,32	38,11	-10,0%	37,07	-12,4%	42,12	-0,5%
ott-21	44,32	38,41	-13,3%	38,05	-14,1%	42,26	-4,6%
nov-21	46,54	38,89	-16,4%	39,38	-15,4%	41,22	-11,4%
dic-21	48,30	40,09	-17,0%	40,01	-17,2%	41,01	-15,1%
gen-22	49,53	41,56	-16,1%	41,34	-16,5%	43,08	-13,0%
feb-22	50,64	42,62	-15,8%	42,24	-16,6%	43,57	-14,0%
mar-22	54,68	43,76	-20,0%	44,18	-19,2%	44,20	-19,2%
apr-22	56,04	45,75	-18,4%	46,41	-17,2%	43,66	-22,1%
mag-22	57,98	47,84	-17,5%	49,03	-15,4%	44,70	-22,9%
giu-22	57,64	48,67	-15,6%	50,78	-11,9%	46,05	-20,1%
lug-22	58,46	52,08	-10,9%	52,77	-9,7%	48,10	-17,7%
ago-22	59,59	53,30	-10,5%	54,12	-9,2%	48,72	-18,2%
set-22	59,76	55,04	-7,9%	56,33	-5,7%	49,10	-17,8%
ott-22	60,92	56,88	-6,6%	58,20	-4,5%	50,38	-17,3%
nov-22	60,82	58,52	-3,8%	59,52	-2,1%	49,58	-18,5%
dic-22	59,14	59,08	-0,1%	59,67	+0,9%	49,77	-15,8%
gen-23	58,01	58,78	+1,3%	58,54	+0,9%	52,40	-9,7%
feb-23	55,73	57,25	+2,7%	55,39	-0,6%	52,41	-5,9%
mar-23	53,65	55,66	+3,7%	53,04	-1,1%	50,48	-5,9%
apr-23	52,77	54,61	+3,5%	50,26	-4,8%	49,35	-6,5%
mag-23	51,76	52,35	+1,2%	49,26	-4,8%	48,90	-5,5%
giu-23	48,41	-	-	-	-	-	-

* Prezzi ricondotti allo standard di 37 g/l di grasso e 34 g/l di proteine. Lombardia: prezzo interprofessionale simulato.

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati CCIAA, Kempten-Boerse, PZ, Ministerstwo Rolnictwa, European Milk Market Observatory, Agrarmarkt-Austria, BLE, FranceAgriMer.

l'altra fonte di approvvigionamento. In realtà, quando queste importano latte, lo pagano ad un prezzo che è legato al prezzo alla produzione (al quale comunque va aggiunto il costo di trasporto, che per carichi provenienti da Austria o Baviera può oggi essere valutato in circa quattro-cinque euro per 100 litri), ma se ne può discostare, anche in misura piuttosto ampia, a seconda di condizioni commerciali momentanee: si tratta infatti di un tipico mercato *spot*. Ne consegue che anche la misura dello scostamento percentuale tra i diversi prezzi, non va tanto considerata in termini assoluti, ma piuttosto studiata nella sua evoluzione.

Dopo anni in cui le diverse serie di prezzo prese in esame avevano mostrato oscillazioni non sempre sincrone e di ampiezza diversificata, traducendosi così in scostamenti anche rilevanti tra di loro, l'inizio del 2018 ha rappresentato un momento di notevole riavvicinamento: le quotazioni si sono infatti collocate in gennaio di quell'anno tra un minimo di 37,48 cent/litro per la Baviera e un massimo di 39,66 cent/litro per l'Austria: la somma delle sei differenze assolute calcolate tra le serie prese a coppie era pari a 7,18 cent/litro, mentre a titolo di confronto un anno prima sfiorava i 17 centesimi.

Nel gennaio 2018 il prezzo austriaco si collocava, per il quinto mese consecutivo, sopra quello lombardo, ma già da febbraio si ristabiliva il rapporto storicamente più frequente: nei 120 mesi tra inizio 2008 e fine 2017, il prezzo dell'Austria aveva superato quello della Lombardia in 38 casi, mentre in 82 mesi era accaduto l'opposto. Lo scostamento è rimasto positivo, salendo al 9% del prezzo lombardo in maggio e mantenendosi poi prevalentemente tra il 4% e il 6%, fino a giugno 2000, quando a conclusione di quattro mesi di calo del prezzo lombardo questo passa nuovamente sotto quello austriaco, rimanendoci fino alla fine dell'anno. Con l'avvio del 2021 la situazione cambia nuovamente: mentre il prezzo austriaco perde, tra dicembre e maggio, quasi il 10%, passando da 40,1 a 36,2 cent/litro, quello lombardo guadagna nello stesso periodo oltre il 12%; la differenza tra prezzo lombardo e austriaco torna ad essere positiva già da gennaio e sale a due cifre percentuali da marzo, restandovi fino ad agosto 2022, mese in cui ai 59,6 centesimi in Lombardia si contrappongono i 53,3 centesimi di oltre Brennero. Al culmine di 15 mesi di crescita tumultuosa il prezzo lombardo ha guadagnato quasi 16 centesimi, quello austriaco poco oltre 17. Tuttavia, nella chiusura del 2022 cambia ulteriormente il rapporto tra i due mercati: la crescita del prezzo italiano si fa più lenta e si esaurisce in novembre, quella del prezzo austriaco prosegue invece sostenuta e arriva fino a dicembre; in questo lasso di tempo la distanza tra i due si azzerava rapidamente e il prezzo austriaco si manterrà poi sopra quello lombardo nei primi cinque mesi del 2023.

Se i periodi in cui il prezzo austriaco passa sopra quello lombardo hanno

natura congiunturale, al contrario questo fenomeno si avvera talora per il prezzo del Rhône-Alpes ma su base stagionale: la forte stagionalità del prezzo del latte in Francia, che si caratterizza per una fase di crescita già verso metà anno, fa sì che questa inversione di ruoli si osserva, a partire dall'inizio del 2018, nei periodi luglio-ottobre 2018, luglio 2019-febbraio 2020 e maggio-dicembre 2020. Peraltro, nell'intero triennio 2018-2020, gli scarti tra i prezzi della Lombardia e del Lionese, positivi o negativi, non superano mai il 10% tranne che nei mesi di maggio 2018 e settembre 2020. La divaricazione tra le due serie si crea però nella prima metà del 2021, quando il prezzo lombardo sta conoscendo una prima fase di crescita, mentre quello francese cala stagionalmente: in aprile e maggio il primo eccede così il secondo dell'11% e, dopo un temporaneo riavvicinamento nella seconda metà del 2021, uno scarto percentuale a due cifre si mantiene per l'intero anno 2022, quando la differenza tra i due valori oscilla tra i 6 e i 13 centesimi per litro. Ancora una volta il 2023 porta delle novità: il calo del prezzo francese è più contenuto rispetto a quello lombardo, e il differenziale tra i due, che era del 18% in novembre 2022 e del 15% in dicembre, scende al 5% in maggio 2023.

A differenza dei precedenti, il prezzo bavarese rimane costantemente inferiore a quello lombardo per l'intera durata degli ultimi 5-6 anni, con la parziale eccezione di due mesi a cavallo tra il 2022 e il 2023, ma lo scarto tra le due serie presenta comunque momenti di rafforzamento e altri invece in cui si assottiglia. In dicembre 2017 i due valori erano pressoché sovrapposti: il dato lombardo superava quello bavarese appena di 0,4 punti percentuali. Un ripiegamento dei valori tedeschi portava però il differenziale a superare il 10% in aprile e maggio 2018, mentre in giugno un ridimensionamento del prezzo lombardo riconduceva questo scarto al 6% circa, valore attorno al quale esso si manteneva per la restante parte dell'anno. Come nel caso austriaco, anche per il prezzo bavarese una fase di crescita grossomodo parallela a quella lombarda, sino agli ultimi mesi del 2022, si traduceva in una certa stabilità del rapporto tra le due serie; in questo quadro, si riscontra tuttavia una relativa accelerazione del dato lombardo tra dicembre 2018 e maggio 2019, il fenomeno opposto tra aprile e giugno 2020 e ancora un rafforzamento dello scarto tra ottobre 2020 e maggio 2021, quando si toccava un massimo locale con un valore di 18,2%, che sarà superato unicamente dal 19,2% del marzo 2022. Dopo quest'ultimo mese, tuttavia, il prezzo bavarese ha inizialmente palesato un maggior dinamismo, fino alla fine del 2022 (mentre il prezzo lombardo aveva visto il culmine in ottobre), poi nei primi mesi del 2023 un regresso più marcato: dalla differenza superiore al 19% in marzo 2022 si passava infatti ad un +6% circa in settembre, successivamente a -0,9% in dicembre e gennaio, fino a tornare a un +4,8% in maggio 2023.

7. L'INDUSTRIA DI TRASFORMAZIONE

7.1. La struttura

Nel 2021 l'industria alimentare del nostro Paese ha fatturato 155 miliardi di euro, facendo registrare un'ulteriore crescita (+8,4%), dopo gli aumenti di circa il 3% dei due anni precedenti. Un dato fortemente positivo che evidenzia il superamento delle diverse difficoltà, che la pandemia ha comportato, e la capacità del settore alimentare di crescere e di trovare nuovi mercati di sbocco.

In particolare, le esportazioni fanno registrare una crescita di quasi l'11% oltrepassando la soglia dei 40 miliardi; sono 50,1 considerando l'intero sistema agro-alimentare. Nel 2021 la domanda interna di prodotti alimentari cresce complessivamente ancora del 6,1%, una percentuale inusuale per un comparto stagnante oramai da diversi anni e che segue il circa +7% del 2020. Una crescita che deve tener conto della ripresa ancora parziale da parte della ristorazione fuori casa e del fatto che i consumi totali alimentari non hanno ancora raggiunto il valore complessivo del 2019 di 250 miliardi.

Su questo andamento, comunque positivo, incombe la crescita dei prezzi delle materie prime, che impattano a tutti i livelli sulla filiera alimentare, e che per lo più sono stati inizialmente assorbiti attraverso la compressione dei margini dei diversi operatori. Il proseguire di questa tendenza porterà alla necessità di riversare sui prezzi finali questi aumenti, con una attesa crescita del livello inflazionistico e una perdita del potere di acquisto da parte delle famiglie, se il reddito resterà stabile.

Il contributo del comparto lattiero-caseario, attorno all'11%, risulta da una crescita del fatturato del 2%; il giro d'affari dell'industria lattiero-casearia si attesta nel 2021, per Assolatte, a 16,7 miliardi di euro. Anche in questo caso fa da traino la domanda estera con una crescita attorno al 13%, a cui si è contrapposto un calo della domanda interna, dopo la forte crescita del 2020. Sui mercati esteri continuano le buone performance dei formaggi che complessi-

vamente sfiorano il +13% di incremento. Ben al di sotto dei 10 miliardi di euro sono i fatturati degli altri comparti, ad eccezione del vitivinicolo e del dolciario, rispettivamente con 11,6 e 14,6 miliardi di euro.

Il dato del 2021, rafforza la posizione della trasformazione alimentare come seconda realtà produttiva nel complesso del manifatturiero e come la prima filiera economica del Paese. Questi dati, come riportato da Istat, sono il risultato dell'opera di circa 50 mila imprese alimentari, che impiegano oltre 400 mila lavoratori: il comparto lattiero-caseario vi contribuisce con meno di 2 mila aziende e 25 mila addetti.

Di seguito, sulla base dei dati Istat aggiornati al 2021, vengono illustrati i più recenti cambiamenti strutturali dell'industria lattiero-casearia e la localizzazione dei suoi impianti, dando anche alcune indicazioni sulle tendenze di medio-lungo periodo. Va tuttavia premesso che le serie storiche fornite dall'Istat sono state oggetto di ripetuti aggiustamenti, non sempre comprensibili e talora in contrasto con i cambiamenti in atto nell'industria lattiero-casearia.

7.1.1. Il numero e la dimensione delle imprese

Alla fine del 2021, nell'industria lattiero-casearia italiana calano a 1.940 le unità locali operanti (tab. 7.1). Partendo dal 1981, il processo evolutivo ha comportato la scomparsa di 1.596 stabilimenti, corrispondenti ad un calo complessivo del 45,1%. Nell'ultimo decennio, sulla base dei dati Istat, la tendenza è rimasta sostanzialmente stabile, evidenziando un leggero e costante calo. Si assiste poi, nel 2015, ad una accelerazione nella tendenza negativa, che porta il numero complessivo degli stabilimenti per la prima volta sotto la soglia delle due mila unità. Seguono anni altalenanti, dove emerge il dato del 2018 che fa registrare il livello più basso nel numero di unità locali dal 1981, che viene raggiunto nuovamente nel 2021. Questo andamento conferma, come già sottolineato in edizioni precedenti di questo Rapporto, che per quanto si faccia

Tab. 7.1 - Unità locali attive nell'industria lattiero-casearia in Italia nel 1981-2021

<i>Unità locali</i>	<i>1981</i>	<i>1991</i>	<i>2001</i>	<i>2011</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>
Attive totali	3.536	2.750	2.275	2.071	2.022	1.940	1.987	1.953	1.940
Di cui attive nella raccolta del latte vaccino									
numero	3.426	2.597	1.827	1.432	1.114	1.242	1.141	1.222	1.260
% sul totale	96,9	94,4	80,3	69,1	55,6	64,0	57,4	62,6	64,9

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

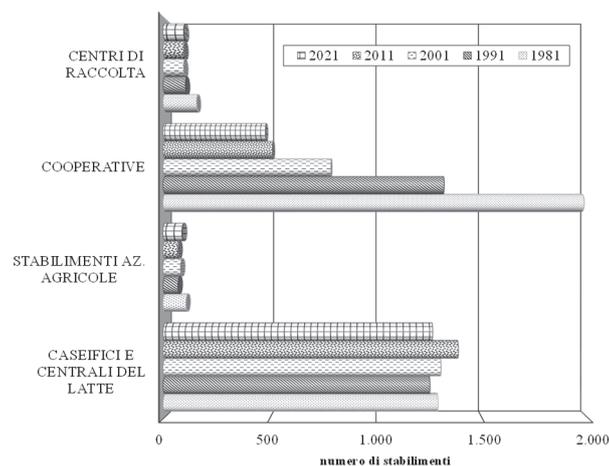
riferimento a strutture operative, la serie storica manifesta delle oscillazioni più o meno forti, in positivo e in negativo, a volte riassorbite nelle rilevazioni successive. A partire dal 2010 queste fluttuazioni avvengono attorno alle 2.000 unità. La media degli stabilimenti presenti negli ultimi 20 anni si aggira sulle 2.117 unità, che scendono a 1.992 per gli ultimi 10 anni e a 1.964 per l'ultimo quinquennio.

Questi dati riguardano le unità locali e non le imprese; comunque sicuramente i cambiamenti in atto sono, almeno in parte, imputabili ai raggruppamenti di imprese di una certa rilevanza che si sono venuti a creare già durante gli anni '90 in risposta al processo di globalizzazione e alla costituzione del Mercato Unico europeo. I gruppi che si sono formati e che in alcuni casi sono già scomparsi, o si sono ridimensionati o sono stati a loro volta acquisiti, proseguono ancora nella loro opera di riorganizzazione in funzione degli obiettivi che si sono dati. I diversi interventi di divieto, messi in atto dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, ad operazioni tese ad un processo di crescita per vie esterne, hanno comportato un vincolo spesso insormontabile per alcuni grandi gruppi. Per questo ci si può attendere, nei prossimi anni, una sempre maggiore attenzione per una crescita sui mercati esteri e una maggiore competizione a livello nazionale da parte, non solo delle aziende leader, ma anche dei nuovi raggruppamenti di imprese derivanti da accordi, in parte esclusivamente commerciali.

Lo spostamento verso i paesi dell'Europa orientale della produzione di latte e della trasformazione casearia da parte di alcune aziende nazionali, estere e multinazionali potrebbe far aumentare la pressione sui prodotti a basso prezzo presenti sui nostri mercati. Viceversa, la domanda interna, per quanto sotto una certa pressione negativa in termini di reddito, sembrerebbe orientata a sostenere le produzioni nazionali di qualità, in particolare i prodotti tipici, struttura portante delle trasformazioni delle imprese nazionali e prodotti ad alta differenziazione spendibile nei diversi mercati. Va tuttavia sottolineato come la variabilità climatica oramai presente in tutte le aree e ultimamente la crescita dei costi di produzione in tutta la filiera possano creare diverse problematiche, sia riguardo le produzioni tutelate minori, sia nelle produzioni industriali, in particolare quelle dove la concorrenza sul prezzo è la strategia prevalente da parte delle imprese.

Prima di addentrarsi nell'analisi dei dati sulla struttura dell'industria lattiero-casearia, va premesso che, negli ultimi tre decenni, l'Istat ha proceduto diverse volte all'aggiornamento e aggiustamento dell'archivio sulle imprese lattiero-casearie. Pertanto, le relative serie storiche sembrano non avere le necessarie caratteristiche di continuità e di omogeneità per poter effettuare dei confronti intertemporali assoluti. Inoltre, nel periodo considerato, diverse

Fig. 7.1 - Numero di unità locali dell'industria lattiero-casearia italiana per tipologia di impresa nel 1981-2021



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

volte (1995, 1998, 1999, 2003, 2005, 2017, 2019 e 2020) il numero di unità locali è risultato tornare a crescere. Un aumento non trascurabile e soprattutto non in linea con una tendenza decrescente prima e relativamente stazionaria adesso; evoluzioni più allineate con i processi di riorganizzazione e di ristrutturazione aziendale in atto, se si escludono i mini-caseifici aziendali sorti presso gli allevamenti.

Delle 1.940 unità locali attive, nel 2021, la quota principale è costituita da “caseifici privati e centrali del latte”, che incide per il 65,3% (fig. 7.1). In termini evolutivi, la variazione recente della consistenza, maggiormente significativa, di queste unità locali era il calo di 62 operatori tra il 2014 e il 2015, una riduzione che aveva annullato la crescita degli anni precedenti. Successivamente nel 2016 e nel 2017 il loro numero era tornato a crescere rispettivamente di 5 e 24 unità locali. Dal 2018 si inverte nuovamente l'andamento con una perdita complessiva negli ultimi tre anni di circa 100 caseifici. Un numero totale simile a quello che era stato registrato nel lontano 1991 e di diverse decine inferiore a quello del 1981, data di inizio della serie. Nell'ultimo anno considerato il numero totale di caseifici torna a crescere di 15 unità.

Al secondo posto, in termini di numero di unità locali, si collocano le società cooperative con il 24,8%. Questo raggruppamento presenta una tendenza decrescente interrottesi nel 2008 con +17 unità locali, per poi l'anno dopo perderne ben 92. Nel 2013 il totale di queste unità locali scende per la prima volta

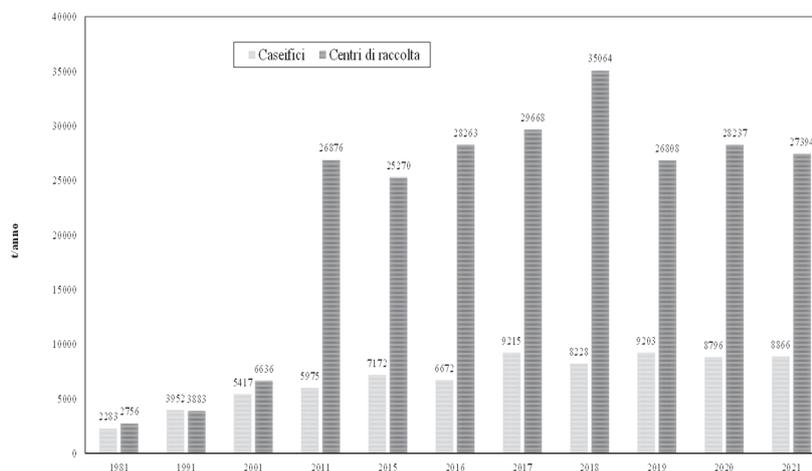
sotto le 500 unità, con un calo di 32 operatori. A partire dal 2014 sembra essersi stabilizzato attorno alle 440-450 unità, se si esclude il rialzo del 2017, +5,2%, del 2019 e anche del 2020, ambedue superiori al +4%. Una serie positiva, che riavvicina questi operatori alle 500 unità, interrottasi nel 2018 con un calo di 16 stabilimenti cooperativi e nell'ultimo anno con la perdita di quasi 10 unità. Rilevante risulta il calo rispetto al 1981, pari al 75,7%, del numero delle unità locali corrispondente a 1.496 cooperative in meno.

Nel 1981, le cooperative erano percentualmente il gruppo più rappresentato del comparto, con quasi 2.000 unità locali, corrispondente ad una quota sul totale del 55,9%. In termini di tendenze, la diminuzione delle unità locali appartenenti alle società cooperative in attività nel comparto lattiero-caseario è stata del 33,2%, tra il 1981 e il 1990, è cresciuta al 37,3% nella decade successiva e al 34,7% tra il 2001 e il 2010; infine, a partire dal 2010 il calo è stato di poco meno del 5%. Un fenomeno dunque particolarmente intenso, in particolare negli anni '90, legato ad un processo di espulsione/fusione/conversione di questa tipologia di operatori. Un fenomeno ancora in corso vista la presenza di molteplici realtà di piccola dimensione e della necessità di arrivare ad un dimensionamento che consenta di operare meglio sul mercato, nonostante l'apertura da parte della distribuzione moderna ai piccoli trasformatori locali.

Meno rilevante è, secondo i dati dell'Istat, il peso dei centri di raccolta: percentualmente rappresentano nel 2021 il 5,2% delle unità operanti nel comparto. Il loro numero risulta particolarmente altalenante a partire dalle 80 unità del 2007; nei 10 anni successivi il numero oscilla in positivo ed in negativo, attestandosi nel 2008 al massimo del periodo, 116 unità, ed arrivando nel 2018 a contarne solamente 82. Nel 2019 interviene un nuovo balzo in avanti, che porta i centri di raccolta ad un nuovo massimo storico, 118, a cui segue prima un leggero calo nel 2020 ed infine nel 2021 una riduzione più marcata, 14 unità locali in meno. Di questi, nel 2020 solamente 93, erano 69 nel 2018, risultavano operanti effettivamente nella raccolta del latte vaccino dalle aziende agricole.

Nel 2021, questa distinzione sembrerebbe sparita; infatti il numero totale delle unità locali risulta uguale al totale delle unità attive nella raccolta del latte dalle aziende agricole. I centri di raccolta sono unità locali che presentavano una raccolta media annuale di latte superiore a tutti gli altri raggruppamenti ed evidenziavano una tendenza fortemente crescente, a partire dal 2006, fino al massimo storico nel 2018, con oltre 35 mila t/anno (fig. 7.2). Quello che emerge dalla serie storica è che negli anni in cui si affacciano nuovi operatori, la crescita numerica delle unità locali comporta inizialmente un ridimensionamento verso il basso nella raccolta media a cui segue un periodo di riorganizzazione che di solito spinge verso una crescita nella raccolta, indi-

Fig. 7.2 - *Quantità media di latte raccolto per tipologia di unità locale in Italia nel 1981-2021*



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

cando come per questi operatori sia importante il raggiungimento di una efficienza di scala. La raccolta media per il 2021 scende sotto alle 28 mila t/anno.

Infine, la consistenza dei caseifici annessi ad aziende agricole, sostanzialmente stabile attorno alle 70 unità tra il 2004 e il 2011, evidenzia una certa oscillazione tra le 80 e le oltre 90 unità. La crescita nel 2019 le porta sulla soglia delle 100 unità (un numero maggiore si è riscontrato solo nel 2001), a cui segue un calo nel 2020 e nel 2021, che riavvicina il totale di questi operatori alle 90 unità. I caseifici annessi alle aziende agricole rappresentano circa il 5% del totale delle unità produttive.

Queste due ultime tipologie sono diminuite, al pari delle cooperative, di oltre il 30% tra il 1981 e il 1990; nel decennio successivo crescono del 22,5%, gli impianti annessi alle aziende agricole, mentre si riducono dell'1% i centri di raccolta. Nel periodo 2001-2010 gli stabilimenti delle aziende agricole perdono il 21,7% mentre i centri di raccolta salgono del 9,2%. Infine, nell'ultimo periodo i primi aumentano del 36,6% e le seconde del 16,2%.

7.1.2. *La specializzazione e la dimensione degli impianti*

Sulla base dei dati forniti dall'Istat e tralasciando i centri di raccolta – 101 unità, pari all'8% del totale delle unità operanti nella raccolta del latte vaccino,

che hanno ritirato il 21,2% del totale del latte consegnato nel 2021, per ridistribuirlo agli altri operatori lattiero-caseari – è possibile fare un confronto sulla distribuzione del latte raccolto e/o dei prodotti ottenuti dalla sua lavorazione, in base alle diverse dimensioni delle unità produttive ed alla loro tipologia. Va, inoltre, segnalato che, oltre a quanto indicato in precedenza sulla consistenza numerica degli operatori lattiero-caseari, nel 1990 l'Istat ha corretto i dati sul latte raccolto dalle unità locali. Il confronto fra i due anni estremi di riferimento consente comunque di ottenere delle indicazioni di massima.

L'universo delle unità locali viene suddiviso in 2 gruppi – le piccole (PU) e le medio-grandi (MGU) – usando come elemento discriminante un quantitativo annuo pari, a seconda delle tipologie considerate, a:

- 10.000 tonnellate di latte raccolto;
- la produzione di 10.000 tonnellate di latte alimentare e/o di lattiero-caseari freschi;
- la produzione di 100 tonnellate di burro;
- la produzione di 1.000 tonnellate di formaggi.

Questa suddivisione permette, in un comparto molto frammentato, di evidenziare le differenze e le capacità delle piccole unità, spesso a carattere artigianale, e degli altri operatori di maggiori dimensioni; il confronto tra il 1981 ed il 2021 consente, invece, di descrivere le specifiche dinamiche intervenute nei diversi segmenti.

A. La raccolta del latte

Nel 1981, nel gruppo delle Piccole Unità locali (PU), quelle con una raccolta annua inferiore a 10 mila tonnellate, si collocava il 96,4% degli stabilimenti per una raccolta complessiva di latte pari a poco più del 50% del totale. Per differenza, nell'aggregato costituito dalle Medie e Grandi Unità locali (MGU) operavano i restanti 118 stabilimenti; il 3,6% del totale, con il 49,4% del latte raccolto (tab. 7.2). A distanza di quasi quarant'anni, questo secondo gruppo, 217 unità, rappresenta il 19,2% degli operatori e raccoglie l'81% del latte. Nell'arco di tempo considerato il flusso di raccolta del latte è stato appannaggio delle unità con più di dieci mila tonnellate/anno, con un divario sempre più pronunciato fra i due raggruppamenti. Tuttavia, nel 2010 si era registrato un calo nelle quantità di latte raccolto dalle unità di maggiore dimensione (oltre le 50 mila tonnellate), scese numericamente da 26 a 20, per il flusso di latte dirottato nei centri di raccolta (fig. 7.3). Ancora una volta la situazione appare molto fluida, in particolare a causa dei possibili cambi di classe di ampiezza degli operatori.

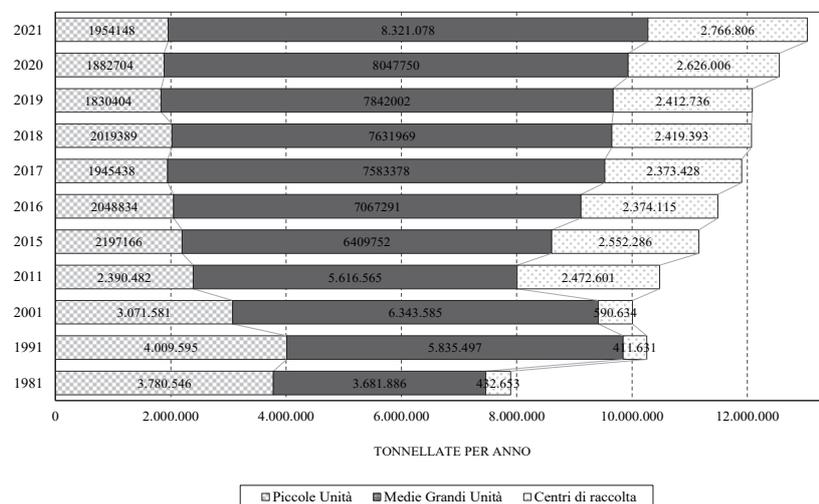
Tab. 7.2 - Ripartizione delle unità locali operanti nella raccolta del latte in Italia (esclusi i centri di raccolta) in piccole e medio-grandi (a) nel 1981-2021

	PU		MGU		Totale	
	n.	latte raccolto (.000 t)	n.	latte raccolto (.000 t)	n.	latte raccolto (.000 t)
1981	3.151	3.781	118	3.682	3.269	7.462
1991	2.294	4.010	197	5.835	2.491	9.845
2001	1.547	3.071	191	6.344	1.738	9.415
2011	1.155	2.390	185	5.617	1.340	8.007
2017	832	1.945	202	7.583	1.034	9.529
2018	962	2.019	211	7.632	1.173	9.651
2019	842	1.830	209	7.842	1.051	9.672
2020	912	1.883	217	8.048	1.129	9.930
2021	926	1.954	233	8.321	1.159	10.275

(a) Le unità locali piccole sono quelle che raccolgono meno di 10.000 tonnellate/anno di latte. Tutte le altre rientrano nella categoria delle medio-grandi.
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

Nel 2021, nelle classi maggiori, le 80 unità operanti (+7 rispetto al 2020), aumentano la loro quota raccolta (+2,5%) grazie al passaggio di 2 unità nella classe tra le 30 mila e le 50 mila t/anno e di ben 5 nella classe oltre le 50 mila t/anno. In generale per tutte le classi considerate dall'Istat, si osserva una cre-

Fig. 7.3 - Quantità totale di latte raccolto per caratteristica degli operatori in Italia nel 1981-2021



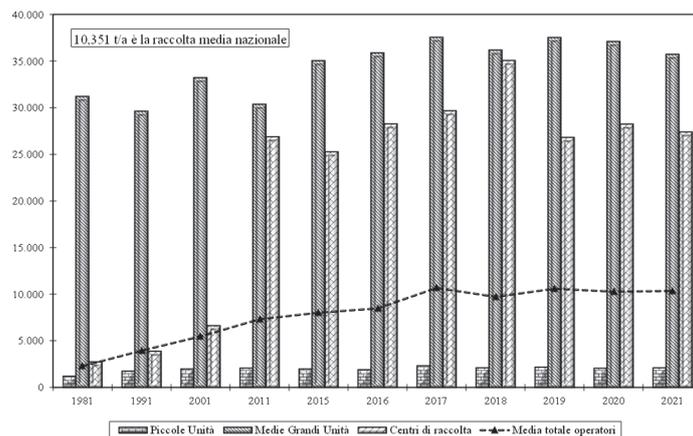
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

scita della raccolta totale più o meno intensa.

La diminuzione, tra il 1981 e il 2021 delle PU (-70,6%) e l'aumento delle MGU (+97,5%) ha comportato anche una crescita del 288,4% della quantità media di latte raccolto per singolo caseificio (fig. 7.4). Il dato italiano pur restando nel 2021 oltre le 10 mila tonnellate/anno, permane distante dalla media dell'Unione Europea, ed in particolare da quella degli altri paesi grandi produttori o trasformatori di latte, francesi e tedeschi. Nello specifico, il dato relativo ai centri di raccolta, che era arrivato a superare le 30 mila tonnellate nel 2012, per poi arretrare, sotto alle 24 mila tonnellate nel 2014, è tornato a crescere fino al 2018, stabilendo il nuovo limite superiore con 35,1 mila tonnellate; nel 2021, torna a calare facendo registrare una raccolta media pari a 27,4 mila tonnellate per anno.

Le PU hanno aumentato la loro produzione media del 75,9%, inizialmente in seguito al calo delle piccolissime aziende, quelle con una raccolta non superiore a 1.000 tonnellate per anno, passate dalle 2.049 unità del 1981 alle 607 del 2005 (-68,4%). Queste ultime, in seguito, sono cresciute e diminuite diverse volte, per arrivare nel 2021 a 474 unità, +74 rispetto al 2019. Permane il gruppo più numeroso, pari al 40,9% del totale dei caseifici e raccoglie solamente l'1,9% del totale del latte. L'evoluzione positiva della raccolta media di latte a livello nazionale è stata inizialmente legata alla crescita dimensionale delle piccole unità, piuttosto che a quella delle unità più grandi. Queste ultime, infatti, presentano una raccolta media sostanzialmente identica, +2,2%, tra il

Fig.7.4- Quantità media di latte raccolto per dimensione delle unità locali in Italia nel 1981-2021



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

1981 ed il 2007, poi una crescita dell'8,3% tra il 2007 e il 2009, ed infine evidenziano piccole oscillazioni, in positivo o in negativo, negli ultimi anni considerati.

In effetti, partendo dal 1981 e fino al 1988, il gruppo delle MGU registra una relativa stabilità nella raccolta media per impianto; in seguito, attorno ai primi anni '90, si assiste ad un leggero calo, riassorbito successivamente. Se nel 1997 si era registrata la raccolta media più elevata, poi superata dal dato del 2009, pari a 34,5 mila tonnellate, successivamente il dato si attesta attorno alle 31 mila tonnellate. Dal 2012 torna a crescere fino a stabilire nel 2017 il nuovo primato nella raccolta media, 37,5 mila tonnellate; confermatosi anche nel 2019. Infine, nel 2020 torna a ridursi dell'-1,2%, calo che si amplifica nel 2021 con un -3,7%. Tuttavia, la quantità media raccolta dalle MGU permane negli ultimi anni nettamente superiore a quella che fanno registrare i centri di raccolta.

B. La trasformazione

Nel 1981, sul versante dei prodotti trasformati, 693 unità locali erano impegnate nella produzione di latte alimentare ed altri prodotti freschi; di queste 628 (90,6%) erano PU e trasformavano il 16,1% dei prodotti freschi, mentre le restanti 65 MGU producevano la quota rimanente, pari all'83,9% (tab. 7.3). Le unità impegnate nella produzione di burro erano 2.585, circa l'80% dei

Tab.7.3 - Ripartizione delle unità locali produttrici di latte alimentare ed altri latticini freschi in Italia (esclusi i centri di raccolta) in unità locali piccole e medio-grandi (a) in Italia nel 1981-2021

	PU		MGU		Totale	
	n.	produzione (.000 t)	n.	produzione (.000 t)	n.	produzione (.000 t)
1981	628	521	65	2.709	693	3.230
1991	264	372	85	3.103	349	3.476
2001	151	291	68	3.093	219	3.384
2011	145	162	52	3.017	197	3.179
2017	159	131	47	2.886	206	3.017
2018	187	176	44	2.814	231	2.990
2019	228	166	43	2.802	271	2.968
2020	240	158	46	2.819	286	2.978
2021	250	160	48	2.853	298	3.013

(a) Le unità locali piccole sono quelle che producono meno di 10.000 tonnellate/anno di prodotti lattiero-caseari freschi. Tutte le altre rientrano nella categoria delle medio-grandi.
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

Tab.7.4 - Ripartizione delle unità locali produttrici di burro in Italia (esclusi i centri di raccolta) in unità locali piccole e medio-grandi (a) in Italia nel 1981-2021

	PU		MGU		Totale	
	n.	produzione (.000 t)	n.	produzione (.000 t)	n.	produzione (.000 t)
1981	2.490	34	95	38	2.585	72
1991	1.632	34	120	68	1.752	102
2001	965	21	108	101	1.073	122
2011	462	11	89	91	551	102
2017	357	8	71	84	428	91
2018	354	8	76	90	430	97
2019	331	7	66	87	397	94
2020	327	6	66	86	393	92
2021	332	6	71	87	403	93

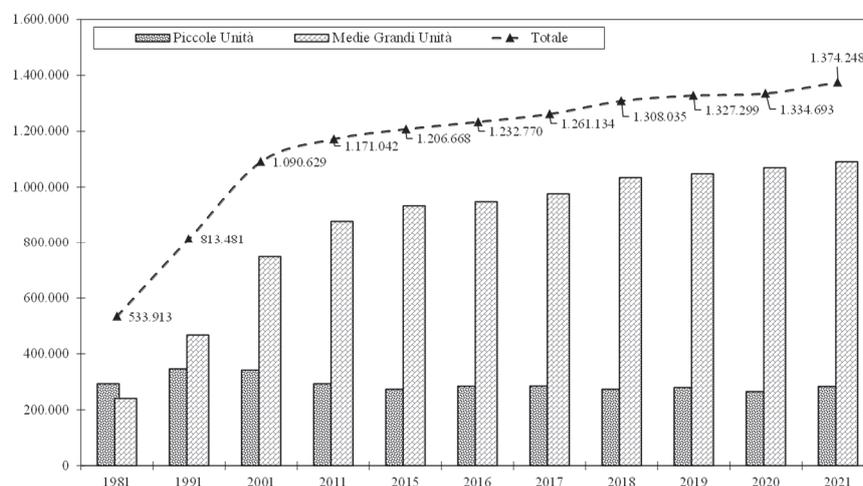
(a) Le unità locali piccole sono quelle che producono meno di 100 tonnellate/anno di burro. Tutte le altre rientrano nella categoria delle medio-grandi.
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

caseifici e delle centrali del latte effettivamente operanti; le PU assommavano a 2.490, pari alla quasi totalità (96,3%), e producevano complessivamente poco più di 34 mila tonnellate di burro, il 47,3% della produzione totale (tab. 7.4). Questo elevato numero di burrifici di piccola dimensione denotava come il burro fosse in molti casi solo un prodotto congiunto, un “sottoprodotto” della lavorazione del latte a formaggi duri. La quota rimanente della produzione di burro era ottenuta da 95 unità locali medio-grandi.

L’analisi del segmento dei formaggi deve essere condotta non dimenticandosi la particolare situazione italiana, caratterizzata da molteplici strutture artigianali o gestite da agricoltori associati in cooperative, dedite alle produzioni tipiche della nostra tradizione casearia, una realtà che in particolare, il rilancio dei prodotti tipici minori, sta nuovamente enfatizzando. Delle 3.016 unità operanti nel 1981, ben il 97,6% erano PU e producevano il 54,9% del totale dei formaggi; è questo l’unico segmento in cui le MGU, 71 unità corrispondenti al 2,5%, presentavano una produzione totale inferiore rispetto a quella delle PU (fig. 7.5). Solo nel 1985 le MGU arrivano a superare le produzioni delle PU. Anche in seguito pur amplificandosi, il divario non assume quella consistenza verificatasi per le altre produzioni (tab. 7.5). Tuttavia, nel 2013 le PU producono oramai solamente circa il 26% dei formaggi, una quota ridottasi negli ultimi anni attorno al 20%, con un passaggio sotto a questa percentuale nel 2020.

Analizzando i dati più recenti, il quadro complessivo nei diversi segmenti rimane sostanzialmente analogo a quello descritto in precedenza per la rac-

Fig. 7.5 - Produzione di formaggio per tipo di unità locale in Italia nel 1981-2021



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

colta del latte, con un incremento del peso delle MGU sia come numero di stabilimenti che come produzione, che diventano in tutti i casi prevalenti, per lo più per la forte diminuzione delle PU. Questi andamenti presentano, tuttavia, nei singoli segmenti considerati alcune peculiarità.

Tab. 7.5 - Ripartizione delle unità locali produttrici di formaggi in Italia (esclusi i centri di raccolta) in piccole e medio-grandi (a) nel 1981-2021

	PU		MGU		Totale	
	n.	produzione (.000 t)	n.	produzione (.000 t)	n.	produzione (.000 t)
1981	2.945	293	71	241	3.016	534
1991	2.260	346	159	467	2.419	813
2001	1.780	342	214	749	1.994	1.091
2011	1.473	294	242	877	1.715	1.171
2017	1.445	285	257	976	1.702	1.261
2018	1.395	274	257	1.034	1.652	1.308
2019	1.412	279	261	1.048	1.673	1.327
2020	1.379	265	261	1.069	1.640	1.335
2021	1.379	283	262	1.091	1.641	1.374

(a) Le unità locali piccole sono quelle che producono meno di 1.000 tonnellate/anno di formaggi. Tutte le altre rientrano nella categoria delle medio-grandi.

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

Per quanto riguarda i prodotti freschi, la produzione totale si modifica diminuendo del 6,7% tra il 1981 ed il 2021. Nondimeno questa produzione viene ora ottenuta da un numero sensibilmente inferiore di stabilimenti, il 57% in meno. Nel periodo considerato, il calo complessivo è per la maggior parte a carico delle PU, che fanno registrare un -60,2%. Le MGU calano numericamente del 26,2%, perdendo solamente 17 unità rispetto al lontano 1981 ed evidenziano una sostanziale tenuta negli ultimi anni. Dopo una crescita intervenuta a cavallo tra gli anni '80 e '90, la loro importanza numerica si aggira ora attorno alle 45 unità, 48 nel 2021. Anche la loro produzione totale evidenzia delle fasi altalenanti, pur crescendo rispetto al 1981, +5,3%; in particolare dal 2012 la quantità prodotta totale permane sotto ai 3 milioni di tonnellate, ben distante dal massimo raggiunto nel 1995 di oltre 4,3 milioni di tonnellate.

A livello di singolo impianto, la forte diminuzione delle PU consente una crescita del 116,9% della produzione media totale, nel confronto con il 1981. Si rileva come le 10,1 tonnellate per impresa, del 2021, evidenzino un netto calo che prosegue dopo il picco raggiunto nel 2010 e 2011 di oltre 16 tonnellate (-37,1%). La crescita registrata nel tempo può indicare la presenza, nel segmento, di economie di scala che possono essere ancora sfruttate, soprattutto mediante lo spostamento della produzione e l'accentramento della stessa in poche unità produttive. Tuttavia, rilevante appare, negli ultimi anni, la tenuta (in alcuni anni la crescita) delle piccole unità, forse imputabile agli stabilimenti annessi alle aziende agricole, una tipologia, legata alla trasformazione e valorizzazione del latte direttamente nell'ambito dell'azienda agricola, che vede un nuovo impulso nella ricerca da parte del consumatore e della distribuzione di un prodotto locale, semiartigianale, come verrà meglio indicato in seguito, e nel sostegno delle associazioni di categoria agricole.

Nel caso del segmento del burro, oltre alla forte riduzione numerica delle PU, (-86,7% tra il 1981 ed il 2021), si evidenzia un marcato aumento del prodotto ottenuto dalle MGU (nel 2021 il 93,1% del totale) e una crescita del 29% della produzione totale. Quest'ultima dopo un calo tendenziale, quasi costante, a partire dal 1999, nel 2018 torna ad aumentare (+6,9%), mentre dall'anno dopo risulta nuovamente in calo. Attualmente la produzione complessiva di burro è molto simile a quella della fine degli anni '80: un segmento che, pertanto, continua a mostrare andamenti altalenanti, legati a campagne a favore di prodotti succedanei quali gli olii e grassi vegetali, o della rivalutazione nutrizionale del prodotto, o della segmentazione del mercato che evidenzia la crescita di linee premium. Si segnala, la forte impennata dei prezzi nell'ultimo periodo che potrebbe avere conseguenze anche in termini di consumo. Il dato medio per impianto della produzione di burro registra una cre-

scita a tre cifre (+727,7%), passando da 28 a 230,8 tonnellate, tra il 1981 e il 2021. Inizialmente, l'incremento della produzione totale ed in seguito la scomparsa di molti piccoli operatori fanno sì che si potessero registrare incrementi medi per operatore, dalla metà degli anni '90 in avanti, fino al nuovo massimo raggiunto nel 2019. A partire dal 2001, il calo delle aziende medio/piccole (-65,6%) ha contribuito alla diminuzione della produzione totale e favorito al contempo quella media, non venendo completamente compensata dalle unità di maggiore dimensione.

Infine, le imprese impegnate nella produzione di formaggi evidenziano, tra il 1981 ed il 2021, un forte calo nelle PU (-53,2%) e una crescita importante delle MGU (+269%), accompagnati da un aumento sia della produzione totale (+157,4%) che di quella media (+373,1%). Dopo essere, nel 2014, scese sotto le 1.500 unità, le PU evidenziano andamenti oscillanti negli anni successivi; nel 2020 scendono sotto alle 1.400 unità e nel 2021 confermano il dato con 1.379 piccoli operatori. Considerando l'ultimo periodo, le MGU evidenziano anch'esse un andamento altalenante: calano nel 2016; crescono nel 2015, 2017 e nel 2019 e restano stabili nel 2018 e nel 2020, e troviamo 1 unità in più nel 2021 rispetto all'anno precedente. Complessivamente permangono, dal 2013, ben al di sotto delle 1.700 unità. I dati analizzati fino al 2004, ed in particolare la produzione media di formaggi delle PU, che era inizialmente cresciuta per poi oscillare tra le 180 e le 200 tonnellate/anno per stabilimento, avrebbero potuto suggerire una dimensione produttiva efficiente minima molto bassa e, dunque, delle tecnologie di lavorazione senza particolari economie di scala. Inoltre, la produzione media delle MGU, attestata attorno alle 3.200-3.700 tonnellate, negli anni considerati cresceva solo del 2%, indicando, quasi, un limite superiore invalicabile e, quindi, forse la presenza di diseconomie di scala.

Tuttavia, i cambiamenti intervenuti nel sistema distributivo e nei mercati di sbocco, hanno fatto sì che nel 2020, le imprese di maggiori dimensioni arrivino a superare la soglia dell'80% di quota sul complesso della produzione (79,4% nel 2021) e che le PU registrino una produzione media di 206 tonnellate, il dato più alto mai raggiunto; in percentuale una crescita del 6,9% rispetto al 2020. Le imprese dimensionalmente maggiori, quelle con oltre 2 mila tonnellate all'anno, attestano una produzione media di 6.739,4 tonnellate, un dato ancora in crescita, + 5,04% rispetto al 2019. Permane ancora il giudizio sulle difficoltà, da parte delle piccolissime imprese, di gestire efficacemente la fase della commercializzazione del prodotto: se tecnologicamente anche le PU possono essere efficienti, al tempo stesso esse soffrono maggiormente nella fase della commercializzazione e della promozione, dove la dimensione minima efficiente richiesta risulta sensibilmente superiore. Tutta-

via, per queste unità esistono o si stanno creando canali alternativi preferenziali, spesso a carattere locale.

7.1.3. La localizzazione degli impianti

La localizzazione geografica delle unità locali, che tuttora risultano dislocati in prevalenza nel Nord Italia (45,7%), evidenziava, oramai da diversi anni, una lenta ma costante perdita di importanza, relativamente al numero di unità locali, di quest'area a favore delle regioni del Centro e, in particolare, di quelle meridionali del Paese (tab. 7.6). Tra il 1981 ed il 2021, il calo totale, -45,1%, del numero di impianti risulta dalla riduzione nelle regioni del Nord (-68,8%), a cui si contrappone la crescita nel Sud (69,1%) e nel Centro (2,6%).

In termini di importanza percentuale, il Sud, attraverso questo processo di crescita arriva nel 2016 a superare numericamente le unità presenti nel Nord. Infine, il calo di 45 operatori, registrato nei dati del 2018, riporta il Sud indietro di 5 unità rispetto alle 889 presenti nel Nord del Paese. La crescita di quest'ultima area, nel 2019 ed il calo nel 2020, amplificano ulteriormente questa differenza con il Mezzogiorno, salita a 16 unità. Infine nel 2021, le due aree si avvicinano nuovamente molto a causa della perdita di 10 unità al Nord e alla crescita di 2 nel Mezzogiorno. Il Centro, viceversa, si mantiene con fasi crescenti e decrescenti non lontano dalle posizioni assolute che aveva nel 1981; dai 156 impianti presenti nel 1981 si arriva a 160 nel 2021.

Considerando due periodi separati, tra il 1981 ed il 1990 e tra il 1991 ed il 2000, nel Nord Italia si evidenzia un calo attorno al 30% in ambedue i periodi, mentre il numero di impianti al Sud e al Centro Italia cresce, anche se in maniera differenziata. A partire dal 2001, e fino al 2009, la consistenza nel Nord continua a diminuire, anche se ad un tasso minore, e rallenta il tasso di crescita

Tab. 7.6 - Ripartizione per aree geografiche delle unità locali dell'industria lattiero-casearia in Italia nel 1981-2021

	<i>Nord</i>	<i>Centro</i>	<i>Sud</i>	<i>Totale</i>
1981	2.855	156	525	3.536
1991	1.930	159	661	2.750
2001	1.304	169	802	2.275
2011	962	162	847	1.971
2017	910	163	929	2.002
2018	889	167	884	1.940
2019	915	166	906	1.987
2020	902	165	886	1.953
2021	892	160	888	1.940

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

al Centro e al Sud. Dal 2011 al 2021 l'andamento evidenzia dei cali e delle riprese che portano infine il Nord e il Sud sui dati appena presentati, mentre il Centro evidenzia ampie oscillazioni, crescendo fino a 175 unità nel 2014 per poi, con andamenti altalenanti, fermarsi ai citati 160.

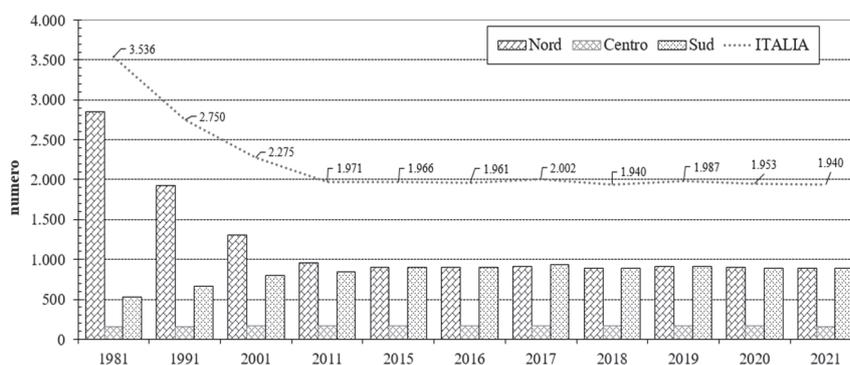
Si derivano dunque cambiamenti con intensità e variazioni differenziati per area e per anno. Una situazione che nell'ultimo periodo è diventata più dinamica in tutte le aree, ma in particolare nel Sud del Paese. In quest'area dopo un forte ridimensionamento, -148 aziende, continuato fino al 2011 (da 995 a 847 unità in tre anni) i numeri tornano prima a crescere, e poi ad oscillare attorno alle 900 unità con variazioni annuali, in positivo od in negativo, anche superiori alle 20 unità, nel 2021 diminuiscono di ulteriori 2 impianti, dopo averne persi 20 nel 2020.

Il percorso evolutivo rilevato nel periodo è stato, quindi, assolutamente diverso nelle tre aree del Paese, a causa delle differenti condizioni iniziali, infrastrutturali e sistema distributivo, ed in risposta ad una domanda complessiva, che in alcune aree permane in crescita e, pertanto, sembrerebbe ancora ampiamente superiore alle capacità produttive dell'industria di trasformazione locale. Questo divario tra domanda e offerta solo recentemente ha trovato un'ulteriore spinta al cambiamento nella oramai avviata evoluzione e modernizzazione del sistema distributivo locale, nella crescita della presenza di operatori nazionali ed esteri e nel rilancio di prodotti tipici registrati o anche tradizionali del territorio.

Comunque, le successive correzioni apportate alle serie storiche da Istat non consentono di evidenziare andamenti sicuri. La diminuzione degli impianti può trovare, infatti, spiegazione nei processi in atto di concentrazione delle produzioni o nell'evoluzione delle norme sanitarie o relative alla commercializzazione, quali per esempio l'etichettatura, più restrittive. Mentre l'andamento opposto non è sempre di facile interpretazione. Al di là di quanto indicato prima, potrebbe essere legato ad un più generale processo di frazionamento del tessuto produttivo in atto nel Mezzogiorno e all'utilizzazione delle nuove opportunità offerte dalle richieste di un consumatore, alla ricerca di prodotti artigianali o di alcune tipologie quali la mozzarella di bufala ottenuta fuori dall'area tipica di produzione. L'attuale rallentamento degli andamenti potrebbe significare sia una stabilizzazione strutturale, sia una pausa riflessiva visti gli andamenti e le attuali difficoltà di reperimento della materia prima.

Di certo, rimane la crescita delle forme distributive moderne, anche nel Sud Italia, e gli intensi accordi ed acquisizioni multiregionali effettuati negli ultimi anni, che hanno fortemente contribuito a cambiare radicalmente lo scenario competitivo di riferimento. Inoltre, la ricerca del prodotto tipico/tradi-

Fig. 7.6 - Ripartizione territoriale delle unità locali dell'industria lattiero-casearia in Italia nel 1981-2021



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

zionale da parte del consumatore e gli sforzi compiuti da organismi privati (si pensi anche alla grande distribuzione e non solo ad operatori locali) e pubblici per la valorizzazione delle produzioni del territorio, consentono alle imprese, anche di ridotte dimensioni, di trovare degli sbocchi su un mercato diverso da quello provinciale e regionale.

Alla luce di queste considerazioni, le differenze esistenti fra il Nord e il Centro-Sud del Paese (fig. 7.6) sono il risultato di un tessuto estremamente ricco di spirito imprenditoriale, capace di sfruttare le diverse condizioni ambientali. Le imprese devono comunque confrontarsi con le diverse strategie che l'allargamento del mercato, il processo di globalizzazione e di personificazione di massa dei consumi richiedono. In particolare alle imprese si domanda un'offerta di beni e ancor più di servizi atti a soddisfare le sfaccettate esigenze del cliente finale, ma anche le sempre più pressanti necessità organizzative, espositive e promozionali dettate dalla distribuzione.

Indirizzando l'analisi a livello della singola regione (tab. 7.7), gli ultimi dati disponibili riportano che, nel 2020, Puglia, Lombardia, Emilia-Romagna e Campania sono in ordine crescente le quattro regioni italiane in cui si concentrano il maggior numero d'unità locali produttive; singolarmente presentano oltre il 10% del numero totale di stabilimenti. Segue fortemente distanziato, con 123 unità locali, il Veneto. Sommando il peso di queste prime cinque regioni, tutte con oltre 100 unità locali, si riscontra un livello di concentrazione territoriale degli stabilimenti attorno al 63%.

Tab. 7.7 - Numero di unità produttive operanti nel settore lattiero-caseario, per tipo e regione nel 2020

Regioni	Caseifici e centrali del latte	Stabilimenti annessi ad aziende agricole	Stabilimenti di enti cooperativi agricoli (a)	Centri di raccolta	Totale
Piemonte	59	8	22	5	94
Valle d'Aosta	8	7	13	-	28
Liguria	11	1	1	-	13
Lombardia	122	12	78	23	235
Trentino Alto Adige	8	3	25	-	36
Veneto	68	4	42	9	123
Friuli-Venezia Giulia	18	2	22	6	48
Emilia-Romagna	101	20	195	9	325
Toscana	37	3	7	2	49
Umbria	15	-	-	1	16
Marche	9	3	4	2	18
Lazio	51	7	17	7	82
Abruzzo	25	-	2	4	31
Molise	36	1	5	1	43
Campania	278	15	19	16	328
Puglia	202	4	5	12	223
Basilicata	45	3	2	11	61
Calabria	64	2	2	1	69
Sicilia	51	1	7	4	63
Sardegna	43	1	22	2	68
Italia	1251	97	490	115	1953

Fonte: Istat.

La forte differenza numerica dell'Emilia-Romagna, è riconducibile soprattutto alla particolarità delle strutture produttive del Parmigiano Reggiano. Infatti, in Emilia-Romagna risiede il 39,8% del totale degli stabilimenti nazionali gestiti da cooperative e delle latterie turnarie e di prestanza, unità produttive dislocate ancora per circa l'81% nel Nord Italia. Questa forma societaria rappresenta il 60% del totale delle unità locali dell'Emilia-Romagna: dopo la crescita del 2012 era tornata a diminuire fortemente, -50 unità in due anni, per poi, prima restare stabile nel 2016, e ora tornare a oscillare attorno alle 190 unità negli ultimi 3 anni.

Non è in ogni caso la percentuale più elevata, poiché la provincia di Trento nel 2019 arriva al 71,4%. Rispetto agli anni passati questa categoria di operatori si è fortemente ridotta nel Friuli-Venezia Giulia e nella provincia di Bolzano. Quest'ultima evidenzia andamenti annuali molto altalenanti e molto

particolari, tanto più se si considera che il numero complessivo di unità locali, dal 2010 al 2019 varia solo di poche unità.

Complessivamente a livello nazionale, dopo anni di continua diminuzione le cooperative, dopo aver fatto registrare nel corso del 2008 la prima inversione di tendenza, con una crescita di ben 23 stabilimenti, l'anno dopo perdono oltre 90 stabilimenti. A partire dal 2010 l'andamento è molto ballerino con crescite e perdite anche consistenti da un anno con l'altro. Nel periodo 2010-2018 sono sparite 67 unità. Infine, nel 2019 e nel 2020 questa continua emorragia di imprese segna una ulteriore inversione, con una crescita di 41 unità.

In Campania e Puglia, con rispettivamente 328 e 223 unità, sono localizzati il 62,2% del totale degli impianti presenti nel Mezzogiorno. Sono sempre queste due regioni che assumono ormai rispettivamente la prima e la seconda posizione a livello nazionale per numero di "caseifici e centrali del latte", con 278 e 202 unità locali. Seguono, sempre nel 2020, Lombardia (122) e Emilia-Romagna (101), quest'ultima in deciso calo. Queste 4 regioni, con più di 100 stabilimenti, detengono il 56,2% del totale dei "caseifici e centrali del latte". Distanziate le altre regioni, Veneto (68), Calabria (64), Piemonte (59) e Lazio e Sicilia (51). Inoltre, nel 2020 si inverte nuovamente la tendenza dell'anno prima, e tutte le diverse aree tornano a perdere.

Nelle regioni meridionali la prevalenza delle società di capitale di carattere privato è netta. Questa forma giuridica rappresenta, globalmente, l'84% del totale delle unità locali presenti e mediamente, tolti pochi casi, sono ben oltre l'80% del totale degli operatori. Infatti, per esempio, se in Puglia ed in Calabria sono attorno al 90%, la Sardegna si discosta nettamente da questo fenomeno, registrando una percentuale di operatori privati del 63,2%, per la maggiore presenza di realtà cooperative, che pesano per oltre il 30%. Nel Centro Italia il peso dei caseifici supera il 90% in Umbria; seguono la Toscana con il 75,5%; più distanti, sempre nel 2020, Lazio, 62,2%, e Marche che scende al 50% dopo la chiusura di 2 caseifici. Nel Nord Italia, la Liguria e il Piemonte registrano la netta prevalenza di caseifici non sociali con percentuali, rispettivamente, dell'84,6% e del 62,7%. Le altre regioni presentano percentuali molto più basse. Emilia-Romagna e Trentino Alto Adige hanno la minor intensità di questa forma giuridica, 31,1 e 22,2%. Infine, gli stabilimenti annessi ad aziende agricole ed i centri di raccolta rappresentano complessivamente il 10,9% del totale delle unità locali operanti in Italia.

I centri di raccolta (5,9%), come indicato in precedenza tornano a diminuire, -3 unità operative nel 2020, pur confermando di essere una realtà anche numericamente importante, in particolare in Lombardia ed in misura minore in Veneto: rispettivamente hanno una quota del 9,8% e del 7,3%; in termini

percentuali rilevante il 18% in Basilicata. In alcune regioni questa tipologia di operatori non viene riportata dall'Istat.

In Emilia-Romagna si riscontra, anche nel 2020, il maggior numero di stabilimenti annessi ad aziende agricole, stabili attorno a 20 unità dopo la crescita dello scorso anno; rappresentano il 20,6% del totale nazionale; una certa rilevanza è presente in Campania, che è salita a 15 unità, seguono Lombardia, Piemonte con almeno 8 impianti. Tuttavia, sono Valle d'Aosta (con il 25%) e Marche (16,7%), le aree in cui questi operatori presentano il maggior peso percentuale, rispetto al totale delle unità produttive operanti nel comparto lattiero-caseario. Complessivamente il loro peso sul totale permane attorno al 5%.

7.2. Le produzioni

Dopo una sintetica descrizione dell'andamento della produzione dell'industria lattiero-casearia, si prendono in esame le disponibilità e gli utilizzi del latte di produzione nazionale e di importazione, e la situazione delle produzioni tutelate.

7.2.1. La situazione congiunturale

Attraverso l'analisi dell'evoluzione delle serie storiche degli indici della produzione industriale per grandi aggregati è possibile verificare come, a partire dai livelli precedenti la recessione globale iniziata nel 2007, i valori di questi indicatori si siano per lo più ridotti fino al 2014. Da quell'anno, certamente il peggiore, si assiste ad una ripresa lenta ma costante, seppur con qualche battuta di arresto, fino ad arrivare al 2020 e nuovamente ad una crisi generalizzata dell'economia. Un passaggio, fortemente negativo, per la maggior parte delle imprese manifatturiere, ad esclusione di alcuni comparti alimentari, quali quello lattiero-caseario. I dati più recenti attestano per lo più una decisa ripresa.

La perdita complessiva tra il 2007 e il 2014 è descritta da valori estremamente negativi: -30,7% per l'industria e le attività manifatturiere, -52,4% per i beni di consumo durevoli, -44,1% per i beni intermedi, -30,0% per i beni strumentali, -27,1% per l'energia e -45,4% per la produzione di gelati. Molto più contenute sono le perdite subite dall'industria alimentare (-1,2%), addirittura positivi gli andamenti dell'industria lattiero-casearia (+1,0%).

Il periodo successivo, ovvero a partire dal 2015 per arrivare al 2019, mostra una costante ripresa: in particolare l'industria recupera 5,1 punti percen-

tuali, le attività manifatturiere il 5,6% e i beni strumentali il 10,2%; andamenti incoraggianti in soli cinque anni anche se ben lontani dal ritornare ai livelli pre-crisi (tab. 7.8). Contemporaneamente l'industria alimentare segna un incremento di 7,2 punti.

Il 2020 mostra anche negli indici tutte le difficoltà che si sono manifestate.

L'arretramento è stato mediamente di quasi 8 punti percentuali, con punte attorno a 14 per i beni strumentali ed i gelati. L'industria alimentare, a causa di questo e del calo del comparto delle bevande evidenzia una discesa nell'indice di 2,4 punti, nonostante la crescita dell'industria lattiero-casearia. L'effetto della pandemia sugli operatori risulta pertanto evidente. Nel 2021 si assiste ad un rimbalzo e tutti gli indici risultano in crescita; complessivamente emerge un aumento medio di 8,9 punti percentuali. La crescita minore è quella registrata dall'industria lattiero-casearia, +1,7%, che durante la crisi aveva addirittura accelerato la sua tendenza positiva. Complessivamente torna positiva anche l'industria alimentare nel suo complesso, rilevando, con un +5,1% in un solo anno, un ritmo di crescita quasi doppio rispetto a quello complessivo tra il 2010 ed il 2020. Il comparto del gelato mostra un rimbalzo attestando un +5,0%. Nel 2022 la tendenza, seppur rallentata, risulta analoga, ad esclusione del settore energetico tornato negativo.

L'industria alimentare nel suo insieme conferma in maniera evidente la sua caratteristica di comparto anticiclico: se durante la crisi le attività manifatturiere arretravano di oltre 10 punti, l'industria alimentare lasciava sul terreno pochi punti percentuali e ad oggi si posiziona circa 10 punti al di sopra del livello 2007, mentre l'industria manifatturiera nel suo insieme attesta oltre 22 punti percentuali in meno; questo nonostante la perdita di quasi 36 punti da parte di un suo comparto, l'industria dei gelati.

L'*industria lattiero-casearia* nell'insieme durante la crisi perde più di altri comparti dell'industria alimentare proprio per effetto del crollo della produzione di gelati. Contemporaneamente, dimostra al contrario, una notevole vitalità la componente *attività lattiero-casearia* in senso stretto; cresce di circa 3 punti tra il 2007 e il 2015 ed evidenzia un +14,6% nei cinque anni successivi, a cui si aggiungono ulteriori 2 punti percentuali alla fine del 2022.

Il contesto congiunturale non particolarmente performante nel quale si trova ad operare il comparto lattiero-caseario viene chiaramente rappresentato dall'andamento dell'indice della produzione dei *beni di consumo non durevoli* (-10% nel periodo 2007-2015 e -7,4% nel 2015-2020), dei *beni di consumo durevoli* (-51,7% nel 2007-2015 e -3,5% nel 2015-2020) e dei *beni intermedi* (rispettivamente -44,3% e -9,2%). Complessivamente i dati disponibili al 2022 evidenziano una situazione di forte ripresa. Infatti, i dati del 2021 e del 2022 descrivono una situazione caratterizzata dalla crescita generalizzata per

Tab. 7.8 - Numeri indice della produzione dell'industria manifatturiera, alimentare e lattiero-casearia in Italia nel periodo 2000 - 2022 (2015=100)

	2000	2007	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Var % 2022/00	Var % 2022/10	Var % 2022/21
0040: beni intermedi	146,4	144,3	100,0	101,8	104,7	105,3	102,3	90,8	105,2	106,4	-39,9	-5,0	1,2
0050: beni strumentali	123,6	125,6	100,0	102,7	107,4	111,5	110,2	96,1	110,6	111,4	-12,1	9,0	0,9
0060: beni di consumo durevoli	166,1	151,9	100,0	102,8	108,0	107,8	108,9	96,5	118,4	119,0	-47,1	-1,0	0,5
0070: beni di consumo - non durevoli	109,9	110,0	100,0	99,8	101,4	103,9	104,3	92,6	98,8	99,3	-10,6	-8,3	0,5
0080: beni di consumo	118,3	116,1	100,0	100,2	102,4	104,5	105,0	93,2	101,8	102,3	-15,9	-7,0	0,5
0090: energia	110,1	124,8	100,0	99,4	101,6	99,9	100,4	95,4	97,4	96,0	-14,1	-18,3	-1,3
0020: TOTALE INDUSTRIA	127,1	129,0	100,0	101,4	104,5	106,2	105,1	93,6	104,9	105,5	-21,5	-3,1	0,6
ESCLUSE COSTRUZIONI													
C: attività manifatturiere	129,3	128,9	100,0	101,5	104,8	107,0	105,6	93,1	105,7	106,6	-22,7	-1,3	0,9
CA: industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	93,3	102,6	100,0	102,0	104,5	107,0	109,9	107,4	114,2	115,2	21,9	12,1	1,0
I0: industrie alimentari	90,2	100,8	100,0	101,8	102,4	104,6	107,2	104,7	109,8	110,5	20,3	8,7	0,7
I05: industria lattiero-casearia	94,8	102,3	100,0	101,4	104,2	107,1	109,2	111,9	114,0	114,8	20,0	15,1	0,9
I051: industria lattiero-casearia	88,7	97,1	100,0	102,6	104,0	107,7	110,0	114,6	116,4	116,3	27,6	18,6	0,0
I052: produzione di gelati	137,4	138,6	100,0	92,1	106,1	102,9	103,0	89,6	94,6	102,7	-34,7	-7,1	8,0
I10: industria delle bevande	92,3	103,76	100,0	101,1	106,0	111,1	116,9	113,2	126,1	128,3	36,0	26,0	2,2

Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat.

tutte le categorie considerate, escludendo il citato settore energetico. L'industria casearia, in senso stretto, rileva una crescita complessiva ridotta negli ultimi 2 anni, +1,7%, se confrontata con gli altri comparti e settori. In particolare all'interno dell'industria alimentare sono in forte ripresa l'industria delle bevande e quella dei gelati.

7.2.2. La disponibilità di latte e i suoi impieghi

L'indagine campionaria che l'Istat conduce sui caseifici e sugli altri centri di raccolta e di trattamento igienico del latte (tab. 7.9) fornisce i dati sulle disponibilità e sugli impieghi del latte fino al 2022. Nell'ultimo anno le consegne di latte vaccino superano i 12,8 milioni di tonnellate, evidenziando, tuttavia, un calo dell'1,8% rispetto all'anno precedente, dove erano state superati i 13 milioni di tonnellate, la quantità più elevata di sempre. Gli stessi dati, di fonte Agea, sono sostanzialmente analoghi: le consegne sono più alte di 46 mila tonnellate nel 2021 e di 171 mila l'anno seguente: probabilmente il dato Istat del 2022 è ancora provvisorio; la flessione su base annua, secondo Istat e Agea, è pari rispettivamente a -1,2% e a -0,8%, mentre l'anno prima la variazione era pari a +3,7% e a +3,6% (cfr. par. 4.1).

Con riferimento sempre al 2022, tra i prodotti ottenuti dall'impiego del latte consegnato, cala su base annua solamente la crema da consumo, -0,8%. Mentre risultano in crescita tutte le altre produzioni considerate: burro, +2%, latte alimentare, +1,6%, latte fermentato, +1% e i formaggi, +0,3%.

Le informazioni Agea relative alla campagna 2021/22 descrivono un settore che, rispetto al 1999/00, cresce del 31,6% con la produzione commercializzata (cioè le consegne in vendita diretta) massima proprio nell'ultima campagna. L'andamento desumibile dai dati Istat per il 2022 mostra una tendenza analoga (+24,0%) a quella fornita da Agea e, sempre a confronto con il 1999, rileva un incremento del 29,2% nella produzione di formaggi e crema da consumo, +17,1%. Ragguardevole risulta il calo del latte alimentare, -21,4%, del burro, -31,8% e del latte fermentato, -2,0%.

In tabella 7.10 si riportano i dati sul sistema latte in Italia ottenuti combinando le diverse fonti statistiche (Istat e Agea illustrati nei capitoli 3, 4 e 9 di questo Rapporto e Assolatte) con le nostre valutazioni. La produzione complessiva di latte delle aziende zootecniche in Italia nel 2021 presenta una crescita di 2,9 punti percentuali, mentre la componente estera (costituita da importazioni, al netto delle esportazioni, di latte in cisterna e cagliate, in equivalenti latte) perde un ulteriore 34,7%, dopo il calo del 25,1% del 2020; nuovamente si osserva un calo delle importazioni di latte in cisterna ed una crescita delle esportazioni delle cagliate. Di conseguenza, calano la quantità di latte

Tab. 7.9 - Consegne di latte vaccino e produzioni ottenute dal suo impiego in Italia nel 1999- 2022

	Consegne		Latte alimentare		Latte fermentato		Crema da consumo		Burro		Formaggi	
	.000 t	var. %	.000 t	var. %	.000 t	var. %	.000 t	var. %	.000 t	var. %	.000 t	var. %
1999	10.325,4		3.208,5		281,4		126,9		147,4		930,0	
2000	10.083,6	-2,3	2.943,9	-8,2	275,8	-2,0	118,9	-6,3	133,0	-9,7	927,2	-0,3
2001	10.005,8	-0,8	2.944,3	0,0	271,9	-1,4	96,6	-18,7	121,8	-8,4	948,7	2,3
2002	9.984,8	-0,2	2.952,1	0,3	264,4	-2,8	119,6	23,7	124,1	1,9	971,7	2,4
2003	9.991,8	0,1	2.911,2	-1,4	258,3	-2,3	113,2	-5,3	124,5	0,3	986,7	1,5
2004	9.969,2	-0,2	2.871,5	-1,4	232,4	-10,0	107,1	-5,4	121,1	-2,7	1.021,6	3,5
2005	10.216,4	2,5	2.908,8	1,3	292,5	25,8	121,9	13,8	124,1	2,5	1.054,0	3,2
2006	10.192,6	-0,2	2.884,1	-0,8	301,5	3,1	130,1	6,8	119,6	-3,6	1.048,9	-0,5
2007	10.265,2	0,7	2.851,5	-1,1	304,4	1,0	132,9	2,2	115,0	-3,8	1.038,4	-1,0
2008	10.489,4	2,2	2.760,4	-3,2	306,1	0,6	146,6	10,3	106,0	-7,9	1.046,9	0,8
2009	10.560,3	0,7	2.689,9	-2,6	295,1	-3,6	129,5	-11,7	107,0	1,0	1.071,8	2,4
2010	10.573,2	0,1	2.660,8	-1,1	310,9	5,4	128,3	-0,9	107,8	0,7	1.068,9	-0,3
2011	10.479,7	-0,9	2.653,1	-0,3	323,7	4,1	120,5	-6,1	102,4	-5,0	1.058,9	-0,9
2012	10.597,6	1,1	2.620,4	-1,2	329,0	1,6	117,6	-2,4	101,0	-1,4	1.091,0	3,0
2013	10.397,5	-1,9	2.563,1	-2,2	317,9	-3,4	118,2	0,5	98,4	-2,6	1.043,5	-4,4
2014	11.044,1	6,2	2.547,7	-0,6	315,1	-0,9	130,6	10,5	100,5	2,2	1.063,3	1,9
2015	11.159,2	1,0	2.511,0	-1,4	323,5	2,7	123,5	-5,4	95,9	-4,6	1.086,1	2,1
2016	11.490,2	3,0	2.428,0	-3,3	315,9	-2,3	131,3	6,3	95,4	-0,5	1.103,6	1,6
2017	11.902,2	3,6	2.459,0	1,3	325,0	2,9	132,1	0,6	91,2	-4,4	1.129,1	2,3
2018	12.070,8	1,4	2.469,6	0,4	276,0	-15,1	141,5	7,1	97,5	6,9	1.169,6	3,6
2019	12.085,1	0,1	2.479,1	0,4	252,8	-8,4	146,5	3,5	94,0	-3,6	1.186,0	1,4
2020	12.556,5	3,9	2.448,9	-1,2	278,8	10,3	145,5	-0,7	92,2	-1,9	1.212,6	2,2
2021	13.042,0	3,9	2.481,5	1,3	284,2	1,9	149,8	3,0	98,5	6,8	1.197,4	-1,3
2022	12.808,2	-1,8	2.521,6	1,6	286,9	1,0	148,6	-0,8	100,5	2,0	1.201,2	0,3

Fonte: Istat.

Tab. 7.10 - La disponibilità di latte di tutte le specie in Italia nel 2017-2021 (.000 t)

	2017	2018	2019	2020	2021	Var. % 2021/20
Totale latte						
Produzione complessiva	14.749,4	14.919,1	14.885,7	15.472,7	15.925,2	2,9%
Importazioni di prodotto in cisterna	1.492,8	1.481,4	1.593,6	1.307,6	887,7	-32,1%
Esportazioni di prodotto in cisterna	79,3	54,9	46,6	48,0	47,8	-0,4%
Importazioni di cagliate*	1.942,8	2.006,9	2.075,6	1.940,8	1.976,4	1,8%
Esportazioni di cagliate*	1.414,5	1.449,2	1.572,9	1.665,6	1.813,3	8,9%
Totale latte disponibile	16.691,1	16.903,2	16.935,4	17.007,6	16.928,1	-0,5%
Latte trasformato in azienda	1.070,2	1.075,3	1.067,5	1.111,6	1.114,5	0,3%
di cui utilizzato per formaggi aziendali	642,2	649,7	663,8	676,2	662,8	-2,0%
Allevamento redi	1.005,8	992,2	997,2	1.024,0	1.032,8	0,9%
Totale materia prima all'industria	14.615,1	14.835,7	14.870,7	14.872,1	14.780,8	-0,6%
Utilizzo per prodotti freschi**	2.930,0	2.899,4	2.890,7	2.885,3	2.931,1	1,6%
Utilizzo per formaggi industriali	11.709,3	12.434,7	12.594,7	12.795,5	12.969,1	1,3%
Impieghi industriali totali	14.660,8	15.353,6	15.506,3	15.701,8	15.919,2	1,4%
Latte vaccino						
Produzione complessiva	13.716,4	13.873,8	13.880,1	14.416,5	14.922,0	3,5%
Importazioni di prodotto in cisterna	1.492,8	1.481,4	1.593,6	1.307,6	887,7	-32,1%
Esportazioni di prodotto in cisterna	79,3	54,9	46,6	48,0	47,8	-0,4%
Importazioni di cagliate*	1.942,8	2.006,9	2.075,6	1.940,8	1.976,4	1,8%
Esportazioni di cagliate*	1.414,5	1.449,2	1.572,9	1.665,6	1.813,3	8,9%
Totale latte disponibile	15.658,1	15.857,9	15.929,8	15.951,4	15.924,9	-0,2%
Latte trasformato in azienda	944,6	950,0	940,0	980,0	990,0	1,0%
di cui utilizzato per formaggi aziendali	516,6	524,4	536,3	544,7	538,3	-1,2%
Allevamento redi	869,61	853,0	855,00	880,00	890,00	1,1%
Totale materia prima all'industria	13.843,9	14.054,9	14.134,8	14.091,4	14.044,9	-0,3%
Utilizzo per prodotti freschi**	2.930,0	2.899,4	2.890,7	2.885,3	2.931,1	1,6%
Utilizzo per formaggi industriali	10.938,1	11.653,9	11.858,8	12.014,7	12.233,2	1,8%
Utilizzo per altri prodotti	21,6	19,5	21,0	21,0	19,0	-9,5%
Impieghi industriali totali	13.889,6	14.572,8	14.770,4	14.921,0	15.183,3	1,8%
Latte ovino						
Produzione complessiva	572,5	563,6	519,4	558,8	517,1	-7,6%
Latte trasformato in azienda	100,0	99,3	100,8	102,8	99,4	-3,3%
Allevamento redi	99,3	100,3	101,3	101,7	100,4	-1,3%
Totale di materia prima all'industria	373,2	364,0	317,3	354,3	317,3	-10,7%
Impieghi industriali totali (formaggi)	373,2	364,0	317,3	354,3	317,3	-10,7%
Latte caprino						
Produzione complessiva	70,3	72,4	74,8	78,7	72,7	-7,7%
Latte trasformato in azienda	16,8	16,9	17,4	19,0	15,0	-21,0%
Allevamento redi	17,3	18,3	19,3	19,8	19,6	-1,0%
Totale di materia prima all'industria	36,2	37,2	38,1	40,0	38,1	-4,7%
Impieghi industriali totali	36,2	37,2	38,1	40,0	38,1	-4,7%
Latte di bufala						
Produzione complessiva	390,1	409,3	411,5	418,7	413,4	-1,3%
Latte trasformato in azienda	8,8	9,1	9,3	9,7	10,1	3,7%
Allevamento redi	19,58	20,6	21,58	22,45	22,80	1,6%
Totale di materia prima all'industria	361,8	379,7	380,5	386,5	380,5	-1,5%
Impieghi industriali totali (formaggi)	361,8	379,7	380,5	386,5	380,5	-1,5%

* In equivalente latte con coefficiente di trasformazione in latte pari a 10.

** Esclusi i formaggi.

Fonte: Elaborazioni e stime OMPZ su dati Istat, Ismea, Agea, Consorzi di Tutela e Asso-latte.

Tab. 7.11 - La produzione industriale del settore lattiero-caseario in Italia nel 2015-2021 (.000 t)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Var. % 21/20
Latte alimentare	2.511,0	2.428,0	2.459,0	2.469,5	2.479,1	2.448,9	2.488,3	1,6
Formaggi	1.213,1	1.267,1	1.312,5	1.400,3	1.408,1	1.434,8	1.448,8	1,0
Burro	95,9	95,4	91,2	97,5	94,0	92,2	93,0	0,8
Yogurt	323,4	315,9	325,0	276,0	252,8	278,8	280,5	0,6
Altri prodotti	137,5	144,9	145,9	153,9	158,8	157,6	162,3	3,0

Fonte Elaborazioni e OMPZ su dati Istat, Ismea, Agea, Consorzi di Tutela e Assolatte.

complessivamente disponibile e la materia prima destinata all'industria; quest'ultima viene ricavata sottraendo dalle disponibilità totali i quantitativi destinati all'alimentazione dei redi e quelli che vengono direttamente trasformati nei caseifici aziendali, pari rispettivamente al 6,0% e al 6,5% del totale.

Risulta in crescita la disponibilità di latte vaccino per l'industria, +1,8%, mentre cala quella di latte ovino, -10,7%, caprino, -4,7% e di bufala, -1,5%.

Le trasformazioni industriali (tab. 7.11) evidenziano che la produzione di latte alimentare, nel 2021, è tornata a crescere (+1,6%) dopo la flessione del 2020. Un dato positivo che contrasta la tendenza di un prodotto, in fase di maturità avanzata, che sembrerebbe avviato verso un declino, seppur lento, per diversi motivi (la concorrenza di altri "latte", la denatalità nel Paese) e a cui cercano di opporsi le imprese tramite diversi investimenti sia tecnologici, per allungamento della shelf life, e di prodotto, come per esempio il latte proteico. Continua la crescita della produzione di formaggi (+1,0%), un dato certamente positivo, a conferma della tendenza in atto da diversi anni, e dell'interesse per questo prodotto da parte del mercato, in particolare quello legato alle esportazioni.

Gli andamenti delle produzioni dei diversi formaggi, espressi in latte utilizzato, concorrono in misure differenti alla variazione complessiva dell'aggregato (tab. 7.12). I formaggi caprini indicano una minor crescita, dopo il balzo dello scorso anno (+6,3%), forse a causa del calo del latte disponibile, risultante da una riduzione dei capi, come scelta da parte degli allevatori per contrastare sia l'aumento dei costi di produzione che la ridotta disponibilità di erba nei pascoli. I formaggi vaccini e misti risultano solo leggermente positivi; crescono moderatamente gli ovini (+2,5%), trainati dal Pecorino Romano; significativo l'aumento dei bufalini (+3,3%); come riportato in seguito, la Mozzarella di Bufala Campana Dop, cresce del 6,6% in un anno.

Tra le altre trasformazioni lattiero-casearie si rileva che per la produzione dello yogurt prosegue, per il secondo anno di seguito, la tendenza positiva;

Tab. 7.12 - Produzione di formaggi per tipologia di latte in Italia 2015-2021 (.000 t)*

Tipi di formaggi	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Var. % 21/20
Vaccini e misti	1.060.778	1.084.684	1.131.332	1.216.277	1.231.194	1.249.284	1.224.755	0,8%
Ovini	81.553	86.294	79.327	77.433	69.779	76.437	46.768	2,5%
Caprini	5.860	5.800	5.840	5.949	6.106	6.494	6.024	2,1%
Bufalini	64.920	90.310	95.955	100.680	100.974	102.591	40.446	3,3%
Totale	1.213.110	1.267.088	1.312.454	1.400.338	1.408.053	1.434.806	1.320.013	0,9%

*Comprensivi delle produzioni aziendali.

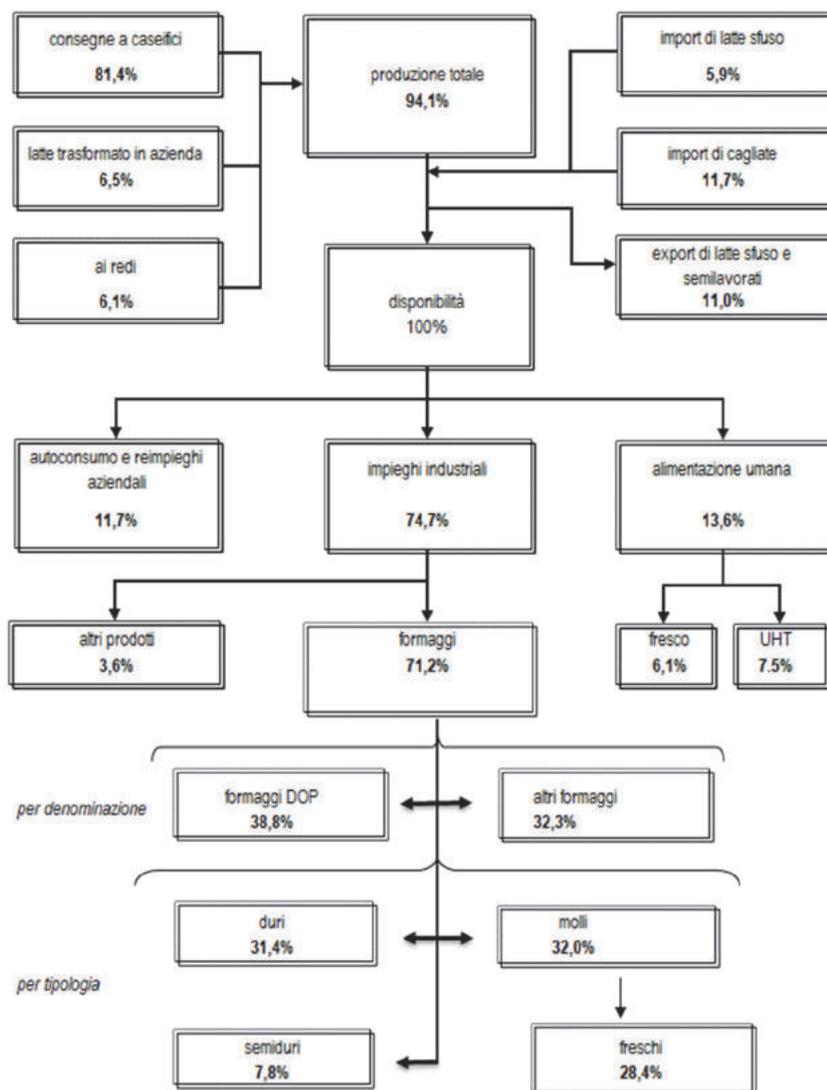
Fonte: Elaborazioni e OMPZ su dati Istat, Ismea, Agea, Consorzi di Tutela e Assolatte.

aumenta la produzione di burro, un prodotto con un vissuto contrastato: nel 2020, era calato del -1,8% che seguiva il -8,4% ed il -15,1% dei due anni precedenti; allontanando sempre più la sua produzione dalle 100 mila tonnellate del 2014; il suo apprezzamento in termini di prezzo, se non consente aspettative sui consumi in termini quantitativi, potrebbe permettere alle aziende interessate una maggiore remunerazione. Crescono del 3% la categoria altri prodotti lattiero-caseari.

Nella figura 7.7 vengono illustrati i flussi del latte di tutte le specie in Italia nel 2021. Le disponibilità complessive di latte risultano costituite per il 94% dal latte raccolto presso le aziende agricole, al quale si aggiungono il latte destinato all'alimentazione dei redi (6,1%) e quello lavorato presso le aziende agricole (6,5%) e le importazioni, al netto delle esportazioni, di latte in cisterna e cagliate (5,9%). Quest'ultima voce è quella che evidenzia un forte cambiamento e con il suo calo favorisce la crescita percentuale delle altre voci citate. Gli impieghi si ripartiscono tra produzione di latte alimentare per il 13,6%, impieghi industriali per il 74,7% e autoconsumo e reimpieghi aziendali per il restante 11,7%. Il latte alimentare è suddiviso in fresco, per il 6,1% e UHT per il 7,5%.

Nell'impiego industriale, il latte viene indirizzato per il 71,2% verso la trasformazione in formaggi e il restante 3,6% verso la trasformazione in altri prodotti, come creme da consumo, yogurt, latte concentrato e bevande. Il latte trasformato in formaggi è destinato per il 38,8% a formaggi DOP e per il restante 32,3% della disponibilità a formaggi generici. Se si analizza la ripartizione degli utilizzi del latte destinato a formaggi in base al tipo di lavorazione, si evidenzia che il 31,4% della disponibilità nazionale complessiva è impiegata per la produzione di formaggi duri, il 7,8% per i semiduri e il restante 32% per i molli. I formaggi freschi, che fanno parte dei molli, assorbono nel

Fig. 7.7 - Impieghi di latte di tutte le provenienze - 2021 (% calcolate sulle quantità)



Fonte: Elaborazioni e stime OMPZ su dati Istat, Ismea, Agea, Assolatte e Consorzi di Tutela.

loro insieme oltre un quarto del latte totale disponibile (28,4%).

Escludendo la materia prima utilizzata per la produzione di latte alimentare, si può constatare come il 93,7% del latte disponibile venga avviato alla

trasformazione casearia in formaggi vaccini e misti, il 3,1%, in calo, in quelli di ovi-caprini, nonostante la netta crescita di alcuni formaggi di pecora e di capra; infine, la restante parte, il 3,2%, in prodotti a base di latte bufalino.

La composizione delle produzioni casearie nazionali è rimasta a lungo pressoché costante nel tempo, anche se si stanno evidenziando rimodulazioni tra trasformati ottenuti dal latte di bufala e quelli ovini. Le dinamiche possono manifestare una maggiore crescita/contrazione ora di una tipologia ora di un'altra, ma la tendenza ormai consolidata sembra essere rappresentata da un costante e, più o meno lento, aumento della produzione totale di formaggi. Nel 2021, in seguito all'aumento di quasi un punto percentuale, la produzione si avvicina a 1,4 milioni di tonnellate, stabilendo, ancora, un nuovo massimo produttivo.

In Italia, gli utilizzi del latte per la produzione di latte condensato, in polvere e caseine hanno, almeno per il momento, una rilevanza pressoché nulla: insieme si attestano attorno allo 0,1%. La loro conservabilità e facilità di trasporto, legate al loro minor prezzo in equivalente latte, ne rendono particolarmente conveniente l'approvvigionamento dall'estero; non a caso queste merceologie rappresentano una delle maggiori voci negative dei nostri scambi con l'estero di lattiero-caseari.

Ancora meno diversificati sono gli impieghi del latte delle altre specie animali: il latte di pecora viene destinato prevalentemente alla produzione dei diversi pecorini e in parte e apparentemente, per quanto valutabile, in misura crescente, ai formaggi misti con latte bovino; la quantità restante è trasformata in prodotti freschi. Il latte di capra risulta in buona parte impiegato nella produzione di caprini e sempre più di altri formaggi freschi. La quasi totalità del latte di bufala è assorbita dalla produzione di mozzarella, a denominazione o prodotta in altre zone, mentre cresce l'utilizzazione in altre preparazioni casearie fresche, quali la burrata, o anche verso prodotti duri simil grana.

Del latte trasformato in formaggi il 44,1% del totale è destinato a quelli a pasta dura, la cui produzione complessiva nel 2021 ammonta a poco più di 433 mila tonnellate (tab. 7.13). Alla produzione di formaggi freschi è indirizzato il 39,9% del latte utilizzato per la caseificazione: la loro produzione, ancora in crescita, è arrivata a superare le 700 mila tonnellate. I formaggi molli, di cui fanno parte anche i freschi, presentano una analoga dinamica, per la loro produzione viene utilizzato il 45% del latte destinato alla produzione di formaggi. I semiduri, assorbono il rimanente 10,9% del latte destinato alla trasformazione casearia; mostrano, nel loro complesso, un dato tornato a diminuire (-1,0%): la produzione di Provolone Valpadana, riconferma l'andamento positivo superando le 7,4 mila tonnellate; la sensibile crescita degli ultimi anni, per quanto consistente – nel 2015 la sua produzione era attestata a

Tab. 7.13 - Produzione di formaggi per tipologia, rilevanza di alcune DOP in Italia nel 2015-2021*

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Var. % 21/20
	tonnellate							
Formaggi duri	386.602	400.932	404.779	412.197	415.478	422.777	433.350	2,5
di cui: Grana Padano	183.235	185.873	190.353	190.558	199.292	203.606	203.290	-0,2
Parmigiano Reggiano	132.829	139.685	147.125	147.692	149.857	146.860	155.277	5,7
Pecorino Romano	30.167	35.632	27.856	34.183	26.943	30.909	34.303	11,0
Montasio	6.712	5.970	5.788	6.449	6.104	6.663	6.255	-6,1
Formaggi semiduri	145.867	157.401	163.526	156.219	154.920	160.538	158.939	-1,0
di cui: Asiago	21.660	21.070	20.778	20.808	20.682	23.065	21.969	-4,7
Provolone V.	4.720	5.290	5.920	6.159	6.700	7.340	7.419	1,1
Formaggi molli	623.892	647.070	672.757	759.795	764.023	776.606	782.095	0,7
di cui: Gorgonzola	54.015	54.974	56.793	58.192	60.309	61.205	63.106	3,1
Taleggio	8.977	8.891	8.870	8.802	8.806	8.369	8.674	3,7
Quartirolo	3.366	3.358	3.099	2.958	2.911	3.026	2.791	-7,8
Formaggi freschi	554.778	572.777	595.347	680.968	685.480	697.534	703.102	0,8
Totale	1.156.361	1.205.402	1.241.062	1.328.210	1.334.421	1.359.921	1.374.384	1,1
di cui: DOP	508.687	527.824	536.368	549.259	555.758	566.642	581.558	2,6

* Esclusi i formaggi aziendali prodotti nei caseifici annessi alle aziende agricole.

Fonte: Elaborazioni e stime OMPZ su dati Istat, Ismea, Agea, Consorzi di Tutela e Assolatte.

4,7 mila tonnellate – rimane ancora ben lontana dalle 9 mila tonnellate ed anche oltre prodotte mediamente nella prima decade del nuovo millennio e ancor più dalle oltre 22 mila tonnellate del 2000. Dopo la forte crescita mostrata nel 2020, +11,5%, l’Asiago, nel 2021 registra un arretramento del 4,7%.

I prodotti tutelati incrementano il loro peso nell’economia casearia nazionale e assorbono ora quasi il 54,6% del totale del latte avviato alla caseificazione.

7.2.3. La produzione di lattiero-caseari ad Indicazione Geografica Tutelata

Ad oggi sono 57 le produzioni casearie del nostro Paese che si possono fregiare dell’Indicazione Geografica: 55 DOP e 2 IGP; a queste ultime andrà ad aggiungersi il Cacciottone di Norcia che ha presentato la sua applicazione ed il procedimento è in corso. A termine di paragone, si consideri che in tutta l’Unione Europea sono registrati 255 formaggi (comprendendo anche i 17 del

Regno Unito); 199 sono DOP e 56 IGP. Solo la Francia, attualmente con 55 prodotti registrati vanta un numero così ampio come quello italiano. La Spagna è al terzo posto con 30 formaggi, seguita dalla Grecia con 23. La Germania, con 9 indicazioni geografiche, e la Francia sono i maggiori produttori di formaggio nell'Unione Europea, seguiti dall'Italia. Questa forte produzione è dovuta al fatto che nel nostro Paese, oltre ai prodotti a tutela geografica indicati in precedenza, bisogna aggiungere quasi 500 formaggi riconducibili ai Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT), di cui 1, la Mozzarella, ha dal 1988 l'indicazione STG.

La produzione complessiva, relativa alle 57 DOP/IGP, di cui sono disponibili informazioni, nel 2021 ammonta a 581.557 tonnellate, in crescita del 2,6% su base annua e del 37,1% rispetto al volume del 2000, tenendo conto solo dei dati sulle produzioni disponibili nei due anni considerati (tab. 7.14). Nelle quantità considerate sono state inseriti anche le 2 tipologie di ricotta a denominazione d'origine, la Ricotta Romana e la Ricotta di Bufala Campana, che per legge non sono formaggi, mentre la produzione della mozzarella STG, ammontante a più di 1,3 migliaia di tonnellate non è stata considerata in quanto non indicazione geografica.

Pur rimandando agli elenchi e database nazionali e della Comunità Europea per maggiori approfondimenti, si vuole segnalare che¹:

- dal 2010 al 2017 sono stati registrati 17 nuovi prodotti: Provolone del Monaco, Canestrato di Moliterno (IGP), Piave, Vastedda della Valle del Belice, Formaggella del Luinese, Piacentinu Ennese, Salva Cremasco, Nostrano Valtrompia, Squacquerone di Romagna, Pecorino di Picinisco, Puzzone di Moena/Spretz Tzaori, Pecorino Crotonese, Strachitunt, Pecorino delle Balze Volterranee, Silter, Ossolano e Burrata di Adria (IGP);
- nel 2020 se ne sono aggiunti altri 3: Pecorino del Monte Poro, Provola dei Nebrodi e, a dicembre, Mozzarella di Gioia del Colle;
- nell'ottobre del 2021 è stata presentato il dossier per il Caciottone di Norcia, una indicazione geografica protetta.

Il 61,7% di queste produzioni a denominazione d'origine è imputabile ai due grana e, dall'inizio degli anni '90, il primato produttivo appartiene al Grana Padano, che superate diverse crisi, continua ad aumentare le proprie quantità: già nel 2000 superano del 22,9% quelle del cugino emiliano e tale divario sale fino al 38,6% nel 2020 per riscendere al 30,9% nell'ultimo anno considerato. La minor differenza registrata è dovuta al leggerissimo calo del Grana, -0,2% (che aveva fatto registrare produzioni record negli ultimi anni) a cui si è contrapposta la forte crescita del Parmigiano, +5,7%. Comunque, il

1. Salvo diversa indicazione sono tutti prodotti DOP.

Tab. 7.14 - Evoluzione delle produzioni tutelate, dal 2000 al 2021, espresse in tonnellate e loro incidenza sul totale delle denominazioni tutelate.

G.U.C.E./ U.E.L.	Formaggi DOP/IGP*											Var. % 21/00	Var. % 21/00 su tipici	Quota % cumulata
	2000	2010	2017	2018	2019	2020	2021							
148 del 21/06/96	133.066	163.326	190.353	190.558	199.292	203.606	203.290	-0,2	52,8	35,0	35,0	35,0		
148 del 21/06/96	108.235	119.221	147.125	147.692	149.857	146.860	155.277	5,7	43,5	26,7	61,7	61,7		
148 del 21/06/96	46.135	48.624	56.793	58.192	60.309	61.205	63.106	3,1	36,8	10,9	72,5	72,5		
148 del 21/06/96	25.150	36.677	47.032	49.398	50.176	50.707	54.039	6,6	114,9	9,3	81,8	81,8		
148 del 21/06/96	31.731	27.477	27.856	34.183	26.943	30.909	34.303	11,0	8,1	5,9	87,7	87,7		
148 del 21/06/96	22.061	22.669	20.778	20.808	20.682	23.065	21.969	-4,7	-0,4	3,8	91,5	91,5		
148 del 21/06/96	10.253	8.699	8.870	8.802	8.806	8.369	8.674	3,7	-15,4	1,5	93,0	93,0		
148 del 21/06/96	22.163	7.742	5.920	6.159	6.700	7.340	7.419	1,1	-66,5	1,3	94,2	94,2		
148 del 21/06/96	8.661	6.871	5.788	6.449	6.104	6.663	6.255	-6,1	-27,8	1,1	95,3	95,3		
148 del 21/06/96	3.759	3.588	3.536	4.272	4.006	3.915	4.110	5,0	9,3	0,7	96,0	96,0		
163 del 02/07/96	1.808	3.092	3.562	3.344	3.205	3.533	3.376	-4,5	86,7	0,6	96,6	96,6		
148 del 21/06/96	3.386	3.805	3.099	2.958	2.911	3.026	2.791	-7,8	-17,6	0,5	97,1	97,1		
198 del 25/07/12	0	-	1.696	1.480	200	1.932	2.134	10,4	-	0,4	97,5	97,5		
126 del 22/05/10	0	-	2.134	2.295	1.851	1.899	1.929	1,6	0,0	0,3	97,8	97,8		
163 del 02/07/96	550	1.935	1.625	1.826	1.886	2.181	1.832	-16,0	233,1	0,3	98,1	98,1		
163 del 02/07/96	1.312,5	1.460	1.353	1.382	1.586	1.703	1.583	-7,0	20,6	0,3	98,4	98,4		
163 del 02/07/96	541	738	783	859	932	1.246	1.263	1,4	133,5	0,2	98,6	98,6		
046 del 16/02/07	1.152	1.152	-	1.391	1.357	1.147	1.191	3,8	-	0,2	98,8	98,8		
148 del 21/06/96	1.267	1.065	986	1.018	1.042	1.094	1.072	-2,0	-15,4	0,2	99,0	99,0		
148 del 21/06/96	536	755	800	859	894	937	821	-12,4	53,2	0,1	99,1	99,1		
148 del 21/06/96	570	800	735	679	981	675	602	-10,9	5,6	0,1	99,2	99,2		
163 del 02/07/96	549	836	681	794	786	725	569	-21,5	3,7	0,1	99,3	99,3		
163 del 02/07/96	801	783	566	612	626	645	494	-23,3	-38,3	0,1	99,4	99,4		
327 del 12/12/16	-	-	-	9	200	323	462	42,8	-	0,1	99,5	99,5		
309 del 19/11/13	0	0	365	-	437	344	390	13,4	-	0,1	99,6	99,6		
143 del 03/06/08	-	242	470	446	1.476	284	284	-0,2	-	0,0	99,6	99,6		
343 del 23/12/11	0	-	259	257	242	224	276	23,5	-	0,0	99,6	99,6		
163 del 02/07/96	-	-	220	255	268	271	273	0,8	-	0,0	99,7	99,7		
163 del 02/07/96	60	227	213	353	382	329	240	-27,0	300,7	0,0	99,7	99,7		

Tab. 7.14 - Continua

GUCE/ UEL	Formaggi DOP/IGP*											2021	Var. % 21/20	Var. % 21/00	Quota % su tipici	Quota cumulata
	2000	2010	2017	2018	2019	2020	2021									
163 del 02/07/96	158	237	245	254	226	201	218	8,4	37,8	0,0	99,8					
163 del 02/07/96	21	173	190	191	175	194	160	-17,4	662,3	0,0	99,8					
163 del 02/07/96	112	109	128	139	148	151	141	-6,6	26,1	0,0	99,8					
186 del 20/07/10	0	-	70	56	43	86	139	62,6	-	0,0	99,8					
163 del 02/07/96	-	40	75	106	134	233	127	-45,5	-	0,0	99,9					
148 del 21/06/96	230	235	190	191	133	131	116	-11,4	-49,5	0,0	99,9					
252 del 29/09/15	-	-	115	81	82	63	106	68,3	-	0,0	99,9					
148 del 21/06/96	32	74	62	58	61	58	62	7,0	94,1	0,0	99,9					
148 del 21/06/96	705	26	67	61	88	38	61	62,0	-91,3	0,0	99,9					
341 del 27/11/14	-	-	10	62	61	63	51	-18,8	-	0,0	99,9					
415 del 10/12/20	-	-	-	-	-	-	47	-	-	0,0	99,9					
317 del 03/12/09	0	-	70	79	80	48	44	-7,1	-	0,0	100,0					
309 del 23/09/20	0	-	-	-	-	16	37	130,2	-	0,0	100,0					
041 del 15/02/11	0	-	44	31	35	39	34	-12,3	-	0,0	100,0					
148 del 21/06/96	150	28	19	43	34	37	34	-9,2	-77,5	0,0	100,0					
074 del 14/03/14	0	-	15	21	31	23	33	42,6	-	0,0	100,0					
336 del 23/12/03	-	60	30	59	43	19	29	53,3	-	0,0	100,0					
283 del 29/10/10	0	-	31	31	30	25	26	4,4	-	0,0	100,0					
148 del 21/06/96	48	16	18	13	13	15	15	0,7	-68,9	0,0	100,0					
327 del 21/2/16	-	-	-	0	22	13	15	8,5	-	0,0	100,0					
126 del 22/05/10	0	-	3	8	23	19	10	-45,6	-	0,0	100,0					
163 del 02/07/96	7	6	9	9	13	12	10	-18,4	43,3	0,0	100,0					
102 del 16/04/11	0	-	11	14	11	7	8	11,7	-	0,0	100,0					
182 del 13/07/12	0	-	15	12	9	7	5	-30,1	-	0,0	100,0					
047 del 20/02/15	-	-	70	25	11	3	4	8,3	-	0,0	100,0					
148 del 21/06/96	-	3,50	-	-	-	-	2	-	-	0,0	100,0					
215 del 07/07/20	-	-	-	-	-	-	0	-	-	0,0	100,0					
309 del 19/11/13	-	-	-	1	-	-	-	-	-	0	100,0					
Totale formaggi DOP	424.057,7	462.792	535.085	548.876	555.642	566.656	581.557	2,6	37,1	100	100					

* Salvo diversa indicazione sono tutti prodotti DOP.

Fonte: elaborazioni e stime dell'Osservatorio sul Mercato dei Prodotti Zootecnici su dati Ismea, Consorzi di tutela e Assolatte.

Grana Padano evidenzia una crescita che oltrepassa il 50% rispetto alla produzione dell'anno 2000, contribuendo fortemente alla crescita di tutto il comparto dei formaggi tutelati, assieme alla Mozzarella di Bufala Campana, +115%; piuttosto modesto è stato invece il contributo in quantità alla crescita da parte delle nuove denominazioni di origine, se non in qualche caso particolare di formaggi molli quali lo Squacquerone di Romagna o la Burrata di Andria. In forte crescita anche numerosi Pecorini, +233% rispetto al 2020 per quello Sardo, e quasi il +90% per quello Toscano. Cresce di oltre il doppio il Caciocavallo Silano, triplica le sue quantità prodotte il Castelmagno e fa registrare una crescita del +662% il Ragusano. Per lo più queste forti crescite sono legate alle ridotte produzioni dell'anno 2000 attestate dalle statistiche e rimane da sottolineare che le quantità del 2021 spesso non sono le più elevate in assoluto.

Nove sono i formaggi DOP/IGP con una quota sulla quantità prodotta non inferiore all'1%. La loro quota cumulata ammonta al 95,3%: dal Grana Padano al primo posto, con il 35%, fino al Montasio con l'1,1% del totale complessivo, formaggio che, dal 2019 è stato sopravanzato dal Provolone Valpadana, e che nell'ultimo anno ha ridotto la sua produzione del 6,1%. In termini tendenziali, si sottolinea il calo quantitativo del Pecorino Sardo, dopo l'exploit dello scorso anno sopra le 2 mila tonnellate, dell'Asiago, del Quartirolo Lombardo e del Valtellina Casera. In positivo, aumentano le produzioni del Pecorino Romano, +11%, Squacquerone di Romagna, Mozzarella di Bufala Campana, Fontina.

Escludendo le DOP più rilevanti in termini quantitativi, si osservano variazioni percentuali anche rilevanti, ma si tratta di prodotti che nel loro insieme rappresentano poco meno del 5% del totale delle DOP. Questo non toglie la loro importanza, in particolare per il territorio e i produttori locali. A volte sono condizioni climatiche o particolari alla base di queste variazioni, in altre, come nel caso della Burrata di Andria, la denominazione assegnata di recente o a volte date le ridotte quantità in gioco anche solamente una certa notorietà legata ad eventi, quali un servizio giornalistico, un evento televisivo che danno notorietà, e che spingono il consumatore a cercarlo ed acquistarlo.

Dal 2000 ad oggi tra le produzioni tutelate compaiono diversi formaggi che mostrano incrementi percentuali superiori anche a 3 cifre e che iniziano ad avere una buona significatività in termini quantitativi. Va anche notato che un buon numero di Indicazioni Geografiche (IG) presentano tendenze produttive decrescenti anche importanti o le cui produzioni non sono mai decollate.

Si tratta molto spesso di situazioni che non possono essere considerate puramente congiunturali. Specie tra le IG più piccole, infatti si riscontrano casi in cui l'utilizzo del marchio di origine stenta a decollare, o in cui il numero di

operatori che lo utilizzano si riduce, o ancora che presentano amplissime oscillazioni quantitative tra un anno e l'altro, legate alle basse quantità assolute ed a richieste spot dal mercato.

La riconoscibilità e la distintività dei prodotti tutelati è talora assai debole, evidenziando come la scelta di elevare a IG un prodotto tipico locale possa apparire talora velleitaria. Tali criticità investono peraltro anche sistemi produttivi locali, un tempo protetti da una geografia economica fondata sull'origine e sul legame distintivo con il territorio, ma anche che non hanno saputo fare il salto da una focalizzazione su nicchie di mercato ad un'autentica differenziazione di prodotto rispetto a referenze agli occhi del consumatore similari. Trasformare l'handicap della limitata visibilità nel punto di forza dell'esclusività non è di per sé impossibile, ma tale strada presuppone che sia chiaramente disegnata una strategia di sviluppo che individui i soggetti coinvolti e i rispettivi ruoli, gli obiettivi da raggiungere, le risorse da mettere in gioco e gli strumenti di marketing a cui ricorrere, la capacità del territorio di fare network e quindi di creare delle relazioni anche trasversali, a più livelli e che coinvolgono operatori non solamente legati alla filiera alimentare.

Le produzioni tipiche rappresentano, nel 2021, complessivamente il 42,4% del quantitativo totale dei formaggi industriali e assorbono circa 7,1 milioni di tonnellate di latte, che, a loro volta, pesano sul latte destinato a formaggi per il 54,6%. Facendo riferimento al coefficiente medio di trasformazione di questi formaggi – calcolato sulla base della media delle ultime dieci annate – per ottenere un kg di prodotto a IG occorrono oltre 4 litri di latte in più di quello necessario per ottenere un pari quantitativo di “formaggio non DOP”: circa 12 litri per kg di “tutelato” contro gli 7,5 litri per kg di prodotto generico.

In questa media incidono diversi parametri; tra i principali ricordiamo quelli tecnologici, quelli legati alla tipologia del prodotto finito (duro, semi-duro o molle) e all'origine del latte (vaccino, ovicaprino e di bufala).

7.2.4. La valorizzazione del latte trasformato in prodotti DOP/IGP

Il valore all'ingrosso in Italia dei 52 prodotti caseari DOP/IGP/STG, di cui disponiamo di informazioni, si attesta sui 4,7 miliardi di euro (tab. 7.15), valore formato per il 65,5% da Grana Padano e Parmigiano Reggiano. Seguono nell'ordine, coprendo una fetta pari complessivamente al 26,9% del totale del valore imputabile a prodotti considerati, con quote percentuali comprese tra il 2,6% e il 9,8%: Mozzarella di Bufala Campana, Gorgonzola, Pecorino Romano e Asiago. Pertanto i primi 6 formaggi per importanza rappresentano circa il 92% del totale del valore all'ingrosso.

Il successivo gruppo di formaggi, che singolarmente rappresentano una

Tab. 7.15 - Valore dei formaggi e latticini tipici in Italia e valorizzazione del latte destinato alla loro produzione nel 2021

GUC/UE L	Formaggi e prodotti lattiero-caseari tutelati	Produzione (t)	Latte utilizzato (.000 t)	Prezzi medi del formaggio prodotto (euro/kg)		Valore del formag- gio prodotto (milioni di euro)		Valorizzazione media del latte (euro/kg)		Quota esporti sul valore all'ingrosso	Quota sul valore totale all'ingrosso	Quota sul valore totale al dettaglio
				ingrosso	dettaglio	ingrosso	dettaglio	ingrosso	dettaglio			
1	Grana Padano	203.290	2.840	7,2	12,4	1.459,6	2.516,7	0,5	0,9	63,1%	31,2%	31,4%
2	Parmigiano Reggiano	155.277	2.212	10,4	17,8	1.607,1	2.756,2	0,7	1,2	52,6%	34,3%	34,4%
3	Gorgonzola	63.106	530	6,0	9,4	376,7	596,4	0,7	1,1	40,0%	8,0%	7,4%
4	Mozzarella di Bufala Campana	54.039	202	8,5	15,5	459,3	837,6	2,3	4,1	35,4%	9,8%	10,5%
5	Pecorino Romano	34.303	202	8,8	13,6	301,9	465,5	1,5	2,3	71,4%	6,4%	5,8%
6	Asiago	21.969	202	5,6	8,3	121,9	182,8	0,6	0,9	8,3%	2,6%	2,3%
7	Taleggio	8.674	68	4,5	12,0	39,0	104,1	0,6	1,5	86,7%	0,8%	1,3%
8	Provolone Valpadana	7.419	73	5,8	12,2	43,4	90,1	0,6	1,2	23,3%	0,9%	1,1%
9	Montasio	6.255	58	6,4	11,5	40,3	71,9	0,7	1,2	9,6%	0,9%	0,9%
10	Fontina	4.110	42	8,2	9,9	33,6	40,7	0,8	1,0	12,2%	0,7%	0,5%
11	Pecorino Toscano	3.376	20	10,0	18,5	33,8	62,5	1,7	3,2	14,8%	0,7%	0,8%
12	Quattrolo Lombardo	2.791	22	5,0	10,9	14,0	30,4	0,6	1,4	3,1%	0,3%	0,4%
13	Squacquerone di Romagna	2.134	9	6,2	12,6	13,1	27,0	1,5	3,2	0,0%	0,3%	0,3%
14	Piave	1.929	19	8,2	13,5	15,8	26,0	0,8	1,3	11,9%	0,3%	0,3%
15	Pecorino Sardo	1.832	11	10,0	20,0	18,3	36,6	1,7	3,4	22,0%	0,4%	0,5%
16	Valtellina Casera	1.583	18	6,6	12,5	10,4	19,8	0,6	1,1	1,1%	0,2%	0,2%
17	Mozzarella STG	1.332	11	5,2	12,2	6,9	16,3	0,6	1,5	0,0%	0,1%	0,2%
18	Caciocavallo Silano	1.263	15	10,0	15,4	12,6	19,5	0,9	1,3	11,5%	0,3%	0,2%
19	Selvio o Stilfser	1.191	10	8,2	8,2	9,8	9,7	0,9	0,9	70,0%	0,2%	0,1%
20	Toma Piemontese	1.072	12	8,5	11,9	9,1	12,8	0,8	1,1	10,4%	0,2%	0,2%
21	Monte Veronese	821	10	11,9	11,9	9,8	9,7	0,9	0,9	6,4%	0,2%	0,1%
22	Fiore Sardo	602	4	10,3	16,9	6,2	10,2	1,7	2,8	0,0%	0,1%	0,1%
23	Raschera	569	7	7,9	10,3	4,5	5,9	0,6	0,8	15,8%	0,1%	0,1%
24	Bra	494	5	8,4	9,9	4,2	4,9	0,8	1,0	0,0%	0,1%	0,1%
25	Burrata di Andria (I.G.P.)	462	2	8,2	15,0	3,8	6,9	2,4	4,3	26,2%	0,1%	0,1%
26	Puzzone di Moena / Spretz Tzaori	390	4	9,9	19,9	3,8	7,8	1,0	2,0	0,0%	0,1%	0,1%
27	Casatella Trevigiana	284	3	6,5	13,0	1,8	3,7	0,6	1,1	0,0%	0,0%	0,0%
29	Ricotta Romana	273	273	5,4	8,6	1,5	2,3	-	-	0,5%	0,0%	0,0%
30	Castelmagno	240	2	14,0	26,0	3,4	6,3	1,5	2,8	21,4%	0,1%	0,1%

Tab.7.15 Continua

GUC/UE L	Formaggi e prodotti lattiero-caseari tutelati	Produzione (t)	Latte utilizzato (.000 t)	Prezzi medi del formaggio prodotto (euro/kg)		Valore del formag- gio prodotto (milioni di euro)		Valorizzazione media del latte (euro/kg)		Quota export sul valore all'ingrosso	Quota sul valore totale all'ingrosso	Quota sul valore totale al dettaglio
				ingrosso	dettaglio	ingrosso	dettaglio	ingrosso	dettaglio			
31	Bitto	218	2	10,5	25,0	2,3	5,4	1,1	2,5	1,4%	0,0%	0,1%
32	Ragusano	160	2	9,4	11,1	1,5	1,8	0,8	1,0	8,3%	0,0%	0,0%
33	Robiola di Roccaverano	141	1	11,2	17,1	1,6	2,4	1,6	2,4	22,8%	0,0%	0,0%
34	Ricotta di Bufala Campana	139		4,6	8,0	0,6	1,1	-	-	0,0%	0,0%	0,0%
35	Provolone del Monaco	127	1	21,6	23,6	2,7	3,0	2,2	2,4	0,0%	0,1%	0,0%
36	Casciotta d'Urbino	116	1	8,0	19,3	0,9	2,2	1,2	2,8	0,0%	0,0%	0,0%
37	Silster	106	1	11,7	20,0	1,2	2,1	1,2	2,1	0,0%	0,0%	0,0%
	Formati de Mut dell'Alta Valle											
38	Brembana	62	1	10,9	16,5	0,7	1,0	1,1	1,6	0,0%	0,0%	0,0%
39	Pecorino Siciliano	61	0	9,3	12,9	0,6	0,8	1,4	1,9	58,1%	0,0%	0,0%
40	Pecorino Crotonese	51	0	9,8	16,0	0,5	0,8	1,8	2,9	1,0%	0,0%	0,0%
42	Canestrato Pugliese	34	0	11,1	14,8	0,4	0,5	1,9	2,6	0,0%	0,0%	0,0%
43	Strachitunt	33	0	10,4	22,0	0,3	0,7	1,0	2,2	0,0%	0,0%	0,0%
44	Spessa delle Giudicarie	29	0	11,9	14,3	0,3	0,4	1,0	1,2	0,0%	0,0%	0,0%
45	Vastedda della Valle del Belice	26	0	9,4	15,9	0,2	0,4	0,9	1,6	2,5%	0,0%	0,0%
46	Murazzano	15	0	14,3	16,2	0,2	0,2	2,4	2,7	0,0%	0,0%	0,0%
47	Ossolano	15	0	9,7	16,5	0,1	0,2	1,0	1,7	0,0%	0,0%	0,0%
48	Valle d'Aosta Fromadzo	10	0	8,5	8,3	0,1	0,1	0,8	0,7	0,0%	0,0%	0,0%
49	Formaggella del Luinese	8	0	24,7	22,7	0,2	0,2	3,0	2,7	0,0%	0,0%	0,0%
50	Nostrano Valtrompia	5	0	18,0	24,0	0,1	0,1	2,1	2,8	0,0%	0,0%	0,0%
51	Pecorino delle Balze Volterrane	4	0	8,5	19,9	0,0	0,1	1,5	3,6	0,0%	0,0%	0,0%
52	Pecorino di Filiano	2	0	14,0	16,0	0,0	0,0	2,5	2,9	67,6%	0,0%	0,0%
	Totale formaggi DOP	581.557	6.625	8,1	13,8	4.682	8.008	0,7	1,2	50,9%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaborazioni e stime OMPZ su dati Consorzi di Tutela e Mipaaf.

quota prossima all'1% (Montasio, Provolone Valpadana, Taleggio, Fontina e Pecorino Toscano) totalizza il 4,1%. Nel 3,5 residuo si collocano tutti gli altri prodotti, senza distinzione del latte d'origine, che completano la lista delle denominazioni di cui si conoscono le quantità prodotte e la valorizzazione.

Attraverso un'analisi, che assume un valore puramente indicativo, è stata calcolata la valorizzazione del latte utilizzato per le singole produzioni tutelate. Essa tiene in considerazione solamente quantità e valore all'ingrosso dei prodotti finiti, non contemplando fattori importanti come i tempi di stagionatura e di immobilizzo del prodotto. Ad esempio, i circa 2.164,5 euro/t per il latte destinato alla produzione di Mozzarella di Bufala Campana, venduta quasi immediatamente, e i circa 514 euro/t del latte destinato a Grana Padano, ricavabili in parte tramite acconti e in parte a conguaglio, solo dopo 9-24 mesi, danno un'idea di quanto possano essere indicative le cifre riportate nella tabella.

Con questi dati, si ottiene una valorizzazione media all'ingrosso pari a circa 700 euro a tonnellata con un minimo di 473 euro per la Casatella Trevigiana e un massimo di 2.963 euro per la Formaggella del Luinese. Al dettaglio troviamo come dato medio 1.209 euro/t (minimo di 735 euro per il Valle d'Aosta Fromadzo e massimo di 4.286 per la Burrata di Andria, come lo scorso anno).

Un'ulteriore informazione, con tutti i limiti della rilevazione media di prezzi, soggetti anche a stagionalità e a canali di vendita differenziati, che si può trarre dai dati in tabella 7.15 consiste nella quota incrementale del prezzo al dettaglio rispetto a quello all'ingrosso, differenza che è dunque appannaggio della fase commerciale: il valore medio è di 41,5 punti percentuali. Le diverse referenze presentano valori estremamente diversificati, che vanno dal 62,5% del Taleggio, al 58,6% della Casciotta d'Urbino, fino a scendere attorno al 12-18% per formaggi quali Fontina, Bra, Ragusano, Murazzano, Piacentinu Ennese, o addirittura meno, come ad esempio il Provolone del Monaco 8,5%. In alcuni casi la percentuale calcolata risulterebbe addirittura negativa, ad evidenziare il puro valore indicativo del calcolo legato a possibili problemi nelle rilevazioni dei dati, al potere del sistema distributivo, alla capacità dei Consorzi di gestire il prodotto nel suo complesso, alla bravura della singola azienda nel trattare, gestire i canali di vendita e a molto altro che sfugge a questa rilevazione.

In conclusione si vuole accennare all'altro mercato di sbocco principale, quello estero. Quest'ultimo risulta in crescita per molti prodotti e soprattutto consente alle imprese di allargare il proprio orizzonte di consumatori, diluire il potere del sistema distributivo nazionale, superare i limiti del consumo pro-capite interno. Rivolgersi al mercato estero, in particolare per le imprese di

piccola dimensione, rappresenta una sfida non indifferente per le diverse difficoltà che devono affrontare e superare, senza tralasciare le caratteristiche stesse del prodotto, in particolare in termini di difficoltà di trasporto e shelf life.

Nel complesso del comparto, i mercati esteri sono anche delle insidie, a causa dei noti fenomeni dell'Italian Sounding, delle contraffazioni, difficoltà che il sistema Italia ed i Consorzi sono chiamati a ridurre. Venendo ai dati della tabella, complessivamente la quota in valore dell'export corrisponde a circa il 51% del fatturato all'ingrosso, a fronte di una quantità che non raggiunge il 40%. Anche in questo caso emergono forti differenze tra le disparate referenze (in alcuni casi il dato riscontrato fa nascere qualche perplessità), per certune il mercato unico di riferimento è quello nazionale, per altri quest'ultimo risulta addirittura quello meno importante. Considerando i primi 5 formaggi, sia in termini di quantità prodotte che di valore, la quota delle esportazioni rispetto al valore all'ingrosso è di quasi il 50%. Da sottolineare come molti formaggi ovini, anche minori in termini quantitativi, trovino un ampio spazio sul mercato estero, esportando ben oltre il 40% del valore della loro produzione all'ingrosso.

8. I “PRIMI ACQUIRENTI”

Di seguito, si analizzano, fino alla campagna terminata il 30 giugno scorso, le fonti di approvvigionamento della materia prima “latte” da parte dei primi acquirenti, prestando attenzione sia alle consegne da parte degli allevatori, sia agli acquisti che i primi acquirenti effettuano sui mercati esteri¹. I dati quantitativi e le relative variazioni su base annua riportate in questo capitolo sono sempre al lordo dell’effetto “anno bisestile”.

8.1. Le consegne

8.1.1. I dati di base

Tutti gli acquirenti, consumatori esclusi, del latte venduto tal quale dalle aziende agricole – i cosiddetti “primi acquirenti” – inviano mensilmente all’Agea il modello L1, in cui, accanto agli estremi di identificazione dell’impresa acquirente, sono riportati quelli delle imprese agricole da cui ha ritirato il latte, nonché le quantità di latte consegnate da ciascuna di esse². Tutte queste informazioni vengono poi archiviate nella base dati che il SIN gestisce per conto di Agea. Di norma, per ogni primo acquirente, accanto ad un codice identificativo progressivo (matricola) che gli viene attribuito da Agea, alla ragione sociale ed all’indirizzo, viene indicato il numero di partita Iva o, talora, il codice fiscale. Utilizzando questi diversi riferimenti, è stato possibile costruire, sui dati delle campagne 1995/96-2021/22, un elenco di tutte le imprese acquirenti di latte vaccino alla stalla prodotto in Italia.

Le imprese presenti in questo database sono state, quindi, riclassificate sulla

1. Purtroppo, dal luglio 2015 sul database SIN-AGEA non sono più disponibili le dichiarazioni mensili degli acquisti che i primi acquirenti effettuano in Italia presso “altri soggetti”, diversi cioè dai produttori agricoli.

2. Le caratteristiche dei dati sulle consegne di latte sono illustrate nel precedente paragrafo 4.1

base di tre diversi criteri. Il primo distingue tra “*municipalizzate*” (ormai estinte), società “*cooperative*” ed altre imprese (imprese individuali, società di fatto, di persone o di capitale), di seguito denominate “*private*”.

Un altro criterio separa i *centri di raccolta* dalle *imprese di trattamento igienico del latte e/o di trasformazione vera e propria* e, per queste ultime, identifica l’indirizzo produttivo prevalente, e cioè: “*latte alimentare*” (inclusi yogurt e dessert), “*formaggi tutelati*” e “*altri formaggi*”. La qualifica di “centro di raccolta” è stata attribuita, a partire dal Rapporto 2012, e fino alla campagna 2014/15, in modo automatico, a tutti i primi acquirenti che rivendono come latte sfuso almeno l’80% del latte acquistato direttamente dagli allevatori o, nel caso delle cooperative, consegnato dagli agricoltori soci; per la campagna successiva, in mancanza del file DS (Dichiarazione Altri Soggetti) nel database SIN-AGEA, i primi acquirenti classificati come centri di raccolta sono gli stessi della campagna 2014/15.

Infine, sulla base delle caratteristiche del mercato in cui operano, i primi acquirenti, vengono suddivise in “locali”, “nazionali” e “multinazionali o estere”; mentre appare chiaro il criterio di identificazione delle “multinazionali o estere”, la distinzione fra “locali” e “nazionali” si fonda, per coerenza con le finalità specifiche di questa analisi, sostanzialmente sulle caratteristiche del loro bacino di raccolta delle consegne di latte.

Nella seconda di queste tre differenti classificazioni è prevista una ulteriore tipologia, quella delle imprese “non classificate”, vale a dire tutte quelle che, in base ai dati in nostro possesso, almeno per ora, non è stato possibile classificarle; in proposito sono emerse notevoli difficoltà nel classificare i primi acquirenti delle regioni meridionali, specie di Campania e Basilicata, ove, peraltro, il turnover degli operatori si presenta nettamente più marcato che nel resto del Paese.

Fino all’edizione 2004 di questo Rapporto tutti i casi in cui due o più “primi acquirenti” risultavano controllati da una stessa impresa, o erano soci della stessa cooperativa di 2° grado, a cui conferivano tutta o buona parte della loro produzione, venivano considerati come un solo “primo acquirente”. In tal modo erano stati individuati 12 “gruppi” di imprese, che per come erano stati definiti, comprendevano solo aziende che, a partire dal 1995/96, avevano operato per almeno una campagna come “primo acquirente”. Tuttavia, vista l’aleatorietà, che molto spesso caratterizza i legami di interdipendenza tra le aziende dello stesso “gruppo”, a partire dal Rapporto 2005, si è deciso di non considerare più i “gruppi” come un’unica impresa³.

Pertanto, l’analisi che qui viene presentata è relativa a tutte le aziende agri-

3. Per l’illustrazione dei principali gruppi si veda il paragrafo 9.1.2. del Rapporto 2006.

cole con consegne, al solo latte che da queste viene consegnato (“consegne”) e ai primi acquirenti che effettuano la raccolta e, molto spesso, anche la successiva trasformazione; si tratta, quindi, con riferimento alla campagna terminata il giugno scorso, di 23.193 produttori, che hanno consegnato 13,3 milioni di tonnellate di latte.

8.1.2. La raccolta del latte a livello nazionale

Nell’ultima campagna, in Italia risultano approvvigionarsi di latte vaccino, direttamente presso gli allevamenti, 1.327 primi acquirenti, vale a dire 27 operatori in meno, pari ad una riduzione del 2,0% rispetto alla campagna precedente (tab. 8.1).

Il numero dei conferimenti di latte ai “primi acquirenti”, che per il 2021/22 ammonta a 24.727, supera quello dei produttori con “consegne”, che nello stesso periodo sono 23.193. Tale differenza è da imputare alle aziende agricole che, durante il 2021/22, hanno cambiato acquirente o hanno conferito la loro produzione contemporaneamente (raro) a più primi acquirenti e, quindi, vengono conteggiate più di una volta: queste imprese sono ben 1.278 con una produzione complessiva pari a 1.250 mila tonnellate (tab. 8.2). Vi sono anche 48 produttori che, in questa stessa campagna, conferiscono la loro produzione di latte a non meno di quattro diversi primi acquirenti.

È qui solo il caso di ricordare che, talora, il cambio dell’acquirente del latte è solo formale: si tratta cioè della stessa impresa che, a seguito di una riorganizzazione aziendale o di una successione ereditaria o di una compravendita, ha mutato la propria ragione sociale o ha cambiato il nome del titolare o, più semplicemente, ha trasferito la propria sede legale, modificando in tal modo il proprio numero di partita Iva. In ogni caso, le aziende agricole che, nella campagna precedente, hanno ceduto il loro latte a più di un acquirente erano ben 1.453, per una quantità pari a 1.074 mila tonnellate; quindi aumentano come nel 2020/21, in modo sostanziale, rispetto alla campagna precedente, le quantità commercializzate in questo modo (+16,4%), mentre cala il numero dei produttori interessati (-12,0%); le medesime variazioni relative alla campagna precedente, infatti, erano pari a +11,4% ed a -4,3%. Questo fenomeno poi è probabilmente da mettere in relazione anche con la situazione di un mercato particolarmente effervescente e con il fatto che gli imprenditori – allevatori e/o acquirenti –, contrariamente a quanto previsto dalla normativa vigente, tendono a minimizzare il loro rischio mediante contratti di compravendita di durata inferiore a quella dell’intera campagna di commercializzazione.

Si conferma l’assenza dal 2017/18 delle aziende municipalizzate, meglio note come “centrali del latte”. Il numero delle imprese private, attive come

Tab. 8.1 - I primi acquirenti di latte vaccino prodotto in Italia nel 2014/15 - 2021/2022

Tipo di impresa	Acquirenti (n.)	Conferimenti (n.)	Latte consegnato (t)		
			totale	per acquirente	per conferimento
Campagna 2021/22 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	792	10.698	4.986.937	6.296,6	466,2
2 Cooperativa	535	14.029	8.275.524	15.468,3	589,9
B 1 Centro di raccolta	73	2.427	1.994.108	27.316,6	821,6
2 Latte alimentare	32	2.946	2.269.054	70.907,9	770,2
3 Formaggi tutelati	435	7.655	5.795.331	13.322,6	757,1
4 Altri formaggi	164	3.138	1.224.280	7.465,1	390,1
5 non classificata	623	8.561	1.979.689	3.177,7	231,2
C 1 Locale	1.322	23.429	11.573.624	8.754,6	494,0
2 Nazionale	1	537	713.927	713.927,2	1.329,5
3 Multinazionale	4	761	974.910	243.727,6	1.281,1
Totale	1.327	24.727	13.262.461	9.994,3	536,4
Campagna 2020/21 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	799	11.083	4.822.830	6.036,1	435,2
2 Cooperativa	555	14.675	8.126.061	14.641,6	553,7
B 1 Centro di raccolta	72	2.457	1.957.055	27.181,3	796,5
2 Latte alimentare	31	3.052	2.194.865	70.802,1	719,2
3 Formaggi tutelati	449	8.011	5.663.023	12.612,5	706,9
4 Altri formaggi	158	3.292	1.201.455	7.604,1	365,0
5 non classificata	644	8.946	1.932.493	3.000,8	216,0
C 1 Locale	1.349	24.445	11.345.737	8.410,5	464,1
2 Nazionale	1	537	660.873	660.873,3	1.230,7
3 Multinazionale	4	776	942.280	235.570,1	1.214,3
Totale	1.354	25.758	12.948.891	9.563,4	502,7
Campagna 2019/20 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	812	11.502	4.657.798	5.736,2	405,0
2 Cooperativa	569	15.070	7.726.199	13.578,6	512,7
3 Centro di raccolta	74	2.554	1.833.304	24.774,4	717,8
B 1 Latte alimentare	33	3.011	2.038.339	61.767,8	677,0
2 Formaggi tutelati	458	8.141	5.443.537	11.885,5	668,7
3 Altri formaggi	155	3.368	1.183.848	7.637,7	351,5
4 non classificata	661	9.498	1.884.969	2.851,7	198,5
5 Locale	1.376	25.230	10.887.518	7.912,4	431,5
C 1 Nazionale	1	527	606.406	606.405,8	1.150,7
2 Multinazionale	4	815	890.072	222.518,1	1.092,1
3 Totale	1.381	26.572	12.383.997	8.967,4	466,1
Campagna 2018/19 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	819	12.013	4.548.798	5.554,1	378,7
2 Cooperativa	584	15.611	7.475.414	12.800,4	478,9
3 Centro di raccolta	79	2.694	1.770.807	22.415,3	657,3
B 1 Latte alimentare	32	3.036	1.932.409	60.387,8	636,5
2 Formaggi tutelati	467	8.495	5.274.680	11.294,8	620,9
3 Altri formaggi	149	3.433	1.175.100	7.886,6	342,3
4 non classificata	676	9.966	1.871.216	2.768,1	187,8
5 Locale	1.398	26.189	10.568.682	7.559,9	403,6
C 1 Nazionale	1	546	575.393	575.392,5	1.053,8
2 Multinazionale	4	889	880.138	220.034,4	990,0
3 Totale	1.403	27.624	12.024.212	8.570,4	435,3

Tab. 8.1 - Continua

Tipo di impresa	Acquirenti (n.)	Conferimenti (n.)	Latte consegnato (t)		
			totale	per acquirente	per conferimento
Campagna 2017/18 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	827	12.627	4.574.594	5.531,6	362,3
2 Cooperativa	587	16.146	7.572.860	12.901,0	469,0
3 Municipalizzata	81	2.867	1.789.899	22.097,5	624,3
B 1 Centro di raccolta	31	3.043	1.896.825	61.187,9	623,3
2 Latte alimentare	471	8.719	5.277.744	11.205,4	605,3
3 Formaggi tutelati	143	3.579	1.216.672	8.508,2	339,9
4 Altri formaggi	688	10.565	1.966.314	2.858,0	186,1
5 non classificata	1.409	27.258	10.681.963	7.581,2	391,9
C 1 Locale	1	575	575.472	575.472,1	1.000,8
2 Nazionale	4	940	890.019	222.504,6	946,8
3 Multinazionale	1.414	28.773	12.147.454	8.590,8	422,2
Totale	827	12.627	4.574.594	5.531,6	362,3
Campagna 2016/17 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	841	13.267	4.332.599	5.143,7	326,3
2 Cooperativa	601	16.997	7.336.942	12.207,4	431,7
3 Municipalizzata	1	24	3.727	3.727,2	155,3
B 1 Centro di raccolta	83	3.025	1.713.245	20.641,5	566,4
2 Latte alimentare	35	3.242	1.785.038	51.001,1	550,6
3 Formaggi tutelati	487	9.112	5.091.414	10.454,6	558,8
4 Altri formaggi	152	3.727	1.183.454	7.785,9	317,5
5 non classificata	686	11.182	1.900.117	2.769,8	169,9
C 1 Locale	1.438	28.639	10.250.872	7.128,6	357,9
2 Nazionale	1	635	549.302	549.301,8	865,0
3 Multinazionale	4	1.014	873.094	218.273,5	861,0
Totale	1.443	30.288	11.673.268	8.089,6	385,4
Campagna 2015/16 (aprile-marzo)					
A 1 Privata	832	13.885	4.193.745	5.040,6	302,0
2 Cooperativa	622	18.121	7.149.467	11.494,3	394,5
3 Municipalizzata	1	29	14.073	14.073,3	485,3
B 1 Centro di raccolta	92	3.236	1.682.547	18.288,6	519,9
2 Latte alimentare	35	3.341	1.714.039	48.972,5	513,0
3 Formaggi tutelati	500	9.662	4.924.881	9.849,8	509,7
4 Altri formaggi	141	3.655	1.101.629	7.813,0	301,4
5 non classificata	687	12.141	1.934.189	2.815,4	159,3
C 1 Locale	1.450	30.248	9.981.043	6.883,5	330,0
2 Nazionale	1	696	530.725	530.724,6	762,5
3 Multinazionale	4	1.091	845.517	211.379,2	775,0
Totale	1.455	32.035	11.357.285	7.805,7	354,5
Campagna 2014/15 (aprile-marzo)					
A 1 Privata	821	13.888	3.990.570	4.860,6	287,3
2 Cooperativa	639	18.469	7.001.957	10.957,7	379,1
3 Municipalizzata	1	3	4.035	4.035,1	1.345,0
B 1 Centro di raccolta	95	3.102	1.551.120	16.327,6	500,0
2 Latte alimentare	35	3.299	1.678.120	47.946,3	508,7
3 Formaggi tutelati	517	9.920	4.753.301	9.194,0	479,2
4 Altri formaggi	109	3.599	1.038.716	9.529,5	288,6
5 non classificata	705	12.440	1.975.304	2.801,8	158,8
C 1 Locale	1.456	30.647	9.700.010	6.662,1	316,5
2 Nazionale	1	647	488.358	488.358,4	754,8
3 Multinazionale	4	1.066	808.193	202.048,3	758,2
Totale	1.461	32.360	10.996.561	7.526,7	339,8

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

Tab. 8.2 - Ripartizione delle imprese agricole in base al numero di primi acquirenti a cui hanno consegnato il latte in Italia nel 2018/2019 - 2021/2022

Numero acquirenti per impresa agricola	Imprese agricole (n.)				Latte consegnato (.000 t)			
	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22
1	24.554	23.242	22.571	21.915	11.087.849	11.419.612	11.874.559	12.012.176
2	1.248	1.324	1.257	1.105	749.239	726.410	862.596	932.361
3	140	132	150	125	132.208	117.483	123.553	173.032
4	13	40	29	33	23.637	61.280	37.394	88.032
5	8	16	8	7	7.537	41.559	27.978	16.752
6	4	3	4	3	13.233	14.473	2.923	19.922
7	2	-	1	1	6.882	-	12.363	1.376
8	-	-	1	1	-	-	1.005	872
9	-	2	2	3	-	2.077	3.303	17.669
10	1	1	1	-	1.295	1.103	3.217	-
11	-	-	-	-	-	-	-	-
12	-	-	-	-	-	-	-	-
13	-	-	-	-	-	-	-	-
14	1	-	-	-	2.333	-	-	-
TOTALE	25.971	24.760	24.024	23.193	12.024.212	12.383.997	12.948.891	13.262.461

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

primo acquirente, già da metà anni '90, supera quello delle società cooperative: nell'ultima campagna sono 792 contro 535; presentano un saldo (imprese entrate meno imprese uscite) negativo di 7 unità gli operatori privati (-0,9%) e di 20 unità le società cooperative (-3,6%). Tuttavia, in termini di quantità di latte raccolto prosegue il predominio delle società cooperative: è pari al 62,4% nel 2021/22, a fronte del 62,3% della campagna precedente e del 65,9% del 2012/13. In effetti, in termini di quantità media di latte raccolto da ogni singolo acquirente, il peso delle cooperative è più che doppio di quello delle private: la dimensione delle prime, espressa sempre in termini di latte raccolto, supera del 145,6%, in media, quella delle seconde: 15.468 t contro 6.297 t.

Piuttosto diversa si presenta anche la dimensione delle partite di latte mediamente raccolto presso i singoli allevamenti: 590 t/campagna (+6,5% su base campagna) per i produttori di latte soci di cooperative e 466 t/campagna (+7,1%) per gli altri allevatori, quelli che consegnano la loro produzione ai privati.

Il peso, in termini di quantità di latte raccolto alla stalla, dei 73 centri di raccolta (pari al 5,5% dei primi acquirenti) vale il 15,0% delle consegne nazionali e la dimensione media dei conferimenti effettuati dai produttori agricoli, che utilizzano questo canale per commercializzare il loro prodotto, si attesta sulle 822 tonnellate/campagna, contro un valore medio nazionale di tutti i primi acquirenti di 536 tonnellate/campagna. La costituzione dei centri di raccolta, un fenomeno non particolarmente recente e, in passato, molto spesso

strettamente legato alla questione “quote di produzione” e, più in particolare, alla gestione delle produzioni fuori quota di alcuni allevatori, sembra evidenziare andamenti altalenanti: nel corso delle ultime otto campagne, a livello nazionale prosegue la perdita di importanza espressa in numero di imprese (22 unità in meno, pari a un -23,2%), ma cresce il loro peso (dal 14,1% al 15,0%) in termini di latte raccolto.

A livello nazionale non è possibile procedere all’analisi della destinazione del latte per tipologia di impresa definita sulla base dei prodotti ottenuti, in quanto le informazioni relative ai segmenti di mercato nei quali operano, in prevalenza, i singoli primi acquirenti sono, come al solito, piuttosto incomplete specie nelle regioni del Centro e del Sud; infatti, a livello nazionale le imprese che rientrano nella tipologia “non classificate” sono il 46,9%; nella quasi totalità dei casi si tratta di imprese di modeste dimensioni.

La quasi totalità delle imprese è classificata come “locale”: nel 2021/22, infatti, come nelle nove campagne precedenti, solo una rientra tra le “nazionali” e 4 tra le “multinazionali”. Passando dalle imprese locali alle nazionali e multinazionali, aumenta, come è logico attendersi, non solo la quantità di latte mediamente raccolta da ogni singolo acquirente, ma soprattutto la dimensione media delle partite di latte consegnato dai singoli produttori agricoli: si parte infatti da una media di 494 tonnellate per singola partita consegnata alle imprese “locali”, e si giunge a superare le 1.280 tonnellate per campagna per le consegne a primi acquirenti nazionali e multinazionali. Le 5 imprese nazionali e multinazionali⁴, che operano come primo acquirente, hanno raccolto nel corso dell’ultima campagna il 12,7% delle consegne di latte del Paese, contro il 12,4% delle due campagne precedenti.

L’analisi della distribuzione per numero di fornitori e per quantità di latte raccolto dei primi acquirenti in attività nel 1995/96 e nel 2021/22, cioè a 27 campagne di distanza (tab. 8.3), evidenzia:

- una riduzione del numero dei primi acquirenti attivi sul mercato nazionale (-47,7%), peraltro nettamente inferiore rispetto a quella che contemporaneamente ha interessato il numero dei produttori agricoli con consegne (-74,8%);

4. Tra le imprese che nel 2021/22 operano come primo acquirente, l’unica classificata come nazionale è Granlatte Scarl. mentre tra le 4 multinazionali rientrano:

- Fattorie Osella Spa legata a Mondelez;
- Fattorie Scaldasole Srl, ceduta nella primavera 2005 da Heinz alla francese Andros;
- Italtate Spa di Lactalis, che nel 2007/08 ha incorporato Caravaggio Latte Srl e Spa Egidio Galbani;
- Parmalat Spa, che nonostante sia stata acquisita da Lactalis nel 2011, continua ad operare come primo acquirente con matricola diversa da quella di Italtate.

Tab. 8.3 - Ripartizione dei primi acquirenti di latte in Italia per numero di fornitori e quantità di latte raccolto nel 2021/22

Classe	2021/22	Var. % 2021/22 su 2020/21	Var. % 2021/22 su 1995/96
Numero di fornitori			
1	214	-3,6	31,3
2-3	267	6,8	42,0
4-9	352	-4,1	-29,7
10-20	252	-3,1	-66,3
21-50	154	-8,9	-70,7
51-100	58	5,5	-73,9
101-400	26	-3,7	-84,4
401-1.000	2	0	-88,2
oltre 1.000	2	0	-60,0
Totale	1.327	-2	-47,7
Dimensione dei primi acquirenti in tonnellate di latte raccolto			
1-100	145	-10,5	-52,8
101-200	115	10,6	-41,6
201-500	166	-5,7	-49,1
501-1.000	165	0	-51,2
1.001-2.000	128	-2,3	-75,0
2.001-5.000	225	-4,3	-54,7
5.001-10.000	147	4,3	-17,9
10.001-20.000	97	-11	1,0
20.001-50.000	92	8,2	67,3
50.001-100.000	23	4,5	21,1
oltre 100.000	24	0	118,2
Totale	1.327	-2	-47,7

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

- la flessione del numero di primi acquirenti, nell'arco delle ultime 27 campagne considerate, è comune a tutte le classi dimensionali in cui sono stati suddivisi, ad eccezione di quelle delle imprese che si riforniscono di latte da meno di 4 produttori, che presentano complessivamente un aumento del 37,0%;
- la raccolta del latte si presenta piuttosto frammentata, sia in termini di numero di fornitori che di quantità di latte raccolto; nel corso dell'ultima campagna di commercializzazione oltre i tre quinti (62,8%) dei primi acquirenti si sono riforniti di latte da meno di 10 produttori e una quota di imprese pari al 44,5% ha raccolto complessivamente non più di 1.000 tonnellate di latte per campagna;
- tuttavia nelle ultime 27 campagne aumentano di numero solo i primi acquirenti con una raccolta di latte superiore a 10 mila t/anno;
- tra il 1995/96 e il 2021/22 cessano di operare poco meno della metà (47,7%) dei 2.537 primi acquirenti attivi ad inizio periodo: a chiudere sono soprattutto le imprese di minore dimensione espressa in termini di quantità di latte raccolto.

Tab. 8.4 - Ripartizione dei primi acquirenti di latte in Italia per tipologia d'impresa, numero di fornitori e quantità di latte raccolto nel 2021/22

Classe	Privati	Cooperative	Totale
Numero di fornitori			
1	187	27	214
2-3	202	65	267
4-9	188	164	352
10-20	113	139	252
21-50	71	83	154
51-100	25	33	58
101-400	5	21	26
401-1.000	2	2	4
oltre 1.000	1	1	2
Totale	792	535	1.327
Quantità: t/anno			
1-100	127	18	145
101-200	90	25	115
201-500	131	35	166
501-1.000	127	38	165
1.001-2.000	82	46	128
2.001-5.000	92	133	225
5.001-10.000	56	91	147
10.001-20.000	32	65	97
20.001-50.000	37	55	92
50.001-100.000	10	13	23
oltre 100.000	8	16	24
Totale	792	535	1.327

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

All'aumentare sia del numero dei fornitori che delle quantità di latte raccolto, cresce l'incidenza percentuale dei primi acquirenti classificati come "cooperative" e si riduce, di conseguenza, quella dei "privati" (tab. 8.4).

8.1.3. La raccolta del latte a livello regionale

La situazione appena descritta presenta una marcata differenziazione a livello territoriale. Di seguito, l'analisi viene condotta per macroaree: oltre a Lombardia ed Emilia-Romagna, che, per il loro contributo alla produzione nazionale, vengono trattate individualmente, sono prese in esame congiuntamente le altre tre regioni del Nord-Ovest (Valle d'Aosta, Piemonte e Liguria), le altre tre del Nord-Est (Trentino-Alto Adige, Veneto e Friuli-Venezia Giulia), le quattro del Centro (Toscana, Marche, Lazio e Umbria) e le otto regioni Meridionali comprese le due Isole maggiori.

Nelle tre regioni *Nord-Occidentali* (Piemonte, Valle d'Aosta e Liguria), nel corso della campagna terminata il 30 giugno scorso, operano 103 primi acquirenti (tab. 8.5), cinque in meno rispetto alla campagna precedente. Le

Tab. 8.5 - I primi acquirenti di latte prodotto e commercializzato in Valle d'Aosta, Piemonte e Liguria nel 2019/20 - 2021/22

Tipo di impresa	Acquirenti (n.)	Conferi- menti (n.)	Latte consegnato (t)		
			totale	per acquirente	per confe- rimento
Campagna 2021/22 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	54	900	659.769	12.217,9	733,1
2 Cooperativa	49	1.330	594.099	12.124,5	446,7
B 1 Centro di raccolta	11	426	289.760	26.341,8	680,2
2 Latte alimentare	8	373	269.885	33.735,6	723,6
3 Formaggi tutelati	38	992	434.671	11.438,7	438,2
4 Altri formaggi	18	280	180.518	10.028,8	644,7
5 non classificata	28	159	79.034	2.822,6	497,1
C 1 Locale	100	2.128	1.133.401	11.334,0	532,6
2 Nazionale	1	1	4.053	4.052,7	4.052,7
3 Multinazionale	2	101	116.415	58.207,3	1.152,6
Totale	103	2.230	1.253.868	12.173,5	562,3
- venduto fuori Area	9	122	146.070	16.230,0	1.197,3
- acquistato fuori Area	11	158	127.589	11.599,0	807,5
Campagna 2020/21 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	58	956	647.541	11.164,5	677,3
2 Cooperativa	50	1.327	558.491	11.169,8	420,9
B 1 Centro di raccolta	8	389	248.923	31.115,3	639,9
2 Latte alimentare	8	393	278.067	34.758,3	707,5
3 Formaggi tutelati	41	1.034	436.106	10.636,7	421,8
4 Altri formaggi	19	295	165.765	8.724,5	561,9
5 non classificata	32	172	77.171	2.411,6	448,7
C 1 Locale	104	2.175	1.084.632	10.429,2	498,7
2 Nazionale	1	1	3.513	3.512,7	3.512,7
3 Multinazionale	3	107	117.887	39.295,7	1.101,7
Totale	108	2.283	1.206.032	11.167,0	528,3
- venduto fuori Area	10	130	148.594	14.859,4	1.143,0
- acquistato fuori Area	8	152	126.140	15.767,4	829,9
Campagna 2019/20 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	59	1034	672.117	11.391,8	650,0
2 Cooperativa	50	1325	487.361	9.747,2	367,8
B 1 Centro di raccolta	9	393	213.790	23.754,5	544,0
2 Latte alimentare	8	410	261.461	32.682,6	637,7
3 Formaggi tutelati	43	1053	447.924	10.416,8	425,4
4 Altri formaggi	19	325	159.802	8.410,6	491,7
5 non classificata	30	178	76.501	2.550,0	429,8
C 1 Locale	105	2231	1.042.527	9.928,8	467,3
2 Nazionale	1	1	2.837	2.837,3	2.837,3
3 Multinazionale	3	127	114.114	38.037,9	898,5
Totale	109	2359	1.159.478	10.637,4	491,5
- venduto fuori Area	11	171	152.588	13.871,7	892,3
- acquistato fuori Area	7	109	91.087	13.012,4	835,7

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

consegne complessive dell'area, rispetto alla campagna precedente, aumentano del 4,0%. La dimensione media dei primi acquirenti dell'area, espressa in termini di tonnellate di latte raccolto, risulta nettamente superiore (+21,8%) di quella media nazionale. Leggermente più alte sono anche le quantità medie

di latte raccolte presso le singole stalle: 562 tonnellate per campagna e per stalla nelle tre regioni del Nord-Ovest contro le 536 tonnellate rilevate in ambito nazionale. Quest'area ha un peso sul totale nazionale pari al 7,8% in termini di numero di primi acquirenti e al 9,5% in termini di quantità di latte raccolto. Nell'ultima campagna si riducono di quattro unità il numero delle imprese private e di una unità quello delle cooperative; le prime prevalgono sulle seconde sia in numero (54 contro 49), sia, in particolare, in quantità di latte ritirato.

Nel corso dell'ultima campagna passa da 8 a 11 il numero dei centri di raccolta attivi nell'area e contemporaneamente cresce del 16,4% la loro quantità complessiva di latte raccolto; queste imprese incidono sul totale regionale per il 10,7% in numero e per il 23,1% in termini di latte raccolto.

La dimensione media delle partite conferite in cooperativa dai singoli soci risulta nettamente inferiore rispetto alla dimensione media delle consegne alle imprese private: 447 t per campagna nel primo caso e 733 t per campagna nel secondo caso.

La metà (50,7%) dei primi acquirenti delle tre regioni Nord-Occidentali che è stato possibile classificare produce formaggi tutelati; tuttavia, questi operatori raccolgono solo il 34,7% della produzione commercializzata di latte dell'intera area e presentano, quindi, una dimensione media, espressa in termini di latte raccolto, inferiore rispetto a quella media dell'area.

I 9 primi acquirenti che hanno la loro sede legale fuori dalle tre regioni del Nord-Ovest – uno in meno rispetto alla campagna precedente – raccolgono da 122 allevatori un ottavo (12,1%) del latte commercializzato tal quale dagli allevatori dell'area. Più modesta (128 mila tonnellate) è la quantità di latte che 8 primi acquirenti piemontesi acquistano nel 2021/22 da 158 allevatori ubicati in altre aree del Paese: si tratta quasi sempre di allevamenti situati ai confini dell'area in questione. In entrambi i casi, sia che si tratti di latte venduto fuori dalle tre regioni Nord-Occidentali, sia che ci si riferisca al latte acquistato dai primi acquirenti piemontesi fuori da quest'area, la dimensione delle partite ritirate presso le singole aziende agricole risulta nettamente superiore rispetto a quella media dell'area.

In *Lombardia*, nel corso dell'ultima campagna, sono 1,7-1,9 volte più grandi, rispetto al dato calcolato per l'intero Paese (tab. 8.6), sia la quantità di latte mediamente raccolto dalle 203 imprese attive in regione come primo acquirente, sia quella delle partite consegnate loro dalle singole imprese agricole. Rispetto alla campagna precedente, calano di 4 le società cooperative e di una unità quelle private. Nel 2021/22 le consegne lombarde su base campagna aumentano del 3,4%.

Tab. 8.6 - I primi acquirenti di latte prodotto e commercializzato in Lombardia nel 2019/20 - 2021/22

Tipo di impresa	Acquirenti (n.)	Conferimenti (n.)	Latte consegnato (t)		
			totale	per acquirente	per conferimento
Campagna 2021/22 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	98	1.428	2.004.797	20.457,1	1.403,9
2 Cooperativa	105	2.748	3.949.659	37.615,8	1.437,3
B 1 Centro di raccolta	27	791	1.067.678	39.543,6	1.349,8
2 Latte alimentare	9	575	1.158.448	128.716,5	2.014,7
3 Formaggi tutelati	105	1.717	2.608.799	24.845,7	1.519,4
4 Altri formaggi	19	510	607.898	31.994,6	1.192,0
5 non classificata	43	583	511.634	11.898,5	877,6
C 1 Locale	199	3.564	4.807.905	24.160,3	1.349,0
2 Nazionale	1	196	466.503	466.503,4	2.380,1
3 Multinazionale	3	416	680.047	226.682,5	1.634,7
Totale	203	4.176	5.954.456	29.332,3	1.425,9
- venduto fuori Area	35	632	1.028.334	29.381,0	1.627,1
- acquistato fuori Area	41	270	255.375	6.228,7	945,8
Campagna 2020/21 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	96	1.401	1.910.346	19.899,4	1.363,6
2 Cooperativa	109	2.797	3.849.921	35.320,4	1.376,4
B 1 Centro di raccolta	26	779	1.047.710	40.296,5	1.344,9
2 Latte alimentare	10	541	1.070.257	107.025,7	1.978,3
3 Formaggi tutelati	106	1.762	2.551.367	24.069,5	1.448,0
4 Altri formaggi	18	526	585.447	32.524,8	1.113,0
5 non classificata	45	590	505.487	11.233,0	856,8
C 1 Locale	202	3.602	4.697.128	23.253,1	1.304,0
2 Nazionale	1	183	427.513	427.512,8	2.336,1
3 Multinazionale	2	413	635.626	317.813,0	1.539,0
Totale	205	4.198	5.760.267	28.098,9	1.372,1
- venduto fuori Area	37	608	965.974	26.107,4	1.588,8
- acquistato fuori Area	39	276	247.430	6.344,4	896,5
Campagna 2019/20 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	97	1.466	1.829.109	18.856,8	1.247,7
2 Cooperativa	107	2.854	3.627.504	33.901,9	1.271,0
B 1 Centro di raccolta	26	804	976.749	37.567,3	1.241,9
2 Latte alimentare	10	554	992.779	99.277,9	1.792,0
3 Formaggi tutelati	106	1.791	2.430.348	22.927,8	1.357,0
4 Altri formaggi	18	550	574.871	31.937,3	1.045,2
5 non classificata	44	621	481.867	10.951,5	776,0
C 1 Locale	201	3.706	4.458.605	22.182,1	1.203,1
2 Nazionale	1	186	394.355	394.355,3	2.120,2
3 Multinazionale	2	428	603.653	301.826,6	1.410,4
Totale	204	4.320	5.456.614	26.748,1	1.263,1
- venduto fuori Area	33	589	885.064	26.820,1	1.502,7
- acquistato fuori Area	41	315	252.638	6.161,9	802,0

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

Tra gli allevamenti con vacche da latte prevalgono decisamente, sia in termini di numero che, soprattutto, di quantità di latte commercializzate, quelli che consegnano il latte alle imprese cooperative; fino al 1997/98, invece, predominavano, sia per quantità di latte, che, soprattutto, per numero di conferi-

menti, le consegne alle imprese private. Le partite di latte consegnate dai produttori soci di cooperative hanno dimensioni piuttosto simili, ma superiori, a quelle degli altri produttori: 1.437 contro 1.404 tonnellate per stalla e per campagna.

In Lombardia, ove opera il 15,3% dei primi acquirenti del Paese e si produce il 44,9% delle consegne complessive, la dimensione delle quantità di latte mediamente raccolto dalle imprese private risulta nettamente più bassa rispetto a quella conferita alle società cooperative: all'incirca, rispettivamente, 20,5 e 37,6 migliaia di tonnellate per campagna. Ancora piuttosto rilevante e sostanzialmente stabile risulta in questa regione il ruolo dei centri di raccolta: rispetto al totale regionale hanno un peso pari al 13,3% se riferito al numero di imprese e al 17,9% in termini di latte raccolto.

Circa la specializzazione produttiva è da segnalare, poi, che i due terzi (65,6%) dei primi acquirenti che è stato possibile classificare rientrano nella categoria dei produttori di formaggi tutelati. La quantità media di latte raccolto da questi imprenditori risulta significativamente inferiore alla quantità media raccolta in regione: 24,8 contro 29,4 migliaia di t/campagna. Di contro, la dimensione media dei conferimenti effettuati dalle imprese agricole a questi caseifici supera nettamente il dato medio regionale: 1.519 contro 1.426 tonnellate per campagna.

I 35 primi acquirenti con sede legale fuori regione raccolgono il 17,3% delle consegne di latte vaccino della Lombardia e sono 632 gli allevatori lombardi interessati. Nettamente inferiore (4,3% sulle consegne della regione) e in leggera crescita dopo 4 campagne consecutive in flessione è la quantità di prodotto che 41 imprese con sede in Lombardia ritirano da 270 allevatori ubicati fuori regione.

Nelle tre regioni *Nord-Orientali* (Veneto, Trentino-Alto Adige e Friuli-Venezia Giulia) operano 203 primi acquirenti (il 15,9% del totale nazionale), una in meno rispetto alla campagna precedente – calano solo le cooperative, mentre non varia il numero degli operatori privati –, e si produce il 15,4% delle consegne del Paese.

La dimensione media delle partite di latte vaccino consegnate dagli allevatori delle tre regioni del Nord-Est, durante l'ultima campagna (tab. 8.7), pur registrando su base campagna una discreta crescita (+3,3%), si attesta a 244 tonnellate: infatti restano sostanzialmente stabili le consegne complessive dell'area, mentre prosegue la riduzione del numero dei conferimenti (-3,1%). Peraltro, la dimensione media delle partite muta in modo non trascurabile al variare dell'indirizzo produttivo prevalente dell'acquirente: dalle 606 t/campagna di chi commercializza il proprio prodotto tramite i 17 centri di raccolta alle

Tab. 8.7 - I primi acquirenti di latte prodotto e commercializzato in Veneto, Friuli V. G. e Trentino A. A. nel 2019/20 - 2021/22

Tipo di impresa	Acquirenti (n.)	Conferimenti (n.)	Latte consegnato (t)		
			totale	per acquirente	per conferimento
Campagna 2021/22 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	89	3.512	835.940	9.392,6	238,0
2 Cooperativa	114	4.849	1.204.600	10.566,7	248,4
B 1 Centro di raccolta	17	455	275.923	16.230,8	606,4
2 Latte alimentare	11	1.009	243.256	22.114,1	241,1
3 Formaggi tutelati	74	2.394	901.103	12.177,1	376,4
4 Altri formaggi	52	1.838	271.282	5.217,0	147,6
5 non classificata	49	2.665	348.976	7.122,0	130,9
C 1 Locale	201	8.263	1.911.610	9.510,5	231,3
2 Nazionale	1	72	65.364	65.363,8	907,8
3 Multinazionale	1	26	63.567	63.566,5	2.444,9
Totale	203	8.361	2.040.540	10.051,9	244,1
- venduto fuori Area	18	149	198.008	11.000,4	1.328,9
- acquistato fuori Area	12	87	87.893	7.324,4	1.010,3
Campagna 2020/21 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	89	3.566	834.050	9.371,3	233,9
2 Cooperativa	115	5.065	1.205.655	10.484,0	238,0
B 1 Centro di raccolta	17	467	279.655	16.450,3	598,8
2 Latte alimentare	11	1.021	234.286	21.298,8	229,5
3 Formaggi tutelati	73	2.474	903.083	12.371,0	365,0
4 Altri formaggi	52	1.942	283.600	5.453,9	146,0
5 non classificata	51	2.727	339.080	6.648,6	124,3
C 1 Locale	202	8.533	1.919.703	9.503,5	225,0
2 Nazionale	1	71	53.877	53.877,2	758,8
3 Multinazionale	1	27	66.125	66.125,0	2.449,1
Totale	204	8.631	2.039.705	9.998,6	236,3
- venduto fuori Area	18	146	189.297	10.516,5	1.296,6
- acquistato fuori Area	16	86	74.844	4.677,8	870,3
Campagna 2019/20 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	89	3.692	794.227	8.923,9	215,1
2 Cooperativa	120	5.134	1.197.590	9.979,9	233,3
B 1 Centro di raccolta	18	495	265.960	14.775,6	537,3
2 Latte alimentare	10	951	207.948	20.794,8	218,7
3 Formaggi tutelati	75	2.565	874.138	11.655,2	340,8
4 Altri formaggi	54	1.980	287.857	5.330,7	145,4
5 non classificata	52	2.835	355.914	6.844,5	125,5
C 1 Locale	207	8.765	1.891.671	9.138,5	215,8
2 Nazionale	1	34	39.650	39.650,0	1.166,2
3 Multinazionale	1	27	60.495	60.494,8	2.240,5
Totale	209	8.826	1.991.816	9.530,2	225,7
- venduto fuori Area	21	120	164.782	7.846,8	1.373,2
- acquistato fuori Area	13	73	57.282	4.406,3	784,7

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

148 t/campagna di chi lo consegna alle imprese che lo trasformano in formaggi non tutelati.

Tra i primi acquirenti dell'area, le imprese cooperative in numero preval-

gono su quelle private: 114 contro 89. In quest'area, inoltre, la dimensione media, in termini di latte raccolto, dei caseifici sociali risulta superiore (+12,5%) rispetto a quella delle imprese private: 10.567 contro 9.393 t/campagna. Inoltre, i produttori agricoli associati in cooperativa presentano una dimensione media delle partite di latte conferite solo leggermente superiori rispetto a quelle delle aziende agricole che consegnano la loro produzione ai caseifici privati: 248 contro 238 t/campagna.

Nell'ultima campagna cala il peso relativo dei centri di raccolta sul totale regionale degli operatori (dall'8,6% all'8,3%), mentre aumenta la loro incidenza in termini di latte raccolto (dal 13,4% al 13,7%). Tra gli acquirenti che è stato possibile classificare, i caseifici produttori di formaggi tutelati hanno un peso del 53,1% sul latte raccolto nell'area e del 47,8% sul numero dei primi acquirenti.

Tutte le imprese sia nazionali che multinazionali, che si approvvigionano di latte nelle tre regioni del Nord-Est, hanno la loro sede in altre regioni; peraltro, il loro peso sulla raccolta della produzione lattiera dell'area nell'ultima campagna sale dal 5,9% al 6,3%.

Complessivamente le 18 imprese, che hanno la loro sede fuori dal Triveneto ed operano nell'area come primi acquirenti, nell'ultima campagna raccolgono da 149 allevatori 198 mila tonnellate di latte, pari al 9,7% delle consegne dell'area. Nettamente meno rilevante si presenta il fenomeno inverso: le imprese dell'area che acquistano latte fuori regione sono 12 – quattro in meno rispetto al 2020/21 – e nel corso dell'ultima campagna hanno raccolto presso 87 allevatori, perlopiù lombardi, 89 mila tonnellate di latte.

In *Emilia-Romagna*, nel corso dell'ultima campagna, si approvvigionano di latte 294 primi acquirenti, sette in meno rispetto alla campagna precedente: il saldo su base campagna è negativo di 13 unità per le società cooperative e positivo per 6 unità per gli operatori privati (tab. 8.8). In regione opera il 22,2% dei primi acquirenti del Paese e si produce il 16,4% delle consegne nazionali. Nella campagna terminata il 30 giugno scorso, la raccolta media di latte dei primi acquirenti della regione ammonta a 7.406 tonnellate, in crescita sulla campagna precedente del 6,7%. Prevalgono nettamente in numero, nel rapporto di 2,3 a 1, le imprese cooperative sulle private; tuttavia, la dimensione media delle partite conferite dai singoli produttori soci dei caseifici sociali risulta nettamente inferiore rispetto a quelle degli allevatori che cedono la loro produzione alle imprese private: 736 contro 986 t/campagna.

Modesto e sostanzialmente stabile si presenta il ruolo dei centri di raccolta sul totale regionale, in termini tanto di numero di operatori (3,1%), quanto di quantità di latte raccolto (6,5%).

Tab. 8.8 - I primi acquirenti di latte prodotto e commercializzato in Emilia-Romagna nel 2019/20 - 2021/22

Tipo di impresa	Acquirenti (n.)	Conferimenti (n.)	Latte consegnato (t)		
			totale	per acquirente	per conferimento
Campagna 2021/2022 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	89	627	618.110	6.945,1	985,8
2 Cooperativa	205	2.120	1.559.138	7.605,6	735,4
B 1 Centro di raccolta	9	122	141.485	15.720,5	1.159,7
2 Latte alimentare	8	120	104.660	13.082,5	872,2
3 Formaggi tutelati	243	2.367	1.833.349	7.544,6	774,5
4 Altri formaggi	11	58	55.482	5.043,8	956,6
5 non classificata	23	80	42.273	1.838,0	528,4
C 1 Locale	292	2.656	2.080.743	7.125,8	783,4
2 Nazionale	1	87	77.224	77.224,2	879,7
3 Multinazionale	1	4	9.281	9.281,0	2.320,3
Totale	294	2.747	2.177.248	7.405,6	792,6
- venduto fuori Area	34	160	112.518	3.309,4	703,2
- acquistato fuori Area	15	977	1.209.957	80.663,8	1.238,4
Campagna 2020/2021 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	83	659	563.359	6.787,5	854,9
2 Cooperativa	218	2.285	1.525.826	6.999,2	667,8
B 1 Centro di raccolta	9	127	142.248	15.805,3	1.120,1
2 Latte alimentare	8	114	96.416	12.052,1	845,8
3 Formaggi tutelati	253	2.556	1.756.910	6.944,3	687,4
4 Altri formaggi	9	58	50.513	5.612,5	870,9
5 non classificata	22	89	43.098	1.959,0	484,2
C 1 Locale	299	2.859	2.011.745	6.728,2	703,7
2 Nazionale	1	83	69.564	69.564,3	838,1
3 Multinazionale	1	2	7.876	7.875,6	3.937,8
Totale	301	2.944	2.089.185	6.940,8	709,6
- venduto fuori Area	30	155	96.567	3.218,9	623,0
- acquistato fuori Area	17	1.033	1.171.267	68.898,1	1.133,9
Campagna 2019/2020 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	80	658	535.081	6.688,5	813,2
2 Cooperativa	224	2.258	1.449.103	6.469,2	634,2
B 1 Centro di raccolta	10	132	130.266	13.026,6	986,9
2 Latte alimentare	6	113	89.833	14.972,2	795,0
3 Formaggi tutelati	258	2.540	1.677.050	6.500,2	660,3
4 Altri formaggi	9	63	44.035	4.892,7	699,0
5 non classificata	21	95	43.000	2.047,6	452,6
C 1 Locale	302	2.852	1.908.509	6.319,6	669,2
2 Nazionale	1	88	66.316	66.315,6	753,6
3 Multinazionale	1	3	9.359	9.358,7	3.119,6
Totale	304	2.943	1.984.184	6.526,9	674,2
- venduto fuori Area	31	160	91.444	2.949,8	571,5
- acquistato fuori Area	16	1.010	1.086.291	67.893,2	1.075,5

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

Il 90% dei primi acquirenti, per i quali è stato possibile identificare l'indirizzo produttivo prevalente, rientra tra i produttori di formaggi tutelati; queste imprese lavorano oltre i cinque sestimi del latte raccolto in regione. Irrilevante (4,0%) e in flessione appare il peso del latte ritirato in Emilia-Romagna diretta-

mente da imprese nazionali e multinazionali.

Risulta, infine, pari al 5,2% delle consegne regionali il latte conferito da 160 allevatori alle 34 imprese, che hanno la loro sede legale fuori regione. Di contro, i 15 primi acquirenti dell'Emilia-Romagna, che si riforniscono di materia prima anche fuori regione, raccolgono complessivamente da 977 allevatori ubicati nel resto del Paese 1,2 milioni di tonnellate di latte, (+3,3% su base annua) vale a dire oltre la metà (55,6%) delle consegne regionali.

Nella campagna terminata il 30 giugno scorso, le quattro regioni dell'*Italia Centrale* (Toscana, Marche, Umbria e Lazio) hanno un peso del 5,8% sul numero dei primi acquirenti del Paese e del 3,3% sulle consegne complessive (tab. 8.9). Sono 77, due in più rispetto alle due campagne precedenti, i primi acquirenti che operano nell'area: infatti crescono di 4 unità le imprese private, mentre calano di 2 unità le società cooperative. Le prime prevalgono in numero (46 contro 31) ma in termini di latte complessivamente raccolto le cooperative prevalgono nettamente sulle private: 327 contro 116 mila tonnellate.

In effetti la dimensione media delle cooperative, in termini di latte raccolto, è quadrupla rispetto a quella degli operatori privati: 10.556 contro 2.514 tonnellate. Peraltro, solo leggermente diverse sono le dimensioni medie delle partite di latte raccolte per campagna dalle due tipologie di impresa a livello dei singoli allevatori: rispettivamente 385 e 368 tonnellate.

Le imprese non classificate in base al loro orientamento produttivo prevalente sono i tre quinti del totale, ragion per cui sull'argomento non è possibile fare alcun tipo di considerazione.

Nell'ultima campagna, la quantità di latte consegnato da 100 allevatori dell'*Italia Centrale* a 12 acquirenti con sede legale fuori area si attesta a 46 mila tonnellate; inferiore è la quantità di latte consegnato a 13 primi acquirenti delle quattro regioni del Centro da 120 allevamenti ubicati fuori area.

L'ultima area che resta da analizzare, quella costituita dalle sei regioni del *Sud* e dalle due *Isole maggiori*, presenta una struttura di raccolta del latte alla stalla particolarmente frammentata: in queste otto regioni opera infatti il 42,4% dei primi acquirenti del Paese (in riduzione di 5 unità rispetto alla campagna precedente), ma si produce solo il 10,5% delle consegne nazionali (tab. 8.10).

Netta risulta la preponderanza delle imprese private sulle cooperative: in numero il rapporto è di quasi sei a uno, ma tale supremazia non trova riscontro nei quantitativi di latte raccolto; il predominio, appannaggio ininterrotto delle società cooperative sin dal 2003/04, a partire dal 2014/15 ritorna alle imprese private. In effetti, la dimensione media, in termini di latte raccolto, dei caseifici sociali di quest'area è di quasi quattro volte superiore rispetto a quella delle imprese

Tab. 8.9 - I primi acquirenti di latte prodotto e commercializzato in Italia Centrale nel 2018/19 - 2021/22

Tipo di impresa	Acquirenti (n.)	Conferi- menti (n.)	Latte consegnato (t)		
			totale	per acquirente	per confe- rimento
Campagna 2021/22 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	46	314	115.648	2.514,1	368,3
2 Cooperativa	31	850	327.242	10.556,2	385,0
B 1 Centro di raccolta	13	399	165.473	12.728,7	414,7
2 Latte alimentare	8	118	79.477	9.934,6	673,5
4 Altri formaggi	10	151	40.458	4.045,8	267,9
5 non classificata	46	496	157.482	3.423,5	317,5
C 1 Locale	75	1.133	418.095	5.574,6	369,0
2 Nazionale	1	30	22.879	22.879,1	762,6
3 Multinazionale	1	1	1.915	1.914,9	1.914,9
Totale	77	1.164	442.889	5.751,8	380,5
- venduto fuori Area	12	100	46.171	3.847,6	461,7
- acquistato fuori Area	13	120	37.633	2.894,9	313,6
Campagna 2020/21 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	42	317	107.287	2.554,4	338,4
2 Cooperativa	33	892	336.541	10.198,2	377,3
B 1 Centro di raccolta	12	420	182.374	15.197,8	434,2
2 Latte alimentare	9	142	80.122	8.902,5	564,2
4 Altri formaggi	9	155	43.183	4.798,2	278,6
5 non classificata	45	492	138.148	3.070,0	280,8
C 1 Locale	73	1.170	419.586	5.747,8	358,6
2 Nazionale	1	38	22.795	22.794,8	599,9
3 Multinazionale	1	1	1.447	1.446,9	1.446,9
Totale	75	1.209	443.828	5.917,7	367,1
- venduto fuori Area	13	116	43.632	3.356,3	376,1
- acquistato fuori Area	9	113	36.734	4.081,5	325,1
Campagna 2019/20 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	47	353	116.610	2.481,1	330,3
2 Cooperativa	37	976	326.503	8.824,4	334,5
B 1 Centro di raccolta	12	443	182.414	15.201,2	411,8
2 Latte alimentare	7	123	67.578	9.654,0	549,4
3 Formaggi tutelati	1	1	2	2,4	2,4
4 Altri formaggi	9	195	55.510	6.617,8	284,7
5 non classificata	55	567	137.608	2.502,0	242,7
C 1 Locale	83	1.287	420.488	5.066,1	326,7
2 Nazionale	1	42	22.625	22.624,6	538,7
Totale	84	1.329	443.113	5.275,2	333,4
- venduto fuori Area	11	100	31.111	2.828,2	311,1
- acquistato fuori Area	10	129	35.083	3.508,3	272,0

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

private. In ogni caso, le dimensioni delle partite conferite dai soci alle cooperative, anche se nettamente superiori a quelle consegnate alle imprese private (rispettivamente 301 e 192 t/anno), risultano tuttora piuttosto modeste.

Anche per i primi acquirenti di quest'area, caratterizzati peraltro da un mar-

Tab. 8.10 - I primi acquirenti di latte prodotto e commercializzato in Italia Meridionale e Isole nel 2019/20 - 2021/22

Tipo di impresa	Acquirenti (n.)	Conferimenti (n.)	Latte consegnato (t)		
			totale	per acquirente	per conferimento
Campagna 2021/22 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	473	3.917	752.674	1.591,3	192,2
2 Cooperativa	84	2.132	640.786	7.628,4	300,6
B 1 Centro di raccolta	15	234	53.790	3.586,0	229,9
2 Latte alimentare	9	751	413.328	45.925,4	550,4
3 Formaggi tutelati	15	185	17.409	1.160,6	94,1
4 Altri formaggi	58	301	68.641	1.183,5	228,0
5 non classificata	460	4.578	840.291	1.826,7	183,5
C 1 Locale	555	5.685	1.211.870	2.183,5	213,2
2 Nazionale	1	151	77.904	77.904,3	515,9
3 Multinazionale	1	213	103.686	103.685,9	486,8
Totale	557	6.049	1.393.460	2.501,7	230,4
- venduto fuori Area	14	498	215.082	15.363,0	431,9
- acquistato fuori Area	10	49	27.736	2.773,6	566,0
Campagna 2020/21 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	478	4.184	760.248	1.590,5	181,7
2 Cooperativa	84	2.309	649.626	7.733,6	281,3
B 1 Centro di raccolta	16	275	56.146	3.509,1	204,2
2 Latte alimentare	9	841	435.716	48.412,9	518,1
3 Formaggi tutelati	12	185	15.557	1.296,4	84,1
4 Altri formaggi	54	316	72.946	1.350,9	230,8
5 non classificata	471	4.876	829.509	1.761,2	170,1
C 1 Locale	560	6.106	1.212.944	2.166,0	198,6
2 Nazionale	1	161	83.611	83.611,2	519,3
3 Multinazionale	1	226	113.320	113.320,1	501,4
Totale	562	6.493	1.409.875	2.508,7	217,1
- venduto fuori Area	11	554	230.520	20.956,4	416,1
- acquistato fuori Area	11	49	18.169	1.651,8	370,8
Campagna 2019/20 (luglio-giugno)					
A 1 Privata	483	4.299	710.654	1.471,3	165,3
2 Cooperativa	84	2.496	638.138	7.569,9	255,7
B 1 Centro di raccolta	14	287	64.125	4.580,4	223,4
2 Latte alimentare	10	860	418.739	41.873,9	486,9
3 Formaggi tutelati	12	191	14.075	1.172,9	73,7
4 Altri formaggi	48	255	61.773	1.286,9	242,2
5 non classificata	483	5.202	790.079	1.635,8	151,9
C 1 Locale	565	6.389	1.165.716	2.063,2	182,5
2 Nazionale	1	176	80.623	80.623,0	458,1
3 Multinazionale	1	230	102.452	102.452,1	445,4
Totale	567	6.795	1.348.792	2.378,8	198,5
- venduto fuori Area	11	549	212.192	19.290,2	386,5
- acquistato fuori Area	12	53	14.800	1.233,3	279,2

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

cato turnover (chiusura e successiva apertura di nuove imprese), mancano quasi del tutto le informazioni sui loro indirizzi produttivi prevalenti.

Sono 14 i primi acquirenti che hanno la loro sede legale nelle regioni del Centro-Nord; che nell'ultima campagna ritirano al Sud e nelle due Isole maggiori da 498 allevatori 215 mila tonnellate di latte, vale a dire il 16,4% della

produzione dell'intera area. Del tutto inconsistente si presenta, invece, il fenomeno contrario, quello dei primi acquirenti dell'area che si riforniscono di latte da allevatori del Centro-Nord: sono 10 le imprese che acquistano da 49 allevamenti poco più di 28 mila t di latte.

8.1.4. La concentrazione nella raccolta del latte

Come è già stato anticipato alla fine del paragrafo 8.1.1., a differenza dei Rapporti pubblicati fino al 2004, anche quest'anno l'analisi della concentrazione nella raccolta del latte non prende in considerazione i "gruppi", ma bensì le imprese che li compongono.

La quota percentuale della produzione italiana di latte vaccino raccolta nell'ultima campagna dai quattro maggiori "primi acquirenti" – vale a dire il CR4 – risulta pari al 15,7% e nelle ultime 8 campagne appare caratterizzato da un discreto trend positivo; tale quota, sale al 22,4% se si considerano le otto imprese maggiori, cioè il CR8, valore caratterizzato da un lieve incremento nel corso delle ultime otto campagne (tab. 8.11). Ai primi cinque posti, sin dal 2014/15, si collocano esattamente sempre le stesse imprese, sia pur non sempre con lo stesso ordine.

Il CR4 e CR8, in realtà, evidenziano significativi aumenti sia nel 2011/12 che nel 2005/06. In effetti:

- tre imprese di Lactalis (Galbani, Caravaggio Latte e Italtate) confluiscono in Italtate Spa, che dal 2007/08 al 2015/16 è il maggiore "primo acquirente" del Paese, con una quota che nel 2015/16 si attesta al 4,7%; dopo si posiziona al secondo posto con quote di raccolta latte che oscillano tra il 4,3% e il 4,6%;
- nel 2013 c'è la fusione di Mila con Milchhof Bruneck, che dà luogo a Bergmilch Suedtirol, con una quota che nelle ultime 9 campagne scende dall'1,9% all'1,4% e passa dalla sesta alla decima posizione;
- contemporaneamente la quota di Granlatte sale dal 3,3% al 4,7% e nel 2016/17 diventa leader di mercato, con una quota che nell'ultima campagna si attesta al 5,4%;
- dietro a Granlatte e Italtate, si collocano nell'ordine, Latteria Soresina e Parmalat, che tra l'altro fa parte del gruppo Italtate, vale a dire due imprese private multinazionali e due cooperative, una attiva in ambito locale e una a livello nazionale.

Nell'ultima campagna seguono:

- Santangiolina, una cooperativa lombarda che durante le ultime 8 campagne occupa in modo stabile la quinta posizione con quote sulla raccolta nazio-

Tab. 8.11 - I primi acquirenti di latte in Italia: alcuni indicatori sulla struttura del mercato nel 2014/15 – 2021/22*

	2014/15		2015/16		2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21		2021/22	
	quota %	n. ord.														
In termini di latte raccolto (000 t)*																
BO GranlatteSea	4,4	2	4,7	2	4,7	1	4,7	1	4,8	1	4,9	1	5,1	1	5,4	1
MI Itallatte Spa	4,6	1	4,7	1	4,6	2	4,4	2	4,4	2	4,3	2	4,3	2	4,4	2
CR Latteria Soresina Sea	3,2	3	3,2	3	3,3	3	3,3	3	3,4	3	3,3	3	3,2	3	3,2	3
PR Parmalat Spa	2,3	4	2,4	4	2,5	4	2,6	4	2,7	4	2,7	4	2,8	4	2,8	4
MI Santangiolina Latte Fattorie Lombarde Sea	2,0	5	2,0	5	1,9	5	1,8	5	1,8	5	1,8	5	1,8	5	1,8	5
CN Cooper.Commercializzazione Latte Sea	0,9	18	0,9	18	1,0	17	1,1	17	1,2	16	1,3	14	1,5	10	1,7	6
MI Consorzio Produttori Latte Milano Sea	1,5	8	1,4	8	1,3	10	1,3	9	1,4	8	1,5	8	1,6	7	1,7	7
OR Assegnatari Associati Arborea Sea	1,8	6	1,8	6	1,8	6	1,7	6	1,7	6	1,7	6	1,6	6	1,5	8
MN Latteria Sociale Mantova Sea	1,2	14	1,4	9	1,4	8	1,4	8	1,4	9	1,4	10	1,5	9	1,5	9
BZ BergmilchSuedtiro1 - Ges.	1,7	7	1,7	7	1,6	7	1,6	7	1,6	7	1,6	7	1,5	8	1,4	10
CR4 %	14,6		15,0		15,2		15,1		15,3		15,2		15,4		15,7	
.000 t	1.609,3		1.705,6		1.770,9		1.830,9		.837,00		1.879,5		1.988,9		2.088,7	
CR8 %	21,6		21,8		21,9		21,7		21,8		21,8		21,9		22,4	
.000 t	2.371,9		2.477,7		2.551,5		2.634,3		.623,70		2.698,4		2.832,3		2.974,8	

Tab. 8.11 - Continua

	2014/15		2015/16		2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21		2021/22	
	quota %	n. ord.														
Per numero di conferimenti*																
BZ Bergmilch Suedtirol - Ges.	8,1	1	7,9	1	8,3	1	8,5	1	8,7	1	8,7	1	8,7	1	8,7	1
BZ Milchhof Brixen - Ges.	3,7	2	3,6	2	3,7	2	3,9	2	3,9	2	3,9	2	4,1	2	4,1	2
BO Granlatte Sea	2,0	3	2,2	3	2,1	3	2,0	3	2,0	3	2,0	3	2,1	3	2,1	3
BZ Milchhof Meran - Ges.	1,5	5	1,5	6	1,6	6	1,6	4	1,6	5	1,9	5	2,1	4	2,2	4
PR Parmalat Spa	1,5	6	1,5	5	1,6	4	1,6	6	1,5	6	1,5	6	1,5	5	1,5	5
MI Italatte Spa	1,7	4	1,7	4	1,6	5	1,6	5	1,6	4	1,5	4	1,4	6	1,4	6
BZ Milchhof Sterzing Landw. - Ges	1,2	7	1,2	8	1,3	7	1,3	7	1,4	7	1,4	7	1,4	7	1,4	7
BL Lattebusche Sea	1,1	9	1,2	7	1,3	8	1,3	8	1,3	8	1,3	8	1,3	8	1,3	8
VI Latterie Vicentine Sea	1,1	8	1,2	9	1,2	9	1,2	9	1,2	9	1,1	10	1,1	10	1,0	11
CR4 %	15,5		15,5		15,7		16,0		16,1		16,5		16,9		17,3	
.000 t	5.013,0		4.951,0		4.755,0		4.601,0		4.458,0		4.395,0		4.351,0		4.282,0	
CR8 %	20,8		20,9		21,4		21,7		22,0		22,2		22,5		23,1	
.000 t	6.736,0		6.710,0		6.487,0		6.258,0		6.066,0		5.896,0		5.801,0		5.702,0	

* L'ordine in cui sono riportate le imprese è quello della quota di mercato sulla raccolta del latte vaccino alla stalla nel 2021/22 ordinata in modo decrescente. Si riportano di norma solo le imprese che nel corso delle ultime otto campagne hanno occupato almeno una volta una delle prime otto posizioni.

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

- nale che scendono dal 2,0% all'1,8%;
- Cooperativa Commercializzazione Latte, che durante le ultime 8 campagne vede aumentare la sua quota di mercato dallo 0,9% all'1,7% e passa dalla diciottesima alla sesta posizione;
- Consorzio Produttori Latte Milano, con una quota sulla raccolta nazionale del latte alla stalla che in 8 campagne sale dall'1,5% all'1,7% e si colloca in settima posizione; questa cooperativa, dopo la cessione a Latteria Sorensina degli impianti di Peschiera Borromeo si è trasformata in “centro di raccolta”;
- Assegnatari Associati Arborea (nota anche come 3A), che occupa l'ottava posizione con una quota che in 8 campagne scende dall'1,8% all'1,5%.

L'analisi delle quote di mercato evidenzia, dopo la conclusione dell'operazione Lactalis/Italatte, un minor turnover tra le imprese. Contemporaneamente riprende il processo di concentrazione, che sembrava si fosse interrotto nel 2000/01: CR4 e CR8 nelle ultime 16 campagne guadagnano rispettivamente 8,1 e 8,8 punti percentuali.

Tra i primi 8 operatori, nel 2021/22, accrescono la propria quota di raccolta del latte presso i produttori agricoli italiani ben quattro imprese, una per la sesta campagna consecutiva (Cooperativa Commercializzazione Latte), due per la quarta campagna consecutiva (Granlatte e Consorzio Produttori Latte Milano) e una solo nell'ultima campagna (Italatte).

Se l'analisi della concentrazione viene condotta in termini di numero di allevatori presso i quali i primi acquirenti si riforniscono di latte, la classifica delle 8 maggiori imprese cambia profondamente e i valori di CR4 e CR8 aumentano leggermente: Italatte e Parmalat scendono rispettivamente al quinto e sesto posto e tra le prime 8 imprese si collocano, oltre a Granlatte cinque cooperative che operano nelle tre regioni del Nord-Est.

Nella prima decade del nuovo millennio, nelle *tre regioni Nord-Occidentali* del Paese, ma sarebbe più corretto parlare solo del Piemonte, si assiste ad un vero e proprio rimescolamento delle quote di mercato sulla raccolta del latte alla stalla, a causa, soprattutto, delle alterne vicende connesse con la gestione delle quote di produzione e, più in particolare, delle produzioni fuori quota.

Nel 2010/11, dopo sette campagne consecutive passate al secondo o terzo posto, Biraghi torna ad essere indiscusso leader di mercato con una quota regionale sulla raccolta del latte alla stalla dell'11,8%, quota che poi cresce fino a raggiungere il 15,4% nel 2014/15 e, ancora, nel 2019/20; peraltro, durante le ultime 11 campagne la quota di Biraghi non è mai scesa sotto il 12,7% (tab. 8.12). Comunque, tra il 2003/04 e il 2005/06 la posizione di leader è appannaggio, con quote piuttosto variabili, della cooperativa Savoia Sei, che subito

Tab. 8.12 - I primi acquirenti di latte per regioni in Italia: alcuni indicatori sulla struttura del mercato in termini di latte raccolto nel 2014/15 – 2021/22*

	2014/15		2015/16		2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21		2021/22	
	quota %	n. ord.														
Valle d'Aosta, Piemonte e Liguria																
CN Cooper. Commercializ. Latte Sca	9,6	3	10,0	3	10,9	2	12,2	3	12,6	3	13,7	3	15,8	1	18,0	1
CN Piemonte Latte Sca	8,0	4	8,9	4	10,7	4	12,2	2	13,2	2	13,9	2	15,3	2	14,3	2
CN Biraghi Spa	15,4	1	14,8	1	13,6	1	12,7	1	15,0	1	15,4	1	13,8	3	13,4	3
MI Italatte Spa	13,2	2	12,5	2	10,8	3	8,3	4	7,5	4	7,4	4	7,4	4	7,0	4
CN Valgrana Spa	6,4	5	7,1	5	6,5	5	6,2	5	6,3	5	6,5	5	6,2	5	5,6	5
TO Centrale del Latte Di Torino & C. Spa	4,7	6	4,6	6	4,3	6	4,3	6	4,3	6	4,2	6	4,1	6	4,0	6
NO Igor Srl	1,7	13	2,3	9	2,7	9	3,1	8	3,1	7	2,9	7	3,0	7	3,3	7
CN Fattorie Osella Spa	3,9	7	3,7	7	3,7	7	3,3	7	2,5	9	2,3	9	2,4	8	2,9	8
TO Cooperativa Produttori Latte Abit Sca	2,8	8	2,8	8	2,7	8	2,3	13	2,2	11	2,0	12	2,2	9	2,3	9
TO Casificio Pugliese F.lli Radiceci Spa	2,8	9	1,9	13	2,5	10	2,7	9	2,5	10	2,0	11	1,9	12	2,1	10
IM Genola Latte Spa	2,2	10	2,1	10	2,5	11	2,6	10	2,6	8	2,4	8	1,9	13	1,9	13
CR4 %	46,3		46,2		46,0		45,4		48,3		50,4		52,2		52,7	
.000 t	476,0		484,8		501,0		510,7		539,7		584,2		629,9		661,0	
CR8 %	64,1		64,4		63,2		62,3		64,5		66,5		67,9		68,9	
.000 t	659,4		675,3		688,6		701,7		720,5		770,9		818,9		860,2	

Tab. 8.12 - Continua

	2014/15		2015/16		2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21		2021/22	
	quota %	n. ord.														
Lombardia																
MI Itallatte Spa	8,1	1	8,5	1	8,4	1	8,5	1	8,4	1	8,1	1	8,1	1	8,3	1
BO GranlatteScarl	6,1	3	6,5	3	6,7	3	6,9	3	7,0	3	7,2	3	7,4	2	7,8	2
CR Lattaria Soresina Sca	7,6	2	7,7	2	7,8	2	7,7	2	7,8	2	7,5	2	7,2	3	7,2	3
MI Santangiolina Latte Fattorie Lombarde Sca	4,5	4	4,4	4	4,2	4	4,0	4	3,9	4	3,9	4	3,8	4	3,8	4
MI Consorzio Produttori Latte Milano Sca	3,6	5	3,3	5	3,0	7	3,1	6	3,3	5	3,5	5	3,6	5	3,7	5
MNLattaria Sociale Mantova Sca	2,6	10	3,1	6	3,1	5	3,1	5	3,1	6	3,1	6	3,1	6	3,1	6
PR Parmalat Spa	2,7	9	2,6	10	2,9	9	2,9	8	3,0	7	3,0	7	3,0	7	3,0	7
BS Latte Brescia Sca	3,0	6	3,0	7	3,1	6	3,0	7	3,0	8	3,0	8	2,9	8	2,9	8
BS Cooperativa Produttori di Latte Indenne	2,8	8	2,9	8	2,9	8	2,9	9	2,9	9	2,9	9	2,9	9	2,9	9
CR Produttori Latte Associati Crenoma Sca	2,8	7	2,8	9	2,8	10	2,7	10	2,7	10	2,7	10	2,7	10	2,7	10
CR4 %	26,2		27,0		27,1		27,2		27,2		26,7		26,5		27,1	
.000 t	1.213,9		1.296,0		1.351,1		1.413,0		1.423,2		1.459,5		1.526,1		1.615,5	
CR8 %	38,4		39,3		39,2		39,3		39,5		39,2		39,1		40,0	
.000 t	1.778,4		1.886,2		1.954,5		2.043,4		2.069,4		2.140,0		2.253,0		2.383,3	

Tab. 8.12 - *Continua*

	2014/15		2015/16		2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21		2021/22	
	quota %	n. ord.														
Veneto, Friuli V. G. e Trentino A. A.																
BZ BergmilchSuedtirolGes.	9,8	1	9,9	1	9,7	1	9,9	1	9,9	1	9,8	1	9,5	1	9,3	1
BL Lattibusche Latteria Vallata FeltrinaSca	6,2	2	6,9	2	6,9	2	6,9	2	7,1	2	7,2	2	7,2	2	7,2	2
VI Latterie Vicentine Sca	5,1	4	5,6	3	5,8	3	5,8	3	5,7	3	5,4	3	5,3	3	5,1	3
BZ MilchhofBrixenGes.	5,3	3	5,1	4	5,1	4	5,2	4	5,1	4	5,1	4	4,9	4	5,0	4
TV Latteria di Soligo Sca	3,8	5	3,9	5	4,0	5	3,8	5	3,8	5	3,8	5	4,0	5	4,1	5
BO Granlatta Scarl	1,6	14	1,8	14	1,8	13	1,8	13	1,9	13	2,0	13	2,6	10	3,2	6
PR Parmalat Spa	1,6	15	2,0	12	2,7	7	2,8	7	2,9	7	3,0	7	3,2	6	3,1	7
VR Centro Lattiero-Cascario, Sca	2,4	9	2,5	7	2,8	6	3,0	6	3,0	6	3,0	6	2,9	7	2,9	8
TN Consorzio Prod. Latte di Trento e Borgo Sca	2,5	8	2,6	6	2,6	8	2,6	8	2,7	9	2,5	9	2,8	8	2,8	9
VI Latte Sole Srl	-	-	2,2	9	2,3	10	2,5	9	2,7	8	2,7	8	2,7	9	2,7	10
BZ Gen. Milchhof Sterzing Ges.	2,4	10	2,4	8	2,4	9	2,4	10	2,5	10	2,3	11	2,4	11	2,4	12
PD LastcoopSca	2,9	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VI Vicenza Latte Srl	2,8	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CR4 %	26,4		27,5		27,6		27,7		27,8		27,3		26,6		26,6	
.000 t	496,2		530,2		540,5		558,7		550,1		544,5		542,6		542,6	
CR8 %	38,4		38,9		39,6		39,9		40,1		39,9		39,9		39,9	
.000 t	719,5		749,6		775,4		803,9		793,5		794,2		813,6		813,6	

Tab. 8.12 - *Continua*

	2014/15		2015/16		2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21		2021/22	
	quota %	n. ord.														
Emilia Romagna																
PC Consorzio Agri Piacenza Latte	4,5	1	4,4	1	3,9	1	3,9	1	3,7	1	3,7	1	4,3	1	4,1	1
PC Lattegra Industria Cascaria Spa	2,7	3	2,9	3	3,0	3	3,3	3	3,5	2	3,6	2	3,8	2	4,0	2
BO GranlatteSca	3,6	2	3,6	2	3,5	2	3,4	2	3,4	3	3,3	3	3,3	3	3,5	3
RE Colline di Canossa Srl	0,7	27	1,1	12	1,3	10	1,3	11	1,3	13	1,5	13	1,5	13	3,0	4
MO Castelhovese Sca	1,8	8	1,9	7	2,0	6	2,2	5	2,2	6	2,2	6	2,2	6	2,2	5
PC Santa Vittoria Sca	1,9	7	2,0	5	2,1	5	2,0	6	2,1	7	2,1	7	2,2	4	2,2	6
PC Colla Spa	1,8	9	2,0	6	2,1	4	2,2	4	2,3	4	2,3	4	2,0	7	2,1	7
PR Boni Spa	2,0	4	2,0	4	1,9	7	2,0	7	2,2	5	2,2	5	2,2	5	2,0	8
MOCaseificio Sociale 4 Madonne Sca	1,9	5	1,1	11	1,1	13	1,1	16	1,4	11	1,6	10	1,7	9	1,8	9
PR Galli Srl	1,9	6	1,8	8	1,7	8	1,6	8	1,6	8	1,7	8	1,7	8	1,6	11
CR4 %	12,7		12,9		12,6		12,8		12,8		13,0		13,6		14,6	
.000 t	223,1		231,4		234,2		247,3		244,5		257,4		284,3		318,1	
CR8 %	20,3		20,6		20,3		20,5		20,8		21,1		21,8		23,0	
.000 t	355,4		369,3		376,3		397,5		397,9		418,9		454,5		501,3	

Tab. 8.12 - *Continua*

	2014/15		2015/16		2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21		2021/22	
	quota %	n. ord.														
Italia Centrale																
RM LattepiùSca	16,1	1	14,2	1	14,5	1	13,7	1	14,8	1	15,5	1	16,0	1	14,1	1
PG Gruppo Grifo Agroalimentare Sca	7,1	3	6,8	3	6,9	4	7,3	3	7,3	4	7,2	4	8,2	2	8,6	2
LT Francia Latticini Spa	6,2	4	6,5	4	7,3	3	7,3	2	7,5	2	7,7	2	7,7	3	7,0	3
RM Produttori Latte Casilina Sca	7,4	2	7,6	2	7,4	2	7,2	4	7,3	3	7,3	3	7,3	4	6,5	4
GR Consorzio Produttori Latte Maremma Sca	4,8	5	4,8	6	5,1	6	5,2	6	5,2	5	5,5	5	5,8	5	5,8	5
BO GranlatteSca	4,7	6	6,0	5	6,1	5	5,5	5	5,1	6	5,3	6	5,1	7	5,2	6
FR CO.PRO.LAT Soc.coop	2,0	21	2,4	15	3,2	9	3,7	9	3,9	9	4,0	8	4,4	8	5,1	7
RM Centrale del latte di Roma Spa	2,2	14	2,8	10	3,7	7	4,6	7	5,0	7	5,1	7	5,5	6	5,1	8
RM Romana Latte Sca	3,4	8	3,7	8	3,7	8	4,0	8	4,1	8	4,0	8	3,8	9	3,6	9
AN Latte Marche Sca	4,1	7	2,7	12	2,1	15	2,2	14	2,4	13	3,0	10	2,5	12	2,7	11
AP Sabelli Spa	2,8	11	4,1	7	3,1	10	2,4	10	2,6	11	4,0	9	2,8	11	2,7	12
CR4 %	36,8		35,2		36,0		35,4		36,9		37,8		39,1		36,1	
.000 t	170,5		167,1		168,0		169,4		163,7		167,3		173,7		160,0	
CR8 %	53,9		53,7		54,6		54,7		56,3		57,7		59,9		57,3	
.000 t	249,4		255,2		254,8		261,6		249,6		255,5		265,8		253,7	

Tab. 8.12 - *Continua*

	2014/15		2015/16		2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21		2021/22	
	quota %	n. ord.														
Italia Centrale																
RM LattepiùSca	16,1	1	14,2	1	14,5	1	13,7	1	14,8	1	15,5	1	16,0	1	14,1	1
PG Gruppo Grifo Agroalimentare Sca	7,1	3	6,8	3	6,9	4	7,3	3	7,3	4	7,2	4	8,2	2	8,6	2
LT Francia Latticini Spa	6,2	4	6,5	4	7,3	3	7,3	2	7,5	2	7,7	2	7,7	3	7,0	3
RM Produttori Latte Casilina Sca	7,4	2	7,6	2	7,4	2	7,2	4	7,3	3	7,3	3	7,3	4	6,5	4
GR Consorzio Produttori Latte Maremma Sca	4,8	5	4,8	6	5,1	6	5,2	6	5,2	5	5,5	5	5,8	5	5,8	5
BO GranlatteSca	4,7	6	6,0	5	6,1	5	5,5	5	5,1	6	5,3	6	5,1	7	5,2	6
FR CO.PRO.LAT Soc.coop	2,0	21	2,4	15	3,2	9	3,7	9	3,9	9	4,0	8	4,4	8	5,1	7
RM Centrale del latte di Roma Spa	2,2	14	2,8	10	3,7	7	4,6	7	5,0	7	5,1	7	5,5	6	5,1	8
RM Romana Latte Sca	3,4	8	3,7	8	3,7	8	4,0	8	4,1	8	4,0	8	3,8	9	3,6	9
AN Latte Marche Sca	4,1	7	2,7	12	2,1	15	2,2	14	2,4	13	3,0	10	2,5	12	2,7	11
AP Sabelli Spa	2,8	11	4,1	7	3,1	10	2,4	10	2,6	11	4,0	9	2,8	11	2,7	12
	CR4 %	36,8	35,2	36,0	36,0	35,4	35,4	36,9	36,9	37,8	37,8	39,1	39,1	36,1	36,1	
	.000 t	170,5	167,1	168,0	169,4	169,4	163,7	163,7	163,7	167,3	167,3	173,7	173,7	160,0	160,0	
	CR8 %	53,9	53,7	54,6	54,7	54,7	56,3	56,3	57,7	57,7	59,9	59,9	59,9	57,3	57,3	
	.000 t	249,4	255,2	254,8	261,6	261,6	249,6	249,6	255,5	255,5	265,8	265,8	265,8	253,7	253,7	

* L'ordine in cui sono riportate le imprese è quello della quota di mercato sulla raccolta del latte vaccino alla stalla nel 2021/22 ordinata in modo decrescente. Si riportano di norma solo le imprese che nel corso delle ultime otto campagne hanno occupato almeno una volta una delle prime otto posizioni.

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea

dopo cessa di operare. Quindi il testimone passa a Savoia Cinque, altra cooperativa con sede legale in provincia di Pordenone, rimasta leader di mercato per due campagne – 2006/07 e 2007/08 – prima di cessare l'attività.

Nel 2010/11 Biraghi Spa precede, nell'ordine, Cooperativa Commercializzazione Latte, nota anche come Compral (costituita nel novembre 2009), Itallatte Spa, Piemonte Latte Sca, Valgrana Spa, Centrale del Latte di Torino & C. Spa, Fattorie Osella Spa e Abit Sca. Nelle campagne 2018/19 e 2019/20 ai primi sei posti ci sono esattamente le stesse imprese, più o meno tutte nello stesso ordine: Piemonte Latte guadagna due posizioni ai danni di Compral e Itallatte, che ne perdono una; seguono, conservando la stessa posizione in entrambe le campagne, Valgrana e Centrale del Latte di Torino. Quindi al settimo posto si colloca Igor, che sostituisce Fattorie Osella e che perde due posizioni, e all'ottavo, al posto di Abit entra Genola Latte, una Spa con impianti in provincia di Cuneo e sede legale ad Imperia.

Infine nelle ultime due campagne (2020/21 e 2021/22) Biraghi perde prima 1,6 punti percentuali di quota di mercato e poi altri 4 decimi di punto e scende in terza posizione, preceduta da Compral, che guadagna complessivamente 4,3 punti di quota e diventa nuovo leader e da Piemonte Latte, la cui quota di mercato sale dal 13,9% al 14,3%. Resta invariato l'ordine delle imprese che occupano le 4 posizioni successive, mentre entra in ottava posizione, al posto di Genola Latte, Fattorie Osella.

Nell'ultima campagna, nell'insieme le quattro imprese maggiori raccolgono oltre la metà (52,7%) delle consegne dell'area; il CR4 guadagna ancora oltre 19 punti sul 2007/08. A conferma della struttura particolarmente concentrata della raccolta del latte nelle tre regioni Nord-Occidentali si rileva che le 8 imprese maggiori ritirano oltre i due terzi (68,9%) delle consegne complessive dell'area.

Sei delle otto maggiori imprese che si riforniscono di latte vaccino direttamente alla stalla in *Lombardia* rientrano, sia pur con ordine talora diverso, tra le prime otto a livello nazionale. Inoltre, nel corso delle ultime nove campagne, ai primi 10 posti si collocano, anche se con ordine differente, sempre le medesime imprese. Leader, negli approvvigionamenti di latte in Lombardia con una quota all'8,3%, è, come in ambito nazionale, Itallatte Spa; seguono ben 6 cooperative: Granlatte (in costante crescita dal 2015/16), Latteria Sorensina, la cui quota passa nel corso delle ultime 21 campagne dal 4,4% al 7,2%, Santangiolina, Consorzio Produttori Latte Milano, che nel 2018/19 sopravanza la Latteria Sociale di Mantova, che nelle ultime 11 campagne guadagna ben 11 posizioni; a seguire si collocano Parmalat Spa, Latte Brescia, Latte Indenne di Brescia e Produttori Latte Associati Cremona (meglio nota come

PLAC).

Ad ulteriore conferma di questa situazione di equilibrio c'è la sostanziale stabilità del livello della concentrazione: la quota di mercato delle prime quattro imprese, tra il 2011/12 e il 2021/22, passa dal 25,9% al 27,1% e quella delle prime otto dal 38,1% al 40,0%.

In una situazione molto simile a quella della *Lombardia*, nel corso della campagna terminata il 30 giugno scorso, si presenta il livello di concentrazione nella raccolta del latte alla stalla delle *tre regioni del Nord-Est*, ma in questo caso il turnover risulta piuttosto evidente, specie all'inizio della seconda decade del nuovo millennio, anche per effetto della fusione di alcune imprese cooperative del Trentino A.A. In effetti l'ordine con cui si presentano le 5 imprese maggiori è stabile dal 2015/16. Anche in quest'area si rileva la forte presenza delle società cooperative.

Per effetto della fusione tra Mila e Milchhof Bruneck, che ha dato vita a Bergmilch Suedtirol nel gennaio 2013, e della confluenza, nel 2011, del Caseificio cooperativo di Pinzolo-Fiavè-Rovereto nel Consorzio Produttori Latte Trento e Borgo, meglio noto come Latte Trento, cambia la composizione delle 8 imprese maggiori. Nel 2013/14 Bergmilch Suedtirol diventa leader di mercato con una quota dell'11,3%, che nelle otto campagne successive scende al 9,3%; seguono altre 5 cooperative: Lattebusche, Latterie Vicentine, Milchhof Brixen, Latteria di Soligo e Granlatte, che nelle ultime 8 campagne recupera ben 8 posizioni; in settima posizione con una quota del 3,1% si colloca Parmalat, che nelle ultime dieci campagne guadagna ben 16 posizioni, seguita da Centro Lattiero-Caseario di Verona.

La quota delle quattro imprese maggiori tra il 2012/13 e la campagna terminata il 30 giugno scorso, sale dal 20,0% al 26,6% e se si estende l'analisi alle 8 imprese maggiori, la quota complessiva passa dal 33,0% al 39,9%.

In *Emilia-Romagna* il Consorzio Agri Piacenza Latte, costituito come emanazione dall'Associazione Produttori Latte locale, da cui si affranca quasi subito, inizia ad operare come centro di raccolta nel 2000/01, diventando subito leader regionale nella raccolta del latte con una quota del 3,1%; nelle 21 campagne successive la sua quota sulle consegne regionali raggiunge il suo massimo nel 2012/13 con il 4,6% per poi oscillare tra il 4,4% e il 3,7% e chiudere al 4,1% dell'ultima campagna; contemporaneamente estende la sua area di approvvigionamento ben oltre l'ambito regionale. Fino al 2017/18 con quote di mercato tra il 3,3% e il 3,6% segue Granlatte, la cooperativa che gestisce Granarolo, che nelle ultime quattro campagne viene superata da Lattegra, una Spa che produce Grana Padano, in forte espansione: nel corso delle

ultime 12 campagne la sua quota nella raccolta regionale sale dal 2,4% al 4,0%. Seguono altri cinque produttori di formaggi grana: 3 caseifici privati (Colline di Canossa, Colla e Boni) e due caseifici sociali (S. Vittoria e Castelnovese), con quote nella raccolta regionale del latte comprese tra il 2,0% e il 3,0%. In realtà anche Agri Piacenza Latte da alcuni anni gestisce in proprio un caseificio per la produzione di Grana Padano. A partire dal 2010/11 6 degli 8 maggiori primi acquirenti sono esattamente sempre gli stessi, ma cambia spesso il loro posizionamento.

In questa regione la concentrazione si presenta comprensibilmente piuttosto inferiore rispetto al resto del Paese. La quantità raccolta dalle 4 imprese maggiori nell'ultima campagna si attesta al 14,6% e sale di poco più di otto punti percentuali, se riferita alle otto imprese maggiori. Tuttavia, i dati relativi alle ultime 20 campagne sembrano evidenziare, anche per questa regione, un discreto processo di concentrazione: CR4 e CR8, nonostante la flessione evidenziata nel 2010/11, guadagnano rispettivamente 6,8 e 11,2 punti percentuali.

La raccolta del latte nelle *quattro regioni del Centro Italia* appare piuttosto concentrata, soprattutto a livello delle prime otto imprese: nel corso delle ultime quattro campagne il CR4 non scende mai sotto il 36% e il CR8 è sempre sopra il 56,0%. Le prime sei posizioni dal 2014/15 sono occupate, ma non sempre con lo stesso ordine, da una Spa laziale e cinque cooperative: due romane, una umbra, una toscana e una emiliana.

Nell'area *Meridionale*, due Isole maggiori comprese, nell'ultima campagna, CR4 e CR8 valgono rispettivamente 31,4% e 41,8% e presentano, nel periodo oggetto di analisi, un modesto trend positivo: i valori assunti dai due indicatori nelle ultime 24 campagne crescono rispettivamente di 7,3 e 9,6 punti percentuali. In un mercato piuttosto frammentato, esteso su un'area molto vasta e caratterizzato da un marcato turnover delle imprese, leader nella raccolta di latte è una società cooperativa della Sardegna con una quota sostanzialmente stabile intorno al 15,0%. Sempre presenti tra le 8 imprese maggiori sono anche tre cooperative con sede legale nelle province di Bologna, Ragusa e Cosenza e tre società per azioni, una di Parma e due di Bari.

L'analisi comparata della concentrazione nella raccolta delle consegne di latte vaccino nelle sei macroaree (tab. 8.13) evidenzia, sia in termini di quantità di latte che di numero di conferimenti, un aumento del livello di concentrazione, sia a livello nazionale che soprattutto nelle sei macroaree, specie se calcolato sulle 8 maggiori imprese.

Tab. 8.13 - Livelli di concentrazione (CR4 e CR8) nella raccolta delle consegne di latte per macroaree in Italia nel 2010/11 e 2021/22 in termini di quantità di latte raccolto e di numero di conferimenti

Macroaree	Quota percentuale del latte raccolto dalle			
	4 imprese maggiori		8 imprese maggiori	
	2010/11	2021/22	2010/11	2021/22
	<i>In termini di quantità di latte raccolto</i>			
Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria	38,0	52,7	55,7	68,9
Lombardia	26,9	27,1	39,2	40,0
Trentino A.A., Veneto, Friuli V.G	23,1	26,6	35,3	39,9
Emilia R.	11,6	14,6	17,9	23,0
Centro	37,8	36,1	52,6	57,3
Sud e Isole maggiori	28,3	31,4	37,7	41,8
ITALIA	14,0	15,7	20,9	22,4
	<i>Per numero di conferimenti</i>			
Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria	27,2	36,8	38,3	48,9
Lombardia	20,7	20,3	31,2	33,0
Trentino A.A., Veneto, Friuli V.G	40,0	49,0	52,3	60,0
Emilia R.	9,5	11,7	13,2	17,7
Centro	31,9	34,7	45,6	52,9
Sud e Isole maggiori	9,5	11,7	16,6	19,3
ITALIA	13,2	17,3	18,0	23,1

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

8.2. Le importazioni di latte sfuso

Di seguito si presenta, per il totale Italia e per le solite 6 macro-aree, l'andamento delle importazioni di latte sfuso effettuate dai primi acquirenti del nostro Paese. Il database è costruito sulle "Dichiarazioni annuali degli acquisti di latte estero comunitario" effettuate dalle imprese registrate come primi acquirenti, di fonte SIN-Agea.

Utilizzando queste informazioni, si rileva che le importazioni di latte sfuso dichiarate dai primi acquirenti del nostro Paese, nelle ultime campagne, evidenziano un andamento negativo, in perfetta analogia con i dati Istat sugli acquisti di latte sfuso effettuate dai nostri operatori sui mercati esteri (tab. 8.14). In effetti, secondo le informazioni fornite da Agea, le importazioni per campagna di latte sfuso effettuate dai primi acquirenti, che ovviamente non sono esaustive delle importazioni nazionali complessive, tra il 2015/16 e il 2021/22 sono pari, in milioni di t, a 0,91, 0,68, 0,62, 0,79, 0,65, 0,44 e 0,31⁵.

In ogni caso, i dati relativi alle ultime tre campagne forniscono alcune in-

5. Le importazioni italiane di latte sfuso, secondo l'Istat, per il 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021 e 2022 sono pari rispettivamente a 1,56, 1,34, 1,14, 1,13, 1,28, 0,99, 0,62 e 0,61 milioni di tonnellate.

Tab. 8.14 - “Primi acquirenti” italiani che si riforniscono di latte vaccino sfuso all'estero nel 2019/20-2021/22

Regione	Campagna 2021/22			Campagna 2020/21			Campagna 2019/20		
	n. primi acquirenti	n. fornitori esteri	quantità acquist. all'estero (t)	n. primi acquirenti	n. fornitori esteri	quantità acquist. all'estero (t)	n. primi acquirenti	n. fornitori esteri	quantità acquist. all'estero (t)
Valle d'Aosta	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Piemonte	2	15	3.019	0	0	0	5	10	1.950
Liguria	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Lombardia	5	59	68.209	4	30	76.662	7	69	143.940
Trentino A.A.	3	11	18.121	3	6	3.619	3	13	18.635
Veneto	8	41	65.332	11	54	86.024	13	87	125.518
Friuli V.G.	3	13	17.666	3	19	15.933	3	21	18.545
Emilia R.	1	39	93.814	3	82	165.670	2	115	204.751
Toscana	0	0	0	1	12	13.230	0	0	0
Umbria	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Marche	0	0	0	1	1	229	1	3	804
Lazio	0	0	0	1	1	51	2	6	4.074
Abruzzo	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Molise	2	3	780	0	0	0	3	4	3.867
Campania	3	21	35.522	5	33	54.296	4	43	85.919
Puglia	5	5	454	5	6	22.002	12	31	44.053
Basilicata	0	0	0	0	0	0	1	4	144
Calabria	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sicilia	0	0	0	0	0	0	2	5	457
Sardegna	1	7	2.568	1	12	3.353	0	0	0
ITALIA	33	137	305.485	38	156	441.068	58	246	652.657

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

formazioni piuttosto significative:

- nelle ultime tre campagne crollano da 653 a 305 mila t le importazioni nazionali di latte sfuso (-46,8%);
- sono 5 le regioni in cui, nel corso delle tre campagne prese in esame, nessun primo acquirente opera anche come importatore: Abruzzo, Calabria, Liguria, Umbria e Valle d’Aosta;
- contemporaneamente i flussi di importazione calano in 13 regioni su 15; peraltro gli aumenti riguardano solo Piemonte e Sardegna, due regioni con flussi piuttosto modesti;
- la concentrazione regionale dei flussi di importazione è piuttosto elevata e stabile: in quattro regioni – Emilia-Romagna, Veneto, Lombardia e Campania – nell’ultima campagna finisce l’86,6% delle quantità di latte importato, contro l’85,9% del 2019/20;
- restano sostanzialmente stabili le quote di Emilia-Romagna (dal 31,4% al 30,7%) e Lombardia (dal 22,1% al 22,3%), calano in Campania (dal 13,2% all’11,6%) ed aumentano in Veneto (dal 19,2% al 21,4%);

- nell'ultima campagna poco meno di un quarto (cioè 8 su 39) dei primi acquirenti attivi come importatori hanno la loro sede legale in Veneto e operano con 41 differenti fornitori esteri;
- complessivamente, nel corso del 2021/22, i primi acquirenti italiani si sono riforniti di latte sfuso dagli operatori di 11 diversi paesi europei: 5 appartenenti all'UE-15 e 6 entrati nell'UE dopo il 2003 (tab. 8.15);
- nel corso delle tre campagne prese in esame cala il numero sia dei primi acquirenti che operano come importatori (da 58 a 33), sia quello dei loro fornitori esteri (da 246 a 137).

Durante le ultime tre campagne, nelle 3 regioni Nord-Occidentali, passa da 5 a 2 il numero dei primi acquirenti importatori, e da 10 a 15 quello dei fornitori esteri. Comunque contemporaneamente nelle ultime tre campagne appare modesta la quantità importata in quest'area, perlopiù di provenienza ungherese e rumena.

Ancora consistenti, ma in forte flessione (da 144 a 68 mila t), sono le quantità di latte sfuso importate dai primi acquirenti lombardi nel corso delle ultime tre campagne. Contemporaneamente cala da 7 a 5 il numero dei primi acquirenti importatori, mentre resta stabile a 69 quello dei loro fornitori esteri. Nel triennio cala il peso delle importazioni tedesche (dal 23,1% al 3,4%), belghe (dal 23,0% allo 0,0%), austriache (dall'8,0% allo 0,0%) e francesi (dal 36,6% al 19,5%) a vantaggio di quelle provenienti dalla Repubblica Ceca (dallo 0,2% al 64,8%). Comunque, oltre metà delle imprese straniere che operano con gli importatori lombardi sul mercato del latte sfuso sono ancora tedesche o francesi.

Le importazioni dei primi acquirenti delle tre regioni del Nord-Est nelle ultime tre campagne passano da 163 a 101 mila tonnellate. In quest'area, le fonti estere di approvvigionamento sono alquanto diversificate e costituite nel 2021/22 da Slovenia (57,1%), Austria (32,4%) e Francia (14,6%). Di questi flussi l'unico in espansione durante l'ultimo biennio è quello dell'Austria (+12,5%), mentre resta stabile quello della Slovenia (-0,5%).

Il numero dei primi acquirenti dell'Emilia-Romagna, che operano come importatori, nel corso delle ultime tre campagne passa da 2 a 3 e quindi a 1; le loro importazioni complessive scendono da 205 a 93 mila t. Nel 2021/22 si sono riforniti di latte sfuso da 39 imprese estere appartenenti a 7 diversi paesi. I mercati di approvvigionamento più importanti sono Francia (il cui contributo passa dal 27,7% al 31,4%), Germania (dal 24,8% al 6,9%), Slovenia (dal 20,4% al 45,2%), e Austria (dal 14,9% al 10,1%).

Durante le ultime tre campagne passa da 3 a 0 il numero dei primi acquirenti importatori delle 4 regioni dell'Italia Centrale. Sono flussi piuttosto modesti, variabili e in deciso crollo (-100,0%) nel triennio.

In calo (da 134 a 39 mila t), ma comunque piuttosto instabili, sono anche

Tab. 8.15 - Importazioni di latte sfuso nel 2019/20-2021/22 effettuate dalle imprese che operano come "Primo Acquirente"

Stato fornitori esteri	2021/22			2020/21			2019/20		
	N. Primi Acq. importatori resid. in regione	N. fornitori	Quantità importata (t)	N. Primi Acq. importatori resid. in regione	N. fornitori	Quantità importata (t)	N. Primi Acq. importatori resid. in regione	N. fornitori	Quantità importata (t)
Valle d'Aosta, Piemonte e Liguria									
Rep. Ceca	1	2	197	0	0	0	0	0	0
Germania	1	3	305	0	0	0	2	2	555
Francia	2	3	409	0	0	0	3	6	1.296
Ungheria	1	6	1.106	0	0	0	0	0	0
Paesi Bassi	0	0	0	0	0	0	1	1	26
Romania	1	1	1.002	0	0	0	0	0	0
Slovacchia	0	0	0	0	0	0	1	1	74
TOTALE	2	15	3.019	0	0	0	5	10	1.950
Lombardia									
Austria	1	6	823	2	6	4.238	5	13	11.585
Belgio	0	0	0	1	1	3.841	1	1	33.081
Rep. Ceca	2	2	44.202	0	0	0	1	1	272
Germania	4	9	2.353	2	8	16.619	5	18	33.293
Francia	2	31	13.309	2	8	42.811	3	22	52.731
Ungheria	4	7	6.719	2	4	2.216	2	3	1.537
Lussemburgo	0	0	0	1	1	6.263	1	1	6.691
Paesi Bassi	1	1	396	0	0	0	1	2	681
Polonia	1	1	24	0	0	0	2	5	2.050
Slovenia	2	2	385	0	0	0	0	0	0
Slovacchia	0	0	0	2	2	674	0	0	0
TOTALE	5	69	68.209	4	30	76.662	7	69	143.940
Veneto, Friuli V.G. e Trentino									
Austria	10	15	32.807	11	13	15.512	14	21	29.169
Belgio	0	0	0	0	0	0	1	1	24
Bulgaria	0	0	0	1	1	623	1	1	123
Rep. Ceca	5	3	855	3	3	473	6	8	795
Germania	8	9	1.487	11	14	5.871	13	22	38.098
Spagna	0	0	0	0	0	0	1	1	25
Francia	4	6	4.615	3	7	10.764	4	9	18.637
Ungheria	6	9	3.052	7	8	7.793	8	9	10.905
Malta	0	0	0	1	1	133	0	0	0
Paesi Bassi	0	0	0	0	0	0	2	2	150
Polonia	0	0	0	0	0	0	6	6	2.129
Romania	2	1	319	0	0	0	1	1	24
Slovenia	8	11	57.786	8	10	63.124	9	10	58.064
Slovacchia	1	1	197	6	7	1.283	9	9	4.554
TOTALE	14	55	101.119	17	64	105.575	19	100	162.698
Emilia R.									
Austria	1	10	9.492	1	15	17.050	2	16	30.526
Belgio	0	0	0	1	1	98	2	3	3.206
Rep. Ceca	1	1	1.308	1	6	1.134	1	6	1.338
Germania	1	8	6.512	3	25	38.651	2	31	50.856
Spagna	0	0	0	0	0	0	1	3	148

Tab. 8.15 - Continua

Stato fornitori esteri	2021/22			2020/21			2019/20		
	N. Primi Acq. im portatori resid. in regione	N. fornitori	Quantità im portata (t)	N. Primi Acq. im portatori resid. in regione	N. fornitori	Quantità im portata (t)	N. Primi Acq. im portatori resid. in regione	N. fornitori	Quantità im portata (t)
Francia	1	9	29.472	2	19	43.951	2	25	56.633
Ungheria	1	7	4.564	2	9	17.044	2	9	8.465
Paesi Bassi	1	1	75	0	0	0	2	3	7.265
Polonia	0	0	0	0	0	0	2	8	3.004
Slovenia	1	3	42.391	1	3	45.367	2	4	41.771
Slovacchia	0	0	0	2	4	2.375	2	7	1.538
TOTALE	1	39	93.814	3	82	165.670	2	115	204.751
Italia Centrale									
Austria	0	0	0	1	2	2.128	0	0	0
Germania	0	0	0	2	6	9.719	3	8	4.281
Francia	0	0	0	1	2	350	0	0	0
Ungheria	0	0	0	1	3	1.084	0	0	0
Slovenia	0	0	0	1	1	229	1	1	597
TOTALE	0	0	0	3	14	13.510	3	9	4.878
Italia meridionale e Isole									
Austria	2	4	1.448	2	6	1.611	4	5	1.831
Rep. Ceca	5	4	4.329	6	8	15.536	10	15	26.868
Germania	6	12	13.552	7	18	39.047	18	31	85.611
Spagna	2	2	695	1	1	446	2	3	654
Francia	0	0	0	1	1	48	5	4	200
Ungheria	3	3	1.142	2	3	3.158	3	3	1.594
Lussemburgo	0	0	0	0	0	0	1	1	25
Paesi Bassi	0	0	0	0	0	0	1	1	26
Polonia	0	0	0	1	1	24	2	1	27
Slovenia	3	1	259	0	0	0	1	1	26
Slovacchia	2	6	17.898	3	9	19.781	3	9	17.580
TOTALE	11	32	39.324	11	47	79.651	22	74	134.440
ITALIA									
Austria	14	19	44.570	17	22	40.538	25	34	73.111
Belgio	0	0	0	2	2	3.939	4	5	36.312
Bulgaria	0	0	0	1	1	623	1	1	123
Rep. Ceca	14	7	50.892	10	17	17.143	18	26	29.274
Germania	20	27	24.208	25	41	109.908	43	61	212.694
Spagna	2	2	695	1	1	446	4	7	827
Francia	9	39	47.805	9	24	97.924	17	38	129.497
Ungheria	15	18	16.584	14	15	31.295	15	17	22.501
Lussemburgo	0	0	0	1	1	6.263	2	2	6.715
Malta	0	0	0	1	1	133	0	0	0
Paesi Bassi	2	2	470	0	0	0	7	5	8.147
Polonia	1	1	24	1	1	24	12	12	7.209
Romania	3	1	1.321	0	0	0	1	1	24
Slovenia	14	14	100.821	10	12	108.719	13	14	100.457
Slovacchia	3	7	18.905	13	18	24.113	18	23	25.766
TOTALE	33	137	305.485	38	156	441.068	58	246	652.657

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Agea.

le importazioni dei primi acquirenti dell'Italia Meridionale e delle due Isole maggiori. Calano soprattutto gli acquisti effettuati in Germania (-84,2%): la quota dei fornitori tedeschi nel triennio scende dal 63,7% al 34,5%. Contemporaneamente crolla sia il numero dei primi acquirenti importatori (da 22 a 11), sia quello dei loro fornitori stranieri (da 74 a 32), ma si tratta in entrambi i casi di andamenti piuttosto irregolari.

9. GLI SCAMBI CON L'ESTERO

Nel 2022, secondo i dati Istat ancora provvisori¹, la bilancia commerciale del comparto lattiero-caseario si conferma positiva per un valore di quasi 30 milioni di euro (tab. 9.1). Mentre l'Italia ha sempre avuto una bilancia commerciale negativa per questo comparto, il punto di svolta è avvenuto nel 2020. In quell'anno la progressiva crescita delle esportazioni ed una sensibile contrazione dell'import, su cui ha pesato anche l'effetto Covid-19, hanno determinato per la prima volta il segno positivo della bilancia. Nonostante il recupero dei valori di importazione nel 2021 e nel 2022, l'avanzo di bilancio si è mantenuto positivo in entrambi questi anni grazie alla costante e decisa crescita degli introiti provenienti dall'export. Tuttavia, nel 2022 l'avanzo si è drasticamente ridotto a causa della forte crescita del prezzo medio implicito dei prodotti importati.

Guardando agli scambi in volume, permane una sostanziale dipendenza dall'estero per gli approvvigionamenti di lattiero-caseari. Tuttavia, anche in questo caso, il disavanzo – misurato in latte equivalente² – è in progressiva contrazione. Nel 2020 la riduzione dell'import porta il disavanzo al di sotto dei 3 milioni di tonnellate. Questo disavanzo è poi ulteriormente diminuito nei due anni successivi; mentre le importazioni in volume non si sono più riportate sui livelli pre-Covid19, i flussi in uscita sono cresciuti costantemente. I minori volumi di importazione, insieme ad una maggiore produzione nazionale, hanno un effetto anche sul tasso di autoapprovvigionamento dell'Italia che cresce avvicinandosi all'86% nel corso del 2021 (tab. 9.2).

1. In questo capitolo si utilizzano i dati sul commercio estero dell'Istat, in quantità e valore, nella classificazione NC8, cioè a 8 cifre; fanno eccezione solo le informazioni di figura 9.7 e tabella 9.12 costruite su dati della classificazione Ateco 2007, a 4 cifre, disponibili solo a valore corrente.

2. Il volume degli scambi viene espresso in quantità di latte equivalente. Per le modalità di calcolo si veda quanto riportato nella nota 1 di pag. 301 de "Il Mercato del latte - Rapporto 2006".

Tab. 9.1 - Scambi con l'estero di latte e derivati dell'Italia in valore (milioni di euro) e in quantità (.000 t, in latte equivalente) nel 2013-2022

		<i>Import</i>	<i>Export</i>	<i>Saldo</i>
2013	Valore	3.920,2	2.386,5	-1.533,7
	Quantità	9.034,7	3.759,1	-5.275,5
2014	Valore	3.878,9	2.491,4	-1.387,5
	Quantità	9.018,4	3.875,5	-5.142,9
2015	Valore	3.430,9	2.553,3	-877,6
	Quantità	9.317,3	4.076,8	-5.240,5
2016	Valore	3.223,0	2.712,1	-510,9
	Quantità	8.598,4	4.342,9	-4.255,4
2017	Valore	3.602,8	3.046,6	-556,2
	Quantità	8.272,9	4.637,4	-3.635,5
2018	Valore	3.602,6	3.195,0	-407,7
	Quantità	8.738,8	4.759,0	-3.979,8
2019	Valore	3.715,2	3.604,0	-111,2
	Quantità	8.811,0	5.059,5	-3.751,5
2020	Valore	3.365,6	3.608,3	242,7
	Quantità	7.980,4	5.182,2	-2.798,2
2021	Valore	3.574,1	4.092,1	518,0
	Quantità	7.956,8	5.701,8	-2.255,0
2022	Valore	4.962,7	4.990,7	28,0
	Quantità	8.294,0	6.136,8	-2.157,2
Var % 2022/2021	Valore	38,85%	21,96%	
	Quantità	4,24%	7,63%	

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

Tab. 9.2 - Bilancio di approvvigionamento della filiera lattiero-casearia italiana (.000 t, in equivalente latte) nel 2014-2021

	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021(*)</i>
Produzione	12047	12078	12457	12871	13033	13048	13412	13742
Import	9018	9317	8598	8273	8739	8811	7980	7957
Disponibilità	21065	21395	21055	21144	21772	21859	21392	21698
Export	3875	4077	4343	4604	4759	5059	5182	5702
Consumo apparente	17190	17319	16712	16540	17013	16800	16210	15997
Tasso autoapprovvigionamento	70,1%	69,7%	74,5%	77,8%	76,6%	77,7%	82,7%	85,9%

(*) Dati provvisori

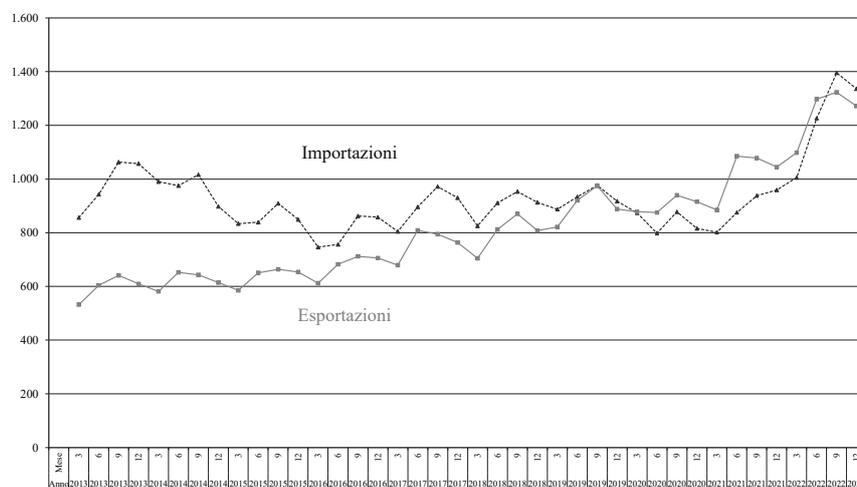
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

Nelle figure 9.1 e 9.2 è riportato l'andamento degli scambi trimestrali in valore e quantità che evidenziano l'importante componente stagionale negli stessi³.

Di seguito viene fornito un quadro più dettagliato dell'evoluzione degli scambi avvenuti nel corso del 2021 e 2022 per i principali prodotti lattiero-caseari e per i maggiori partner commerciali del nostro Paese. Di seguito si sottolineano alcuni tra i fatti più rilevanti:

- il freno agli scambi commerciali posto dalla pandemia Covid-19 nel secondo e terzo trimestre del 2020 si è avuto soprattutto dal lato delle importazioni, con tutte le categorie merceologiche che mostravano un calo dei flussi in entrata. Tuttavia, per la maggior parte degli aggregati, l'import si è ripreso già nel 2021 con una ulteriore crescita nel corso del 2022. Diversamente, dal lato dell'export, il 2020 non ha mostrato particolari segni negativi nei flussi e la crescita è proseguita senza sosta anche nei due anni successivi;
- nel 2021 e 2022 le quantità esportate di formaggi Grana aumentano sia sui mercati dell'Unione Europea che verso il Nord America. Si conferma quindi il trend positivo più che decennale dei flussi verso questi mercati;

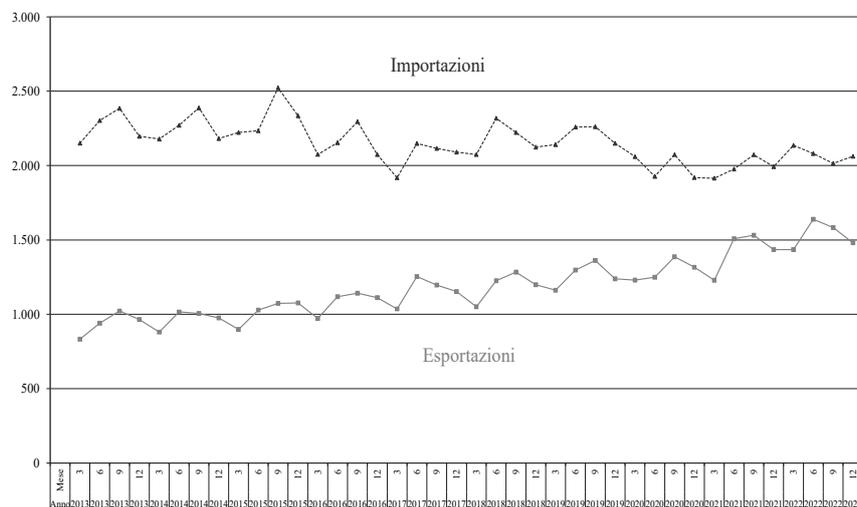
Fig. 9.1 - Evoluzione trimestrale per l'Italia degli scambi con l'estero di prodotti lattiero-caseari in valore, nel 2013-2022 (milioni di euro)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

3. L'intera serie dei dati trimestrali è basata su dati provvisori. L'Istat, infatti, pubblica la serie definitiva solo per i dati annuali.

Fig. 9.2 - Evoluzione trimestrale per l'Italia degli scambi con l'estero di prodotti lattiero-caseari in quantità, nel 2013-2022 (milioni di euro)



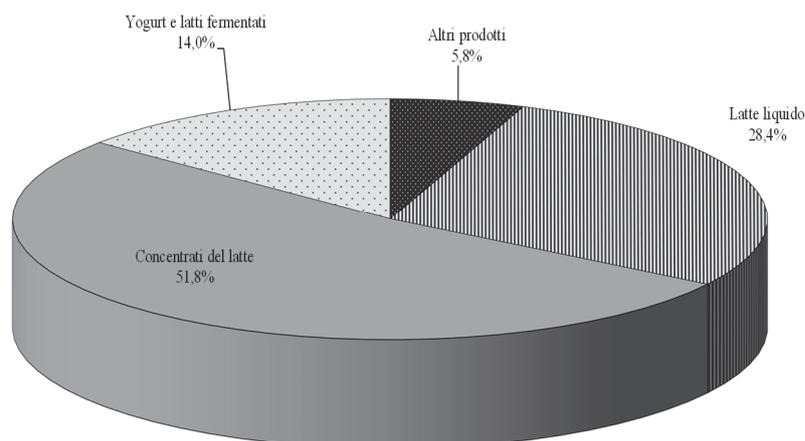
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

- il 2022 è caratterizzato da un deciso aumento del prezzo medio implicito per la maggior parte dei prodotti lattiero-caseari scambiati;
- tra il 2020 ed il 2022 si assiste ad un dimezzamento dei volumi in entrata di latte liquido. Le importazioni sono diminuite sia per il latte sfuso che, in misura meno marcata, per il latte confezionato. I flussi di latte sfuso provenienti dalla Germania si sono ridotti di oltre il 70% in un triennio;
- la Brexit non ha avuto particolari implicazioni sull'export complessivo di lattiero-caseari verso il Regno Unito. Tuttavia, è evidente l'effetto dal lato delle importazioni soprattutto per le polveri e concentrati di latte, i cui flussi vengono sostanzialmente azzerati dal 2021;
- non si registrano per il comparto lattiero-caseario effetti diretti derivanti dall'invasione russa in Ucraina. Infatti, gli scambi con la Russia erano già irrilevanti dal 2015.

9.1. La struttura

Considerando i saldi in equivalente latte di ciascuna delle principali categorie di prodotti lattiero-caseari, nel 2022 contribuiscono alla formazione del deficit in equivalente latte della bilancia lattiero-casearia italiana il latte li-

Fig. 9.3 - Contributo dei maggiori aggregati alla formazione del deficit lattiero-caseario negli scambi con l'estero dell'Italia nel 2022 (in equivalente latte)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

quido, i concentrati del latte e gli yogurt e latti fermentati, mentre i formaggi – unica categoria ad avere un saldo positivo di rilievo – contribuiscono a ridurre il deficit complessivo (fig. 9.3). Il ruolo dei formaggi è evidente anche nel determinare l'avanzo commerciale in valore della bilancia lattiero-casearia italiana. Nel 2022 il saldo dei formaggi è un valore più che sufficiente per compensare i saldi delle altre categorie di lattiero-caseari che, ad esclusione del siero di latte, presentano deficit commerciali.

Altre voci attive del saldo commerciale sono i gelati; questi ultimi non sono comunque inclusi nella bilancia lattiero-casearia, in quanto il latte impiegato per la loro produzione assume solo un ruolo di ingrediente.

I prodotti lattiero-caseari importati trovano diversi utilizzi: i concentrati del latte costituiscono gli input per l'industria mangimistica ed alimentare; il latte liquido è in prevalenza utilizzato come materia prima per l'industria del latte alimentare; i formaggi si rivolgono principalmente al consumo delle famiglie, anche se le cagliate (semilavorati destinati all'industria casearia nazionale) assumono un peso non trascurabile. Le esportazioni italiane, invece, come sarà evidenziato in seguito, sono per la maggior parte costituite da prodotti ad alto valore aggiunto destinati al consumo finale e, come già evidenziato, sono dominate dai formaggi.

9.1.1. I formaggi

L'evoluzione degli scambi con l'estero di formaggi assume un ruolo chiave nel determinare gli andamenti della bilancia lattiero-casearia nazionale. Questi prodotti rappresentano, in valore, la principale voce di scambio di prodotti lattiero-caseari del nostro Paese (tab. 9.3). Nel 2022 i formaggi

Tab. 9.3 - Scambi con l'estero dell'Italia di prodotti lattiero-caseari in valore nel 2022 (.000 euro)

Prodotti	2022			Var. % 2022/21	
	import	export	saldo	import	export
LATTE LIQUIDO	451.258	37.244	-414.014	30,9	11,5
di cui latte liquido confezionato	157.652	24.536	-133.115	18,1	-6,3
CREMA FRESCA CONSUMO	225.587	109.246	-116.341	59,3	84,3
di cui crema fresca consumo confez.	37.942	45.346	7.404	45,4	136,7
LATTE SCREMATO IN POLVERE	350.359	35.023	-315.336	56,2	40,4
di cui latte scremato in polvere, confez.	13.145	8.442	-4.704	-5,2	21,0
LATTE P.S. E INTERO IN POLVERE	178.735	17.665	-161.069	50,3	-33,0
di cui latte p.s. e intero in polvere, confez.	22.865	13.043	-9.822	62,4	-34,7
LATTE CONDENSATO	28.254	1.259	-26.995	69,0	-80,8
di cui latte condensato confezionato	8.804	287	-8.516	36,9	-9,1
YOGURT E LATTI FERMENTATI	463.754	13.542	-450.212	12,6	-43,5
di cui yogurt liquido	290.885	5.129	-285.756	18,1	7,9
di cui latti fermentati in polvere	23.056	3.214	-19.842	-36,2	-67,7
di cui latti fermentati liquidi	149.814	5.200	-144.614	15,6	-44,1
SIERO DI LATTE	82.499	238.172	155.673	38,0	7,6
BURRO E GRASSI DEL LATTE	492.878	94.023	-398.856	56,4	16,0
di cui burro	210.159	79.352	-130.807	52,3	20,6
di cui butteroil	281.464	14.027	-267.437	59,5	-4,5
di cui paste da spalmare lattiere	1.255	643	-612	59,4	20,8
FORMAGGI E LATTICINI	2.513.883	4.403.918	1.890.035	39,6	23,0
di cui formaggi freschi e latticini	64.657	346.735	282.078	25,4	35,3
di cui cagliate e altri formaggi freschi	902.339	1.156.838	254.498	51,0	36,5
di cui formaggi grattugiati o in polvere	31.337	633.866	602.529	19,0	24,5
di cui formaggi fusi	141.287	26.276	-115.011	22,6	103,1
di cui formaggi a pasta erborinata	16.434	201.998	185.565	1,3	16,5
di cui formaggi duri	137.333	1.661.852	1.524.519	14,6	13,8
di cui formaggi semiduri	651.267	185.246	-466.022	31,7	14,9
di cui formaggi molli	50.820	32.548	-18.271	16,0	19,1
di cui altri formaggi	518.410	158.559	-359.851	54,6	18,9
ALTRI DERIVATI DEL LATTE	175.498	40.642	-134.856	25,0	22,0
di cui componenti naturali del latte	81.223	6.716	-74.508	24,5	7,1
di cui caseine	62.159	1.886	-60.274	32,4	15,1
di cui lattosio	32.115	32.040	-74	14,0	26,1
TOTALE LATTIERO-CASEARI	4.962.705	4.990.735	28.030	38,9	22,0
GELATI	138.580	357.150	218.570	17,5	18,1
LATTIERO-CASEARI E GELATI	5.101.285	5.347.885	246.600	38,2	21,7

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

rapresentano il 50,7% del costo totale delle importazioni e l'88,2% del valore totale del nostro prodotto venduto all'estero. Inoltre, questo aggregato presenta una bilancia commerciale di segno positivo da oltre un decennio, con un avanzo che nel 2022 ammonta a quasi 1,9 miliardi di euro. Considerando gli scambi in volume delle principali voci di formaggi, l'effetto Covid-19 si è avuto nel 2020 soprattutto dal lato delle importazioni, con tutte le categorie merceologiche che mostravano un calo dei flussi in entrata. Tuttavia, per la maggior parte degli aggregati, l'import è subito ripreso già nel corso del 2021 con una ulteriore crescita nel corso del 2022 (tab. 9.4). Diversamente, dal lato

Tab. 9.4 - Scambi con l'estero dell'Italia di prodotti lattiero-caseari in quantità nel 2022 (tonnellate)

Prodotti	2022			Var. % 2022/21	
	import	export	saldo	import	export
LATTE LIQUIDO	854.259	47.525	-806.734	-3,8	-0,5
di cui latte liquido confezionato	246.687	29.873	-216.814	-7,4	-16,5
CREMA FRESCA CONSUMO	80.557	30.741	-49.815	20,2	26,1
di cui crema fresca consumo confez.	13.449	13.857	407	10,9	65,1
LATTE SCREMATO IN POLVERE	98.870	8.281	-90.589	9,8	15,0
di cui latte scremato in polvere, confez.	2.545	1.801	-743	-17,0	11,1
LATTE P.S. E INTERO IN POLVERE	37.754	3.046	-34.708	7,5	-16,9
di cui latte p.s. e intero in polvere, confez.	1.973	2.132	159	4,9	-22,4
LATTE CONDENSATO	8.992	364	-8.628	27,5	-87,1
di cui latte condensato confezionato	2.932	56	-2.876	10,9	-48,7
YOGURT E LATTI FERMENTATI	269.360	5.160	-264.201	-1,8	-38,2
di cui yogurt liquido	166.652	2.660	-163.993	-2,4	5,3
di cui latti fermentati in polvere	9.089	828	-8.261	-46,0	-79,1
di cui latti fermentati liquidi	93.619	1.672	-91.947	8,0	-10,2
SIERO DI LATTE	92.313	229.746	137.433	14,9	-24,9
BURRO E GRASSI DEL LATTE	72.133	13.565	-58.567	0,8	-16,5
di cui burro	34.754	11.789	-22.966	-1,6	-14,5
di cui butteroil	37.164	1.663	-35.501	3,3	-29,3
di cui paste da spalmare lattiere	215	114	-101	-15,7	0,3
FORMAGGI E LATTICINI	551.914	568.761	16.847	7,5	9,2
di cui formaggi freschi e latticini	16.917	67.374	50.457	2,9	11,6
di cui cagliate e altri formaggi freschi	222.552	205.362	-17.190	12,6	13,3
di cui formaggi grattugiati o in polvere	5.768	63.840	58.072	-9,0	11,9
di cui formaggi fusi	37.563	6.122	-31.441	5,8	72,6
di cui formaggi a pasta erborinata	2.799	28.342	25.542	-2,7	0,1
di cui formaggi duri	25.822	148.389	122.567	-4,1	4,3
di cui formaggi semiduri	128.846	24.321	-104.525	2,9	1,4
di cui formaggi molli	9.962	3.777	-6.186	8,1	6,0
di cui altri formaggi	101.686	21.235	-80.451	9,0	4,2
ALTRI DERIVATI DEL LATTE	66.154	38.561	-27.593	1,3	-13,8
di cui componenti naturali del latte	42.916	10.779	-32.137	0,6	-27,8
di cui caseine	5.791	184	-5.607	-7,6	-21,7
di cui lattosio	17.447	27.598	10.152	6,6	-6,8
GELATI	41.311	89.906	48.595	8,2	4,6

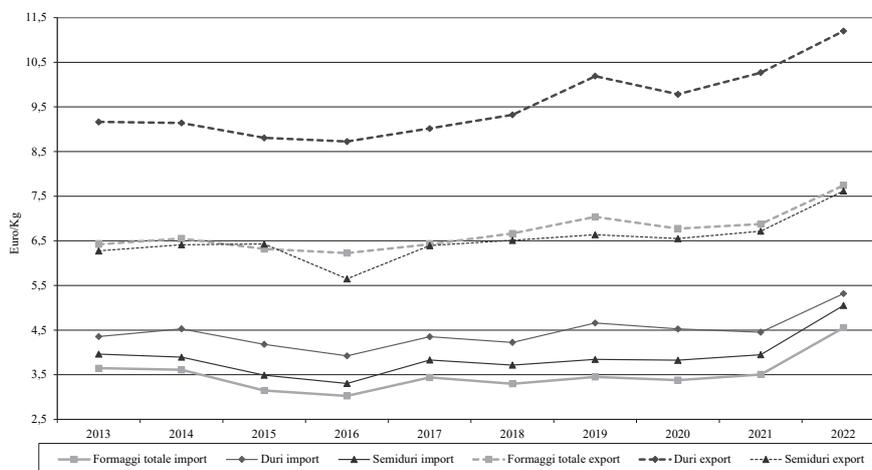
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

dell'export, il 2020 non ha mostrato particolari segni negativi nei flussi e la crescita è proseguita senza sosta anche nei due anni successivi.

L'andamento delle importazioni in valore di formaggi, se confrontato con le rispettive variazioni in quantità, mostra come i prezzi medi ponderati (ovvero impliciti) degli aggregati definiti per i formaggi siano cresciuti sia nel 2021 che, soprattutto, nel 2022⁴. Anche dal lato delle esportazioni i prezzi crescono, soprattutto nel corso del 2022. La differenza di prezzo medio tra il prodotto italiano e quello di provenienza estera è comunque notevole (fig. 9.4). Per le diverse categorie merceologiche il valore unitario dei formaggi italiani esportati risulta superiore a quello dei prodotti di provenienza estera.

I formaggi freschi. Gli scambi con l'estero di formaggi freschi sono stati distinti in due aggregati: i "formaggi freschi con tenore in grasso superiore al 40%" e le "cagliate e altri formaggi freschi". Questa distinzione permette di evidenziare meglio il ruolo delle cagliate negli scambi commerciali, anche se, sfortunatamente, la classificazione dell'Istat non consente di evidenziare nettamente questa categoria merceologica. L'insieme dei formaggi freschi rap-

Fig. 9.4 - Andamento del prezzo medio di importazione e di esportazione dell'Italia dell'aggregato formaggi e di alcune sue tipologie nel 2013-2022



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

4. Oltre al cambiamento del prezzo dei prodotti, la variazione del prezzo medio implicito può essere anche dovuta ad una variazione della composizione dell'aggregato. Sfortunatamente, l'Istat non fornisce dati sufficientemente disaggregati per distinguere i due effetti.

presenta comunque una classe di particolare rilevanza per l'Italia: il loro valore, infatti, è il primo tra i formaggi dal lato delle importazioni ed è secondo solo ai duri per quanto riguarda le esportazioni.

Nel corso del 2022, gli scambi commerciali di formaggi freschi con tenore in grasso superiore al 40% mostrano una crescita dei volumi importati (+2,9%) ed un aumento di quelli esportati (+11,6%) confermando la ripresa dei flussi già registrata nel 2021. I prezzi medi dei prodotti scambiati sono aumentati sensibilmente in entrambe le direzioni nel corso del 2022. Data la deperibilità del prodotto fresco, gli scambi commerciali di questi formaggi avvengono prevalentemente con i paesi dell'Unione Europea. Il partner principale per le importazioni è la Germania (34,2% in volume), seguito a distanza da Romania (16,6%) e Francia (16,1%) (tab. 9.5). Per quanto riguarda le esportazioni, invece, la Francia (26,7%) supera per importanza la Germania (8,1%) (tab. 9.6).

Nel 2022 le cagliate e gli altri freschi (una parte di questa merceologia è destinata ad un'ulteriore trasformazione prima di essere venduta al consumo) presentano un aumento dei volumi in entrata (+12,6%) e, proseguendo una sensibile crescita iniziata nel 2011, un ulteriore incremento di quelli in uscita (+13,3%). I prezzi medi dei prodotti scambiati sono anch'essi cresciuti nell'ultimo anno per i flussi in entrambe le direzioni. Anche per questa categoria gli scambi avvengono prevalentemente con i paesi dell'Unione Europea. Per le importazioni il partner principale è sempre la Germania con il 52,6% dei volumi, seguita a distanza dalle Repubbliche Baltiche (8,9%). Il prodotto in uscita è invece diretto principalmente verso la Francia (31,8%).

I formaggi erborinati. L'aggregato dei formaggi erborinati contribuisce al contenimento del deficit della bilancia lattiero-casearia italiana con un saldo ampiamente positivo, sia in valore che in quantità. Le importazioni di questi formaggi provengono essenzialmente da Germania (86,3%) e Francia (8,7%). Nel 2022 i flussi in entrata presentano un calo in quantità (-2,7%) ed una crescita in valore (+1,3%), ad indicare una crescita del prezzo medio implicito. Dal lato delle esportazioni, rappresentate per oltre i tre quarti da Gorgonzola, le variazioni dei volumi e dei valori risultano in lieve crescita in quantità (+0,1%) ed in deciso aumento in valore (+16,5%) con una sensibile crescita del prezzo medio implicito del prodotto. I principali paesi di destinazione sono europei e, in particolare, Francia (25,1%) e Germania (21,6%).

I formaggi molli. Nel 2022 le importazioni di formaggi molli, di provenienza quasi esclusivamente francese, segnano un aumento degli scambi in volume (+8,1%) ed un più consistente aumento in valore (+16,0%) con un

Tab. 9.5 - Provenienza delle importazioni italiane di formaggi, nel 2022

Paesi	Freschi (>40% grasso)	Cagliate e altri freschi	Molli	Erborinati	Fusi	Semiduri	Duri e grattugiati
Francia	2.731	15.962	9.379	243	1.716	12.821	2.561
Belgio	419	8.822	0	9	26.419	2.533	70
Lussemburgo	0	329	126	21	703	30	0
Paesi Bassi	502	8.710	6	22	247	29.228	1.200
Germania	5.784	117.051	379	2.415	7.632	58.239	3.921
Irlanda	0	139	0	1	11	855	257
Danimarca	46	4.818	10	26	46	52	292
Grecia	17	59	0	0	0	184	288
Portogallo	0	0	0	0	0	2	0
Spagna	557	20.480	1	6	3	1.057	63
Austria	120	7.307	39	12	53	3.321	960
Svezia	0	29	0	1	0	3	0
Finlandia	0	0	0	0	0	387	0
Repubbliche Baltiche	1.789	19.763	0	0	1	7.665	2.541
Polonia	1.143	5.067	0	42	7	3.959	3.981
Repubblica Ceca	0	229	21	0	1	3.601	11.761
Slovacchia	0	3	0	0	2	1	0
Ungheria	0	8.483	0	0	0	2	3.167
Slovenia	0	3.936	2	0	0	34	0
Malta	0	0	0	0	0	0	0
Cipro	10	0	0	0	0	69	0
Croazia	0	0	0	0	0	0	1
Romania	2.806	297	0	0	13	26	426
Bulgaria	40	0	0	0	0	6	58
UE 27 brexit	15.966	221.486	9.962	2.799	36.852	124.075	31.548
Svizzera	0	13	0	0	707	4.332	11
Regno Unito	904	1.052	0	0	0	397	9
Norvegia	0	0	0	0	0	0	0
Nord America	6	0	0	0	4	0	10
Giappone	0	0	0	0	0	0	0
Australia	0	0	0	0	0	0	0
Resto del mondo	40	0	0	0	0	42	12
Totale extra UE 27	951	1.065	0	0	711	4.771	42
MONDO	16.917	222.552	9.962	2.799	37.563	128.846	31.590

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

prezzo medio implicito in aumento. In aumento sono i flussi in entrata per le categorie di formaggi tipo Italico, Taleggio, e Camembert presenti in questo aggregato (tabb. 9.7 e 9.8).

Le esportazioni, costituite essenzialmente da Italico e Taleggio, vedono un aumento dei volumi (+6,0%) che è ancora più consistente in termini di valori monetari (+19,1%) a causa di un prezzo medio implicito in aumento. La principale area di destinazione è la Francia (25,5%) seguita dalla Germania (19,9%).

Tab. 9.6 - Destinazione delle esportazioni italiane di formaggi, nel 2022

Paesi	Freschi (>40% grasso)	Cagliate e altri freschi	Molli	Erborinati	Fusi	Semiduri	Duri e grattugiati
Francia	17.977	65.301	961	7.109	2.259	1.575	28.641
Belgio	4.097	14.342	295	1.136	647	677	8.247
Lussemburgo	2.225	7.890	67	1.362	1	70	726
Paesi Bassi	1.898	5.292	182	1.403	543	649	7.816
Germania	5.476	14.830	751	6.126	150	4.491	39.550
Irlanda	418	1.884	10	52	0	47	1.594
Danimarca	667	2.277	57	800	22	473	3.194
Grecia	807	1.584	15	113	32	487	3.751
Portogallo	445	1.608	7	103	54	31	977
Spagna	3.860	13.377	148	1.797	127	3.241	10.208
Austria	1.969	6.732	178	1.043	63	328	5.475
Svezia	545	5.427	193	437	196	147	4.489
Finlandia	545	896	5	22	0	49	903
Repubbliche Baltiche	500	1.123	22	104	2	126	432
Polonia	1.327	3.393	67	1.140	77	355	3.894
Repubblica Ceca	1.193	855	26	268	51	173	2.631
Slovacchia	893	269	3	84	74	10	705
Ungheria	716	483	11	179	23	140	824
Slovenia	451	2.103	10	111	298	1.881	723
Malta	225	1.163	34	59	355	693	626
Cipro	31	142	2	12	0	18	257
Croazia	304	1.076	10	118	82	242	916
Romania	2.495	2.076	39	684	38	251	2.600
Bulgaria	579	994	3	65	16	109	794
UE 27 Brexit	49.642	155.116	3.096	24.328	5.111	16.262	129.975
Svizzera	2.857	9.390	118	1.164	128	949	7.969
Regno Unito	4.533	19.991	116	773	52	808	14.283
Norvegia	470	1.252	47	30	0	15	899
Nord America	2.121	2.020	230	473	230	2.734	36.175
Giappone	1.818	4.685	7	523	2	1.404	3.613
Australia	746	505	79	334	2	825	3.401
Resto del mondo	5.187	0	84	716	597	1.325	15.913
Totale extra UE 27	17.732	50.246	680	4.013	1.012	8.059	82.253
MONDO	67.374	205.362	3.777	28.342	6.122	24.321	212.228

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

I formaggi semiduri. L'aggregato dei formaggi semiduri è un insieme di prodotti piuttosto eterogenei, caratterizzato da un contenuto d'acqua, sulla sostanza non grassa, intermedio rispetto a quello dei formaggi freschi e dei formaggi duri. Nel 2022 questa categoria merceologica presenta un saldo commerciale negativo di oltre 450 milioni di euro ed è la prima voce per saldo negativo nella bilancia lattiero casearia italiana.

Le importazioni di formaggi semiduri non sono ancora tornate ai livelli pre-Covid19. Nel 2022 mostrano un aumento dei flussi in quantità (+2,9%) a cui si abbina una decisa crescita di quelli in valore (+31,7%), con una decisa

Tab. 9.7 - Scambi con l'estero dell'Italia per alcuni tipi di formaggi, in valore, nel 2020-2022 (.000 euro)

Formaggi	2020			2021			2022			Var. % 2022/21		
	import	export	saldo	import	export	saldo	import	export	saldo	import	export	
MOLLI												
Tipo Italicco e Taleggio	7.781,8	15.415,0	7.633,2	8.368,1	17.105,3	8.737,2	8.296,0	19.513,4	11.217,4	-0,9%	14,1%	
Camembert	4.322,3	10.206,6	5.884,3	3.115,5	9.135,2	6.019,7	4.862,0	11.641,8	6.779,8	56,1%	27,4%	
Brie	28.344,9	898,5	-27.446,5	32.324,7	1.090,6	-31.234,1	37.661,7	1.393,0	-36.268,7	16,5%	27,7%	
SEMIDURI												
Emental, Gruyer, Sbrinz, Appenzell	118.170,7	6.419,8	-111.750,9	107.899,3	10.285,5	-97.613,8	131.630,3	14.911,3	-116.719,0	22,0%	45,0%	
Cheddar,Cantal,Colby	15.494,8	2.619,0	-12.875,9	17.593,1	2.537,5	-15.055,6	27.929,7	4.615,8	-23.313,9	58,8%	81,9%	
Edam, Fontina, Fontal, Gouda	128.009,5	15.213,2	-112.796,2	144.634,8	17.233,9	-127.400,9	186.190,0	19.877,7	-166.312,3	28,7%	15,3%	
Provolone	9.942,8	43.583,2	33.640,3	10.813,2	50.104,4	39.291,1	15.585,8	56.628,7	41.042,9	44,1%	13,0%	
Asiago, Caciocavallo, Montasio, Ragusano	1.017,8	12.111,2	11.093,4	1.282,6	11.992,7	10.710,1	2.649,9	14.386,0	11.736,0	106,6%	20,0%	
Tilsit e Buttercase	2.983,1	185,1	-2.798,1	3.111,8	524,2	-2.587,6	4.503,1	504,7	-3.998,4	44,7%	-3,7%	
DURI												
Grana P. e Parmigiano R.	649,1	1.030.853,2	1.030.204,1	234,6	1.143.313,2	1.143.078,5	474,6	1.263.895,1	1.263.420,4	102,3%	10,5%	
Fiore Sardo e Pecorino	2.931,0	160.388,8	157.457,8	4.577,9	203.962,7	199.384,8	5.609,4	244.575,0	238.965,6	22,5%	19,9%	

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

Tab. 9.8 - Scambi con l'estero dell'Italia per alcuni tipi di formaggi, in quantità, nel 2020-2022 (.000 tonnellate)

Formaggi	2020			2021			2022			Var. % 2022/21	
	import	export	saldo	import	export	saldo	import	export	saldo	import	export
MOLLI											
Tipo Italoico e Taleggio	1.342,1	2.231,1	889,0	1.433,0	2.456,6	1.023,5	1.461,0	2.544,0	1.083,0	2,0%	3,6%
Camembert	874,6	1.289,9	415,3	566,5	900,6	334,1	1.303,7	1.016,5	-287,2	130,1%	12,9%
Brie	6.611,1	174,7	-6.436,4	7.212,9	204,2	-7.008,6	7.197,5	216,1	-6.981,4	-0,2%	5,8%
SEMIDURI											
Emental, Gruyer, Sbrinz, Appenzell	22.977,2	1.090,1	-21.887,1	21.103,6	1.391,4	-19.712,2	24.343,9	1.684,3	-22.659,6	15,4%	21,1%
Cheddar,Cantal,Colby	4.856,7	517,6	-4.339,1	4.430,6	431,2	-3.999,4	5.050,4	761,1	-4.289,3	14,0%	76,5%
Edam, Fontina, Fontal, Gouda	41.529,2	2.988,3	-38.541,0	43.124,8	3.308,5	-39.816,3	38.844,1	3.001,5	-35.842,5	-9,9%	-9,3%
Provolone	2.970,6	7.087,0	4.116,4	3.436,6	8.379,1	4.942,6	3.564,7	8.295,4	4.730,7	3,7%	-1,0%
Asiago, Caciocavallo, Montasio, Ragusano	327,9	1.754,1	1.426,2	376,2	1.741,6	1.365,4	600,9	1.789,7	1.188,8	59,7%	2,8%
Tilsit e Buttercase	883,6	42,4	-841,2	823,4	116,6	-706,8	890,7	81,8	-808,8	8,2%	-29,8%
DURI											
Grana P. e Parmigiano R.	56,8	98.996,1	98.939,3	23,1	104.242,9	104.219,8	40,4	108.991,8	108.951,4	75,2%	4,6%
Fiore Sardo e Pecorino	469,8	18.721,7	18.251,8	687,5	21.165,8	20.478,3	590,6	20.010,2	19.419,6	-14,1%	-5,5%

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

crescita del prezzo implicito che porta gli esborsi ben al di sopra della media dell'ultimo decennio. Guardando i singoli aggregati si nota come i maggiori esborsi sono comuni a tutte le categorie, anche se le importazioni in volume sono aumentate per la categoria che comprende i formaggi tipo Emmental, mentre per quella che include Edam e Gouda i flussi sono in contrazione. Le quantità importate provengono principalmente dalla Germania (45,2%) e dall'Olanda (22,7%).

Nel 2022 le esportazioni dei formaggi semiduri appaiono in aumento sia nei volumi (+1,4%) che dal lato monetario (+14,9%), variazioni che confermano una tendenza positiva dei flussi iniziata nel 2010 e che si era interrotta solo nel 2020. Tuttavia, il Provolone, principale voce di export della categoria, segna una leggera riduzione dei flussi (-1,0%) rispetto all'anno precedente. Le quantità esportate sono dirette principalmente verso Germania (18,5%), Spagna (13,3%) e Nord America (11,2%).

I formaggi duri e grattugiati. L'insieme di queste due categorie merceologiche rappresenta da sempre la principale voce lattiero-casearia italiana di esportazione, con una quota del 46,0% sul valore totale esportato. Il saldo è ampiamente positivo, sia in quantità che in valore, dando così un importante contributo al saldo complessivo della bilancia commerciale lattiero-casearia italiana.

Le importazioni di formaggi duri assumono comunque un certo peso sul mercato italiano. Nel corso del 2022 le variazioni dei flussi mostrano una contrazione dei volumi (-4,1%) ed un aumento dei valori (+14,6%), evidenziando una crescita del prezzo medio. I mercati di approvvigionamento sono prevalentemente quelli europei, tra cui prevale la Repubblica Ceca (45,5%) seguita da Ungheria (12,3%) e Polonia (12,0%).

Dal lato delle esportazioni il trend di crescita dei formaggi duri ha subito uno stop solo nel 2008 e nel 2020, anni collegati ad una recessione nel mercato nordamericano ed all'effetto Covid-19. Il 2021 ed il 2022 segnano un totale recupero rispetto al 2020 con valori in crescita sia in volume che in valore. Nel 2022 variazioni negative si rilevano tuttavia per il Pecorino e Fiore Sardo con una contrazione dei quantitativi esportati (-5,5%) ed una sostanziale crescita per i valori (+19,9%). Diversamente, per il Grana Padano e Parmigiano Reggiano si assiste a variazioni positive sia dal lato quantitativo (+4,6%) che dal lato monetario (+10,5%). Si assiste quindi ad un aumento del prezzo medio che cresce per entrambe le categorie di prodotto.

I quantitativi esportati di Grana Padano e Parmigiano Reggiano (tab. 9.9) sono per quasi il 60% diretti verso i mercati dell'UE, principalmente verso Germania (19,1%) e Francia (10,0%), mentre i restanti flussi hanno come de-

Tab. 9.9 - Destinazione delle esportazioni italiane di Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Fiore Sardo e Pecorino, nel 2022 (tonnellate)

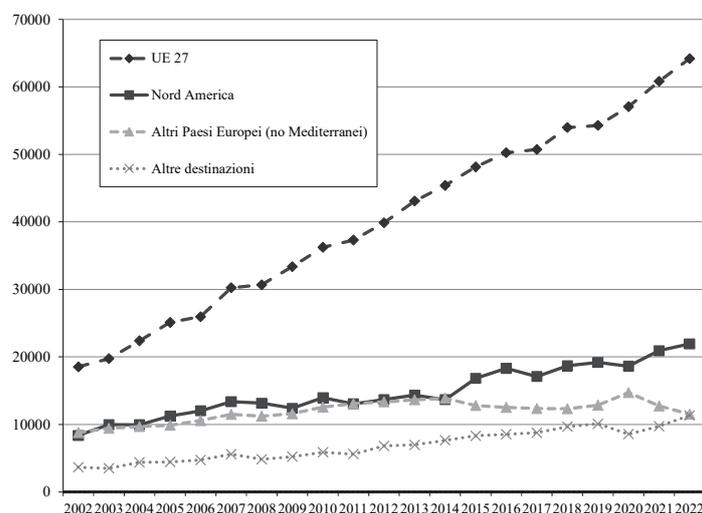
Paesi	Parmigiano Reggiano e Grana Padano		Fiore sardo e Pecorino	
	2022	var. % 2022/21	2022	var. % 2022/21
Francia	10.906	13,1	1.174	-3,4
Belgio	3.480	2,1	538	-1,5
Lussemburgo	388	30,2	30	7,1
Paesi Bassi	4.116	5,5	555	2,1
Germania	20.787	2,0	1.809	8,4
Irlanda	888	9,9	39	-18,6
Danimarca	2.086	2,6	80	-36,0
Grecia	2.386	0,7	87	-21,5
Portogallo	598	11,3	19	13,3
Spagna	4.930	11,5	225	16,2
Austria	3.395	1,4	118	-13,4
Svezia	3.511	-1,8	145	-1,8
Finlandia	435	19,3	61	4,3
Repubbliche Baltiche	202	58,3	35	9,4
Polonia	2.164	9,9	371	-4,2
Repubblica Ceca	921	5,1	118	6,5
Slovacchia	280	-2,7	49	26,0
Ungheria	353	-1,0	30	90,3
Slovenia	298	4,7	37	43,3
Malta	222	4,0	56	10,5
Cipro	142	20,1	12	10,5
Croazia	368	7,5	49	16,6
Romania	1.089	12,5	81	6,3
Bulgaria	238	18,3	34	8,8
UE 27 Brexit	64.183	5,5	5.751	1,6
Svizzera	3.216	-24,5	163	-24,6
Regno Unito	7.108	1,1	709	-16,8
Norvegia	650	-5,6	70	88,2
Nord America	21.935	4,8	12.139	-8,7
Giappone	2.010	40,1	369	56,6
Australia	2.343	0,2	278	-16,1
Resto del mondo	7.547	12,1	531	-1,5
MONDO	108.992	4,6	20.010	-5,5

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

stinazione, in particolare, il Nord America (20,1%), il Regno Unito (6,5%) e la Svizzera (3,0%). Nel 2022 le quantità esportate aumentano (figg. 9.5a e 9.5b) sia sui mercati dell'Unione Europea che verso il Nord America. Si conferma la più che decennale tendenza positiva nell'esportazione di formaggi Grana sui mercati dell'UE, mentre per questa categoria pesa l'effetto Brexit sull'export verso il Regno Unito. Positivo anche il trend dell'export verso il Canada che supera nei flussi la Svizzera che mostra invece un andamento negativo.

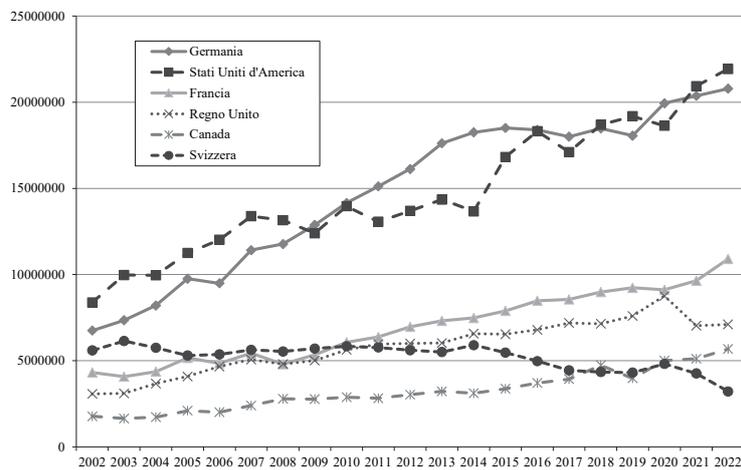
A differenza dei Grana, i Pecorini trovano come principale mercato di sbocco il Nord America (60,7%), che registra un calo dei volumi nel 2022 (-8,7%).

Fig. 9.5a - Andamento delle esportazioni di Grana Padano e Parmigiano Reggiano dal 2002 al 2022 per macroaree (tonnellate)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

Fig. 9.5b - Andamento delle esportazioni di Grana Padano e Parmigiano Reggiano dal 2002 al 2022 nei primi sei paesi di destinazione (tonnellate)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

In contrazione appaiono anche i flussi verso diversi paesi UE. Per entrambe queste aree i volumi esportati appaiono altalenanti negli ultimi anni.

Per i formaggi grattugiati sono di rilevanza le sole esportazioni, costituite essenzialmente dai derivati dei formaggi duri. Nel 2022 l'export in volume di questo aggregato aumenta dell'11,9%, proseguendo un trend decennale di crescita. In valore gli scambi crescono del 24,5% ad indicare un aumento del prezzo medio implicito. In quantità le esportazioni hanno come destinazione prevalente il mercato europeo, in particolare Francia (24,5%) e Germania (23,3%).

9.1.2. Il latte liquido e lo yogurt

Il latte liquido, con un deficit che nel 2022 è di poco superiore a 0,8 milioni di tonnellate di latte ed ai 400 milioni di euro è, dopo i formaggi semiduri e gli yogurt e latti fermentati, la voce di scambio con saldo negativo più rilevante dal lato monetario. Le variazioni del saldo dipendono dall'andamento delle importazioni, in quanto le esportazioni hanno scarsa importanza. Tra il 2020 ed il 2022 si assiste ad un dimezzamento dei volumi in entrata (-46,4%).

Questa variazione è meno marcata in termini monetari a causa della sensibile crescita del prezzo medio nel corso del 2022. Le importazioni, provenienti esclusivamente dal mercato europeo (tab. 9.10), hanno visto diminuire i volumi sia per il latte sfuso che, in misura meno marcata, per il latte confezionato. I volumi di latte sfuso provengono prevalentemente da 4 paesi UE: Slovenia (26,0%), Germania (25,2%), Francia (17,7%) e Austria (15,2%).

Sono soprattutto i volumi provenienti dalla Germania a ridursi, che rispetto al 2019 consegna circa il 70% di latte in meno, così come quelli della Francia che nello stesso periodo si riducono di quasi il 50%. Si mantengono sostanzialmente stabili invece i flussi dalla Slovenia che diviene così il principale fornitore italiano di latte sfuso. Il latte confezionato proviene per oltre l'80% da Austria e Francia. Mentre il mercato austriaco mostra una certa stabilità, quello francese ha perso circa il 40% dei volumi negli ultimi due anni.

Per quanto riguarda yogurt e latti fermentati, nel corso del 2022 diminuiscono i volumi (-1,8%) ed aumentano i valori (+12,6%) delle importazioni, con una crescita del prezzo medio implicito. Nel corso degli anni questo aggregato ha assunto sempre più peso, fino a diventare la seconda voce per saldo negativo. Le importazioni sono costituite prevalentemente da yogurt liquido, i cui volumi nel 2022 vedono una contrazione del 2,4%. Tuttavia, la crescita dello yogurt liquido è quasi ininterrotta con volumi cresciuti di circa sei volte in venti anni. I prodotti di questo aggregato provengono per lo più da Germa-

Tab. 9.10 - Provenienza delle importazioni italiane di prodotti lattiero-caseari, esclusi i formaggi, nel 2022 (tonnellate)

Paesi	Latte liquido	Crema fresca	Latte scremato in polvere	Latte p.s. e in-tero in polvere	Latte condensato	Latte	Yogurt e latte fermentati	Siero di latte	Burro e grassi del latte	Caseine	Lattosio	Gelati
Francia	197.650	13.666	26.640	8.020	627	9.905	7.387	2.945	4.265	2.847		
Belgio	5.880	9.927	11.722	7.110	1.880	6.072	13.431	11	940	5.000		
Lussemburgo	94	0	0	0	0	1.284	10	0	0	3.471		
Paesi Bassi	11.114	4.241	15.233	6.807	531	3.481	18.678	571	3.720	597		
Germania	174.764	26.078	27.304	9.306	563	88.080	8.884	675	3.194	12.910		
Irlanda	144	99	3.150	2.792	25	44	467	1.321	686	0		
Danimarca	0	0	1	0	0	0	3.082	18	8	5		
Grecia	11	285	0	0	0	45.146	25.269	3	0	1.166		
Portogallo	172	0	1	208	0	0	1.214	0	5	0		489
Spagna	11.129	8.299	917	460	34	15.344	1.410	8.298	0	229		2.873
Austria	207.754	4.253	144	521	5.132	63.694	14.558	465	19	964		1.146
Svezia	982	282	1.227	0	0	37	1.166	0	0	0		551
Finlandia	0	0	1.972	23	0	79	60	205	0	0		0
Repubbliche Baltiche	26	1.541	132	0	0	30	76	1.630	29	508		13
Polonia	2.363	4.059	9.775	1.822	37	113	5.020	1.729	56	2.257		4.715
Repubblica Ceca	35.910	349	124	6	0	3.743	444	1.454	0	0		138
Slovacchia	38.561	1.274	26	269	145	79	1	0	0	0		0
Ungheria	8.151	4.269	0	0	1	1	456	179	0	0		2.803
Slovenia	158.412	504	450	35	0	4.167	8.876	0	0	0		473
Malta	0	341	0	0	0	0	0	0	0	0		0
Cipro	0	0	0	0	0	85	0	0	0	0		0
Croazia	527	0	0	104	0	3.803	0	570	0	0		0
Romania	5	249	11	4	1	576	1	129	0	0		259
Bulgaria	505	39	41	1	0	172	0	1	0	0		0
UE 27 Brexit	854.153	79.756	98.870	37.489	8.976	269.238	92.102	66.593	5.649	16.772	39.455	
Svizzera	102	778	0	0	0	77	1	0	1	10		0
Regno Unito	0	0	0	265	17	44	6	5.540	0	1.637		0
Norvegia	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0		0
Nord America	0	0	0	0	0	0	0	0	4	10		0
Giappone	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0
Australia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0
Resto del mondo	4	22	-	-	-	1	204	0	137	670		199
MONDO	854.259	80.557	98.870	37.754	8.992	269.360	92.313	72.133	5.791	17.447	41.311	

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

nia (32,7%), Austria (23,6%), Grecia (16,8%) e Francia (13,3%). Le esportazioni italiane di yogurt e latti fermentati, allo stesso modo del latte liquido, sono di scarsa importanza (tab. 9.11).

9.1.3. I latti concentrati

Le considerazioni riguardanti i latti concentrati saranno limitate alle sole importazioni, in quanto, a causa della forte specializzazione produttiva e della elevata competitività dei paesi del Nord Europa, la produzione e quindi le esportazioni italiane sono poco significative.

Per quanto riguarda l'importazione di latte scremato in polvere, principale voce di questo aggregato, il 2022 mostra una variazione positiva dei volumi (+9,8%) ed un marcato aumento dei valori monetari (+56,2%), con una sensibile crescita del prezzo medio. Anche per il latte parzialmente scremato ed intero in polvere si assiste ad un sensibile aumento del prezzo medio, con una crescita dei flussi in entrata (+7,5%) ed una ancora più consistente dei valori monetari (+50,3%).

La Germania è il nostro principale mercato di approvvigionamento per i latti concentrati in polvere (26,8%), seguita a poca distanza dalla Francia (25,4%). Per il latte condensato invece è l'Austria il principale fornitore (57,1%).

9.1.4. Il burro e la panna

I grassi del latte di origine italiana sono per la maggior parte ottenuti come prodotto congiunto alla produzione di formaggi, Grana in particolare. Il prodotto italiano è generalmente di qualità inferiore rispetto a quello nordeuropeo. Quest'ultimo viene usato per tagliare il prodotto nazionale al fine di migliorarne le caratteristiche, oppure come materia prima nell'industria dolciaria e dei prodotti da forno. L'Italia è tradizionalmente un importatore netto di grassi del latte, con esportazioni di scarso rilievo.

Le importazioni del 2022 evidenziano una riduzione dei quantitativi di burro (-1,6%) a cui si affianca un marcato aumento dei relativi valori monetari (+52,3%). Per il butter oil i flussi sono in crescita sia in volume (+3,3%) che in termini monetari (+59,5%). Per entrambi i prodotti si osserva una rilevante crescita del prezzo implicito. Le importazioni provengono principalmente da Olanda (25,9%) e Belgio (18,6%).

Per quanto riguarda la crema da consumo, le importazioni, le uniche degne di nota, presentano volumi in aumento nel 2022 (+20,2%), a cui si associa

Tab. 9.11 - Destinazione delle esportazioni italiane di prodotti lattiero-caseari, esclusi i formaggi, nel 2022 (tonnellate)

Paesi	Latte liquido	Crema fresca	Latte scremato in polvere	Latte p.s.e intero in polvere	Latte condensato	Yogurt e latte fermentati	Siero di latte	Burro e grassi del latte	Caseine	Lattosio	Gelati
Francia	245	1.205	1.652	820	5	356	48.411	566	27	5.156	10.249
Belgio	126	3.504	669	38	10	65	788	2.001	0	95	398
Lussemburgo	13	3	166	1	0	6	0	4	0	3	12
Paesi Bassi	177	341	658	83	18	99	104.811	940	1	97	6.908
Germania	5.711	636	1.377	215	1	166	46.151	1.408	1	849	10.421
Irlanda	0	4	3	0	0	2	12	3	0	0	103
Danimarca	3	0	2	2	0	1	154	303	0	0	1.922
Grecia	5.463	1.138	375	350	8	95	76	1.281	1	14	1.435
Portogallo	0	12	4	3	0	15	0	16	9	0	1.355
Spagna	14	28	1.312	236	17	69	446	1.647	18	2.757	11.416
Austria	4.661	67	746	161	1	367	14.525	1.329	7	0	3.088
Svezia	16	9	3	0	1	10	0	17	0	0	1.322
Finlandia	0	0	3	0	0	23	0	1	0	2	252
Repubbliche Baltiche	186	3	0	44	12	228	33	233	0	0	559
Polonia	26	52	104	40	0	45	251	533	1	142	2.388
Repubblica Ceca	51	39	8	3	0	45	120	40	0	367	1.032
Slovacchia	1	21	4	3	2	2	0	18	0	0	59
Ungheria	22	642	90	7	1	17	0	77	3	240	1.434
Slovenia	3.186	520	162	45	7	664	14	211	2	0	777
Malta	4.675	155	113	10	3	1.412	6	227	0	2	1.016
Cipro	6	56	11	1	0	3	0	34	0	0	36
Croazia	610	427	22	3	2	125	215	381	0	0	562
Romania	146	76	44	25	0	8	1	439	1	0	1.425
Bulgaria	197	275	8	8	0	40	42	146	0	0	312
UE 27 Brexit	25.539	9.213	7.533	2.095	86	3.864	216.056	11.856	72	9.724	58.481
Svizzera	1	1	16	1	24	11	4	6	3	5	1.705
Regno Unito	5	54	72	10	11	265	837	33	4	27	10.379
Norvegia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	359
Nord America	45	410	83	5	1	25	85	101	7	2	12.171
Giappone	0	0	1	0	0	0	3.276	1	0	0	676
Australia	0	193	66	0	1	20	1	29	0	2	2.047
Resto del mondo	21.935	20.869	510	935	241	975	9.488	1.539	98	17.838	4.088
MONDO	47.525	30.741	8.281	3.046	364	5.160	229.746	13.565	184	27.598	89.906

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

anche in questo caso una più marcata crescita degli scambi in valore (+59,3%). Il nostro principale fornitore è la Germania (32,4%), seguita dalla Francia (17,0%).

9.1.5. I gelati

Nonostante la difficoltà nel quantificare la quantità di latte o di suoi derivati (polvere di latte e burro) contenuta nei gelati, questione che non ne rende opportuno il loro inserimento nella bilancia dei lattiero-caseari, visto il peso di tale aggregato e l'importante ruolo del latte come ingrediente, si ritiene opportuno prendere in esame in questo paragrafo l'evoluzione degli scambi con l'estero di quest'ultimi prodotti.

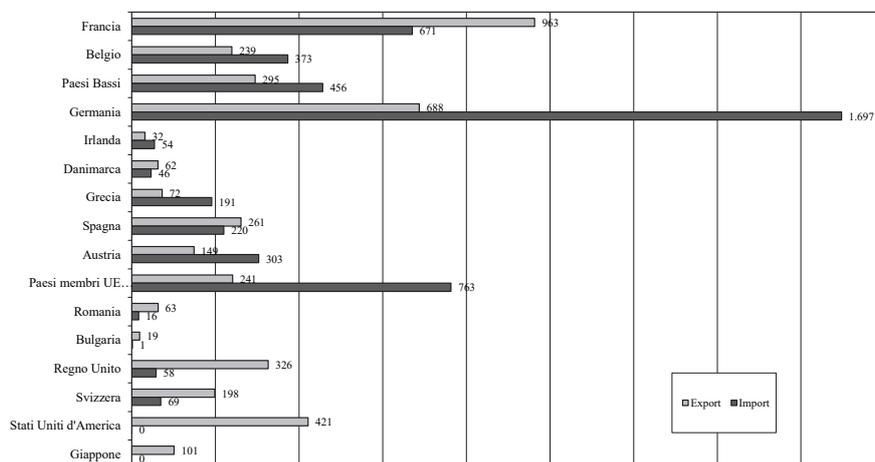
Nel 2022 le dinamiche relative a questa categoria merceologica vedono un aumento dei valori e dei volumi scambiati sia dal lato delle importazioni che dal lato delle esportazioni, anche in questo caso con un aumento del prezzo medio implicito. La bilancia commerciale è positiva, per un valore che si avvicina ai 220 milioni di euro. I flussi in entrata provengono per la totalità dall'UE27 ed in particolare dalla Germania che dispone di una quota in volume del 31,3%. Le esportazioni italiane di gelati sono distribuite per quasi il 70% tra i paesi dell'Unione Europea. Nel 2022 il principale acquirente sono gli Stati Uniti con una quota in volume del 13,2% a cui segue la Spagna (12,7%). Da segnalare come i flussi verso gli Stati Uniti siano esplosi nel 2021, anno in cui sono quasi quintuplicati fino ad arrivare a quasi 15 mila tonnellate.

9.2. I partner commerciali

Nel 2022 i flussi commerciali di prodotti lattiero-caseari dell'Italia avvengono per la maggior parte con i paesi dell'Unione Europea (fig. 9.6): le importazioni raggiungono una quota in valore del 97,3%, mentre le esportazioni si fermano al 66,4%. Solo dal lato delle esportazioni, quindi, assumono interesse anche i mercati extracomunitari rappresentati principalmente da Stati Uniti (8,4%), Regno Unito (6,5%) e Svizzera (4,0%).

La Germania è di gran lunga il principale partner dell'Italia dal lato delle importazioni con una quota che, in valore, raggiunge il 34,2%. Il mercato tedesco è leader nella fornitura al nostro Paese di crema fresca, latti in polvere, yogurt e latti fermentati, gelati e, tra i formaggi, di quelli freschi, erborinati e semiduri. Nel corso del 2022, le variazioni degli scambi appaiono stabili in equivalente latte (-0,1%) mentre la crescita dei prezzi ha determinato un sen-

Fig. 9.6 - I principali partner dell'Italia negli scambi con l'estero di lattiero-caseari nel 2022 (milioni di euro)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

sibile aumento in valore (+35,7%). La Germania è anche il secondo partner dell'Italia dal lato delle esportazioni, con una quota che, in valore, raggiunge il 13,8% nel 2022. Nel corso dell'anno il valore dei prodotti esportati verso la Germania è aumentato (+7,0%) mentre il quantitativo in equivalente latte mostra una riduzione (-1,9%). In termini di volume questo paese è il principale acquirente dell'Italia di formaggi duri, Grana e Parmigiano, e semiduri.

In valore, la Francia è il secondo partner commerciale dell'Italia per gli scambi in entrata (13,5%), mentre rappresenta il nostro principale acquirente dal lato dell'export (19,3%). In termini quantitativi la Francia è il principale fornitore di formaggi molli e di caseine e lattosio. È anche un importante fornitore di latte liquido, lattini in polvere, cagliate e altri formaggi freschi e formaggi semiduri. Nel 2022 le importazioni di lattiero-caseari da questo paese sono risultate in aumento sia in equivalente latte (+10,2%) che in valore (+26,5%), anche in questo caso con evidenti aumenti nei prezzi medi di scambio. Dal lato delle esportazioni, la Francia è il nostro principale mercato estero per i formaggi freschi, le "cagliate e altri formaggi freschi", i molli, gli erborinati ed i fusi. Importante, anche per questo paese, è l'export dei formaggi Grana. Nel 2022 le vendite sul mercato francese sono in aumento sia in valore (+27,1%) che in termini di equivalente latte (+12,6%).

Olanda, Belgio e Austria seguono in ordine di importanza come mercati di

approvvigionamento e spesa dell'Italia, con quote in valore tra il 10 e il 6% ciascuno. In termini quantitativi l'Olanda è il nostro principale fornitore di burro e grassi del latte; importante è anche il ruolo dei Paesi Bassi nella fornitura di formaggi semiduri. Il Belgio risulta come principale mercato di approvvigionamento di formaggi fusi, mentre dall'Austria la spesa si concentra principalmente sul latte liquido. Per le importazioni si rileva il ruolo della Slovenia per il latte liquido, della Repubblica Ceca per i formaggi duri e dell'Irlanda per le caseine.

Gli scambi con altri paesi extra UE si svolgono principalmente con Nord America, Regno Unito e Svizzera. Questi mercati sono di rilevanza soprattutto per le nostre esportazioni di formaggi. Gli Stati Uniti, con una quota che in valore raggiunge l'8,4%, sono il terzo acquirente di prodotti lattiero-caseari italiani. Questo mercato richiede prevalentemente i prodotti tipici della cultura alimentare italiana, rappresentati da Grana e Pecorini. In particolare, per i Pecorini, il Nord America assorbe il 60,7% del quantitativo totale esportato, anche se i volumi si sono notevolmente ridotti tra il 2007 ed il 2009 con andamenti altalenanti negli anni successivi. Le esportazioni verso il mercato statunitense aumentano nel corso del 2022 del 13,1% in termini monetari e rimangono sostanzialmente costanti in equivalente latte. Un totale recupero dei volumi rispetto allo stop del 2020 causato dall'effetto Covid-19 era già avvenuto nel corso del 2021.

Dal lato delle nostre esportazioni, si mette in luce il Regno Unito con una quota sul totale del valore esportato del 6,5%, costituito principalmente da formaggi Grana, "cagliate e altri formaggi freschi" e grattugiati. L'effetto Brexit non sembra aver pesato particolarmente sulle esportazioni italiane verso questo paese. Dal lato delle importazioni, invece, l'effetto Brexit è evidente su diverse categorie merceologiche, con quantitativi in equivalente latte che si riducono drasticamente nel corso del 2021, tanto che nel 2022 le importazioni in equivalente latte erano inferiori dell'83% rispetto al 2019, ovvero al periodo pre-Covid19. In particolare, le polveri e concentrati di latte vengono sostanzialmente azzerati dal 2021 mentre per diverse tipologie di formaggi i flussi sono anche più che dimezzati.

Tra le altre nazioni di destinazione, è da ricordare come la Russia, dopo essersi attestato come quarto paese non-UE di destinazione nel 2013, registri quantitativi irrisori dal 2015. A questo riguardo, decisivo è stato l'impatto dell'embargo russo sui prodotti UE iniziato nell'agosto 2014. Per l'Italia i prodotti principalmente esportati verso la Russia erano i formaggi grana, cui seguivano la categoria delle cagliate e degli altri formaggi freschi. Non vi è quindi alcun impatto di rilievo di tipo diretto derivante dalle conseguenze dell'invasione russa in Ucraina.

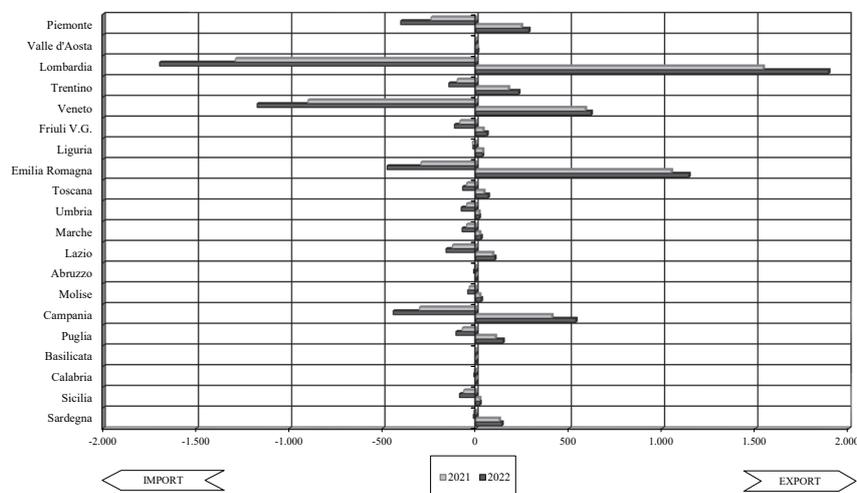
9.3. Il contributo delle regioni

I dati sul contributo delle singole regioni sugli scambi nazionali, raccolti dall'Istat, sono disponibili per macroaggregati che, per quanto riguarda il comparto lattiero-caseario, si riferiscono alla sola classe “prodotti lattiero-caseari”. Non è quindi possibile disporre di statistiche disaggregate per le singole categorie merceologiche.

La Lombardia è la regione con i più elevati valori di importazione, seguita da Veneto, Emilia-Romagna e Campania (fig. 9.7). I dati del 2022, a causa dei maggiori prezzi medi, mostrano un aumento della spesa di importazione per la Lombardia (+31,6%), così come per quelle di Veneto (+30,3%), Emilia-Romagna (+61,8%) e Campania (+46,8%).

Dal lato delle esportazioni, tra le regioni di maggiore rilievo gli andamenti del 2022 mostrano una sostanziale crescita per Lombardia (+22,8%) e Campania (+31,6%), mentre variazioni positive più contenute si registrano per Emilia-Romagna (+9,0%) e Veneto (+5,3%).

Fig. 9.7 - Commercio con l'estero per regione dell'Italia di prodotti lattiero-caseari nel 2021 e 2022 (milioni di euro)



Fonte: ISTAT classificazione Ateco.

10. I CONSUMI

Di seguito si prende in esame l'andamento della spesa delle famiglie per l'acquisto di alimentari e bevande e dei consumi apparenti di latte e prodotti lattiero-caseari.

10.1. La spesa delle famiglie

Nell'ultimo periodo il PIL nazionale aveva fatto registrare variazioni positive ma con una tendenza al rallentamento: +2,4 nel 2016 e 2017, +2,0% l'anno dopo e +1,4% nel 2019. Nel 2020 la tendenza si inverte e a fine anno si registra un -7,8%. Questo risultato interessa quasi tutti gli aggregati considerati, benchè con percentuali diverse: calano le importazioni di beni e servizi (-15,6%), le esportazioni (-13,8%), gli investimenti fissi (-8,5%); diminuiscono, infine, anche i consumi finali nazionali (-8,5%). Rilevante risulta quindi l'impatto della pandemia su tutte le voci dell'economia italiana, un andamento che segue il citato rallentamento della fase espansiva registrato in precedenza.

Nel 2021 i dati indicano una forte ripresa, il PIL a prezzi di mercato è cresciuto del 7,2%, e le stime per il 2022 riportano un ulteriore +3,7%, il che porterebbe ad un significativo recupero rispetto ai livelli pre-pandemici. L'andamento del 2021 è ricollegabile principalmente ai consumi interni ed in particolare alle spese delle famiglie, molto bassa è stata la crescita delle amministrazioni pubbliche. Nonostante una crescita delle importazioni e delle esportazioni superiori al 10%, il loro apporto, assieme a quello delle variazioni delle scorte, alla crescita del PIL è stato limitato.

Sulla base dei dati Istat sui Conti Economici Nazionali, nel 2021 la Spesa Totale delle famiglie italiane mostra una crescita, rispetto al 2010, del 4,7% e del 6,5% sul 2020 (tab. 10.1).

Tab. 10.1 - Spesa delle famiglie per alimentari e bevande in Italia nel 2010-2021: milioni di euro a prezzi correnti

	Spesa totale (milioni di euro)											Spesa pro capite (euro)				
	2010	2017	2018	2019	2020	2021	Var. % 21/20	Var. % 21/10	2017	2018	2019	2020	2021			
Consumi delle famiglie	982.604	1.056.495	1.077.820	1.087.379	965.760	1.028.391	6,5	4,7	17.467	18.018	18.232	16.304	17.421			
A - Alimentari e bevande non alcoliche	141.252	151.156	153.193	155.139	158.931	160.062	0,7	13,3	2.499	2.561	2.601	2.683	2.712			
A1 - Alimentari	130.425	139.049	140.813	142.614	146.157	147.138	0,7	12,8	2.299	2.354	2.391	2.467	2.493			
di cui:																
Pane e cereali	24.030	26.126	26.285	26.541	27.312	27.532	0,8	14,6	432	439	445	461	466			
Carne	32.455	33.141	33.765	34.170	35.089	35.308	0,6	8,8	548	548	573	592	598			
Pesce e frutti di mare	10.876	11.581	11.752	11.958	11.424	11.556	1,2	6,3	191	196	201	193	196			
Latte, formaggi e uova	18.707	19.617	19.799	20.085	21.094	21.144	0,2	13,0	324	331	337	356	358			
Oli e grassi	4.924	5.432	5.459	5.533	5.603	5.626	0,4	14,3	90	91	93	95	95			
Frutta	12.252	13.359	13.637	13.722	14.164	14.246	0,6	16,3	221	228	230	239	241			
Vegetali incluse le patate	18.438	20.059	20.272	20.640	21.323	21.450	0,6	16,3	332	339	346	360	363			
Zucchero, marmellata, miele, sciropi, cioccolato e pasticceria	6.071	6.785	6.907	6.986	7.045	7.099	0,8	16,9	112	115	117	119	120			
Generi alimentari n.a.c.	2.672	2.951	2.936	2.978	3.104	3.178	2,4	19,0	49	49	50	52	54			
A2 - Bevande non alcoliche	10.827	12.107	12.380	12.524	12.774	12.924	1,2	19,4	200	207	210	216	219			
di cui:																
Caffè, tè e cacao	3.786	4.554	4.687	4.766	4.828	4.896	1,4	29,3	75	78	80	82	83			
Acque minerali, bevande gassate e succhi	7.041	7.553	7.692	7.758	7.946	8.027	1,0	14,0	125	129	130	134	136			
B - Bevande alcoliche e tabacco	40.427	44.389	44.936	45.715	44.464	45.887	3,2	13,5	734	751	766	751	777			
di cui:																
Bevande alcoliche	8.694	9.990	10.028	10.096	10.331	10.444	1,1	20,1	165	168	169	174	177			
C - Servizi di ristorazione	70.654	82.274	83.588	85.506	54.281	64.605	19,0	-8,6	1.360	1.397	1.434	916	1.094			

Fonte: Istat, Conti Economici.

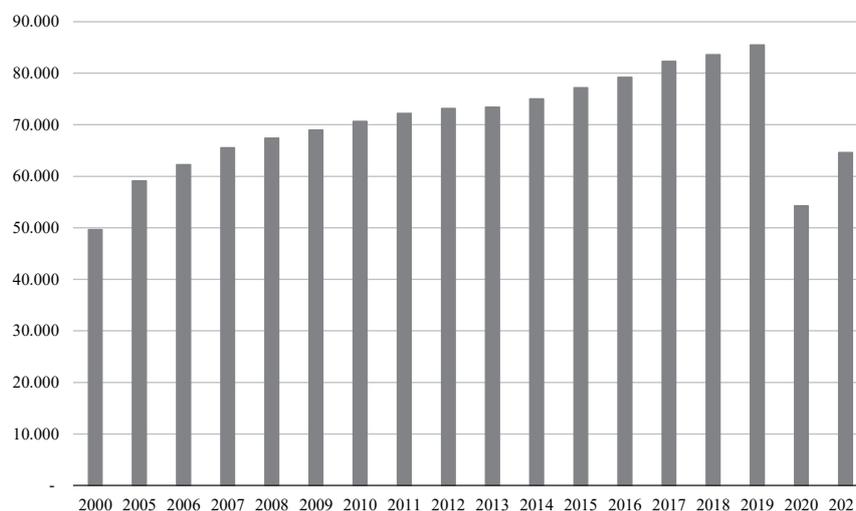
La spesa pro capite per alimenti e bevande non alcoliche, a valori correnti, sale a 2.712 euro, +1,1%, nei confronti del 2020, e di quasi 900 euro in valore assoluto rispetto a quella del 2010. Se nel 2020 la crescita dei consumi alimentari domestici delle famiglie era stata più elevata e pari a 82 euro pro capite, mentre nel complesso le spese totali erano calate di quasi 2 mila euro, nel 2021 la crescita è rispettivamente di 29 euro a testa per gli alimentari e di circa 1.120 euro per quelle totali. Le principali voci di spesa pro capite domestica a prezzi correnti, segnano una variazione tendenziale positiva, in particolare quelle non alimentari (+8,6%) e le spese extradomestiche per i servizi di ristorazione (+19,4%), le due voci maggiormente penalizzate nel 2020. L'aggregato *Alimentari e Bevande non alcoliche*, cresce complessivamente dell'1,1%, a fronte di un aumento della voce complessiva *Consumi delle famiglie* del 6,9%; gli aumenti risultano generalmente tutti abbastanza contenuti, ad esclusione della citata ristorazione.

Se si confrontano le spese totali delle famiglie del 2021 con quelle del 2010, gli aggregati *Alimentari e Bevande non alcoliche* sottolineano una crescita della Spesa Totale a prezzi correnti del 13,3%, le *Bevande alcoliche* crescono del 20,1%; risultano ancora inferiori, -8,6%, le spese per *Servizi di ristorazione*, a fronte del +21% del 2019 e del -23,5% del 2020. Scendendo nel dettaglio delle voci, in particolare si osserva che la spesa per *Caffè, tè e cacao* segna un aumento del 29,3%, con una crescita inferiore si posiziona la voce *Pesce e frutti di mare*, +6,3 punti percentuali; tutte le altre voci si disperdono tra questi due limiti, con la categoria *Latte, formaggi e uova* che si apprezza del 13%.

Il rimbalzo della voce *Servizi di ristorazione*, dopo la perdita di quasi il 37% nel 2020, è un dato congiunturale importante per un settore che già aveva avuto dei rallentamenti per la perdurante crisi economica precedente alla pandemia. La spesa nazionale per i servizi di ristorazione passa da 70,7 miliardi di euro del 2010 a 85,5 miliardi di euro del 2019, facendo registrare a fine 2020 54,3 miliardi di euro e 64,6 nel 2021. Rispetto al 2000 i consumi fuori casa crescono nel 2021 di poco più del 30% a fronte di circa il 72% del 2019 (fig. 10.1). L'incidenza della ristorazione sulla spesa complessiva delle famiglie che si stava avvicinando a superare l'8%, è scesa al 5,6% nel 2020 e risale solo al 6,3% nel 2021. Includendo la spesa per *Alimentari e bevande non alcoliche* la quota diventa 21,8% e 22,9%, se si aggiungono anche le *Bevande alcoliche*, ambedue in leggero calo rispetto all'anno prima.

Nel 2021 la spesa pro capite per i *Servizi di ristorazione* risale vicina ai 1.100 euro, comunque oltre 300 euro in meno rispetto al 2019; un valore inferiore a quello del 2010 anno che aveva segnato l'inizio di una serie positiva, proseguita quasi in maniera ininterrotta fino al 2019, dove la spesa

Fig. 10.1 - Evoluzione della spesa per servizi di ristorazione in Italia nel 2000-2021 (milioni di euro a prezzi correnti)



Fonte: Istat, Conti Economici Nazionali.

individuale aveva raggiunto i 1.434 euro, ad indicare come i consumi fuori casa si fossero fortemente incrementati nel decennio considerato. Rispetto a diversi Paesi europei, la percentuale di spesa per l'alimentazione fuori casa permane molto bassa, nonostante, il clima e la spinta anche per un turismo interno nel nostro Paese.

A valori concatenati, l'analisi dei dati sui consumi delle famiglie, rispetto all'anno precedente, evidenzia una crescita complessiva delle spese di quasi il 5%. Viceversa per i consumi alimentari emerge una ridotta crescita generale delle quantità, +0,1%, rallentata in particolare dagli aggregati *Carne e Pesce e frutti di mare*, ambedue -0,4%, e da *Oli e grassi*, -1,6%. Anche a valori concatenati si assiste ad un forte recupero dei *Servizi per la ristorazione*, +16,8% (tab. 10.2).

La diversa evoluzione congiunturale delle quantità rispetto a quelle a valore, per la corrispondente voce, è un indicatore di un progresso dei prezzi che ha contribuito ad amplificare o a ridurre la spesa da parte delle famiglie. Scendendo nel dettaglio si osserva che i prezzi, della maggior parte delle voci considerate, si apprezzano in maniera inferiore rispetto all'anno prima (tab. 10.3).

A differenza della crescita dei prezzi, +1,4% del totale dei consumi delle famiglie, per il complesso degli *Alimentari e delle bevande non alcoliche* si

Tab. 10.2 - Spesa delle famiglie per alimentari e bevande in Italia nel 2010-2021: valori concatenati - anno di riferimento 2015

	Spesa totale in milioni di euro					Var%	
	2010	2018	2019	2020	2021	21/20	21/10
Consumi delle famiglie	1.052.878	1.054.590	1.058.217	938.724	984.426	4,9%	-6,5%
A - Alimentari e bevande non alcoliche	153.155	148.521	149.297	150.730	150.860	0,1%	-1,5%
A1 - Alimentari	141.365	136.272	136.885	138.065	138.085	0,0%	-2,3%
di cui:							
Pane e cereali	25.587	25.860	25.995	26.537	26.561	0,1%	3,8%
Carne	34.624	32.971	33.074	33.231	33.098	-0,4%	-4,4%
Pesce e frutti di mare	12.202	10.992	11.099	10.409	10.364	-0,4%	-15,1%
Latte, formaggi e uova	20.329	19.499	19.678	20.496	20.526	0,1%	1,0%
Oli e grassi	5.376	5.148	5.313	5.474	5.388	-1,6%	0,2%
Frutta	13.361	12.252	12.541	12.171	12.266	0,8%	-8,2%
Vegetali incluse le patate	20.461	19.735	19.219	19.682	19.651	-0,2%	-4,0%
Zucchero, marmellata, miele, sciroppi, cioccolato e pasticceria	6.664	6.902	6.984	7.030	7.114	1,2%	6,7%
Generi alimentari n.a.c.	2.851	2.910	2.954	3.070	3.150	2,6%	10,5%
A2 - Bevande non alcoliche	11.792	12.252	12.418	12.676	12.791	0,9%	8,5%
di cui:							
Caffè, tè e cacao	4.474	4.622	4.730	4.841	4.959	2,4%	10,8%
Acque minerali, bevande gassate e succhi	7.333	7.629	7.688	7.835	7.833	0,0%	6,8%
B - Bevande alcoliche e tabacco	44.755	42.850	42.961	40.672	42.246	3,9%	-5,6%
di cui:							
Bevande alcoliche	9.966	9.681	9.727	9.988	10.055	0,7%	0,9%
C - Servizi di ristorazione	76.676	80.769	81.489	51.213	59.793	16,8%	-22,0%

Fonte: Istat, Conti Economici Nazionali.

assiste ad un calo dello 0,8%, -1% per i soli Alimentari. In particolare, ad esclusione dell'aggregato *Oli e grassi* che riporta un +3,7%, tutte le altre voci presentano un andamento negativo; evidenziano le perdite percentuali più rilevanti, la *Frutta*, -6,6%, a fronte del +6% del 2020, mentre le altre categorie evidenziano cambiamenti inferiori ad un punto percentuale. Questo, nonostante sul mercato interno e ancor più su quello internazionale si stiano profilando forti aumenti delle materie prime agricole e degli energetici. A titolo di esempio, la voce *Oli e grassi* evidenzia un forte apprezzamento nei prezzi, questo fa sì che nonostante il calo delle quantità, di 1,6 punti percentuali, risulti un incremento della spesa dello 0,4%. Oppure, nel caso dei *Servizi per la ristorazione* a fronte di una crescita della spesa del 19% emerge un aumento

Tab. 10.3 - Variazione dei prezzi delle spese delle famiglie per alimentari e bevande in Italia nel 2017-2021

	2017	2018	2019	2020	2021(*)	differenza 21/20	differenza 21/11
Consumi delle famiglie	1,1%	1,0%	0,5%	0,1%	1,5%	1,4	-1,4
A - Alimentari e bevande non alcoliche	2,0%	1,1%	0,7%	1,5%	0,6%	-0,8	-1,9
A1 - Alimentari	2,2%	1,1%	0,8%	1,6%	0,7%	-1,0	-1,8
di cui:							
Pane e cereali	0,4%	1,1%	0,4%	0,8%	0,7%	-0,1	-1,2
Carne	0,9%	1,4%	0,9%	2,2%	1,0%	-1,2	-1,1
Pesce e frutti di mare	2,4%	2,4%	0,8%	1,9%	1,6%	-0,3	-2,2
Latte, formaggi e uova	1,5%	1,2%	0,5%	0,8%	0,1%	-0,7	-3,9
Oli e grassi	2,5%	1,6%	-1,8%	-1,7%	2,0%	3,7	2,0
Frutta	5,1%	3,7%	-1,7%	6,4%	-0,2%	-6,6	-2,5
Vegetali	6,2%	-1,5%	4,5%	0,9%	0,8%	-0,1	-1,5
Zucchero, confetture, miele, cioccolato e pasticceria	0,5%	0,0%	0,0%	0,2%	-0,4%	-0,6	-3,3
Generi alimentari n.a.c.	0,3%	0,9%	-0,1%	0,3%	-0,2%	-0,5	-1,1
A2 - Bevande non alcoliche	0,1%	1,2%	-0,2%	-0,1%	0,3%	0,4	-3,3
di cui:						0,0	0,0
Caffè, tè e cacao	0,9%	0,8%	-0,6%	-1,0%	-1,0%	0,0	-9,8
Acque minerali, bevande gassate e succhi	-0,3%	1,4%	0,1%	0,5%	1,1%	0,6	0,2
B - Bevande alcoliche e tabacco	1,2%	1,5%	1,5%	2,7%	-0,6%	-3,4	-2,2
di cui:							
Bevande alcoliche	0,0%	3,8%	0,2%	-0,3%	0,4%	0,8	-1,2
C - Servizi di ristorazione	1,1%	1,2%	1,4%	1,0%	1,9%	0,9	-0,3

(*) Dati provvisori

Fonte: Istat, Conti Economici Nazionali.

meno consistente delle quantità a causa dell'apprezzamento dei prezzi dell'1,9%.

Secondo l'indagine Istat sulla spesa per consumi delle famiglie nel 2021¹, la spesa media mensile in valori correnti complessiva risulta pari a 2.437 euro, segnando una crescita rispetto al 2020 (+4,7%), aumento che non permette di raggiungere l'importo del 2014, ancora superiore di 2,1 punti percentuali (tab. 10.4). La spesa mensile per alimentari e bevande, pari in media a 584 euro, si

1. Indagine basata su un campione annuale di circa 20.000 famiglie, che mensilmente vengono estratte casualmente dalle Liste Anagrafiche Comunali, intervistate e monitorate sulle spese giornaliere effettuate. Obiettivo dello studio è rilevare l'andamento delle spese per alimentari e beni e servizi di largo consumo, il consumo di beni autoprodotti, e i comportamenti di consumo in base a caratteristiche sociali, economiche e geografiche delle famiglie residenti.

Tab. 10.4 - Spesa media mensile delle famiglie per alimentari, bevande e servizi di ristorazione in Italia nel 2014-2021 (Euro)

	2014	2018	2019	2020	2021	Var. % 21/20	Var. % 21/14
Spesa media mensile	2488,5	2571,2	2559,9	2328,2	2437,4	4,7	-9,0
Totale non Alimentari	1932,2	1971,6	1958,8	1768,1	1853,6	4,8	-9,7
Totale Alimentari e bevande	556,3	599,7	601,1	560,1	583,8	4,2	-6,8
01: prodotti alimentari e bevande analcoliche	436,1	461,7	464,3	467,6	469,9	0,5	0,7
011: prodotti alimentari	404,3	424,3	426,8	431,2	432,6	0,3	1,0
0111: pane e cereali	73,4	75,7	76,5	76,1	76,7	0,8	-0,5
0112: carni	97,2	97,5	98,3	101,7	100,1	-1,5	3,4
0113: pesci e prodotti ittici	35,4	40,7	41,2	41,1	43,1	4,8	-0,3
0114: latte, formaggi e uova	58,8	58,5	59,1	62,1	60,4	-2,8	5,1
01141: latte fresco intero	6,3	5,6	5,5	5,6	5,1	-9,1	1,8
01142: latte fresco parzialmente scremato	6,8	5,8	5,6	6,0	5,7	-5,1	7,1
01143: latte conservato	0,9	1,1	1,0	0,9	1,0	14,3	-6,2
01144: yogurt	7,1	7,0	7,0	7,3	7,3	0,0	3,7
01145: formaggi e latticini	28,9	29,4	30,2	32,4	31,1	-3,9	7,3
01146: altri prodotti lattiero-caseari	3,1	3,8	3,9	3,5	4,0	12,5	-9,0
01147: uova	5,7	5,9	6,0	6,5	6,2	-3,6	7,5
0115: oli e grassi	13,8	16,6	15,9	14,8	14,4	-2,5	-7,0
01151: burro	2,4	2,5	2,5	2,5	2,3	-7,9	2,4
0116: frutta	38,7	43,3	42,2	42,7	42,7	0,0	1,2
0117: vegetali	58,7	62,2	63,5	63,9	64,8	1,5	0,6
0118: zucchero, confetture, miele, cioccolato e dolciumi	18,3	19,2	19,2	17,9	18,5	3,1	-6,4
0119: prodotti alimentari n.a.c.	10,1	10,6	11,0	11,0	11,9	8,0	-0,2
012: bevande analcoliche	31,7	37,4	37,5	36,4	37,3	2,7	-3,0
0121: caffè, tè e cacao	12,1	14,6	14,8	14,1	15,0	6,5	-5,1
0122: acque minerali, bevande analcoliche, succhi di frutta e verdura	19,7	22,8	22,7	22,3	22,4	0,4	-1,6
021: bevande alcoliche	20,5	22,9	22,2	22,8	24,0	5,5	2,3
0211: alcolici	2,4	2,6	2,5	2,6	2,9	12,6	4,8
0212: vini	12,7	14,1	13,5	14,0	14,4	2,9	3,7
0213: birra	5,4	6,2	6,2	6,1	6,7	8,6	-1,6
111: servizi di ristorazione	99,7	115,1	114,6	69,8	89,9	28,7	-39,1
1111: ristoranti, bar e simili	95,0	110,1	109,8	66,5	86,8	30,5	-39,4
11111: ristoranti, bar e locali da ballo	69,2	80,6	81,1	46,0	60,0	30,4	-43,3
11112: fast food e servizi di ristorazione take away	25,8	29,5	28,7	20,5	26,8	30,6	-28,6
1112: mense	4,7	5,0	4,8	3,3	3,1	-6,0	-30,8

Fonte: Istat, Report Spese per Consumi delle Famiglie.

apprezza del 4,2% rispetto al 2020 e del 4,9% rispetto al 2014.

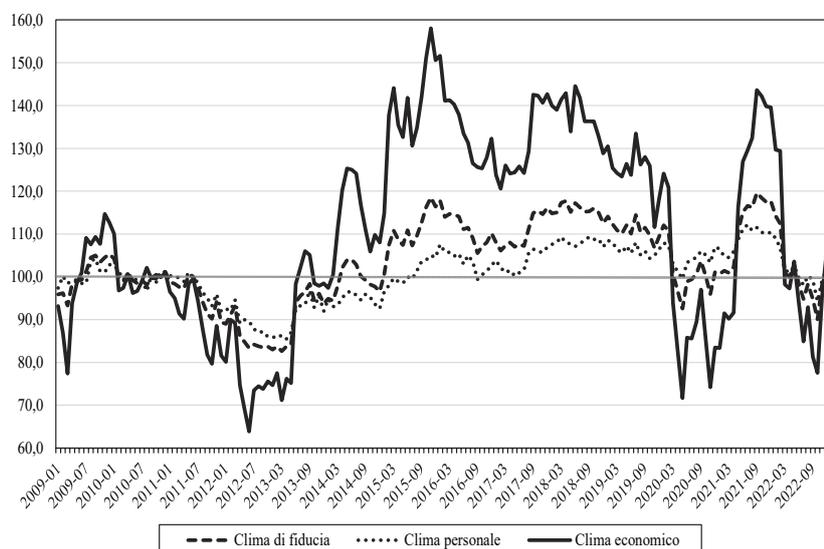
Scendendo nel dettaglio delle voci di spesa, la categoria prodotti alimentari e bevande non alcoliche risulta in aumento dello 0,5%, circa 2 euro in più rispetto al 2020, mentre la sua incidenza sul totale della spesa mensile cala al 19,3%, dopo aver raggiunto nel 2020 la percentuale più alta degli anni considerati. Si apprezzano anche le bevande alcoliche, +5,5, che confermano la crescita dopo il calo del 2019. Infine, la terza voce che abbiamo incluso nelle spese delle famiglie per l'alimentazione sono i Servizi di ristorazione, tornati a crescere per quasi il 30%. Una percentuale che non gli consente ancora di riprendersi dopo la forte penalizzazione avutasi durante la pandemia, che percentualmente vale un -39,1%; i ristoranti e i bar risultano essere le attività più penalizzate, con una perdita di oltre il 43%, mentre i fast food e le mense limitano attorno al 30% la riduzione. Nel dettaglio i dati del 2021 evidenziano tuttavia nel caso delle mense una evoluzione ancora negativa, -6%.

Scendendo nel dettaglio dei prodotti caseari, si osserva che la spesa media mensile destinata a *Latte, formaggi e uova*, tornata ad aumentare a partire dal 2017, nel 2021 mostra un leggero arretramento, -2,8%, a fronte del +5,1% dello scorso anno. Complessivamente rispetto al totale delle spese delle famiglie i lattiero-caseari pesano per il 2,5%. Tra le singole voci cresce solo la spesa per il latte conservato, pur restando marginale. Un aumento che non compensa le perdite delle varie tipologie di latte fresco considerate nell'indagine; complessivamente le spese mensili delle famiglie per il latte liquido ammontano a meno di 12 euro. Si osserva un arretramento dell'importo dedicato ai *formaggi e latticini*, -3,9%, mentre risulta in aumento la categoria *altri prodotti lattiero-caseari*, +12,5% ed invariata quella per gli *yogurt*.

Il clima di fiducia dei consumatori, secondo il dato medio dell'Indicatore ISAE, nel 2021 sale di circa dieci punti, a fronte del -9,3% dell'anno precedente. Scendendo nel dettaglio delle sue componenti, sempre riferito al 2021, emerge in particolare un aumento legato al ribaltamento della visione, da parte del consumatore, sul clima economico, che si apprezza di quasi 30 punti, contro i -32,1 punti dell'anno prima. Il clima personale torna anch'esso positivo, ma con una crescita media annuale inferiore al 4% (fig. 10.2).

L'andamento degli indicatori segue abbastanza fedelmente le diverse ondate legate alla pandemia e l'aggravarsi della situazione che ha condotto alle diverse tipologie di restrizioni e al lockdown. Infatti, ad un precipitare della situazione pandemica e degli indicatori nei primi mesi del 2020, ha fatto seguito una ripresa nella parte centrale e poi un ritorno ad una aspettativa negativa a fine anno. L'indicatore economico nelle fasi più forti è crollato di quasi 50 punti rispetto al dato dell'anno prima. Va sottolineato che la capacità di

Fig. 10.2 - Indicatore ISAE sul clima di fiducia del consumatore, gennaio 2009 - dicembre 2022 (2010=100)



Fonte: Istat, Fiducia dei Consumatori.

ripresa del clima di fiducia da parte del consumatore è stato comunque molto forte, indicando delle risposte per lo più congiunturali velocemente riassorbite.

Nei primi mesi del 2021, sia il clima di fiducia che quello personale hanno ricominciato a salire in modo regolare, sintomo del superamento della fase emergenziale. Al contrario l'indicatore economico evidenzia una fase di ripartenza molto lenta, una accelerazione con l'arrivo della primavera e dati finali che sono oramai non molto distanti rispetto a quelli del 2019, un anno in cui comunque il consumatore aveva percepito e subito diversi elementi di criticità rispetto alla fine del 2017 e ad un 2018 che sembrava destinato ad accompagnarci fuori dalla crisi economica degli anni precedenti. Scendendo nel dettaglio, l'indicatore sul Clima economico valeva 83,4 punti a gennaio del 2021 ed è arrivato a 139,6 punti alla fine dell'anno. Nel 2021 si assiste dunque ad un progressivo allentarsi delle tensioni e ad una crescente visione ottimistica sul futuro, che terminerà bruscamente con l'inizio dell'invasione dell'Ucraina. Sempre a termine di confronto, l'indice sul Clima economico torna sotto i 100 punti base a marzo del 2022.

10.2. I consumi apparenti di latte e derivati

Nel 2021 tornano a diminuire, seppur leggermente, i consumi apparenti² pro capite di latte alimentare, mentre i consumi totali accentuano la flessione (tab. 10.5). Un dato che purtroppo non riesce a confermare l'aumento del 2018 che aveva arrestato la perdita avvenuta per 5 anni di fila. La produzione stimata è di circa 2,5 milioni di tonnellate, in crescita tendenziale dell'1,6%. Tuttavia, la diminuzione delle importazioni dell'19,8% e la contemporanea crescita delle esportazioni, comporta un'ulteriore discesa delle disponibilità di latte alimentare sul mercato interno, -0,9%. Il tasso di autoapprovvigionamento di conseguenza evidenzia comunque un leggero apprezzamento, che lo porta vicino alla soglia del 92%.

La produzione complessiva di formaggi, in crescita per l'ottavo anno consecutivo, si attesta nel 2021, attorno a 1,37 milioni di tonnellate, segnando una crescita su base annua di 2,2 punti percentuali (tab. 10.6). I consumi interni complessivi risultano in calo, -0,9%, al pari di quelli pro capite (-0,4%); una conferma rispetto al dato del 2020 ed una evoluzione ben diversa rispetto alla crescita del 2018, rispettivamente del 4,3% e del 4,4% che ci riporta sui volumi registrati nel 2014, anche a causa del calo della popolazione di riferimento. Ne beneficia il tasso di autoapprovvigionamento, che oltrepassa la soglia del 100%; aumenta su base annua di 3,1 punti e di quasi 15 punti rispetto al 2012. Il rallentamento evidenziato sul mercato interno viene compensato

Tab. 10.5 - Bilancio di approvvigionamento del latte alimentare in Italia

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 ^a	Var % 20/19	Var % 21/20
Produzione (.000 t)	2.563	2.548	2.511	2.428	2.459	2.470	2.479	2.449	2.488	-1,2	1,6
Import (.000 t)	564	490	461	425	385	359	319	322	258	1,1	-19,8
Disponibilità (.000 t)	3.127	3.038	2.972	2.853	2.844	2.829	2.798	2.771	2.747	-1,0	-0,9
Export (.000 t)	8	10	24	53	71	51	40	34	36	-16,4	6,8
Consumi (.000 t)	3.120	3.029	2.948	2.800	2.773	2.777	2.757	2.737	2.710	-0,7	-1,0
Consumi pro capite (kg)	51,8	49,8	48,5	46,2	45,8	45,9	45,9	46,1	45,9	0,3	-0,4
Tasso autoapprovvigionamento (%)	82,2%	84,1%	85,2%	86,7%	88,7%	88,9%	89,9%	89,5%	91,8%	-0,5 ^b	2,3 ^b

a Dati provvisori

b Differenza relativa su anno precedente

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Istat.

2. I consumi apparenti in quantità per un determinato prodotto sono dati da produzione più importazione, meno esportazioni, più variazione delle scorte. Si tratta di un dato grezzo, comprensivo sia della componente domestica che extradomestica dei consumi, oltre che di reimpieghi e scarti di lavorazione.

Tab. 10.6 - Bilancio di approvvigionamento dei formaggi in Italia

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 ^a	Var % 20/19	Var % 21/20
Produzione (.000 t)	1.158	1.176	1.207	1.232	1.261	1.308	1.327	1.345	1.374	1,3	2,2
Import (.000 t)	503	508	511	518	510	530	533	494	516	-7,4	4,6
Disponibilità (.000 t)	1.661	1.684	1.717	1.750	1.771	1.838	1.860	1.838	1.891	-1,2	2,8
Export (.000 t)	321	329	358	389	415	424	456	471	536	3,3	13,8
Consumi ^c (.000 t)	1.340	1.355	1.360	1.362	1.356	1.415	1.405	1.368	1.355	-2,6	-0,9
Consumi pro capite (kg)	22,3	22,3	22,4	22,5	22,4	23,4	23,4	23,0	22,9	-1,6	-0,4
Tasso autoapprovvigionamento	86,4%	86,8%	88,7%	90,5%	93,0%	92,5%	94,5%	98,3%	101,4%	4,1 ^b	3,1 ^b

a Dati provvisori

b Differenza relativa su anno precedente

c Al lordo delle giacenze di magazzino per i formaggi a lunga stagionatura.

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Istat.

ampiamente tramite l'export, che fa registrare un volume di 536 mila tonnellate, crescendo di 13,8 punti percentuali corrispondenti a 64.788 tonnellate in più, rispetto al 2020, dirette verso il mercato estero.

Il bilancio dello yogurt mostra, per il 2021, una produzione in leggera crescita a 280 mila tonnellate con una variazione tendenziale sul 2020 di +0,6% (tab. 10.7). Anche le importazioni aumentano, +3,2%, attestandosi a 269 mila tonnellate. Il tasso di autoapprovvigionamento dello yogurt, di poco superiore al 50%, flette di qualche decimo, restando su percentuali vicine a quelle del 2018. Percentuali lontane da quelle dell'inizio del decennio e che evidenziano le difficoltà delle imprese nazionali nel riuscire a stimolare ulteriormente le richieste del consumatore. Più in generale, sembrerebbe che le nostre aziende non riescano, nonostante i diversi accorpamenti dell'inizio del secolo, a trovare la via, la forza per soddisfare, legare la domanda interna al proprio prodotto. Il tasso di autoapprovvigionamento risulta fra i peggiori dal 2003 ed in calo di oltre 17 punti. La crescita delle importazioni contribuisce a miglio-

Tab. 10.7 - Bilancio di approvvigionamento dello yogurt (e latte fermentato) in Italia

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 ^a	Var% 20/19	Var% 21/20
Produzione (.000 t)	318	315	323	316	325	276	253	279	280	10,3	0,6
Import (.000 t)	208	213	240	249	254	260	247	260	269	5,3	3,2
Disponibilità (.000 t)	526	529	564	565	579	536	500	539	549	7,8	1,8
Export (.000 t)	5	6	6	8	7	7	8	9	9	10,3	7,1
Consumi (.000 t)	520	522	557	558	572	529	492	530	540	7,8	1,7
Consumi pro capite (kg)	8,6	8,6	9,2	9,2	9,4	8,7	8,2	8,9	9,1	8,9	2,3
Tasso autoapprovvigionamento (%)	61,1%	60,3%	58,0%	56,7%	56,8%	52,2%	51,4%	52,6%	52,0%	2,3 ^b	-1,1 ^b

a Dati provvisori

b Differenza relativa su anno precedente

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Istat.

rare la disponibilità interna, che attesta un +1,8%. Positivo l'andamento delle esportazioni cresciute ancora decisamente, +7,1%, ma che implicano ancora solamente meno di 10 mila tonnellate di prodotto. Pertanto, sia i consumi apparenti complessivi che quelli pro capite fanno registrare un apprezzamento simile, pari rispettivamente all'1,7% e al 2,3%, comunque decisamente inferiore a quelli del 2020. Un dato comunque positivo, che come emerso in precedenza, attesta una spesa mensile delle famiglie alla voce yogurt rimasta invariata.

Si stima per il 2021 una produzione di burro pari a 93 mila tonnellate, in aumento su base tendenziale dello 0,8% (tab. 10.8). Anche le importazioni si apprezzano, +16,1%, andando ad incidere sulle disponibilità sul mercato interno che vengono ridotte dalla crescita delle esportazioni del 22,1%. Tornano a crescere, +5,2%, i consumi complessivi e del 5,8% quelli pro capite; il tasso di autoapprovvigionamento scende al 64,4%, circa 3 punti percentuali in meno rispetto all'anno prima, un peggioramento che va letto tenuto conto della crescita delle esportazioni, seppur limitate nel complesso, ma oramai sempre più prossime alle 20 mila tonnellate; a titolo di confronto il dato del 2012 riportava circa 9 mila tonnellate. Dopo il calo dei consumi interni di burro nel 2020, risultato in controtendenza rispetto alla crescita degli ultimi anni, l'andamento torna dunque positivo. L'evoluzione dei consumi di questo prodotto, appare di non facile lettura a causa, per esempio, di campagne di penalizzazione di un grasso di origine animale e della contemporanea capacità delle imprese di far crescere la presenza sugli scaffali con diverse tipologie quali quello senza lattosio, biologico, centrifugato, salato, chiarificato, di montagna, capra, di bufala. Da sottolineare la crescita, non indifferente del prezzo del burro durante tutto il 2021, il che sommato alla crescita quantitativa

Tab. 10.8 - Bilancio di approvvigionamento del burro (e altri grassi del latte) in Italia

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 ^a	Var % 20/19	Var % 21/20
Produzione (.000 t)	98	100	96	94	90	96	94	92	93	-1,9	0,8
Import (.000 t)	57	64	74	65	61	65	69	60	69	-14,1	16,1
Disponibilità (.000 t)	155	165	170	159	152	161	163	152	162	-7,1	6,8
Export (.000 t)	10	6	9	9	8	12	12	15	18	17,4	22,1
Consumi (.000 t)	145	158	160	151	143	150	151	137	144	-9,1	5,2
Consumi pro capite (kg)	2,4	2,6	2,6	2,5	2,4	2,5	2,5	2,3	2,4	-8,1	5,8
Tasso autoapprovvigionamento (%)	67,6%	63,4%	59,8%	62,3%	63,0%	64,4%	62,3%	67,2%	64,4%	7,9 ^b	-4,2 ^b

a Dati provvisori

b Differenza relativa su anno precedente

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Istat.

dei consumi può aver portato ad incidere positivamente sui fatturati delle imprese. Un aumento del prezzo al consumo che potrebbe però rilevarsi problematico, in vista della prevista futura fase inflattiva generale che andrà a comprimere ulteriormente le possibilità di spesa delle famiglie, alle prese con bollette energetiche in netto aumento e a fronte di redditi solo in lieve crescita.

11. GLI ACQUISTI DOMESTICI*

Le restrizioni governative legate alla pandemia di Covid-19, che avevano caratterizzato gran parte del 2020 e del 2021, avevano determinato uno stravolgimento delle abitudini di acquisto. Le forti limitazioni agli spostamenti sul territorio e la parziale chiusura dei punti di ristoro ridussero le opportunità di consumo di pasti fuori casa e di conseguenza erano considerevolmente aumentati gli acquisti di lattiero-caseari presso la GDO, in particolare per i prodotti a lunga conservazione e per gli ingredienti base nella preparazione di dolci e di altri alimenti di produzione domestica. Inoltre, le vendite presso gli ipermercati furono penalizzate, poiché sono generalmente localizzati fuori dai centri cittadini. Il 2022 vede un parziale ritorno delle abitudini d'acquisto pre-pandemia, con una forte contrazione delle vendite degli ingredienti base e una ripresa degli acquisti presso gli ipermercati. A questo fatto si aggiunge anche un forte aumento dei prezzi, con un conseguente calo dei volumi venduti che ha colpito le categorie di prodotto più costose, ma che ne ha avvantaggiate altre, quali ad esempio i formaggi industriali.

L'analisi degli acquisti domestici di latte e derivati è basata su dati di fonte Ismea-Nielsen Consumer Panel Service¹ e, per i prodotti biologici, Nielsen Market Track². Per ogni tipologia di prodotto sono presentati i dati degli acquisti in quantità organizzati in quote percentuali sul totale Italia. I dati sono anche segmentati rispetto alla distribuzione geografica e al canale di acquisto

* Si ringrazia Ismea che ha messo a disposizione i dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service consentendo la realizzazione di questo capitolo.

1. Monitoraggio effettuato su un panel di circa 9.000 famiglie che, stratificate secondo l'area geografica e i canali d'acquisto, sono rappresentative dell'intero universo delle famiglie italiane.

2. Rilevazione diretta effettuata da Nielsen presso 9.000 punti vendita, stratificati secondo l'area geografica, la tipologia (ipermercati, supermercati, libero servizio e discount), la dimensione e l'insegna/gruppo.

secondo la classificazione Nielsen³. A questi si aggiungono i valori medi unitari e, solo per alcune merceologie, gli acquisti annui per famiglia in quantità e valore, l'indice di penetrazione nelle famiglie italiane, l'intervallo di acquisto e la percentuale di famiglie che hanno acquistato il prodotto in promozione.

I prodotti lattiero-caseari sono suddivisi in cinque macrocategorie, latte alimentare, yogurt, burro, panna, e formaggi e latticini, ognuna delle quali viene poi disaggregata in più segmenti merceologici. Nel presente capitolo si prende in esame anche la macrocategoria dei gelati, anche se non rientrano nel comparto dei prodotti-lattiero caseari.

11.1. Il quadro generale

Nel 2022 la spesa delle famiglie italiane per latte e derivati presenta un aumento consistente su base annua: +8,7%, per un valore pari a 13,5 miliardi di euro (tab. 11.1). Questo risultato, a differenza del periodo della pandemia Covid-19, è dovuto esclusivamente all'aumento dei valori unitari, 12,6%, poiché i volumi si sono contratti del 2,5%.

La spesa media annua a famiglia per i lattiero-caseari cresce di ben 43 euro, passando da 486,1 a 529,1 euro, di cui 25,1 euro solo per formaggi e latticini, (tab. 11.2).

Scendendo nel dettaglio dei vari prodotti, per il latte *UHT* il trend negativo della spesa si interrompe, mostrando una crescita del 14,3% in valore, a fronte di una riduzione del 2,9% in quantità; situazione analoga per il *fresco*.

Probabilmente a causa del caro-vita, si arresta la crescita dei più costosi latticini arricchiti e aromatizzati, che si attesta a 7,2 litri per famiglia.

La penetrazione arretra leggermente per il comparto latte, -0,2 punti percentuali, con l'*UHT* che passa dall'89,3% delle famiglie acquirenti sul totale Italia del 2021 all'89,0% del 2022 (tab. 11.3). Cala anche l'indice di penetrazione del *fresco*, -0,2 punti percentuali dopo un calo di 2 punti nell'anno precedente.

Nel 2022 si osserva un calo della frequenza di acquisto per tutte le tipologie di latte alimentare ad eccezione del *fresco*. La percentuale delle famiglie che acquistano in promozione, nel 2022, cresce solo per l'*arricchito/aromatizzato*, +1,8 punti percentuali, ad indicare un probabile aumento della pressione promozionale.

Nel 2022 la spesa per l'acquisto di yogurt cresce del 6,4% trainata dalla

3. Per ulteriori informazioni si rimanda al Capitolo 11 del Rapporto 2016.

Tab. 11.1 - Acquisti di latte, derivati e gelati delle famiglie in Italia nel 2020-2022

Prodotto	Valori (in milioni di €)					Variazioni % in			
	Valore					Quantità			
	2020	2021	2022	21/20	22/21	21/20	22/21	21/20	22/21
Latte	2.423	2.328	2.602	-3,9	11,8	-5,9	-2,2	2,1	14,3
- fresco	765,5	738,8	799,7	-3,5	8,2	-4,6	-1,9	1,1	10,4
- UHT	1.390,2	1.309,1	1.496,3	-5,8	14,3	-7,1	-2,9	1,4	17,7
- arricchito/aromatizzato	267,7	280,0	306,4	4,6	9,5	9,3	8,4	-4,3	0,9
Yogurt	1.524,8	1.532,3	1.630,0	0,5	6,4	-2,2	-2,6	2,7	9,2
- normale	1.087,7	1.091,1	1.184,0	0,3	8,5	-2,3	-2,0	2,7	10,8
- probiotico	209,8	209,0	205,0	-0,4	-1,9	-4,5	-3,7	4,3	1,9
- da bere	52,9	54,6	53,6	3,2	-1,7	-0,1	-7,9	3,3	6,8
- bicomparto	170,2	172,3	183,2	1,2	6,3	0,9	-2,5	0,4	9,0
Panna	287,6	257,8	276,5	-10,4	7,3	-9,3	-5,3	-1,2	13,2
- fresca	83,9	72,9	75,0	-13,2	2,9	-12,8	-9,7	-0,4	14,0
- UHT	203,7	184,9	201,5	-9,2	9,0	-8,2	-3,9	-1,2	13,4
Burro	464,4	394,8	453,6	-15,0	14,9	-14,4	-9,3	-0,6	26,7
Formaggi e latticini	7.978,7	7.717,6	8.347,0	-3,3	8,2	-4,2	-2,5	0,9	10,9
- freschi	2.431,0	2.362,5	2.538,3	-2,8	8,3	-4,2	-3,4	1,4	12,1
- a pasta molle	1.346,1	1.282,9	1.343,1	-4,7	4,7	-4,2	-4,7	-0,5	9,8
- a pasta semidura	906,5	866,1	956,2	-4,5	10,4	-4,9	-3,5	0,5	14,4
- a pasta dura	2.438,6	2.374,1	2.571,6	-2,6	8,3	-4,2	-0,2	1,6	8,6
- industriali	856,6	832,0	917,9	-2,9	10,3	-3,4	0,0	0,5	10,3
Totale latte e derivati	12.861,3	12.407,7	13.489,5	-3,5	8,7	-5,2	-2,5	1,8	11,5
Gelati	1.121,0	1.113,7	1.301,7	-0,6	16,9	-3,1	3,8	2,6	12,6

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea- Nielsen Panel Consumer Service.

Tab. 11.2 - Acquisti domestici di latte, derivati e gelati in Italia nel 2020-2022: quantità e valore per famiglia

Prodotto	Acquisti annui in quantità a famiglia (kg o litro)		Acquisti annui in valore a famiglia (euro)		Var. % 22/21 del numero di famiglie acquirenti	
	2020	2021	2020	2021		
Latte alimentare	92,1	86,5	84,8	94,2	105,5	-0,3
- fresco	47,6	47,2	46,5	62,4	67,9	-0,6
- UHT	69,8	66,0	64,4	59,9	65,9	-0,4
Yogurt	6,9	7,2	7,2	26,9	27,0	8,1
- normale	19,8	19,4	18,9	64,6	69,2	0,2
- probiotico	15,4	15,2	14,9	47,4	51,9	0,1
- da bere	5,3	5,1	5,0	19,7	19,7	-0,7
- bicomparto	4,2	4,1	3,5	10,2	9,5	6,3
Panna	3,3	3,3	3,2	16,4	17,2	-0,2
- fresca	3,0	2,7	2,6	14,6	14,5	-2,0
- UHT	1,7	1,7	1,6	9,9	10,8	-7,2
Burro	2,4	2,2	2,2	11,2	11,4	-1,7
Formaggi e latticini	2,5	2,2	2,0	18,3	21,4	-2,0
- freschi	35,8	34,2	33,4	314,5	328,0	-0,1
- a pasta molle	13,6	12,9	12,5	97,8	102,3	0,0
- a pasta semidura	6,2	5,9	5,6	54,4	57,1	-0,2
- a pasta dura	4,8	4,5	4,4	41,7	43,8	-0,2
- industriali	8,2	7,8	7,8	100,4	104,8	0,4
Totale latte e derivati	5,2	5,0	5,0	35,8	38,5	-0,4

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Panel Consumer Service.

Tab. 11.3 - Acquisti domestici di latte, derivati e gelati in Italia nel 2020-2022: indice di penetrazione, intervallo di acquisto e acquirenti in promozione

	% acquirenti su totale Italia (indice penetrazione)				Intervallo d'acquisto (gg)				% acquirenti promozione su totale Italia			
	2020	2021	2022	Diff. 22-21	2020	2021	2022	Diff. 22-21	2020	2021	2022	Diff. 22-21
Latte	96,9	96,8	96,6	-0,2	10,2	10,3	10,2	-0,2	64,6	64,0	61,7	-2,3
- fresco	48,3	46,3	46,1	-0,2	12,4	12,0	12,1	0,1	17,9	16,9	15,2	-1,7
- UHT	91,2	89,3	89,0	-0,3	16,7	17,0	16,6	-0,4	54,2	53,3	49,6	-3,6
- arricchito/aromatizzato	39,0	41,1	44,4	3,4	43,4	41,6	41,2	-0,4	19,5	20,6	22,4	1,8
Yogurt	92,7	92,1	92,3	0,2	15,2	14,8	14,8	0,0	64,5	64,9	62,3	-2,7
- normale	90,1	89,2	89,3	0,1	18,5	17,9	17,8	-0,1	57,2	57,4	55,0	-2,4
- probiotico	41,8	41,0	40,7	-0,3	53,9	55,4	55,3	0,1	22,6	22,5	22,2	-0,3
- da bere	20,3	20,7	22,1	1,3	77,3	76,8	82,5	5,7	8,5	8,9	8,8	0,0
- bicomparto	40,8	41,7	41,6	-0,1	52,6	53,3	52,2	-1,1	24,6	26,1	24,9	-1,1
Panna	77,4	76,0	74,5	-1,5	45,4	48,3	49,2	0,9	26,9	27,6	22,9	-4,7
- fresca	33,4	29,2	27,1	-2,1	84,1	84,0	84,2	0,2	6,5	7,2	5,6	-1,5
- UHT	71,7	70,5	69,3	-1,1	53,2	56,1	57,1	1,0	24,9	25,2	21,2	-4,0
Burro	86,7	84,4	82,8	-1,6	41,8	46,4	47,9	1,5	42,5	39,8	33,0	-6,8
Formaggi e latticini	99,6	99,7	99,6	-0,1	6,5	6,3	6,2	-0,1	84,2	84,9	84,2	-0,6
- freschi	97,7	97,9	98,0	0,0	12,4	12,4	12,4	0,0	68,6	69,7	68,1	-1,6
- a pasta molle	92,0	92,3	92,1	-0,1	19,9	20,5	20,8	0,3	59,7	60,5	57,0	-3,5
- a pasta semidura	85,3	85,6	85,4	-0,1	29,8	30,7	30,4	-0,2	49,5	50,0	47,3	-2,7
- a pasta dura	95,3	95,7	96,1	0,4	18,2	18,4	18,2	-0,3	65,8	66,0	65,5	-0,6
- industriali	93,8	93,7	93,4	-0,3	24,9	25,0	24,2	-0,8	58,3	59,2	57,2	-1,9
Totale latte e derivati	99,9	99,9	99,8	-0,1	4,6	4,4	4,3	-0,1	88,3	89,0	88,2	-0,8

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Panel Consumer Service.

categoria *normale*, +8,5%. L'aumento, complessivamente, è dovuto all'impennata dei prezzi (+9,2%), poiché le quantità comprate diminuiscono. Crolla il consumo di yogurt *da bere*: in termini di quantità si registra una variazione del -7,9%.

A livello di singola famiglia, l'acquisto medio di yogurt cresce in termini di valore, ma non di volume. Aumenta significativamente la percentuale di famiglie acquirenti del comparto *da bere* anche se calano le quantità per nucleo familiare.

La percentuale di famiglie che acquistano yogurt in promozione scende al 62,3%: per la categoria *normale*, 55%, per il *probiotico*, 22,2%, per quello *da bere*, 8,8% e per il *bicomparto*, 24,9%. L'indice di penetrazione aumenta lievemente giungendo al 92,3% trainata dalle categorie *da bere* e *normale*.

A causa del termine dell'epidemia di Covid-19 e alla conseguente eliminazione delle restrizioni, che nel 2020 e 2021 portarono gli italiani a dedicarsi alla preparazione di pasti a casa, i volumi di panna acquistati mostrano una flessione del 5,3% con il comparto *panna fresca* che cede addirittura il 9,7%. Questa categoria mostra anche un marcato aumento del valore unitario pari a 13,2 punti percentuali.

La percentuale di acquirenti che acquistano in promozione la variante *fresca* scende al 5,6% (7,2% nel 2021), mentre passa dal 25,2% al 21,2% per l'*UHT*. Aumenta di 0,9 giorni l'intervallo di acquisto del comparto e le famiglie acquirenti si riducono, su base annua, del 2%. L'indice di penetrazione della variante *fresca* diminuisce di 2,1 punti percentuali, mentre l'*UHT* di 1,1.

Nel 2022 la spesa per il burro mostra un balzo del 14,9%; anche in questo caso la spinta è data dall'aumento dei prezzi: +26,7% la crescita in termini di valori unitari a fronte del -9,3% in volume. L'indice di penetrazione decresce dell'1,6% mentre gli acquirenti in promozione passano dal 39,8% al 33,0%.

Gli acquisti in quantità di formaggi e latticini diminuiscono del 2,5%, ma, a fronte dei forti rincari, in volume fanno registrare una variazione del +8,2%. Le uniche tipologie di formaggi che vedono praticamente invariate le quantità acquistate nonostante l'aumento del prezzo medio sono quelli *a pasta dura* e gli *industriali*. Per i primi si riscontra anche un incremento dell'indice di penetrazione, un aumento delle famiglie acquirenti e una sostanziale tenuta degli acquisti in promozione.

Per quanto riguarda i gelati, la crescita tendenziale registrata nel 2022 è pari al 16,9% in valore e al -2,5% in volume; il valore unitario segna un incremento del 12,6%.

11.2. Gli acquisti domestici per area Nielsen e canale d'acquisto

In questa sezione vengono analizzati gli acquisti di lattiero-caseari ripartiti secondo le quattro aree Nielsen, che per facilitazione verranno chiamate Nord Ovest, Nord Est, Centro (comprensivo della Sardegna) e Sud (comprensivo della Sicilia), e secondo il canale di distribuzione in cui ha avuto luogo l'acquisto.

Nel 2022 il valore della spesa complessiva per lattiero-caseari e gelati nel canale dei discount cresce del 14,7% su base annua, per gli ipermercati del 10,3% e appena del 2,9% per il Libero Servizio (tab. 11.4)⁴. Il format dei tradizionali vede invece un calo del -2,2% in quanto, negli anni del Covid, quando c'erano restrizioni nei movimenti, avevano guadagnato mercato, ma col finire della pandemia è tornato ad essere un formato in sostanziale declino.

Nel 2022 l'area in cui si registra la variazione più alta di acquisti in valore rispetto all'anno precedente è il Nord Est, che segna un +12,5%; segue il Nord Ovest e il Sud, con +9,1%.

Tab. 11.4 - Valore degli acquisti delle famiglie di latte, derivati e gelati in Italia nel 2022 suddivisi per area Nielsen e canale d'acquisto (milioni di euro)

	Macrocategoria						Totale 2022	Var. % 2022/2021 in valore
	Latte	Yogurt	Burro	Panna	Formaggi e latticini	Gelati		
Totale	2.602,4	1.630,0	453,6	276,5	8.347,0	1.301,7	14.611,1	9,5
per area Nielsen								
- Nord Ovest	680,5	475,9	143,2	77,2	2.308,0	371,5	4.056,2	9,1
- Nord Est	498,9	394,2	118,5	75,7	1.709,9	270,9	3.068,1	12,5
- Centro	638,0	370,0	96,5	61,5	1.781,3	302,2	3.249,5	7,8
- Sud	784,9	390,1	95,4	62,2	2.548,4	357,0	4.238,1	9,1
per canale d'acquisto								
- Ipermercati	607,6	432,3	110,0	68,4	1.739,9	290,4	3.248,6	10,3
- Supermercati	1.190,7	750,1	188,5	120,0	3.398,3	586,9	6.234,6	9,2
- Hard Discount	550,7	337,7	122,2	68,0	1.949,7	316,0	3.344,3	14,7
- Libero Servizio	177,6	87,8	25,6	16,4	570,1	87,3	964,8	2,9
- Tradizionali	64,8	17,6	5,5	2,7	466,6	15,9	573,1	-2,2

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea- Nielsen Panel Consumer Service.

4. In questo caso il totale dei soli lattiero-caseari risulta inferiore a quello di tabella 11.1 in quanto non è considerata la voce residuale "Altri derivati del latte" che, in base alla classificazione Nielsen, include il latte per l'infanzia, il latte condensato, la besciamella e la fonduta.

11.2.1. Il latte alimentare

Anche nel 2022 cala il peso in volume dell'*UHT* a favore del *fresco* e dell'*arricchito/aromatizzato*: il primo passa dal 25,7% nel 2020 al 26,2% nel 2022, mentre il secondo dal 3,0% al 3,9% (tab. 11.5).

Per l'*UHT* cresce sensibilmente il peso della tipologia *Alta Digeribilità*, mentre nel caso del *fresco* si rilevano cali nelle quote di tutte le tipologie tranne il normale.

I volumi di latte alimentare acquistato calano in tutta la penisola e in particolare nel Centro e nel Sud (tab. 11.6).

Per tutte le tipologie di canale d'acquisto, nel 2022, si osserva una riduzione, a volte molto marcata, dei volumi venduti, tranne per gli Ipermercati dove salgono di 1,6 punti percentuali. Gli acquisti presso i discount perdono un punto percentuale in volume, ma in valore fanno registrare +20,7%; anche i prezzi medi crescono di oltre il 20%. Per gli altri format gli aumenti sono più contenuti, anche se tutti superano il 10%.

Nei negozi tradizionali la variazione tendenziale in volume è pari al 17,1% con la quota percentuale che passa da 3,1% al 2,2%.

11.2.1.1. Il latte arricchito/aromatizzato

Il latte *arricchito/aromatizzato*, nel 2022, vede i volumi crescere dell'8,4%, a fronte di un rialzo dei prezzi di poco meno di un punto percentuale. Si muovono in controtendenza i prezzi medi nei discount, +6,2%, con un aumento dei volumi venduti del 10,8% su base annua.

Per quanto concerne le aree geografiche i volumi venduti crescono in tutta Italia e in particolar modo al Centro +13,6% e al Nord Ovest +11,4%. L'indice di penetrazione cresce in tutta la penisola.

11.2.1.2. Il latte fresco

Nell'ultimo anno sono aumentati esclusivamente gli acquisti di latte *fresco* presso i discount (+4,1% in volume), portando la quota relativa dal 16,5% al 17,5% del totale.

Tuttavia, questo prodotto viene acquistato principalmente nei supermercati, con una percentuale prossima al 50%, mentre negli ipermercati la quota passa dal 21,0% al 21,8%. La penetrazione su base nazionale scende dal 48,3% al 46,1%.

Il latte *fresco* presenta una certa disparità nel valore unitario in base alle aree: nel Nord Est e nel Nord Ovest è pari a 1,35 €/litro, nel Centro 1,51 €/litro

Tab. 11.5 - Distribuzione percentuale degli acquisti di latte alimentare per tipologia in Italia nel 2020-2022

	Quota % acquisti in volume su totale Italia				Quota % acquisti in valore su totale Italia				Var. % 2022/2021		
	2020	2021	2022		2020	2021	2022		in quantità	in valore	in di prezzo
Latte alimentare	100,0	100,0	100,0		100,0	100,0	100,0		-2,2	11,8	14,3
Latte arricchito/aromatizzato	3,0	3,5	3,9		11,0	12,0	11,8		8,4	9,5	0,9
Latte fresco	25,7	26,1	26,2		31,6	31,7	30,7		-1,9	8,2	10,4
- normale	16,3	16,8	17,1		19,1	19,5	19,2		-0,2	10,4	10,7
- intero	6,5	6,7	6,9		7,6	7,7	7,7		0,1	11,3	11,2
- parzialmente scremato	9,5	9,7	9,9		11,1	11,3	11,0		-0,8	9,3	10,2
- scremato	0,3	0,3	0,4		0,5	0,5	0,6		12,0	22,6	9,5
- fresco Alta Qualità	5,5	5,2	5,0		7,1	6,6	6,1		-5,5	3,8	9,8
- EsL	2,1	2,1	2,0		2,8	2,8	2,6		-6,1	2,9	9,6
- fresco Alta Digeribilità	1,8	2,0	2,0		2,6	2,8	2,8		-2,9	8,9	12,1
Latte UHT	71,2	70,4	69,9		57,4	56,2	57,5		-2,9	14,3	17,7
- normale	57,6	55,9	55,0		42,3	40,6	41,9		-3,9	15,2	19,8
- intero	8,4	7,8	7,9		7,3	6,7	6,9		-0,7	13,9	14,8
- parzialmente scremato	45,4	44,5	43,2		32,2	31,3	32,1		-5,0	14,4	20,5
- scremato	3,8	3,7	3,9		2,7	2,6	2,9		3,4	27,3	23,1
- Alta Digeribilità	13,0	14,0	14,6		14,4	15,1	15,3		1,9	12,9	10,9
- Funzionali	0,6	0,4	0,3		0,7	0,5	0,4		-23,9	-14,6	12,2

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

Tab. 11.6 - Acquisti domestici di latte alimentare per area Nielsen e canale d'acquisto in Italia nel 2020-2022

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Totale latte alimentare	-2,2	11,8	14,3	100,0	100,0	100,0	96,9	96,8	96,6
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-2,1	11,1	13,5	24,5	25,1	25,1	96,5	96,0	95,9
- Nord Est	-1,9	11,6	13,8	19,0	19,4	19,4	97,0	97,1	96,9
- Centro	-2,4	10,0	12,6	24,3	24,0	23,9	96,8	96,7	96,6
- Sud	-2,4	14,1	16,9	32,3	31,5	31,5	97,5	97,3	96,8
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	1,6	12,4	10,6	21,0	21,4	22,3	52,6	51,5	53,2
- Supermercati	-2,4	10,2	12,9	41,3	42,5	42,4	78,7	77,8	77,8
- Hard Discount	-1,0	20,7	21,9	25,9	25,7	26,0	56,9	56,9	58,2
- Libero Servizio	-10,1	3,6	15,2	8,0	7,3	6,7	20,1	17,6	17,2
- Tradizionali	-17,1	-3,7	16,1	3,1	2,6	2,2	18,4	16,3	13,5
A. Latte arricchito/aromatizzato	8,4	9,5	0,9	100,0	100,0	100,0	39,0	41,1	44,4
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	11,4	10,4	-0,9	31,4	30,6	31,5	40,9	43,0	44,8
- Nord Est	2,8	5,2	2,4	23,4	22,7	21,5	41,8	41,2	45,7
- Centro	13,6	9,6	-3,5	21,9	22,8	23,8	38,9	41,2	46,0
- Sud	5,0	12,0	6,7	23,3	23,9	23,2	35,4	39,0	41,9
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	4,7	7,3	2,5	28,7	28,8	27,8	16,1	16,7	18,8
- Supermercati	10,3	8,7	-1,5	39,8	40,3	41,0	23,0	23,9	26,2
- Hard Discount	10,8	17,7	6,2	25,9	26,0	26,5	15,1	16,0	17,9
- Libero Servizio	0,6	3,6	3,0	4,6	4,2	3,9	3,0	3,4	3,0
- Tradizionali	23,7	18,3	-4,4	0,7	0,6	0,7	1,6	1,2	1,4
B. Latte fresco	-1,9	8,2	10,4	100,0	100,0	100,0	48,3	46,3	46,1
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	2,5	12,1	9,4	24,1	24,8	25,9	48,3	45,8	46,8
- Nord Est	-3,2	7,8	11,4	23,0	22,9	22,6	51,2	51,8	50,3
- Centro	-1,6	8,5	10,2	28,2	27,9	28,0	57,5	52,8	53,3
- Sud	-5,8	4,5	10,9	24,6	24,4	23,4	39,0	38,0	36,8
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-0,1	10,1	10,2	21,0	21,4	21,8	21,5	20,4	20,2
- Supermercati	-1,9	8,3	10,3	46,8	48,2	48,3	35,5	33,2	33,0
- Hard Discount	4,1	16,8	12,3	15,9	16,5	17,5	19,6	19,5	20,4
- Libero Servizio	-8,0	1,7	10,6	9,6	8,6	8,0	8,7	7,6	7,0
- Tradizionali	-17,0	-6,9	12,2	5,9	4,7	4,0	9,4	8,0	6,3

Tab. 11.6 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
					100,0	100,0	100,0	10,3	9,8
B.1. Latte fresco Alta Digeribilità									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	26,1	45,7	12,1	13,7	12,8	16,6	7,2	7,5	7,9
- Nord Est	-10,8	4,3	16,9	16,5	14,5	13,3	8,5	8,5	6,7
- Centro	1,4	12,8	11,3	38,6	38,1	39,7	16,6	14,8	16,0
- Sud	-15,1	-6,9	9,6	31,2	34,6	30,3	9,6	8,8	9,3
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	5,6	19,3	13,0	15,8	17,4	18,9	2,9	2,8	2,7
- Supermercati	0,4	12,0	11,6	51,4	49,7	51,4	5,8	5,5	5,7
- Hard Discount	-7,5	6,0	14,6	22,6	20,0	19,0	3,5	3,4	3,7
- Libero Servizio	-22,7	-16,5	8,0	7,8	10,7	8,5	1,1	0,8	1,1
- Tradizionali	-8,6	-1,5	7,7	2,4	2,2	2,1	1,0	0,6	0,6
B.2. Latte fresco Alta Qualità									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-5,5	3,8	9,8	100,0	100,0	100,0	26,0	24,6	23,1
- Nord Est	-2,8	3,6	6,5	25,2	26,7	27,5	24,6	24,1	23,0
- Centro	-3,2	6,9	10,5	19,0	18,2	18,7	27,8	24,4	22,5
- Sud	-8,5	1,9	11,3	29,8	29,9	29,0	31,2	29,7	27,7
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-4,5	4,3	9,2	21,1	19,9	20,1	9,3	8,3	8,2
- Supermercati	-2,3	7,2	9,6	48,1	49,2	50,8	17,7	15,8	15,3
- Hard Discount	-6,1	7,7	14,7	10,9	13,1	13,0	7,0	7,5	6,8
- Libero Servizio	-9,7	-3,8	6,5	10,1	10,3	9,8	3,8	3,2	2,8
- Tradizionali	-23,8	-15,7	10,7	9,3	7,2	5,8	4,1	3,5	2,7
B.3. Latte fresco ESL									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-6,1	2,9	9,6	100,0	100,0	100,0	12,4	11,9	12,4
- Nord Est	6,7	14,2	7,0	23,7	22,5	25,6	11,2	11,0	12,0
- Centro	3,2	11,5	8,1	28,2	28,9	31,7	17,7	17,7	19,7
- Sud	-2,9	7,5	10,7	22,3	21,8	22,6	12,3	11,2	11,7
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-29,4	-18,8	15,0	25,8	26,8	20,1	10,0	9,4	8,2
- Supermercati	-7,4	1,3	9,4	22,0	25,9	25,5	4,0	4,1	4,0
- Hard Discount	-11,1	-1,7	10,7	45,5	48,9	46,3	7,5	7,5	7,6
- Libero Servizio	23,3	34,4	9,0	13,9	10,5	13,7	2,1	2,1	2,2
- Tradizionali	-0,6	18,5	19,2	12,5	8,2	8,7	1,7	1,2	1,3
	-13,6	-3,5	11,6	5,6	6,0	5,5	1,6	1,1	1,0

Tab. 11.6 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
B.4. Latte fresco normale per area Nielsen:	-0,2	10,4	10,7	100,0	100,0	100,0	40,6	39,2	39,8
- Nord Ovest	2,4	12,5	9,9	25,0	25,9	26,6	41,0	39,1	40,7
- Nord Est	-3,6	7,7	11,7	24,5	24,6	23,7	44,7	45,2	44,4
- Centro	0,4	10,0	9,6	27,3	26,9	27,1	48,5	45,7	46,5
- Sud	-0,3	11,2	11,5	23,3	22,6	22,6	31,0	30,2	30,5
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	1,7	12,4	10,5	21,5	21,8	22,2	17,3	16,3	16,5
- Supermercati	-0,8	9,5	10,4	46,0	47,7	47,4	29,1	27,1	27,6
- Hard Discount	6,5	19,6	12,3	17,2	17,8	19,0	15,0	15,2	16,7
- Libero Servizio	-6,0	5,4	12,1	9,3	7,8	7,4	6,7	5,7	5,4
- Tradizionali	-14,5	-3,4	13,1	5,2	4,1	3,5	6,4	5,6	4,4
B.4.1. Latte fresco normale intero per area Nielsen:	0,1	11,3	11,2	100,0	100,0	100,0	27,2	25,9	26,7
- Nord Ovest	5,6	14,6	8,5	26,1	27,3	28,8	28,4	27,9	29,4
- Nord Est	-4,6	7,3	12,5	31,3	31,0	29,5	35,6	34,5	35,1
- Centro	4,7	16,9	11,7	21,8	21,8	22,8	29,9	27,5	28,7
- Sud	-5,2	5,9	11,7	20,8	20,0	18,9	17,9	16,7	16,6
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	0,8	13,4	12,5	22,2	22,1	22,3	10,1	9,6	10,3
- Supermercati	-1,0	9,4	10,5	44,8	47,0	46,5	17,8	16,6	17,0
- Hard Discount	19,8	35,1	12,8	17,4	17,0	20,4	8,5	8,6	9,6
- Libero Servizio	-20,9	-10,7	13,0	10,0	9,1	7,2	3,3	3,1	2,7
- Tradizionali	-13,9	-0,3	15,8	4,7	3,5	3,0	3,0	2,5	2,1
B.4.2. Latte fresco normale parz. scremato per area Nielsen:	-0,8	9,3	10,2	100,0	100,0	100,0	31,1	29,0	29,5
- Nord Ovest	0,2	11,3	11,1	24,7	25,5	25,7	30,4	28,2	28,4
- Nord Est	-2,6	8,2	11,1	20,1	20,4	20,1	31,8	28,9	30,5
- Centro	-2,4	5,8	8,5	31,4	30,7	30,2	39,8	36,9	36,6
- Sud	1,6	12,5	10,7	23,9	23,5	24,0	24,4	23,6	24,3
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	2,3	11,7	9,2	21,1	21,7	22,3	11,8	11,1	10,8
- Supermercati	-1,4	8,6	10,1	46,4	47,4	47,2	21,2	19,3	19,5
- Hard Discount	-1,6	10,1	11,9	17,4	18,9	18,7	10,5	10,7	11,4
- Libero Servizio	6,2	17,9	11,0	8,7	6,9	7,4	4,9	3,7	3,9
- Tradizionali	-14,6	-4,6	11,7	5,5	4,6	3,9	4,6	3,8	3,1

Tab. 11.6 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
					100,0	100,0	100,0	2,7	2,3
B.4.3. Latte fresco normale scremato	12,0	22,6	9,5	100,0	100,0	100,0			
- Nord Ovest	-11,0	-5,8	5,8	9,7	12,8	10,2	1,3	0,9	1,1
- Nord Est	-0,6	4,7	5,3	13,1	15,3	13,6	2,1	2,0	1,7
- Centro	31,6	37,7	4,7	19,3	20,9	24,6	3,9	3,1	2,7
- Sud	13,6	28,4	13,1	57,9	50,9	51,6	3,6	3,2	3,7
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	5,0	13,0	7,6	17,1	18,0	16,9	0,8	0,6	0,6
- Supermercati	15,2	26,9	10,1	60,5	68,2	70,2	1,7	1,5	1,6
- Hard Discount	-41,5	-30,4	18,9	3,1	2,0	1,0	0,3	0,3	0,2
- Libero Servizio	28,0	32,5	3,5	12,4	8,8	10,1	0,4	0,4	0,5
- Tradizionali	-29,4	-20,5	12,5	6,2	2,6	1,6	0,3	0,2	0,2
C. Latte UHT	-2,9	14,3	17,7	100,0	100,0	100,0	91,2	89,3	89,0
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-4,6	10,7	16,1	24,3	25,0	24,5	90,5	88,9	88,1
- Nord Est	-1,6	15,9	17,8	17,3	17,9	18,1	90,0	87,8	88,1
- Centro	-3,5	11,1	15,2	23,0	22,5	22,4	89,1	85,7	85,2
- Sud	-1,8	18,5	20,6	35,4	34,6	35,0	94,3	93,5	93,4
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	2,1	15,1	12,7	20,6	21,0	22,1	44,6	42,5	44,3
- Supermercati	-3,2	11,8	15,5	39,4	40,5	40,3	69,0	67,0	66,6
- Hard Discount	-2,6	22,2	25,4	29,6	29,1	29,2	48,4	47,6	48,8
- Libero Servizio	-11,4	5,0	18,5	7,6	7,0	6,4	16,3	13,5	12,7
- Tradizionali	-17,7	-0,4	21,0	2,2	1,9	1,6	11,9	9,8	8,6
C.1. Latte UHT Alta Digeribilità	1,9	12,9	10,9	100,0	100,0	100,0	38,6	40,1	41,6
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	1,3	10,9	9,5	22,2	22,0	21,8	35,7	35,4	37,4
- Nord Est	8,1	18,4	9,5	15,9	16,4	17,4	34,2	34,3	37,7
- Centro	-6,5	0,9	7,9	26,0	26,3	24,1	40,7	42,9	42,2
- Sud	5,5	20,8	14,4	35,8	35,3	36,6	43,0	46,3	48,0
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	4,4	13,9	9,1	23,3	23,4	24,0	16,4	15,8	16,6
- Supermercati	-2,9	8,0	11,2	40,6	40,6	38,7	25,7	26,0	25,9
- Hard Discount	11,8	28,2	14,7	27,3	27,7	30,4	14,4	15,9	18,4
- Libero Servizio	-19,1	-11,4	9,4	6,1	6,1	4,8	4,7	4,4	3,9
- Tradizionali	-14,5	4,1	21,8	2,4	1,9	1,6	2,9	2,9	2,8

Tab. 11.6 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
C.2. Latte UHT funzionali									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-23,9	-14,6	12,2	100,0	100,0	100,0	4,0	2,8	2,2
- Nord Est	-28,9	-23,9	7,0	31,8	40,3	37,6	4,5	3,4	2,4
- Centro	16,1	36,9	18,0	5,0	6,0	9,2	1,6	1,2	1,5
- Sud	-65,0	-61,4	10,3	8,2	10,6	4,9	2,6	1,8	1,1
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-14,5	-1,8	14,9	55,1	43,1	48,4	6,3	4,0	3,3
- Supermercati	-23,6	-13,8	12,7	20,2	25,1	25,2	1,3	0,9	0,7
- Hard Discount	-7,2	5,5	13,7	55,0	52,8	64,3	2,6	1,8	1,4
- Libero Servizio	26,9	36,6	7,6	5,1	1,7	2,8	0,3	0,1	0,1
- Tradizionali	-71,1	-70,1	3,3	18,4	19,0	7,2	0,4	0,3	0,3
C.3. Latte UHT normale									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-74,5	-57,1	67,9	1,4	1,1	0,4	0,2	0,1	0,1
- Nord Est	-3,9	15,2	19,8	100,0	100,0	100,0	85,8	82,7	83,1
- Centro	-5,6	11,3	17,9	24,7	25,6	25,1	85,4	83,5	83,0
- Sud	-3,8	15,0	19,6	17,8	18,3	18,4	85,6	82,1	82,8
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-2,4	16,0	18,9	22,4	21,7	22,0	83,1	77,4	78,7
- Supermercati	-3,5	17,9	22,2	35,1	34,3	34,5	88,3	86,5	87,0
- Hard Discount	1,6	15,9	14,1	20,0	20,4	21,6	38,9	36,4	38,4
- Libero Servizio	-3,3	13,3	17,2	39,0	40,4	40,6	62,3	59,0	59,6
- Tradizionali	-5,9	20,1	27,7	30,3	29,7	29,0	43,5	42,0	43,3
C.3.1. Latte UHT normale intero									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-8,6	13,7	24,4	7,9	7,1	6,8	14,4	11,4	11,1
- Nord Est	-18,3	-1,7	20,3	2,2	1,9	1,6	10,1	7,9	6,9
- Centro	-0,7	13,9	14,8	100,0	100,0	100,0	43,1	37,8	37,8
- Sud	-1,0	13,6	14,8	30,1	30,6	30,5	47,1	40,4	40,0
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-0,4	12,9	13,4	24,8	26,6	26,7	48,9	49,7	48,8
- Supermercati	-9,6	2,1	13,0	24,1	23,4	21,3	43,3	35,3	34,7
- Hard Discount	10,0	31,0	19,1	21,0	19,4	21,5	35,0	29,3	30,7
- Libero Servizio	0,0	10,0	10,0	20,8	21,1	21,3	13,8	12,4	12,9
- Tradizionali	-3,9	7,1	11,4	35,6	34,1	33,0	24,2	20,8	21,0
	6,6	32,5	24,3	32,9	34,7	37,3	16,9	14,5	14,8
	-15,0	4,2	22,6	7,2	7,0	6,0	4,3	3,3	3,0
	-7,9	6,2	15,3	2,6	2,3	2,1	2,6	2,0	1,9

Tab. 11.6 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
C.3.2. Latte UHT normale parz. scremato	-5,0	14,4	20,5	100,0	100,0	100,0	77,4	73,5	74,8
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-7,7	9,3	18,4	23,7	24,8	24,1	76,8	73,3	74,0
- Nord Est	-5,8	13,9	20,9	16,5	17,1	17,0	73,4	68,3	70,3
- Centro	-0,5	19,6	20,2	22,2	21,5	22,5	74,0	68,7	71,1
- Sud	-5,5	15,4	22,1	37,6	36,6	36,4	83,4	81,1	81,7
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	2,4	17,8	15,1	20,0	20,4	22,0	33,0	30,6	32,6
- Supermercati	-4,1	13,4	18,3	40,2	41,9	42,3	53,9	51,0	51,7
- Hard Discount	-9,6	14,8	27,1	28,6	27,8	26,5	37,3	36,1	37,1
- Libero Servizio	-8,5	14,1	24,8	8,3	7,4	7,1	12,4	9,6	9,4
- Tradizionali	-18,1	-0,6	21,4	2,2	1,9	1,7	8,5	6,3	5,5
C.3.3. Latte UHT normale scremato	3,4	27,3	23,1	100,0	100,0	100,0	21,6	18,8	21,4
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	7,5	27,7	18,8	24,2	24,4	25,4	20,2	17,5	19,7
- Nord Est	10,3	40,3	27,2	17,0	15,5	16,6	22,1	15,7	21,1
- Centro	-9,4	14,3	26,1	21,3	21,0	18,4	22,2	19,2	20,9
- Sud	5,1	29,4	23,1	37,5	39,0	39,6	22,1	21,7	23,7
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-4,6	8,5	13,7	17,6	18,8	17,3	6,0	5,4	6,1
- Supermercati	10,8	27,4	15,0	31,9	34,5	37,0	10,5	9,0	10,8
- Hard Discount	2,1	40,9	38,0	44,8	41,1	40,5	8,3	7,2	8,1
- Libero Servizio	11,3	41,6	27,2	4,2	4,5	4,8	1,8	1,6	1,9
- Tradizionali	-70,2	-64,3	19,9	1,2	1,0	0,3	0,7	0,8	0,5

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea- Nielsen Panel Consumer Service.

e nel Sud 1,52 €/litro. A differenza dell'*UHT*, nelle aree geografiche si riscontra anche un indice di penetrazione piuttosto diverso, il massimo è raggiunto nel Centro con il 53,3% e il minimo nel Sud con il 36,8%, in calo rispetto al 2020.

Il latte *fresco Alta Digeribilità* fa registrare variazioni positive solamente presso gli ipermercati, +5,6% in volume e +19,3% in valore, con la quota che passa dal 17,4% al 18,9%.

Gli acquisti di latte *fresco Alta Qualità*, che calano del 5,5% a livello nazionale, sono in contrazione in tutte le aree, in particolar modo al centro (-8,5%), e in tutti i format di vendita; nel canale tradizionale la riduzione raggiunge addirittura il 23,8%.

La variante *ESL* presenta un quadro differenziato in base alle diverse aree geografiche: nel Nord Ovest e nel Nord Est i volumi acquistati sono in crescita, nel Centro sono in lieve diminuzione, mentre nel Sud si osserva una diminuzione del 29,4%.

Il latte *fresco normale* vede una situazione sostanzialmente stabile rispetto al 2021. Si registra solo un forte aumento dei prezzi, che porta le vendite in valore a crescere del 10,4% su base annua.

I supermercati sono di gran lunga il principale canale di acquisto del latte *fresco normale*, seguiti a distanza da ipermercati e discount. Solamente i format del libero servizio e del tradizionale registrano significativi cali nei volumi venduti. Così come per le aree geografiche, anche per le diverse categorie distributive si osserva un rialzo medio dei prezzi di poco più del 10%.

11.2.1.3. Il latte UHT

Nel 2022 l'*UHT* vede scendere le vendite in quantità del 2,9% e il prezzo medio registra un +17,7%: di conseguenza il valore complessivo sale del 14,3%. A differenza del *fresco*, la penetrazione è più alta nel Sud e i discount hanno una market share più elevata e in crescita: dal 20,1% del 2015 al 29,2% nel 2022.

Gli acquisti di latte *UHT Alta Digeribilità* registrano in quantità un progresso dell'1,9% rispetto al 2021 con il picco maggiore al Nord Est, +8,1%. Complessivamente in termini di valore crescono del 12,9%, dato che i prezzi salgono del 10,9%. Nel Sud c'è una maggiore penetrazione del prodotto che arriva al 48,0%, dove si concentra anche la maggior parte delle vendite. I discount e gli ipermercati vedono aumentare i volumi venduti dell'11,8% e del 4,4% rispettivamente. Le quote di mercato arrivano al 30,4% per i discount, al 6,8% per il libero servizio e all'1,6% per i tradizionali.

Gli acquisti di *UHT funzionale* crollano in quasi tutte le aree, in particolare al Centro, -65,0%, dove si passa da una quota dell'8,2% del 2020 al 4,9% del 2022. Tra i formati distributivi le vendite crescono nei discount, +26,9% in un anno, con la quota di mercato che passa dall'1,7% al 2,8%, e nei tradizionali.

L'*UHT normale* è più diffuso nel Sud, dove ancora c'è l'indice di penetrazione più alto, pari all'87% (85,5% nel 2019) a fronte della media nazionale dell'83,1%. Le quantità vendute sono calate del 3,9%, in particolar modo al Nord Ovest, -5,6%. Per l'*UHT*, si riduce la quota in volume dei discount, che scende al 29%, mentre crescono quelle di supermercati e ipermercati.

Nel 2022, nel caso della tipologia *intero*, la quota del libero servizio passa dal 7,0% al 6,0%, mentre nei discount aumenta dal 34,7% al 37,3%.

Il *parzialmente scremato* ottiene la più alta penetrazione nelle famiglie italiane con l'indice di penetrazione che passa dal 73,5% del 2021 al 74,8% del 2022; a livello geografico è più acquistato al Sud, con una quota del 36,4%.

Anche lo *scremato* è un po' più diffuso in quest'area, dove si concentra il 39,6% degli acquisti nazionali in volume; inoltre, è l'unica tipologia dove si registra un aumento dei volumi di vendita, ma anche quella dove il prezzo medio cresce di più in percentuale (+23,1%).

11.2.2. Lo yogurt

Il peso percentuale degli acquisti in quantità di yogurt *normale* passa dal 75,8% nel 2020 al 76,1% del 2022; la categoria trascina gli aumenti in valore con un rialzo su base tendenziale nel 2022 pari a 1,3 punti percentuali (tab. 11.7). La categoria *probiotico* perde quota nel triennio e passa dal 12,1% nel 2020 all'11,6% del 2022. Tra il 2021 e il 2022 la categoria *bicomparto* resta stabile al 7,6% degli acquisti di yogurt in volume e l'11,2% in valore.

La ripartizione degli acquisti tra le quattro aree Nielsen, dopo un leggero calo registrato nel 2021, nel 2022 cresce per il Nord Ovest di 0,4 punti percentuali rispetto all'anno precedente e cala di 0,9 punti al centro (tab. 11.8).

La penetrazione nelle famiglie è maggiore al Nord Est (95,1%), mentre nel Sud c'è la più bassa (88,2%). Tra il 2020 e il 2022 sale la quota di mercato degli ipermercati dal 23,8% al 24,8%, mentre nel 2022 si riscontra un calo di 0,3 punti percentuali per i discount rispetto all'anno precedente. Questo è il canale dove nel 2022 si ha il maggior aumento dei prezzi su base tendenziale, +15,3%, seguono i supermercati con un +8,3%.

I punti vendita tradizionali presentano una tendenza decrescente degli acquisti in volume di yogurt al livello nazionale (dall'1,6% del 2020 all'1% del 2022). Il calo più importante in volume si rileva per la categoria *da bere*,

Tab. 11.7 - Distribuzione percentuale degli acquisti per categoria di yogurt nel 2020-2022

	Quota % acquisti in volume su totale Italia			Quota % acquisti in valore su totale Italia		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Yogurt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
- da bere	4,7	4,8	4,5	3,5	3,6	3,3
- bicomparto	7,3	7,6	7,6	11,2	11,2	11,2
- normale	75,8	75,7	76,1	71,3	71,2	72,6
- probiotico	12,1	11,8	11,6	13,8	13,6	12,6

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea- Nielsen Panel Consumer Service.

-7,9% a fronte del -2,6% generale, segue la categoria *probiotico* con -3,7%. Per quanto riguarda le vendite in valore tra il 2022 e il 2021, l'aumento più consistente si ha al Nord Ovest per lo yogurt *bicomparto*, +17,4% a fronte di un aumento al livello nazionale del 6,3%; i canali dove le variazioni in valore sono più elevate sono il libero servizio (+37,7%) e i discount (+31,6%). La percentuale di penetrazione nelle famiglie passa dal 40,8% del 2020 al 41,6% del 2022, con il Nord Est che fa registrare il valore più elevato nell'ultimo anno, 47,1%.

Gli acquisti della tipologia *probiotico*, dopo la discesa degli ultimi anni, sono ancora in contrazione; nel 2022 la variazione è pari al -3,7% in termini di quantità, mentre la spesa complessiva arretra dell'1,9%. Crescono gli acquisti al Nord Est e al Sud: 6,8 e 0,9 punti percentuali in volume, 8,7 e 4,7 punti percentuali in valore rispettivamente. Anche per questa tipologia di yogurt, nel 2022, si registra il più elevato aumento dei prezzi presso il canale discount, +7,3%. La tipologia normale è quella per la quale aumenta maggiormente la variazione tendenziale dei prezzi, +10,8%, a fronte di un calo degli acquisti in volume di 2 punti percentuali.

Nel complesso, per tutta la categoria si rilevano cali degli acquisti in volume rispetto al 2021 ma la tipologia che fa registrare il calo più importante negli acquisti nel 2022 è quella *da bere*, -7,9% in valore con i risultati negativi più importanti per supermercati (-11,7%) e discount (-10,3%). Con molto distacco, segue il segmento del *probiotico* per il quale il calo rilevato è pari a -3,7%.

11.2.3. La panna

Gli acquisti di panna, che nel 2020 erano cresciuti del 14,5% in volume,

Tab. 11.8 - Acquisti domestici di yogurt per area Nielsen e canale d'acquisto in Italia nel 2020-2022

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Yogurt	-2,6	6,4	9,2	100,0	100,0	100,0	92,7	92,1	92,3
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-1,3	6,5	7,9	29,4	29,3	29,7	93,1	92,3	93,4
- Nord Est	1,6	12,1	10,3	23,8	23,5	24,5	93,9	93,3	95,1
- Centro	-6,5	2,1	9,1	23,1	23,0	22,1	94,1	94,2	93,6
- Sud	-4,6	5,0	10,0	23,7	24,2	23,7	90,5	89,3	88,2
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-0,4	6,2	6,6	23,8	24,3	24,8	47,5	45,9	46,8
- Supermercati	-2,2	5,9	8,3	40,3	40,5	40,7	71,6	70,2	70,5
- Hard Discount	-3,7	11,1	15,3	28,0	28,4	28,1	51,3	51,1	53,1
- Libero Servizio	-2,8	3,8	6,8	6,0	5,2	5,2	15,7	14,4	13,6
- Tradizionali	-28,1	-24,7	4,8	1,6	1,3	1,0	10,1	9,3	7,2
A. Da bere	-7,9	-1,7	6,8	100,0	100,0	100,0	20,3	20,7	22,1
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-10,5	-7,1	3,8	24,1	25,4	24,7	18,0	18,4	19,7
- Nord Est	6,5	6,6	0,2	22,4	21,9	25,3	23,8	24,9	25,7
- Centro	-12,5	-6,3	7,0	27,9	22,5	21,4	21,8	20,0	22,5
- Sud	-12,8	-0,3	14,3	25,6	30,1	28,5	18,9	20,8	21,5
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	5,2	-1,0	-5,9	19,0	17,0	19,4	6,2	5,8	6,4
- Supermercati	-11,7	-6,6	5,8	31,1	30,5	29,3	10,1	10,0	9,7
- Hard Discount	-10,3	3,3	15,1	45,6	48,2	47,0	8,5	8,8	10,0
- Libero Servizio	17,5	32,5	12,8	3,0	2,7	3,5	1,4	1,3	1,2
- Tradizionali	-60,2	-66,8	-16,5	1,1	1,4	0,6	0,7	0,7	0,5
B. Bicomparto	-2,5	6,3	9,0	100,0	100,0	100,0	40,8	41,7	41,6
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	9,0	17,4	7,7	25,3	25,8	28,8	38,3	39,2	39,8
- Nord Est	-5,9	7,4	14,1	27,9	27,0	26,0	45,7	46,0	47,1
- Centro	-5,7	-0,3	5,7	25,4	25,2	24,4	45,0	46,2	45,0
- Sud	-8,0	0,0	8,7	21,4	22,1	20,8	36,6	37,6	36,9
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-13,2	-6,7	7,4	29,8	31,1	27,7	16,8	17,0	16,9
- Supermercati	-0,8	6,8	7,7	46,6	48,1	48,9	26,4	27,4	27,3
- Hard Discount	12,2	31,6	17,3	16,1	14,4	16,5	12,0	11,9	12,5
- Libero Servizio	14,5	37,7	20,3	6,5	5,2	6,1	4,2	3,7	3,4
- Tradizionali	-42,5	-42,4	0,2	0,7	1,2	0,7	1,5	1,6	1,3

Tab. 11.8 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
C. Normale									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-2,0	8,5	10,8	100,0	100,0	100,0	90,1	89,2	89,3
- Nord Est	-1,4	7,5	9,0	30,6	30,4	30,6	91,3	90,5	90,8
- Centro	1,6	14,0	12,2	24,2	23,8	24,7	92,4	90,6	93,0
- Sud	-4,2	6,5	11,2	22,3	22,3	21,8	91,2	91,2	90,9
- Sud	-4,5	6,4	11,4	23,0	23,5	22,9	86,5	85,4	84,0
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	1,0	10,1	9,0	23,5	23,8	24,6	43,6	42,0	43,2
- Supermercati	-1,4	8,5	10,0	39,5	39,9	40,2	67,0	65,1	66,0
- Hard Discount	-4,4	10,4	15,4	28,8	29,4	28,7	46,9	47,1	48,6
- Libero Servizio	-1,6	3,0	4,7	6,2	5,3	5,3	14,2	12,8	11,9
- Tradizionali	-22,1	-15,9	8,0	1,6	1,3	1,0	9,0	7,7	6,0
D. Probiotico									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-3,7	-1,9	1,9	100,0	100,0	100,0	41,8	41,0	40,7
- Nord Est	-3,4	-4,5	-1,1	26,9	26,6	26,7	40,3	38,8	38,8
- Centro	6,8	8,7	1,7	19,2	19,9	22,1	39,9	38,2	40,9
- Centro	-17,1	-14,5	3,1	25,3	25,8	22,2	42,7	44,5	41,4
- Sud	0,9	4,7	3,7	28,6	27,7	29,0	43,8	42,3	41,9
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	0,2	0,9	0,8	24,2	25,8	26,9	14,6	14,2	14,7
- Supermercati	-5,0	-4,8	0,2	44,5	43,3	42,7	24,6	23,8	22,9
- Hard Discount	0,8	8,2	7,3	23,1	23,6	24,8	14,1	12,6	13,4
- Libero Servizio	-19,4	-11,7	9,6	5,5	5,5	4,6	4,2	3,5	3,3
- Tradizionali	-43,0	-45,5	-4,3	2,5	1,4	0,8	1,7	1,6	1,3

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea- Nielsen Panel Consumer Service.

nel 2022 calano del 5,3%, con il segmento panna *fresca* che fa registrare una variazione negativa di 9,7 punti percentuali (tab. 11.9). Per la panna *UHT* la riduzione è più contenuta e pari a -3,9%.

L'indice di penetrazione diminuisce in tutte le aree; in due anni si registra un calo del 3% con il Centro e il Sud in testa, -4,9% e -4%, dal 2020 al 2022.

Gli acquisti in volume di panna *fresca*, nel 2022, diminuiscono su base tendenziale in particolare al Sud, -24,8 punti percentuali. Considerando i canali d'acquisto, tranne per il Libero Servizio dove si registra un +12,3%, gli acquisti nel 2022 fanno registrare variazioni negative sul 2021: -12,9% per i Discount e, a seguire, -10,7% per gli Ipermercati e -8% per i Supermercati. Questi ultimi però detengono sempre la quota più rilevante degli acquisti che passano dal 42,7% del 2021 al 43,5% del 2022.

Per la panna *UHT* si registra una diminuzione dei volumi in tutte le aree con in testa il Sud (-6,6%); dal punto di vista dei canali, il calo più consistente, considerando anche la rilevanza della quota percentuale di acquisti (+35,9% nel 2022), si registra per i Discount, -4,9%, a fronte di un aumento dei prezzi pari a 23,3 punti percentuali.

11.2.4. Il burro

Dai dati Nielsen si osserva che c'è stata una diminuzione del 9,3% in volume degli acquisti di burro (tab. 11.10), il che indica una diminuzione della domanda di burro durante questo periodo, sicuramente una conseguenza del ritorno a consumare pasti fuori casa dopo il periodo della pandemia Covid-19.

Nel 2022 è avvenuta una diminuzione dei volumi di acquisto del burro in tutte le regioni. Tuttavia, l'area Nord Ovest ha registrato la diminuzione più contenuta, mentre l'area Sud ha registrato la diminuzione percentuale più elevata; inoltre, il Nord Ovest rappresenta il 31,1% degli acquisti totali di burro in volume.

Si nota una diminuzione dei volumi di acquisto del burro in tutti i canali nel 2022 rispetto al 2021. Tuttavia, il canale Tradizionale ha registrato la diminuzione percentuale più significativa, indicando un cambiamento nelle preferenze dei consumatori verso i canali d'acquisto preferiti prima della pandemia.

Il prezzo medio del burro cresce in tutte le aree e in tutti i format distributivi con percentuali che superano di gran lunga il 20%.

Tab. 11.9 - Acquisti domestici di panna per area Nielsen e canale d'acquisto in Italia nel 2020-2022

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Panna per area Nielsen:	-5,3	7,3	13,2	100,0	100,0	100,0	77,4	76,0	74,5
- Nord Ovest	-4,4	7,4	12,3	26,7	27,4	27,6	76,4	75,5	74,9
- Nord Est	-0,9	13,8	14,9	25,5	25,2	26,3	84,2	83,4	83,3
- Centro	-6,5	4,4	11,7	23,2	22,9	22,6	78,1	76,0	73,1
- Sud	-9,5	2,7	13,5	24,6	24,5	23,4	73,2	71,5	69,2
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-5,6	6,6	13,0	21,5	22,5	22,4	30,6	29,0	28,7
- Supermercati	-3,0	5,7	9,0	38,1	37,6	38,5	49,4	47,0	46,4
- Hard Discount	-6,2	14,5	22,0	32,1	33,1	32,8	36,0	35,2	34,4
- Libero Servizio	-6,1	2,5	9,1	6,2	5,3	5,2	9,6	8,4	7,1
- Tradizionali	-37,7	-28,4	14,9	1,6	1,3	0,8	5,3	4,5	2,7
A. Panna fresca per area Nielsen:	-9,7	2,9	14,0	100,0	100,0	100,0	33,4	29,2	27,1
- Nord Ovest	-5,9	8,3	15,1	26,3	25,3	26,4	33,0	30,3	28,0
- Nord Est	-0,8	13,4	14,4	31,3	32,0	35,2	45,7	38,9	40,0
- Centro	-14,6	-5,2	11,0	25,4	25,8	24,4	37,1	32,5	28,9
- Sud	-24,8	-12,7	16,1	16,9	16,9	14,1	22,3	18,9	15,9
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-10,7	3,3	15,7	26,1	28,5	28,2	11,8	10,7	9,8
- Supermercati	-8,0	2,6	11,5	41,2	42,7	43,5	19,5	16,4	14,8
- Hard Discount	-12,9	3,5	18,8	23,3	22,6	21,8	11,4	9,6	9,2
- Libero Servizio	12,3	21,6	8,3	6,8	4,6	5,7	2,6	2,1	1,7
- Tradizionali	-53,8	-49,0	10,2	2,1	1,4	0,7	1,4	1,1	0,6
B. Panna UHT per area Nielsen:	-3,9	9,0	13,4	100,0	100,0	100,0	71,7	70,5	69,3
- Nord Ovest	-4,0	7,1	11,5	26,8	28,0	28,0	71,5	69,6	69,9
- Nord Est	-1,0	14,0	15,2	23,6	23,1	23,8	77,3	76,6	74,9
- Centro	-3,6	8,9	13,0	22,5	22,0	22,1	70,4	68,8	68,0
- Sud	-6,6	6,7	14,2	27,1	26,9	26,1	69,0	68,5	66,0
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-3,5	8,2	12,1	20,0	20,6	20,7	26,6	25,3	25,3
- Supermercati	-1,2	7,1	8,4	37,2	36,1	37,1	43,7	41,6	41,4
- Hard Discount	-4,9	17,3	23,3	34,9	36,3	35,9	32,1	31,7	31,4
- Libero Servizio	-10,8	-3,6	8,0	6,0	5,5	5,1	8,6	7,4	6,3
- Tradizionali	-31,8	-18,2	19,9	1,4	1,2	0,9	4,3	3,8	2,3

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

Tab. 11.10 - Acquisti domestici di burro per area Nielsen e canale d'acquisto in Italia nel 2020-2022

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Burro per area Nielsen:	-9,3	14,9	26,7	100,0	100,0	100,0	86,7	84,4	82,8
- Nord Ovest	-8,1	14,7	24,8	30,5	30,7	31,1	86,8	85,7	85,4
- Nord Est	-6,7	20,3	28,9	25,0	25,5	26,3	91,8	91,1	90,6
- Centro	-10,0	11,9	24,3	21,6	21,5	21,3	88,5	85,0	83,1
- Sud	-13,4	11,9	29,1	22,9	22,3	21,3	81,5	78,2	74,8
per canale d'acquisto:	-5,4	15,5	22,1	23,1	23,1	24,2	35,7	33,2	33,1
- Ipermercati	-10,4	13,0	26,1	39,0	39,5	39,0	58,9	54,6	52,4
- Supermercati	-8,9	20,9	32,8	29,6	29,9	30,1	39,9	38,3	38,2
- Hard Discount	-14,0	9,3	27,1	6,0	5,6	5,3	11,4	9,5	7,7
- Libero Servizio	-24,5	-9,0	20,5	1,7	1,3	1,1	7,0	4,9	3,8
- Tradizionali									

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Panel Consumer Service.

11.2.5. I formaggi e i latticini

La macrocategoria dei formaggi e dei latticini è composta da 5 gruppi: *freschi*, *molli*, *semiduri*, *duri* ed *industriali*. Nel 2020, in termini di quantità, cresce di mezzo punto percentuale la quota dei *duri* e degli *industriali*, mentre resta stabile all'11,2% quella dei *semiduri* (tab. 11.11). Tra i singoli formaggi salgono le quote del Parmigiano Reggiano e della mozzarella di bufala. In termini di valore i formaggi *freschi* e i *duri*, si collocano grossomodo a pari merito a poco più del 30%.

Nel 2022, i volumi acquistati aumentano nel Nord Est mentre in valore crescono in tutta Italia grazie all'inflazione (tab. 11.12).

Per quanto concerne la commercializzazione, nel 2022, si osservano variazioni percentuali negative in tutti i format: -10,5% per il libero servizio, mentre, per gli ipermercati un modesto -0,7%.

Si evidenzia inoltre un aumento dell'indice di penetrazione per ipermercati, supermercati e discount.

11.2.5.1. I freschi

Per la categoria dei *freschi* (tab. 11.13) si registra nel 2022 una variazione tendenziale degli acquisti in volume pari a -3,4%, mentre i prezzi crescono del 12,1%. Il calo coinvolge tutte le aree geografiche e tutti i canali di vendita, le variazioni più consistenti si hanno al Centro (-6,4%) e per il Libero Servizio (-12,7%). L'indice di penetrazione rimane pressoché costante al 98%.

I prodotti che presentano una riduzione in volume più importante sono Caprini, -12,2%, Altri freschi, -11,6, e Mascarpone, -10,2%; per quest'ultimo i prezzi sono cresciuti del 15,6%.

In contrasto con la tendenza generale evidenziata nel 2022 per i formaggi, aumentano i volumi di Feta, +3,1%, Mozzarella di Bufala, +5,6%, e Robiola, +0,6%.

11.2.5.2. A pasta molle

Nel 2022 gli acquisti di formaggi *a pasta molle* sono complessivamente in calo, -4,7%, fa eccezione il Nord Est, +0,4% (tab. 11.14). Il trend negativo della categoria è guidato da Quartirolo, -16,9%, Taleggio, -14,4%, seguono Tomino, Caciotte e Scamorza con diminuzioni che si attestano su circa 7 punti percentuali. L'indice di penetrazione del comparto scende leggermente (-0,2%), tra tutti e 12 i prodotti considerati, solamente per Quartirolo e Altri

Tab. 11.11 - Distribuzione percentuale degli acquisti per categoria di formaggi e latticini in Italia 2020-2022

	Quota % acquisti in volume su totale Italia			Quota % acquisti in valore su totale Italia		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Formaggi e latticini	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Freschi	37,2	37,2	36,8	30,5	30,6	30,6
- Altri freschi	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
- Caprini	0,3	0,4	0,4	0,5	0,6	0,5
- Feta	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,7
- Mascarpone	2,1	1,8	1,7	1,5	1,3	1,2
-Mozzarella di bufala	3,5	3,7	4,0	4,7	5,0	5,1
-Mozzarella vaccina	21,8	21,4	21,1	16,7	16,5	16,8
-Primo sale	0,9	1,0	1,0	1,0	1,1	1,1
- Ricotta	7,2	7,4	7,3	4,3	4,4	4,2
- Robiola	0,8	0,8	0,8	0,9	1,0	1,0
Molli	15,8	15,8	15,5	16,9	16,6	16,1
- Altri a crosta bianca	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,3
- Altri molli	4,1	4,2	4,2	4,5	4,5	4,4
- Brie	0,6	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6
- Caciotte	0,9	1,0	1,0	1,1	1,2	1,1
-Camembert	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
-Crescenze e Stracchini	2,1	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8
- Gorgonzola	2,8	2,8	2,7	3,2	3,1	3,0
- Italice	0,4	0,3	0,3	0,5	0,4	0,4
- Quartirolo	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
- Scamorza	3,1	2,9	2,8	2,9	2,8	2,7
- Taleggio	0,5	0,5	0,4	0,5	0,5	0,4
- Tomino	0,9	0,9	0,9	1,2	1,2	1,1
Semiduri	11,4	11,3	11,2	11,4	11,2	11,5
- Altri semiduri	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7
- Asiago	1,7	1,8	1,8	1,7	1,7	1,8
- Caciocavallo	0,8	0,8	0,8	1,0	1,0	1,0
- Fontina e Fontal	1,0	1,0	0,9	1,0	0,9	0,9
-Montasio	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,5
-Provolone	3,2	3,0	3,1	3,2	3,0	3,1
- Totale buchi	3,4	3,4	3,3	3,3	3,3	3,4
Duri	22,0	22,0	22,5	30,6	30,8	30,8
- Altri duri	3,3	3,3	3,5	3,8	3,8	4,0
- Altri grana	2,4	2,7	2,8	2,9	3,2	3,3
- Grana Padano	8,2	8,4	8,4	10,4	10,7	10,6
- Parmigiano Reggiano	5,1	4,6	4,9	9,0	8,7	8,6
-Pecorino	2,9	2,9	2,8	4,4	4,4	4,3
-Trentingrana	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0
Industriali	13,6	13,7	14,1	10,7	10,8	11,0
- Fantasia	1,7	2,1	2,3	1,4	1,8	1,9
- Fusi fette	4,4	4,2	4,4	2,9	2,8	2,9
- Fusi porzioni	0,9	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8
- Panati	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
-Paste filate	2,6	2,3	2,2	2,0	1,8	1,8
-Spalmabili	4,0	4,2	4,3	3,5	3,5	3,5

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea- Nielsen Panel Consumer Service.

Tab. 11.12 - Acquisti domestici di formaggi e latticini per area Nielsen e canale d'acquisto in Italia nel 2020-2022

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia				% acquirenti su totale (indice di penetrazione)			
	Volume	Valore	Prezzo	2020		2021		2020		2021	
				2020	2021	2020	2021	2020	2021		
Totale formaggi e latticini	-2,5	8,2	10,9	100,0	100,0	100,0	100,0	99,6	99,6	99,7	99,6
per area Nielsen:											
- Nord Ovest	-2,7	7,1	10,0	27,3	27,3	27,3	27,3	99,9	99,9	100,0	99,8
- Nord Est	0,8	11,2	10,3	19,3	19,3	19,5	20,2	99,6	99,6	100,0	99,7
- Centro	-4,0	7,4	11,8	22,0	21,6	21,3	21,3	99,7	99,6	99,6	99,6
- Sud	-3,3	7,7	11,4	31,3	31,5	31,3	31,3	99,4	99,3	99,3	99,5
per canale d'acquisto:											
- Ipermercati	-0,7	9,2	10,0	19,5	19,6	20,0	20,0	59,5	59,5	59,1	60,5
- Supermercati	-1,4	8,5	10,1	37,3	37,4	37,8	37,8	87,0	87,0	86,3	86,5
- Hard Discount	-1,8	12,5	14,5	28,5	28,6	28,8	28,8	70,7	70,7	71,9	72,7
- Libero Servizio	-10,5	1,2	13,0	7,2	6,8	6,2	6,2	23,5	23,5	22,1	21,4
- Tradizionali	-7,6	-1,0	7,1	5,2	5,1	4,8	4,8	35,2	35,2	34,7	31,6

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea- Nielsen Panel Consumer Service.

Tab. 11.13 - Acquisti domestici di formaggi freschi per area Nielsen e canale d'acquisto in Italia nel 2020-2022

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Totale formaggi freschi per area Nielsen:	-3,4	8,3	12,1	100,0	100,0	100,0	97,7	97,9	98,0
- Nord Ovest	-2,6	8,1	11,1	26,0	25,7	25,9	97,9	98,6	98,4
- Nord Est	-1,2	10,4	11,7	18,7	18,7	19,1	97,8	98,4	98,3
- Centro	-6,4	6,5	13,7	23,9	23,4	22,7	98,8	98,5	98,0
- Sud	-3,2	8,5	12,2	31,3	32,2	32,3	96,4	96,6	97,3
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-1,9	10,0	12,1	19,8	19,8	20,1	51,0	50,3	51,2
- Supermercati	-3,3	7,9	11,6	37,3	37,2	37,3	77,9	77,2	77,2
- Hard Discount	-1,7	14,2	16,2	27,4	27,3	27,8	58,8	59,8	61,0
- Libero Servizio	-12,7	-0,9	13,6	7,1	6,8	6,1	18,7	17,1	16,1
- Tradizionali	-4,3	2,9	7,5	6,3	6,6	6,5	25,7	25,1	22,8
A. Caprini per area Nielsen:	-12,2	-10,4	2,0	100,0	100,0	100,0	15,8	16,9	15,9
- Nord Ovest	-10,4	-9,6	0,9	55,2	57,1	58,3	31,2	32,1	31,7
- Nord Est	-31,8	-24,9	10,1	22,1	18,9	14,7	14,3	16,4	14,0
- Centro	-4,7	-1,8	3,0	13,5	15,0	16,3	10,7	11,2	9,6
- Sud	4,9	2,5	-2,3	9,2	9,0	10,8	5,8	6,9	6,9
- Ipermercati	2,4	6,2	3,8	31,3	23,4	27,2	6,6	6,2	6,2
- Supermercati	-6,2	-4,8	1,5	32,9	35,0	37,4	7,7	8,7	7,9
- Hard Discount	-5,9	8,7	15,5	13,5	11,4	12,3	2,7	3,4	3,0
- Libero Servizio	-18,9	-20,5	-2,0	5,9	8,3	7,7	1,2	1,0	0,8
- Tradizionali	-11,0	-14,3	-3,7	6,2	5,8	5,9	1,3	1,4	1,2
B. Feta per area Nielsen:	3,1	23,2	19,4	100,0	100,0	100,0	20,5	22,0	22,1
- Nord Ovest	-12,3	2,6	17,1	31,2	34,0	28,9	24,3	26,2	24,0
- Nord Est	11,1	32,6	19,4	25,9	25,7	27,7	25,8	27,2	29,6
- Centro	8,1	32,3	22,4	24,2	22,6	23,7	20,2	22,0	22,0
- Sud	14,9	39,0	21,0	18,6	17,7	19,7	13,6	14,4	15,2
- Ipermercati	-2,1	14,9	17,4	22,6	23,2	22,0	6,6	7,0	6,9
- Supermercati	-0,7	17,4	18,2	30,9	33,8	32,5	9,2	10,2	9,9
- Hard Discount	9,3	37,6	25,9	42,0	39,1	41,5	9,3	9,8	10,2
- Libero Servizio	1,3	21,9	20,3	3,3	3,3	3,3	1,1	1,3	1,1
- Tradizionali	28,6	33,4	3,8	0,8	0,5	0,6	0,4	0,3	0,2

Tab. 11.13 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
C. Mascarpone									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-10,2	3,8	15,6	100,0	100,0	100,0	51,0	45,3	41,6
- Nord Est	-10,4	3,7	15,7	23,9	24,8	24,8	48,5	44,0	40,6
- Centro	-1,5	11,2	12,9	22,9	24,2	26,5	56,7	51,5	50,6
- Sud	-11,6	2,5	15,9	24,2	23,0	22,7	49,8	44,1	40,3
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-16,4	-1,7	17,6	29,0	27,9	26,0	50,5	43,1	37,5
- Supermercati	-8,5	7,2	17,1	20,5	21,5	21,9	15,8	13,9	13,2
- Hard Discount	-10,1	3,3	14,9	38,1	37,1	37,1	27,5	22,7	20,6
- Libero Servizio	-9,6	6,3	17,6	32,8	34,5	34,7	19,7	17,8	16,4
- Tradizionali	-17,8	-10,5	8,9	6,3	5,3	4,9	4,7	3,5	2,8
	-16,4	-10,2	7,4	1,8	1,3	1,2	2,3	1,5	1,0
D. Mozzarella di bufala									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	5,6	10,6	4,7	100,0	100,0	100,0	55,7	55,6	56,2
- Nord Est	4,7	8,2	3,3	24,3	23,1	22,9	56,6	56,0	57,9
- Centro	4,9	10,1	4,9	14,9	15,5	15,4	53,4	51,8	52,9
- Sud	5,6	11,0	5,0	22,1	21,8	21,8	56,7	57,5	57,9
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	6,5	12,1	5,2	38,8	39,5	39,9	55,5	56,3	55,5
- Supermercati	5,7	11,4	5,3	18,4	17,9	18,0	18,3	18,0	18,6
- Hard Discount	2,8	6,9	3,9	33,0	32,1	31,2	28,7	28,4	28,3
- Libero Servizio	10,6	18,5	7,2	20,5	21,0	22,0	20,2	20,5	22,2
- Tradizionali	3,2	10,0	6,5	7,9	6,4	6,3	4,4	4,3	4,3
	2,5	6,7	4,1	16,5	19,0	18,4	9,9	10,0	9,1
E. Mozzarella vaccina									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-4,2	10,0	14,8	100,0	100,0	100,0	93,6	93,7	93,6
- Nord Est	-2,0	12,8	15,0	25,5	24,7	25,3	93,7	93,9	94,0
- Centro	-1,9	12,6	14,8	18,5	18,4	18,8	94,4	95,4	95,3
- Sud	-8,2	6,5	15,9	25,2	24,7	23,6	96,8	96,2	94,5
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-4,1	9,2	13,8	30,7	32,2	32,3	90,4	90,3	91,4
- Supermercati	-2,5	11,8	14,7	19,7	19,8	20,2	44,3	43,0	43,9
- Hard Discount	-3,9	9,6	14,0	37,8	37,9	38,1	69,2	67,9	68,2
- Libero Servizio	-3,0	14,0	17,6	29,8	29,5	29,9	50,4	50,7	51,8
- Tradizionali	-13,2	1,6	17,1	6,9	6,6	6,0	15,1	13,9	12,9
	-7,7	2,2	10,7	4,6	4,9	4,7	16,3	15,3	14,0

Tab. 11.13 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
F. Primo sale									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-3,7	4,1	8,1	100,0	100,0	100,0	30,0	30,7	31,2
- Nord Est	-8,7	-4,5	4,7	32,8	34,9	33,0	37,6	40,3	38,6
- Centro	-2,5	8,1	10,8	13,8	13,2	13,4	23,1	22,4	25,4
- Sud	-1,7	7,2	9,0	20,3	20,7	21,1	30,4	29,6	29,6
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	0,1	10,7	10,6	33,1	31,2	32,5	26,8	27,9	29,3
- Supermercati	-6,7	-1,3	5,7	20,0	21,1	20,5	10,0	10,2	10,5
- Hard Discount	-4,3	2,6	7,2	42,2	42,1	41,8	15,7	15,9	16,4
- Libero Servizio	4,7	23,7	18,1	17,0	18,9	20,5	8,4	9,2	9,6
- Tradizionali	-10,5	-2,8	8,6	8,0	6,1	5,7	2,5	2,5	1,9
	-4,8	-3,0	1,9	7,6	6,6	6,6	2,6	2,7	2,5
G. Ricotta									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-4,4	2,8	7,6	100,0	100,0	100,0	78,6	78,5	76,8
- Nord Est	-4,4	2,0	6,7	24,6	24,5	24,5	79,7	78,0	76,2
- Centro	-1,0	4,7	5,7	19,6	19,9	20,7	80,4	80,1	80,3
- Sud	-7,1	0,2	7,8	22,2	21,8	21,2	80,0	78,8	76,3
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-4,7	4,0	9,1	33,6	33,7	33,6	75,3	77,4	75,2
- Supermercati	-2,5	3,3	6,0	18,6	18,7	19,0	30,6	29,5	30,0
- Hard Discount	-2,9	6,1	9,2	37,3	37,2	37,8	50,8	49,6	48,9
- Libero Servizio	-1,9	9,0	11,1	23,6	24,0	24,7	32,1	32,6	32,4
- Tradizionali	-16,6	-10,4	7,4	8,0	8,0	6,9	10,0	8,6	8,5
	-4,6	0,8	5,6	8,5	7,7	7,7	13,5	12,5	11,5
H. Robiola									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	0,6	7,2	6,6	100,0	100,0	100,0	35,3	36,1	34,5
- Nord Est	5,7	13,9	7,8	42,9	41,6	43,7	46,9	46,7	45,0
- Centro	-1,5	3,1	4,7	20,0	19,6	19,2	37,5	37,6	35,9
- Sud	-1,2	6,9	8,2	21,9	21,1	20,7	34,7	35,3	33,3
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-7,0	-3,1	4,2	15,3	17,7	16,4	23,0	25,4	24,5
- Supermercati	6,0	14,6	8,1	28,8	26,8	28,2	13,3	13,0	12,8
- Hard Discount	-0,7	7,2	7,9	40,9	40,4	39,9	18,6	18,6	17,6
- Libero Servizio	2,7	5,9	3,1	19,6	22,7	23,2	11,6	11,5	11,8
- Tradizionali	-10,2	-4,1	6,7	6,4	6,0	5,4	2,8	2,2	1,8
	-26,3	-22,2	5,5	2,8	2,5	1,8	1,6	1,5	1,1

Tab. 11.13 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
I. Altri formaggi freschi per area Nielsen:				100,0	100,0	100,0	6,0	6,5	6,1
- Nord Ovest	-11,6	-4,3	8,3	35,3	37,1	36,6	9,9	10,3	8,9
- Nord Est	-12,7	-12,3	0,5	18,3	14,7	20,9	6,0	6,0	7,0
- Centro	25,2	40,9	12,5	13,2	21,7	18,1	4,3	6,1	4,6
- Sud	-26,3	-15,9	14,1	33,3	26,4	24,4	3,4	3,5	4,0
- Sud	-18,3	-11,1	8,9	22,8	16,0	20,3	1,7	1,5	1,6
- Ipermercati	12,4	15,9	3,1	30,6	30,5	31,3	2,6	2,6	2,2
- Supermercati	-9,3	0,8	11,2	22,0	36,4	41,2	1,6	2,4	2,4
- Hard Discount	0,0	3,0	3,0	18,1	12,3	4,6	0,4	0,3	0,4
- Libero Servizio	-66,7	-57,8	26,7	5,2	3,2	2,0	0,2	0,2	0,1
- Tradizionali	-46,2	-43,1	5,7						

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea- Nielsen Panel Consumer Service.

Tab. 11.14 - Acquisti domestici di formaggi molli per area Nielsen e canale d'acquisto in Italia nel 2020-2022

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Totale formaggi molli per area Nielsen:	-4,7	4,7	9,8	100,0	100,0	100,0	92,0	92,3	92,1
- Nord Ovest	-3,7	5,2	9,2	36,8	36,7	37,1	96,3	96,7	97,1
- Nord Est	0,4	10,0	9,5	22,0	22,0	23,2	95,2	95,7	95,8
- Centro	-9,0	-0,3	9,5	20,2	20,0	19,1	94,0	93,2	92,1
- Sud	-7,7	2,8	11,4	20,9	21,2	20,5	83,9	84,9	84,9
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-2,6	6,6	9,5	21,5	21,8	22,2	43,2	42,8	43,4
- Supermercati	-3,0	5,7	9,0	35,5	35,1	35,7	66,7	65,8	65,2
- Hard Discount	-5,7	5,3	11,7	27,8	28,5	28,2	50,6	50,2	51,8
- Libero Servizio	-1,0	10,4	11,5	6,7	6,0	6,3	13,4	12,6	11,7
- Tradizionali	-18,8	-11,8	8,6	5,4	5,3	4,5	17,6	16,0	14,2
A. Brie per area Nielsen:	-6,3	2,4	9,3	100,0	100,0	100,0	25,6	26,2	25,0
- Nord Ovest	-7,7	1,0	9,3	44,8	45,6	44,9	38,1	38,1	36,7
- Nord Est	-2,6	5,5	8,3	25,3	24,2	25,2	29,8	30,5	28,6
- Centro	-3,8	3,5	7,6	17,2	17,2	17,6	21,0	22,9	22,3
- Sud	-11,9	0,0	13,5	12,6	13,0	12,2	14,3	14,5	13,4
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	5,2	11,8	6,3	20,5	21,1	23,7	7,7	7,6	8,1
- Supermercati	-5,7	1,8	7,9	28,6	27,9	28,0	9,8	9,9	9,6
- Hard Discount	-8,7	4,5	14,4	42,4	43,5	42,4	12,6	13,4	11,9
- Libero Servizio	-28,2	-25,7	3,5	5,6	4,7	3,6	1,3	1,0	0,9
- Tradizionali	-31,6	-30,4	1,7	1,6	1,3	1,0	0,9	0,8	0,6
B. Caciotte per area Nielsen:	-7,1	2,8	10,7	100,0	100,0	100,0	26,3	28,6	26,7
- Nord Ovest	-2,5	7,6	10,4	20,6	20,0	21,0	23,6	24,3	23,2
- Nord Est	8,8	20,5	10,7	23,5	21,8	25,5	28,6	31,0	29,8
- Centro	-15,2	-6,3	10,5	31,4	30,6	27,9	30,7	33,6	30,2
- Sud	-14,0	-3,4	12,3	24,5	27,6	25,5	23,8	27,0	25,1
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	3,6	12,9	9,0	15,0	13,9	15,5	6,1	6,7	6,4
- Supermercati	4,6	14,6	9,6	37,0	34,9	39,3	12,9	13,4	12,9
- Hard Discount	-22,2	-12,6	12,4	24,8	28,1	23,5	8,0	9,2	7,6
- Libero Servizio	-3,8	1,0	5,0	7,3	7,2	7,5	2,2	2,1	1,9
- Tradizionali	-21,7	-16,5	6,6	9,3	8,4	7,1	3,2	3,3	3,0

Tab. 11.14 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
					100,0	100,0	100,0	7,4	7,4
C. Camembert	0,0	8,1	8,1	100,0	100,0	100,0	7,4	7,4	7,5
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-2,4	13,4	16,2	60,0	54,7	53,3	15,0	13,8	13,6
- Nord Est	-5,2	-3,5	1,7	16,5	25,6	24,3	7,1	8,9	9,2
- Centro	3,4	-0,5	-3,7	14,7	14,4	14,9	5,0	5,7	5,9
- Sud	35,6	34,3	-0,9	8,6	5,4	7,4	2,0	1,6	1,7
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-10,3	2,0	13,8	41,7	37,5	33,6	2,9	2,8	2,9
- Supermercati	-5,5	-1,7	4,0	32,2	31,0	29,3	2,9	2,7	2,3
- Hard Discount	23,1	44,1	17,1	22,1	25,2	31,0	2,1	2,0	2,7
- Libero Servizio	7,7	33,0	23,5	1,7	1,6	1,7	0,3	0,2	0,3
- Tradizionali	-35,7	-37,7	-3,1	1,7	3,4	2,2	0,2	0,4	0,2
D. Crescenze e Stracchini	-2,2	8,1	10,5	100,0	100,0	100,0	52,6	50,3	49,1
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-3,1	7,6	11,0	39,7	39,2	38,8	65,2	61,9	60,2
- Nord Est	8,6	20,0	10,5	23,3	22,9	25,5	57,9	57,9	58,7
- Centro	-10,8	-2,4	9,4	24,8	25,1	22,9	59,5	55,2	53,7
- Sud	-2,1	8,0	10,3	12,1	12,8	12,8	31,2	29,8	28,0
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-7,9	5,3	14,3	22,8	26,0	24,5	20,5	20,1	19,6
- Supermercati	-2,0	8,8	11,0	37,8	39,6	39,7	32,2	30,2	30,0
- Hard Discount	1,4	8,8	7,4	26,2	22,0	22,8	13,5	11,4	10,8
- Libero Servizio	4,1	15,5	10,9	7,4	6,5	6,9	4,8	4,4	3,9
- Tradizionali	8,9	6,0	-2,7	3,7	3,4	3,7	3,1	2,9	2,5
E. Gorgonzola	-4,3	5,3	10,0	100,0	100,0	100,0	56,2	55,8	54,3
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-5,5	4,9	11,0	45,4	45,6	45,0	75,2	73,2	73,0
- Nord Est	0,2	9,4	9,3	23,7	23,5	24,6	62,0	62,5	61,6
- Centro	-11,2	-2,8	9,5	17,4	17,4	16,2	51,8	51,4	48,3
- Sud	1,1	9,3	8,1	13,4	13,5	14,2	37,3	38,0	36,1
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-6,8	2,4	9,9	22,7	23,4	22,7	21,1	21,0	20,1
- Supermercati	-1,7	5,2	7,0	33,0	32,5	33,4	31,3	30,2	29,5
- Hard Discount	-7,9	3,5	12,4	32,1	32,3	31,0	26,1	25,0	25,5
- Libero Servizio	14,1	26,5	10,9	6,5	5,8	7,0	4,5	4,4	3,9
- Tradizionali	-11,9	-5,5	7,4	3,4	3,8	3,5	5,1	4,9	3,8

Tab. 11.14 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
F. Italice									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-12,1	-7,5	6,2	100,0	100,0	100,0	13,9	13,8	12,6
- Nord Est	12,0	17,7	5,1	25,6	29,7	26,1	12,8	12,9	11,2
- Centro	-8,4	1,4	10,7	12,9	18,4	20,7	10,0	12,5	11,4
- Sud	10,9	16,5	5,1	27,5	23,0	21,1	15,0	13,7	12,3
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-6,2	-1,3	5,2	34,0	28,9	32,1	16,9	15,6	15,0
- Supermercati	4,1	15,1	10,5	20,2	24,1	22,7	3,4	3,5	3,2
- Hard Discount	10,2	10,0	-0,1	48,9	48,5	50,6	8,1	7,6	7,0
- Libero Servizio	-20,5	-17,8	3,5	10,3	12,2	13,5	2,8	2,5	2,4
- Tradizionali	-31,5	-33,5	-3,0	4,4	4,4	3,0	1,2	1,0	0,8
G. Quartirola									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-16,9	-6,5	12,5	100,0	100,0	100,0	4,8	4,4	4,7
- Nord Est	-16,9	-5,5	13,7	71,7	80,5	80,5	12,4	10,7	12,5
- Centro	-29,1	-19,2	14,0	22,2	13,6	11,6	4,3	3,8	3,4
- Sud	100,0	96,8	-1,6	2,9	2,6	6,3	1,1	1,4	1,2
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-56,9	-55,5	3,4	3,2	3,4	1,8	0,9	1,1	0,8
- Supermercati	-9,2	-3,3	6,5	22,5	14,7	16,1	1,8	1,5	1,5
- Hard Discount	25,0	30,5	4,4	24,6	14,4	21,6	1,8	1,5	1,8
- Libero Servizio	-26,8	-18,4	11,5	46,1	65,7	57,9	1,7	1,5	1,7
- Tradizionali	-12,5	-18,1	-6,4	2,7	1,2	1,3	0,3	0,1	0,2
H. Scamorza									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-53,2	-46,3	14,7	3,1	2,4	1,4	0,3	0,2	0,2
- Nord Est	-7,0	6,1	14,1	100,0	100,0	100,0	57,8	55,6	54,9
- Centro	0,7	13,0	12,2	22,6	21,5	23,3	59,2	55,4	55,8
- Sud	3,5	18,8	14,7	12,5	13,3	14,7	52,4	48,3	49,3
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-10,0	3,8	15,3	19,7	19,0	18,4	54,7	55,0	51,0
- Supermercati	-12,3	0,0	13,9	45,3	46,2	43,6	62,7	61,4	60,9
- Hard Discount	-6,3	6,1	13,3	17,0	16,9	17,0	18,9	17,6	16,8
- Libero Servizio	-7,8	2,4	11,0	32,5	31,9	31,6	29,0	27,2	26,4
- Tradizionali	-2,1	18,6	21,1	33,5	34,3	36,1	26,9	25,6	26,4
	-5,8	9,9	16,6	6,2	6,0	6,1	4,6	3,9	3,9
	-24,9	-15,0	13,2	8,6	8,5	6,9	4,9	4,5	4,0

Tab. 11.14 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
					100,0	100,0	100,0	16,4	15,8
I. Taleggio	-14,4	-8,5	6,9	100,0	100,0	100,0	16,4	15,8	14,7
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-16,6	-9,5	8,4	70,2	71,6	69,8	33,6	30,8	29,6
- Nord Est	-6,8	-0,2	7,1	16,2	13,7	15,0	15,8	15,5	13,4
- Centro	-30,3	-25,6	6,8	9,0	9,0	7,3	9,8	10,8	8,3
- Sud	18,3	11,8	-5,5	4,5	5,8	8,0	5,2	5,5	6,3
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-10,3	-3,7	7,4	20,8	22,4	23,5	5,6	5,6	4,8
- Supermercati	-7,2	1,4	9,3	29,0	30,7	33,3	7,6	7,1	7,1
- Hard Discount	-12,1	-9,0	3,5	31,7	24,2	24,8	4,9	4,4	4,7
- Libero Servizio	16,9	22,8	5,1	6,2	6,3	8,6	0,9	0,7	0,6
- Tradizionali	-48,7	-42,6	11,8	7,3	8,5	5,1	1,3	1,1	0,8
L. Tomino	-7,1	-1,6	5,9	100,0	100,0	100,0	26,3	25,7	25,4
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-4,8	1,0	6,0	70,4	68,4	70,1	52,6	50,3	52,4
- Nord Est	-14,7	-10,2	5,3	13,7	15,6	14,3	26,0	25,7	23,6
- Centro	-21,2	-17,3	5,0	9,7	10,7	9,1	17,1	18,5	15,8
- Sud	13,1	28,6	13,7	6,1	5,4	6,5	8,3	7,7	8,0
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-0,8	3,6	4,4	29,6	28,6	30,6	9,9	9,9	10,2
- Supermercati	-12,4	-5,7	7,7	33,1	35,9	33,8	13,2	12,6	12,3
- Hard Discount	-8,3	-2,5	6,3	18,0	18,3	18,1	7,8	8,2	8,5
- Libero Servizio	31,8	38,2	4,8	6,8	4,5	6,3	2,0	1,7	1,3
- Tradizionali	-17,6	-18,3	-0,9	5,7	6,0	5,3	2,2	2,0	1,8
M. Altri a crosta bianca	0,6	10,5	9,8	100,0	100,0	100,0	11,8	11,4	10,9
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	10,3	19,9	8,6	46,2	48,4	53,1	18,3	17,2	17,8
- Nord Est	-3,1	7,6	11,0	21,2	18,7	18,0	12,0	11,7	10,6
- Centro	-18,9	-6,7	15,1	16,9	15,8	12,7	10,2	9,7	8,4
- Sud	-5,2	2,5	8,1	15,5	17,2	16,2	6,5	6,9	6,4
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	5,5	17,2	11,0	24,6	25,6	26,9	3,5	3,8	4,1
- Supermercati	13,9	24,7	9,5	26,3	30,3	34,3	4,4	4,4	4,7
- Hard Discount	-12,1	-6,1	6,9	45,4	39,8	34,8	5,2	4,3	3,3
- Libero Servizio	-3,1	-29,6	-27,3	3,0	3,4	3,3	0,7	0,5	0,1
- Tradizionali	-46,7	0,0	87,5	0,8	0,8	0,4	0,1	0,1	0,1

Tab. 11.14 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
N. Altri molli per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-2,1	6,1	8,4	100,0	100,0	100,0	72,2	71,4	71,8
- Nord Est	1,8	8,6	6,7	29,9	29,5	30,6	76,9	75,3	76,6
- Centro	-1,9	7,4	9,5	29,9	29,6	29,7	83,6	81,7	83,4
- Sud	-3,2	5,0	8,5	22,2	22,3	22,1	74,3	73,1	73,4
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-7,4	1,1	9,2	18,0	18,6	17,6	58,0	59,4	57,9
- Supermercati	3,8	11,6	7,6	22,7	22,2	23,5	28,0	27,4	28,2
- Hard Discount	-2,5	5,7	8,4	40,2	38,9	38,8	44,7	43,8	43,3
- Libero Servizio	-1,2	6,2	7,5	21,8	24,3	24,5	27,8	28,4	29,2
- Tradizionali	-10,0	3,1	14,5	6,8	6,5	5,9	7,5	6,8	6,9
	-14,1	-4,4	11,4	5,2	4,7	4,2	8,6	7,2	6,6

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea- Nielsen Panel Consumer Service.

mollì si registra un aumento.

Il prezzo medio della categoria è in rialzo dell'9,8% e interessa in particolare i prodotti Scamorza, +14,1%, Quartirolo, +12,5% e Caciotte, +10,7%.

I *mollì* sono principalmente acquistati nel Nord Ovest e nel Nord Est, dove si concentrano rispettivamente il 37,1% e il 23,2% degli approvvigionamenti domestici.

Per quanto riguarda i canali d'acquisto, i volumi scendono di ben 18,8 punti percentuali nei negozi tradizionali, seguono i Discount con -5,7%. Rispetto al triennio precedente si inverte il calo della penetrazione registrata per gli ipermercati che, nel 2022 rispetto al 2021, recuperano lo 0,6%.

11.2.5.3. *I semiduri*

Nel complesso, i formaggi semiduri hanno registrato in valore una variazione percentuale negativa del 3,5% nel 2022 rispetto al 2021, con una crescita del 14,4% di prezzo (tab. 11.15). L'indice di penetrazione è rimasto sostanzialmente stabile a poco più dell'85%.

Per quanto riguarda i canali d'acquisto le quantità di *semiduri* calano in quasi tutti i format, dal -2,8% per gli ipermercati al -17,8% per i tradizionali. Il maggiore rialzo di prezzo si registra per i discount, +20,5%, mentre è un po' più contenuto nel caso delle altre tipologie; inoltre, l'indice di penetrazione di questo format è in progressivo aumento.

Tra le varie tipologie di *semiduri*, l'unica tipologia che vede un aumento dei volumi venduti è l'Asiago, con un modesto +1,3% e l'indice di penetrazione che passa dal 37,5% nel 2021 al 38,2% nel 2022.

Fontina e Fontal, nel complesso, registrano il più alto calo di vendite nella categoria, -10,6%, con particolare concentrazione nel Nord Est (-15,6%). Il prezzo medio è cresciuto complessivamente del 20,9%, interessando in particolare modo il Sud.

11.2.5.4. *I duri*

La spesa dei formaggi a pasta dura nel 2022 sale dell'8,6% mentre i volumi scendono dello 0,2% (tab 11.16). I cali si hanno al Nord Ovest (-2%) e al Sud (-1,7%), dove si registra anche l'aumento più consistente dei prezzi pari a 9,1 punti percentuali. Di contro, gli acquisti in volume crescono del 3,3% al Nord Est e dello 0,8% al Centro.

Tra i formaggi grana, gli *Altri Grana* mostrano una crescita in volume pari all'1,5% e del 12% in valore, il *Parmigiano Reggiano* del 3,8% e del 6,9%,

Tab. 11.15 - Acquisti domestici di formaggi semiduri per area Nielsen e canale d'acquisto in Italia nel 2020-2022

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Totale formaggi semiduri per area Nielsen:	-3,5	10,4	14,4	100,0	100,0	100,0	85,3	85,6	85,4
- Nord Ovest	-4,0	10,1	14,8	23,0	23,4	23,3	85,6	84,9	85,2
- Nord Est	-0,1	14,4	14,5	20,7	21,8	22,6	86,0	87,3	86,7
- Centro	-3,5	11,0	14,9	16,7	16,5	16,5	82,0	81,7	80,9
- Sud	-5,1	8,2	14,0	39,6	38,2	37,6	87,1	88,1	88,3
- Ipermercati	-2,8	9,3	12,5	14,7	15,8	15,9	33,5	32,6	33,4
- Supermercati	-0,1	12,4	12,5	35,9	35,7	37,0	55,6	54,4	55,5
- Hard Discount	-3,0	16,9	20,5	33,5	33,5	33,6	44,5	45,4	46,6
- Libero Servizio	-17,8	-5,5	14,9	7,7	7,4	6,3	11,4	10,8	9,6
- Tradizionali	-8,8	0,5	10,2	5,8	5,4	5,1	12,5	12,0	10,9
A. Asiago per area Nielsen:	1,3	15,1	13,7	100,0	100,0	100,0	35,7	37,5	38,2
- Nord Ovest	-0,1	15,7	15,8	19,4	19,9	19,7	33,5	32,7	33,7
- Nord Est	10,7	25,9	13,7	41,6	39,9	43,6	50,2	53,3	57,9
- Centro	-5,9	5,0	11,6	13,4	14,1	13,1	26,8	29,2	28,0
- Sud	-8,0	4,1	13,1	25,5	26,1	23,7	35,1	38,1	37,4
- Ipermercati	3,4	16,1	12,3	18,5	17,7	18,1	10,9	10,2	11,0
- Supermercati	8,4	22,7	13,3	41,8	40,1	42,9	19,6	19,5	19,8
- Hard Discount	1,0	17,6	16,5	25,6	29,1	29,0	12,8	14,7	16,0
- Libero Servizio	-26,8	-12,2	20,1	8,1	7,7	5,6	3,3	3,3	2,6
- Tradizionali	-27,3	-28,0	-1,0	4,6	3,8	2,7	2,9	2,2	2,3
B. Caciocavallo per area Nielsen:	-3,8	4,3	8,4	100,0	100,0	100,0	15,2	16,5	15,3
- Nord Ovest	-1,2	6,0	7,4	7,5	9,0	9,2	8,0	9,5	9,7
- Nord Est	-20,5	-23,9	-4,3	3,4	4,9	4,0	5,9	7,2	6,1
- Centro	3,3	10,9	7,4	10,3	11,8	12,7	11,0	11,2	10,0
- Sud	-4,0	5,4	9,8	78,9	74,2	74,0	31,8	34,0	31,3
- Ipermercati	-14,3	-9,5	5,6	9,1	14,4	12,8	3,1	3,9	3,4
- Supermercati	8,9	15,0	5,6	36,9	35,0	39,6	7,3	8,0	7,6
- Hard Discount	-20,3	-12,9	9,3	11,6	12,4	10,3	3,0	3,1	3,1
- Libero Servizio	-22,3	-13,1	11,8	14,1	11,3	9,2	1,7	1,5	1,5
- Tradizionali	9,9	25,2	13,9	19,8	19,2	21,9	3,1	3,1	3,0

Tab. 11.15 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
C. Fontina e Fontal									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-10,6	8,1	20,9	100,0	100,0	100,0	28,0	27,1	24,6
- Nord Est	-9,9	5,6	17,2	50,8	49,9	50,3	44,5	41,7	39,3
- Centro	-15,6	3,8	23,0	17,8	21,8	20,6	24,7	26,8	22,8
- Sud	-10,8	12,8	26,4	13,9	11,9	11,9	21,0	19,0	17,3
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-5,6	21,7	29,0	17,4	16,4	17,3	20,0	19,6	17,3
- Supermercati	-6,6	8,6	16,3	15,3	17,1	17,9	6,9	6,7	6,4
- Hard Discount	0,1	12,5	12,4	26,1	26,2	29,3	11,3	11,1	10,8
- Libero Servizio	-16,1	11,5	32,9	45,6	42,3	39,7	13,2	11,9	10,0
- Tradizionali	-11,1	12,0	26,0	5,7	6,8	6,8	2,1	2,0	2,0
	-16,5	-12,1	5,2	4,1	4,6	4,3	1,9	1,8	1,5
D. Montasio									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-6,3	4,7	11,8	100,0	100,0	100,0	11,8	10,9	10,8
- Nord Est	-2,6	6,5	9,4	19,1	17,3	18,0	13,5	11,8	11,6
- Centro	-6,3	5,3	12,4	74,7	77,6	77,6	31,2	30,7	31,1
- Sud	2,8	9,8	6,7	3,4	3,0	3,3	4,9	3,8	4,2
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-45,0	-31,6	24,3	2,6	2,1	1,3	2,2	2,1	1,5
- Supermercati	-15,8	-4,5	13,5	18,3	16,8	15,1	3,4	3,2	3,3
- Hard Discount	-0,5	11,7	12,2	42,1	45,6	48,4	5,2	5,1	5,2
- Libero Servizio	21,8	41,3	16,0	22,9	18,7	24,4	4,2	3,8	3,8
- Tradizionali	-49,6	-42,8	13,5	6,1	7,8	4,2	0,8	0,6	0,4
	-18,4	-10,7	9,4	6,8	6,8	6,0	0,8	0,8	0,6
E. Provolone									
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-1,7	9,8	11,7	100,0	100,0	100,0	53,7	52,3	53,2
- Nord Est	-4,5	5,1	10,0	13,7	15,8	15,4	46,3	45,3	46,3
- Centro	-1,1	12,0	13,3	7,8	8,7	8,8	40,7	39,6	40,0
- Sud	5,6	14,5	8,5	15,4	14,1	15,1	49,9	46,8	47,3
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-2,7	9,6	12,6	63,2	61,3	60,7	72,8	72,1	73,6
- Supermercati	-0,8	8,2	9,1	9,3	10,8	10,9	13,3	13,2	14,2
- Hard Discount	-4,2	7,7	12,4	37,8	38,1	37,2	26,3	24,3	25,6
- Libero Servizio	4,6	19,8	14,5	33,4	34,3	36,6	26,9	27,1	27,1
- Tradizionali	-9,2	0,7	10,9	9,2	7,6	7,1	5,2	4,4	4,3
	-13,3	-5,8	8,7	7,8	6,8	6,0	5,2	4,4	4,1

Tab. 11.15 - Continua

	Acquisiti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
F. Totale Buchi per area Nielsen:	-3,3	11,8	15,6	100,0	100,0	100,0	62,6	61,8	60,9
- Nord Ovest	-0,4	14,1	14,5	26,9	26,5	27,3	63,0	59,8	60,1
- Nord Est	-0,4	14,4	14,9	19,4	19,2	19,7	61,5	59,4	60,6
- Centro	-6,0	9,4	16,4	21,9	22,8	22,2	61,7	62,3	59,7
- Sud	-5,4	10,0	16,3	31,8	31,6	30,9	63,5	64,9	62,8
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-2,7	11,6	14,8	18,5	19,5	19,6	21,0	19,4	20,3
- Supermercati	-2,4	10,4	13,1	36,6	35,2	35,5	36,1	34,1	33,8
- Hard Discount	-1,7	20,1	22,2	34,7	34,6	35,1	27,5	27,4	27,8
- Libero Servizio	-18,2	-6,7	14,0	6,3	7,0	5,9	6,5	6,4	5,5
- Tradizionali	-7,2	1,3	9,2	2,9	2,7	2,6	4,6	4,1	3,2
G. Altri semiduri per area Nielsen:	-11,8	11,6	26,6	100,0	100,0	100,0	28,3	27,1	25,3
- Nord Ovest	-10,7	11,6	25,0	32,8	34,4	34,9	32,0	31,4	30,5
- Nord Est	-1,4	23,6	25,4	22,5	22,4	25,0	30,4	30,5	29,5
- Centro	-13,9	10,9	28,9	24,2	23,8	23,3	29,9	27,0	25,7
- Sud	-23,4	-4,0	25,3	20,5	19,4	16,9	21,9	20,7	17,1
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	1,7	17,4	15,5	13,5	14,1	16,2	6,9	6,3	6,4
- Supermercati	-5,0	15,1	21,2	20,4	22,3	24,0	10,6	10,7	10,5
- Hard Discount	-17,6	8,7	31,8	58,8	58,5	54,7	15,5	14,5	13,2
- Libero Servizio	-6,9	8,7	16,8	4,1	3,7	3,9	1,6	1,3	1,5
- Tradizionali	-41,5	-32,0	16,4	1,2	1,0	0,6	0,5	0,6	0,4

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea- Nielsen Panel Consumer Service.

Tab. 11.16 - Acquisti domestici di formaggi duri per area Nielsen e canale d'acquisto in Italia nel 2020-2022

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Totale formaggi duri per area Nielsen:	-0,2	8,3	8,6	100,0	100,0	100,0	95,3	95,7	96,1
- Nord Ovest	-2,0	5,9	8,0	27,3	27,4	26,9	96,7	96,5	97,1
- Nord Est	3,3	10,6	7,1	19,7	19,7	20,4	95,0	95,9	96,4
- Centro	0,8	10,0	9,1	22,4	22,4	22,7	96,3	96,4	96,4
- Sud	-1,7	7,7	9,6	30,6	30,4	30,0	93,5	94,1	94,6
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	2,7	9,8	6,9	20,3	20,1	20,7	45,9	45,8	47,0
- Supermercati	1,1	9,1	7,9	39,3	40,0	40,5	71,7	70,3	71,9
- Hard Discount	-1,1	10,3	11,5	24,8	24,7	24,5	52,7	54,0	55,1
- Libero Servizio	-9,0	2,2	12,2	7,8	7,6	6,9	15,8	14,6	14,4
- Tradizionali	-4,5	-0,5	4,1	4,6	4,5	4,3	18,7	18,1	16,7
A. Grana Padano per area Nielsen:	-2,9	6,9	10,2	100,0	100,0	100,0	78,0	77,7	78,0
- Nord Ovest	-3,6	4,0	7,9	26,7	27,2	27,0	79,7	78,9	78,6
- Nord Est	3,3	12,5	8,9	17,5	17,3	18,4	72,1	70,5	73,5
- Centro	-1,7	9,6	11,6	21,6	20,7	20,9	78,0	76,6	75,6
- Sud	-6,2	4,7	11,6	34,3	34,9	33,7	80,3	82,2	82,3
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	2,0	10,0	7,9	18,9	19,0	20,0	29,7	28,5	29,9
- Supermercati	-2,8	7,8	10,9	39,0	40,0	40,1	49,9	48,3	48,8
- Hard Discount	-2,3	8,2	10,7	29,0	27,8	28,0	36,0	36,4	37,4
- Libero Servizio	-15,4	-3,7	13,7	7,6	8,2	7,1	9,6	8,9	8,0
- Tradizionali	-7,4	-2,6	5,1	3,7	3,2	3,1	7,7	6,6	5,9
B. Parmigiano Reggiano per area Nielsen:	3,8	6,9	3,0	100,0	100,0	100,0	72,9	68,3	70,3
- Nord Ovest	3,5	5,8	2,2	25,4	25,5	25,4	70,8	67,4	69,4
- Nord Est	5,7	8,7	2,8	21,9	22,9	23,4	73,2	66,7	68,2
- Centro	7,6	10,2	2,5	25,4	25,1	26,0	79,2	74,6	75,5
- Sud	-1,1	3,2	4,3	27,3	26,5	25,2	69,8	65,3	68,7
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	7,1	10,6	3,2	24,4	24,6	25,4	27,6	25,5	26,3
- Supermercati	2,3	5,3	2,9	46,1	46,6	45,9	44,6	40,9	41,8
- Hard Discount	6,5	11,5	4,8	14,4	14,4	14,8	25,4	23,7	26,1
- Libero Servizio	1,2	4,2	3,0	7,7	6,3	6,1	8,1	6,8	7,3
- Tradizionali	-2,7	-2,6	0,1	4,3	4,7	4,4	6,2	5,6	4,8

Tab. 11.16 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
C. Trentingrana				100,0	100,0	100,0	1,1	1,1	1,0
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	28,6	43,3	11,4	11,3	4,7	7,4	1,1	0,6	0,4
- Nord Est	-14,6	-11,7	3,4	88,0	83,7	86,8	4,1	3,3	3,6
- Centro	-55,2	-31,5	52,8	n.d.	9,8	5,3	n.d.	0,7	0,7
- Sud	-80,0	-76,4	18,1	0,4	1,7	0,4	0,0	0,3	0,1
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-25,4	-17,0	11,3	17,7	21,4	19,3	0,4	0,3	0,4
- Supermercati	-27,3	-22,9	6,0	57,6	54,6	48,1	0,7	0,7	0,6
- Hard Discount	200,0	99,4	-33,5	n.d.	0,3	1,2	n.d.	0,0	0,0
- Libero Servizio	31,0	34,5	2,6	15,2	19,7	31,3	0,1	0,1	0,1
- Tradizionali	-100,0	-97,1	n.d.	9,5	4,1	0,0	0,0	0,0	0,0
D. Altri Grana	1,5	12,0	10,3	100,0	100,0	100,0	47,4	50,9	50,9
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-4,9	7,1	12,6	33,6	30,7	28,8	57,6	57,9	57,8
- Nord Est	2,0	11,6	9,4	16,1	15,9	15,9	37,6	41,8	42,6
- Centro	-3,4	6,0	9,8	15,5	19,3	18,4	39,3	44,9	44,6
- Sud	10,0	21,1	10,1	34,8	34,1	36,9	50,7	51,9	54,7
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-8,6	1,4	10,9	20,7	20,0	18,0	15,8	16,2	15,9
- Supermercati	11,0	20,8	8,8	38,7	38,9	42,6	25,4	26,1	28,0
- Hard Discount	-2,4	11,1	13,8	27,6	26,2	25,2	15,7	18,1	20,1
- Libero Servizio	-4,0	8,5	13,0	8,1	8,9	8,4	4,5	4,5	4,7
- Tradizionali	2,2	5,9	3,6	3,2	3,6	3,6	2,8	3,1	3,2
E. Pecorino	-6,2	6,1	13,1	100,0	100,0	100,0	57,8	57,3	54,3
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-7,6	1,9	10,3	19,0	19,3	19,0	52,7	52,7	48,1
- Nord Est	-10,5	3,5	15,6	14,2	14,8	14,2	49,8	50,9	47,6
- Centro	-5,0	7,6	13,3	35,4	36,0	36,4	71,8	71,8	69,5
- Sud	-4,7	8,5	13,9	31,4	29,9	30,4	56,9	54,6	52,6
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-10,5	-0,1	11,7	18,0	18,8	17,9	18,1	18,5	17,3
- Supermercati	-3,2	9,6	13,3	36,6	36,5	37,6	32,4	31,9	30,7
- Hard Discount	-10,9	4,2	17,0	23,0	24,2	23,0	24,9	24,2	20,8
- Libero Servizio	-0,6	15,1	15,9	8,6	6,9	7,3	6,0	5,4	5,4
- Tradizionali	-4,3	2,1	6,6	7,6	7,4	7,6	7,7	6,6	6,3

Tab. 11.16 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
F. Altri duri per area Nielsen:	5,0	15,4	9,9	100,0	100,0	100,0	58,6	59,3	60,3
- Nord Ovest	0,5	11,6	11,0	34,8	35,4	33,9	67,0	66,4	67,7
- Nord Est	8,1	16,3	7,6	28,6	28,1	28,9	64,7	64,5	66,2
- Centro	11,5	23,3	10,6	13,9	14,0	14,9	51,6	52,3	52,8
- Sud	4,1	15,8	11,2	22,7	22,5	22,3	51,7	54,4	55,2
per canale d'acquisto:	19,0	27,5	7,2	18,9	17,7	20,1	19,1	18,9	19,9
- Ipermercati	5,4	14,0	8,1	32,3	34,2	34,4	31,8	32,0	33,4
- Supermercati	4,3	21,5	16,5	30,3	30,4	30,2	24,1	24,1	25,1
- Hard Discount	-1,62	-5,3	13,0	7,6	7,3	5,8	5,3	4,9	4,7
- Libero Servizio	-5,4	0,6	6,4	5,6	5,5	5,0	6,3	6,2	5,5
- Tradizionali									

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea- Nielsen Panel Consumer Service.

mentre il per *Grana Padano* si inverte la tendenza alla crescita negli acquisti degli ultimi anni che nel 2022 calano di 2,9 punti percentuali. Anche per questo prodotto, però, i prezzi salgono di oltre il 10%.

Il *Pecorino* fa registrare una diminuzione negli acquisti in tutte le aree con il Nord Est in testa, -10,5%, seguito dal Nord Ovest, -7,6%.

Considerando gli acquisti ripartiti in base ai canali di commercializzazione, i supermercati continuano a detenere le quote più elevate in volume per tutti i prodotti, anche se in alcuni casi i valori scendono rispetto al 2021. È il caso, ad esempio, del *Parmigiano Reggiano* per il quale la quota dei supermercati passa dal 46,6% del 2021 al 45,9% del 2022.

11.2.5.5. *Gli industriali*

I formaggi *industriali* (tab. 11.17) rappresentano una categoria dove l'innovazione di prodotto, dalle caratteristiche organolettiche alle modalità d'uso e al packaging, risulta particolarmente importante per soddisfare rapidamente i bisogni del consumatore. Ciò permette ad alcune tipologie di formaggi *industriali* di ampliare rapidamente le vendite, qualora il prodotto sia veramente apprezzato sul mercato. Conseguentemente si registrano elevate variazioni negli acquisti in base al format distributivo e l'area geografica.

È questo sicuramente il caso dei formaggi *fusi a fette*, che complessivamente crescono dell'1,8% su base annua, con un rialzo del 3,7% nel Sud e del 3,9% presso i discount. Anche i *fantasia*, che nel complesso vedono gli acquisti crescere del 3,6%, incrementano dell'11,7% nel Centro mentre perdono l'1,8% nel Sud; a livello di distribuzione sono significativi gli aumenti delle vendite nei discount e negli ipermercati.

I formaggi *industriali*, dato anche il loro valore medio al consumo che può essere davvero basso se confrontato con le altre categorie di formaggi viste fino ad ora, trovano particolare spazio nei discount. Alcune categorie mostrano infatti un aumento delle vendite in volume in questa annata di forti rincari e inflazione generale.

Complessivamente gli acquisti risultano più concentrati nelle regioni del Sud con il 37,4%, seguite da quelle del Nord Ovest, con un peso del 23,7% e dal Centro, 21,5%.

Ritornando alle singole tipologie, il peso delle varie aree geografiche si mantiene grossomodo in linea con quelle della categoria, ad eccezione dei *fantasia*, dove gli acquisti si focalizzano nel Nord Ovest e nel Centro, e dei *panati*, più diffusi nel Nord Ovest.

Tab. 11.17 - Acquisti domestici di formaggi industriali per area Nielsen e canale d'acquisto in Italia nel 2020-2022

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Totale formaggi industriali	0,0	10,3	10,3	100,0	100,0	100,0	93,8	93,7	93,4
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-1,1	9,6	10,8	23,5	23,9	23,7	92,3	92,3	91,8
- Nord Est	3,8	13,6	9,4	16,5	16,8	17,4	92,1	93,3	92,6
- Centro	0,1	10,1	10,0	22,4	21,5	21,5	94,7	94,1	93,0
- Sud	-1,1	9,4	10,6	37,6	37,8	37,4	95,8	95,2	95,8
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	0,9	10,0	9,0	19,1	19,0	19,2	44,0	42,8	44,2
- Supermercati	0,1	8,5	8,4	37,6	38,1	38,2	67,9	66,9	67,5
- Hard Discount	2,0	18,9	16,6	34,1	34,7	35,4	51,8	52,1	53,4
- Libero Servizio	-10,4	-1,4	10,1	6,4	6,1	5,4	14,9	13,6	13,0
- Tradizionali	-11,6	-5,8	6,5	2,0	1,5	1,3	9,4	7,8	6,5
A. Fantasia	3,6	13,9	10,0	100,0	100,0	100,0	44,7	49,9	51,8
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-1,3	11,9	13,4	28,3	28,5	27,2	46,9	52,6	53,0
- Nord Est	6,4	12,7	5,9	22,5	22,6	23,2	52,6	55,0	58,4
- Centro	11,7	20,2	7,6	28,1	24,9	26,8	47,4	54,0	56,3
- Sud	-1,8	10,5	12,5	21,1	24,0	22,8	34,9	40,4	42,7
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	5,8	11,6	5,5	19,2	18,9	19,3	13,9	15,4	17,1
- Supermercati	5,7	11,6	5,6	28,6	28,8	29,4	19,3	22,6	23,7
- Hard Discount	6,1	26,9	19,6	43,7	45,3	46,4	22,6	26,1	28,1
- Libero Servizio	-32,4	-28,4	6,0	4,1	4,1	2,7	2,3	2,5	2,3
- Tradizionali	-1,4	4,7	6,2	1,1	0,8	0,7	1,3	1,3	1,1
B. Fusi a fette	1,8	11,9	10,0	100,0	100,0	100,0	69,3	68,1	67,2
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	1,4	11,4	9,9	25,5	25,2	25,1	65,0	63,3	61,4
- Nord Est	2,5	14,9	12,1	19,4	19,3	19,4	66,8	67,6	67,5
- Centro	-1,5	8,1	9,7	21,3	20,8	20,2	67,8	66,3	64,2
- Sud	3,7	13,0	8,9	33,8	34,7	35,4	76,4	74,4	75,1
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-1,9	6,7	8,7	20,3	20,7	20,0	25,0	23,8	24,1
- Supermercati	2,7	10,3	7,5	38,1	39,1	39,5	42,8	40,7	40,3
- Hard Discount	3,9	23,1	18,4	32,8	32,2	32,9	29,6	29,4	28,2
- Libero Servizio	-3,1	1,4	4,7	6,7	6,2	5,9	8,4	7,1	6,7
- Tradizionali	2,2	8,3	6,0	1,7	1,5	1,5	4,1	3,3	2,9

Tab. 11.17 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
C. Fusi a porzioni per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-2,5	8,2	10,9	100,0	100,0	100,0	36,6	34,9	35,0
- Nord Est	-4,6	1,7	6,6	20,4	20,8	20,4	29,6	28,3	27,5
- Centro	1,1	9,6	8,5	15,8	15,8	16,4	31,0	29,0	31,8
- Sud	-5,8	5,2	11,6	24,6	24,0	23,2	38,2	35,5	34,2
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-0,7	12,9	13,7	39,2	39,3	40,0	46,1	44,8	45,3
- Supermercati	1,7	11,2	9,4	18,7	17,2	18,0	11,1	9,7	10,2
- Hard Discount	1,4	10,7	9,2	40,9	40,2	41,8	20,6	19,5	20,1
- Libero Servizio	-8,7	-0,7	8,9	29,4	31,9	29,9	12,5	13,1	11,9
- Tradizionali	-0,5	16,9	17,5	7,9	8,2	8,3	4,1	3,9	3,6
	-16,2	-7,8	9,9	2,6	1,8	1,5	2,3	1,5	1,4
D. Paste filate per area Nielsen:									
- Nord Ovest	-6,6	7,8	15,4	100,0	100,0	100,0	43,7	40,6	39,3
- Nord Est	-2,3	13,1	15,7	16,0	15,9	16,6	37,9	33,9	34,4
- Centro	6,2	20,7	13,6	7,1	7,1	8,1	28,3	27,4	25,6
- Sud	-4,6	10,8	16,1	17,3	15,9	16,3	42,5	36,7	36,3
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	-9,6	3,7	14,8	59,7	61,0	59,1	61,0	59,3	55,8
- Supermercati	-4,8	6,0	11,3	14,7	15,1	15,4	14,1	12,6	12,8
- Hard Discount	-7,9	6,3	15,5	40,8	42,3	41,7	25,1	23,1	22,3
- Libero Servizio	-0,7	19,2	20,1	33,9	31,9	34,0	15,7	13,9	13,4
- Tradizionali	-19,6	-2,9	20,7	7,6	8,3	7,2	4,5	4,0	3,7
	-33,7	-27,7	9,1	2,6	2,0	1,4	2,0	1,7	1,3
E. Spalmabili per area Nielsen:									
- Nord Ovest	0,4	8,8	8,4	100,0	100,0	100,0	76,1	75,8	75,4
- Nord Est	-2,8	6,5	9,6	24,8	25,5	24,7	74,4	73,0	72,2
- Centro	3,5	12,1	8,4	16,7	16,8	17,3	71,1	71,5	71,7
- Sud	-1,5	7,5	9,2	23,8	23,0	22,6	76,9	75,8	74,4
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	2,5	9,8	7,2	34,7	34,7	35,4	80,6	81,5	81,8
- Supermercati	2,8	12,1	9,0	20,7	19,8	20,3	29,7	28,8	29,0
- Hard Discount	0,0	6,5	6,5	37,7	38,6	38,4	46,9	46,5	46,8
- Libero Servizio	0,9	13,4	12,4	33,0	34,5	34,7	34,9	34,1	34,1
- Tradizionali	-5,0	3,8	9,3	6,0	5,3	5,0	9,2	8,4	8,1
	-10,0	-3,8	6,9	2,1	1,5	1,4	5,0	3,8	3,4

Tab. 11.17 - Continua

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
F. Panafi	7,7	16,8	8,5	100,0	100,0	100,0	4,7	5,4	5,7
per area Nielsen:									
- Nord Ovest	22,0	29,4	6,0	28,9	25,3	28,6	4,7	5,1	5,6
- Nord Est	7,5	16,4	8,3	23,5	22,9	22,8	5,6	5,8	5,8
- Centro	-15,2	-9,3	7,0	27,4	29,1	22,9	5,4	5,8	6,2
- Sud	21,4	34,7	11,0	20,0	22,7	25,6	3,7	5,1	5,3
per canale d'acquisto:									
- Ipermercati	36,8	38,3	1,1	22,8	24,4	31,0	1,3	1,8	2,1
- Supermercati	5,5	14,6	8,7	60,5	59,9	58,6	3,2	3,1	3,6
- Hard Discount	-24,5	15,6	53,1	8,9	7,0	4,9	0,5	0,4	0,3
- Libero Servizio	-24,0	-22,2	2,4	6,8	7,1	5,0	0,3	0,5	0,4
- Tradizionali	-60,0	-74,5	-36,3	0,6	1,4	0,5	0,1	0,2	0,1

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea- Nielsen Panel Consumer Service.

11.2.6. I gelati

Complessivamente, nel 2022, gli acquisti di gelati hanno registrato una crescita del 3,8% rispetto all'anno precedente, probabilmente favoriti dall'ondata di caldo eccezionale che ha colpito la Penisola (tab. 11.18). In termini di valore, il comparto ha registrato una crescita del 16,9%, con il prezzo medio in rialzo di 12,6 punti percentuali.

Esaminando le aree Nielsen, notiamo che il Nord Ovest e il Nord Est hanno registrato un aumento significativo negli acquisti di gelati nel 2022 rispetto all'anno precedente, con variazioni percentuali del 9,9% e dell'8,8% rispettivamente. Di contro, le regioni del Centro e del Sud hanno registrato una lieve diminuzione degli acquisti nel 2022 su base tendenziale; è interessante notare che, nonostante la diminuzione, il Centro e il Sud hanno ancora una quota di acquisti in volume significativa, rispettivamente del 22,2% e del 27,8% del totale Italia.

Quello dei Supermercati, con una quota del 39,5%, resta il principale canale per l'acquisto di gelati, seguono i Discount con una quota pari al 33% e gli Ipermercati, +19,9% che negli ultimi anni hanno perso una significativa quota di acquisti in volume, a vantaggio dei primi due canali. Da sottolineare che, come già emerso per altri prodotti analizzati, è proprio nel canale Discount che si registra l'aumento di prezzi più significativo, +14,1%.

Rispetto al periodo della pandemia, quando si registravano incrementi di oltre il 20%, i negozi Tradizionali registrano aumenti degli acquisti in volume molto più contenuti, +2,9%.

11.3. I lattiero-caseari biologici

Nella GDO gli acquisti di lattiero-caseari biologici hanno ancora un peso abbastanza marginale sui volumi totali. Nel 2022 si osserva una forte crescita della spesa per quanto riguarda il latte e i formaggi industriali, un aumento abbastanza modesto per i formaggi freschi, mentre sono in contrazione le altre categorie (tabb. 11.19 e 11.20).

Nel caso del latte *UHT* il biologico rappresenta lo 0,9% dei volumi totali acquistati, mentre per il latte *fresco*, il biologico incide per il 6,9% del totale. Gli acquisti in volumi di yogurt biologico calano del 2,7% in valore e di ben dieci punti percentuali in quantità.

Tab. 11.18 - Acquisti domestici di gelati per area Nielsen e canale d'acquisto in Italia nel 2020-2022

	Acquisti var. % 22/21			Quota % acquisti in volume su totale Italia			% acquirenti su totale (indice di penetrazione)		
	Volume	Valore	Prezzo	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Totale gelati per area Nielsen:	3,8	16,9	12,6	100,0	100,0	100,0	86,7	86,9	87,8
- Nord Ovest	9,9	20,9	10,0	28,2	27,7	29,4	85,8	86,0	88,1
- Nord Est	8,8	19,6	10,0	20,3	19,7	20,7	87,1	86,3	87,2
- Centro	-1,4	13,5	15,2	22,9	23,3	22,2	87,0	88,4	88,1
- Sud	-1,2	13,8	15,2	28,6	29,2	27,8	86,9	87,1	87,5
per canale d'acquisto:	5,8	18,6	12,1	20,3	19,5	19,9	34,8	34,9	35,0
- Ipermercati	2,9	15,9	12,6	39,9	39,8	39,5	58,1	58,5	59,2
- Supermercati	5,4	20,2	14,1	31,0	32,5	33,0	41,9	42,8	44,1
- Hard Discount	-0,6	11,3	11,9	7,0	6,6	6,3	12,2	10,9	10,0
- Libero Servizio	2,9	11,9	8,8	1,2	1,1	1,0	6,0	5,5	5,0
- Tradizionali									

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea- Nielsen Panel Consumer Service.

Tab. 11.19 - *Variazione su base annuale degli acquisti di lattiero-caseari biologici in quantità e valore nel 2021 e nel 2022*

	<i>Variazione % degli acquisti 2022/21</i>		<i>Variazione % degli acquisti 2021/20</i>	
	<i>Quantità</i>	<i>Valore</i>	<i>Quantità</i>	<i>Valore</i>
- Latte UHT	0,3	14,4	17,5	5,8
- Latte fresco	0,1	7,8	9,2	9,4
- Yogurt	-10,1	-2,7	6,5	5,3
- Formaggi freschi	2,9	4,7	1,5	-2,6
- Formaggi a pasta molle	-10,8	-3,8	-21,8	-20,3
- Formaggi a pasta semidura	-8,7	-4,2	-17,5	-23,1
- Formaggi a pasta dura	-7,1	-3,0	-1,7	-3,4
- Formaggi industriali	7,2	11,2	19,6	16,5

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Market Track.

Tab. 11.20 - *Quota degli acquisti di prodotti biologici sul totale di categoria in Italia nel 2020, 2021 e nel 2022*

	<i>Acquisti in volume %</i>			<i>Acquisti in valore %</i>		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
- Latte UHT	0,75	0,87	0,90	1,06	1,11	1,13
- Latte fresco	6,46	6,84	6,87	7,53	7,93	7,85
- Yogurt	2,67	2,75	2,52	3,94	3,92	3,56
- Formaggi freschi	0,57	0,59	0,63	0,82	0,81	0,77
- Formaggi a pasta molle	0,74	0,56	0,52	0,95	0,76	0,66
- Formaggi a pasta semidura	0,13	0,11	0,10	0,18	0,14	0,11
- Formaggi a pasta dura	0,41	0,38	0,35	0,67	0,62	0,54
- Formaggi industriali	0,71	0,84	0,89	0,89	1,02	1,01

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Market Track.

12. LA DINAMICA DEI PREZZI DEI PRODOTTI LUNGO LA FILIERA LATTIERO-CASEARIA*

Di seguito si prende in esame l'andamento dei prezzi nei tre diversi stadi – allevamento, industria lattiero-casearia e distribuzione al dettaglio – della filiera del latte sulla base di dati di fonte Ismea, Istat, Camere di Commercio di Lodi, Milano, Novara e Verona, e come nel precedente capitolo 11, Ismea-Nielsen Consumer Panel Service; infine per l'approfondimento sui prodotti biologici, Nielsen Market Track.

12.1. I prezzi dall'origine al consumo

12.1.1. I prezzi in agricoltura

Tra il 2011 e il 2022, l'andamento in Italia dell'indice Ismea dei prezzi all'origine per il settore agricolo¹, con base 2010 =100, alterna fasi di crescita e di flessione, che generano una fluttuazione media² pari all'11,4% (fig. 12.1). Complessivamente l'indice, base 2010, evidenzia un trend rialzista con un tasso di crescita medio annuo del 3,6%.

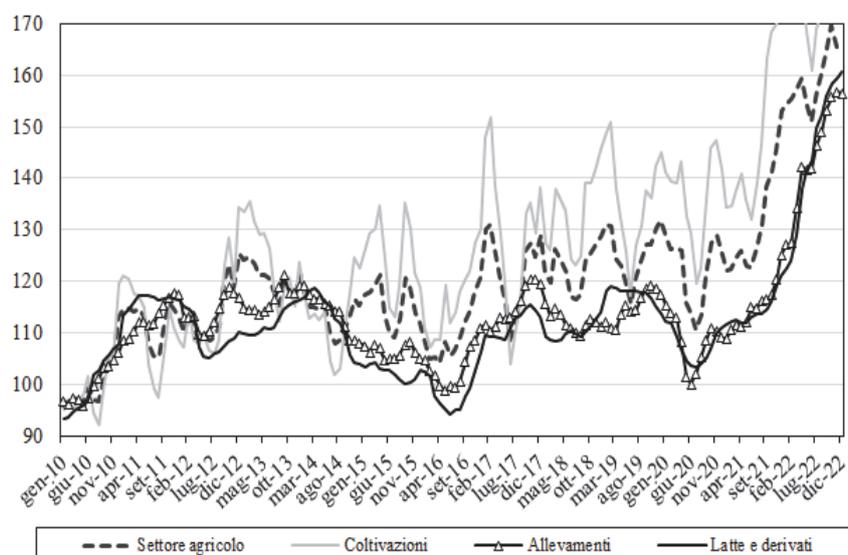
Il quinquennio 2011-2015 è un periodo di crescita: il valore medio annuo

* Si ringrazia Ismea per aver messo a disposizione i dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service e Nielsen Market Track, consentendo la realizzazione di questo capitolo.

1. Le caratteristiche di questo indice e delle sue principali componenti sono illustrate nel paragrafo 15.2.1 di questo Rapporto del 2006.

2. Indicatore calcolato come rapporto tra la deviazione standard e la media aritmetica di tutti i valori medi mensili del periodo 2010–2022.

Fig. 12.1 - Indice Ismea dei prezzi mensili all'origine del settore agricolo (2010=100): gennaio 2010-dicembre 2022



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea.

dell'indice passa da 112,0 a 115,6, con alcuni picchi superiore a 120 tra settembre 2012 e giugno 2013. Il 2016 segna una battuta d'arresto già da gennaio (108,0) per poi toccare il minimo per tutto il periodo considerato ad aprile con il valore di 104,16. Il 2017 è un anno di ripresa che si attesta su un valore medio di 122,2, valore che si consolida poi nel 2018 (122,5), se pur con qualche variazione al ribasso nei mesi estivi, come di consuetudine.

Il 2019 apre con l'indice a 130,8, in linea con il precedente massimo del febbraio 2017 (130,9); segue la consueta fase di ribasso, che si arresta a giugno a quota 115,7, ma, già a settembre, con un valore di 127,9 punti recupera buona parte della flessione che ha interessato la prima metà dell'anno. Il trend positivo prosegue fino a fine anno a quota 131,7; in media il 2019 chiude con un incremento del 2,4% sull'anno precedente. Il 2020 inizia con una decisa flessione, fino a raggiungere a luglio un valore di 110,5; segue una rapida ripresa che in quattro mesi riporta il valore dell'indice a 129,1 e quindi una nuova flessione negli ultimi due mesi dell'anno, che chiude con un valore medio di 122,0, in perdita su base annua di 2,8 punti percentuali, compensando interamente l'incremento del 2019. Nel 2021 si possono osservare moderate flessioni nei primi 6 mesi dell'anno, per poi registrare un incremento sostanziale da luglio a dicembre, quando tocca quota 153,2 con un incremento

sull'anno precedente di 7,7 punti percentuali. Il 2022, infine, è l'anno in cui si registrano i più elevati incrementi dell'indice: partendo da gennaio con un valore di 154,3 sale fino al massimo per tutto il periodo considerato di ottobre (169,7). Anche il valore medio annuo è il più alto registrato dal 2011 (159,6) in incremento tra l'altro di 21,4 punti percentuali rispetto all'anno precedente.

La componente *Coltivazioni* sembra essere quella con la maggiore influenza sull'andamento generale dei prezzi del comparto agricolo. Infatti, la sua fluttuazione media è del 16,2%, mentre quella delle componenti *Allevamenti* e *Latte e derivati* si fermano rispettivamente al 9,7% e al 10,7%.

L'indice delle *Coltivazioni* tra il 2011 e il 2022 evidenzia un tasso di crescita medio annuo del 4,7%. Dopo un periodo iniziale di crescita costante, in cui però si registra il minimo assoluto del periodo (97,4 punti ad agosto 2011), si osserva l'alternarsi di fasi di crescita e di flessione. Nel febbraio 2013 raggiunge il suo primo massimo a 135,7. Il 2014 registra un calo su base annua del 9,4%, completamente riassorbito l'anno dopo, quando segna dieci punti e mezzo percentuali di crescita. Il 2016 è un'annata particolare: registra una contrazione su base annua del 6,5%, ma, come precedentemente evidenziato per l'indice del *Settore agricolo*, nel secondo semestre i valori sono in forte rialzo, dai 112,0 di giugno ai 130,3 a fine anno (+16,3%); la crescita prosegue poi fino al massimo assoluto di 151,8 punti di febbraio 2017. Tuttavia, nei quattro mesi successivi si assiste ad un drastico crollo, che riporta l'indice poco sotto i 104 punti (-31,5%), ma negli ultimi mesi dell'anno recupera nuovamente fino a 138,2 punti di dicembre; l'anno seguente il valore medio dell'indice recupera circa altri 3 punti percentuali.

Complessivamente, il primo semestre del 2019 presenta un andamento piuttosto speculare a quello del *Settore agricolo*: all'inizio dell'anno l'indice si aggira su livelli piuttosto alti, 148,7 a gennaio e 150,8 a febbraio, mentre a giugno precipita a 117,3. Il secondo semestre registra un progressivo rialzo fino a 145,2 a dicembre, recuperando quindi 23,7 punti percentuali rispetto al giugno precedente. Il 2020 appare caratterizzato, invece, da un andamento altalenante: scende da 148,8 a gennaio a 117,2 a giugno per poi tornare ai livelli di inizio anno e complessivamente chiudere a +0,3% rispetto al 2019. L'anno 2021, invece, registra lievi flessioni nel primo semestre e poi un forte incremento dell'indice nel secondo semestre, passando da 139 di luglio a 179 di dicembre, con un aumento medio annuo di 8,8 punti percentuali rispetto all'anno precedente. Anche in questo caso il 2022 è l'anno della forte ripresa, a partire da gennaio con valore di 180,1, per raggiungere poi il picco massimo per tutto il periodo considerato ad ottobre (185,3), in incremento del 18,2% rispetto all'anno precedente.

Per quanto riguarda gli andamenti degli indici Ismea dei prezzi all'origine

di *Allevamenti* e di *Latte e derivati* si riscontrano sia caratteristiche simili sia delle peculiarità.

All'inizio della nuova decade l'indice degli *Allevamenti* cresce in modo contenuto, ma poi va incontro ad un triennio negativo, in cui il suo valore medio passa dal 113,9 del 2014 al 103,2 del 2016. Invece, l'indice di *Latte e derivati* registra una flessione su base annua del 6,2% nel 2012, resta stabile nei due anni successivi e poi cala ulteriormente nel 2015 e 2016 rispettivamente del 9,2% e del 3,5%. Nonostante ciò, dopo i minimi relativi raggiunti tra maggio e giugno 2016, i due indici iniziano ad avere andamenti simili: entrambi vedono una fase di ripresa che prosegue fino ad ottobre 2017, quando quello degli *Allevamenti* si posiziona poco sopra 120 punti, mentre quello di *Latte e derivati* si ferma a 115,5 punti.

Negli undici mesi che seguono entrambi gli indicatori evidenziano nuovamente un trend negativo, che li porta a posizionarsi qualche decimo di punto sopra quota 110, a settembre 2018; poi, nel 2019, mentre il valore medio dell'indice relativo agli *Allevamenti* recupera su base annua 3 punti percentuali, quello di *Latte e derivati* cresce di 6,6 punti, raggiungendo a febbraio quota 119, stabilizzandosi su valori piuttosto alti, tra 117 e 119, fino a settembre 2019, per poi iniziare a calare.

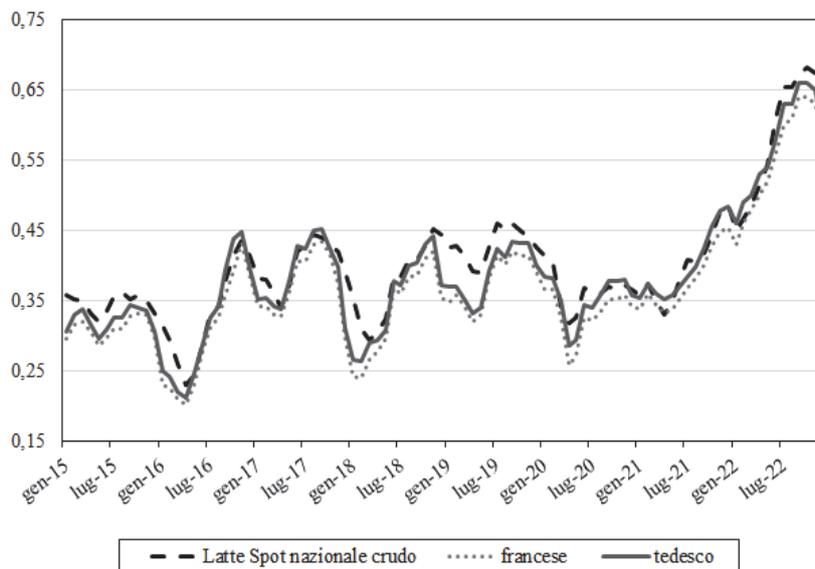
Nel corso del 2020 entrambe gli indici presentano un trend negativo; in particolare gli *Allevamenti* a maggio registrano un calo di 14,7 punti percentuali rispetto al dicembre precedente, attestandosi a 100,2, valore che non si registrava dal secondo semestre del 2016; inizia poi una rapida ripresa, così come per gli altri indici, per chiudere l'anno a 109,3; complessivamente questo indice perde su base annua, nel corso del 2020, sei punti percentuali. *Latte e derivati*, invece, scende di 8,6 punti percentuali, arrivando a 103,4, valore che non registrava dal novembre 2016. Nel 2021, l'incremento del secondo semestre è considerevole e raggiunge il picco massimo a dicembre, rispettivamente 125,1 per *Allevamenti* e 121,1 per *Latte e derivati*, il che si traduce in un incremento di 6,2 punti percentuali per il primo e 6,4 per il secondo.

Il 2022, infine, è anche in questo caso caratterizzato da forti incrementi: +25,5 punti percentuali per gli *Allevamenti* e +26,5 per *Latte e derivati*. I mesi di novembre e dicembre sono anche quelli in cui si registrano i picchi massimi per tutto il periodo considerato per entrambe gli indici: 156,6 per *Allevamenti* a novembre 2022 e 160,5 per *Latte e derivati* a dicembre 2022.

Tra il gennaio 2011 e il dicembre 2022 le componenti *Allevamenti* e *Latte e derivati* presentano una fluttuazione media, rispettivamente, del 9,4% e 10,6%, ed un tasso di crescita medio annuo pari a 2,5% e a 2,2%.

Una conferma della marcata variabilità dei prezzi all'origine di *Latte e de-*

Fig. 12.2 - Prezzi medi mensili del latte spot nazionale, francese e tedesco (€/kg “reso”) da gennaio 2015 a dicembre 2022



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati CCIAA di Lodi e Verona.

rivati si ricava anche analizzando l’andamento delle quotazioni mensili del latte spot nazionale ed estero (nel caso specifico francese e tedesco) posto in Italia. La serie storica dei valori medi mensili del prodotto nazionale è costruita come media aritmetica delle quotazioni settimanali rilevate sulle piazze di Lodi e Verona dalle rispettive CCIAA, mentre per lo spot del prodotto francese e tedesco si fa riferimento alle rilevazioni della CCIAA di Lodi (fig. 12.2).

Nel corso del 2019 le quotazioni del latte spot nazionale variano da 0,39 €/kg “reso” ad aprile fino a 0,46 €/kg “reso” di luglio e settembre. Complessivamente la media delle quotazioni del 2019 risulta superiore di 14,7 punti percentuali rispetto a quella dell’anno prima. Il 2020 invece si caratterizza per valori inferiori a 0,40 €/kg “reso” da marzo e per tutto il resto dell’anno, con un minimo di 0,32 €/kg “reso” ad aprile e un massimo di 0,37 €/kg “reso” pressoché costante da giugno a dicembre.

Il 2021 fa registrare un valore medio di 0,36 €/kg “reso” nel primo semestre e poi un’impennata da luglio a dicembre che chiude a 0,49 €/kg “reso”. Complessivamente il 2021 si chiude con un incremento di 9,4 punti percentuali rispetto all’anno precedente. Segue un 2022 in impennata: già a giugno

si raggiungono i 0,61 €/kg “reso” e si chiude l’anno a dicembre con 0,65 €/kg “reso”, toccando il picco massimo per il periodo considerato ad ottobre (0,68 €/kg “reso”).

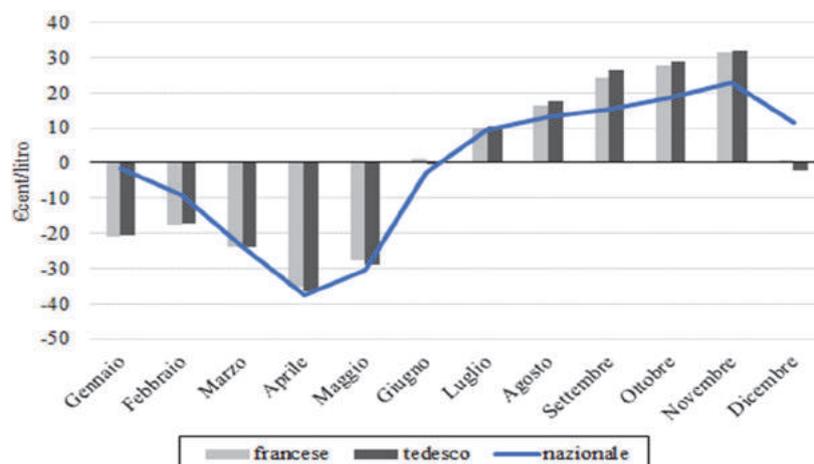
Contemporaneamente le quotazioni dello spot francese sulla piazza di Lodi registrano un valore medio di 0,38 €/kg “reso” nel corso del 2019 e, anche in questo caso, un brusco calo nel 2020 con un valore medio di 0,33 €/kg “reso” e un minimo di 0,26 €/kg “reso” ad aprile, per poi proseguire con una quotazione costante media di 0,34 €/kg “reso” nel secondo semestre dell’anno. Anche per lo spot francese il 2021, dopo un primo semestre stabile su valori simili a quelli del 2019, cresce considerevolmente nel secondo semestre raggiungendo il picco di 0,45 €/kg “reso” a fine anno. Il 2022, come per il prodotto nazionale, è un anno di forte crescita: l’incremento su base annua è pari al 46,5% e il prezzo raggiunge il suo livello massimo ad ottobre a 0,64 €/kg “reso”.

Sempre sulla piazza di Lodi le quotazioni del prodotto tedesco si attestano su un valore medio di 0,38 €/kg “reso” nel 2019 per poi crollare l’anno successivo a 0,35 €/kg “reso” con minimi di 0,29 €/kg “reso” nel periodo aprile-maggio e un ritorno al valore massimo di inizio anno di 0,38 €/kg “reso” tra settembre e novembre 2020. L’andamento del latte spot tedesco si rivela molto simile a quello dello spot nazionale e francese sia nel primo che nel secondo semestre del 2021, raggiungendo a dicembre il picco di 0,48 €/kg “reso” molto vicino a quello dello spot nazionale. L’andamento simile a quello dello spot nazionale e francese è confermato anche nel 2022, con incrementi su base annua del 44,4% e prezzo massimo ad ottobre di 0,66 €/kg “reso”.

I prezzi del latte spot francese sono sempre inferiori rispetto a quelli del prodotto nazionale, talora anche di 0,09 o addirittura di 0,11 €/kg “reso” a fine 2017; nel 2022 il prodotto francese tende ad avvicinarsi nel corso dell’anno allo spot nazionale, fino a raggiungere un valore medio annuo che differisce di soli 0,03 €/kg “reso” da quello nazionale; simile è anche l’andamento delle quotazioni dello spot tedesco, che sia nel 2021 che nel 2022 come media annua è quasi equivalente al nazionale.

La forte volatilità delle quotazioni del latte spot appare inversamente correlata con la stagionalità della produzione di latte (fig. 12.3). Più nel dettaglio, il tasso di fluttuazione medio del *latte spot nazionale* (22,5%) è inferiore rispetto a quello del latte *francese* e *tedesco*, 24,8% e 24,3% rispettivamente. Il prezzo del latte spot nel suo complesso appare caratterizzato da un andamento stagionale al ribasso nel periodo dicembre-maggio e al rialzo nei mesi da giugno a novembre.

Fig. 12.3 - Andamento a stagionalità costante dei prezzi del latte spot nazionale, francese e tedesco (€cent/kg “reso”)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati delle CCIAA di Lodi e Verona.

12.1.2. I prezzi nell'industria lattiero-casearia

Nel corso del 2022 l'indice Istat, base 2015, dei prezzi alla produzione del settore manifatturiero, si attesta a 149,4 e fa registrare un incremento del 34,3% rispetto all'anno precedente e in generale del 43,8% rispetto ai valori del 2017-2021, in cui l'indice si attestava mediamente sul 103,9 (tab. 12.1). L'indice dei prezzi dell'industria alimentare, che include alimenti, bevande e tabacco, sempre base 2015, nel 2022 si attesta al 120,8, in crescita del 13,8% sull'anno precedente e del 17,4% sul quinquennio 2017-2021.

Tab. 12.1 - Indice generale dei prezzi alla produzione dell'industria in Italia (2015=100) nel 2015-2022

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Var. % 2021/ 2020
Totale Industria	101,5	98,2	100,4	103,7	103,9	100,4	111,2	149,4	34,3
Industria alimentare, bevande e tabacco	100,0	99,6	101,3	101,7	102,2	103,2	106,1	120,8	13,8
Industria lattiero- casearia	100,0	98,7	102,9	103,3	104,6	103,2	104,8	120,6	15,1

Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

Non molto diverso da quanto appena visto per l'industria alimentare è l'andamento dell'indice Istat dei prezzi dell'industria lattiero-casearia: nel 2022 si attesta a quota 120,6, in crescita del 15,1% su base annua e del 16,2% sul quinquennio 2017-2021.

Per un'analisi più dettagliata degli andamenti nel comparto lattiero-caseario, ulteriori informazioni si ricavano dall'esame dei prezzi medi all'origine rilevati da Ismea, per alcune delle più significative produzioni nazionali (tab. 12.2).

Nel 2021 si registrano incrementi positivi rispetto all'anno precedente in particolar modo per Parmigiano Reggiano (+17,0%) e Grana Padano (+6,8%); non da meno il burro che segna un +43,5%. I prezzi degli altri principali prodotti rimangono pressoché costanti durante tutto l'anno su valori molto simili alla media dell'anno precedente. Nel 2022, invece, si rilevano considerevoli incrementi per tutti i prodotti: il Grana Padano con un valore medio di 8,57 €/kg registra un incremento pari al 16,2%, il Parmigiano Reggiano con un valore medio di 10,76 €/kg segna un +2,7%; tutti gli altri prodotti evidenziano incrementi superiori al 10,0% ed, infine, il burro in aumento del 54,4% raggiunge i 4,36 €/kg.

12.1.3. I prezzi al consumo

L'indice generale dei prezzi al consumo dell'Istat, base 2015, si caratterizza per un andamento quasi sempre positivo, costante e prolungato nel tempo: il tasso di crescita medio annuo per il periodo 2015-2022 si attesta al +1,6% e la fluttuazione media è del 4,1% (tab. 12.3 e fig. 12.4).

Analogo è anche il quadro dell'*industria alimentare e delle bevande analcoliche*: il tasso di crescita medio annuo, del periodo in esame, è superiore rispetto a quello dell'indice generale: +1,9%. La crescita su base annua invece ha registrato un incremento considerevole (+1,4%) nel 2020; nel 2021 invece registra una variazione positiva di soli 0,6 punti percentuali, per poi raggiungere il massimo livello di crescita nel 2022 (+9,1%). Peraltro, con una fluttuazione media del 4,8%, l'indicatore arriva a toccare il suo massimo pari a 122,2 a dicembre 2022, valore che raggiunge con una crescita graduale dall'inizio dell'anno in poi.

L'indice Istat dei prezzi mensili al consumo per l'intera collettività della sottocategoria *Formaggi e latticini* parte dal minimo di 99,7 del periodo giugno-ottobre 2016, per poi registrare continui incrementi negli anni successivi, fatta eccezione per il 2021, in cui la crescita media annua non va oltre i due decimi di punto percentuale; infine subisce un forte incremento nell'ultimo anno (+8,6%), registrando anche il massimo storico proprio a dicembre

Tab. 12.2 - Prezzi medi mensili all'origine di alcuni prodotti lattiero-caseari in Italia (€/kg): gennaio 2015-dicembre 2022

	Grana Padano 4/12 mesi	Parmigiano Reggiano 1 anno	Provola Valpadana maturo	Gorgonzola maturo dolce	Asiago pressato	Taleggio	Crescenza	Mozzarella 125 g	Burro
2015									
Gennaio	6,46	7,48	5,83	5,80	4,98	4,56	5,26	4,65	1,36
Febbraio	6,47	7,56	5,83	5,78	4,90	4,56	5,26	4,65	1,57
Marzo	6,47	7,61	5,83	5,68	4,82	4,56	5,26	4,65	1,82
Aprile	6,48	7,67	5,83	5,65	4,80	4,56	5,26	4,65	1,71
Maggio	6,49	7,70	5,83	5,63	4,76	4,56	5,26	4,65	1,52
Giugno	6,49	7,70	5,83	5,63	4,68	4,56	5,26	4,65	1,51
Luglio	6,48	7,65	5,83	5,63	4,60	4,56	5,26	4,65	1,48
Agosto	6,43	7,57	5,79	5,60	4,59	4,54	5,24	4,60	1,34
Settembre	6,41	7,56	5,75	5,58	4,53	4,51	5,19	4,55	1,30
Ottobre	6,40	7,56	5,75	5,58	4,52	4,51	5,19	4,55	1,44
Novembre	6,43	7,63	5,75	5,58	4,55	4,51	5,16	4,55	1,53
Dicembre	6,51	7,86	5,78	5,58	4,54	4,51	5,14	4,55	1,47
Media	6,46	7,63	5,80	5,64	4,69	4,54	5,23	4,61	1,50
2016									
Gennaio	6,60	8,07	5,79	5,57	4,58	4,51	5,14	4,55	1,40
Febbraio	6,62	8,24	5,75	5,40	4,46	4,48	5,05	4,48	1,22
Marzo	6,56	8,44	5,62	5,22	4,39	4,41	4,88	4,35	1,01
Aprile	6,45	8,48	5,53	5,18	4,34	4,29	4,79	4,3	0,98
Maggio	6,37	8,46	5,44	5,11	4,21	4,14	4,69	4,20	0,94
Giugno	6,30	8,38	5,31	5,01	4,22	3,99	4,55	4,07	1,27
Luglio	6,28	8,34	5,29	5,00	4,19	3,96	4,54	4,05	1,61
Agosto	6,28	8,40	5,29	5,00	4,25	3,96	4,54	4,05	1,76
Settembre	6,37	8,49	5,29	5,00	4,24	3,96	4,54	4,05	2,37
Ottobre	6,52	8,67	5,31	5,01	4,25	3,99	4,55	4,08	2,54
Novembre	6,74	8,94	5,43	5,23	4,40	4,10	4,61	4,20	2,72
Dicembre	7,14	9,46	5,53	5,29	4,41	4,20	4,67	4,32	2,77
Media	6,52	8,53	5,46	5,17	4,33	4,17	4,71	4,23	1,72

Tab. 12.2 – Continua

	Grana Padano 4/12 mesi	Parmigiano Reggiano 1 anno	Provolone Valpadana maturo	Gorgonzola maturo dolce	Asiago pressato	Taleggio	Crescenza	Mozzarella 125 g	Burro
2017									
Gennaio	7,29	9,81	5,29	5,30	4,45	4,24	4,69	4,35	2,72
Febbraio	7,27	9,88	5,29	5,38	4,41	4,24	4,69	4,35	2,45
Marzo	7,06	9,88	5,32	5,41	4,46	4,25	4,70	4,37	2,51
Aprile	6,79	9,78	5,36	5,43	4,44	4,26	4,71	4,40	2,75
Maggio	6,65	9,66	5,36	5,43	4,41	4,26	4,71	4,94	2,97
Giugno	6,72	9,67	5,36	5,43	4,44	4,26	4,71	5,03	3,83
Luglio	6,77	9,74	5,36	5,48	4,50	4,26	4,71	5,03	4,44
Agosto	6,77	9,73	5,36	5,48	4,52	4,26	4,71	5,03	4,57
Settembre	6,77	9,73	5,54	5,55	4,63	4,34	4,75	5,06	4,63
Ottobre	6,69	9,73	5,56	5,58	4,70	4,36	4,76	5,08	4,33
Novembre	6,52	9,74	5,56	5,58	4,74	4,36	4,76	5,08	3,20
Dicembre	6,42	9,78	5,56	5,58	4,75	4,36	4,76	5,08	2,69
Media	6,81	9,76	5,41	5,47	4,54	4,29	4,72	4,81	3,42
2018									
Gennaio	6,35	9,82	5,84	5,58	4,74	4,34	4,76	5,08	2,11
Febbraio	6,21	9,87	5,84	5,58	4,69	4,34	4,76	5,08	2,13
Marzo	6,11	9,92	5,82	5,56	4,63	4,32	4,74	5,06	2,54
Aprile	6,14	9,92	5,81	5,48	4,56	4,31	4,74	5,05	2,80
Maggio	6,23	9,92	5,81	5,45	4,57	4,31	4,74	5,05	3,41
Giugno	6,25	9,92	5,81	5,45	4,55	4,31	4,74	5,05	3,69
Luglio	6,17	9,92	5,81	5,45	4,55	4,31	4,74	5,05	3,27
Agosto	6,13	9,91	5,81	5,45	4,56	4,31	4,74	5,05	3,06
Settembre	6,26	9,95	5,81	5,45	4,58	4,31	4,74	5,04	3,13
Ottobre	6,52	10,06	5,81	5,48	4,60	4,39	4,74	5,03	2,63
Novembre	6,83	10,22	5,87	5,53	4,62	4,44	4,74	5,03	2,24
Dicembre	7,27	10,65	5,89	5,55	4,63	4,48	4,74	5,03	2,04
Media	6,37	10,01	5,83	5,50	4,61	4,35	4,74	5,05	2,75

Tab. 12.2 - Continua

	Grana Padano 4/12 mesi	Parmigiano Reggiano 1 anno	Provolone Valpadana maturo	Gorgonzola maturo dolce	Astiago pressato	Taleggio	Crescenza	Mozzarella 125 g	Burro
2019									
Gennaio	7,67	11,01	5,95	5,64	4,65	4,55	4,74	5,06	1,98
Febbraio	7,90	11,13	6,03	5,77	4,65	4,63	4,76	5,10	1,96
Marzo	7,95	11,15	6,04	5,78	n.d.	4,66	4,76	5,14	1,81
Aprile	7,95	11,15	6,04	5,78	n.d.	4,66	4,76	5,15	1,78
Maggio	7,95	11,15	6,04	5,82	n.d.	4,66	4,76	5,15	1,77
Giugno	8,00	11,15	6,05	5,83	n.d.	4,66	4,76	5,15	1,61
Luglio	8,02	11,15	6,09	5,83	n.d.	4,66	4,76	5,15	1,44
Agosto	8,02	11,15	6,09	5,83	n.d.	4,66	4,76	5,15	1,27
Settembre	8,02	11,10	6,09	5,83	n.d.	4,66	4,76	5,15	1,24
Ottobre	7,84	10,86	6,19	5,92	n.d.	4,75	4,76	5,15	1,25
Novembre	7,48	10,10	6,19	5,93	n.d.	4,76	4,78	5,19	1,27
Dicembre	7,23	9,66	6,19	5,93	n.d.	4,76	4,81	5,30	1,29
Media	7,84	10,90	6,08	5,82	n.d.	4,67	4,77	5,15	1,55
2020									
Gennaio	7,15	9,50	6,19	5,93	n.d.	4,76	4,81	5,46	1,29
Febbraio	7,15	9,07	6,19	5,93	n.d.	4,76	4,81	5,50	1,31
Marzo	6,98	8,41	6,17	5,98	n.d.	4,76	4,93	5,83	1,25
Aprile	6,77	8,39	6,19	5,93	n.d.	4,76	4,75	5,50	0,91
Maggio	6,46	8,14	6,19	5,93	n.d.	4,74	4,81	5,50	0,69
Giugno	6,17	7,68	6,19	5,90	n.d.	4,74	4,81	5,50	0,97
Luglio	6,16	7,66	6,19	5,93	n.d.	4,74	4,81	5,50	1,10
Agosto	6,16	7,91	6,19	5,93	n.d.	4,74	4,81	5,50	1,15
Settembre	6,23	8,28	6,19	5,93	n.d.	4,74	4,81	5,44	1,19
Ottobre	6,49	9,03	6,19	5,93	n.d.	4,75	4,81	5,43	1,23
Novembre	7,12	9,98	6,19	5,93	n.d.	4,76	4,81	5,43	1,22
Dicembre	7,46	10,33	6,19	5,93	n.d.	4,76	4,81	5,43	1,18
Media	6,69	8,70	6,19	5,93	n.d.	4,75	4,82	5,50	1,12

Tab. 12.2 - Continua

	Grana Padano 4/12 mesi	Parmigiano Reggiano I anno	Provolone Valpadana maturo	Gorgonzola maturo dolce	Asiago pressato	Taleggio	Crescenza	Mozzarella 125 g	Burro
2021									
Gennaio	7,58	10,51	6,19	5,93	n.d.	4,76	4,81	5,43	1,19
Febbraio	7,57	10,52	6,19	5,93	n.d.	4,76	4,81	5,43	1,35
Marzo	7,41	10,52	6,19	5,93	n.d.	4,76	4,81	5,43	1,72
Aprile	7,16	10,52	6,19	5,93	n.d.	4,76	4,81	5,43	1,88
Maggio	7,05	10,44	6,19	5,93	n.d.	4,76	4,81	5,43	1,77
Giugno	7,06	10,41	6,19	5,93	n.d.	4,76	4,81	5,43	1,83
Luglio	7,07	10,42	6,19	5,93	n.d.	4,76	4,81	5,43	1,69
Agosto	7,07	10,46	6,19	5,93	n.d.	4,76	4,81	5,43	1,68
Settembre	7,07	10,46	6,19	5,93	n.d.	4,76	4,81	5,43	1,92
Ottobre	7,02	10,46	6,19	5,93	n.d.	4,69	4,81	5,51	2,43
Novembre	7,03	10,47	6,25	6,00	n.d.	4,71	4,85	5,79	3,11
Dicembre	7,12	10,49	6,35	6,03	n.d.	4,75	4,86	5,80	3,27
Media	7,18	10,47	6,20	5,94	n.d.	4,75	4,82	5,49	1,99
Gennaio	7,27	10,54	6,31	6,03	n.d.	4,78	5,01	5,80	3,64
Febbraio	7,40	10,56	6,41	6,12	n.d.	4,88	5,10	5,84	3,57
Marzo	7,65	10,61	6,47	6,19	n.d.	4,94	5,12	6,36	3,97
Aprile	8,27	10,72	6,71	6,39	n.d.	5,30	5,38	6,48	4,78
Maggio	8,87	10,81	6,86	6,51	n.d.	5,45	5,64	6,55	4,79
Giugno	8,90	10,83	6,87	6,65	n.d.	5,45	5,71	6,55	4,87
Luglio	8,90	10,84	6,91	6,69	n.d.	5,48	5,80	6,56	4,79
Agosto	8,91	10,84	7,09	6,78	n.d.	5,65	6,04	6,65	4,63
Settembre	8,97	10,84	7,46	7,10	n.d.	6,01	6,27	6,98	4,74
Ottobre	9,06	10,84	7,73	7,36	n.d.	6,28	6,54	7,71	4,73
Novembre	9,26	10,84	7,88	7,49	n.d.	6,38	6,61	7,75	4,23
Dicembre	9,43	10,84	7,94	7,55	n.d.	6,45	6,66	7,80	3,52
Media	8,57	10,76	7,05	6,74	n.d.	5,59	5,82	6,75	4,36
Var.% 2020/2019	-17,1	-25,3	1,7	1,8	-	1,6	1,1	6,3	-38,4
Var.% 2021/2020	6,8	17,0	0,3	0,2	-	0,0	0,1	-0,1	43,5
Var.% 2022/2021	16,2	2,7	12,1	11,8	-	14,9	17,2	18,6	54,4

Fonte: Ismea.

Tab. 12.3 - Indici Istat dei prezzi mensili al consumo per l'intera collettività in Italia (2015=100) da gennaio 2015 a dicembre 2022

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Media
<i>Indice generale</i>													
2015	99,3	99,7	99,8	100,0	100,1	100,3	100,2	100,4	100,0	100,2	99,8	99,8	100,0
2016	99,6	99,4	99,6	99,5	99,8	99,9	100,1	100,3	100,1	100,0	99,9	100,3	99,9
2017	100,6	101,0	101,0	101,4	101,2	101,1	101,2	101,5	101,2	101,0	100,8	101,2	101,1
2018	101,5	101,5	101,8	101,9	102,2	102,4	102,7	103,1	102,6	102,6	102,4	102,3	102,2
2019	102,4	102,5	102,8	103,0	103,0	103,1	103,1	103,5	102,9	102,8	102,6	102,8	102,9
2020	102,9	102,8	102,9	103,0	102,8	102,9	102,7	103,0	102,3	102,5	102,4	102,6	102,7
2021	103,3	103,4	103,7	104,1	104,1	104,2	104,7	105,1	104,9	105,6	106,2	106,6	104,7
2022	108,3	109,3	110,4	110,3	111,2	112,5	113,0	113,9	114,2	118,1	118,7	119,0	113,2
<i>Prodotti alimentari e bevande analcoliche</i>													
2015	99,7	100,4	100,2	100,1	100,2	100,3	99,2	99,2	99,9	100,3	100,6	100,3	100,0
2016	100,1	100,0	99,8	100,0	100,4	100,5	99,8	100,1	100,0	100,1	100,6	101,1	100,2
2017	102,4	103,8	102,6	102,2	102,3	101,5	100,7	100,9	101,4	102,2	102,5	102,6	102,1
2018	103,7	103,0	103,1	103,4	104,2	103,9	103,1	103,1	102,9	102,9	103,4	103,4	103,3
2019	104,4	104,8	104,2	103,8	104,6	104,2	103,9	104,0	103,6	103,7	104,2	104,2	104,1
2020	105,0	105,1	105,3	106,7	107,3	106,7	105,4	105,1	104,8	105,1	105,6	105,0	105,6
2021	105,7	105,5	105,5	106,2	106,5	106,1	105,5	105,9	106,0	106,3	107,2	108,0	106,2
2022	109,5	110,6	111,6	113,0	114,4	115,7	116,0	117,0	118,4	120,7	121,8	122,2	116,0
<i>Formaggi e latticini</i>													
2015	100,3	100,2	100,2	100,2	100,1	100,1	100,0	100,0	99,9	99,8	99,8	99,8	100,0
2016	99,8	99,8	99,8	99,8	99,8	99,7	99,7	99,7	99,7	99,7	99,9	99,9	99,8
2017	100,0	100,3	100,5	100,7	100,7	100,8	100,9	100,9	101,0	101,1	101,3	101,4	100,8
2018	102,4	101,9	101,9	102,7	102,6	102,5	102,4	102,6	102,3	102,2	102,3	102,2	102,3
2019	102,8	103,1	103,2	103,3	103,6	103,8	103,9	104,2	104,3	104,1	104,1	103,8	103,7
2020	104,7	104,4	105,3	105,7	105,9	105,3	105,2	105,1	104,7	104,4	104,5	104,1	104,9
2021	104,7	104,4	104,9	105,1	104,8	105,1	105,3	105,3	105,3	105,1	105,2	105,4	105,1
2022	106,4	106,8	107,6	108,4	110,2	112,5	114,7	116,6	118,4	120,7	122,8	123,7	114,1

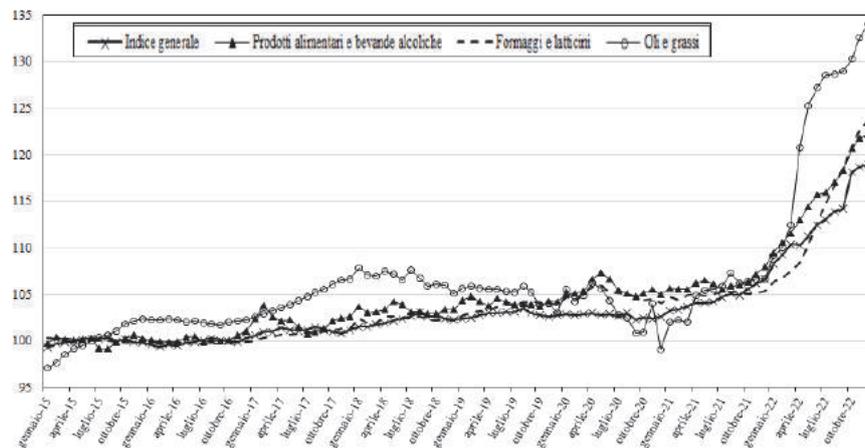
Tab. 12.3 - *Continua*

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Media
2015	97,1	97,7	97,1	98,1	99,1	100,0	101,1	100,6	103,1	100,6	105,1	102,4	99,9
2016	102,3	102,3	102,3	102,3	102,3	100,4	102,3	101,1	102,3	101,8	102,3	102,3	102,0
2017	102,6	102,9	102,6	103,6	102,6	100,6	102,6	101,8	102,6	105,2	102,6	106,7	103,2
2018	107,8	107,1	107,8	107,5	107,8	101,1	107,8	102,2	107,8	106,8	107,8	105,1	106,3
2019	105,7	105,9	105,7	105,6	105,7	101,8	105,7	102,4	105,7	105,9	105,7	103,0	104,9
2020	105,5	104,2	104,9	106,2	105,7	102,2	102,8	102,3	100,8	102,5	104,0	99,1	103,7
2021	102,0	102,3	102,0	104,9	105,4	102,4	105,9	102,3	106,2	107,3	106,7	106,6	104,5
2022	109,2	110,0	112,4	120,8	125,3	102,3	128,6	102,4	129,0	128,7	132,6	134,0	119,5

Oli e grassi

Fonte: Elaborazione OMPZ su dati Istat

Fig. 12.4 - Indici Istat dei prezzi mensili al consumo per l'intera collettività in Italia (2015=100) da gennaio 2015 a dicembre 2022



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Istat.

2022 (123,7). In generale l'aggregato *Formaggi e latticini*, con un tasso di crescita medio annuo pari a 1,7% e una fluttuazione del 4,7%, presenta un andamento piuttosto simile a quello dell'indice generale.

Il comparto *Oli e grassi*, che comprende anche il burro, evidenzia, invece, variazioni su base annua ben diverse: fino al 2021 registra un incremento massimo del +3,9% nel 2015 e valori superiori al 2% dal 2016 al 2018. Tuttavia, questo trend rialzista subisce poi una battuta d'arresto nel 2019 e 2020, con variazioni pari rispettivamente a -1,5% e -1,6%, per poi tornare a crescere nel 2021 di 1,6 punti percentuali, che compensa la perdita dell'anno precedente. Il 2022, anche in questo caso, rappresenta l'anno con il maggior incremento dell'indice (+18,0%), che tra l'altro è anche il più elevato tra i quattro indici considerati e quello che fa registrare il picco massimo superiore tra tutti, pari a 134,0, registrato anche in questo caso nel mese di dicembre 2022.

Un'analisi più puntuale può essere fatta utilizzando i dati disaggregati, per singoli prodotti, dei valori medi unitari all'acquisto di latte e derivati, effettuati dalle famiglie, di fonte Ismea-Nielsen Consumer Panel Service: ovviamente non sono prezzi effettivamente rilevati, ma valori medi calcolati sugli acquisti a valore e quantità effettuati dalle famiglie (tab. 12.4)³.

3. Il tasso di variazione percentuale del valore medio annuo unitario del 2022 rispetto a quello del 2021, riportato nell'ultima colonna di tabella 12.4 è diverso, ma non in modo

Nel 2021, il valore medio unitario annuo pagato dalle famiglie per l'acquisto del latte si attesta a 1,09 €/litro, in aumento del 2,1% rispetto ai due anni precedenti, mentre nel corso del 2022 subisce un incremento del 14,4%, attestandosi ad un valore medio di 1,24 €/litro.

All'interno di questo aggregato, il *Latte fresco* e il *Latte UHT* fanno registrare forti aumenti nel 2022 rispetto all'anno precedente (rispettivamente +10,5% e +17,7%), mentre il *Latte arricchito/aromatizzato* è quello con l'incremento più contenuto (+0,7%).

Per gli yogurt fino al 2019 prosegue la stagnazione già in atto da anni; si assiste poi ad un recupero sia nel 2020 (+1,7%), che nel 2021 (+2,8%) e soprattutto nel 2022 (+9,0%). Al suo interno, le tipologie "*intero*" e "*magro*" registrano nell'ultimo anno gli incrementi maggiori (+10,9% e +9,9%), quello "*da bere*" e il "*bicomparto*" evidenziano una crescita rispettivamente del 6,1% e dell'8,9%, mentre il "*probiotico*" chiude l'anno con un incremento dell'1,9%.

Per quanto riguarda la *panna*, dopo la flessione nel 2020 e nel 2021, nel corso del 2022 i valori recuperano e superano ampiamente quelli del 2018, arrivando a 5,52 €/kg con una crescita del 13,3%; all'interno del comparto le tipologie "*fresca*" e "*UHT*" registrano andamento simile (rispettivamente +14,1% e +13,5%).

Il valore medio unitario del *burro* dopo la flessione evidenziata nel 2019 (-3,2%) e 2020 (-3,2%) e la stagnazione del 2021, subisce un brusco aumento nel 2022 (+26,8%), toccando il valore massimo del periodo pari a 10,47 €/kg.

Il comparto *formaggi e latticini* evidenzia nel 2019 un lieve rialzo (+1,4%) su base annua, per poi rimanere pressoché stabile nel 2020; quindi, anche in questo caso, segue un aumento prima modesto (+0,9%) nel 2021 e poi forte nel 2022 (+10,9%). In particolare nell'ultimo anno considerato, l'incremento più forte si evidenzia per il comparto dei "*pasta semidura*" (+14,56%), "*freschi*" (+12,1%), "*industriali*" (+10,3%) e a "*pasta molle*" (+9,8%).

significativo, da quello riportato nell'ultima colonna di tabella 11.1. La ragione di questa lieve discrepanza sta nel modo in cui sono stati calcolati i due valori unitari medi annui utilizzati per il calcolo del tasso di variazione percentuale:

- nel precedente capitolo 11 (tab.11.1) tutta l'analisi sulla spesa delle famiglie viene condotta su base annuale e quindi il valore medio annuo unitario per ogni singolo prodotto non è altro che il valore annuo della spesa diviso per la quantità acquistata: è cioè una media aritmetica ponderata;
- in questo capitolo l'analisi dei valori al consumo viene sviluppata, per ogni singolo prodotto, su base mensile (facendo sempre valore della spesa diviso per le quantità acquistate) e poi si ottiene il valore medio annuo facendo la media aritmetica semplice dei 12 valori mensili.

Tab. 12.4 - Valori medi annui unitari pagati all'acquisto dalle famiglie per alcuni prodotti lattiero-caseari in Italia dal 2018 al 2022 (euro/kg e euro/litro per il latte)

	2018	2019	2020	2021	2022	Var. % 22/21
A. Latte	1,07	1,06	1,06	1,09	1,24	14,45
A.1. arricchito/aromatizzato	4,12	3,98	3,89	3,71	3,74	0,72
A.2. fresco	1,31	1,30	1,31	1,32	1,46	10,54
A.2.1. Alta Digeribilità	1,62	1,59	1,57	1,57	1,76	11,87
A.2.2. Alta Qualità	1,38	1,35	1,37	1,38	1,52	9,84
A.2.3. ESL	1,41	1,38	1,40	1,45	1,59	9,52
A.2.4. normale	1,24	1,24	1,25	1,26	1,40	10,92
A.3. UHT	0,84	0,84	0,86	0,87	1,02	17,70
A.3.1. Alta Digeribilità	1,15	1,14	1,18	1,17	1,30	10,78
A.3.2. funzionali	1,25	1,30	1,31	1,34	1,50	12,27
A.3.3. normale	0,78	0,77	0,78	0,79	0,95	19,91
B. Yogurt	3,21	3,20	3,25	3,35	3,65	9,00
B.1. bicomparto	4,75	4,79	4,96	4,97	5,42	8,96
B.2. da bere	2,46	2,49	2,42	2,49	2,65	6,17
B.3. intero	2,89	2,89	2,92	2,94	3,26	10,89
B.4. magro	3,28	3,19	3,33	3,51	3,86	9,97
B.5. probiotico	3,71	3,77	3,72	3,88	3,95	1,89
C. Panna	4,95	4,94	4,93	4,87	5,52	13,33
C.1. fresca	5,92	5,85	5,91	5,89	6,72	14,07
C.2. UHT	4,64	4,66	4,61	4,56	5,18	13,49
D. Burro	8,87	8,58	8,31	8,26	10,47	26,78
E. Formaggi e latticini	8,62	8,75	8,75	8,84	9,80	10,86
E.1. freschi	7,12	7,17	7,18	7,28	8,17	12,11
E.1.1. Caprini	13,58	13,42	13,78	13,76	14,09	2,39
E.1.2. Feta	10,34	10,21	10,10	10,07	12,01	19,28
E.1.3. Mascarpone	6,48	6,38	6,37	6,20	7,17	15,66
E.1.4. Mozzarella bufala	11,41	11,66	11,92	12,04	12,60	4,62
E.1.5. Mozzarella vaccina	6,61	6,64	6,73	6,81	7,81	14,75
E.1.6. Primo sale	9,59	9,57	9,62	9,57	10,35	8,17
E.1.7. Ricotta	5,26	5,24	5,23	5,30	5,70	7,57
E.1.8. Robiola	10,66	10,90	10,83	10,69	11,36	6,31
E.1.9. altri formaggi freschi	12,80	13,70	12,99	12,42	13,46	8,38
E.2. a pasta molle	9,25	9,21	9,32	9,27	10,17	9,80
E.2.1. Brie	8,28	8,27	8,39	8,24	9,02	9,49
E.2.2. Caciotte	9,52	9,76	9,99	9,95	11,01	10,75
E.2.3. Camembert	11,09	11,21	11,62	11,59	12,68	9,35
E.2.4. Crescenza/stracchino	8,24	8,09	8,10	8,17	9,02	10,40
E.2.5. Gorgonzola	9,75	9,71	9,88	9,81	10,79	10,03
E.2.6. Italico	10,53	10,60	10,82	10,74	11,44	6,48
E.2.7. Quattrolo	8,42	8,16	8,10	7,36	8,29	12,62
E.2.9. Taleggio	9,86	9,97	9,97	10,12	10,83	7,05
E.2.10. Tomino	11,29	11,15	11,31	11,45	12,12	5,89
E.2.11. altri crosta bianca	9,91	9,80	10,00	10,07	11,05	9,76
E.2.12. altri molli	9,49	9,47	9,55	9,37	10,14	8,19

Tab. 12.4 - Continua

	2018	2019	2020	2021	2022	Var. % 22/21
E.3. a pasta semidura	8,54	8,60	8,73	8,76	10,04	14,56
E.3.1. Asiago	8,25	8,46	8,74	8,47	9,65	13,93
E.3.2. Caciocavallo	10,46	10,82	10,81	11,09	12,00	8,21
E.3.3. con i buchi	8,21	8,15	8,37	8,54	10,36	21,29
E.3.4. Fontina e Fontal	8,88	8,91	9,09	9,27	10,37	11,81
E.3.5. Montasio	8,81	8,84	8,91	8,80	9,83	11,66
E.3.6. Provolone	8,25	8,46	8,74	8,47	9,65	13,93
E.3.7. altri semiduri	7,22	7,34	7,34	7,48	9,53	27,31
E.4. a pasta dura	11,70	12,31	12,17	12,37	13,43	8,53
E.4.1. Grana Padano	10,29	11,31	11,18	11,27	12,42	10,17
E.4.2. Parmigiano Reggiano	15,56	16,44	15,44	16,50	16,98	2,93
E.4.3. Trentingrana	14,98	14,91	15,99	15,88	17,17	8,13
E.4.4. altri Grana	10,21	10,59	10,58	10,35	11,41	10,24
E.4.5. Pecorini	12,64	12,69	13,11	13,53	15,31	13,13
E.4.6. altri duri	9,87	10,01	9,96	10,06	11,06	9,94
E.5. industriali	6,87	6,88	6,91	6,94	7,66	10,30
E.5.1. Fantasia	7,08	7,04	7,23	7,38	8,12	10,01
E.5.2. Fusi in fette	5,85	5,84	5,79	5,87	6,45	9,95
E.5.3. Fusi porzioni	8,13	8,38	8,48	8,21	9,09	10,75
E.5.4. Pasta filata	6,76	6,78	6,84	6,89	7,95	15,36
E.5.5. Panati	11,73	10,97	12,15	12,37	13,45	8,72
E.5.6. Spalmabili	7,63	7,54	7,63	7,46	8,09	8,34

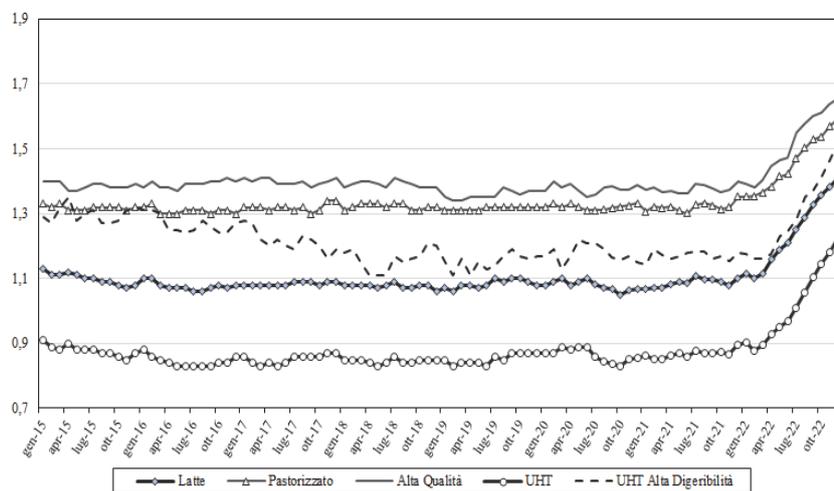
Fonte: Elaborazione OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

12.2. Il mercato dei principali prodotti

12.2.1. Il latte alimentare

I valori pagati dalle famiglie per l'acquisto di un litro di latte hanno registrato variazioni negative costanti dal 2015 al 2020; da 1,10 €/litro a 1,06 €/litro. Di fatto, ad eccezione di gennaio 2015, mese in cui questo prodotto arriva al valore di 1,13 €/litro, negli anni successivi non supera la soglia di 1,10 €/litro e ad ottobre 2020 raggiunge il suo punto di minimo a 1,05 €/litro. Il 2021, invece, registra una progressiva ripresa nel primo semestre, quando il prezzo del latte arriva a superare gli 1,10 €/litro (1,12 €/litro a luglio, molto vicino al

Fig. 12.5 - Valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie per alcune tipologie di latte in Italia (€/litro): gennaio 2015 – dicembre 2022



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

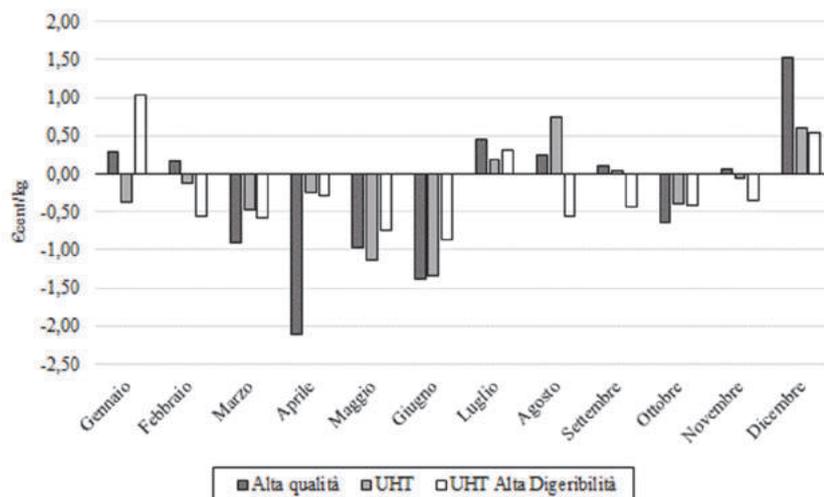
picco di gennaio 2015); sarà poi nel 2022 la crescita più significativa, pari al 14,4% rispetto al 2021 (fig. 12.5).

A differenza del latte pastorizzato, che nel 2015 e 2016 limita la flessione su base annua sotto il punto percentuale, il latte UHT accusa cali più consistenti, pari rispettivamente a -2,0% e -4,0%, facendo scendere il valore medio all'acquisto fino a 0,84 €/litro dagli iniziali 0,90 €/litro del 2014. Dal 2017 al 2019 il valore pagato dalle famiglie per il latte UHT rimane pressoché costante intorno a 0,85 €/litro. Da settembre 2019 la situazione inizia a migliorare e i valori tornano ad avvicinarsi a 0,90 €/litro fino a giugno 2020. Anche in questo caso nell'ultimo anno l'incremento del prezzo è considerevole (+17,7%): si arriva a pagare mediamente 1,02 €/litro per il latte UHT.

Per l'*Alta Qualità* si osserva, a partire dal 2018, una flessione più consistente rispetto a quella del 2015, anno in cui il suo valore medio risulta in calo dell'1%: perde infatti, su base annua, il 2,4% nel 2019, chiudendo l'anno a 1,35 €/litro, ma nel 2020 recupera in parte questa perdita con un +1,5% su base annua, attestandosi a 1,37 €/litro; rimane poi pressoché stabile nel 2021 e cresce del 9,8% rispetto all'anno precedente nell'ultimo anno.

L'*UHT Alta Digeribilità* mostra il peggior andamento del valore medio unitario all'acquisto per l'intero periodo in esame: le sue variazioni su base annua sono negative e progressivamente sempre più consistenti, dal -1,6% nel

Fig. 12.6 - Andamento a stagionalità costante dei valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie per alcune tipologie di latte in Italia (€centi/litro)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

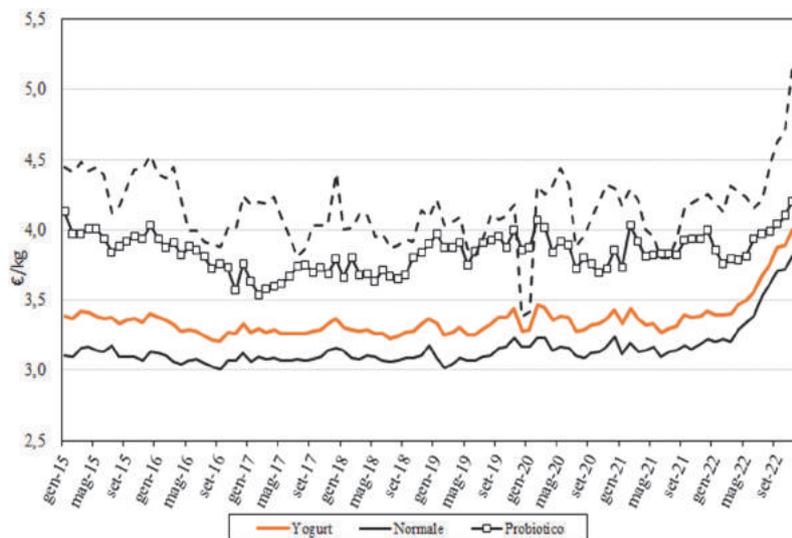
2015 si arriva al -4,1% del 2017. Nel 2018 questa tendenza al ribasso non sembra rallentare: il suo valore medio è di 1,15 €/litro, in calo di quasi 5 punti percentuali rispetto all'anno prima e così anche nel 2019, per poi registrare, come tutte le altre tipologie di latte, un incremento nel 2020 (+2,3%) a cui seguirà però una successiva flessione di 0,7 punti percentuali nel 2021 e una successiva ripresa di 10,8 punti percentuali nel 2022.

All'interno del comparto del latte alimentare alcuni prodotti sembrano evidenziare un certo grado di stagionalità dei valori medi all'acquisto. Tuttavia, solo il latte *Alta Qualità* si avvicina di più alla significatività statistica (fig. 12.6) con un minimo dei valori medi mensili tra aprile e luglio e una progressiva ripresa nei mesi invernali.

12.2.2. Lo yogurt

Il comparto dello yogurt, dopo la flessione verificatasi nel 2016, anno in cui il suo valore medio unitario perde su base annua il 2,7%, resta sostanzialmente stabile fino al 2019. Inizia poi una fase di crescita continua dal 2020 con un +1,7% rispetto all'anno precedente, fino al 2022, anno in cui si registra un incremento del +9,0% (fig. 12.7).

Fig. 12.7 - Valori medi mensili unitari pagati all'acquisto dalle famiglie per alcune referenze di yogurt in Italia (€/kg) da gennaio 2015 a dicembre 2022



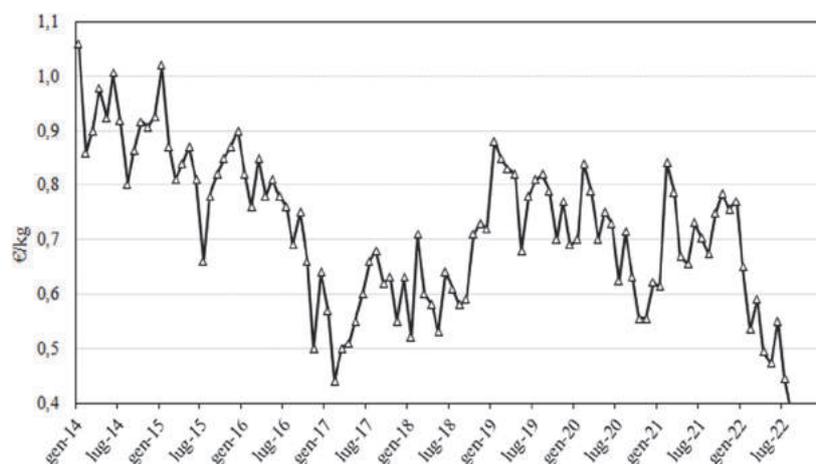
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

Di fatto da metà 2019 in poi ha inizio una fase rialzista per quasi tutte le tipologie di yogurt. Il *normale*, dopo il calo dell'1,8% nel 2016, registra su base annua un +0,3% nel 2019, +1,7% nel 2020, una lieve flessione nel 2021 (-0,5%) e infine +11,0% nell'ultimo anno.

Lo yogurt *probiotico*, invece, con una fluttuazione media del 3,8% fa registrare andamenti alquanto altalenanti con un minimo di 3,54 €/kg nel 2017 e un massimo proprio nel dicembre scorso con un valore di 4,25 €/kg. In questo caso si evidenzia invece una crescita su base annua del valore medio più contenuta nel 2022 (+1,9%), rispetto a quella degli altri prodotti analizzati.

Infine la tipologia *Altro*, costituita da yogurt *greco*, *bicomparto* e *da bere*, presenta il maggior grado di fluttuazione media dei valori mensili (6,7%) e un tasso di variazione medio annuo quasi nullo (+0,3%); nonostante ciò i suoi valori medi unitari sono sempre più alti rispetto a quelli delle altre tipologie di yogurt prese in esame. Dopo aver registrato continue flessioni dal 2015 al 2019, finalmente il 2020 è un anno di consistente ripresa del valore medio annuo (+4,0%), segue però poi un altro anno di flessione (-2,0%), per poi riprendere compensando ampiamente questa perdita nel corso del 2022, che, anche in questo caso, è l'anno che evidenzia il maggiore incremento percentuale (+10,0%) rispetto all'anno precedente e il valore medio annuo più alto

Fig. 12.8 - Differenza tra i valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie per lo yogurt probiotico e quello normale in Italia (€/kg) da gennaio 2014 a dicembre 2022



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea - Panel Consumer Nielsen.

per il periodo considerato (4,47 €/kg).

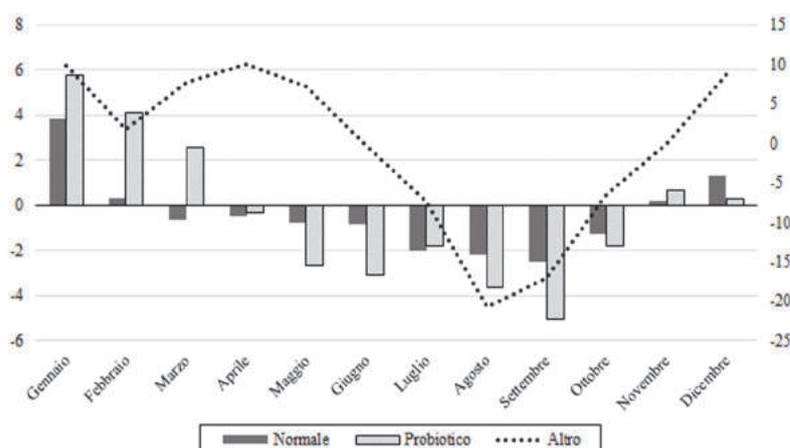
Inoltre, la differenza di valore all'acquisto tra yogurt *probiotico e normale*, in forte flessione tra gennaio 2014 e giugno 2017, tende ad invertire questa tendenza dal 2019 in poi, accentuandosi, anche se quasi certamente a causa del trend particolarmente positivo del *probiotico*; si passa infatti da 62 €cent/kg del 2018 a 81 €cent/kg del 2019 e 2020 e ancora 0,75 €cent/kg nel 2021; si riduce però considerevolmente questo divario nel 2022, arrivando a 0,46 €cent/kg che corrispondono ad una flessione di ben 38,4 punti percentuali (fig. 12.8).

Tra i diversi yogurt esaminati, solo la variante *Altro* presenta una stagionalità dei valori medi mensili statisticamente significativa (fig. 12.9), ma tutte le tipologie di yogurt presentano il picco del valore medio a dicembre e il minimo in estate, sebbene in mesi diversi.

12.2.3. Il Parmigiano Reggiano e il Grana Padano

Per quanto riguarda i due Grana, il valore alla produzione è la media delle quotazioni di diverse tipologie pubblicate dalla CCIAA di Milano. Nello specifico, sono le varianti *9 mesi e 16 mesi e oltre* per il Grana Padano e *12 mesi, 18 mesi e oltre e 24 mesi e oltre* per il Parmigiano Reggiano. Come prezzi al

Figura 12.9 - Andamento a stagionalità costante dei valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie per alcune tipologie di yogurt in Italia (€cent/kg)

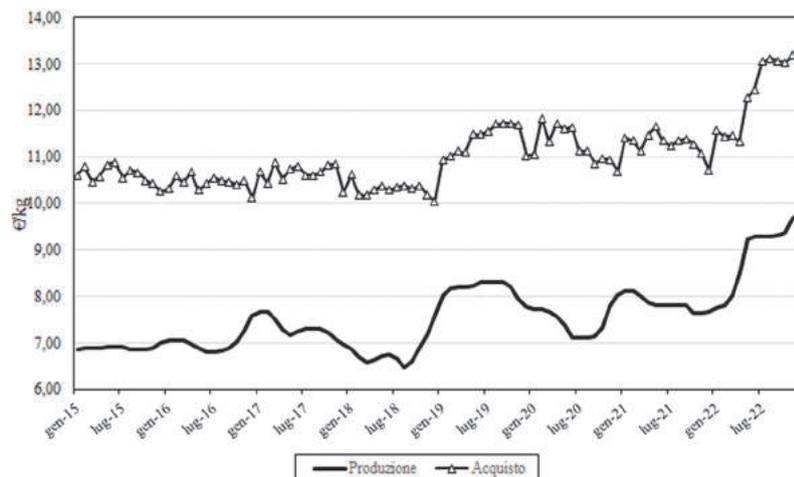


Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea - Nielsen Consumer Panel Service.

consumo si usano, come al solito, i valori medi unitari pagati all'acquisto dalle famiglie di fonte Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

Il Grana Padano, alla produzione, nel periodo 2015-2022 evidenzia un tasso di variazione medio annuo positivo (+3,8%) e una fluttuazione media del 10,1% (fig. 12.10). Il 2015 è un anno di forte contrazione (-5,7%) rispetto all'anno precedente e il valore medio registrato è di 6,90 €/kg. L'anno dopo prosegue senza forti variazioni fino ad ottobre per poi iniziare una fase rialzista, che lo porta a superare nel dicembre 2016 i 7,50 €/kg. Questo trend si mantiene costante nel 2017, che chiude con un incremento medio annuo del 4,2%. Subito dopo inizia una fase di calo delle quotazioni, che si protrae fino ad agosto 2018, quando si raggiunge il minimo assoluto (6,47 €/kg) del periodo preso in esame. Quanto descritto evidenzia, dunque, un andamento che alterna fasi di crescita a periodi di flessione: difatti, alla contrazione del 7% nel 2018 segue, sempre su base annua, una variazione particolarmente positiva (+20%) che fa salire il *Grana Padano* al valore medio di 8,17 €/kg nel 2019 con un massimo nel periodo luglio-settembre (8,33 €/kg). Nel corso del 2020, invece, le quotazioni tornano su valori inferiori agli 8,00 €/kg fino a novembre; il valore medio registrato per l'anno è di 7,48 €/kg, che corrisponde ad una flessione su base annua dell'8,5%. Dal dicembre 2020

Fig. 12.10 - Valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie e dei prezzi alla produzione per il Grana Padano in Italia (€/kg) da gennaio 2015 a dicembre 2022



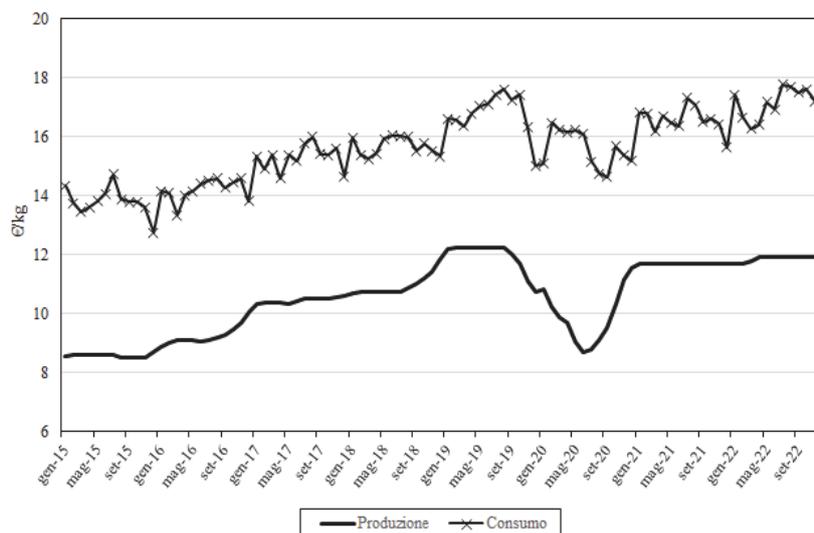
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service e CCIAA di Milano.

il prezzo torna a crescere sopra gli 8,00 €/kg fino a marzo 2021, si stabilizza poi a 7,80 €/kg tra aprile e settembre e crolla negli ultimi mesi dell'anno per poi chiudere con un valore medio di 7,84 €/kg. Nel 2022, il valore medio annuo alla produzione si attesta 8,96 €/kg, registrando un notevole incremento (+14,2%), che consente di recuperare ampiamente il crollo del 2020.

I valori medi all'acquisto, invece, presentano una fluttuazione media del 6,7% e un tasso di crescita medio annuo del 2,3%; il 2015 inizia con un trend negativo che prosegue poi per tutto il 2016, quando si registra un valore medio annuo di 10,44 €/kg, pari su base annua ad un -1,3%. L'anno dopo comincia una lenta ripresa con una variazione su base annua del +2,1%, ma già nel 2018 si verifica un nuovo brusco calo del -3,3%. Con il 2019 riparte una nuova fase di crescita che fa registrare un tasso di variazione medio annuo del 10,5%, fase che prosegue fino ad agosto 2020 con valori medi di acquisto elevati, sempre superiori a 11,0 €/kg; negli ultimi mesi dell'anno invece si assiste ad una flessione dei valori al di sotto di questa soglia. La ripresa nel 2021 è limitata a un incremento di 0,4 punti percentuali, mentre il 2022 segna un momento di grande ripresa con un incremento di 10,1 punti percentuali, chiudendo con una media di 12,42 €/kg.

In modo analogo a quanto accaduto per il Grana Padano, nel 2015, il prezzo medio all'origine del Parmigiano Reggiano attraversa una fase di flessione, che lo porta a registrare, nei mesi di agosto, settembre e ottobre, quello che, ancora oggi, è il minimo assoluto del periodo analizzato (8,48 €/kg) (fig. 12.11). L'anno seguente parte una buona ripresa, con un valore medio annuo di 9,24 €/kg, pari ad un +7,9%, che prosegue nel 2017 con un incremento su base annua del 13% e il 2018 chiude con un valore medio di 10,94 €/kg. Per quasi tutto il 2019 i valori alla produzione si attestano sopra gli 11,00 €/kg, registrando il massimo per il periodo considerato proprio da marzo a luglio 2019 a 12,23 €/kg. Nell'ultimo trimestre però il valore medio unitario scende del 6% rispetto al trimestre precedente e questo trend persiste fino a settembre del 2020, raggiungendo un minimo di 8,70 €/kg a giugno. Da ottobre a dicembre inizia poi una netta ripresa che porta a gennaio il prezzo a 11,70 €/kg, valore su cui rimane stabile fino a novembre 2021, concludendo così l'anno con un incremento del valore medio annuo alla produzione del 18,3%. Riprende poi una progressiva crescita da marzo 2022, a maggio si raggiunge il valore di 11,93 €/kg e che rimane poi costante per il resto dell'anno, registrando un incremento totale di 1,5 punti percentuali rispetto all'anno pre-

Fig. 12.11 - Valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie e dei prezzi alla produzione del Parmigiano Reggiano in Italia (€/kg) da gennaio 2015 a dicembre 2022



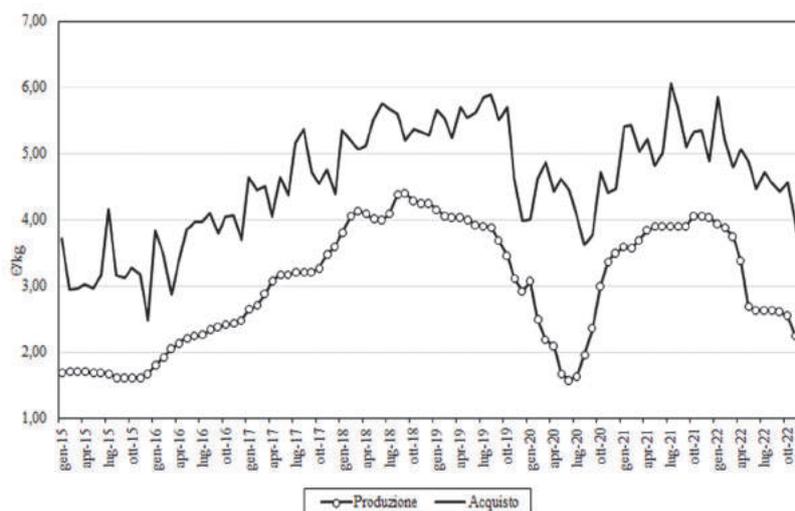
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service e CCIAA di Milano.

cedente.

Il valore medio unitario pagato all'acquisto dalle famiglie, dopo la flessione del 2015 (-1,1%), inizia a crescere in modo costante fino ad agosto 2019, quando raggiunge i 17,56 €/kg. Nei 10 mesi successivi il valore medio mensile al consumo perde quasi 1 €/kg, che poi recupera quasi interamente nel corso del 2021, che si chiude con un valore medio al consumo pari a 16,5 €/kg. L'incremento dei prezzi ai consumatori non si arresta nel 2022 anzi raggiunge i 17,00 €/kg come valore medio annuo, corrispondente ad un incremento di ulteriori 3 punti percentuali rispetto al 2021.

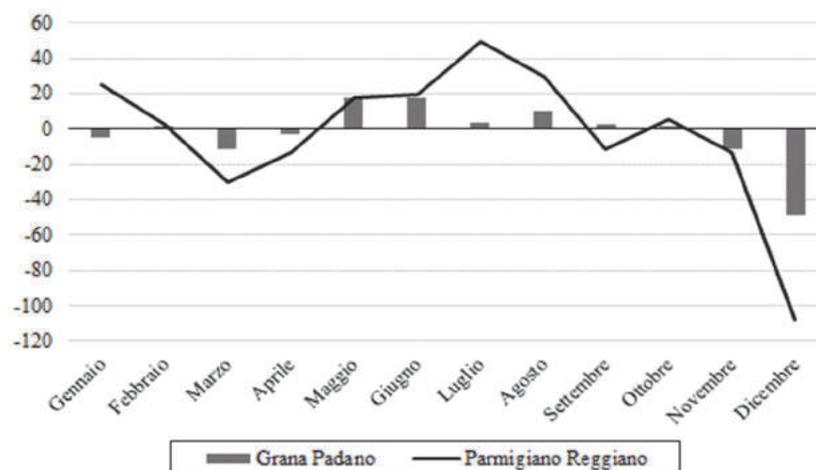
La forbice di prezzo tra i due grana, sia alla produzione, che al consumo (fig. 12.12), nel periodo 2015-2018 ha un andamento molto simile; il 2015 è l'anno in cui si registra il punto di minimo della forbice per i valori sia alla produzione (1,67 €/kg) che al consumo (3,18 €/kg). Negli anni successivi questa forbice aumenta in modo considerevole, raggiungendo nel 2018 un incremento, rispetto all'anno precedente, del 32% sul valore alla produzione e del 16% su quello all'acquisto delle famiglie. Il 2019, invece, si inverte il trend di crescita degli ultimi anni: segna una flessione di 9,2 punti percentuali alla produzione con valore medio annuo di 4,03 €/kg, mentre all'acquisto i valori si

Fig. 12.12 - "Forbice" di prezzo tra Parmigiano Reggiano e Grana Padano sui mercati alla produzione e sui valori medi mensili pagati all'acquisto dalle famiglie in Italia (€/kg) da gennaio 2015 a dicembre 2022



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service e CCIAA di Milano.

Fig. 12.13 - Andamento a stagionalità costante dei valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie per il Grana Padano e per il Parmigiano Reggiano in Italia (€/cent/kg)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

discostano di poco da quelli dell'anno precedente. Nel 2020 si rileva un drastico assottigliamento della forbice per i valori alla produzione, che toccano addirittura 1,64 €/kg a luglio, valore molto vicino al minimo del 2015; mentre al consumo la forbice subisce un drastico calo di 19 punti percentuali arrivando sotto i 4,00 €/kg. Migliora la situazione nel 2021, quando la forbice dei valori alla produzione torna ad avvicinarsi ai 4,00 €/kg, mentre per i valori al consumo supera i 5,00 €/kg. Nel corso del 2022 infine la forbice torna ad assottigliarsi: in particolare per i prezzi alla produzione si riduce di 24 punti percentuali, contro i quasi 13 punti al consumo, avvicinandosi molto ai valori già registrati lo scorso 2020.

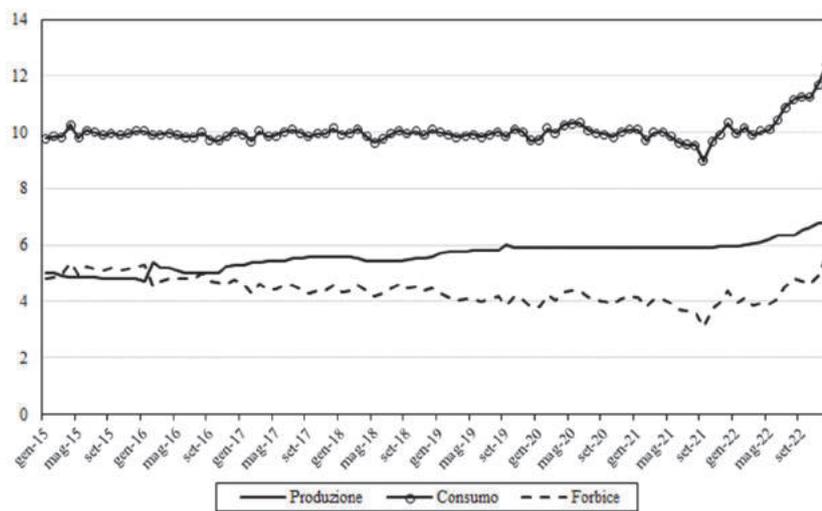
Nel periodo in esame, i valori medi mensili al consumo di entrambe i prodotti DOP esaminati (Grana Padano e Parmigiano Reggiano) manifestano una discreta stagionalità dei prezzi (fig. 12.13): per entrambe i prodotti i valori minimi si posizionano a dicembre, probabilmente per effetto delle politiche promozionali aggressive messe in atto dalla GDO. Nello specifico per il Grana Padano il valore si scosta dal suo trend mediamente di 49,0 €/cent, mentre per il Parmigiano Reggiano lo scostamento arriva anche a superare 100,0 €/cent. Inoltre il Parmigiano Reggiano nel mese di luglio rileva una differenza massima di 48,0 €/cent rispetto al valore medio del periodo considerato.

12.2.4. Il Gorgonzola e il Taleggio

Per il Gorgonzola, i valori alla produzione sono ottenuti dalla media di due diverse quotazioni: il Gorgonzola *fresco* della CCIAA di Milano e il Gorgonzola *dolce maturo* della CCIAA di Novara. Per il Taleggio, invece, la Camera di Commercio di riferimento è solo quella milanese e il valore considerato è la media di due tipologie: *fresco fuori sale* e *maturo*. Come prezzi al consumo si usano i valori medi pagati dalle famiglie all'acquisto, come al solito, di fonte Ismea-Nielsen Consumer Panel Service (fig. 12.14).

L'andamento dei valori medi alla produzione del Gorgonzola dal 2015 al 2020 presenta un progressivo aumento. Nel 2016 il primo incremento è di quasi 5 punti percentuali, superando così i 5,0 €/kg; l'anno dopo un'ulteriore risalita porta il valore medio annuo delle quotazioni a 5,5 €/kg. Il 2018 è l'unico anno, rispetto al periodo considerato, in cui si rileva una crescita inferiore al punto percentuale, ma poi già nel 2019 una decisiva ripresa di 6 punti percentuali porta i valori a 5,9 €/kg. Da settembre 2020, le quotazioni restano stabili a 5,9 €/kg fino a settembre 2021. Da novembre inizia una progressiva risalita che porta i prezzi alla produzione a toccare il valore di 6,78 €/kg a dicembre 2022, pari ad un incremento del 6,9% rispetto all'anno precedente.

Fig. 12.14 - Valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie, dei prezzi alla produzione e della relativa "forbice" di prezzo per il Gorgonzola in Italia (€/kg) da gennaio 2015 a dicembre 2022



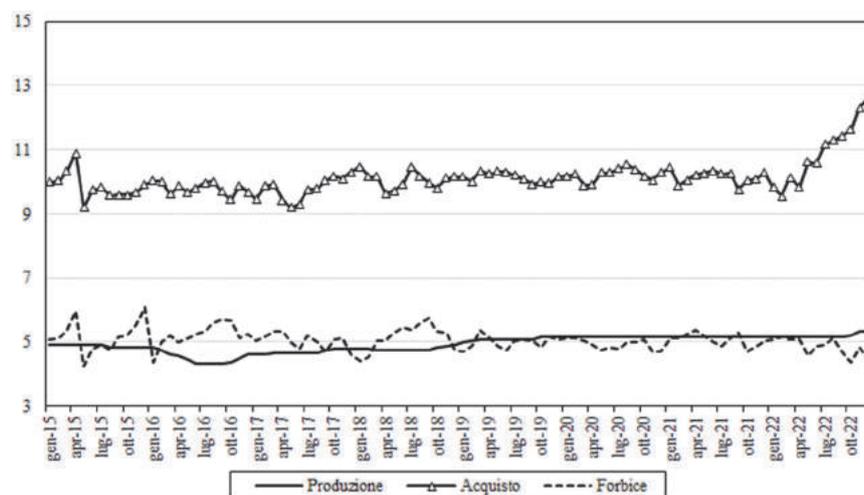
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service e CCIAA di Novara e Milano.

I valori medi all'acquisto pagati dalle famiglie appaiono caratterizzati da una crescita modesta dal 2015 al 2020, anno in cui si registra un primo incremento dei valori pari all'1,4%. Il 2021, invece, evidenzia una flessione del -2,8% rispetto all'anno precedente, tornando così su valori inferiori ai 10,0 €/kg, per poi riprendere la risalita dal febbraio 2022 e ancor più da agosto quando si superano gli 11,00 €/kg per poi chiudere l'anno con un valore medio di 10,8 €/kg, superiore del 10,0% a quello dell'anno precedente.

La forbice tra i due livelli di prezzo registra una continua flessione fino al 2019; l'anno dopo si assiste ad una ripresa del 1,5%, ma già l'anno successivo torna a diminuire del 7%; solo nel 2022 si evidenzia una consistente ripresa arrivando a toccare i 4,42 €/kg.

Per quanto riguarda il Taleggio, dal 2015 al 2022, si rileva un tasso di crescita per i prezzi all'origine pari allo 0,9%; infatti dopo il brusco calo del 2016 (-7,9% rispetto all'anno precedente), inizia una ripresa lenta e costante che consente di recuperare ampiamente tale perdita (fig. 12.15). Già il 2018 si chiude con un valore medio di 4,8 €/kg, l'anno seguente la quotazione si attesta in modo costante sopra i 5,0 €/kg, per poi stabilizzarsi nel 2020 e 2021 a 5,2 €/kg. In seguito il 2022 anche per questo prodotto fa registrare un aumento di mezzo punto percentuale.

Fig. 12.15 - Valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie, dei prezzi alla produzione e della relativa "forbice" di prezzo per il Taleggio in Italia (€/kg) da gennaio 2015 a dicembre 2022



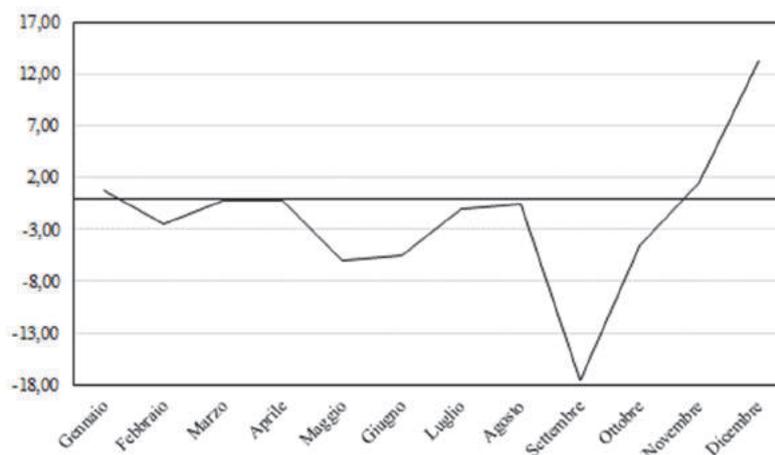
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service e CCIAA di Milano.

Per quanto riguarda i valori medi unitari all'acquisto pagati dalle famiglie, caratterizzati da forti oscillazioni mensili, dopo una flessione inferiore al punto percentuale che ha caratterizzato i valori medi del 2015 e 2016, gli anni a seguire fino allo scorso anno compreso, sono di forte recupero: nel 2018 il valore si avvicina ai 10,0 €/kg e resta pressoché costante per tutto l'anno successivo, per arrivare poi a 10,20 €/kg nel giugno 2021. Infine si rileva un valore medio annuo di 10,83 €/kg nel 2022 pari ad un incremento del 7,0%. Complessivamente il Taleggio presenta un tasso di crescita medio annuo dei valori al consumo positivo, pari all'1,7% ed una fluttuazione media del 5,3%. Peraltro la forbice tra i due livelli di prezzo registra andamenti piuttosto altalenanti durante tutto il periodo considerato, in particolare negli ultimi anni, dopo una flessione nel 2019 e 2020, si assiste ad una ripresa del 3,2% nel 2021, arrivando a superare i 5,00€/kg, ma già l'anno successivo torna a diminuire del 4,0%.

Nel periodo di tempo considerato, i prezzi medi alla produzione del Gorgonzola non presentano significativi fenomeni di stagionalità, mentre quelli al consumo evidenziano un andamento stagionale statisticamente significativo (fig. 12.16); in particolare si evidenzia un massimo scostamento al ribasso, pari a 17,5 €cent, a settembre ed un massimo a dicembre pari a 13,3 €cent.

Per il Taleggio non si rileva alcuna significativa variazione stagionale per i valori medi mensili né alla produzione né al consumo.

Fig. 12.16 - Andamento a stagionalità costante dei valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie per il Gorgonzola in Italia (€cent/kg)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

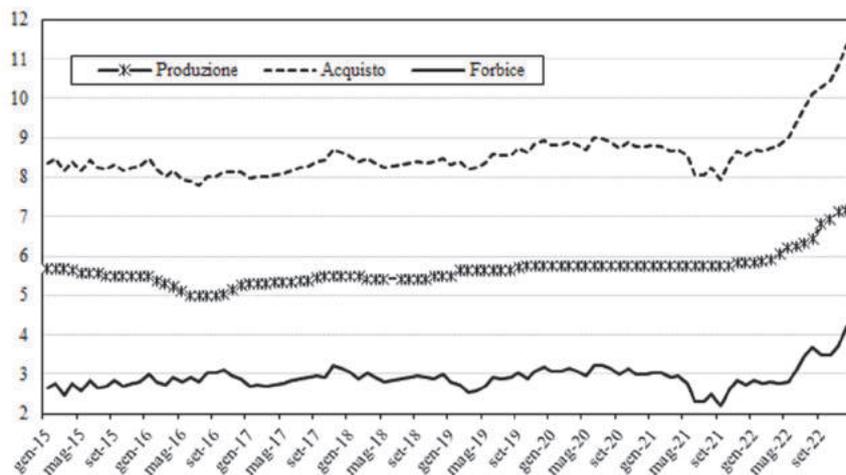
12.2.5. L'Asiago e il Provolone

I prezzi alla produzione dell'Asiago e del Provolone sono, in entrambi i casi, una media delle quotazioni di alcune tipologie di prodotti presenti nei listini della CCIAA di Milano: per il primo si utilizza l'Asiago d'Allevio mezzano 60-90 giorni e l'Asiago fresco DOP con almeno 20 giorni di maturazione, mentre per l'altro il Provolone a 3 mesi di maturazione e il Provolone Valpadana con maturazione superiore a 3 mesi di stagionatura.

Come di consueto, per le quotazioni al consumo ci si avvale dei valori medi unitari pagati all'acquisto dalle famiglie di fonte Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

Dal 2015 la quotazione media mensile dei prezzi alla produzione dell'Asiago inizia una lenta discesa che porta le quotazioni dell'estate 2016 poco sotto i 5,00 €/kg e chiude l'anno con una flessione tendenziale del 7,4% (fig. 12.17). A partire da ottobre dello stesso anno i valori tornano a crescere, segnando una variazione su base annua del 4,3% nel 2017 e dell'1,5% l'anno seguente. Il 2019 prosegue accelerando il trend positivo dell'anno prima (3,9%), tant'è che il valore medio si attesta su 5,67 €/kg e nel mese di dicembre raggiunge il valore di 5,75 €/kg, che si manterrà poi costante fino a ottobre 2021. A seguire negli ultimi mesi del 2021 e per tutto il 2022 si assiste ad una

Fig. 12.17 - Valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie, dei prezzi alla produzione e della relativa "forbice" di prezzo per l'Asiago in Italia (€/kg) da gennaio 2015 a dicembre 2022



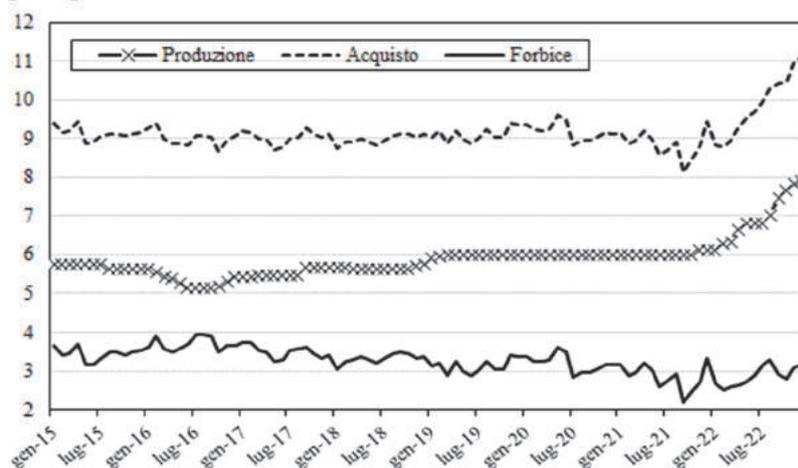
Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service e CCIAA di Milano.

progressiva e forte crescita ogni mese, superando ad aprile i 6,00 €/kg e raggiungendo a dicembre i 7,15 €/kg. Il valore medio del 2022 supera dell'11,2% quello dell'anno precedente.

I valori medi unitari all'acquisto, pagati dalle famiglie pur subendo lievi oscillazioni, da gennaio 2015 ad aprile 2016 non scendono mai sotto gli 8,00 €/kg; nei tre mesi successivi calano fino al livello minimo del periodo, pari a 7,78 €/kg. Inizia, poi una fase di ripresa, che prosegue fino a novembre 2017. Nei tre anni successivi il valore medio aumenta progressivamente raggiungendo nel 2020 gli 8,74 €/kg, una successiva flessione del 4,4% caratterizza il 2021, ma nel 2022 i valori tornano a crescere e arrivano a superare i 9,00 €/kg come valore medio dell'anno. Nel 2015, la forbice tra i due livelli di prezzo è di 2,71 €/kg; torna a crescere l'anno dopo (2,92 €/kg), principalmente grazie alla momentanea fase di flessione dei prezzi alla produzione verificatasi nei mesi estivi e arriva a superare i 3 €/kg nel 2020 e nel 2022, raggiungendo la più ampia differenza, pari a 4,20 €/kg a dicembre 2022, quando i valori medi all'acquisto e alla produzione sono al loro massimo.

In modo abbastanza simile all'Asiago, anche per il Provolone dal 2015 al 2016 si rileva il calo dei valori medi alla produzione: da 5,70 €/kg come valore medio annuo del 2015 al minimo assoluto di 5,13 €/kg dell'estate 2016 (fig. 12.18). Ad ottobre dello stesso anno si instaura un trend positivo, in cui si

Fig. 12.18 - Valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie, dei prezzi alla produzione e della relativa "forbice" di prezzo per il Provolone in Italia (€/kg) da gennaio 2015 a dicembre 2022



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service e CCIAA di Milano.

alternano periodi di crescita a fasi di sostanziale stabilità, che prosegue fino a febbraio 2018; il mese dopo si verifica una lieve contrazione che fa abbassare il valore medio a 5,63 €/kg, che poi rimane stabile fino ad ottobre. Quindi inizia una fase di rialzo che prosegue per tutto il 2019, raggiungendo il valore medio annuale di 5,97 €/kg. I due anni a seguire vedono una situazione di sostanziale stabilità fino almeno a settembre 2021; da ottobre in poi i valori iniziano a superare i 6,00 €/kg e nel luglio dell'anno successivo inizieranno a superare i 7,00 €/kg, per poi chiudere il 2022 con un valore medio annuo in rialzo del 16,0% rispetto all'anno precedente.

Dopo la flessione registrata nel 2016 (-1,4%), che porta i valori all'acquisto delle famiglie a 9,00 €/kg, la situazione si mantiene pressoché stabile nel 2017 e 2018, per poi tornare a crescere nel 2019 (+1,5%). Il 2020 è ancora un periodo di lieve ripresa per i valori al consumo (+0,8%), mentre il 2021 fa registrare una flessione di 3,6 punti percentuali, che verrà però poi ampiamente recuperata con gli incrementi del 2022, quando il valore unitario all'acquisto sale a 9,83 €/kg, in crescita dell'11,6% su base annua.

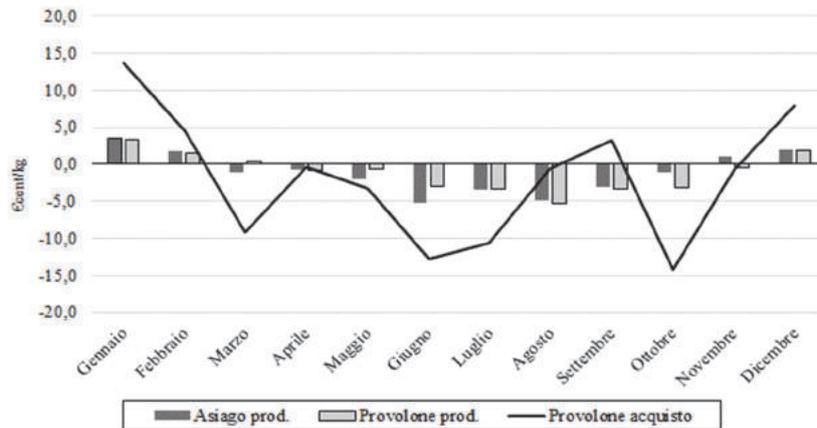
Per l'intero arco di tempo analizzato, la forbice di prezzo tra i valori unitari all'acquisto e quelli alla produzione rimane sempre al di sotto di 4,00 €/kg e sopra ai 3,00 €/kg, con il valore massimo di 3,94 €/kg ad agosto 2016, proprio quando i prezzi medi alla produzione registrano per la seconda volta il loro minimo assoluto. In particolare, dopo un progressivo assottigliarsi della forbice dal 2016 al 2019, nel 2020 la differenza torna a crescere, ma poi da febbraio 2021 in poi la forbice torna ad assottigliarsi e i valori medi annuali degli ultimi due anni risultano inferiori ai 3,00 €/kg; una lieve ripresa inizia a registrarsi solo da novembre 2022.

Per quanto concerne la stagionalità dei prezzi alla produzione, sebbene non sia statisticamente significativa, entrambe le produzioni casearie sembrano evidenziare un picco in gennaio-febbraio (fig. 12.19). Inoltre, solo il Provolone presenta un andamento dei valori unitari medi mensili al consumo che si avvicina alla significatività statistica per il periodo in esame, con il massimo scostamento al ribasso, pari a 12,8 €cent, a giugno.

12.2.6. I latticini e i formaggi freschi

Il comparto dei latticini e formaggi freschi è composto da numerosi prodotti, ma tra questi sono stati selezionati solo quelli che si ritengono maggiormente in grado di offrire una buona rappresentazione della classe merceologica in esame. I prodotti selezionati sono: mozzarella vaccina, ricotta, mascarpone e robiola. Peraltro, la mozzarella vaccina è l'unico prodotto per il

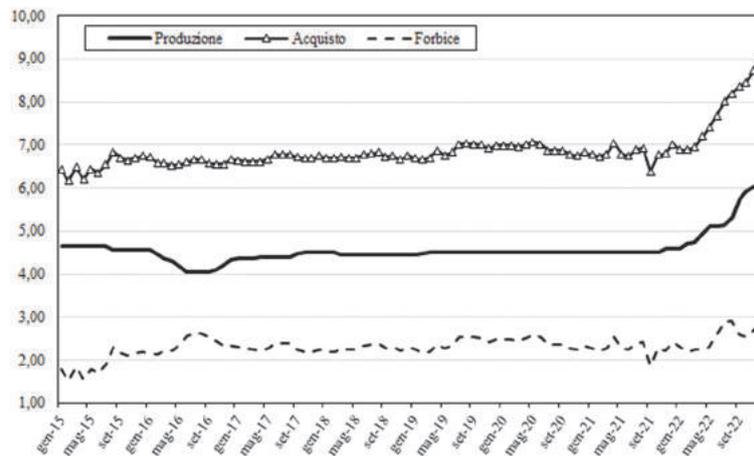
Fig. 12.19 - Andamento a stagionalità costante dei valori medi unitari mensili alla produzione di Asiago e Provolone e dei valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie per il Provolone in Italia (€cent/kg)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service e CCIAA di Milano.

quale disponiamo delle quotazioni alla produzione, presenti nei listini della CCIAA di Milano. Tutti i valori medi unitari al consumo sono, come al solito, quelli di fonte Ismea-Nielsen Consumer Panel Service (fig. 12.20).

Fig. 12.20 - Valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie, dei prezzi alla produzione e della relativa "forbice" di prezzo per la mozzarella vaccina in Italia (€/kg) da gennaio 2015 a dicembre 2022



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service e CCIAA di Milano.

I prezzi all'origine della mozzarella vaccina, nel 2016 sono in deciso calo (-8,3%) e arrivano a toccare il livello minimo nell'estate a 4,06 €/kg. I valori tornano a crescere già ad ottobre 2016 fino a segnare a fine 2018 un valore medio annuo di 4,46 €/kg. Nell'anno seguente si osserva una discreta stabilità delle quotazioni che raggiungono nel 2019 il valore medio annuo di 4,50 €/kg, confermato nel 2020 e fino ad ottobre dell'anno successivo. In seguito da novembre 2021 a dicembre 2022 si assiste ad un graduale incremento dei prezzi, con un valore medio annuo all'acquisto nel 2022 superiore del 17% rispetto all'anno precedente.

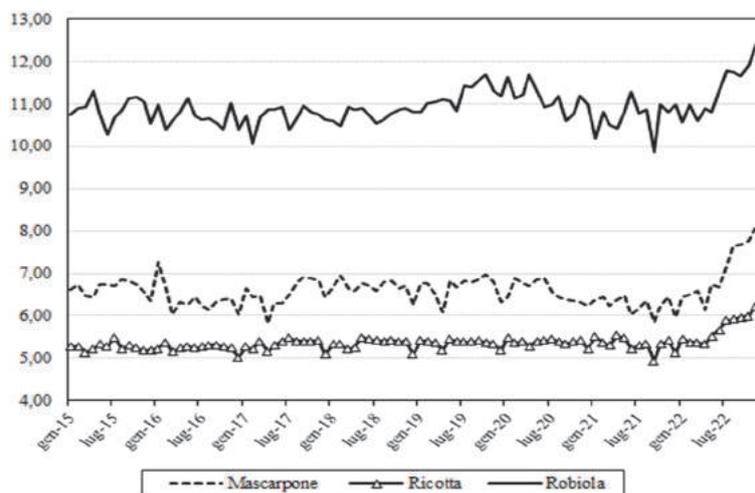
La crescita dei valori unitari all'acquisto pagati dalle famiglie è lenta ma continua: dal valore medio del 2015 inferiore ai 6,50 €/kg, già dall'anno successivo si supera questo valore e prosegue il trend positivo: +1,5% nel 2017, +0,5% l'anno dopo e +2,1% nel 2019. Nel corso del 2020 rimane costante; l'anno dopo registra un lieve incremento, ma poi il 2022, anche in questo caso, evidenzia un forte rialzo dei prezzi all'acquisto pagati dalle famiglie, pari al 14,7%, e raggiunge un valore medio annuo di 7,81 €/kg.

La forbice tra i valori unitari all'acquisto delle famiglie e le quotazioni alla produzione registra invece una fluttuazione elevata (10,4%) e raggiunge il suo massimo a dicembre 2022 (2,99 €/kg).

Passando ad analizzare l'andamento dei valori medi unitari pagati all'acquisto degli altri tre prodotti selezionati per la categoria dei latticini e formaggi freschi, emergono alcuni aspetti interessanti. In primis, se da un lato i valori minimi si concentrano in un arco temporale di cinque mesi (dicembre 2016–aprile 2017), quelli massimi sono molto più distanziati tra loro ed avvengono in anni differenti (fig. 12.21). Il livello di fluttuazione media del 6% del mascarpone è quasi il doppio rispetto a quello della ricotta. Dopo che nel 2016 le variazioni su base annua hanno registrato trend negativi di diversa intensità (-4% mascarpone, -0,4% ricotta e -1,6% robiola), dal 2017 al 2019 si registrano variazioni positive per tutti e tre i prodotti, portando i valori medi al consumo nel 2020 rispettivamente a 6,56 €/kg per il mascarpone, 5,38 €/kg per la ricotta e 11,14 €/kg per la robiola; l'anno successivo tutti prodotti si trovano invece in una situazione di flessione (-4,9% mascarpone, -1,1% ricotta e -4,0% Robiola) per poi tornare ad una forte ripresa nel corso di tutto il 2022, registrando incrementi percentuali significativi (15,6% mascarpone, -7,8% ricotta e 6,3% Robiola).

Per l'intero periodo preso in esame, i valori medi unitari all'acquisto della ricotta rimangono sempre sopra i 5,00 €/kg e, allo stesso tempo, solo dopo il maggio 2022 arrivano a superare i 5,50 €/kg. Nonostante ciò, negli anni, il suo valore medio annuo aumenta leggermente dal 2015 al 2020; una lieve fles-

Fig. 12.21 - Valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie per mascarpone, ricotta e robiola in Italia (€/kg): gennaio 2015-dicembre 2022



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

sione si registra nel 2021 (-1,1%), e a seguire una ripresa del 7,6% nel 2022.

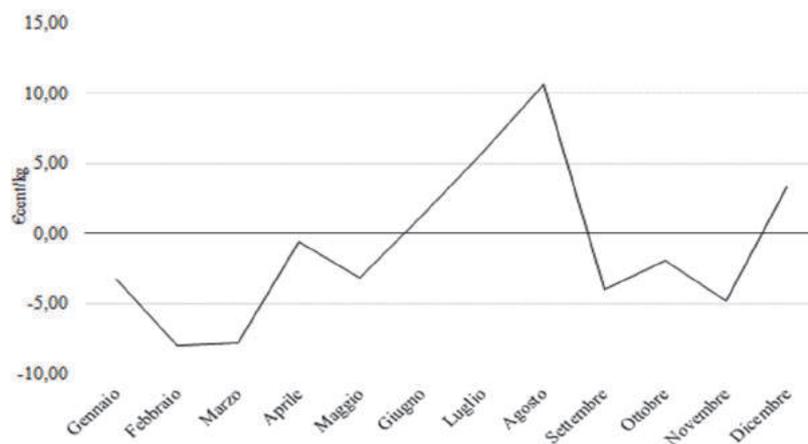
La Robiola detiene i valori medi unitari al consumo più alti per tutto l'arco di tempo analizzato ed il loro andamento evidenzia varie oscillazioni. Nel 2015 il valore medio si contrae (-1,6%), ma questo trend negativo si arresta nel febbraio 2017, mese in cui raggiunge il suo minimo a 10,08 €/kg. Subito dopo però, inizia un andamento al rialzo che prosegue fino ai primi nove mesi del 2019, i quali registrano un valore medio di 10,90 €/kg, l'anno successivo resta costante, mentre nel 2021 si perdono ben 4 punti percentuali. A seguire nel 2022 la ripresa del 6,7% vede il valore medio annuale alzarsi al valore di 11,36 €/kg con un picco pari a 12,41 €/kg a novembre.

Per il periodo in esame, i prezzi alla produzione della Mozzarella non mostrano un andamento stagionale statisticamente significativo, mentre i valori medi unitari all'acquisto pagati dalle famiglie si avvicinano alla significatività statistica, con il massimo nel periodo estivo (fig. 12.22). Infatti, nei mesi estivi lo scostamento al rialzo dal valore medio del periodo analizzato, può arrivare fino a 10,6 €/cent del mese di agosto. Una differenza simile, ma al ribasso, generalmente si verifica a febbraio (-8,0 €/cent) e a novembre (-4,8 €/cent).

Tra gli altri latticini e formaggi freschi in esame, la Ricotta è l'unica con un andamento stagionale dei prezzi medi mensili all'acquisto significativo a livello statistico (fig. 12.23). I prezzi medi al consumo a luglio sembrano avere

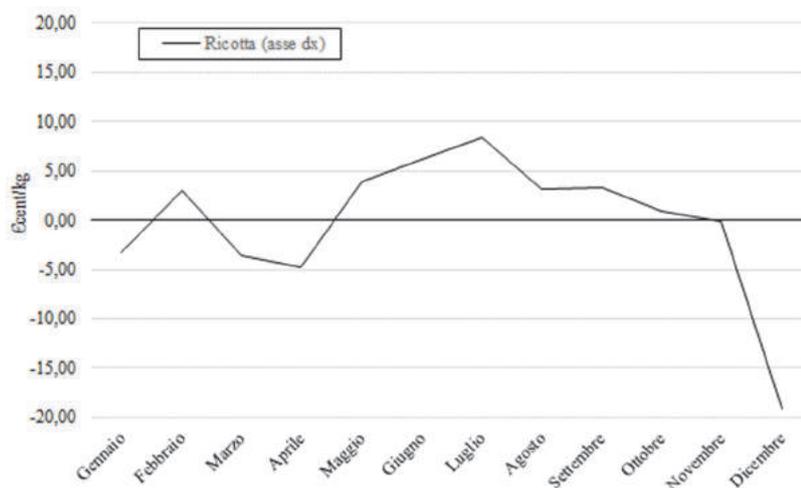
un massimo stagionale, pari a 8 centesimi sul valore medio del trend, ed un minimo a dicembre con uno scostamento di quasi 20 €/cent.

Fig. 12.22 - Andamento a stagionalità costante dei valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie per la mozzarella vaccina in Italia (€/cent/kg)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

Fig. 12.23 - Andamento a stagionalità costante dei valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie per mascarpone, ricotta e robiola in Italia (€/cent/kg)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

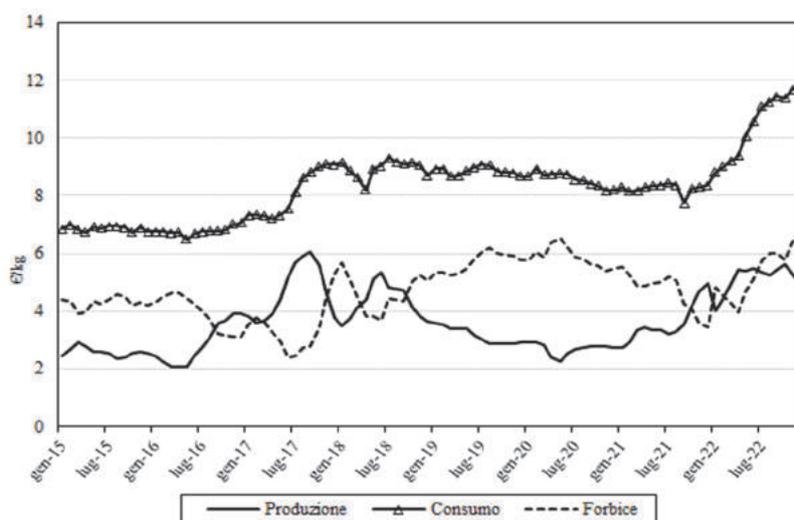
12.2.7. Il burro

Per il burro, i valori medi alla produzione corrispondono alla media aritmetica delle quotazioni di tre diverse tipologie di prodotto quotate presso la Camera di Commercio di Milano *burro di centrifuga*, *burro pastorizzato*, (comprensivo di premi quali-quantitativi, oneri di trasporto e di provvigioni) e *burro prodotto con crema di latte sottoposta a centrifugazione e pastorizzazione* secondo il regolamento CEE 1308/2013; quelli all'acquisto, invece, sono, come al solito, elaborazioni su dati forniti da Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

Nel periodo esaminato, gli andamenti delle due tipologie di valori medi mensili presentano sia similitudini che caratteristiche specifiche (fig. 12.24).

Dal 2018 al 2020 per i valori in produzione si rileva un trend al ribasso con valori che toccano il minimo per il periodo considerato a maggio 2016 (2,06 €/kg). I valori medi all'origine crescono repentinamente e, complessivamente, portano il 2016 a concludersi con una variazione su base annua di dieci punti percentuali e mezzo. Ma il vero e proprio boom si registra nel 2017: la crescita su base annua sfiora il 64% e la quotazione media arriva a circa 4,70 €/kg contro i 2,85 €/kg dell'anno prima. Tuttavia, dopo la quotazione massima a

Fig. 12.24 - Valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie, dei prezzi alla produzione e della relativa "forbice" di prezzo per il burro in Italia (€/kg): gennaio 2015-dicembre 2022



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service e CCIAA di Milano.

6,05 €/kg del settembre 2017, si assiste ad una nuova fase al ribasso, che termina quattro mesi dopo a 3,48 €/kg (-42,5%). Nei mesi che seguono i valori tornano a crescere e a maggio si oltrepassa nuovamente la soglia dei 5,00 €/kg, per tornare sotto questa due mesi dopo a causa dell'ennesima flessione. Complessivamente, dunque, il 2018 si conclude con una variazione negativa del 7,3% e la situazione peggiora l'anno dopo, quando il valore medio alla produzione precipita (3,16 €/kg), determinando una flessione del 27,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il trend negativo continua nel 2020, quando le quotazioni alla produzione subiscono su base annua un calo drastico di 14,7 punti percentuali e si attestano ad un valore medio di 2,69 €/kg. Solo dal 2021 i valori alla produzione intraprendono una prima ripresa (+33,0%) che poi continua nel 2022 in modo sostanziale (+43,3%), raggiungendo un valore medio annua di 5,12 €/kg, il valore medio più alto per tutto il periodo considerato.

Diversamente, per i valori medi unitari al consumo, dopo il minimo di maggio 2016, la crescita si presenta più contenuta e più regolare: a novembre dello stesso anno le quotazioni tornano sopra i 7,00 €/kg, come non avveniva da quasi due anni. A maggio 2017 si assiste ad un cambiamento dell'andamento dei valori medi unitari al consumo: già a novembre sfondano per la prima volta la soglia di 9,00 €/kg e la media annua del 2017, pari a 8,06 €/kg, è maggiore del 19% rispetto ai 6,78 €/kg di un anno prima.

Il 2018 risulta particolarmente movimentato, ma i valori rimangono sempre sopra gli 8,00 €/kg; la flessione del 10,3% del primo quadrimestre, che porta i valori da 9,14 €/kg di gennaio a 8,19 €/kg di aprile è solo temporanea, poiché il rialzo successivo riporta i valori a 9,31 €/kg. Il 2018, dunque, si conclude con una crescita del 10,9% alla quale segue una variazione negativa nel corso del 2019 (-3,3%), che prosegue poi per tutto il 2020 e il primo semestre 2021, riportando i valori sotto gli 8,5 €/kg dal settembre 2020 a per tutto l'anno 2021, che si chiude con un valore medio annuo di 8,26 €/kg. Il 2022 inizia invece da subito con una fase di rialzo, che prosegue senza sosta fino alla fine dell'anno, raggiungendo il valore massimo di 11,75 €/kg a dicembre ed un valore medio annuo in crescita rispetto all'anno precedente del 26,8%.

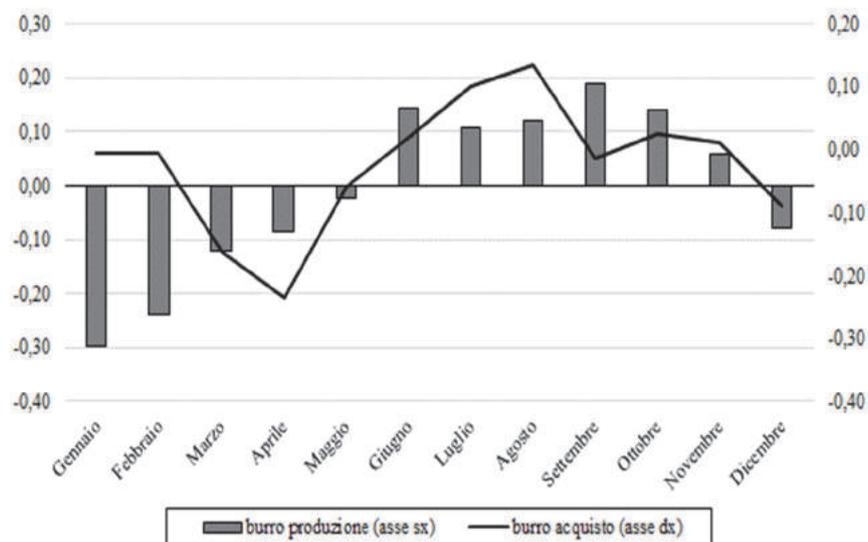
Com'è logico aspettarsi, l'andamento della forbice tra i valori al consumo e quelli alla produzione appare influenzato da quanto precedentemente evidenziato. Dopo luglio 2016, con i prezzi all'origine in forte fase rialzista e quelli al consumo in moderato rialzo, la differenza si assottiglia fino al minimo di 2,40 €/kg del giugno 2017. Quello che si verifica nei mesi successivi è un intenso rialzo del valore medio unitario all'acquisto da parte delle famiglie, mentre la controparte alla produzione resta in fase ribassista.

Infine, proprio l'intensificarsi di quest'ultima porta il valore della forbice a 6,20 €/kg nell'agosto 2019, proprio quando i due prezzi medi sono posizionati l'uno su un livello minimo e l'altro in una fase di leggera flessione. Infine il 2020 con la forte contrazione dei prezzi alla produzione e l'aumento dei prezzi all'acquisto fa registrare i valori della forbice più alti per il periodo considerato, arrivando a 6,53 €/kg a maggio 2020.

La situazione nel 2021 è di recupero per i valori alla produzione (+32,9%) mentre sono in leggera flessione quelli al consumo (-0,6%) rispetto al pari periodo del 2020; pertanto la forbice rimane ancora elevata e vicina ai 5,00 €/kg. Infine anche il 2022, evidenzia un maggior incremento dei prezzi all'origine (+43,3%) rispetto a quelli al consumo (+26,8%), con un incremento del 14% anche della forbice tra i due prezzi che torna a superare i 5,00 €/kg.

Come testimoniano le vicende recenti, il burro è una commodity agro-alimentare particolarmente sensibile alle oscillazioni dei mercati internazionali, un fatto che aiuta a spiegare l'assenza di una stagionalità statisticamente significativa per i prezzi medi mensili sia all'origine che al consumo (fig. 12.25).

Fig. 12.25- Andamento a stagionalità costante dei valori medi unitari mensili all'origine e di quelli medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie per il burro in Italia (€ cent/kg)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service e CCIAA di Milano.

Per il periodo in esame, i valori all'origine a settembre superano di 19 €/cent il valore medio, mentre i valori medi unitari pagati all'acquisto non sembrano avere un massimo stagionale, ma per quanto riguarda il minimo la situazione sembra più evidente: ad aprile lo scostamento dal valore medio può arrivare fino a 23 €/cent.

12.2.8. I formaggi e i latticini ovini

Nel biennio 2016-2017 i prodotti a base di latte ovino, vivono un periodo di generale sofferenza, con valori medi all'origine che si contraggono in modo rilevante; in particolare il 2017 si aggiudica la maglia nera: tutti i formaggi ovini analizzati evidenziano cali percentuali su base annua in doppia cifra, arrivando fino al 27,2% per il *Pecorino Romano* e al 21,5% per la *Ricotta*. (tab. 12.5). Questo trend cambia di segno nel 2018 per tutte le tipologie di formaggio ovino in esame, con il *Pecorino Romano* in testa per crescita media annua, +33,6%; seguono la *Ricotta* (+11,1%) e la *Caciotta fresca e stagionata* con una variazione di segno positivo di +16,8% e 3,0%, nell'ordine.

Tuttavia, nel corso del 2019, il valore medio alla produzione del *Pecorino Romano* torna sotto la soglia dei 7,0 €/kg, perdendo su base annua quasi 7 punti percentuali. Prosegue, invece, la crescita, anche se meno sostenuta, per la *Caciotta* sia *fresca* che *stagionata*, mentre perde quasi un punto percentuale la quotazione della *Ricotta*.

Ben diverso si presenta l'andamento del 2020, quando tutti gli ovini registrano un trend di crescita significativo. Il *Pecorino* recupera 11 punti percentuali e si attesta su valori ben superiori ai 7 €/kg, la *Caciotta fresca* recupera 3,1 punti percentuali e la *Caciotta stagionata* quasi 10 punti percentuali; in controtendenza, invece la *Ricotta* con un decremento medio annuo del 5,6%. Nel 2021 si conferma una fase di recupero costante per il *Pecorino* che guadagna 13 punti percentuale e la *Ricotta* (+5,6%); le altre due tipologie di prodotti rimangono invece sostanzialmente stabili. Infine nel corso dell'ultimo anno, gli incrementi sono sostanziali per tutti i prodotti ovini considerati, il *Pecorino* registra la crescita superiore (+32,0%), a seguire la *Ricotta* (+28,4%) e le due *Caciotte* (rispettivamente +22,17% e +24,35%).

Nel periodo di tempo oggetto di analisi, la *Caciotta fresca*, a differenza degli altri formaggi ovini, presenta una stagionalità dei prezzi medi all'origine ben definita e statisticamente significativa (fig. 12.26).

Il picco positivo stagionale è a novembre, con il prezzo all'origine che mediamente supera quello del trend di 23,5 €/cent; diversamente, a luglio-agosto si registrano tendenzialmente i valori più bassi, fino a circa 17 €/cent in meno.

Tab. 12.5 - Prezzi medi mensili alla produzione di alcuni significativi formaggi ovini in Italia da gennaio 2015 a dicembre 2022 (euro/kg)

		Pecorino	Caciotta di latte ovino		Ricotta di latte
		Romano	fresca	6 mesi	ovino
2015	Gen	8,79	7,57	10,00	4,43
	Feb	8,96	7,20	10,00	4,34
	Mar	9,14	7,20	10,00	4,36
	Apr	9,17	7,17	10,00	4,45
	Mag	9,19	7,05	10,00	4,47
	Giu	9,26	7,05	10,00	4,48
	Lug	9,33	7,05	10,00	4,46
	Ago	9,33	7,05	10,00	4,43
	Set	9,33	7,15	10,00	4,52
	Ott	9,32	7,75	10,00	4,52
	Nov	9,28	7,76	10,03	4,46
	Dic	9,22	7,80	10,10	4,54
	Media	9,19	7,32	10,01	4,45
2016	Gen	8,96	7,80	10,10	4,54
	Feb	8,75	6,99	10,10	4,54
	Mar	8,50	6,85	10,10	4,56
	Apr	8,21	6,69	9,84	4,47
	Mag	8,07	6,50	9,63	4,25
	Giu	7,95	6,40	9,20	4,15
	Lug	7,88	6,40	9,00	4,43
	Ago	7,75	6,30	8,25	4,13
	Set	7,49	6,22	8,05	4,13
	Ott	6,07	5,96	8,50	4,08
	Nov	5,89	6,75	8,13	4,08
	Dic	5,70	6,75	8,00	4,16
	Media	7,60	6,63	9,07	4,29
2017	Gen	5,49	6,75	8,00	3,33
	Feb	5,34	6,05	8,00	3,04
	Mar	5,26	5,70	8,00	3,01
	Apr	5,24	5,59	8,00	2,97
	Mag	5,17	5,49	7,89	2,95
	Giu	5,16	5,47	7,85	2,92
	Lug	5,21	5,47	7,85	2,90
	Ago	5,21	5,47	7,85	2,93
	Set	5,23	5,47	7,85	3,66
	Ott	5,58	5,64	7,85	3,99
	Nov	6,57	6,60	7,85	4,23
	Dic	6,91	6,60	7,85	4,50
	Media	5,53	5,86	7,90	3,37
2018	Gen	7,32	6,60	7,85	3,46
	Feb	7,73	6,95	8,25	3,55
	Mar	7,92	6,87	8,25	3,56
	Apr	7,96	6,87	8,25	3,56
	Mag	7,95	6,87	8,25	3,51
	Giu	7,79	6,87	8,25	3,55
	Lug	7,50	6,88	8,25	4,10
	Ago	7,44	6,88	8,25	4,17
	Set	7,21	6,86	8,13	4,14
	Ott	6,68	6,85	8,00	4,10
	Nov	6,61	6,85	8,00	3,60
	Dic	6,56	6,75	8,00	3,61
	Media	7,39	6,84	8,14	3,74

Tab. 12.5 - Continua

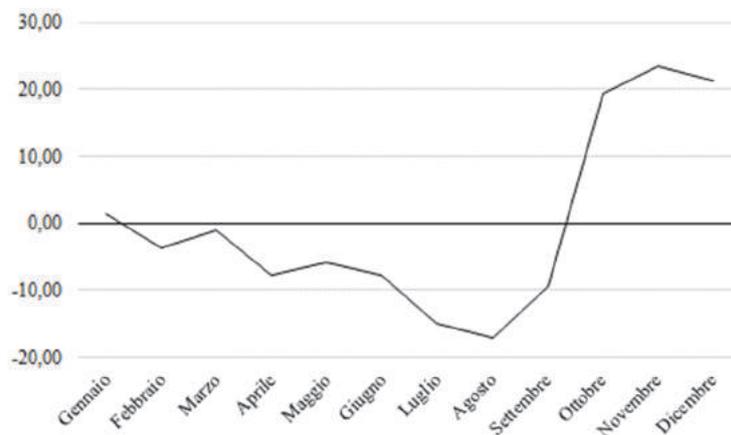
		Pecorino Romano	Caciotta di latte ovino		Ricotta di latte ovino
			fresca	6 mesi	
2019	Gen	6,45	6,47	8,28	3,66
	Feb	6,41	6,86	8,35	3,95
	Mar	6,68	7,03	8,35	3,70
	Apr	6,78	7,03	8,35	3,80
	Mag	7,00	7,03	8,35	3,77
	Giu	6,97	7,03	8,35	3,71
	Lug	6,94	7,03	8,35	3,68
	Ago	6,93	7,03	8,35	3,64
	Set	7,03	7,03	8,35	3,62
	Ott	7,03	6,97	8,49	3,66
	Nov	7,13	6,93	8,90	3,60
	Dic	7,33	7,08	8,90	3,70
	Media	6,89	6,96	8,40	3,71
2020	Gen	7,41	7,20	9,18	3,67
	Feb	7,52	7,23	9,25	3,59
	Mar	7,57	7,22	9,25	3,43
	Apr	7,64	7,22	9,25	3,38
	Mag	7,73	7,22	9,25	3,34
	Giu	7,73	7,22	9,25	3,39
	Lug	7,75	7,22	9,25	3,46
	Ago	7,73	7,22	9,25	3,60
	Set	7,72	7,11	9,14	3,68
	Ott	7,72	7,07	9,10	3,56
	Nov	7,74	7,07	9,10	3,39
	Dic	7,79	7,07	9,10	3,52
	Media	7,67	7,18	9,20	3,50
2021	Gen	7,95	7,08	9,10	3,35
	Feb	8,03	7,08	9,10	3,35
	Mar	8,23	7,08	9,10	3,45
	Apr	8,43	7,08	9,10	3,65
	Mag	8,47	7,08	9,10	3,63
	Giu	8,57	7,08	9,10	3,67
	Lug	8,64	7,08	9,10	3,78
	Ago	8,67	7,08	9,10	3,83
	Set	8,76	7,08	9,10	3,95
	Ott	9,10	7,21	9,33	3,94
	Nov	9,45	7,60	10,00	3,87
	Dic	9,69	7,60	10,00	3,89
	Media	8,67	7,17	9,27	3,70
2022	Gen	9,72	7,63	10,00	3,92
	Feb	9,79	7,80	10,00	3,89
	Mar	10,34	8,47	11,00	4,10
	Apr	10,62	8,47	11,00	4,52
	Mag	10,95	8,87	11,00	4,70
	Giu	11,10	8,87	11,00	4,82

Tab. 12.5 - Continua

		Pecorino Romano	Caciotta di latte ovino		Ricotta di latte ovino
			fresca	6 mesi	
2022	Lug	11,37	8,87	11,00	5,00
	Ago	11,71	8,87	11,00	5,01
	Set	12,09	8,97	11,50	5,17
	Ott	12,85	9,37	13,50	5,65
	Nov	13,12	9,42	13,56	5,11
	Dic	13,57	9,51	13,75	5,11
	Media	11,43	8,76	11,53	4,75
	Var. % 2016/2015	-17,30	-9,34	-9,35	-3,65
Var. % 2017/2016	-27,24	-11,66	-12,90	-21,48	
Var. % 2018/2017	33,59	16,78	3,04	11,10	
Var. % 2019/2018	-6,77	1,65	3,16	-0,92	
Var. % 2020/2019	11,33	3,16	9,47	-5,59	
Var. % 2021/2020	12,99	-0,03	0,78	5,63	
Var. % 2022/2021	31,95	22,17	24,35	28,43	

Fonte: Ismea.

Fig. 12.26 - Andamento a stagionalità costante dei valori medi unitari mensili all'origine per la caciotta fresca di latte ovino in Italia (€/cent/kg)

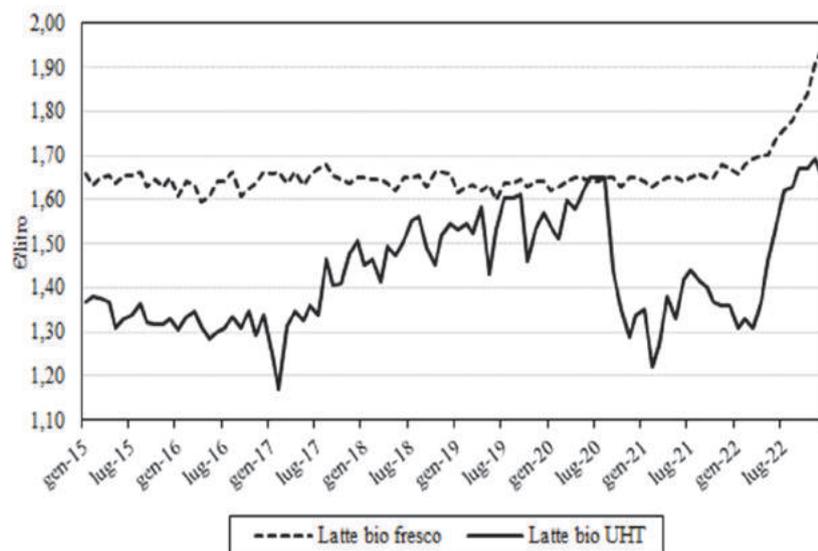


Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea.

12.2.9. I prodotti biologici

Il latte biologico fresco e quello UHT mostrano andamenti dei valori medi unitari all'acquisto effettuati dalle famiglie alquanto differenti (fig. 12.27). Ad eccezione del minimo di 1,59 €/litro ad aprile 2016, i prezzi medi all'acquisto

Fig. 12.27 - Valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie per il latte biologico fresco e UHT in Italia (€/litro) da gennaio 2015 a dicembre 2022

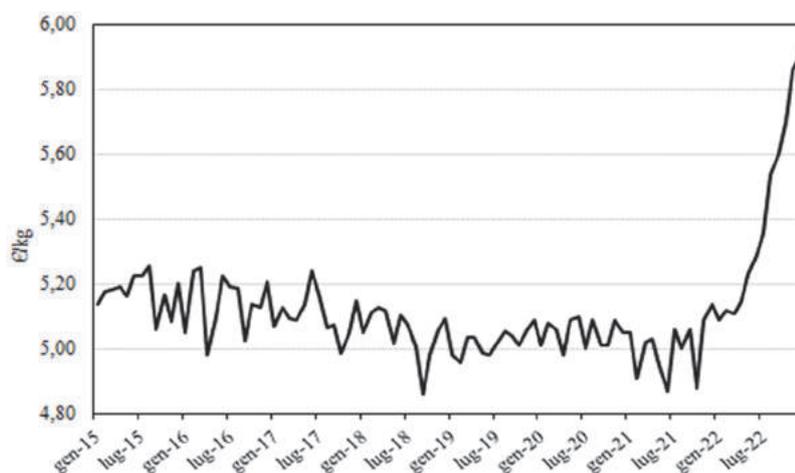


Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

del prodotto fresco sono costantemente posizionati in un range di valori compreso tra 1,60 e 1,70 €/litro fino al 2021, mentre arrivano ad un valore medio di 1,77 €/litro nel 2022. Il latte *UHT*, invece, ad inizio 2017, evidenzia una flessione della quotazione (-12,5%), che corrisponde al suo punto di minimo (1,17 €/litro), ma subito dopo dà inizio ad un trend al rialzo, che già a dicembre dello stesso anno arriva a 1,51 €/litro. La crescita, prosegue anche nel 2018 e 2019 con un valore medio annuo di 1,54 €/litro, mentre nel 2020 inizia un trend al ribasso che si conferma poi nel 2021 con un calo del 10,4%, recuperato pienamente nel corso del 2022 in cui si torna ad un valore medio annuo di 1,52 €/litro con un recupero dell'11,8%.

Nel confronto tra le due tipologie di latte biologico, nel 2019 si conferma l'andamento degli anni precedenti: il latte biologico *fresco* registra l'ennesima variazione al ribasso, pari ad un punto percentuale, mentre il biologico *UHT* evidenzia una crescita del 3,3%. Il 2020 ribalta invece la situazione: il biologico *fresco* recupera 0,7 punti percentuali e arriva ad un valore medio di 1,64 €/litro, mentre l'*UHT* perde complessivamente nel corso dell'anno l'1,7%. Il 2021 conferma il trend dell'anno precedente, con il biologico *fresco* che raggiunge un valore medio annuo di 1,65 €/litro, in lieve crescita (0,6%), mentre per l'*UHT* si assiste ad un crollo delle quotazioni tra febbraio e marzo, a cui

Fig. 12.28 - Valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie per lo yogurt biologico in Italia (€/kg) dal gennaio 2015 a dicembre 2022



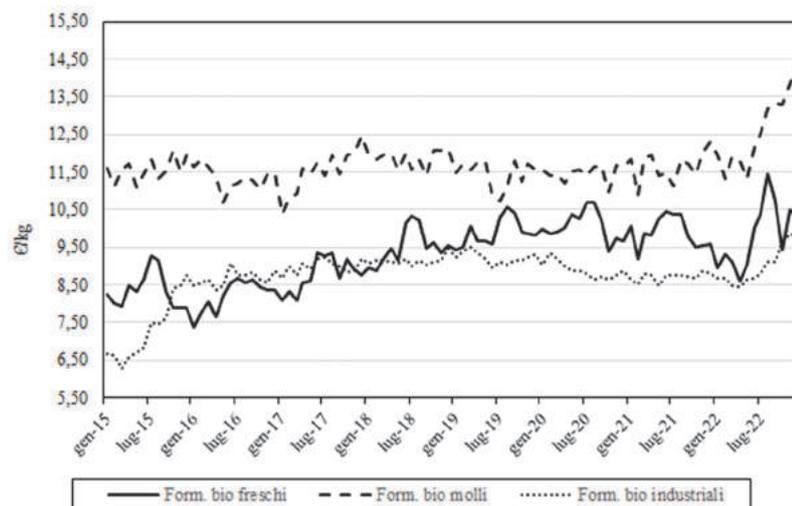
Fonte: Elaborazioni OMPZ dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

segue una discreta ripresa nei mesi successivi, ma complessivamente il suo valore medio annuo si attesta a 1,36 €/litro con una flessione su base annua di ben 10 punti percentuali; si torna quindi nella situazione di grande divario tra *Bio fresco* e *UHT* già registrata tra il 2015 e il 2017. Il 2022 infine risulta essere anche per questi due prodotti un anno di forte ripresa dei prezzi, arrivando a toccare massimi per il periodo considerato e registrando incrementi del 7,1% per il *fresco* e dell'11,8% per l'*UHT*.

L'andamento dei valori medi all'acquisto dello yogurt biologico mostra un trend leggermente al ribasso, caratterizzato dall'alternarsi di flessioni e rialzi (fig. 12.28). Il valore medio annuo si attesta per tutto il periodo considerato sopra i 5 €/kg, anche se dal 2015 al 2021, anno dopo anno, si evidenziano continui trend al ribasso che portano il valore medio annuo dai 5,17 €/kg del 2015 ai 5,01 €/kg di sei anni dopo, con un minimo di 4,86 €/kg a settembre 2018. Dopo un 2021 con prezzi altalenanti, nel corso del 2022 invece si assiste ad una progressiva ed inarrestabile crescita fino a raggiungere il massimo a dicembre 2022 con un valore di 5,91 €/kg ed un incremento del valore medio annuo dell'8,2% rispetto all'anno precedente.

Tra i vari formaggi biologici, i *molli* e i *freschi* presentano un comportamento analogo dal 2015 al 2018 (fig. 12.29). Nel 2016, entrambi registrano una contrazione su base annua dei valori medi all'acquisto, poi nei due anni successivi entrambe recuperano: i formaggi biologici *freschi* evidenziano

Fig. 12.29 - Valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie per i formaggi biologici freschi, molli e industriali in Italia (€/kg) dal 2015 a dicembre 2022



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

rialzi particolarmente spiccati, +6,8% e +8,7% rispettivamente, mentre i *molli* si limitano al +1,6% e +3,1%. Proprio per questa loro considerevole crescita del 2018, i formaggi biologici *freschi* riescono a superare a giugno, e rimanere per altri due mesi, i 10,00 €/kg, permettendo così di portare la forbice di prezzo rispetto ai *molli* sotto i 2,0 €/kg; nel 2019 e nel primo semestre 2020 prosegue la loro crescita, arrivando a 10,71 €/kg ad agosto 2020 e chiudendo l'anno con un valore medio di 10,07 €/kg, mai registrato negli anni precedenti.

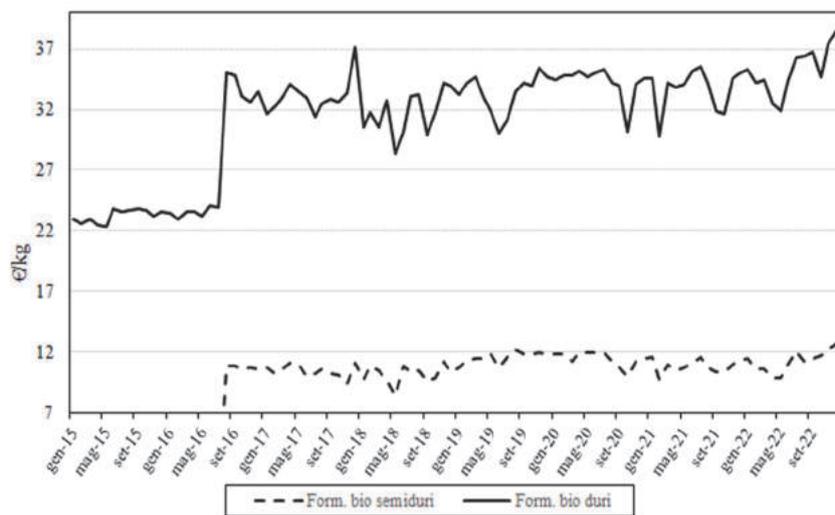
Viceversa, la crescita si interrompe per i formaggi biologici *molli*, i quali perdono ben tre punti percentuali nel 2019, scendendo, così, ad un valore medio annuo di 11,45 €/kg, valore che recupereranno nel 2020 e 2021, arrivando a 11,7 €/kg come valore medio annuo, in aumento annuo del 7,9% rispetto al 2020. Il trend di crescita prosegue a ritmo accelerato nel 2022, con un incremento medio annuo dei prezzi pari al 14,3%.

I formaggi biologici *industriali* mostrano un chiaro e deciso percorso al rialzo, sicuramente più deciso nel 2016, ma comunque costante nel periodo di tempo esaminato. Infatti, la breve e momentanea fase di flessione ad inizio 2015, che li porta al loro valore minimo di 6,28 €/kg a marzo, si trasforma immediatamente in un deciso trend positivo. I valori medi unitari pagati dalle famiglie all'acquisto continuano a crescere nel 2016 (+18,2% su base annua),

ma già l'anno dopo un rallentamento posiziona il tasso di crescita al 3,9%. Nel 2018 i prezzi restano costantemente sopra i 9,00 €/kg e a marzo 2019 raggiungono il loro massimo assoluto a 9,51 €/kg. Diverso invece l'andamento nel corso del 2020 che registra una flessione di 3,6 punti percentuali e prosegue poi nel 2021 perdendo altri 2 punti percentuali; tornando così a valori inferiori ai 9,00 €/kg; solo il 2022 con i forti aumenti generalizzati contribuisce anche per questo prodotto a recuperare terreno e tornare a toccare i 9,00 €/kg nella seconda parte dell'anno.

I formaggi biologici *duri*, invece, evidenziano un andamento dei valori medi unitari all'acquisto con due fasi chiaramente distinte (fig. 12.30); ad eccezione di aprile e maggio 2015, i valori al consumo di questi prodotti si posizionano sempre al di sopra dei 22,50 €/kg, una condizione che permane fino a settembre 2016, quando il valore medio è di circa 24,00 €/kg. Quindi, ad ottobre, si registra una contrazione del 6,7%, pari ad un calo di circa 1,60 €/kg rispetto al mese prima. Inoltre, sempre da ottobre 2016, la volatilità pare aumentare, con il caso più eclatante tra dicembre 2017 e gennaio 2018 quando il valore medio unitario all'acquisto crolla da 26,06 €/kg a 20,78 €/kg, per una flessione su base annua pari al 20,3%. Queste marcate fluttuazioni continuano successivamente, facendo posizionare altre tre volte il valore sopra i 22,00

Fig. 12.30 - Valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie per formaggi biologici duri e semiduri in Italia (€/kg) da gennaio 2015 a dicembre 2022



Fonte: Elaborazioni OMPZ

€/kg. Tuttavia, a causa dell'andamento tendenzialmente al ribasso del 2018 (-5%), anche nei primi nove mesi del 2019 il valore medio rimane sotto i 22,00 €/kg, nonostante un trend comunque positivo (+1,4%) e l'anno si chiude con un recupero di un punto percentuale. Sicuramente più significativa si presenta la ripresa nel 2020, quando il recupero di quasi 5 punti percentuali riporta i valori medi unitari di acquisto poco sotto i 23,00 €/kg, valore che rimane poi pressoché stabile nel 2021, mentre aumenta del 5% nel 2022 superando i 24,02 €/kg e raggiungendo il valore di 25,84 €/kg.

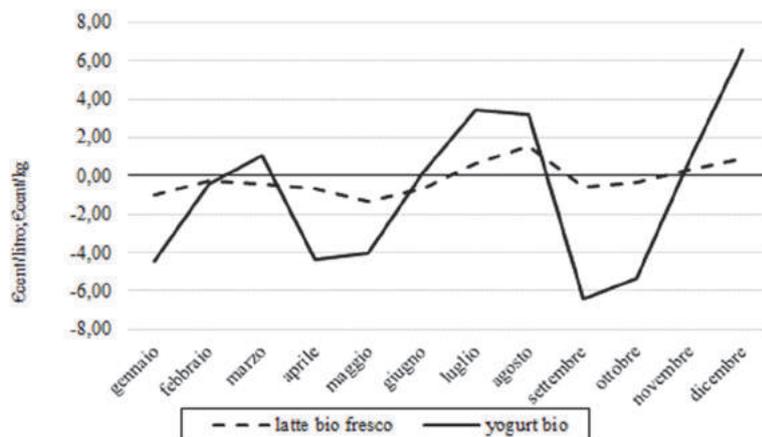
L'andamento dei valori medi unitari dei formaggi biologici *semiduri*, disponibili solo dall'agosto 2016, appare piuttosto interessante. Fino alla fine del 2016, il valore medio all'acquisto resta abbastanza stabile, ma nei primi mesi dell'anno seguente il trend diventa più movimentato: ad aprile 2017 sale a 11,10 €/kg, valore che chiude l'anno pur tra numerose oscillazioni. Queste ultime si protraggono nei mesi successivi raggiungendo il minimo assoluto di 8,39 €/kg nel maggio 2018 e il massimo di 12,22 €/kg nell'agosto dell'anno seguente; anche per questa categoria di prodotti il 2019 è un periodo di forte ripresa (+13,8%), arrivando a toccare nuovamente i 12 €/kg; ma nei successivi due anni si osserva una progressiva flessione (-1,0% nel 2020 e -5,2% nel 2021), che riporta il valore medio annuo sotto gli 11 €/kg, ed infine un recupero del 3,4% nel 2022, quando a parte una lieve flessione sotto i 10,00 €/kg di aprile e maggio, per il resto dell'anno ci si avvicina sempre agli 11,00 €/kg di poi superare i 12,00 €/kg da novembre.

Infine, tra i lattiero-caseari biologici analizzati, si nota un certo grado di eterogeneità in termini di stagionalità dei prezzi medi unitari all'acquisto. Il latte biologico *fresco* e il latte biologico *UHT* non evidenziano alcuna stagionalità statisticamente significativa (fig. 12.31). Al contrario, lo yogurt biologico evidenzia un andamento stagionale dei valori medi unitari al consumo che sfiora la significatività statistica: da una media per il periodo analizzato di 5,07 €/kg, il prezzo si abbassa fino a 6 €/cent a settembre e sale di 6 €/cent a dicembre.

Tra i formaggi biologici solo i *freschi* sono caratterizzati da una stagionalità statisticamente significativa (fig. 12.32); nel mese di luglio presentano un valore superiore di 60,00 €/cent rispetto a quello medio, mentre a gennaio il minimo risulta inferiore di circa 35 €/cent. Sia per i formaggi biologici *duri* che per quelli *molli* il prezzo massimo si registra solitamente a dicembre; diversamente, per i *duri* il minimo si verifica a maggio, con il prezzo che scende di 69 €/cent e nello stesso mese i formaggi biologici *molli* registrano solitamente un valore all'acquisto di 26 €/cent inferiore rispetto al valore medio unitario per il periodo in analisi, ma per entrambi i prodotti si tratta di feno-

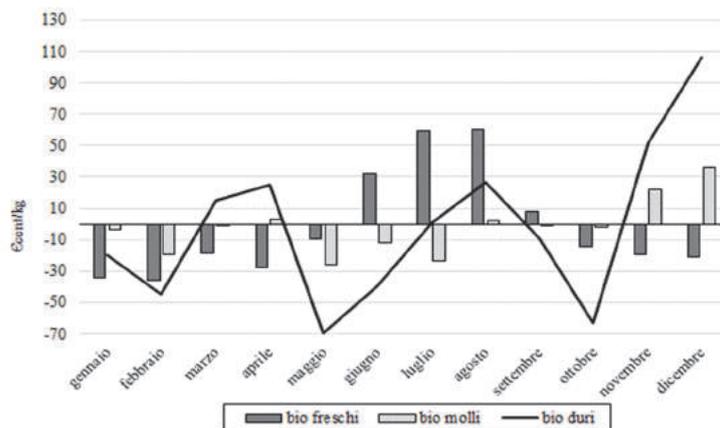
meni statisticamente significativi.

Fig. 12.31 - Andamento a stagionalità costante dei valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie per il latte biologico fresco (€cent/litro) e lo yogurt biologici in Italia (€cent/kg)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

Fig. 12.32 - Andamento a stagionalità costante dei valori medi unitari mensili pagati all'acquisto dalle famiglie per formaggi biologici freschi, molli e duri in Italia (€cent/kg)



Fonte: Elaborazioni OMPZ su dati Ismea-Nielsen Consumer Panel Service.

Il Rapporto sul mercato del latte, curato dall'Osservatorio sul Mercato dei Prodotti Zootecnici, che giunge alla sua ventottesima edizione, si propone come strumento di conoscenza del comparto lattiero-caseario a supporto di coloro che, a diverso titolo – si tratti di istituzioni pubbliche, organizzazioni professionali, strutture associative, operatori d'impresa e studiosi – sono chiamati a contribuire al funzionamento di tale comparto. Lo sforzo principale è stato, quindi, quello di coniugare completezza, tempestività e rilevanza delle informazioni fornite e delle analisi effettuate, con la sintesi necessaria a farne uno strumento efficace. La pluriennale e qualificata tradizione che l'Osservatorio può vantare nell'ambito delle analisi di settore costituisce la garanzia di un marcato rigore scientifico associato a concretezza ed aderenza ai problemi di un comparto tra i più complessi ed articolati del settore agro-alimentare nazionale.

L'impostazione dello studio prevede che esso non si limiti ad una semplice elencazione dei fatti di mercato, ma rappresenti, piuttosto, un'analisi dell'intera filiera produttiva, in grado di fornire delle chiavi di interpretazione che, a partire dal comportamento dei singoli operatori e dagli strumenti contrattuali di determinazione del prezzo del latte, considerano gli effetti dello scenario internazionale e delle politiche comunitarie di settore.

Nella presente edizione del Rapporto, si è tra l'altro approfondita l'analisi delle condizioni di mercato che hanno portato ad una decisa e repentina crescita dei prezzi sia a livello globale che nella realtà nazionale, e degli effetti che questa ha avuto da un lato sulla redditività delle aziende, dall'altro lato sui consumi e sui flussi di scambio.

L'Osservatorio sul Mercato dei Prodotti Zootecnici (già Osservatorio sul Mercato dei Prodotti Lattiero-caseari), attivo dal 1987, è un centro di ricerca che afferisce alla SMEA, Alta Scuola di Management ed Economia Agro-alimentare dell'Università Cattolica. Si tratta di una struttura di ricerca che, attraverso la raccolta ed elaborazione di informazioni di natura sia quantitativa sia qualitativa, si pone come obiettivo principale quello di interpretare la dinamica del "sistema prodotti di origine animale" – i flussi di produzione, scambio, distribuzione e consumo; le imprese e le loro strategie; i prezzi ai diversi stadi di mercato; le politiche settoriali – a livello sia nazionale sia comunitario, per fornire un supporto concreto alle scelte di imprese, organizzazioni ed istituzioni.