

Webinar

I DISTRETTI DEL CIBO IN UMBRIA TRA INNOVAZIONE ISTITUZIONALE E POLITICA AGRARIA

Le premesse: fabbisogni e criticità dell'agricoltura umbra

28 aprile 2020



Angelo Frascarelli

Docente di Politica Agroalimentare
Università di Perugia.

Direttore del **Centro per lo Sviluppo Agricolo e Rurale.**

dsa3.unipg.it

Da cosa nasce la seguente descrizione delle criticità e fabbisogni dell'agricoltura umbra?

«Studio/ricerca in ordine al contesto socio economico, ambientale e territoriale dell'Umbria in vista della programmazione della nuova PAC per il periodo 2021-2027»

Il gruppo di lavoro è composto da:

Gaetano Martino (coordinatore)

Antonio Boggia, Massimo Chiorri, Carla Cortina, Angelo Frascarelli, Andrea Marchini,
Francesco Musotti, Lucia Rocchi, Biancamaria Torquati

LA PROGRAMMAZIONE DELLA PAC NEL NUOVO QUADRO POST 2020



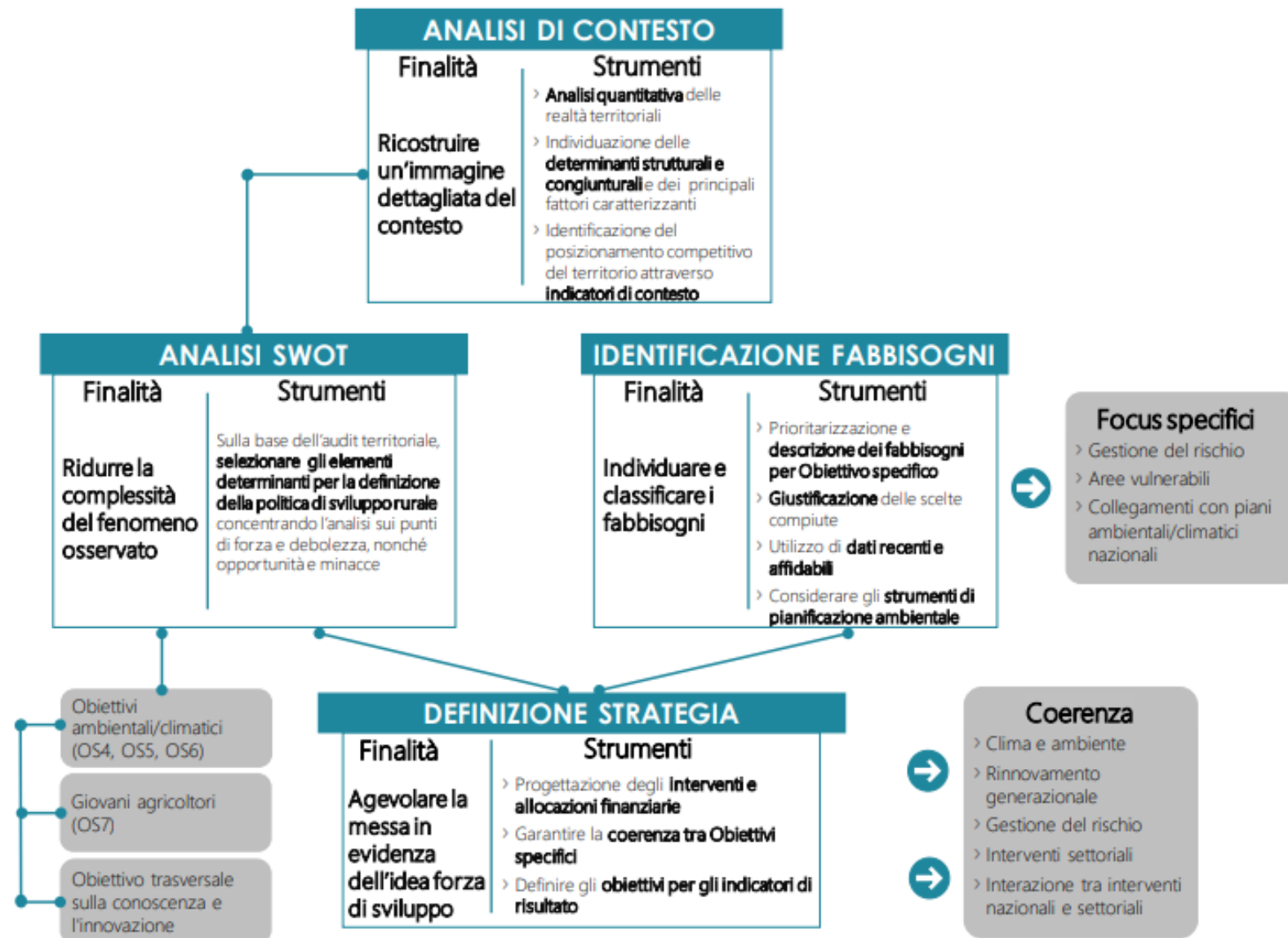
Ruolo della Commissione Europea

- Obiettivi comuni
- Quadro di performance (targets) e definizione indicatori output/risultato/impatto
- Definisce ampi tipi di intervento;
- Regole base
- Strutture di governance (sistema gestione e controllo)
- Approva il Piano Strategico

Ruolo degli Stati membri

- Compose interventi e linkages con obiettivi e targets
- Individuazione misure
- Regole operative delle misure
- Reports annuali su output ottenuti

LE FASI INIZIALI DELLA PROGRAMMAZIONE POST 2020

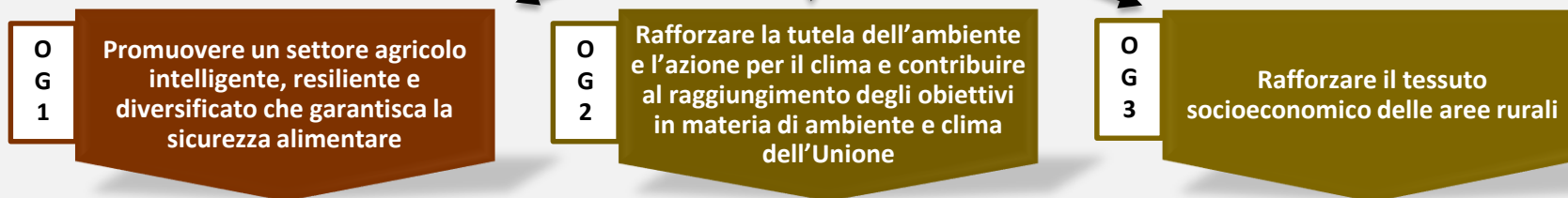


Gli obiettivi della Pac post 2020

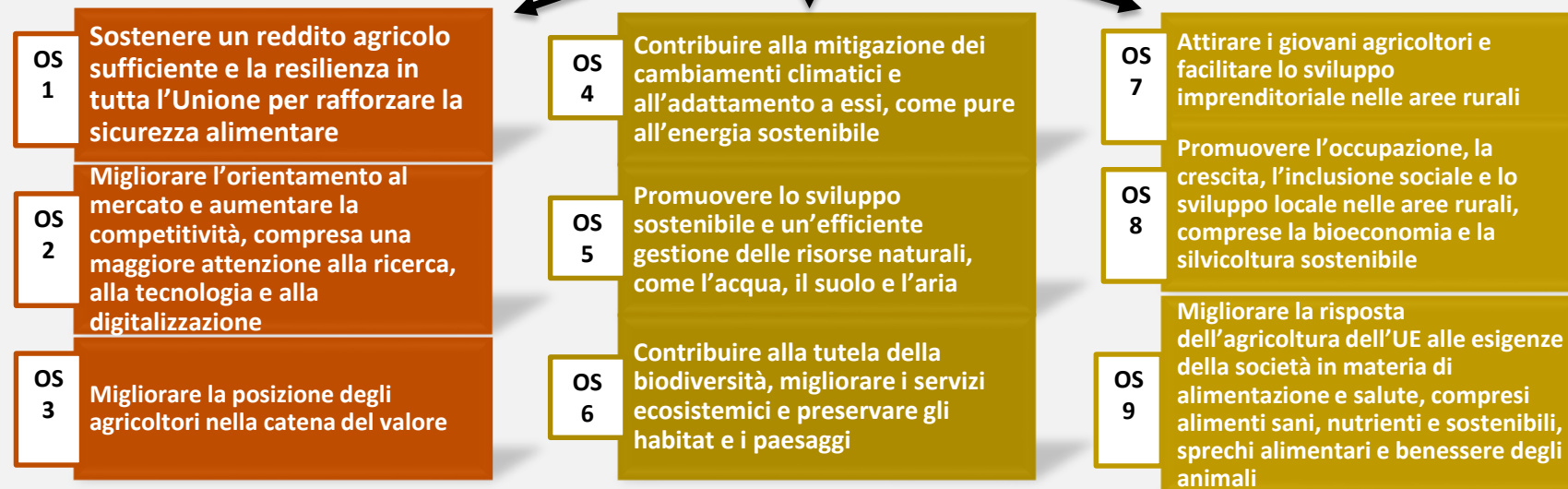


PAC 2021-2027: 3 OBIETTIVI GENERALI E 9 SPECIFICI (I E II PILASTRO)

3 OBIETTIVI GENERALI



9 OBIETTIVI SPECIFICI



SWOT

Obiettivo Specifico 2:

“Migliorare l’orientamento al mercato e aumentare la competitività, compresa una maggiore attenzione alla ricerca, alla tecnologia e alla digitalizzazione”

SWOT

Obiettivo Specifico 2

“Migliorare l’orientamento al mercato e aumentare la competitività, compresa una maggiore attenzione alla ricerca, alla tecnologia e alla digitalizzazione”

PUNTI DI FORZA	GRADO DI RILEVANZA	PUNTI DI DEBOLEZZA	GRADO DI RILEVANZA
Elevato grado di diversificazione e presenza di attività connesse	●●●	Forte dipendenza delle aziende dai pagamenti della PAC	●●●
Aumento export settore agricolo	●	Elevato grado di invecchiamento in agricoltura	●●
Propensione ad innovazione e ricerca	●	Ridotta dimensione economica aziendale	●●●
Adeguamento infrastrutturale digitale	●	Bassi livelli di produzione per unità di lavoro agricolo	●●
		Adozione limitata di nuove tecnologie in agricoltura	●
		Diminuzione produzioni DOP e IGP	●●

FABBISOGNI

Obiettivo Specifico 2

“Migliorare l’orientamento al mercato e aumentare la competitività, compresa una maggiore attenzione alla ricerca, alla tecnologia e alla digitalizzazione

- Favorire la crescita del VA dei prodotti agricoli e forestali con innovazione e promozione;
- Miglioramento della concentrazione dell’offerta e sviluppo di reti strategiche tra imprese.
- Favorire le imprese condotte da giovani e il ricambio generazionale mediante lo sviluppo di capitale umano qualificato;
- Favorire accessibilità, uso e la qualità delle tecnologie delle TIC;
- Diffusione del sistema delle conoscenze e della propensione ad innovare.

SWOT

Obiettivo Specifico 3:

“Migliorare la posizione degli agricoltori nella catena di valore”

SWOT

Obiettivo Specifico 3

“Migliorare la posizione degli agricoltori nella catena di valore”

PUNTI DI FORZA	GRADO DI RILEVANZA	PUNTI DI DEBOLEZZA	GRADO DI RILEVANZA
Alto tasso di diversificazione in agricoltura	●●●	Scarsa presenza di realtà cooperative consolidate e OP	●●●
Utilizzo dei canali di vendita diretta	●	Carenza di relazioni di filiera stabili	●●
		Inefficienze organizzative e logistiche	●●
		Scarsa presenza di azioni di marketing promozionale condivise	●
		Ridotta dimensione economica aziendale	●
		Elevato grado di invecchiamento in agricoltura	●

FABBISOGNI

Obiettivo Specifico 3

“Migliorare la posizione degli agricoltori nella catena di valore”

- Individuare nuovi modelli organizzativi innovativi aziendali e interaziendali verso nuovi modelli commerciali;
- Favorire la crescita del VA dei prodotti agricoli e forestali con innovazione e promozione;
- Favorire innovazione, differenziazione del prodotto, logistica e nuove forme di commercializzazione;
- Sostenere lo sviluppo di azioni di coordinamento e integrazione (anche per azioni di marketing, export, innovazione, ecc.);
- Diffusione del sistema delle conoscenze e della propensione ad innovare.

SWOT

Obiettivo Specifico 8:

“Promuovere l’occupazione, la crescita, l’inclusione sociale e lo sviluppo locale nelle aree rurali, comprese la bioeconomia e la silvicoltura sostenibile.”

SWOT

Obiettivo Specifico 8

“Promuovere l’occupazione, la crescita, l’inclusione sociale e lo sviluppo locale nelle aree rurali, comprese la bioeconomia e la silvicoltura sostenibile”

PUNTI DI FORZA	GRADO DI RILEVANZA	PUNTI DI DEBOLEZZA	GRADO DI RILEVANZA
Qualità paesaggistica (il verde del “cuore”)	●●●	Marginalità geografica (servizi-aree interne e accessibilità di grande scala)	●●●
Integrazione della campagna con una rete di città d’arte e piccoli centri storici di grande valore simbolico-spirituale	●●●	Oneroso mantenimento della viabilità minore	●●●
Capacità di attrarre risorse, sia umane che finanziarie, da aree metropolitane contigue e ad elevata congestione fisica	●●	Turismo caratterizzato da brevi permanenze	●●
Residenzialità della “seconda casa”: domanda di “campagna ricreativa”	●●	Difficoltà di raggiungere la soglia comunicazionale critica (per le ridotte dimensioni della regione)	●●
Saperi artigianali (saper fare creativo alimentare e di altro tipo)	●●	Polverizzazione del tessuto produttivo (in piccole e micro-imprese)	●●
Rete delle sagre: mantenimento del patrimoni gastronomici locali	●		
Elevato contatto con la campagna e quindi carattere rurale per i processi di socializzazione: persone che lavorano anche in agricoltura	●●		

FABBISOGNI

Obiettivo Specifico 8

“Promuovere l’occupazione, la crescita, l’inclusione sociale e lo sviluppo locale nelle aree rurali, comprese la bioeconomia e la silvicoltura sostenibile”

- Diffusione di attrattività delle aree rurali in termini di risorse paesaggistico-ambientali, socioculturali turistiche e ricreative e crescita di domanda dei servizi ecosistemici e di interesse collettivo;
- Animazione dei territori e delle reti locali per la valorizzazione e diffusione di esperienze;
- Sviluppo di una buona rete di viabilità leggera;
- Favorire interventi per lo sviluppo di “piccoli comuni intelligenti”;
- Migliorare l’accesso e la qualità dei servizi alla popolazione mediante un approccio innovativo e di sistema.

SWOT

Obiettivo Specifico 9:

“Migliorare la risposta dell’agricoltura dell’UE alle esigenze della società in materia di alimentazione e salute, compresi alimenti sani, nutrienti e sostenibili, sprechi alimentari e benessere degli animali “

SWOT

Obiettivo Specifico 9

“Migliorare la risposta dell’agricoltura dell’UE alle esigenze della società in materia di alimentazione e salute, compresi alimenti sani, nutrienti e sostenibili, sprechi alimentari e benessere degli animali”

PUNTI DI FORZA	GRADO DI RILEVANZA	PUNTI DI DEBOLEZZA	GRADO DI RILEVANZA
Predisposizione all’utilizzo di razze e varietà autoctone	●●	Scarsa diffusione e incentivazione di economie circolari	●●●
Propensione allo sviluppo di filiere corte	●●	Ridotta incidenza di imprese che rimpiegano sottoprodotti per generarne di nuovi	●
Adeguate promozione di una corretta educazione alimentare	●●	Diminuzione delle produzioni DOP e IGP	●●
		Scarsa crescita dell’agricoltura biologica	●●

FABBISOGNI

Obiettivo Specifico 9

“Migliorare la risposta dell’agricoltura dell’UE alle esigenze della società in materia di alimentazione e salute, compresi alimenti sani, nutrienti e sostenibili, sprechi alimentari e benessere degli animali”

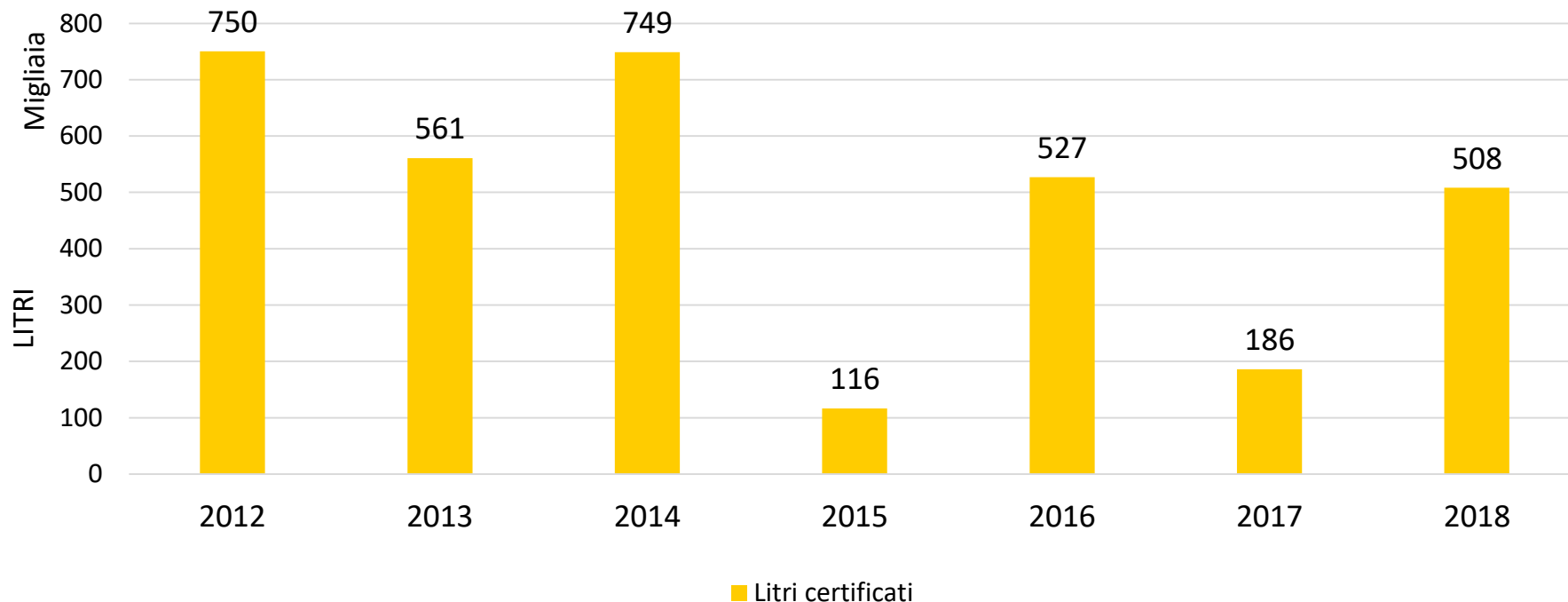
- Sostenere l’innovazione delle filiere agroalimentari attraverso la certificazione di qualità;
- Sviluppare nuovi modelli organizzativi fondati sull’economia circolare;
- Diffusione di sistemi di produzione sostenibile (biologico, produzione integrata certificata);
- Certificazioni di gruppo per il biologico (biodistretti);
- Sviluppo delle conoscenze tecniche e della ricerca applicata (digitalizzazione e agricoltura di precisione).

Certificazioni DOP/IGP

Prodotti a marchio Ue in Umbria

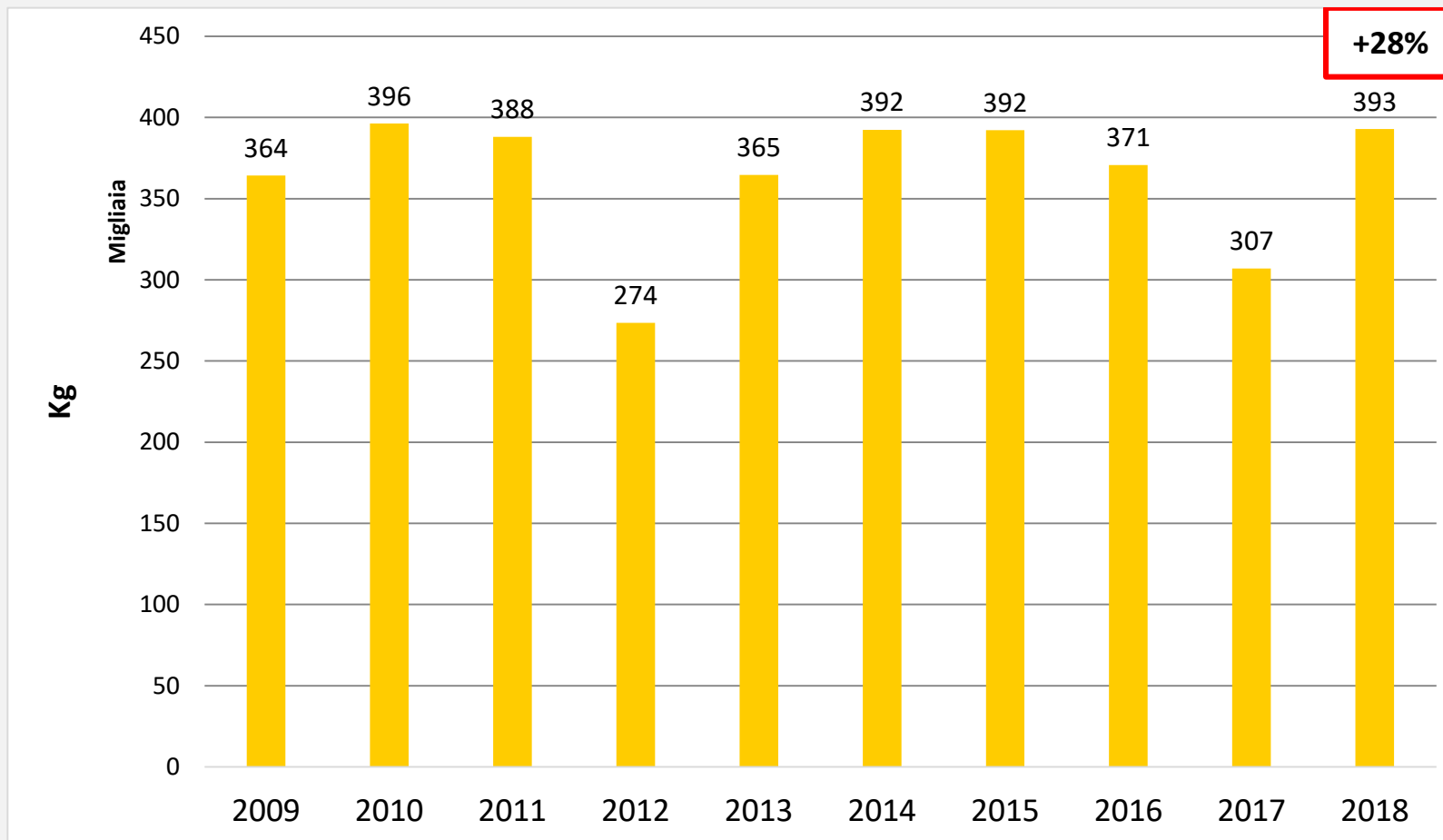
CATEGORIA	DENOMINAZIONE
Vini (13)	Colli Altotiberini (D.o.c.), Colli Perugini (D.o.c.), Montefalco (D.o.c.), Montefalco Sagrantino (D.o.c.g.), Colli del Trasimeno (D.o.c.), Orvieto (D.o.c.), Torgiano (D.o.c.), Torgiano riserva (D.o.c.g.), Colli Amerini (D.o.c.), Colli Martani (D.o.c.); Lago di Corbara (D.o.c.), Rosso Orvietano (D.o.c.), Assisi (D.o.c.)
Salumi e norcineria (1)	Prosciutto di Norcia (IGP)
Carni (2)	Vitellone bianco dell'Appennino (IGP) Agnello del Centro Italia IGP
Olio d'oliva (1)	Olio di oliva extra-vergine Umbria (DOP)
Cereali (1)	Farro di Monteleone di Spoleto (DOP)
Lenticchie (1)	Lenticchia di Castelluccio di Norcia (IGP)
Patata (1)	Patata Rossa di Colfiorito (IGP)

Quantitativi certificati di Olio DOP Umbria



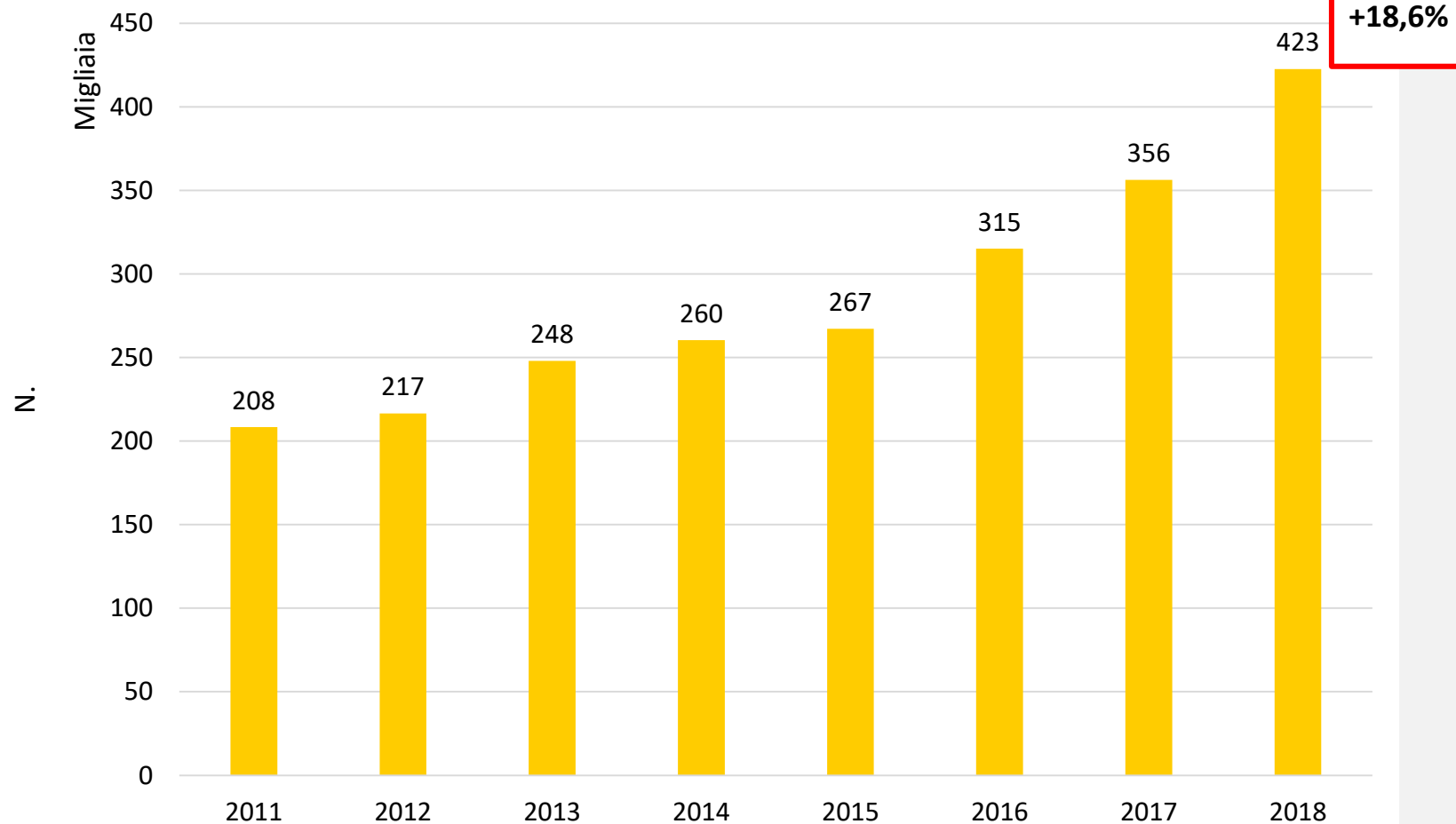
Campagna Olearia	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Litri certificati	750.139	560.730	749.014	116.211	527.047	185.828	508.233
Var. %	-	-25,25	33,58	-84,48	353,53	-64,74	173,5

Quantitativo certificato di Lenticchia di Castelluccio di Norcia



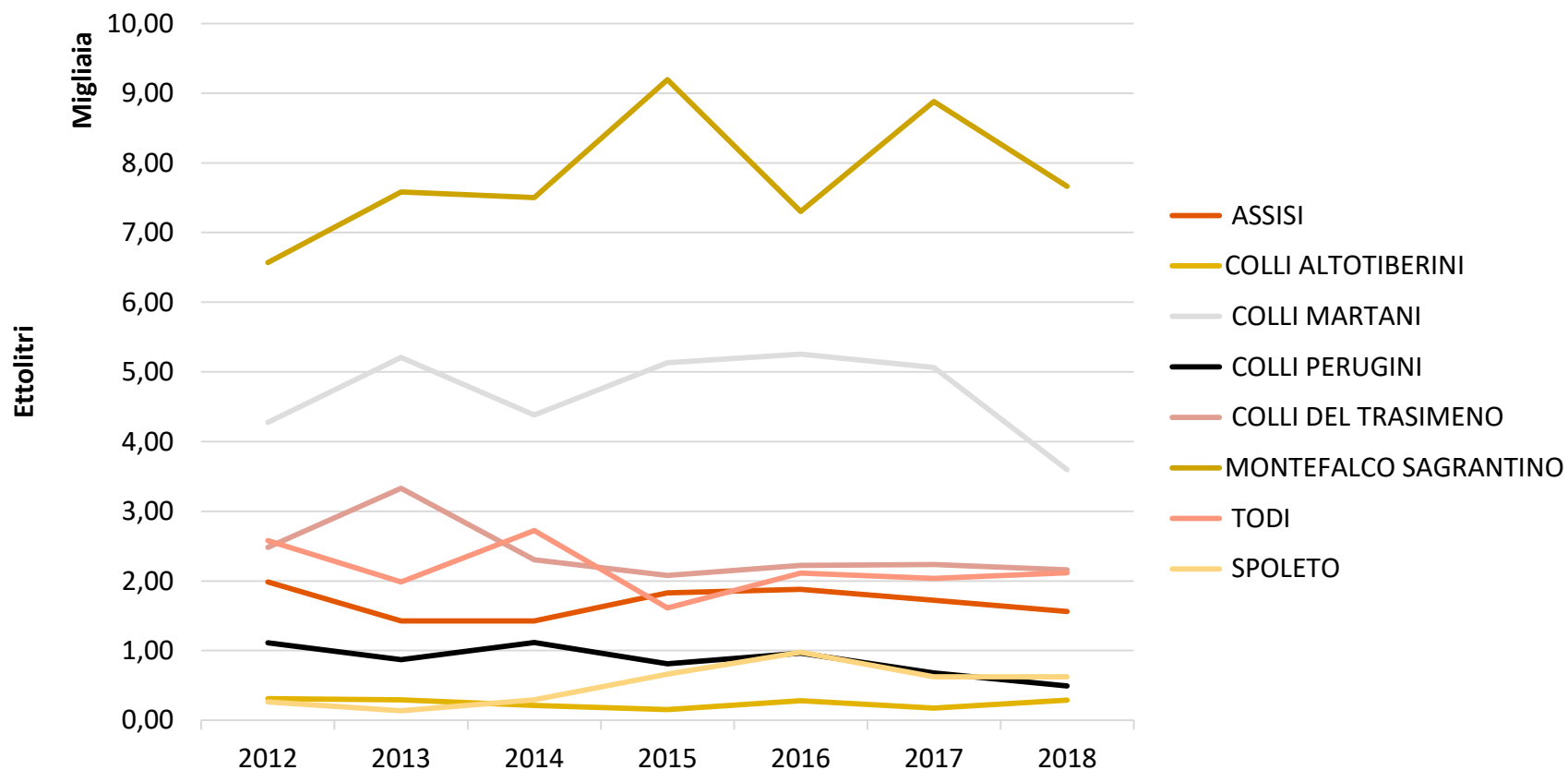
Anno	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Kg certificati	364.217	396.212	388.034	273.560	364.539	392.394	392.144	370.638	307.028	392.844
Var. %	-	8,8	-2,1	-29,5	33,3	7,6	-0,1	-5,5	-17,2	28

Quantitativi di pezzi certificati di Prosciutto Norcia



al 31/12	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
N. Pezzi certificati	208.309	216.566	247.946	260.435	267.137	315.038	356.330	422.550
Var. %	-	4	14,5	5	2,6	17,9	13,1	18,6

Quantitativi certificati di Vini DOC



ETTOLITRI DI VINO IMBOTTIGLIATO DOC

ANNO	ASSISI	COLLI ALTOTIBERINI	COLLI MARTANI	COLLI PERUGINI	COLLI DEL TRASIMENO	MONTEFALCO SAGRANTINO	TODI	SPOLETO
2018/2017 v.a.	-161,00	112,00	-1466,00	-185,00	-73,00	-1214,00	81,00	-1,00
2015/2017 %	-9,35	63,64	-28,95	-27,29	-3,27	-13,67	3,98	-0,16

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

- Favorire la crescita del VA dei prodotti agricoli e forestali con innovazione e promozione;
- Miglioramento della concentrazione dell'offerta e sviluppo di reti strategiche tra imprese.
- Sostenere l'innovazione delle filiere agroalimentari attraverso la certificazione di qualità;
- Favorire innovazione, differenziazione del prodotto, logistica e nuove forme di commercializzazione;
- Sostenere lo sviluppo di azioni di coordinamento e integrazione (anche per azioni di marketing, export, innovazione, ecc.);
- Diffusione di sistemi di produzione sostenibile (biologico, produzione integrata certificata).

Grazie per l'attenzione

Perugia, 28 aprile 2020