

CARNE BOVINA

Analisi della filiera

Gennaio 2006

STRUTTURA DELLA FILIERA CARNE

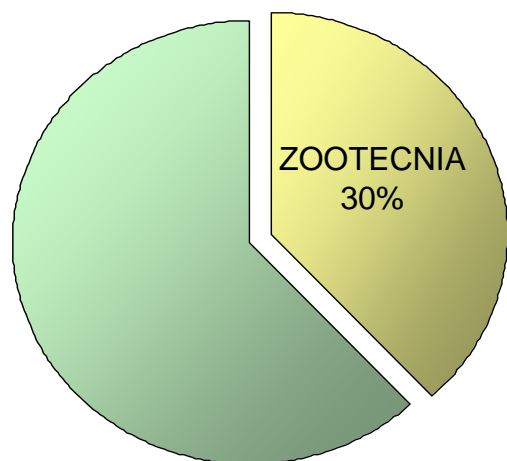
Flussi, attività e nodi critici

La zootecnia è un settore chiave per l'agricoltura italiana

VALORE DELLA PRODUZIONE AGRICOLA

Ai PPB nel 2004

48.300 mio €

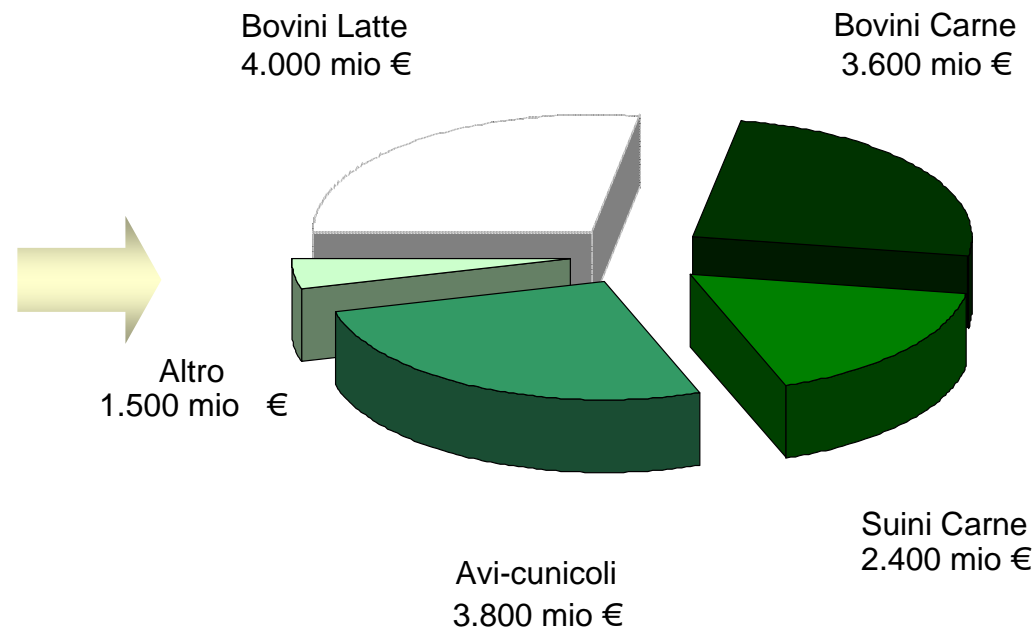


Fonte: elaborazione su dati Inea

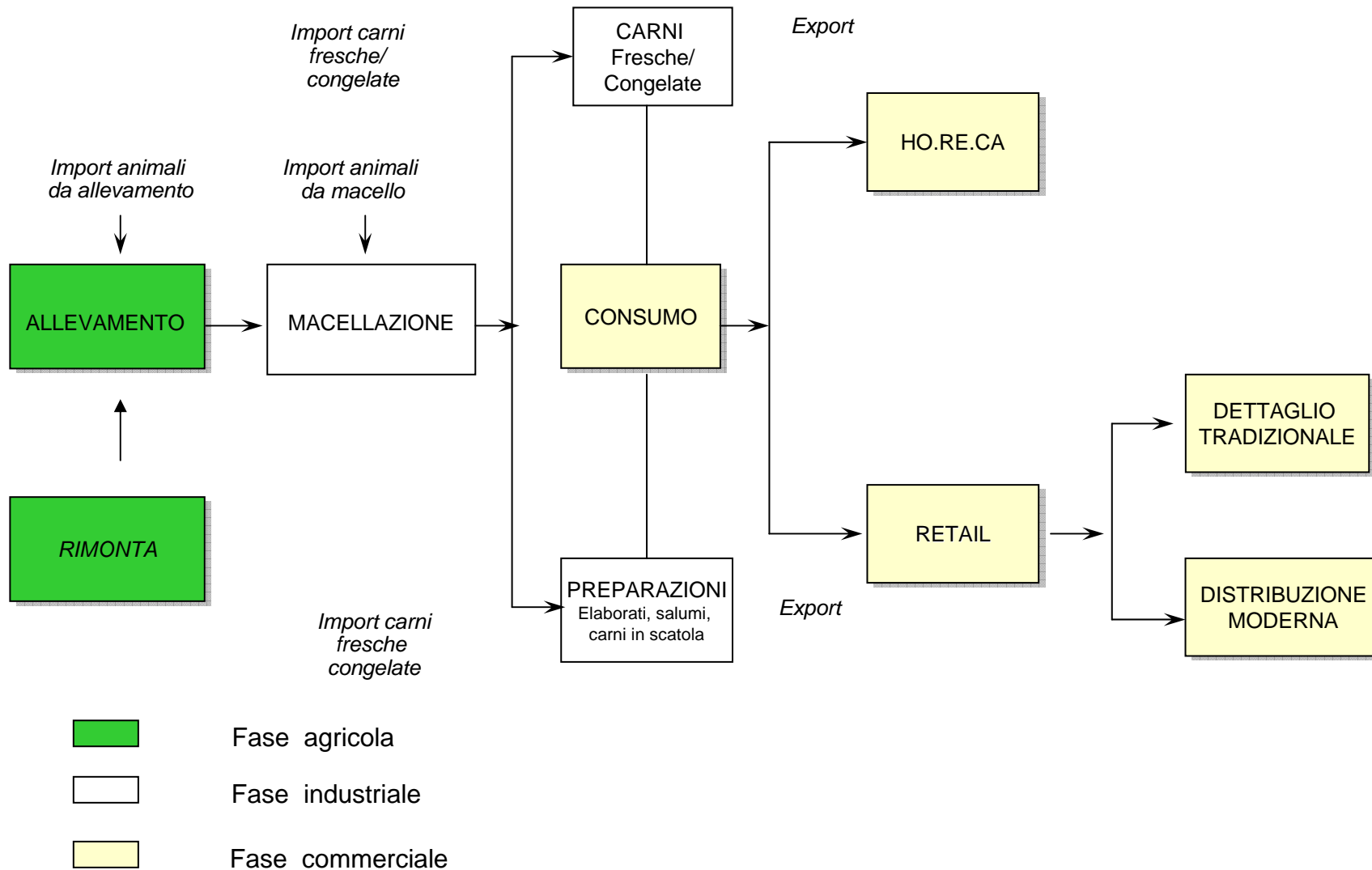
VALORE DELLA PRODUZIONE ZOOTECNICA

Ai PPB nel 2004

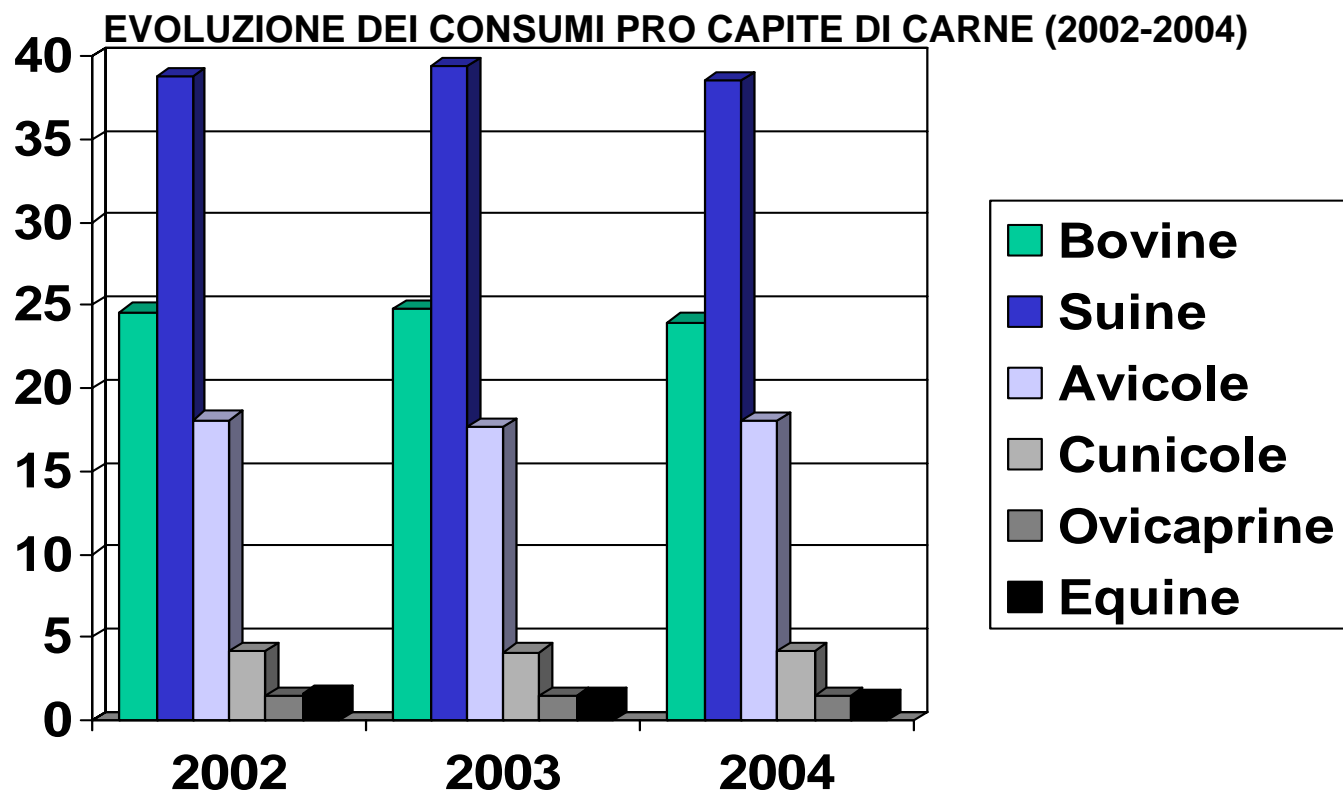
14.500 mio €



Analisi dei flussi della filiera delle carni



Il consumo dei diversi tipi carne presenta dinamiche differenziate

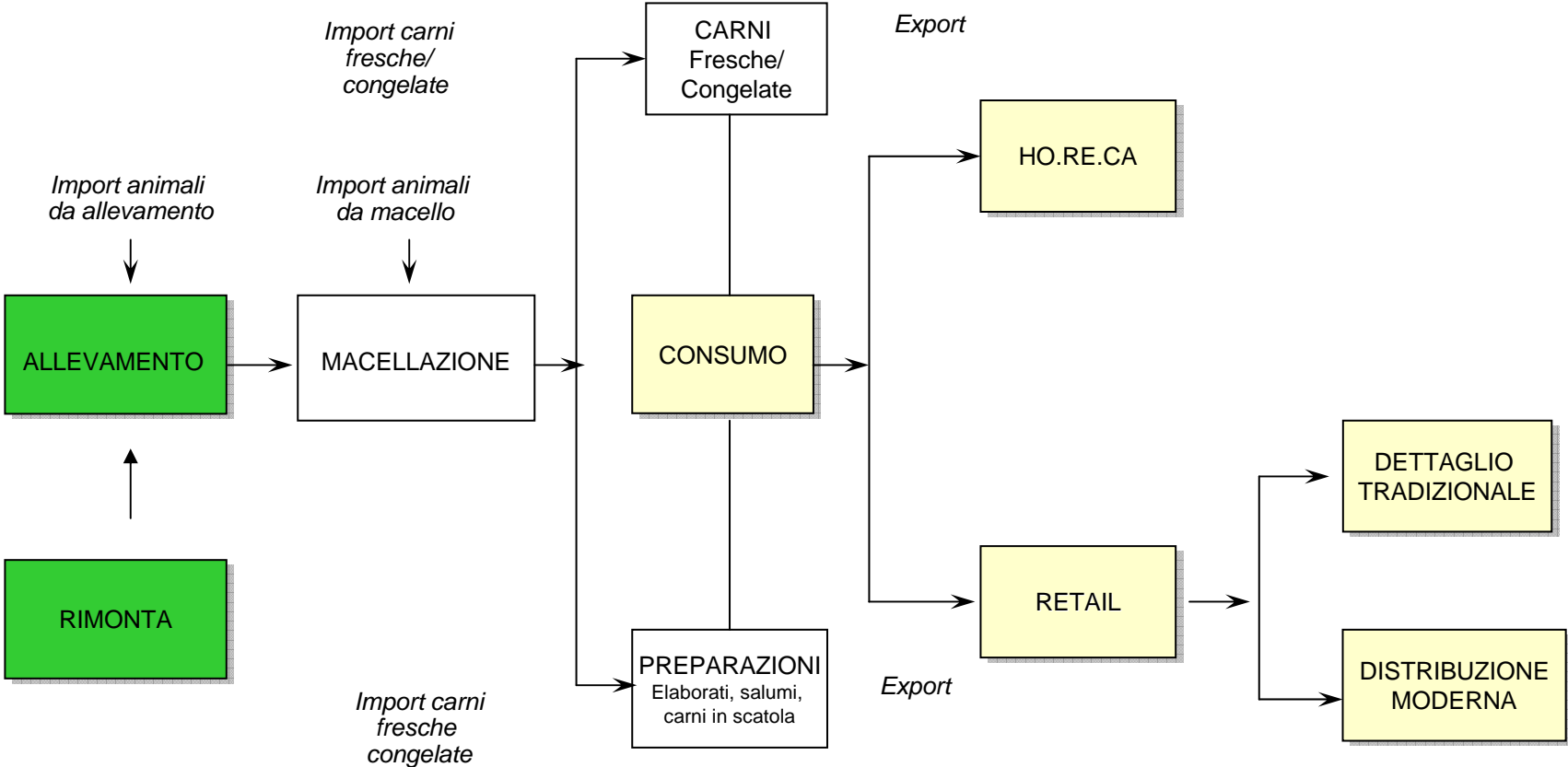


Fonte: elaborazioni su dati Istat

- Nel 2004 il consumo apparente di carni è di 5.081 tonnellate
- Il consumo pro capite è di 72Kg, 89Kg e 78Kg per gli anni 2002-2004
- Il consumo di carne bovina, dopo il crollo del periodo BSE (2000-2001) si è stabilizzato ad un volume pro capite di 24 kg; inferiore ai consumi precedenti la BSE

LA CARNE BOVINA

La fase di allevamento



La situazione degli allevamenti bovini

PROFILO DEL SETTORE - 2004

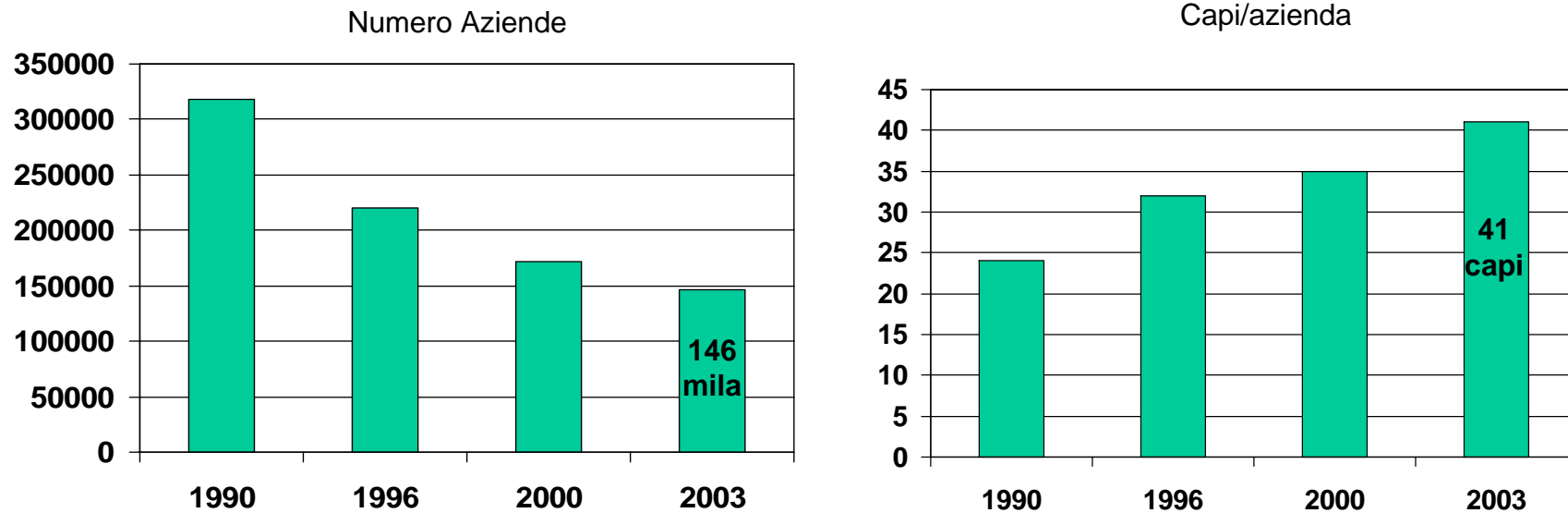
N° CAPI .000	6.100
Di cui vacche da latte .000	1.800
N° ALLEVAMENTI	146.000
DIMENSIONE MEDIA AZIENDE – N. CAPI	41
<u>ALLEVAMENTI sotto 100 capi</u>	90%
<u>ALLEVAMENTI 100-500 CAPI</u>	10%

Fonte:elaborazione su dati ISTAT, ISMEA- Osservatorio Carne Bovina

- Numerosi allevamenti di piccole dimensioni (sotto 10 capi, 41 % delle aziende) coesistono con pochi grandi strutture (circa 10% delle aziende)
- La sopravvivenza delle piccole-medie aziende è spesso legata alla tipicità del prodotto finale o della razza allevata

La dimensione media aziendale è in crescita

AZIENDE E NUMERO MEDIO DI CAPI



Fonte: elaborazioni su dati ISTAT

- **L'attività di allevamento vive una fase di concentrazione che ha determinato l'aumento della dimensione media aziendale: piccole e medie imprese, incapaci di rispondere ai mutamenti del mercato e suscettibili ai cali di redditività, sono state abbandonate o assorbite da strutture più grandi**

Classificando il ciclo produttivo è possibile evidenziare il bipolarismo del settore: intensivo estensivo

<i>Specie allevata</i>	<i>Criterio di classificazione</i>	<i>Tipo di allevamento</i>	<i>Fattori identificativi</i>
BOVINI	CICLO PRODUTTIVO	INTENSIVO	-ciclo di produzione aperto -in ambiente confinato - elevata densità capi /SAU
		ESTENSIVO	-ciclo di produzione chiuso -in ambiente non confinato - bassa densità capi /SAU

Distinguiamo:

- **ciclo intensivo per la produzione di vitello e vitellone, in ambiente confinato, diffuso nelle regioni del Nord (Veneto, Lombardia, Emilia Romagna e Piemonte)**
- **ciclo estensivo per la produzione di vitellone, in ambiente non confinato, diffuso nell'Italia Centro Meridionale e nelle Isole.**

Le categorie merceologiche e le aree di produzione

- **Vitello, peso 230 – 250 kg, 5-6 mesi di età (12% della produzione, circa 1 milione di capi) allevato in Lombardia, in Veneto**
- **Vitellone peso 450- 650 Kg, 14 -20 mesi di età (74% della produzione, circa 2 milioni e mezzo di capi)**
 - **sistema intensivo, in ambiente confinato (Veneto, Piemonte, Emilia Romagna), alimentato con insilato di mais e concentrato**
 - **sistema estensivo, in ambiente non confinato (Italia Centro meridionale e nelle isole)**
- **Vacche fine carriera (13% della produzione, circa 500 mila capi) allevate soprattutto nel Nord Italia**

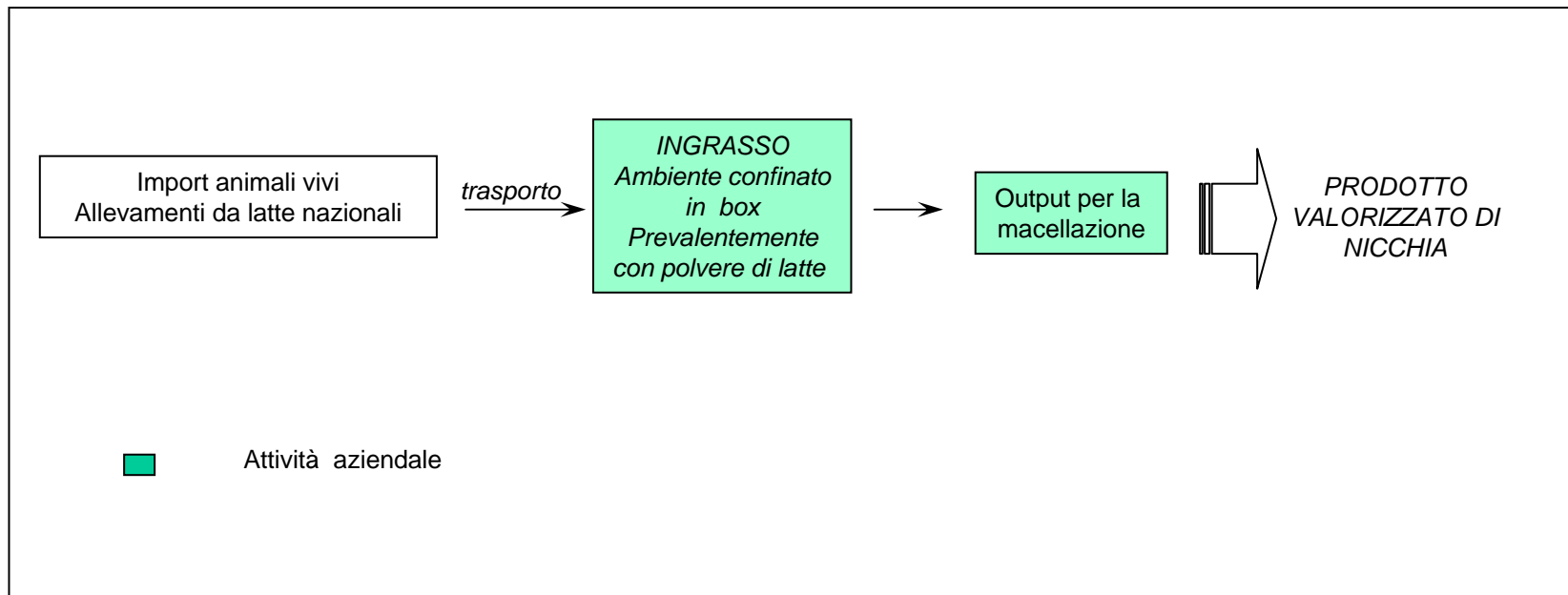
Nel nord Italia si concentra l'allevamento intensivo

- **Il 60% del patrimonio zootecnico bovino è concentrato in quattro regioni: Lombardia (25,7%), Piemonte (13,9%), Veneto (12,9%) ed Emilia Romagna (10%). La produzione di mais e semi oleosi, tipica di queste aree, giustifica la concentrazione degli allevamenti che si integrano con le zone di approvvigionamento**
- **Gli allevamenti sono di grandi dimensioni (media 800 capi/azienda), con punte di oltre 2.000 bovini.**
- **Intorno a quest'attività si è sviluppato un ricco indotto produttivo e occupazionale: dalla consulenza per il piano alimentare (servizi associati alla mangimistica) allo smaltimento e lavorazione dei reflui di produzione**
- **La gestione delle aziende intensive è caratterizzata da:**
 - **elevati investimenti in strutture**
 - **impiego di manodopera specializzata**
 - **elevata incidenza dei costi diretti**
 - **standardizzazione del processo produttivo**

L'allevamento estensivo è diffuso nell'Italia centro – meridionale e nelle isole

- **L'offerta è in un numero elevato di aziende di piccole e medie dimensioni (10- 20 capi in media) localizzate sia in aree di pianura che in aree collinari soprattutto dell'Italia Centro Meridionale e nelle isole**
- **L'allevamento estensivo si caratterizza per:**
 - **ambiente non confinato (animali bradi o semi bradi)**
 - **ciclo di produzione più lungo**
 - **elevati investimenti in terreni per il pascolo**
 - **notevole incidenza del costo di acquisto dei capi**

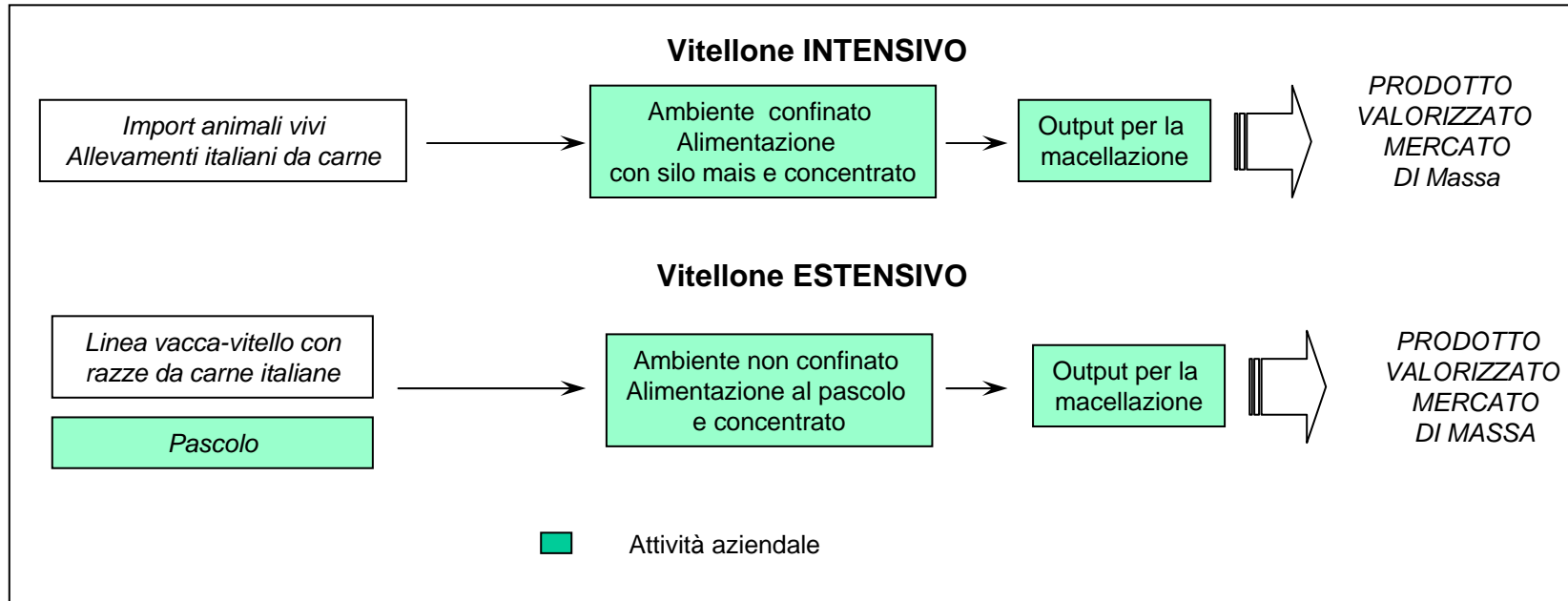
L'allevamento del vitello è prevalente nell'Italia del Nord



- **Gli allevamenti sono a ciclo aperto (ingrasso): l'azienda si rivolge all'esterno per l'acquisto dei vitelli (import dalla Polonia, dalla Francia) o dall'Italia**
- **L'allevamento del vitello è realizzato in ambiente confinato (box collettivi) l'alimentazione è in prevalenza a base di latte**

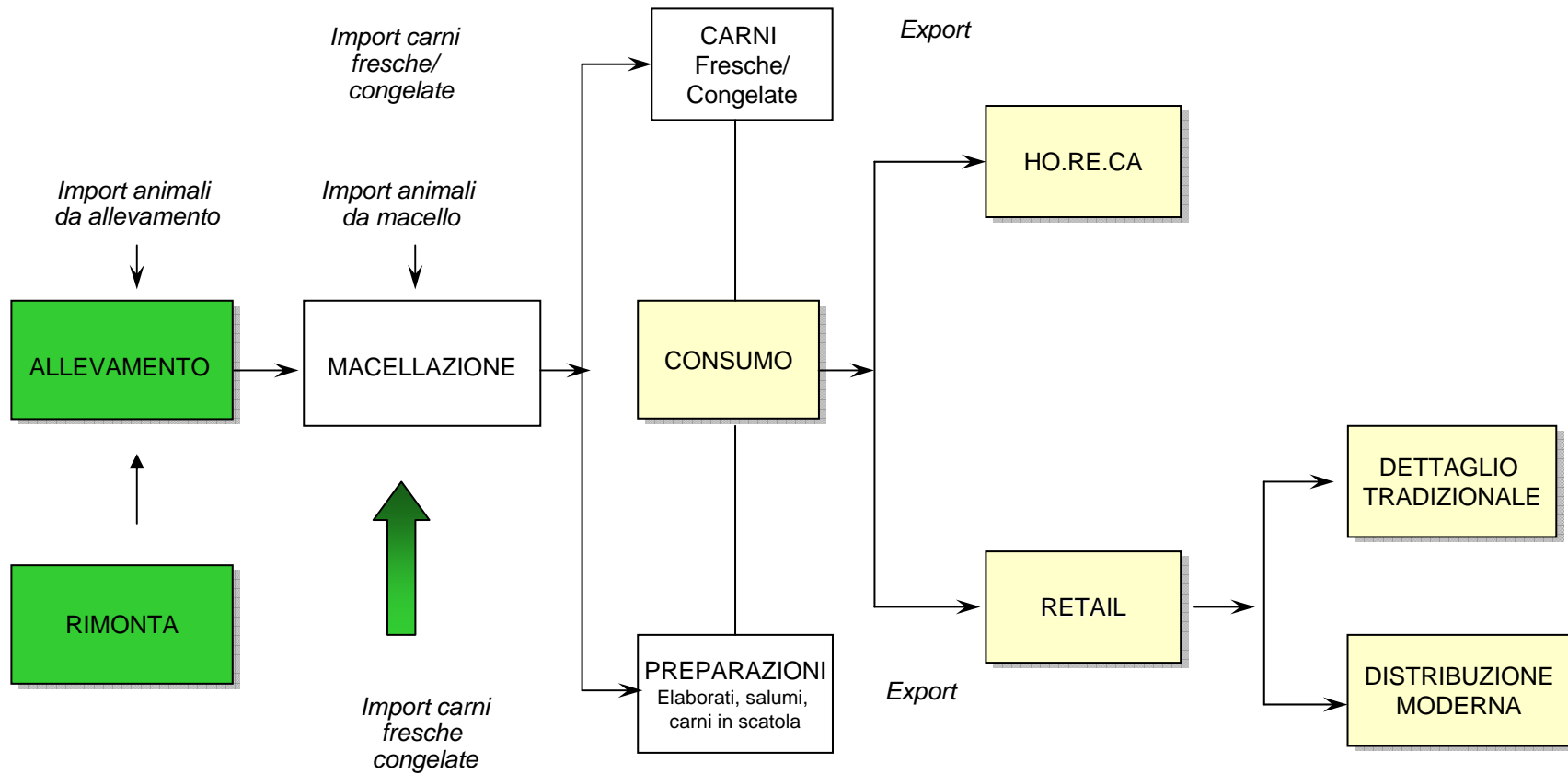
Si producono circa 1 milione di vitelli all'anno

L'allevamento del vitellone valorizza le razze da carne tipiche italiane



- L'allevamento del vitellone intensivo è a ciclo aperto l'azienda importa animali vivi di provenienza francese o acquista incroci da carne italiani
- si svolge in ambiente confinato con alimentazione a base di insilato di mais e concentrato
- L'allevamento del vitellone estensivo si svolge allo stato brado o semi brado; le razze utilizzate, sono in prevalenza da carne tipiche italiane (Marchigiana, Chianina, Maremmana, ecc.)
- Il ciclo di produzione è chiuso: linea vacca-vitello, alimentazione con pascolo aziendale, spesso la dieta degli animali è arricchita con insilato di mais e concentrato

La fase di macellazione



Le macellazioni in Italia

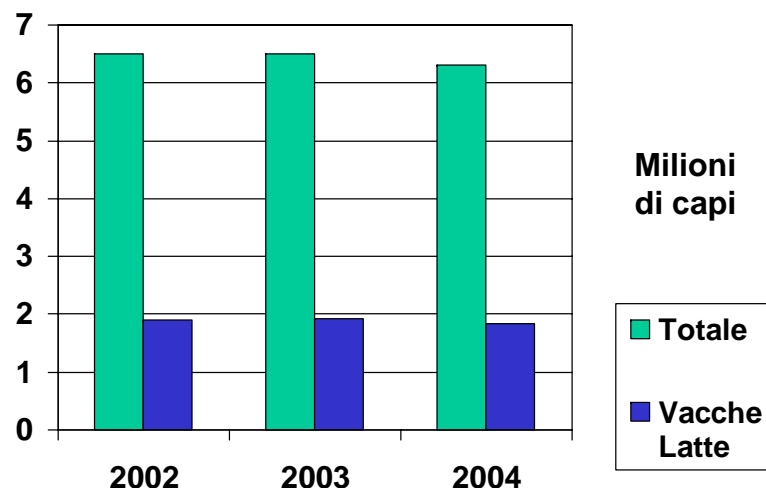
PROFILO DEL SETTORE - Dati 2004

NUMERO CAPI MACELLATI .000	4.197
PRODUZIONE .000 tonn.	1.145
IMPORT ANIMALI VIVI DA MACELLO .000 tonn	244
IMPORT CARNI .000 tonn	672
EXPORT CARNI .000 tonn	185
SALDO COMMERCIALE CARNI Mio Euro.	- 2.252
IMPIANTI MACELLAZIONE - 2000	2.000
IMPIANTI MACELLAZIONE CARNE ROSSA Con Bollo CEE - 2004	503

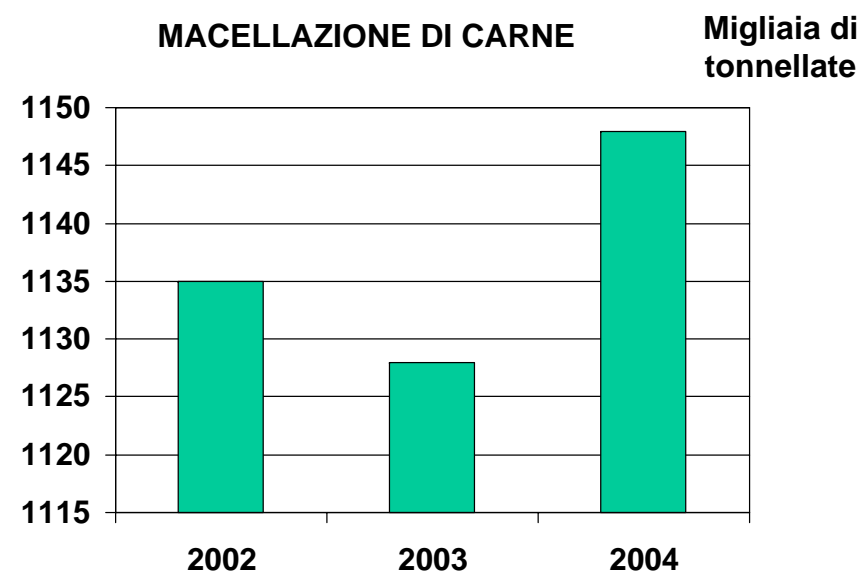
Fonte: ISTAT, ISMEA, Osservatorio Carne Bovina

Si ricorre all'import per soddisfare la domanda interna di carne bovina

CONSISTENZA PATRIMONIO BOVINO



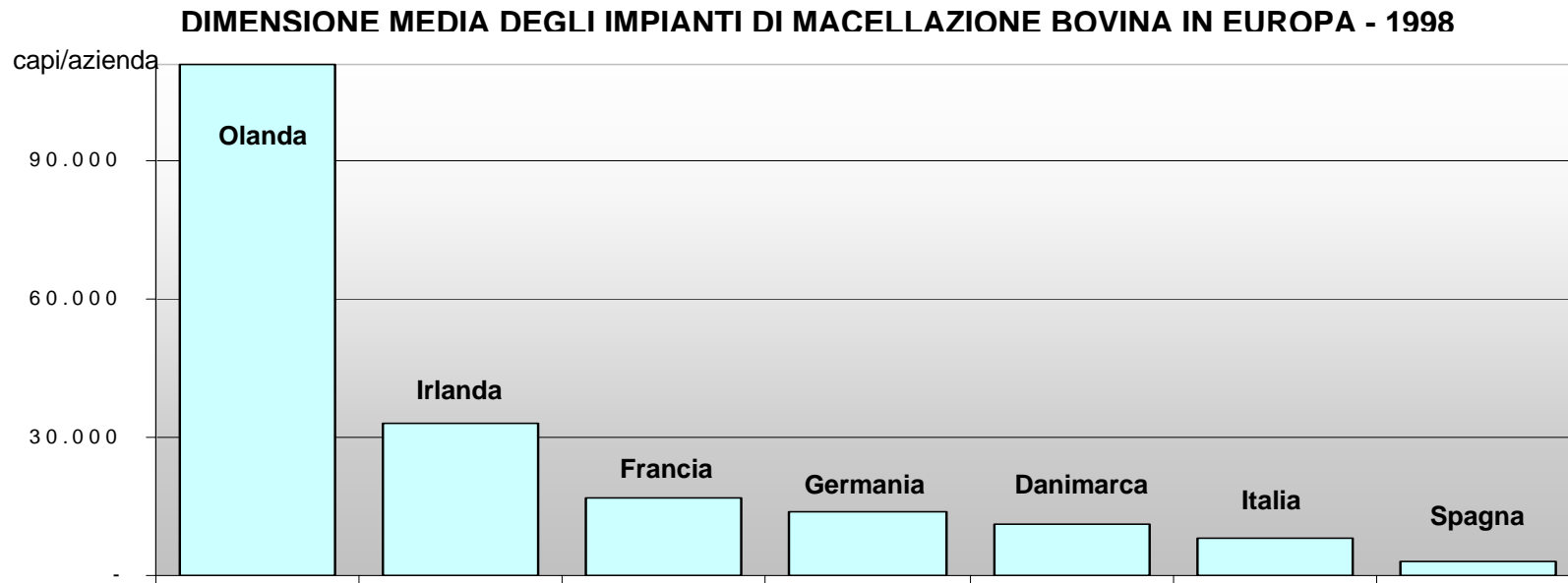
MACELLAZIONE DI CARNE



Fonte: elaborazioni Procom AGR su dati ISTAT

- Il patrimonio bovino italiano è in costante diminuzione, con conseguente contrazione dell'attività di macellazione nazionale
- Per soddisfare la domanda interna si ricorre all'import di carne e di capi da macello (+12%), causando l'aumento del grado di dipendenza dall'estero, soprattutto dai paesi dell'UE

La macellazione italiana è ancora lontana dallo standard europeo



Fonte: elaborazioni Procom AGR su Osservatorio Carne Bovina

- **La struttura della macellazione italiana presenta un forte livello di arretratezza, dovuta a :**
 - l'eccessiva polverizzazione degli operatori e la scarsa capacità produttiva media
 - la presenza di piccole aziende capaci di operare solo in ambito locale

Gli impianti di macellazione in Italia

CAPACITA' INDUSTRIALE	CAPACITA' LIMITATA	DEROGA TEMPORANEA
<ul style="list-style-type: none">Definiti dal DPR 286/94Adeguati alla normativa igienico sanitaria UECapacità produttiva illimitata (>20 UGB/settimana)Nessun limite alla commercializzazione <p>15% <i>totale impianti nazionali</i></p>	<ul style="list-style-type: none">Definiti dal DPR 286/94In deroga permanente riguardo alla normativa igienico sanitariaCapacità produttiva limitata (<20 UGB/settimana)Commercializzazione limitata al territorio nazionale <p>84% <i>totale impianti nazionali</i></p>	<ul style="list-style-type: none">Operano in base a deroghe al DPR 286/94 rinnovate annualmenteImpianti che hanno avviato, ma non ancora finito, i lavori di adeguamento richiesti dalla normativa (DPR 286/94) <p>1% <i>totale impianti nazionali</i></p>

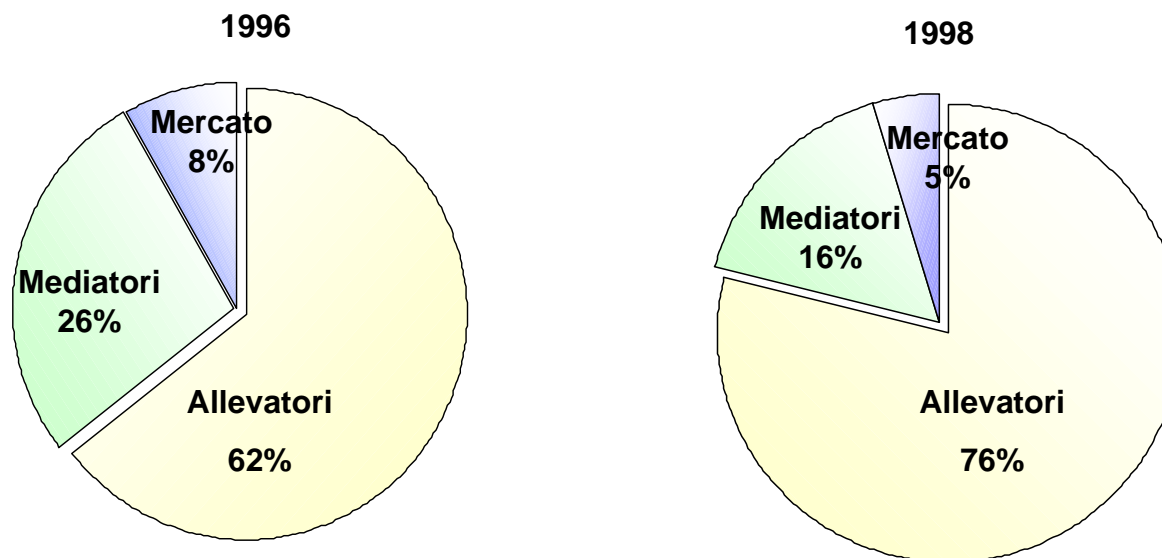
- In Italia sono presenti circa 2.000 macelli, di cui 400 sono pubblici 1.500 sono a capacità limitata**
- Gli impianti di sezionamento di carni rosse autorizzati e registrati dal Mipaf sono 1.263**
- I depositi frigoriferi sono 645**

Il comparto della macellazione è interessato da un processo di razionalizzazione

- **Gli impianti industriali, in forte crescita, trattano attualmente una quota stimata attorno al 60-70% della carne macellata nel nostro Paese. La loro distribuzione territoriale ricalca quella degli allevamenti intensivi da latte e da carne**
- **L'attività di macellazione è concentrata nelle quattro regioni dell'area padana (53% degli impianti). In questo *distretto* si trovano i macelli bovini dei principali operatori (IN.AL.CA., UNICARNI e UNIPEG). La localizzazione all'interno di un ricco bacino di approvvigionamento rappresenta un grande vantaggio competitivo per le strutture che lavorano grandi volumi**
- **Negli impianti più moderni il livello di automazione è elevato, e alcune aziende hanno sviluppato propri brevetti. Il disosso e il sezionamento sono le fasi più automatizzate anche per garantire standard igienico sanitari più elevati**
- **La tracciabilità del prodotto è stata realizzata in alcuni casi con sistemi di gestione e controllo dei capi con codici a barre**

I macelli di maggiore dimensione sono orientati a stabilire rapporti diretti con gli allevamenti

CANALI DI APPROVVIGIONAMENTO DEI CAPI BOVINI DA MACELLO

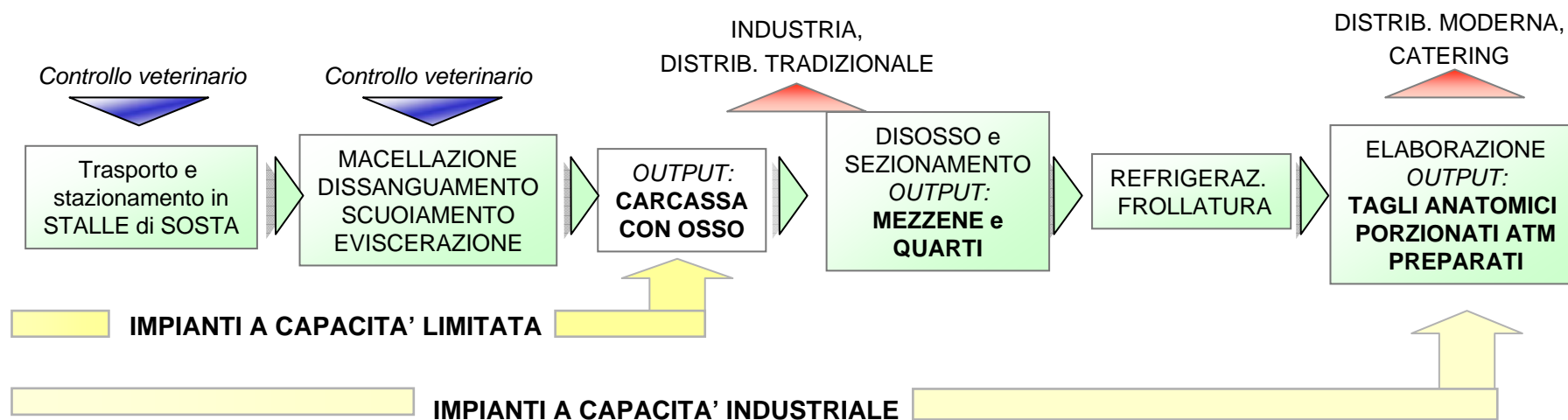


Fonte: elaborazioni Procom AGR su dati Osservatorio Carne Bovina

- **Migliorano i rapporti di filiera con operatori a monte: si riduce il ruolo degli intermediari in favore dell'approvvigionamento diretto in allevamento**
- **La logistica dei capi in entrata influisce notevolmente sul valore del prodotto finale: solo gli impianti più grandi ed efficienti hanno un bacino interregionale di approvvigionamento**

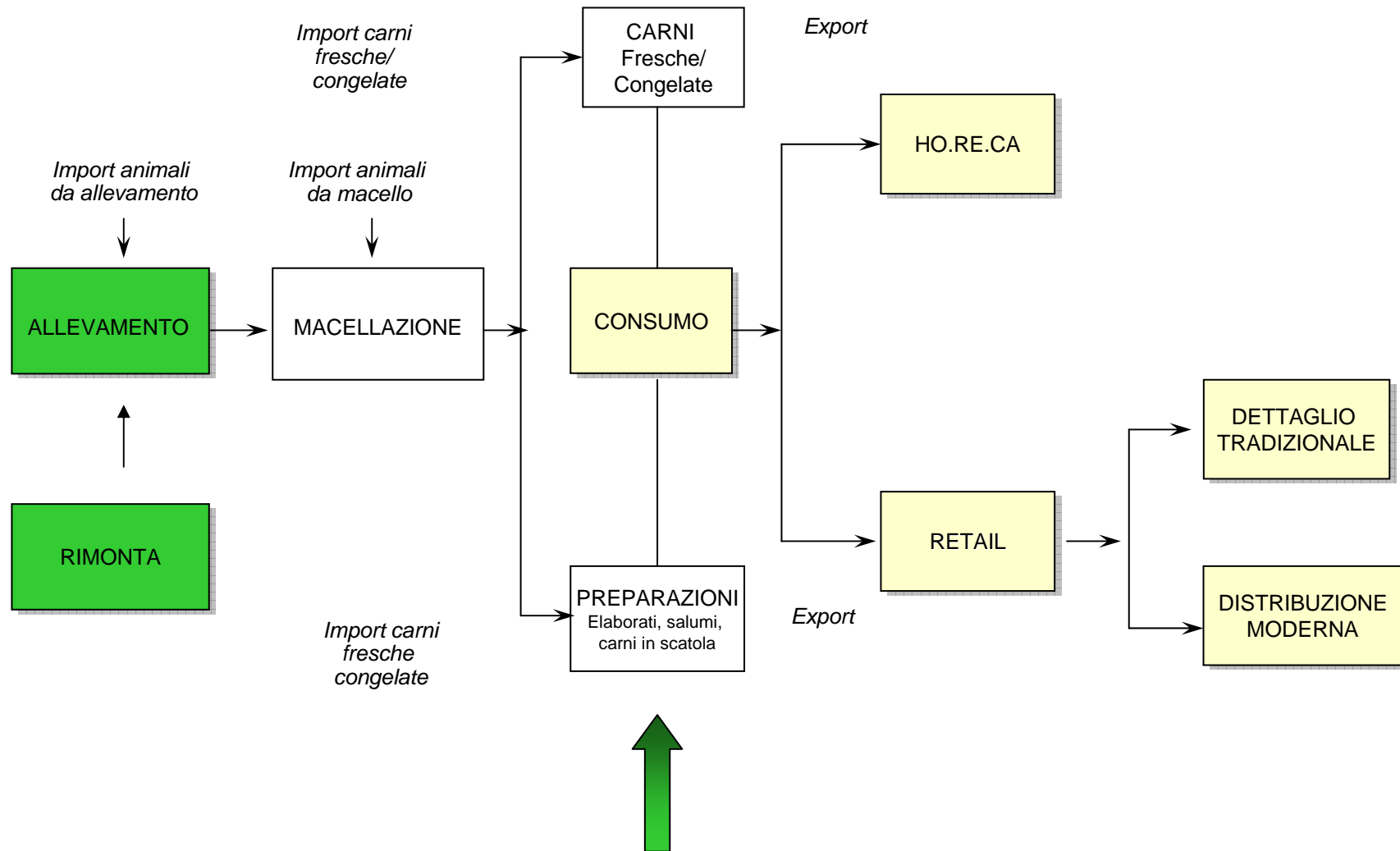
Esiste una correlazione tra tipo di lavorazione e mercato di sbocco

CICLO DI MACELLAZIONE DELLA CARNE E OUTPUT REALIZZATI



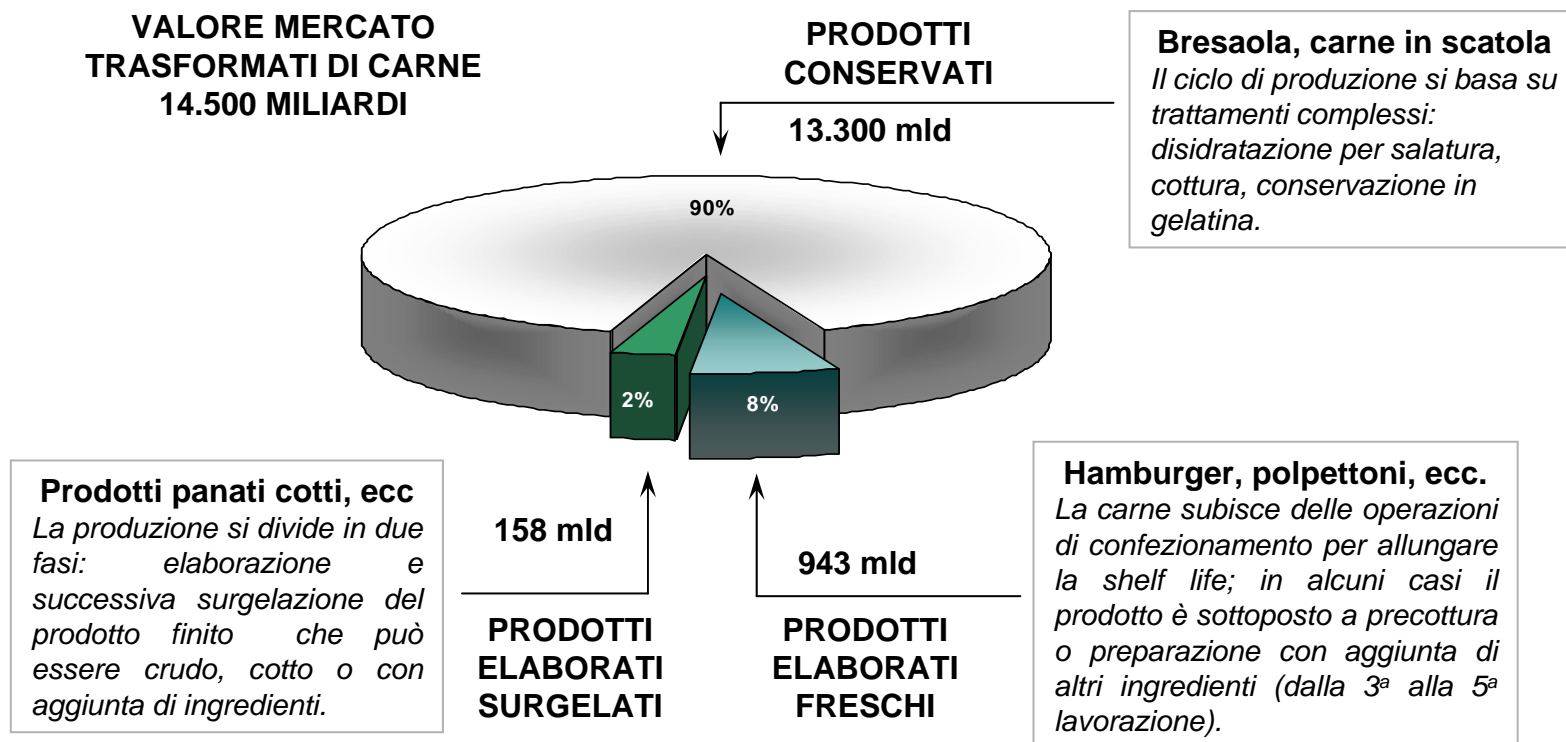
- Per la prevalenza di piccoli e medi impianti di macellazione, il prodotto con osso è la quota più rilevante dell'offerta nazionale di carne bovina (74%)
- Il taglio e la lavorazione per il consumo finale fresco della carne con osso viene effettuata dai grossisti o dalla GDO
- Solo gli impianti di maggiore dimensione, garantiti da rapporti stabili con il mercato, realizzano l'intero processo di lavorazione della carne

La fase di trasformazione



Il mercato della carne trasformata è in forte sviluppo

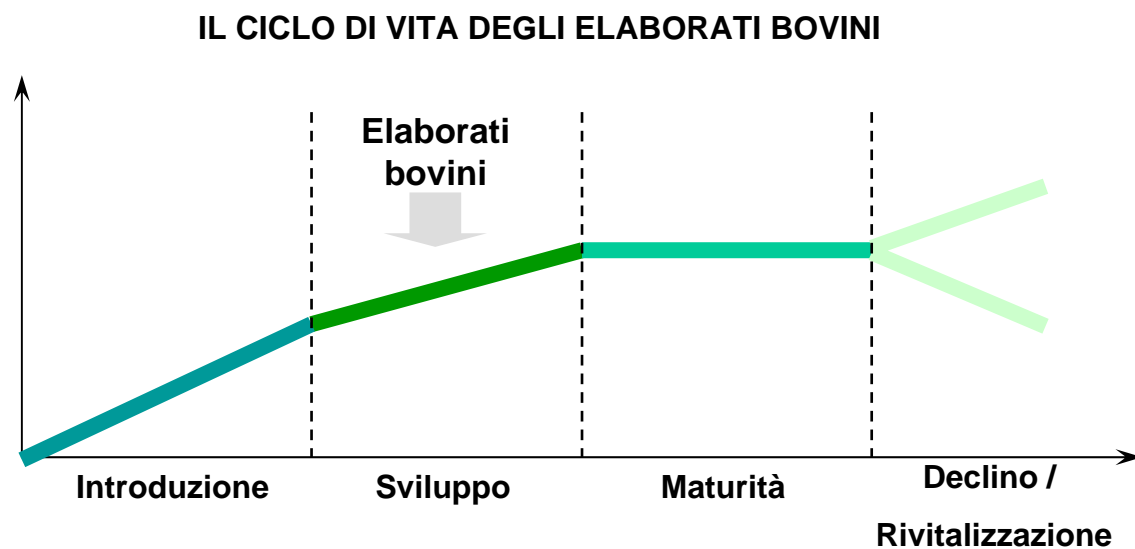
COMPOSIZIONE QUANTITATIVA DELL'OFFERTA INDUSTRIALE



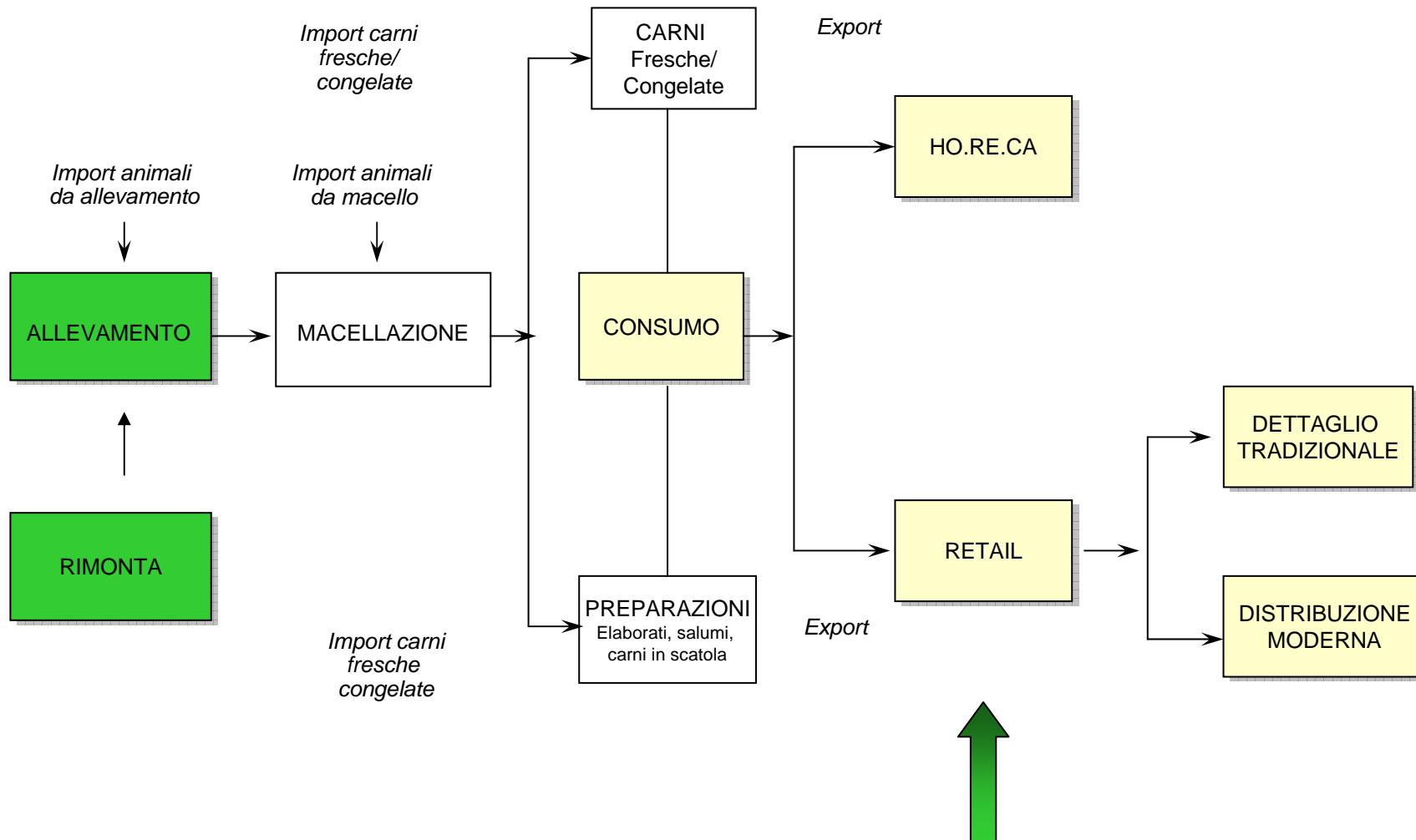
- In un mercato che supera i 14.000 mld di Lit., il contributo dei trasformati di carne bovina è modesto. Le principali produzioni sono la bresaola, la carne in gelatina e omogeneizzata

La produzione di elaborati di carne bovina è in pieno sviluppo

- **Contenuto tecnologico e investimento in R&S sono una barriera superabile solo da produttori industriali e da marchi già affermati in altri comparti o altre produzioni**
- **Il mercato è fortemente concentrato:**
 - **4 aziende controllano il 50% della produzione di carne elaborata fresca**
 - **IN.AL.CA. controlla il 30% del fatturato degli elaborati surgelati**

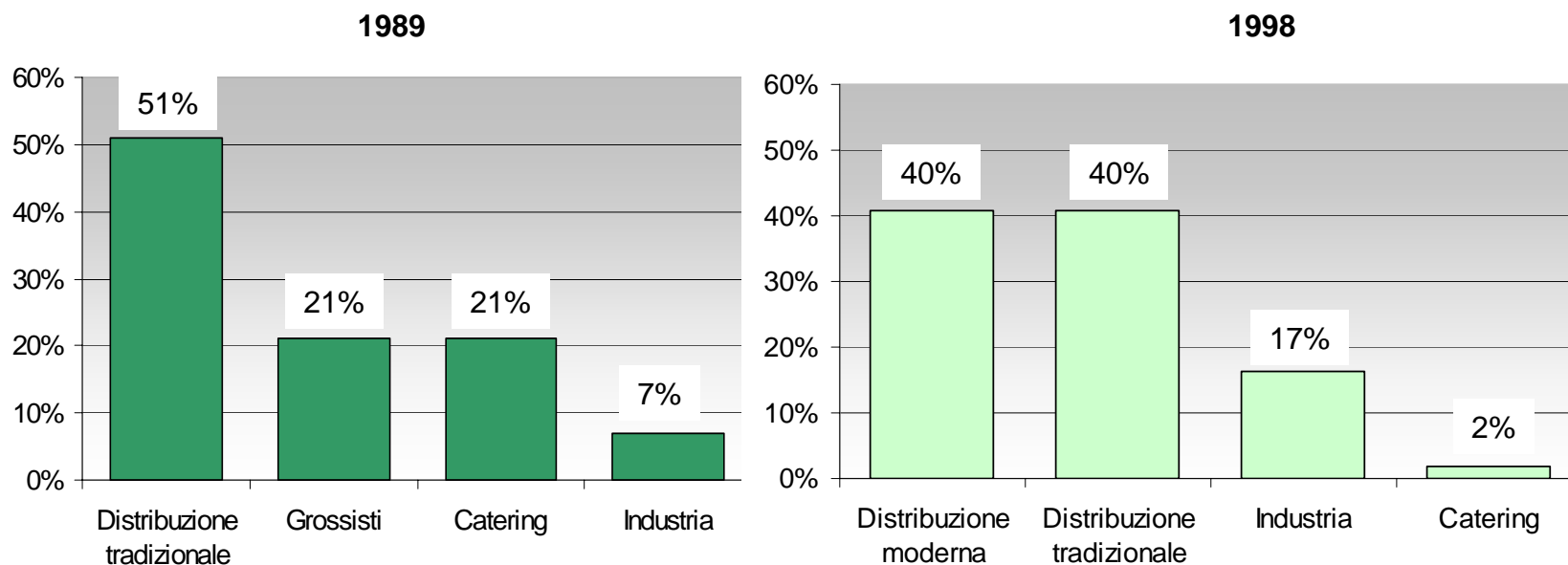


La fase di distribuzione



Il sistema di distribuzione della carne si è modificato radicalmente

EVOLUZIONE DEI CANALI DI VENDITA DELLA CARNE BOVINA (1989- 1998)

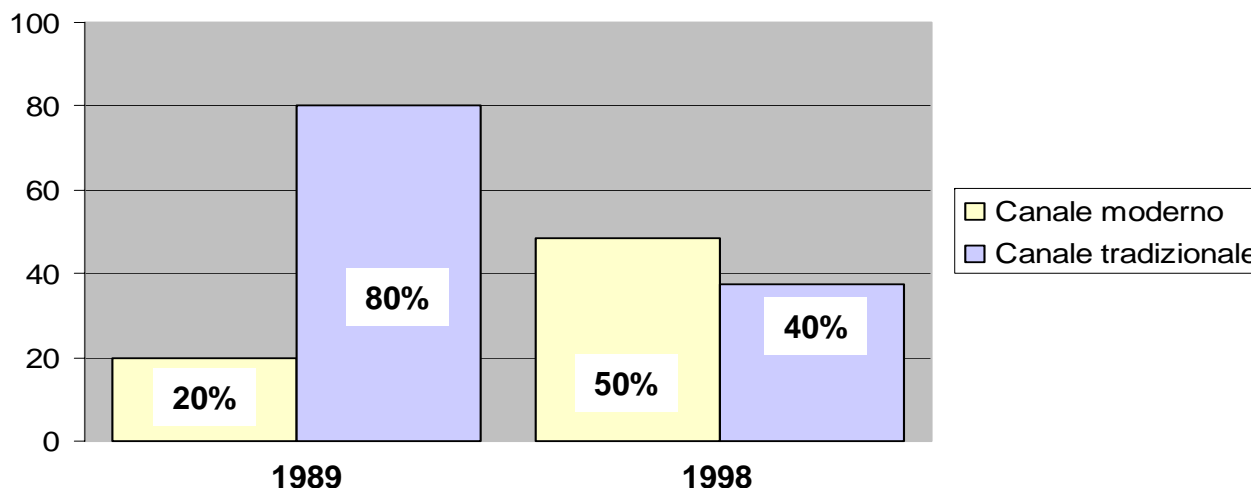


Fonte: ns elaborazione Procom AGR su dati The Mac Group e Osservatorio Carne Bovina

- **Il sistema di distribuzione nel corso di dieci anni è completamente cambiato: la vendita al dettaglio cresce riducendo però i passaggi commerciali, la distribuzione tradizionale perde quota e sparisce la figura del grossista, soprattutto al Nord dove la DM ha assunto un ruolo rilevante**

Il peso della DM nella commercializzazione della carne cresce sensibilmente

RIPARTIZIONE ACQUISTI CARNE BOVINA PER CANALE (1989 - 1998)



Fonte: elaborazione Procom AGR su dati The Mac Group e ISMEA

- **Si inverte il rapporto tra distribuzione moderna (DM) e dettaglio tradizionale nella commercializzazione della carne fresca. La riduzione del numero di punti vendita al dettaglio (55 mila unità nel 1989 contro le 35 mila del 1998) ha favorito tale processo**
- **Garanzia di qualità e un buon posizionamento qualità/prezzo hanno permesso alla DM di conquistare la leadership distributiva**
- **AcNielsen stima, per i prossimi tre anni, un aumento del 6% circa della quota dei super/ipermercati nel segmento totale dei beni alimentari**

Per conquistare la fiducia del consumatore è essenziale etichettare la carne

- **In virtù del regolamento (CE) 1760/2000, in tutti i paesi dell'Unione Europea vige l'obbligo di etichettare le carni bovine indicando:**
 - un numero o un codice di riferimento che identifichi l'animale o il gruppo di animali da cui deriva la carne
 - il numero di approvazione relativo al macello e al paese dove l'animale è stato macellato
 - il numero di approvazione del laboratorio e del paese dove l'animale è stato sezionato
- **L'etichetta è “completa” dal 2002 con l'obbligo di indicare anche il luogo dove è nato e dove è stato allevato l'animale da cui proviene la carne.**
- **Per aggiungere altre informazioni in etichetta, su base volontaria, è necessario disporre di un disciplinare di etichettatura approvato dal Ministero delle Politiche Agricole e Forestali**
- **I disciplinari approvati dal Mipaf sono 87, gli organismi di controllo autorizzati sono 14**

Trend e forze di mercato

Scenario attuale e trend

L'allevamento e il sistema degli interlocutori

- Considerando il sistema di interlocutori della filiera e ponendo al centro l'azienda di allevamento, si possono distinguere due livelli:



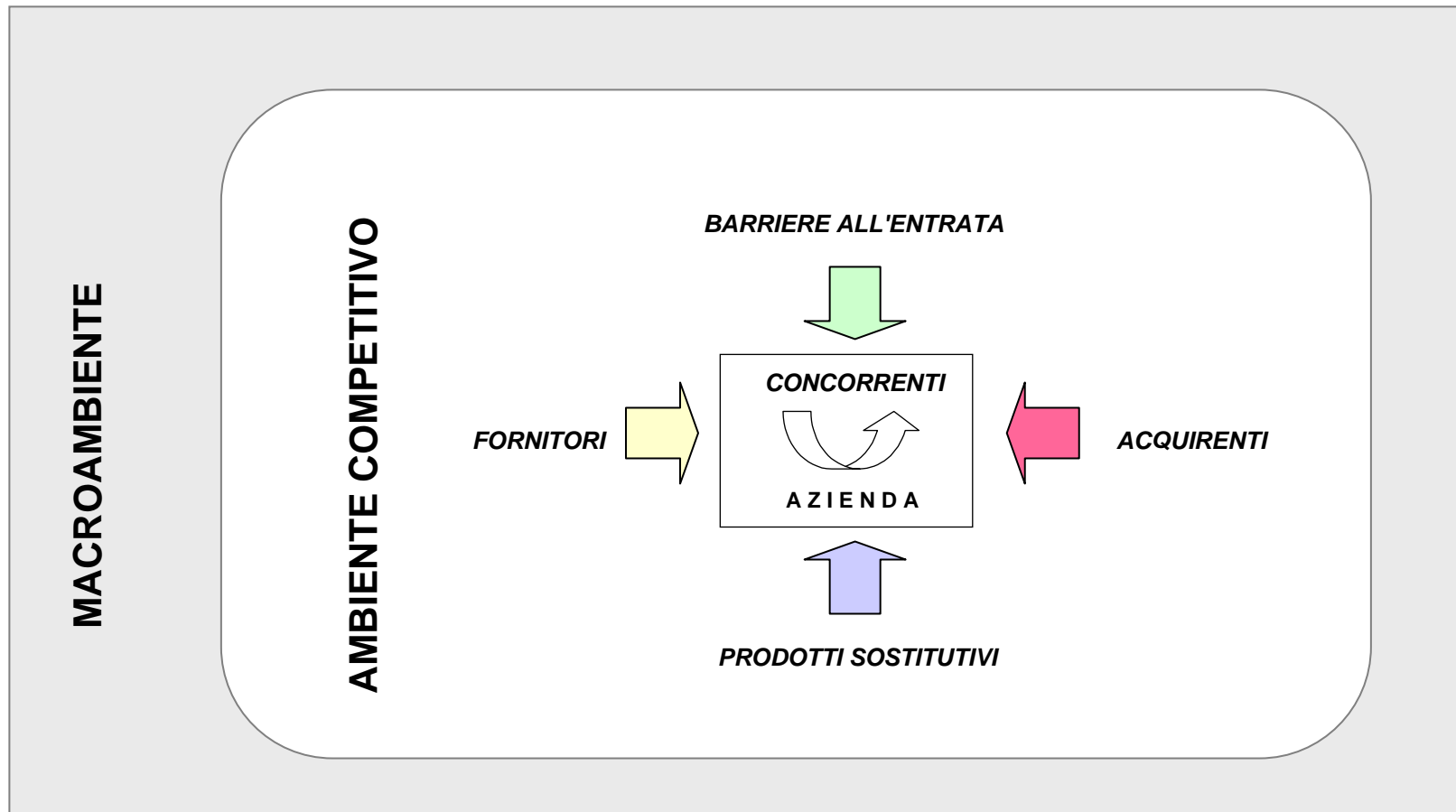
IL MACROAMBIENTE



L'AMBIENTE COMPETITIVO



L'azienda di allevamento è un sistema aperto, che interagisce con fattori ambientali e altri operatori



Nel medio periodo tre fattori del macroambiente condizioneranno l'evoluzione del settore

a. NUOVI ORIENTAMENTI DELL'UE

b. SCENARIO COMPETITIVO INTERNAZIONALE

c. ORIENTAMENTO DEI CONSUMATORI

a. L'UE pone maggiore attenzione ai problemi della sicurezza alimentare e della tutela dell'ambiente

SICUREZZA ALIMENTARE

- L'introduzione di sistemi di autocontrollo e norme igienico sanitarie nella produzione e formulazione di mangimi richiede investimenti crescenti
- L'applicazione di sistemi di tracciabilità dei prodotti tende a diffondersi sensibilmente nel medio periodo
- I controlli sanitari dei prodotti alle frontiere saranno sempre più severi e articolati

TUTELA AMBIENTALE

- Aumenta l'esigenza di adottare misure e sistemi di allevamento più rispettosi dell'ambiente:
 - benessere animale
 - smaltimento reflui zootecnici

**ORIENTAMENTO
UE**

b. La competitività ha subito un'accelerazione per effetto dell'allargamento dei mercati

COMPETITIVITA' DI PREZZO

- L'allargamento dell'Unione Europea ha accentuato la competizione sul comparto delle carni; Polonia, Estonia ed Ungheria hanno infatti un interesse primario nel settore
- I bassi costi di produzione in tali Paesi fanno crescere la competizione di prezzo, in particolare per i trasformati ed elaborati di carne, per i quali la convenienza ad utilizzare prodotto importato, è molto elevata

COMPETITIVITA' TRA I SISTEMI DI PRODUZIONE

- I paesi nord-europei sono avvantaggiati nell'acquisizione delle risorse UE, perché hanno consolidato sistemi di produzione in linea con i criteri delle politiche di sostegno

**SCENARIO
INTERNAZIONALE**

c. Il consumatore è più esigente in materia di informazione, servizio e rapporto qualità/prezzo

CONSUMI

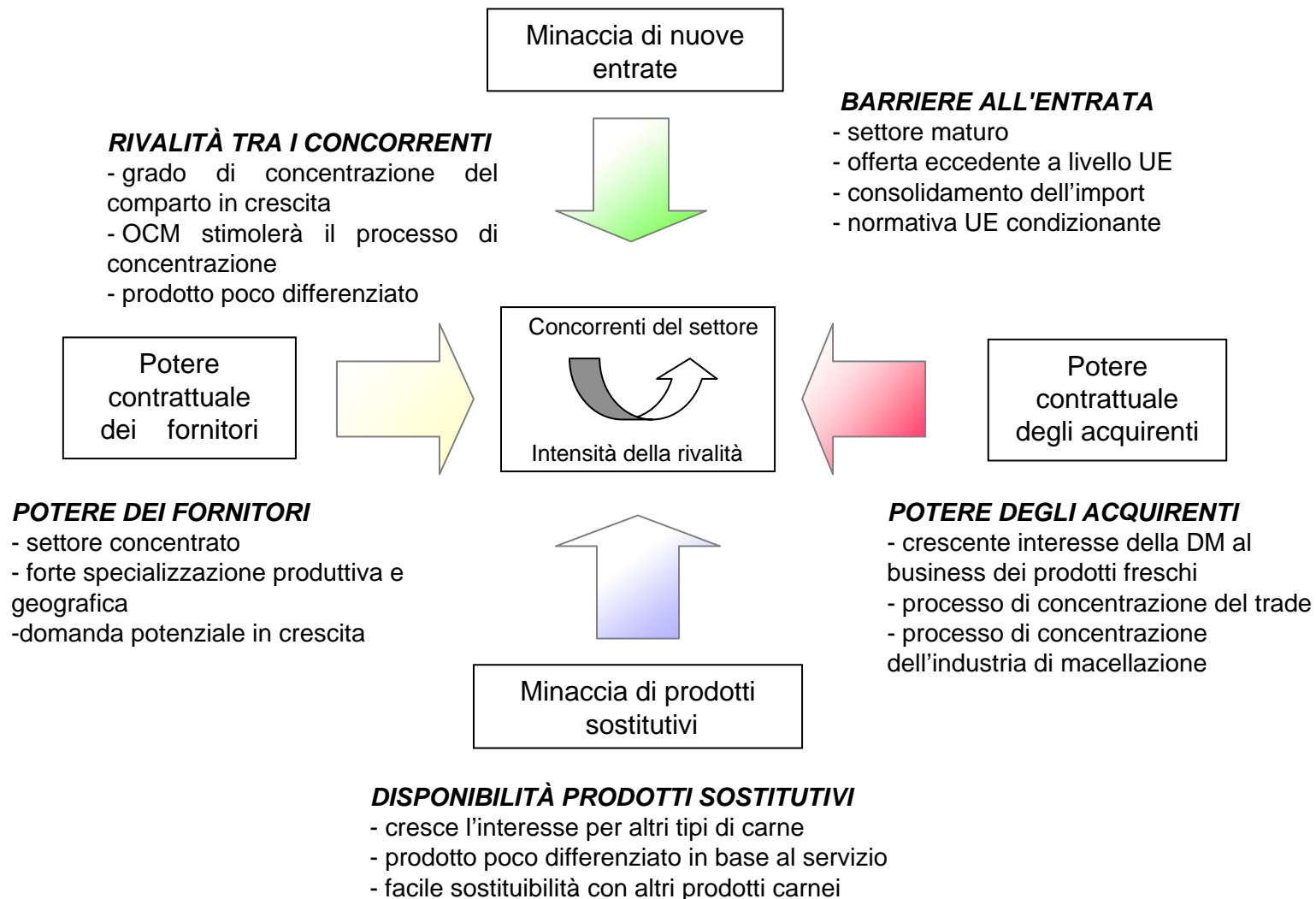
- **La tendenza dei consumi pro-capite di carne bovina nel medio periodo è in calo all'interno dell'UE, mentre cresceranno i consumi di carne suina e pollame**

NUOVE ESIGENZE DEL CONSUMATORE

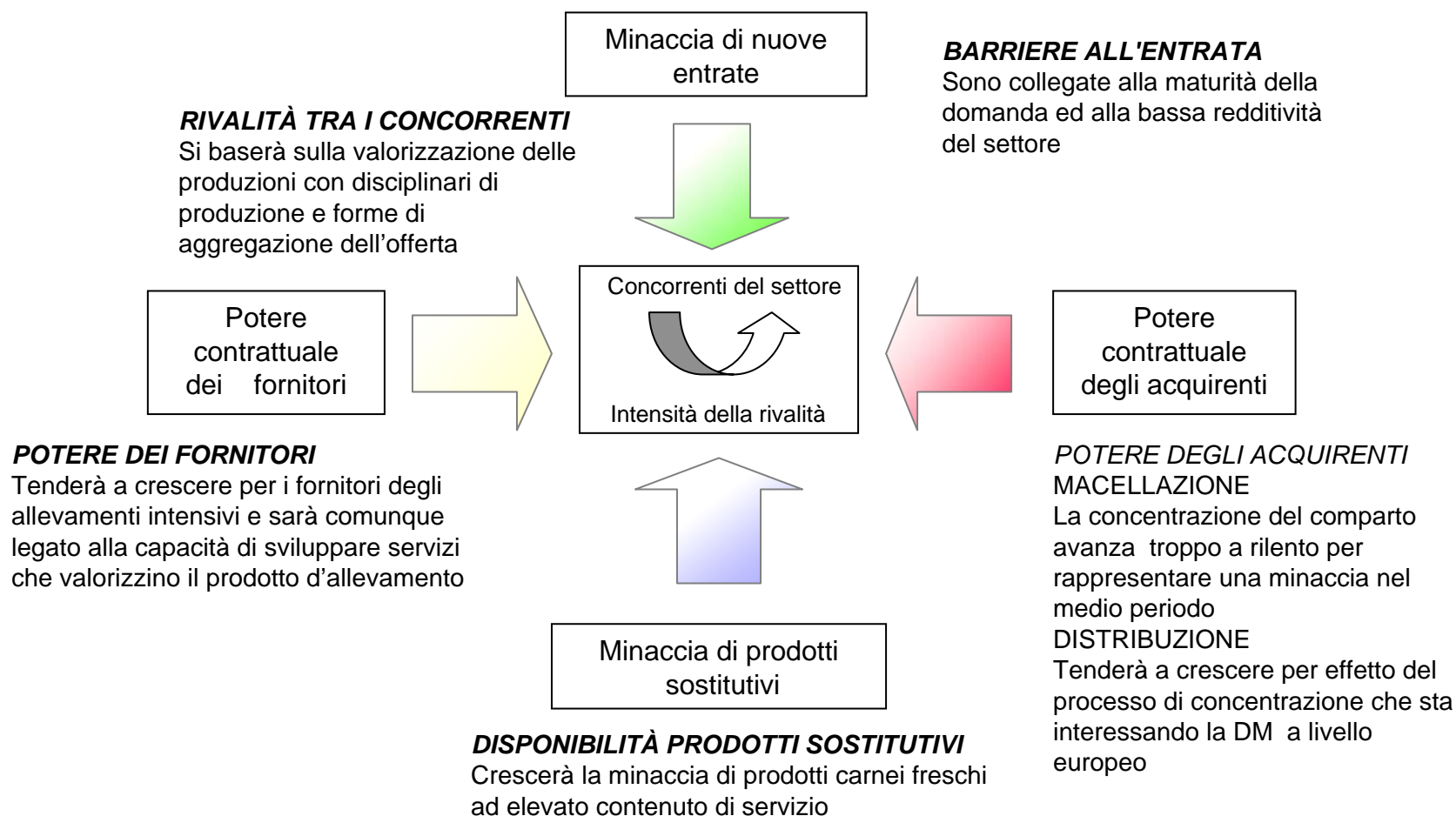
- **Cresce la sensibilità per gli aspetti della sicurezza alimentare e l'esigenza di informazioni dettagliate e corrette**
- **Aumenta l'influenza del fattore *tempo di preparazione degli alimenti* e il consumatore preferisce sempre più prodotti con una elevata componente di servizio**
- **Il consumatore è più sensibile al rapporto qualità/prezzo, anche per effetto di una maggiore possibilità di confrontare le offerte**

**ORIENTAMENTO
DEL CONSUMATORE**

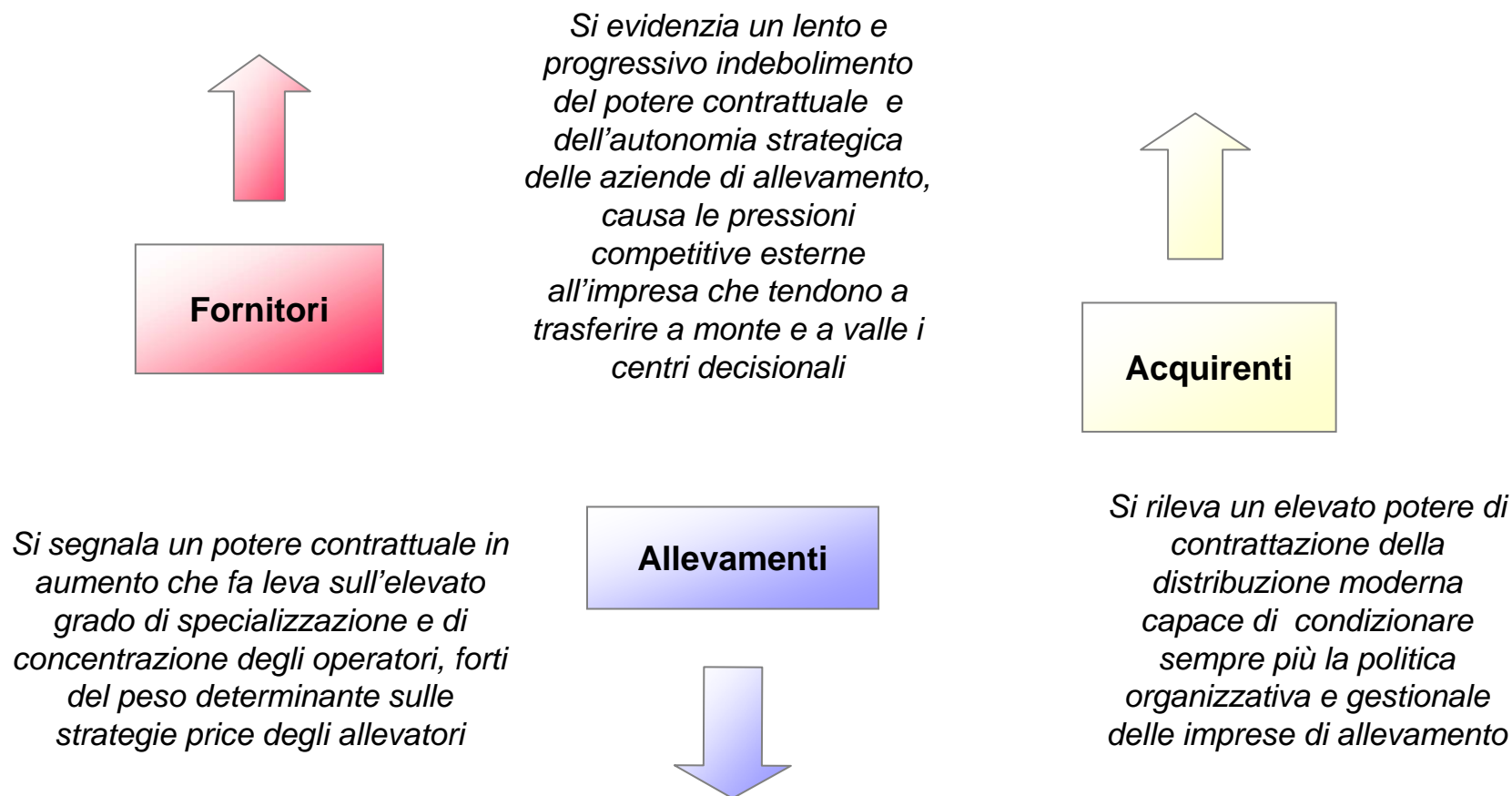
Allo stato attuale scenario e trend sono poco incoraggianti



In prospettiva la DM guiderà il processo di razionalizzazione della filiera

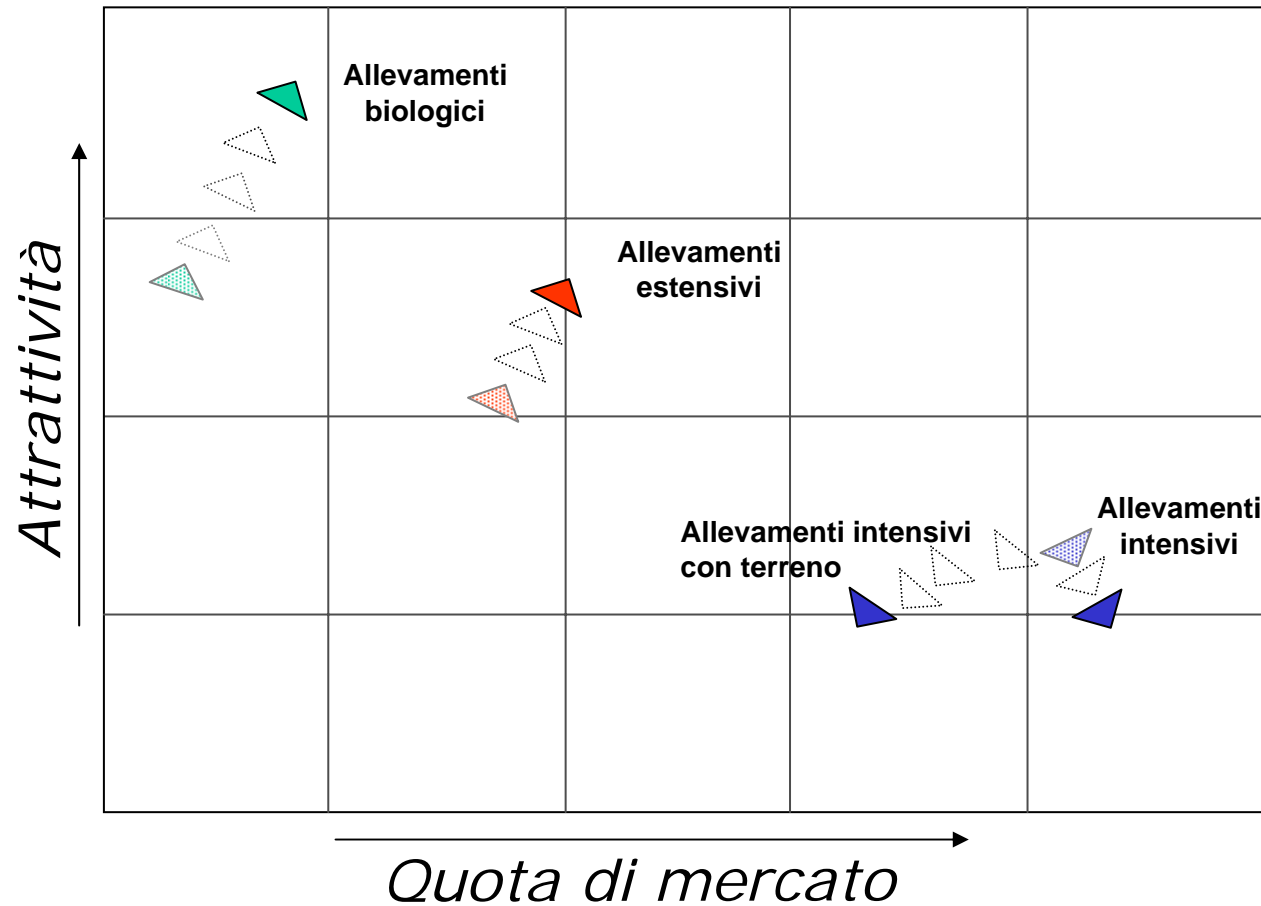


Rilevante il progressivo accentramento delle decisioni strategiche verso i poli della filiera



Evoluzione del settore

Evoluzione del settore



▲ = situazione in prospettiva

▲ = situazione attuale

Per il biologico una strategia di nicchia

PRODOTTO

- La produzione biologica può essere realizzata con tutte le razze
- L'obbligo del pascolo limita la dimensione aziendale, quindi le quantità ottenibili
- La promozione di distretti biologici porterebbe ad una ulteriore valorizzazione del prodotto identificabile con un marchio "territoriale"

PREZZO

- Si stima un posizionamento di prezzo superiore in media del 10% associato a margini superiori alla media del settore

PROMOZIONE

- Il prodotto si avvantaggia della promozione dedicata al segmento. Eventuali attività promozionali ad hoc sono connesse agli spazi che gli verranno dedicati nella distribuzione moderna
- Le mense scolastiche sono un importante riferimento nell'attività divulgativa del biologico

DISTRIBUZIONE

- Ad oggi la scarsità di proposte esistenti consente di recuperare margini significativi anche con offerte limitate e discontinue, soprattutto nei punti vendita al dettaglio. Il prodotto si trova nella fase di introduzione del suo ciclo di vita e può contare su un interesse crescente da parte della distribuzione moderna. La difficoltà di proporre una massa critica di prodotto limita l'azione promozionale del canale moderno.

Per gli allevamenti intensivi una strategia di differenziazione

PRODOTTO

- Il prodotto può essere differenziato con disciplinari di produzione, con sistemi di tracciabilità e migliorando la componente di servizio (volumi, razze)
- Un marchio dei produttori è un'importante differenziazione soprattutto per gli allevamenti semintensivi che possono vantare una differenziazione in base ai mangimi

PREZZO

- Si stima un posizionamento in termini di prezzo molto aggressivo

PROMOZIONE

- La DM può dedicare degli spazi promozionali mirati alla diffusione del marchio

DISTRIBUZIONE

- Il prodotto, nella fase di maturità del suo ciclo di vita, si presenta ancora indifferenziato. Quindi la capacità di adeguarsi ai disciplinari di produzione che diano visibilità al prodotto attraverso marchi commerciali rappresenta un vantaggio competitivo reale. Nel dettaglio tradizionale, per effetto della progressiva contrazione del numero di esercizi, è prevedibile una diminuzione della potenzialità di assorbimento
- Gli allevamenti di piccole dimensioni che concentrano l'offerta in un unico marchio possono legarsi a catene distributive che distribuiscono con diffusione locale o regionale

Per l'estensivo si punta su una differenziazione in termini di denominazioni di origine - DOP

PRODOTTO	<ul style="list-style-type: none">• La differenziazione del prodotto può essere effettuata in base alla razza, in alternativa possono essere creati disciplinari di produzione per l'adozione di marchi a denominazione di origine DOP
PREZZO	<ul style="list-style-type: none">• Per la sua immagine di prodotto salutare è possibile un posizionamento in termini di prezzo superiore alla media
PROMOZIONE	<ul style="list-style-type: none">• Con un marchio che mira alla valorizzazione delle razze nazionali si potrà programmare un piano di promozione istituzionale del prodotto
DISTRIBUZIONE	<ul style="list-style-type: none">• Per il suo carattere di <i>specialty</i>, il dettaglio tradizionale si presenta come l'ipotesi di distribuzione con maggiori potenzialità