



*Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali*

**PIANO DI SETTORE  
PER LA FILIERA PATATICOLO**

---

**INDICE****PRIMA PARTE**

1	<i>Premessa</i> .....	3
2	<i>Il contesto di riferimento</i> .....	5
2.1	Uno sguardo sul mercato mondiale ed europeo.....	5
2.2	Il settore pataticolo italiano.....	6
2.2.1	Le superfici produttive.....	6
2.2.2	Le produzioni.....	7
3	<i>I prezzi</i> .....	9
4	<i>Gli scambi con l'estero</i> .....	10
4.1	4.1 Le importazioni di tuberi seme.....	11
5	<i>La domanda</i> .....	11
5.1	I consumi.....	13
6	<i>La filiera pataticola</i> .....	15
6.1	I principali attori della filiera pataticola.....	16
6.1.1	Imprese agricole di produzione.....	16
6.1.2	Imprese e strutture di prima lavorazione e condizionamento del prodotto.....	17
6.1.3	Settore industriale:.....	18
6.1.4	I canali di commercializzazione della patata.....	19
6.2	Il mercato di riferimento.....	21
6.3	L'accordo interprofessionale.....	22
7	<i>Le politiche di settore</i> .....	24
7.1	Gli aiuti nazionali.....	24
7.2	Piano di Sviluppo Rurale 2007 - 2013.....	24
8	<i>Analisi dei punti forza, di debolezza, opportunità e minacce (SWOT) del settore</i> .....	26
8.1	Analisi SWOT delle patate da industria.....	27
8.2	Analisi SWOT delle patate da consumo.....	28

**SECONDA PARTE**

9	<i>Gli assi di intervento</i> .....	29
9.1	Coerenza con il QSC (quadro strategico comune 2014 - 2020).....	30
9.2	Obiettivo: una programmazione concertata.....	34
9.2.1	Linee di intervento.....	36
9.3	Politiche competitive: le linee di intervento.....	36
9.3.1	Obiettivo : Integrazione della filiera.....	37
9.3.2	Obiettivo : Valorizzazione del prodotto.....	39
9.3.3	Obiettivo: Misure di stabilizzazione del reddito.....	42
9.3.4	Obiettivo: Una logistica innovativa e adeguata.....	46
9.4	Politiche pre-competitive: le linee di intervento.....	49
9.4.1	Obiettivo: trasparenza di mercato.....	49
9.4.2	Obiettivo :Ricerca.....	51
10	<i>Applicazione e operatività del Piano di settore</i> .....	54
10.1	Attività di concertazione.....	54
10.2	Le risorse organizzative.....	54
10.3	Le risorse finanziarie.....	55

**TERZA PARTE**

11	<i>- ALLEGATO STATISTICO</i> .....	56
----	------------------------------------	----

## PREMESSA

---

La coltura della patata riveste una particolare valenza economica nel contesto del sistema agricolo nazionale, riconducibile sia ai valori della Produzione lorda vendibile sia ad alcune sue caratteristiche produttive e commerciali. Tra queste risaltano il ruolo conquistato nell'ambito dell'alimentazione, alcune efficaci innovazioni di prodotto e di strategie commerciali adottate, la capacità delle aziende di realizzare una filiera sufficientemente integrata e un discreto livello di associazionismo e di interprofessionalità che ne ha elevato il potenziale organizzativo.

Da specie a prevalente coltivazione familiare e da derrata agricola espressione di una territorialità produttiva molto marcata e tipica, la patata ha progressivamente conquistato un ruolo strategico nelle scelte di molte aziende agricole. Un livello di redditività costante negli ultimi anni ha contribuito a creare un assetto produttivo e commerciale evoluto sotto il profilo organizzativo, agevolando il consolidamento della coltura in molti comprensori.

A questa costanza di rendimento ha sicuramente contribuito il sostegno finanziario erogato, in regime di deroga fin dal 1998, dal Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali, volto ad agevolare lo stoccaggio e la conservazione del prodotto fresco in un contesto regolamentato dalla presenza di uno specifico accordi interprofessionale.

La cessazione del regime di deroga degli Aiuti di stato (dicembre 2011) impone, pertanto, la necessità di elaborare una politica nazionale di settore che accompagni le aziende della filiera nel passaggio al nuovo regime di mercato.

Obiettivo del presente documento è la definizione di una **strategia nazionale** volta a individuare percorsi, soluzioni e strumenti che accompagnino il consolidamento della struttura organizzativa del settore, garantendo il necessario livello di competitività e di reddito alle aziende agricole.

Il presente si colloca nella scia degli altri documenti di programmazione elaborati dal Mipaaf in adempimento della propria missione istituzionale: coordinare, nell'ambito dei Tavoli di filiera, la stesura di documenti di programmazione che definiscano un quadro di riferimento operativo concertato tra gli attori della filiera e le istituzioni, nazionali e regionali.

### **Il Piano nazionale di settore per la filiera pataticola**

La necessità di un *Piano nazionale di settore per la filiera pataticola* fonda le sue ragioni in diversi ordini di motivazioni, tra i quali alcuni elementi appaiono potenzialmente destrutturanti:

- a. l'esigenza di elaborare tempestivamente un progetto di filiera nazionale con un elevato carattere di condivisione tra le Regioni a più elevata vocazione pataticola;
- b. la nuova stagione di programmazione delle politiche nazionali e regionali (PSN e PSR) in prospettiva della PAC post 2013 consente di introdurre idonei e nuovi meccanismi che supportino le imprese ad affrontare le nuove sfide di mercato;
- c. la coltura della patata non rientra in nessuna delle OCM comunitarie e non è, quindi, destinataria di risorse specifiche. Ciò porta a prevedere percorsi e forme di "politiche di sviluppo" ricorrendo a strumenti di programmazione generale utilizzabili soprattutto nelle risorse del "secondo pilastro" delle politiche comunitarie.

- d. la cessazione del regime di deroga degli aiuti nazionali che, finora, hanno contribuito a sostenere il livello organizzativo della filiera e stabilizzare il livello reddituale del prodotto;
- e. una elevata concorrenza sul mercato interno proveniente dal prodotto dei nuovi Paesi comunitari i cui sistemi agricoli sono caratterizzati da palesi minori costi di produzione e da una elevata capacità produttiva;
- f. una accentuata crescita della domanda di “servizi incorporati” nel prodotto da parte della Distribuzione Organizzata, cui si correla una decisa variazione quali-quantitativa della domanda del consumatore finale;
- g. una crisi economica generale che rende difficile comprimere ulteriormente i costi di produzione, a fronte dei quali si aggiunge una diminuzione del potere di acquisto dei consumatori, oltre ad una forte e aggressiva politica di concorrenzialità tra le catene distributive.

Il Piano si propone i seguenti obiettivi:

- a. definizione di una strategia nazionale condivisa dagli attori della filiera e dalle istituzioni nazionali e regionali;
- b. individuazione degli strumenti attuativi attivabili nell’ambito delle risorse potenzialmente disponibili;
- c. consolidamento dei rapporti esistenti tra la parte agricola e la parte industriale della filiera.

Questo documento consta di tre parti:

- **Prima parte:** offre una sintetica analisi statistico-economica del settore;
- **Seconda parte:** presenta le proposte programmatiche;
- **Terza parte:** contiene un complesso di elementi informativi a supporto delle valutazioni e dell’analisi di sintesi espressa nella prima parte del documento.

## **Nota**

---

I testi e alcuni documenti attinenti alle tematiche del presente documento sono reperibili sul sito Internet del Mipaaf all’indirizzo:

<http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/4648>

---

# PARTE PRIMA

---

## 2 IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

---

### 2.1 UNO SGUARDO SUL MERCATO MONDIALE ED EUROPEO

---

Dopo le specie cerealicole, base dell'alimentazione mondiale (frumento, riso e mais), la patata occupa il quarto posto come superficie coltivata stimata tra i 18 e i 20 mln di ha, e una produzione complessiva stimata sui 320 mln di tonnellate:

- il 42% di queste produzioni sono da attribuirsi al continente asiatico (18 % Cina, 11 % Russia, 9 % India, 6 % Ucraina);
- il 41% provengono dai Paesi europei (Germania 4 %, Polonia 3 %).

Una lettura di alcuni dati statistici consente di verificare nell'ultimo decennio una riduzione tendenziale delle superfici, cui tuttavia ha fatto fronte una maggiore produzione, in virtù di maggiori rese unitarie raggiunte nei Paesi in via di sviluppo.

La produzione europea di patate è attestata sui 62 mln di tonnellate nell'ultimo triennio, con una produzione dei Paesi dell'**UE a 27** (tendenzialmente in crescita: +11% nel 2011 sul 2010) pari a oltre 26,6 milioni di tonnellate.

La produzione di patate da conservazione nei principali paesi dell'Europa occidentale (**Ue-15**) oscilla intorno ai 45 milioni di tonnellate, con superfici nel complesso stabili malgrado le variazioni stagionali, ad eccezione del Belgio e dei Paesi Bassi, le cui superfici sono aumentate per un deciso trend evolutivo della domanda dell'industria.

Le superfici sono piuttosto stabili in Francia (106.100 ha) mentre nel 2010, rispetto al 2009, sono diminuite di:

- circa il 3% in Germania (166.600 ha) e nel Regno Unito (111.264 ha), dati NEPG;
- 8% in Spagna (- 77mila ha);
- 14% in Italia (61mila ha, -14%), secondo stime di Ami.

Nei "nuovi" stati membri dell'Europa dell'Est, la produzione oscilla intorno ai 15 milioni di tonnellate, con superfici in significativa diminuzione (il principale paese produttore, la Polonia, stabilizzatosi sui 490mila ha evidenziato un calo medio annuo del -3,5%).

In generale l'Italia contribuisce solamente per poco più del 3% della produzione di patate dell'Unione Europea (a 27 Paesi), con un valore quantitativo medio di circa 1.850.000 t, dei quali circa 1.420.000 t di patata comune e 430.000 t di patata "primaticcia".

Incrementi produttivi si registrano in Francia (+17,3%) e in Belgio (+16,5%), dove è maggiore anche il miglioramento delle rese per ettaro (rispettivamente +13% e +19%). In questi Paesi il raccolto nel 2011 è stato, tuttavia, caratterizzato da livelli qualitativi al di sotto della media.

Tra i principali Paesi *competitors* del prodotto nazionale figurano il Belgio, la Germania, la Francia, i Paesi Bassi e la Gran Bretagna.

## 2.2 IL SETTORE PATATICOLO ITALIANO

La penisola italiana consente di disporre di aree particolarmente vocate per la pataticoltura: la specifica orografia del territorio nazionale genera situazioni pedo-climatiche diversificate in grado di assicurare una disponibilità pressoché ininterrotta del prodotto durante l'intero arco dell'anno. Prova ne sono le diverse tipologie di prodotto (patate precoci, patate bisestili, comuni, industriali, ecc.).

La varietà delle denominazioni dialettali del tubero è significativa della sua diffusione e popolarità (si va dall'abruzzese *patàn* al piemontese *trifola*, dal campano *patana* al pugliese *petene*, dall'emiliano *pom da téra* (di chiara derivazione francese: *pomme de terre*) al lombardo *tartiful* (che ricorda il legame con la parola tedesca *Kartoffel*), dal romagnolo *patëta* al molisano *tapane*).

Questa varietà "linguistica" è espressione della parallela varietà dei contesti territoriali che conferma il carattere "nazionale" della coltura: la **tipicità nazionale** del prodotto in argomento si basa non tanto sulla rilevanza quantitativa quanto piuttosto per la diffusione sul territorio, per la sua ampia presenza nei piani colturali e nei programmi delle aziende agricole, ma anche per la specificità di utilizzo nelle diverse tradizioni gastronomiche regionali.

### 2.2.1 LE SUPERFICI PRODUTTIVE

Le superfici nazionali coltivate a patate si aggirano mediamente sui 62-65.000 ha, con alcuni segnali di un tendenziale calo:

- a) il 28% delle superfici (circa 18.200 ha) sono destinate alla coltivazione delle patate *precoci o patate novelle* (periodo gennaio-aprile);
- b) il restante 72% - cioè circa 46.000 ha - sono destinate alla coltivazione delle *patate comuni o fresche*, o patate a lunga conservazione.

La coltura, anche per la elevata diffusione degli orti familiari, interessa l'intero territorio nazionale, con il 60% localizzato prevalentemente in dieci regioni (E.Romagna, Abruzzo, Sardegna, Puglia, Campania, Sicilia, etc.).

Il numero delle aziende a spiccata **vocazione pataticola** ammonta a poco meno di 190.000 unità: il 78% di queste ha una superficie investita inferiore ai 5 ha e, soprattutto nel Meridione, una superficie media aziendale di 0,3 ha ed economicamente despecializzate.

E' elevato, quindi, il carattere di frammentazione della struttura fondiaria, con una diffusione concentrata in specifiche aree distrettuali, dove la coltura assume spesso un ruolo ed un impatto economico significativo.

## 2.2.2 LE PRODUZIONI

La produzione nazionale della patata comune e primaticcia ha subito negli ultimi anni profonde oscillazioni, dovute alla elevata concorrenza dei paesi dell'U.E. e ad altri fattori economici.

La produzione pataticola nazionale, destinata al consumo alimentare, negli ultimi anni si è mantenuta stabile al di sopra di 1,7 milioni di tonnellate, di cui mediamente:

- a) 1,3 mln di patate comuni;
- b) 0,4 mln di patate novelle o precoci.

La **Produzione Lorda Vendibile media** annua del comparto pataticolo oscilla tra i 550 ed i 700 milioni di Euro, cifra che rappresenta oltre il 10% della P.L.V. nazionale delle produzioni orticole.

Il valore del fatturato della filiera pataticola è invece stimato nell'ordine dei 1.300/1.550 mln di euro, ivi includendo il valore generato dal prodotto nella fase successiva alla raccolta del prodotto.

Le prime tre regioni produttrici di **patata comune**, l' **Emilia - Romagna** (con il 18,8% della produzione italiana), la **Campania** (con il 17,5%) e l' **Abruzzo** (14,4%), hanno fatto registrare, negli ultimi due anni, *trend* nettamente variabili con elevate oscillazioni di crescita, in termini di produzione, (tra il 2,3% ed il 9,4%). A queste seguono la Toscana (9,3%), il Veneto (8,9%), il Lazio (5,7%), la Calabria (5%).

Per quanto riguarda invece la **patata "novella o primaticcia"**, la geografia produttiva si sposta verso Sud, con la Sicilia assoluta protagonista (50,3% del totale nazionale), seguita dalla Campania (19,9%) e dalla Puglia (12,8%). Queste tre regioni da sole producono l'83% della produzione totale nazionale. Negli ultimi anni queste regioni produttrici (**Sicilia, Puglia, Campania**) hanno fatto registrare un *trend* variabile che oscilla tra il - 4,4% della Sicilia e il -22,7% della Puglia.

In un ottica di insieme delle due tipologie di prodotto, si evince una oscillazione tra l' 11,3% ed il 14,5% del peso complessivo nel 2011 sul totale della produzione.

Anche la superficie investita a patata, sia comune che primaticcia, nelle diverse Regioni, ha subito negli ultimi anni profonde oscillazioni, dovute essenzialmente all'abbondanza di prodotto estero (francese e tedesco) venduto a prezzi fortemente concorrenziali.

I mercati di destinazione sono i seguenti:

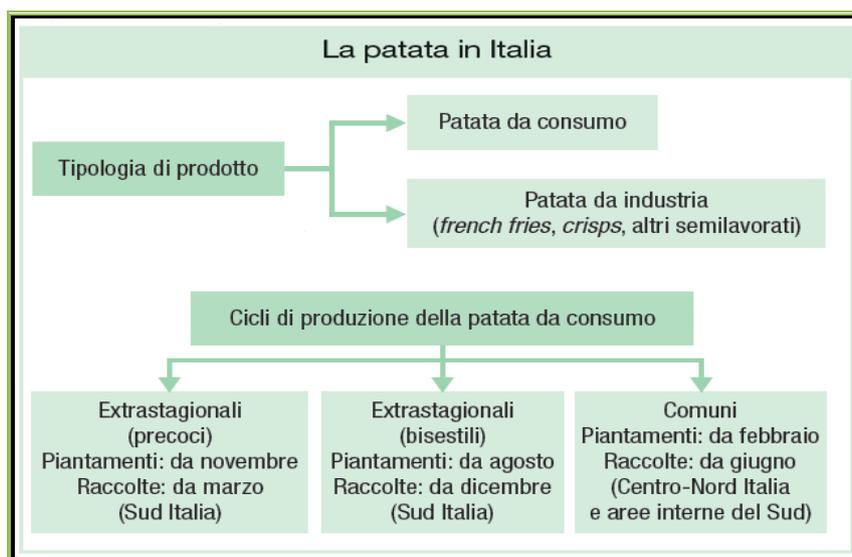
- a) mercato del fresco, che assorbe circa il 93% della produzione nazionale;
- b) mercato industriale che assorbe il restante 6% ca.;

- c) mercato sementiero, costituito da una piccola parte della produzione (spesso assorbita nella produzione destinata al mercato del fresco; la superficie destinata a questa categoria è infatti territorialmente circoscritta ad alcune zone del territorio nazionale, tra le quali: Trentino e la zona della Sila).

La figura 1 riassume le tipologie di prodotto ed i cicli di produzione alle quali è sottoposto il prodotto, suddiviso dal punto di vista vegetativo in due periodi:

- *Da giugno a ottobre*, partendo cronologicamente dalle aree meridionali per finire agli ambienti più a nord della penisola, si raccoglie il prodotto cosiddetto “comune” (prima dalle coltivazioni di pianura e poi da quelle di montagna seminate a partire dalla fine di febbraio), rappresentato da tuberi completamente maturi e ben abbucciati.
- *Tra fine novembre e gennaio*, infine, si ottiene, nelle stesse aree della coltura primaticcia, la patata cosiddetta “bisestile”, che sta incontrando, negli ultimi anni, il favore crescente dei consumatori, i quali in tal modo possono disporre di tuberi freschi nel periodo invernale, quando normalmente è presente sul mercato solo prodotto proveniente da stoccaggio post-raccolta.

**Figura 1** - Tipologie e cicli di produzione della patata



I tuberi prodotti in entrambi i cicli extrastagionali (precoce e bisestile) sono destinati prevalentemente al consumo allo stato fresco e vengono commercializzati subito dopo la raccolta, mentre il prodotto del ciclo comune, proveniente sia dalla pianura sia dalla montagna, oltre a essere consumato fresco (subito dopo la raccolta o, per la maggior parte, dopo frigoconservazione), limitatamente a specifiche varietà, viene destinato anche all’industria di trasformazione.

Le rese per ettaro sono mediamente pari a:

- **patata comune:** nel periodo della piena maturazione, manifesta una resa media di circa 300-350 q.li/ha, con punti di 600 q.li/ha;
- **patata novella o primaticcia:** la sua resa media (q/ha) in Italia (2000-2009) è circa di 215 q.li/ha, con decise variazioni da un anno all'altro.

In generale, si evidenzia un tendenziale aumento della resa unitaria per ettaro, segno inequivocabile che la contrazione delle superfici interessa soprattutto le aree marginali, meno produttive.

### 3 I PREZZI

I recenti aumenti dei costi di produzione e condizionamento (spese di trasporto, di energia, etc), hanno ulteriormente appesantito i "conti" della filiera pataticola italiana, causando una flessione degli investimenti in diverse zone produttive del paese.

#### I prezzi al produttore.

(completare)

Prodotto	ott-11	nov-11	dic-11	gen-12	feb-12	mar-12	apr-12	mag-12	giu-12	lug-12	ago-12	set-12	ott-12
Patate comuni	0,25	0,26	0,27	0,26	0,27	0,27	0,27	0,28	-	0,1	0,2	0,28	0,29
Patate di primizia	-	-	-	-	-	0,49	0,49	0,31	0,19	0,15	-	-	-

fonte: ISMEA

#### Prezzi di vendita al dettaglio.

Da indagini varie realizzate sui prezzi medi di vendita **al dettaglio** in Italia, nella settimana 4 del mese di **Gennaio 2012**,<sup>1</sup> il prezzo medio di vendita della Patata al kilogrammo è stato di Euro 0,95 nel dettaglio del nord Italia, di Euro 0,90 nel dettaglio del centro Italia e di Euro 0,80 nel dettaglio del sud Italia, il prezzo medio di vendita al dettaglio della Patata rilevato in Italia risulta di Euro 0,90 al kilogrammo.

#### Prezzi di confezionamento.

Per quanto riguarda le quotazioni del prodotto di migliore qualità nelle diverse linee di confezionamento, la Patata confezionata nei formati da 1,5 e 2,5 kilogrammi, si assesta su valori franco magazzino di confezionamento compresi tra i 58 ed i 55 centesimi di euro al kilogrammo, con una variabilità ulteriore in relazione al livello qualitativo, 45 centesimi di Euro al kilogrammo la quotazione media del formato da 5kg.

Nelle città di Milano, Bologna e Roma, il prezzo medio rilevato da indagini varie realizzate sui prezzi al dettaglio è di Euro 1,05 al kilogrammo.

<sup>1</sup> Valori da aggiornare.

## 4 GLI SCAMBI CON L'ESTERO

---

Il saldo della bilancia commerciale è strutturalmente negativo. La bilancia commerciale evidenzia un saldo negativo finanziario variabili dai 148 ai 170 milioni di euro.

Tra i principali partner di scambio dai quali l'Italia effettua acquisti per la **patata** ci sono paesi europei (Francia e Germania in testa) e paesi non UE (Egitto e Israele).

Tra il 2009 ed il 2010 il flusso di approvvigionamento registra incrementi importanti per Francia e Germania e Paesi Bassi. Per il flusso in uscita dal nostro paese, destinato a paesi dell'area europea, la dinamica è estremamente positiva e oscilla tra il 10% della Germania fino al 104% per il Belgio.

Le importazioni di patate diminuiscono invece di circa 98.000 tonnellate tra l'anno 2010 e l'anno 2011 (-16%). Si evidenzia un aumento del prezzo medio all'importazione da 0,23 €/kg a 0,27 €/kg, ciononostante si registra una lieve diminuzione in termini di valore (-2%) dovuta alla diminuzione del volume in tonnellate. Francia, Egitto e Germania si confermano i principali fornitori italiani. Dal lato delle esportazioni, il 2011 ha visto una regressione sia in termini di volume (-17%) che di valore (-15%) dovuta, principalmente, alla flessione degli acquisti di Germania, Francia e Paesi Bassi. Per contro, si segnala una forte crescita dell'export verso i paesi dell'Europa Orientale, con la Polonia che diventa il secondo mercato di sbocco per le patate italiane, superando la Francia. In conclusione, si registra un peggioramento del saldo import/export in termini di valore rispetto al 2010, mentre migliora in termini di volume. (Fonte: BMTI)

Per quanto riguarda la **patata lavorata**, le importazioni provengono tutte dall'area UE27, mentre le vendite all'estero hanno come primo acquirente gli Stati Uniti, in crescita di oltre il 45% tra il 2009 e il 2010, seguiti dalla Polonia, con un incremento a tre cifre percentuali e al quinto posto Malta.

L'import della **patata da semina** ha origine da paesi europei, almeno per i primi 5 fornitori in valore, con una *performance* per il 2009-2010 che peggiora per Paesi Bassi, Germania e Danimarca, mentre si registra un moderato aumento degli acquisti per gli altri due fornitori. Per l'export, i volumi sono decisamente ridotti e sono diretti a paesi europei, insieme all'Egitto. Da notare un nuovo mercato di rilievo per il flusso, rappresentato dalla Slovenia.

A livello di scambi regionali, le regioni che presentano i maggiori volumi di acquisto di **patata** dall'estero sono il Veneto, la Campania, il Piemonte, l'Emilia Romagna e la Lombardia, che insieme rappresentano oltre il 60% del flusso totale di importazione per il 2010. Per le vendite all'estero, emergono il Friuli, la Puglia e l'Emilia Romagna, quest'ultima con una quota analoga tra prodotto importato ed esportato (11%).

Per quanto riguarda la **patata lavorata**, i flussi sono più ridotti rispetto a quelli riportati per la **patata**. Per le importazioni, si ritrovano ai primi posti all'incirca le stesse regioni degli acquisti della **patata**, vale a dire Lombardia, Veneto e Emilia Romagna, che rappresentano il 55% del totale dell'import italiano del prodotto, seguite dal Lazio (9%). Per le esportazioni, il 62% del flusso è accentrato dalle vendite della Lombardia, seguita da Veneto, Campania e Lazio.

I principali partner commerciali di due regioni italiane, Campania e Emilia Romagna, che costituiscono le maggiori produttrici di patata (insieme all'Abruzzo) sono rappresentati da Francia, Paesi Bassi, Germania, Israele e Tunisia.

#### 4.1 4.1 LE IMPORTAZIONI DI TUBERI SEME

---

L'Italia importa circa 80mila tonnellate all'anno di tuberi seme, con un esborso che in genere oscilla tra i 25 ed i 30 milioni di euro e che nel 2007 ha toccato la punta record di 38 milioni di Euro.

I Paesi Bassi sono il principale fornitore dell'Italia, coprendo i tre quarti circa delle importazioni complessive del nostro Paese. A seguire si collocano Francia, Belgio e Germania.

Il prezzo medio del prodotto importato oscilla tra **35 e 40 Eurocent/kg** e nei primi dieci mesi del 2011 ha registrato un aumento del 40%, raggiungendo un valore medio di 46 Eurocent/kg. In ogni caso il prezzo unitario dipende molto dal calibro utilizzato dal produttore: la scelta del tipo di calibro dipende a sua volta dagli usi e costumi locali, ovvero dalla tendenza di "tagliare" in due o più parti il tubero acquistato.

Le esportazioni sono limitate a circa un migliaio di tonnellate e quindi l'impatto sul saldo della bilancia commerciale è trascurabile.

Il costo finale dipende dal calibro utilizzato e dalla quantità per ettaro acquistato. La quantità di seme per ettaro è mediamente pari a:

- 2400 kg/ha per la patata da consumo;
- 2000 kg/ha per la patata novella.

Il peso della componente "seme" sul totale dei costi di produzione è mediamente pari al 30%.

## 5 LA DOMANDA

---

La commercializzazione della *patata* deve tener conto della sempre più frequente assimilazione del prodotto alla tipologia di prodotto *fresco, ortofrutticolo*, e invece sempre meno quello a quella di un prodotto *commodity*, ovvero con connotazione di bene essenziale nell'alimentazione corrente.

L'incorporazione di elementi di qualità nel prodotto è diventata la strada obbligata per diversificare e mantenere la propria quota di mercato. Ciò è conseguenza del crescente ruolo della Distribuzione Organizzata nella distribuzione anche questo prodotto, con tutto quel che ne consegue in termini di standardizzazione degli aspetti "commerciali".

La patata di qualità, per la Distribuzione moderna, deve:

- essere esteticamente attraente, con forma e calibro regolare, con buccia liscia e brillante;
- possedere requisiti organolettici che soddisfano le esigenze del consumatore;
- essere confezionata secondo canoni ben precisi;
- essere tracciata e, se possibile, avere un percorso di certificazione.

La patata di qualità, per l'industria di trasformazione, deve invece:

- essere resa in lotti molto omogenei e significativamente grandi;
- avere caratteristiche fisico-chimico specifiche secondo la destinazione (% di sostanza secca pre-determinata e costante; % di zuccheri riduttori inferiori a determinati valori);
- pezzatura piuttosto grande;
- disponibile secondo calendari ben precisi;
- prezzi molto competitivi;

Esiste una domanda *italiana*, caratteristica di un consumatore tradizionale che ricerca ancora:

- un prodotto consegnato sfuso, possibilmente non lavato;
- un prodotto da acquistare in sacchi da conservare presso la propria cantina;
- un prodotto che si caratterizzi per il suo essere utilizzabile per scopi precisi in gastronomia (pasta gialla, pasta bianca pasta rossa);
- un prodotto che sia tipico ed espressione di quella specifica località (es. la patata di montagna).

Per quanto riguarda le grandi aziende e le aziende professionali, per evitare di soccombere di fronte a produzioni nord europee, sempre più competitive nei costi e nelle rese, sono chiamate a modificare l'assetto produttivo e commerciale, ponendosi come obiettivo quella qualità richiesta dal mercato.

La "domanda" e il mercato europeo delle patate ha subito forti cambiamenti negli ultimi decenni.

L'analisi del consumo di questo prodotto evidenzia, al pari di altri prodotti:

- a) una costante diminuzione del livello dei consumi (nuovi stili alimentari e dietetici), anche per una correlata domanda di prodotti a basso contenuto calorico;
- b) una richiesta "salutistica" di prodotti arricchiti con elementi funzionali<sup>2</sup>;
- c) una ricerca di prodotti pronti all'uso e ad elevato contenuto di servizi;
- d) un packaging attraente ma soprattutto funzionale.

La segmentazione del mercato è influenzata dalla competizione sulla qualità e sui servizi:

- e) elevata qualità estetica dei tuberi;
- f) informazioni al consumatore;
- g) IV e V gamma (prodotti già pronti per l'uso);
- h) specifiche caratteristiche funzionali, quali il comportamento alla cottura<sup>3</sup>;

---

<sup>2</sup> Si pensi al caso della patata Selenella (arricchita di Selenio) o la *Golden potato* (arricchita con beta carotene; valorizzando la vecchia varietà Desiree il cui contenuto in provitamina A è stato aumentato di 3600 volte) o la *Patata light* (cv Vivaldi con un terzo di carboidrati rispetto alle altre varietà).

i) certificazione e rintracciabilità dei prodotti.

Non è marginale, inoltre, il consolidamento della tendenza di una domanda per prodotti di **qualità**, dove questo concetto si arricchisce di elementi sempre più ampi: il consumatore esprime una crescente attenzione al benessere individuale in termini sia di **salute** (patate fresche, light - nuove formule con tenore in grassi inferiore al 28%, patate funzionali; produzioni biologiche), che **edonistici** (caratteristiche sensoriali della patata).

## 5.1 I CONSUMI

Il consumo del prodotto "patata" è stimato in ca. **44,7 Kg pro capite** (fonte: INEA 2008); il che sta a significare un consumo nazionale stimato in oltre 2,9 mln di tonnellate, di cui:

- a) 1,97 tonnellate di prodotto consumato fresco;
- b) 0,93 tonnellate di prodotto trasformato.

Questi valori appaiono molto differenti rispetto ad altri paesi europei come il Belgio, l'Olanda e la Francia dove il peso del prodotto trasformato è di gran lunga superiore: pur se in netta evoluzione, il consumo in Italia rimane ancora tradizionalmente legato al prodotto fresco, lavorato in casa, espressione di una tradizione culinaria ancora molto radicata a vecchi usi e costumi.

Stante la produzione nazionale attestata su un valore medio di ca. 1,6/1,8 mil di tonnellate, il saldo commerciale è strutturalmente deficitario.

Il consumo di **patate fresche**, che in passato era quello prevalente, manifesta crescenti livelli di riduzione in numerosi paesi. Sui mercati dell'Europa occidentale si colgono segnali di regressione, dovute a campagne informative contro l'obesità e in conseguenza del fatto che il consumatore e la ristorazione preferiscono il prodotto lavorato, sia a base di patate (patatine, patate fritte, ecc.) che di altri farinacei (pasta, riso o frumento), perché più facili da preparare.

Dati di provenienza diversa consentono di rilevare i seguenti fenomeni evolutivi:

- in Belgio il consumo sarebbe passato dai 146 kg pro capite del 1955 ai 90-95 kg pro capite del 1990, fino ai 75 kg del 2007 (fonte: Eurostat);

<sup>3</sup> Per quanto riguarda il comportamento alla cottura, esistono le categorie stabilite da European Association of Potato Research (EAPR) in funzione della valutazione visiva della polpa dopo la cottura a vapore:

A = tuberi che non scuociono, pasta molto fine, soda e umida (varietà indicate per insalata e minestrone)

B = tuberi di media consistenza, debolmente farinosi, struttura fine, poco umidi (patate per tutti gli usi)

C = patate che si aprono dopo cottura, polpa tenera, farinosa, piuttosto asciutta, a struttura grossolana (da purè)

D = Patate alquanto farinose che si sfaldano dopo cottura, asciutte e di sapore ruvido (non adatte per il consumo umano)

- in Francia per il Cnipt (Comité National interprofessionnel de la pomme de terre,), il consumo avrebbe subito una contrazione, andando dai 75 kg pro capite del 1980 ai 55 kg del 2010, di cui 25-30 kg come prodotto fresco e 25 kg/procapite come prodotto trasformato: fritto surgelato in chips, in fiocco, purè);
- in Germania si è passati dai 95 del 1980 ai 69 kg nel 2007;
- in Spagna si è passati nello stesso periodo da 112 a 73 kg pro capite/ anno in Spagna;
- in Italia si constata una situazione tendenzialmente stazionaria intorno ai 44-46 kg./pro-capite , pur con alcuni segnali di aumento verso il prodotto trasformato (prodotto precotto e surgelato);
- anche nei Paesi dell'Est la tendenza è verso il basso, e in Polonia si è passati da 150 a 122 kg pro capite/anno.

Per questa ragione diverse organizzazioni professionali si stanno attivando per cercare di fermare il trend: Regno Unito (Potato Council), Francia (Cnipt) e il Belgio (Vlam nelle Fiandre e Apaq-w in Vallonia) hanno presentato un programma di comunicazione e di informazione, cofinanziato dalla Comunità europea, per difendere il ruolo delle "patate fresche" sulla tavola dei consumatori rispetto alla pasta e al riso.

*«L'obiettivo è mostrare ai consumatori di Francia, Belgio e Regno Unito, con un'età compresa tra i 25 ai 40 anni, che le patate fresche rientrano a buon diritto nella cucina e negli attuali e moderni stili di vita, e modificare l'immagine un po' demodé della patata, presentandola invece come un ingrediente fresco, ricco di spunti creativi, capace di sorprendere sempre e perfettamente adatto alla cucina di oggi, e convincere il target che le patate sono un alimento che piace, facile e pratico da preparare e che fa bene alla salute»<sup>4</sup>.*

**La contrazione dei consumi del fresco** è compensata dall'aumento dei volumi del prodotto trasformato, che risponde così alla crescente richiesta dell'industria del fast food, degli snack e degli alimenti pronti.

Questo rapido sviluppo dei prodotti trasformati si spiega essenzialmente con la crescita della popolazione urbana e con la diversificazione delle abitudini alimentari e dei ritmi di vita, che oggi lasciano ben poco tempo da dedicare alla preparazione dei prodotti freschi.

---

<sup>4</sup> Intervista a *Carole Blandin*, responsabile comunicazione del Cnipt

## 6 LA FILIERA PATATICOLOLA

---

Il settore pataticolo attraversa una fase di transizione, i cui elementi caratterizzanti sono individuabili nei seguenti:

- prossima riforma della PAC e programmazione futura riguardo le politiche nazionali e regionali;
- cessazione del regime di aiuto nazionale in deroga;
- livello organizzativo del settore, con proprie risorse endogene e con un potenziale ancora non valorizzato;
- strumenti e misure di mercato alternativi poco presenti;
- necessità di azioni di natura pre-competitiva attivabili (quali ricerca, progetti di innovazione da sostenere, valorizzazione e tutela del prodotto);
- parziale contrazione del carattere e del grado associativo di tipo orizzontale.

Per un'impostazione razionale delle politiche di intervento, occorre considerare in maniera puntuale le specificità che distinguono e caratterizzano:

- a. la patata destinata alla lavorazione industriale;
- b. la patata destinata al consumo fresco con la distinzione tra:
  - patata comune;
  - patata novella, sia ottenuta in ciclo precoce (primaticcia) che in ciclo estivo-autunnale (bisestile).

Fra le citate produzioni sussistono profonde differenze in termini di costi di produzione e prezzi di mercato, redditività dei fattori conferiti, territorializzazione delle coltivazioni, strutture ed organizzazione del canale commerciale. La natura e l'ampiezza di dette differenziazioni sono tali da configurare vere e proprie filiere distinte.

Il livello organizzativo del settore deve essere analizzato secondo due direttrici:

- i rapporti tra le diverse fasi della filiera tradizionalmente intesa;
- la tipologia e natura dei canali commerciali esistenti.

Per comprendere appieno i fattori che concorrono a determinare le leve attivabili a sostegno della competitività del settore, è necessario procedere su questo doppio percorso di analisi. Una analisi che considerasse solamente i rapporti tra gli attori della filiera non definirebbe appieno lo scenario competitivo attuale.

L'accresciuto valore della funzione "commerciale" nonché l'aumento della dimensione "qualitativa" del prodotto e del servizio richiesto al fornitore, insieme al consolidamento in divenire delle logiche di "partecipazione" del fornitore alle strategie logistiche e di comunicazione del distributore finale, impone un approccio e una analisi più attenta agli aspetti più tipicamente "commerciali".

La "patata" è oramai considerato un prodotto assimilato alla *filiera orto-frutticola*: questo significa che occorre trasportare e riferire a questo prodotto le stesse logiche operative che caratterizzano le produzioni ortofrutticole.

In un ottica di sviluppo organico, è necessario guardare la filiera pataticola collocata in una prospettiva di crescente integrazione con il settore ortofrutticolo, dal quale eredita processi organizzativi e prassi commerciali sempre più simili. Dallo stesso, inoltre, si possono mutuare strumenti e logiche operative già collaudati sui quali poggiare le basi di un proprio sviluppo autonomo: ci si riferisce, in tal senso, all'esperienza dei Programmi operativi e degli strumenti di gestione del mercato da essi provenienti.

## 6.1 I PRINCIPALI ATTORI DELLA FILIERA PATATICOLO

Dal punto di vista produttivo, la filiera<sup>5</sup> si presenta costituita dai seguenti operatori:

- i. imprese agricole di produzione primaria;
- ii. imprese e strutture di prima lavorazione e condizionamento del prodotto;
- iii. industria di trasformazione;
- iv. grossisti, ridistributori e distributori finali;
- v. imprese fornitrici di servizi e di prodotto complementari.

### 6.1.1 IMPRESE AGRICOLE DI PRODUZIONE

La dimensione media delle aziende ortofrutticole italiane è pari a ca. 5,75 ha, ed i relativi investimenti a coltura pataticola non superano, come media nazionale, i 2 ettari.

In tal senso le differenze territoriali sono molto marcate: ad abbassare la media nazionale contribuiscono infatti i dati relativi alle aziende del Sud-Italia, la cui specializzazione produttiva è rivolta alle patate primaticce o novelle: dei 18/19.000 ha, in media destinati alla coltivazione di patate novelle, ben 17.080 sono distribuiti tra la Campania (4.300), la Puglia (3.900) la Sicilia (7.350) e la Sardegna (1.500).

<sup>5</sup> Si accetta qui la definizione più accettata di "filiera" intesa come "l'itinerario seguito da un prodotto all'interno di un apparato produttivo, che riguarda l'insieme degli agenti e delle operazioni che concorrono alla formazione e al trasferimento di un prodotto fino al suo stadio finale di utilizzazione (Malassis, 1979).

Queste basse superfici medie aziendali comportano una ridotta capacità di abbattimento dei costi di produzione, oltre alla conseguente “debolezza” finanziaria e, a cascata, l'impossibilità di un adeguamento tecnologico orientato sia al miglioramento dell'efficienza del processo produttivo che della qualità del prodotto.

Si colgono, tuttavia, segnali incoraggianti soprattutto nei distretti pataticoli più specializzati, dove sono sempre più frequenti le aziende specializzate nella produzione che puntano ad accrescere la loro dimensione (aziende con investimenti medi nell'ordine di 10-12 ha).

Guardando ai dati della banca dati RICA, i quali forniscono informazioni di carattere strutturale ed economico sulle aziende, emergono diversi elementi di riflessione, anche in relazione al confronto europeo.

L'individuazione e selezione delle aziende specializzate nella produzione di patate avviene attraverso l'utilizzo di due indicatori, basati sulla PLV e sulla SAU: il peso della PLV pataticola sulla PLV totale aziendale e il peso della SAU pataticola sulla SAU totale aziendale. Nel primo caso la soglia di tale rapporto è stata stabilita ad un livello superiore al 50%, nel secondo caso ad un livello superiore al 35%.

Un elemento che inficia alla base l'aumento della classe dimensione delle aziende con un elevato potenziale “pataticolo” è la disponibilità di mezzi e locali attrezzati alla conservazione: le aziende sono notoriamente carenti sia di contenitori che di strutture idonee.

Sia la movimentazione sia la conservazione dei tuberi per essere ottimale comporta la disponibilità di contenitori pallettizzabili, da collocare in celle/locali che consentano il controllo della temperatura (6-8°C) e dell'umidità (90-95%).

La maggior parte del prodotto “patata” , da parte delle aziende di produzione, è ancora stoccata in cumuli e spesso movimentata in modo poco opportuno, spesso alla rinfusa; ne consegue un rapido abbattimento della qualità sotto diversi profili:

- a) aspetto estetico del prodotto che si presenta spesso maculato, con ferite e abrasioni sulla superficie esterna;
- b) germogliamento anticipato dei tuberi cui si correla una significativa perdita di turgore;
- c) avvio di fenomeni di marcescenza;
- d) aumento della presenza di zuccheri riduttori responsabili dei fenomeni di imbrunimento delle patate durante la frittura.

---

## **6.1.2 IMPRESE E STRUTTURE DI PRIMA LAVORAZIONE E CONDIZIONAMENTO DEL PRODOTTO**

---

### **Il movimento associativo/organizzato**

Ai sensi del D.L.vo 102/2005, le forme associative nazionali delle Organizzazioni di produttori, in quanto “organizzazioni comuni”, sono chiamate ad agire anche come operatore economico impegnate, tra l'altro, a:

- concentrare le produzioni;
- conseguire la valorizzazione del prodotto con processi e politiche di qualità;
- elaborare e sottoscrivere contratti- quadro;
- gestire le crisi di mercato;
- costituire fondi di esercizio per la realizzazione di programmi;
- realizzare intese di filiera, partecipando come soggetti attivi.

A livello nazionale sono operative due Unioni nazionale delle Organizzazioni di Produttori pataticole:

- UNAPA, con 12 O.P. associate
- ITALPATATE, con 6 O.P. associate

All'indirizzo

<http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/5554>

è pubblicato l'elenco delle organizzazioni dei produttori riconosciute, sia dal Mipaaf che dalle Regioni.

---

### **6.1.3 SETTORE INDUSTRIALE:**

---

#### **Utilizzo industriale della patata**

La patata si presta per essere utilizzata dall'industria alimentare per la produzione di un rilevante complesso di prodotti, la cui specificità di utilizzo comporta la ricerca costante di nuove varietà che abbiano determinate caratteristiche strutturali:

- a) Alcol;
- b) Fecola di patata, utilizzata dall'industria alimentare come addensante per salse e per rendere più soffici i prodotti di pasticceria;
- c) patate prefritte congelate, che comprende la maggioranza delle patate fritte servite nei fast-food ed in molti ristoranti (il consumo mondiale è stimato superiore ai 12 milioni di tonnellate l'anno (dato 2010);
- d) patatine(chips): snack molto diffuso ottenuto tagliando e friggendo delle fettine sottili di patate, che vengono poi confezionate con sapori diversi;
- e) altri snack ottenuti con un impasto di fiocchi di patate, ovvero patate bollite e disidratate.

---

#### 6.1.4 I CANALI DI COMMERCIALIZZAZIONE DELLA PATATA

---

La distribuzione della patata avviene principalmente attraverso i canali di commercializzazione tipici del settore ortofrutticolo.

La frammentazione della struttura produttiva e la lontananza delle zone di consumo da quelle di produzione ha comportato, soprattutto in passato, la stratificazione della fase commerciale con un forte ruolo degli intermediari commerciali e una elevata percentuale di prodotto messa in vendita dall'ambulantato e/o dalla vendita diretta molto elevata.

Il *prodotto importato* risulta tendenzialmente commercializzato da un ristretto numero di operatori che, spesso, sono anche importatori di patate da seme, localizzati soprattutto nei grandi bacini produttivi (Emilia Romagna, Campania, Sicilia). Ne deriva un circuito lungo così strutturato:

- operatore estero;
- grossista nazionale di secondo grado con un duplice ruolo (solo importatore ed importatore redistributore) e grossisti locali
- distributore finale presso le strutture della Distribuzione Moderna e distributore presso altre strutture di ri-distribuzione finale.

La crescita numerica e dimensionale della Distribuzione Moderna ha progressivamente imposto ai propri fornitori forme organizzative più funzionali di quelle attuali che puntano sull'integrazione a monte, con organismi in grado di concentrare la produzione ed assicurare:

- continuità nelle forniture;
- maggiore contenuto di servizi incorporati nel prodotto;
- uniformità di gamma;
- certificazioni di qualità e di salubrità del prodotto;
- adesione a disciplinari di produzione /commercializzazione specifici e a sistemi di gestione logistica del prodotto.

Ad oggi la Distribuzione Organizzata preferisce l'approvvigionamento da parte di quelle strutture (grossisti nazionali o regionali) che sono in grado di assicurare, tra l'altro, un condizionamento spinto del prodotto. Sono palesi le specializzazioni ed i processi di innovazione portati avanti da alcune strutture in grado di rifornire la Distribuzione Organizzata con confezioni di vendita di piccole dimensioni - da 5, 2,5 o 1,5 Kg - di prodotto già lavato e calibrato, quindi pronto ad essere posto in vendita nel reparto ortofrutta.

Questo processo - che è andato di pari passo con l'evoluzione qualitativa del prodotto ortofrutticolo e delle imprese del settore - non ha goduto di un processo omogeneo nel territorio nazionale: si deve rilevare infatti come, nelle regioni meridionali, i circuiti distributivi sono ancora molto frammentati e tra i produttori non sussiste un forte livello di integrazione orizzontale.

È rilevabile come le funzioni svolte una volta dai mercati all'ingrosso stiano progressivamente migrando verso piattaforme produttivo - commerciali costituite da strutture aggreganti la produzione primaria. Tali strutture talvolta coincidono sia con le imprese di stampo tradizionale cooperativo che con le forme associative di natura mista (agricolo - commerciali).

I segnali confermano un'evoluzione del settore verso formule organizzative evolute, che siano in grado di penetrare il mercato dei prodotti freschi in modo adeguato, secondo la "domanda" espressa dalla nuova Distribuzione moderna. Gli stessi standard di qualità devono essere garantiti dai "farmer's market".

La Distribuzione Organizzata si è imposta come un interlocutore commerciale che ha avviato un processo forzoso di adeguamento delle strutture loro fornitrici, le quali devono essere in grado di garantire un'ampia gamma di prodotti, una elevata competitività nel prezzo, la capacità di partecipare a campagne promozionali, una certa flessibilità e tempestività nelle forniture, certificazioni di processo e di prodotto, ed infine una adesione a livelli di standardizzazione che assicurino la qualità del prodotto.

Su questo fronte, si è ormai imposto un criterio di scelta del fornitore il quale deve avere le caratteristiche necessarie per inserirsi e rispondere alle esigenze dettate dalla *supply chain* del distributore finale.

Al di là delle differenti definizioni della *supply chain*, è necessario prestare attenzione alle implicazioni operative di questa evoluzione nei rapporti tra fornitore e distributore finale, laddove il fornitore è chiamato ad inserirsi, in modo integrato, nella *rete degli operatori economici che provvedono allo svolgimento delle funzioni di approvvigionamento dei materiali, di trasformazione in prodotti intermedi e finiti, di distribuzione e consegna ai clienti ed è composta da imprese autonome che tuttavia condividono finalità comuni*.<sup>6</sup>

Le strutture commerciali agricole sono, quindi, chiamate a perseguire nuovi *assetti* organizzativi per realizzare un approccio gestionale compatibile con quello dei loro clienti della distribuzione moderna. Il che implica la necessità di prefigurare nuovi percorsi di innovazione e nuove tipologie di investimenti, anche da parte della *Governance pubblica* chiamata ad impostare profili di ammissibilità degli stessi negli strumenti di programmazione.

E' evidente, quindi, come anche il settore pataticolo italiano è chiamato a trasformare la propria attività produttiva tradizionalmente poco evoluta, in attività ad elevato contenuto organizzativo e industriale, al fine di elevare le proprie capacità di qualificazione del prodotto, per proporsi come soggetto idoneo a ri-fornire le strutture della distribuzione moderna.

Pur in assenza di una strategia nazionale concertata, sulla spinta di un nucleo costituito da un forte movimento organizzato, e con alcune regioni che hanno creduto nella possibilità di valorizzare questo prodotto apparentemente "povero" (E.Romagna, Abruzzo, Veneto, Campania) sono stati già realizzati alcuni progetti di innovazione e di valorizzazione che vanno nella direzione indicata. Progetti che risultano accompagnati anche da una ricerca di base che ha permesso di ottenere varietà con caratteristiche alimentari molto particolari (si veda, ad esempio, la patata al selenio ed i cloni per preparazioni specifiche in usi industriali).

---

<sup>6</sup> Definizione di Ganeshan e Harrison

## 6.2 IL MERCATO DI RIFERIMENTO

---

I prezzi, lungo la filiera commerciale del prodotto evidenziano una marcata variabilità, con un andamento ciclico non solo nel breve ma anche nel medio e lungo periodo. Alla base di questa ciclicità si pongono alcuni fattori:

- la stagionalità della domanda e la ciclicità delle produzioni;
- l'evoluzione continua delle norme legate alla qualità e alla sicurezza alimentare;
- una struttura produttiva molto polverizzata cui, in alcuni territori, soprattutto del Sud Italia, non si correlano valide organizzazioni commerciali dell'offerta;
- il recente ingresso nel mercato comunitario di Paesi a forte vocazione pataticola;
- le evoluzioni dei consumi e degli stili di vita dei consumatori, che oggi sono spinti verso prodotti a basso costo ma con maggiore contenuto di servizio.

Tutto ciò pone l'imprenditore agricolo nella difficoltà di adeguare, in maniera competitiva, l'offerta alla domanda esponendolo ad un mercato dove risulta avere scarso potere contrattuale e caratterizzato sempre più dalla **volatilità dei prezzi delle materie prime**.

La filiera pataticola, al pari dell'intero sistema, risente pesantemente dell'attuale crisi economica, che esercita una elevata pressione sui redditi agricoli. Questa stessa crisi esalta ancor più la necessità di specifiche misure in grado di sostenere le aziende del settore in questo particolare momento evolutivo.

Le misure necessarie per il settore pataticolo dovranno supportare l'impresa e l'imprenditore ad essere presente sul mercato con maggiori elementi conoscitivi, con una dotazione di informazioni corrette e sempre più contestuali.

L'Unione europea ha da tempo indicato i seguenti alcuni tra i maggiori problemi della filiera alimentare:

- a) la mancanza di trasparenza dei meccanismi di formazione dei prezzi;
- b) gli squilibri del potere contrattuale tra gli operatori della stessa filiera.

La recente innovazione legislativa introdotta con l'art. 62<sup>7</sup> della Legge 27/2012, insieme al recente aggiornamento del D.l.vo 231/2002 con il D.l.vo 192 del 15 ottobre 2012 è espressione di un atto politico che riconosce questa criticità e tenta di correggere una evidente distorsione di mercato.

Il settore dei prodotti freschi – cui bisogna correlare il prodotto "patata"- ha risentito in maniera importante di alcuni fattori evolutivi:

- la crescente concentrazione degli acquisti nelle mani di pochi *buyers* della distribuzione moderna, con un notevole potere contrattuale rispetto agli operatori a monte e con il sostanziale controllo della *global food supply chain*; da qui anche l'affermazione della grande distribuzione alimentare come forza predominante nelle catene di offerta globali;

---

<sup>7</sup> Articolo 62.- (*Disciplina delle relazioni commerciali in materia di cessione di prodotti agricoli e agroalimentari*).

- la crescente apertura commerciale internazionale, collegata sia al ruolo del *WTO* e degli accordi commerciali bilaterali che alle riforme delle politiche agricole correlate alla liberalizzazione commerciale;
- lo sviluppo della logistica e del ruolo delle strutture di condizionamento in grado di incorporare un crescente valore di servizi; da qui la tendenza alla marginalizzazione delle piccole aziende agricole e alla costituzione di forme associative anche di carattere interregionale;
- lo sviluppo delle tecnologie dell'informazione e comunicazione, e dei sistemi di trasporto, soprattutto dal lato della gestione della catena del freddo.

L'analisi sulla **catena del valore** del prodotto costituisce un strumento necessario per apportare la richiesta "trasparenza" nell'intero processo di produzione/distribuzione dei prodotti alimentari. Infatti conoscere quanto incidano le varie fasi sul costo finale del prodotto è azione essenziale per l'impostazione di corrette prassi commerciali, in maniera particolare nella fasi di contrattazione e in quelle di determinazione del costo del prodotto e del servizio offerto.

### 6.3 L'ACCORDO INTERPROFESSIONALE

---

A livello nazionale, da oltre 20 anni, viene annualmente sottoscritto un accordo interprofessionale su una intesa di medio periodo caratterizzata da una programmazione triennale. Tale accordo viene stipulato tra :

- le due Unioni nazionali riconosciute (Unapa e Italpatate), in rappresentanza delle O.P. pataticole;
- A.I.I.P.A., A.N.I.C.A.V., Fedagri e AGCI in rappresentanza delle industrie di trasformazione dall'altra.

Questo accordo viene stipulato con l'assistenza delle organizzazioni agricole professionali e alla presenza delle associazioni nazionali di tutela del movimento cooperativo.

L'accordo professionale stipulato si basa sui seguenti elementi di base:

- valutazione annuale dei quantitativi di patate da avviare alla trasformazione in funzione dei trend di mercato (mediamente aggiratosi nell'ultimo triennio sulle 170.000 tonnellate);
- per una valorizzazione del prodotto nazionale, le associazioni dei produttori di patate si impegnano a fornire alle aziende contraenti, che ne facciano richiesta, tutte le informazioni necessarie a sviluppare un piano di tracciabilità;
- le associazioni industriali di categoria stipulano l'accordo interprofessionale in nome e per conto delle aziende di trasformazione ad esse aderenti ed di quelle non aderenti che dovranno dare specifica delega scritta;
- la stipula dei contratti avviene con il sistema della vendita diretta ed utilizzando il modello unico di contratto, allegato all' accordo;
- determinazione di modalità per la verifica, in un tempo intermedio, del collocamento di tutto o di una parte del quantitativo/ obiettivo dell'accordo;
- modalità di determinazione del prezzo di cessione per il prodotto classificato in più fasce tipologiche (fascia A, fascia B, fascia B1; fascia C);
- definizione delle norme di qualità;
- indicazione dei tempi di pagamento;

E' da segnalare il fatto che per consentire una maggiore elasticità dell'accordo interprofessionale, vengono definiti anche accordi interprofessionali di carattere regionale (vedi il caso dell'Emilia Romagna, dove le quantità di prodotto venduto sono storicamente fornite da 14 operatori, che costituiscono l'anima del "sistema Bologna" e che raggiungono circa 163 mila quintali annui, e si incrementano fino a 180 mila quintali calcolando altre tre realtà particolarmente significative che operano nella Regione).

---

## 7 LE POLITICHE DI SETTORE

---

### 7.1 GLI AIUTI NAZIONALI

---

Gli aiuti di Stato per le singole produzioni possono essere di due tipi: quelli regolamentati all'interno delle Organizzazioni Comuni di Mercato e quelli rivolti a produzioni non disciplinate da OCM. Si tratta in gran parte di aiuti che rientrano nel cosiddetto "primo pilastro" e che riguardano comparti produttivi specifici: latte e lattiero-caseari, zucchero, orto-frutta, vino, apicoltura, frutta in guscio, ecc..

Pur rientrando nel primo pilastro, sono erogati attraverso una strumentazione quanto mai varia e differenziata che va dagli aiuti integrativi ai produttori delle singole commodities (come nel caso del latte, dello zucchero e del pomodoro da industria), al sostegno degli investimenti (come nel caso della riconversione bieticola o per i produttori viticoli), alla gestione delle crisi di mercato (orto-frutta), ecc..

Aiuti di Stato sono possibili anche per comparti produttivi specifici che non ricadono in OCM (patate diverse da quelle di fecola, carni equine, caffè, aceti di alcole e sughero), purché si adeguino al principio del disaccoppiamento. Pur aderendo al primo pilastro, questi aiuti possono contenere anche misure strutturali, più tipiche del secondo pilastro.

Il Regolamento (CE) n. 361/2008 ha previsto poi la possibilità per gli Stati membri di continuare ad erogare aiuti di Stato nel quadro di un regime esistente per la produzione ed il commercio di patate, fresche o refrigerate, fino al 31 dicembre 2011 (articolo 182, par. 5 dell'OCM Unica). Tale possibilità era stata introdotta con il Regolamento del Consiglio n 1182/2007 che, con l'articolo 43, aveva introdotto una modifica estendendo l'estensione degli art. 87/88/89 del Trattato alle patate, autorizzando l'erogazione di aiuti di stato nazionale, previa notifica alla Commissione europea degli interventi programmati.

Per quanto riguarda gli aiuti di stato nell'ambito del primo pilastro della PAC, per le patate fresche o refrigerate sussistono aiuti con durata del sostegno a tempo determinato, e una tipologia di sostegno che prevede l'integrazione del prezzo.

### 7.2 PIANO DI SVILUPPO RURALE 2007 - 2013

---

Gli aiuti previsti nel primo pilastro per le patate prevedono un trattamento diverso in funzione della loro destinazione: per le **patate da fecola**, con la riforma del 2003, il regime di aiuti preesistente viene disaccoppiato parzialmente, nella misura del 40%, per cui rimane in vigore un aiuto accoppiato pari a 66,32 €/t.

Per il **prodotto destinato al consumo**, invece, non vi sono interventi specifici a livello UE, ma il prodotto può godere di eventuali aiuti di stato (citato).

Lo schema seguente mostra le revisioni degli aiuti con la riforma del 2007:

Regolamenti n. 2200, 2201 e 2202 del 1996.	Regolamento n.1782 del 2003	Riforma OCM 2007
<b>Patate da fecola</b>		
Aiuto accoppiato alla produzione.	Aiuto disaccoppiato (PU) nella misura del 40%; Aiuto accoppiato alla produzione pari a 66.32 Euro/t.	Escluse da riforma.
<b>Patate da consumo</b>		
Prodotto senza sostegno diretto UE, ma beneficiario di aiuti di stato.	Il periodo transitorio per il pagamento dei sussidi nazionali è stato prolungato fino al 31 dicembre 2011.	Escluse da riforma Aiuti di Stato: periodo transitorio di ulteriori quattro anni, con termine il 31 dicembre 2011; Superfici ammissibili al PU: modifica dell'art. 51 del 1782/2003 includendo le superfici a patate.

Il prossimo periodo di programmazione (post 2013) si propone come particolarmente importante per il comparto pataticolo in vista del nuovo scenario che si registrerà nei prossimi anni. Dal 2012 la produzione di patate dovrebbe confluire nella nuova Organizzazione Comune di Mercato.

### Misure attivate per il comparto pataticolo o ortofrutticolo nell'ambito dei PSR delle regioni produttrici

La tabella mostra le misure attivate da ciascuna regione nell'ambito dei PSR.

Regione	Comparto	Misura	Descrizione	Spesa pubblica totale al 2010 per misura
Abruzzo	Pataticolo	121	Ammodernamento delle aziende agricole	€ 1.769.000,00 (colture di campo + orticole)
		124	Cooperazione per lo sviluppo di nuovi prodotti, processi e tecnologie nei settori agricolo e alimentare e in quello forestale.	n.d.
		214	Pagamenti agroambientali: introduzione e mantenimento agricoltura integrata, introduzione e mantenimento agricoltura biologica.	€ 7.024.000,00 (biologica+integrata)
Campania	Ortofrutticolo	121	Ammodernamento delle aziende agricole	€ 17.887.000,00 (colture di campo + orticole)
		123	Accrescimento del valore aggiunto delle produzioni agricole e forestali.	€ 0,00
Emilia Romagna	Pataticolo	121	Ammodernamento delle aziende agricole.	€ 19.135.000,00 (colture di campo + orticole)
		132	Partecipazione degli agricoltori a sistemi di qualità alimentare. Prodotti di qualità ammissibili ad aiuto: Patata di Bologna DOP.	€ 117.000,00 frutta, verdura, cereali processati
Puglia	Pataticolo	214	Pagamenti agroambientali: introduzione e mantenimento agricoltura biologica.	€ 18.315.000,00 (biologica)
Sicilia	Ortofrutticolo	121	Ammodernamento delle aziende agricole	€ 142.000,00 (colture di campo + orticole)
		123	Accrescimento del valore aggiunto delle produzioni agricole e forestali.	€ 0,00
		124	Cooperazione per lo sviluppo di nuovi prodotti, processi e tecnologie nei settori agricolo e alimentare e in quello forestale.	€ 0,00
Toscana	Pataticolo	132	Partecipazione degli agricoltori a sistemi di qualità	€ 17.000,00

			alimentare. Marchio Agriqualità nel 2006 per la patata.	
		214	Pagamenti agroambientali, Sottomisura 214 b Conservazione delle risorse genetiche, b 2 - Conservazione delle risorse genetiche vegetali per la salvaguardia della biodiversità.	€ 14.520,00 (biologica+integrata)
Lazio	Pattaicolo	Progetto PIF	Valorizzazione della produzione pataticola viterbese	€ 3.000.000,00

La Regione Lazio ha, inoltre, finanziato nel 2010 il *Progetto integrato di filiera*, finalizzato alla valorizzazione della produzione pataticola viterbese attraverso l'ammodernamento degli impianti e l'introduzione di nuove tecniche di processo. Tale obiettivo è perseguito anche con l'incentivazione all'adesione a sistemi di certificazione e tracciabilità, nonché con interventi formativi per gli attori della filiera. La spesa pubblica complessiva ammonta a 3 milioni di Euro, con un investimento di 7 milioni di Euro.<sup>8</sup>

## 8 ANALISI DEI PUNTI FORZA, DI DEBOLEZZA, OPPORTUNITÀ E MINACCE (SWOT) DEL SETTORE

Il presente capitolo, con riferimento alla sintetica descrizione statistico-economica resa finora, propone l'analisi del settore attraverso la matrice più comunemente conosciuta come "S.W.O.T.", con la quale si identificano in modo paradigmatico i Punti di Forza, le Debolezze, le Opportunità e le Minacce proprie del settore.

Si precisa che, per le diverse implicazioni in termini di azioni da intraprendere, lo schema è stato articolato su: **A) patata da industria;** **B) patata da consumo.**

<sup>8</sup> Sono da verificare la presenza di altri progetti di filiera

## 8.1 ANALISI SWOT DELLE PATATE DA INDUSTRIA

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> <li>i. Elevate caratteristiche organolettiche ed igienico - sanitarie dei tuberi;</li> <li>ii. Esistenza di forti elementi di integrazione con la parte industriale. Esperienza maturata negli ultimi 20 anni;</li> <li>iii. Disponibilita' di elevate quantita' di prodotto;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>i. Eccessiva dipendenza dal materiale propagativo proveniente dall'estero ;</li> <li>ii. Frammentazione della struttura fondiaria e dell'offerta agricola.;</li> <li>iii. Elevati costi di produzione;</li> <li>iv. Costo elevato del tubero - seme;</li> <li>v. Scarsa propensione all'innovazione delle aziende di produzione;</li> <li>vi. Orientamento alla produzione più che al mercato;</li> </ul>

Opportunità	Minacce
<ul style="list-style-type: none"> <li>i. Recupero di produttività ed efficienza a livello aziendale;</li> <li>ii. Orientamento dei mercati verso i sistemi ei prodotti "di qualità";</li> <li>iii. Potenzialità della tipicità delle produzioni e della loro territorialità;</li> <li>iv. Valorizzazione industriale/commerciale locale delle produzioni agricole di pregio;</li> <li>v. Ricerca ed innovazione tecnologica: Opportunità di nuove utilizzazioni delle risorse derivate dai risultati della ricerca e della sperimentazione;</li> <li>vi. Miglioramento della logistica avanzata (C.S.M e supply chain) ;</li> <li>vii. Spinta evoluzione dei consumi: margini di inserimento sul mercato con prodotti innovativi;</li> <li>viii. Sviluppo e / o valorizzazione di nuove forme organizzative orientate alle filiere, distretti e Consorzi di tutela;</li> <li>ix. Procedure e sistemi di garanzia sulla sicurezza alimentare e le caratteristiche qualitative dei prodotti con una certificazione di filiera controllata e di rintracciabilità di filiera;</li> <li>x. Tendenza allo sviluppo della domanda per i prodotti di qualità;</li> <li>xi. Attenzione delle grandi strutture della Distribuzione moderna al comparto dei prodotti tipici, tradizionali, territoriali;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>i. Ambiente competitivo dovuto ai processi di globalizzazione;</li> <li>ii. Prodotto competitivo proveniente dai nuovi Paesi comunitari e dai Paesi africani ;</li> <li>iii. Crescita dei costi di produzione aziendali, cui si correla un andamento negativo del valore della produzione di beni e servizi agricoli. Tendenza alla riduzione del prezzo delle materie prime nella UE e nel mondo;</li> <li>iv. Pericolo di abbandono delle attività agricole nei settori più esposti del mercato;</li> <li>v. Sospensione degli aiuti nazionali dal 2012;</li> <li>vi. Distorsione del mercato dovuto a investimento della coltura per la produzione di biomasse;</li> <li>vii. Fenomeni di inquinamento e cambiamenti climatici su vasta scala;</li> <li>viii. Aumento della dipendenza dell'industria dall'estero per l'approvvigionamento dei prodotti;</li> <li>ix. Mutamenti nella composizione qualitativa e quantitativa dei conduttori delle imprese agricole;</li> </ul>

## 8.2 ANALISI SWOT DELLE PATATE DA CONSUMO

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> <li>i. Forte vocazione ambientale per lo sviluppo di tipicità della coltura;</li> <li>ii. Disponibilità per un lungo periodo dell'anno (9/10 mesi su 12);</li> <li>iii. Elevate caratteristiche organolettiche ed igienico - sanitarie dei tuberi;</li> <li>iv. Monitoraggio costante di costi, prezzi e consumi;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>i. Eccessiva dipendenza dal materiale propagativo proveniente dall'estero;</li> <li>ii. Frammentazione della struttura fondiaria e dell'offerta agricola;</li> <li>iii. Presenza di produttori non professionali ;</li> <li>iv. Limitata trasparenza del mercato;</li> <li>v. Scarsa conoscenza dei prodotti locali da parte dei circuiti di distribuzione nazionali;</li> <li>vi. Inadeguatezza delle strutture di stoccaggio e confezionamento ;</li> <li>vii. Elevati costi di produzione;</li> <li>viii. Costo elevato del tubero – seme;</li> <li>ix. Assenza di coesione tra gli attori della filiera a livello di produzione ;</li> <li>x. Scarsa propensione all'innovazione delle aziende di produzione;</li> <li>xi. Orientamento alla produzione più che al mercato;</li> </ul>
Opportunità	Minacce
<ul style="list-style-type: none"> <li>i. Domanda "interna" di prodotto con forte caratterizzazione territoriale;</li> <li>ii. Domanda superiore alle produzioni;</li> <li>iii. Recupero di produttività ed efficienza a livello aziendale;</li> <li>iv. Possibilità di ricorso a packaging innovativo;</li> <li>v. Ampi margini di differenziazione dei prodotti con caratteristiche qualitative specifiche (Certificazione di qualità);</li> <li>vi. Orientamento dei mercati verso i sistemi ei prodotti "di qualità";</li> <li>vii. Potenzialità della tipicità delle produzioni e della loro territorialità;</li> <li>viii. Valorizzazione industriale/commerciale locale;</li> <li>ix. Spinta evoluzione dei consumi: margini di inserimento sul mercato con prodotti innovativi;</li> <li>x. Sviluppo e / o valorizzazione di nuove forme organizzative orientate alle filiere, distretti e Consorzi di tutela;</li> <li>xi. Procedure e sistemi di garanzia sulla sicurezza alimentare e le caratteristiche qualitative dei prodotti con una certificazione di filiera controllata e di rintracciabilità di filiera;</li> <li>xii. Tendenza allo sviluppo della domanda per i prodotti di qualità;</li> <li>xiii. Attenzione delle grandi strutture della Distribuzione moderna al comparto dei prodotti tipici, tradizionali, territoriali.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>i. Ambiente competitivo dovuto ai processi di globalizzazione;</li> <li>ii. Prodotto competitivo proveniente dai nuovi Paesi comunitari e dai Paesi africani,</li> <li>iii. Aumento della concentrazione del potere di acquisto delle grandi Centralidi acquisto;</li> <li>iv. Crescita dei costi di produzione aziendali, cui si correla un andamento negativo del valore della produzione di beni e servizi agricoli. Tendenza alla riduzione del prezzo delle materie prime nella UE e nel mondo;</li> <li>v. Pericolo di abbandono delle attività agricole nei settori più esposti del mercato;</li> <li>vi. Distorsione del mercato dovuto a investimento della coltura per la produzione di biomasse;</li> <li>vii. Fenomeni di inquinamento e cambiamenti climatici su vasta scala ;</li> <li>viii. Mutamenti nella composizione qualitativa e quantitativa dei conduttori delle imprese agricole;</li> </ul>

---

## SECONDA PARTE

### LE POLITICHE DI INTERVENTO

---

#### 9 GLI ASSI DI INTERVENTO

---

---

Lo schema entro cui sono collocate le proposte di intervento, coerentemente con gli altri documenti di programmazione emanati dal Mipaaf, propone due tipologie di politiche :

- A. **Politiche pre-competitive**, comprendendo per tali il complesso di quelle misure e quegli interventi aventi carattere ed utilità prettamente orizzontale volte ad introdurre elementi regolamentanti l'intero settore. Il carattere di trasversalità di queste misure sono volte ad assicurare o garantire fattori produttivi e servizi ritenuti essenziali, in modo da fornire condizioni pre-competitive uguali per tutti gli operatori della filiera;
- B. **Politiche competitive**, includendo in queste il complesso di quelle misure finalizzate a sostenere il livello di competitività delle aziende della filiera, intervenendo su quei fattori individuati come critici e frenanti lo sviluppo del settore con interventi maggiormente finalizzati:
- alla fase di produzione e/o di trasformazione, con introduzione di innovazioni e /o adeguamenti strutturali;
  - alla valorizzazione dei prodotti (differenziazione, certificazione, processi di qualità);
  - al sostegno del processo di integrazione delle diverse componenti della filiera;
  - misure stabilizzatrici del reddito.

La risposta ai numerosi elementi critici finora evidenziati comporta un approccio integrato con una strategia **usualmente definita multipolare**.

Lo schema seguente riassume la strategia e la cascata degli obiettivi che il piano intende raggiungere.

Obiettivi specifici (assi di intervento)	Obiettivi operativi (Linee di intervento)
Programmazione concertata	Definizione e gestione Piano di settore
	Inclusione delle politiche di settore della filiera pataticola nel PSN
	Inclusione di misure omogenee nei PSR
Politiche competitive	Integrazione di filiera
	Valorizzazione e qualificazione delle produzioni, con azioni di promozione, informazione, comunicazione
	Stabilizzazione del reddito
	Rafforzamento della logistica
Politiche pre-competitive	Trasparenza di mercato
	Linee guida per la ricerca nel settore

## 9.1 COERENZA CON IL QSC (QUADRO STRATEGICO COMUNE 2014 - 2020)

Le linee di intervento descritte nel prosieguo sono state valutate in relazione alle finalità e agli obiettivi indicati come prioritari nei documenti di programmazione di Strategia Europa 2020, ovvero la strategia decennale elaborata in sede comunitaria per promuovere la crescita all'interno dell'Unione europea.

Nell'ambito di tale strategia, si collocano i documenti programmatici (Quadro strategico comune 2014-2020- QSC) che sono alla base della concertazione in essere per la gestione dei Fondi comunitari QSC

- Fondo europeo di sviluppo regionale,
- Fondo sociale europeo,
- Fondo di coesione,
- Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale,
- Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca.

Al fine di massimizzare il contributo dei Fondi QSC, la strategia proposta a livello comunitario deve essere recepita e contestualizzata a livello dei singoli Paesi e delle singole regioni: ciò al fine di focalizzare tutte le risorse (umane, professionali e finanziarie) al perseguimento delle priorità indicate nella strategia adottata.

Anche per il periodo i fondi “focalizzati al settore agricolo” saranno costituiti dal FEASR, al quale vengono assegnate ben 6 priorità /obiettivo<sup>9</sup>:

- a. il trasferimento delle conoscenze;
- b. l'innovazione,
- c. la competitività dell'agricoltura,
- d. la gestione delle risorse naturali;
- e. la lotta contro i cambiamenti climatici,
- f. lo sviluppo inclusivo delle regioni rurali.

I documenti programmatici predisposti prevedono **disposizioni comuni** da adottare con specifico regolamento e, a tal fine identifica undici obiettivi tematici.

Il Documento di lavoro dei servizi della commissione (*Bruxelles, 14.3.2012- SWD(2012) 61 final*), con il relativo Allegato 1 (che stabilisce per ciascuno degli obiettivi tematici i principali scopi da perseguire, le azioni fondamentali per ciascun Fondo del QSC e i principi generali di attuazione per una utilizzazione efficace dei Fondi) è rinvenibile all'indirizzo

<http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/4648>

oppure

[http://ec.europa.eu/regional\\_policy/what/future/index\\_it.cfm#1](http://ec.europa.eu/regional_policy/what/future/index_it.cfm#1)

[http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docoffic/working/strategic\\_framework/csf\\_part1\\_it.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/working/strategic_framework/csf_part1_it.pdf)

[http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docoffic/working/strategic\\_framework/csf\\_part2\\_it.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/working/strategic_framework/csf_part2_it.pdf)

La verifica della coerenza delle linee proposte va effettuato con quanto espresso nell'Obiettivo tematico 3, che si riporta di seguito nella formulazione vigente alla data attuale.

---

<sup>9</sup> Non si cita qui il futuro fondo FEAMP (Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca) , in linea con la riforma della Politica comune della pesca, avrà come priorità la redditività e la competitività della pesca e dell'acquacoltura, garantendo al tempo stesso la sostenibilità ambientale.

---

## Obiettivo tematico 3-<sup>10</sup>

RAFFORZARE LA COMPETITIVITÀ DELLE PMI, QUELLA DEL SETTORE AGRICOLO (PER IL FEASR) E QUELLA DEL SETTORE DELL'ACQUACOLTURA E DELLA PESCA (PER IL FEAMP)

### 3.1 Obiettivi fondamentali perseguiti dai Fondi QSC

Le piccole e medie imprese costituiscono la colonna vertebrale dell'economia europea e sono i principali motori della crescita, della creazione di posti di lavoro e della coesione, poiché generano due posti di lavoro su tre nel settore privato e rappresentano il 58 % del favore aggiunto totale creato dalle imprese nell'UE. L'investimento nelle PMI può pertanto dare un notevole contributo alla crescita, all'occupazione e alla coesione. Le PMI hanno un ruolo importante da svolgere nella gestione delle trasformazioni strutturali e della transizione verso un'economia mondiale basata sulla conoscenza e nella creazione di nuove possibilità di lavoro. Individualmente, le PMI non sono in grado di creare catene di valore su grande scala e devono quindi stabilire collegamenti all'interno e al di fuori della loro regione d'origine.

Gli interventi a titolo del FEASR destinati a migliorare la competitività del settore agricolo contribuiranno a garantire una produzione alimentare economicamente vitale nell'ambito dell'UE e favoriranno la creazione e il mantenimento di posti di lavoro, stimolando la crescita nelle zone rurali. Tra le particolari sfide da raccogliere figurano le dimensioni delle imprese agricole in alcune regioni – elemento che costituisce un ostacolo alla competitività – la struttura per età del settore (solo il 6% degli agricoltori ha un'età inferiore ai 35 anni) e la necessità di stimolare la produttività e l'efficacia al fine di far fronte alla concorrenza dei paesi terzi, all'aumento dei costi di produzione, alla volatilità del mercato e alle sfide ambientali.

---

#### Azioni fondamentali per il FESR <sup>11</sup>:

- investimento nella creazione di imprese, compresa la fornitura di un capitale di avvio, di garanzie, di prestiti, di capitale mezzanino e di capitale di crescita attraverso strumenti finanziari e sostegno all'elaborazione dei piani d'impresa;
- investimento nello sfruttamento commerciale delle nuove idee e dei risultati della ricerca nella creazione di imprese a più forte intensità di conoscenza, attraverso interventi adeguati alle esigenze delle PMI nelle varie fasi del loro sviluppo e lungo tutta la catena del valore nella quale si iscrive l'innovazione;
- servizi di consulenza alle imprese, in particolare per quanto riguarda l'avvio delle imprese, il loro trasferimento, l'accesso a nuovi mercati, la strategia e il controllo delle imprese, il trasferimento di tecnologie e la prospettiva tecnologica, nonché l'innovazione che risponde alle esigenze dell'utilizzatore e basata sulla progettazione, il rafforzamento delle capacità di gestione dell'innovazione e il sostegno allo sviluppo e l'utilizzazione di questi servizi attraverso programmi di "buoni per l'innovazione";

---

<sup>10</sup> Bruxelles, 14.3.2012 SWD(2012) 61 final – Parte II- DOCUMENTO DI LAVORO DEI SERVIZI DELLA COMMISSIONE - Elementi di un quadro strategico comune 2014 - 2020 per il Fondo europeo di sviluppo regionale, il Fondo sociale europeo, il Fondo di coesione, il Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale e il Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca

<sup>11</sup> COM(2010) 614, Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni, "Iniziativa faro: una politica industriale integrata per l'era della globalizzazione. Riconoscere il ruolo centrale di concorrenzialità e sostenibilità".

- sostegno allo sviluppo degli strumenti web destinati a fornire un'informazione volta a facilitare le procedure regolamentari per le PMI, in particolare in materia di appalti pubblici, di diritto del lavoro, di sicurezza sociale, di imposizione fiscale e di normalizzazione;
- elaborazione di nuovi modelli commerciali, comprese le nuove catene del valore e una nuova organizzazione commerciale, in particolare al fine di facilitare l'internazionalizzazione;
- lo sviluppo delle PMI in settori emergenti collegati alle sfide europee e regionali, come i settori della creazione e della cultura, le nuove forme di turismo e i servizi innovativi che riflettono le nuove esigenze sociali o i prodotti e i servizi collegati all'invecchiamento della popolazione, alle cure sanitarie, all'ecoinnovazione, all'economia a bassa intensità di carbonio e all'efficacia delle risorse, compreso il coordinamento con gli appalti pubblici al fine di accelerare il lancio sul mercato di soluzioni innovative per raccogliere queste sfide.

#### **Azioni fondamentali per il FEASR:**

- ristrutturazione delle imprese agricole che incontrano gravi problemi strutturali, in particolare attraverso investimenti volti a migliorare la prestazione dell'azienda o a sostenere la sua vitalità e sostenibilità economica, investimenti collegati alla trasformazione, alla commercializzazione e alla valorizzazione dei prodotti agricoli o investimenti nelle infrastrutture necessarie allo sviluppo e all'adattamento dell'agricoltura;
- rinnovo delle generazioni nel settore dell'agricoltura, in particolare attraverso aiuti all'avvio di imprese per i giovani agricoltori;
- integrazione dei produttori primari nella catena alimentare attraverso il sostegno dei programmi di qualità, la promozione nei mercati locali, la cooperazione orizzontale e verticale, la creazione di nuove possibilità di commercializzazione e di messa in rete, lo sviluppo delle filiere corte e la creazione di gruppi di produttori;
- gestione dei rischi a livello delle aziende ricorrendo a una serie di strumenti destinati ad aiutare gli agricoltori a gestire in modo efficace i rischi economici ed ambientali cui sono sempre più esposti, comprese le malattie animali e vegetali, il sostegno agli investimenti a favore di azioni di prevenzione e di recupero.
- (FEAMP : omissis...)

### **3.2 Principi generali di attuazione**

Gli aiuti concessi dall'UE alle PMI a titolo del FESR, del FEASR e del FEAMP devono essere maggiormente mirati e devono porre l'accento sulla competitività delle PMI e sulle loro prestazioni in materia di crescita conformemente allo "Small Business Act" e alla sua revisione<sup>12</sup>.

L'intervento dei Fondi dovrebbe coprire l'insieme degli strumenti della politica a favore delle PMI.

Gli Stati membri dovrebbero operare una transizione decisiva per passare dagli strumenti basati su sovvenzioni a strumenti finanziari come quelli che prevedono la fornitura di un capitale d'avvio, di garanzie, di prestiti, di capitale mezzanino e di capitale di crescita per sostenere le PMI.

È opportuno inserire la messa a disposizione, a titolo del FEASR, di strumenti finanziari che consentano di liberare capitali per investimenti produttivi nei settori dell'agricoltura, della silvicoltura e della trasformazione alimentare, nonché per le PMI create in zone rurali. Gli aiuti dovrebbero essere concessi nel

---

<sup>12</sup> COM(2008) 394 final e COM(2011) 78 final

quadro delle iniziative in corso al fine di analizzare e ridurre l'onere amministrativo e regolamentare che grava sulle PMI, in particolare sulle microimprese.

### 3.3 Complementarità e coordinamento

Le azioni che rientrano in questo obiettivo tematico dovrebbero essere attuate tenendo conto del fatto che in Europa vi sono troppi imprenditori e, tra di loro, molti più uomini che donne.

È opportuno in particolare affrontare i fattori che dissuadono le donne dal diventare capi di impresa. Le azioni che rientrano in questo obiettivo tematico dovrebbero essere rafforzate da azioni finanziate dal FSE<sup>13</sup> per stimolare la competitività delle PMI. Queste azioni dovrebbero essenzialmente mirare a sviluppare la capacità delle PMI di anticipare e gestire i cambiamenti grazie all'identificazione delle tendenze in materia di impiego e di qualificazione, a sostenere lo sviluppo organizzativo delle PMI, nonché i servizi di informazione e di consulenza per le PMI, introducendo forme innovative di organizzazione del lavoro e/o di gestione dell'orario di lavoro e incoraggiando l'investimento delle imprese nella formazione.

Le azioni che rientrano in questo obiettivo tematico dovrebbero inoltre integrare le azioni finanziate dal FSE e volte a promuovere l'imprenditorialità, il lavoro autonomo e la creazione di imprese (nel quadro dell'obiettivo tematico relativo all'occupazione) e le azioni che sostengono le imprese sociali che possono essere realizzate a titolo del FSE o del FESR (nel quadro dell'obiettivo tematico relativo all'inclusione sociale).

Le azioni che rientrano in questo obiettivo tematico dovrebbero integrare le azioni finanziate nel quadro del programma dell'UE per la competitività delle imprese e delle PMI<sup>14</sup> che porrà l'accento sugli strumenti finanziari e sul sostegno all'internazionalizzazione delle imprese:

- 1) migliorando l'accesso al finanziamento per le PMI, sotto forma di investimenti in capitale di rischio sotto forma di prestiti;
- 2) creando uno strumento di "garanzie di prestiti" al fine di mettere a disposizione delle PMI prestiti diretti o altri meccanismi di condivisione dei rischi con intermediari finanziari per coprire i prestiti;
- 3) migliorando l'accesso ai mercati all'interno dell'UE e in tutto il mondo;
- 4) promuovendo lo spirito imprenditoriale. Queste azioni si proporranno in particolare di sfruttare le competenze e le attitudini imprenditoriali, in particolare attraverso i nuovi imprenditori, i giovani, le donne e i gruppi vulnerabili come le persone con disabilità.

## 9.2 OBIETTIVO: UNA PROGRAMMAZIONE CONCERTATA

Il *Piano di settore per la filiera pataticola* è riconosciuto come documento di programmazione condiviso dal Mipaaf, dalle Regioni e Province Autonome e dagli operatori della filiera di riferimento.

Gli obiettivi specifici (o assi di intervento) e le linee di intervento in esso indicate costituiscono i riferimenti di base per l'elaborazione di specifiche misure attivabili a livello nazionale e a livello territoriale.

<sup>13</sup> Nel quadro degli obiettivi tematici relativi all'occupazione, all'istruzione e all'inclusione sociale.

<sup>14</sup> COM(2011) 834 final

Il raggiungimento degli obiettivi indicati nel Piano comporta la necessità di una forte coesione ed unitarietà di indirizzo degli strumenti di programmazione ai diversi livelli:

**a) a livello nazionale:**

- con l'adozione di un documento di programmazione responsabilmente condiviso tra Stato e Regioni;
- con l'adozione di provvedimenti di natura normativa coerenti con gli indirizzi condivisi;
- con l'inclusione di obiettivi e misure che possano orientare la prossima programmazione dello Sviluppo Rurale (2014-2020). A questo scopo si segnala che il Piano di settore viene elaborato in un momento in cui sono in via di definizione gli obiettivi e le strategie di carattere nazionale che daranno attuazione alla politica di Sviluppo Rurale post-2013. Tra le diverse opzioni possibili si evidenzia come nel Quadro Strategico Comune di derivazione Comunitaria la priorità 3 assume come obiettivo "promuovere l'organizzazione delle filiere e la gestione del rischio in agricoltura". In questo ambito viene data enfasi al coordinamento nazionale nel ricercare le soluzioni più opportune per il rafforzamento della filiera pataticola nazionale;
- con eventuali contratti di filiera e/o accordi programmatici strettamente aderenti alle logiche e agli obiettivi contenuti nel Piano di settore;

**b) a livello regionale:**

- i futuri PSR a livello regionale devono rispondere a logiche ed obiettivi comuni e condivisi. A questo proposito si evidenzia il ruolo del Quadro nazionale per lo sviluppo rurale che possa omogeneizzare la tipologia di interventi nelle varie regioni e contenere taluni elementi definiti in modo uniforme;
- i diversi PSR REGIONALI, per quanto attiene alla filiera pataticola, devono avere gli stessi criteri di accesso e gli stessi obiettivi, al fine di sostenere una filiera italiana del settore. Anche in questo caso il riferimento alla **priorità 3** del Quadro Strategico Comune di derivazione Comunitaria costituisce il filo conduttore degli interventi;
- prevedere strumenti di finanziamento "flessibili" e "integrati" che consentono alle Regioni il finanziamento di progetti anche interregionali, in una ottica di filiera e di distretto interregionale. E' condivisa, in tal senso, la necessità di superare logiche di finanziamento strettamente regionali quando si perseguono logiche di integrazioni di filiera che spesso hanno una forte caratterizzazione interdistrettuale e/o interregionale. Ciò in modo coerente con le prime riflessioni ampiamente sulla costruzione degli strumenti di programmazione per lo sviluppo rurale 2014-2020 che attribuiscono una particolare enfasi alle **filiera di carattere territoriale**. Tale approccio appare tanto più condivisibile in un settore come quello pataticolo caratterizzato da forme di specializzazione territoriale;

### 9.2.1 LINEE DI INTERVENTO

L'elaborazione del presente Piano costituisce il momento di avvio e il contesto di riferimento per raggiungere gli specifici obiettivi indicati. Le conseguenti LINEE DI INTERVENTO sono così determinate:

- a. Attivazione di uno specifico gruppo di lavoro, coordinato dal Mipaaf e con la presenza delle Regioni ad elevata vocazione pataticola, con il compito di:
  - a. *monitorare e a proporre - anche attraverso l'ausilio di un comitato tecnico/scientifico permanente, fra enti ed operatori delle strutture associative nazionali - adeguamenti e/o interventi di settore coerenti con le linee indicate;*
  - b. *suggerire e indicare soluzioni atte ad evitare le pur sempre presenti distorsioni di mercato;*
  - c. *monitorare e sovrintendere la reale attuazione di una politica nazionale di settore<sup>15</sup>;*
  - d. *vigilare e sostenere il dialogo tra gli operatori della filiera di riferimento.*
- b) Messa a punto di una comune strategia operativa – elaborata sulla base delle linee programmatiche del presente documento – che trovi espressione nel PSN e nei futuri PSR;
- c) Verifica della possibilità di attivazione di un contratto di programma o **contratto di filiera nazionale** supportato dalle risorse attivabili, sia a livello nazionale che regionale.

### 9.3 POLITICHE COMPETITIVE: LE LINEE DI INTERVENTO

L'obiettivo generale della competitività di sistema è perseguibile solamente con un progetto strutturato su un complesso di interventi tra loro integrati.

L'obiettivo di sostenere le imprese della filiera pataticola a raggiungere il sufficiente livello di competitività può essere raggiunto con il coordinamento delle seguenti linee direttrici:

- a. impulso ai processi di **integrazione (orizzontale e verticale)** tra le aziende della filiera;
- b. misure stabilizzatrici del reddito;
- c. politiche di qualificazione e valorizzazione del prodotto;
- d. investimenti sulla logistica avanzata e sui centri di condizionamento.

<sup>15</sup> (proposta Reg. Campania) Le attività configurabili possono essere indicate nelle seguenti:

- ricognizione delle realtà associative del settore e verifica del livello delle strutture di conservazione esistenti e facenti capo al sistema organizzato; mappatura nazionale dei magazzini di lavorazione e confezionamento, regolamentazione\* degli stessi, istituzione di un albo dei soggetti contraddistinto per: <sup>15</sup>
  - prodotto da seme (origine, sicurezza e sanità);
  - prodotto a destinazione fresco (qualità, sicurezza e certificato) per mercato (nazionale + export) e gdo;
  - prodotto a destinazione industriale (ricerca e sicurezza);
  - prodotto no-food (ricerca e certificazione)
- verifica del fabbisogno strategico a livello territoriale di strutture di conservazione, soprattutto di piccole dimensioni;
- verifica del fabbisogno strategico di processi di innovazione e di tecnologie innovative nelle modalità di stoccaggio e di conservazione.

### 9.3.1 OBIETTIVO : INTEGRAZIONE DELLA FILIERA

---

Qualsiasi strategia nazionale e/o territoriale deve passare per un forte momento di aggregazione dei produttori, i quali devono superare le logiche individualistiche oramai desuete ed operare per collocare la propria azienda **all'interno di un sistema produttivo, di una filiera**. A questo scopo si richiama quanto indicato come obiettivo prioritario nel documento<sup>16</sup> della Commissione europea sull'applicazione della politica di sviluppo rurale post-2013.

L'esistenza di una efficace ed attiva **rete co-operativa e di relazioni** tra le imprese attive nelle diverse fasi della filiera è condizione propedeutica e necessaria per l'applicazione e il divenire delle altre misure.

Questo processo di "integrazione" delle imprese va inteso nelle due componenti:

- **orizzontale**, ovvero soprattutto tra le aziende agricole di produzione;
- **verticale**, ovvero tra le componenti aggregate posti ai diversi livelli della filiera.

L'esistenza e la promozione delle formule aggregative e dei succitati processi di integrazione è assunto come elemento propedeutico per uno sviluppo equilibrato che trova espressione operativa nei seguenti elementi:

- attribuzione di priorità ai prodotti e alle strutture che sottoscrivono un Contratto Quadro, sia per il fresco che per l'industria, a condizione di una effettiva concentrazione – anche se non fisica - della produzione, sempre più elemento indispensabile per la sopravvivenza di tutti i comparti agroalimentari.<sup>17</sup>;
- operare per razionalizzare e indirizzare con maggiore efficacia l'esistente contrattazione centralizzata e non, dalla quale far discendere altri obiettivi necessari alla filiera:
  - migliorare la qualità delle produzioni;
  - tutelare la garanzia del reddito per gli agricoltori;
  - potenziamento delle attività contro le contraffazioni.
- Attivazione di strumenti finanziari che sopperiscano alla cessazione del regime di aiuto allo stoccaggio e alla trasformazione industriale. E' necessario introdurre fattori sostitutivi che continuino ad assicurare le esistenti forme di garanzia sul piano della programmazione di vendita dilazionata sui mercati e di garanzia degli standard qualitativi finora assicurati. E'

---

<sup>16</sup> Bruxelles, 14.3.2012 SWD(2012) 61 final – Parte II- DOCUMENTO DI LAVORO DEI SERVIZI DELLA COMMISSIONE - Elementi di un quadro strategico comune 2014 - 2020 per il Fondo europeo di sviluppo regionale, il Fondo sociale europeo, il Fondo di coesione, il Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale e il Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca

<sup>17</sup> Emilia Romagna

necessario verificare le modalità istitutive, in un'ottica interprofessionale e di filiera, di un *Fondo per i firmatari del Contratto Quadro*, le cui risorse siano finalizzate:

- al miglioramento e alla qualificazione del prodotto rappresentato dalle O.P., per una sua efficace valorizzazione e diffusione sui mercati nazionali ed esteri;
- ad attività di promozione dei consumi o di informazione verso i consumatori finali;
- avviare azioni di certificazione, di tutela (lotta alla contraffazione) o di controlli qualitativi sia presso le aziende agricole che presso i centri di stoccaggio, lavorazione e trasformazione per verificare il rispetto degli impegni presi nel Contratto Quadro stesso.

## **LINEE DI INTERVENTO**

---

Le linee di intervento prioritarie, pertanto, sono individuate nelle seguenti

- processi di **integrazione orizzontale** tra le aziende agricole di produzione, incrementando la nascita e il consolidamento delle Organizzazioni di produttori e del movimento associativo primario;
- **processi di integrazione verticale** delle prime fasi della filiera, sostenendo- con criteri di priorità - gli accordi interprofessionali e la stipula di contratti-quadro;
- sostenere l'aumento delle dimensioni economiche, di aggregazione e di rappresentanza degli operatori, attraverso reti di impresa e di distretto, secondo le più evolute forme organizzative;
- attivazione di strumenti a sostegno di idonee politiche di economia contrattuale;
- agevolare con criteri altamente preferenziali quei progetti che prevedono una pre-esistenza e/o un consistente aumento della base aggregativa nonché quelli con evidenti e concreti obiettivi volti alla creazione e al consolidamento di rapporti di filiera;
- favorire la stipula di contratti-quadro o intese di filiera, finalizzati a :
  - i. individuare percorsi economici condivisi e con premialità specifiche per le produzioni di qualità;
  - ii. migliorare la qualità dei prodotti;
  - iii. introdurre misure e strumenti di stabilizzazione del reddito delle aziende agricole;

## **STRUMENTI DI INTERVENTO**

---

Sono ritenuti strumenti operativi idonei ed efficaci per il raggiungimento dei predetti obiettivi i seguenti:

1. attivazione di **Programmi operativi**, ai sensi dell'art. 7 del Dls 102 /2005. Tali programmi operativi dovranno essere ispirati al rispetto dei seguenti principi:
  - i. compatibilità con le norme sugli aiuti di stato;
  - ii. coerenza con gli obiettivi del Piano strategico nazionale e del presente Piano di settore;
  - iii. assunzione di regole valide per l'intera filiera pataticola nazionale;
  - iv. rispetto di Linee guida nazionali, elaborate di concerto con le Regioni, volte a definire le azioni ammissibili e le relative attività di controllo;
  - v. avvio a fronte di risorse finanziarie certe e predeterminate;
  - vi. coinvolgimento di Organizzazioni di produttori riconosciute dal Mipaaf o dalle Regioni;
  - vii. ....
  
2. Attivazione di un **Fondo comune di filiera**, in un'ottica interprofessionale e di filiera, **su base privatistica**, da parte dei firmatari del Contratto Quadro, finalizzato:
  - o al miglioramento e alla qualificazione del prodotto rappresentato dalle O.P.,
  - o ad avviare processi di innovazione e valorizzazione;
  - o ad attività di promozione dei consumi o di informazione verso i consumatori finali;
  - o a introdurre percorsi di certificazione del prodotto,
  - o a promuovere azioni di tutela e di difesa contro la contraffazione
  - o espletare controlli qualitativi sia presso le aziende agricole che presso i centri di stoccaggio, lavorazione e trasformazione.

---

### **9.3.2 OBIETTIVO : VALORIZZAZIONE DEL PRODOTTO**

---

Nella prima parte del presente documento sono stati evidenziati quei cambiamenti socio-economici e quei fattori che incidono maggiormente sulle scelte, più o meno consapevoli, fatte dal consumatore finale in termini di spesa alimentare. Questi elementi, noti nella loro natura e nella loro entità, tendono tuttavia a cambiare in relazione allo specifico prodotto o al contesto di riferimento, soprattutto in relazione alla diminuita capacità di spesa degli ultimi anni.

Lo scenario delineato porta ad impostare il percorso di valorizzazione del prodotto su due ambiti:

- la sua qualificazione,

e

- la sua differenziazione.

Nell'attuale quadro normativo e data le problematiche del comparto, lo strumento di valorizzazione della produzione, attraverso la certificazione, più ampio ed efficace è senza dubbio rappresentato da un sistema di qualità certificato, incardinato nella normativa comunitaria e gestito dai produttori organizzati. Nello specifico occorre esperire la possibilità di ricorrere ai Regolamenti (CE) n. 1698/2005 e n. 1974/2006 relativamente ai sistemi di qualità alimentare (S.Q.N.) riconosciuti dagli Stati membri.

L'introduzione di questo sistema anche per il settore pataticolo consentirà di fruire di due rilevanti elementi di vantaggio:

- permettere agli agricoltori aderenti al sistema di accedere al sostegno previsto dal Quadro Comunitario di sostegno in via di definizione;
- inserirsi nella più ampia politica nazionale oramai avviata dal Ministero, in coordinamento con le Regioni e Province Autonome, di gestione di questi **sistemi di qualità**, volti a proporre uno specifico segmento di prodotto di qualità, tutelato e sostenuto dalle Autorità competenti<sup>18</sup>

Si ricorda che detti sistemi poggiano sui seguenti principali vincoli:

- a) definizione delle specificità del prodotto finale;
- b) adozione di disciplinari di produzione vincolanti, il cui rispetto è verificato da un organismo di controllo indipendente;
- c) apertura a tutti i produttori;
- d) tracciabilità completa dei prodotti.

Appare evidente come un "sistema di qualità nazionale" comporta un *progetto nazionale*, centrato su un disciplinare unico, con regole condivise, dagli operatori appartenenti a tutte le fasi della filiera: costituisce pertanto uno strumento efficace in grado di aggregare gli operatori, fungendo tale disciplinare come un vero e proprio collante per poter conseguire accordi su diversi temi:

- formulazione e attuazione di idonee politiche di settore;
- focalizzare le azioni di valorizzazione attraverso la certificazione di qualità;
- effettuare un coordinamento delle azioni sul mercato nazionale e internazionale;
- valorizzare le diverse tipologie di prodotto, tenendo in debito conto la *patata comune* dalla *patata novella*;

---

<sup>18</sup> Sono in corso di realizzazione: 1. SQN per la zootecnia (DM 4 marzo 2011); 2. SQN per l'olio extravergine di oliva (in discussione)

- **concentrare** le risorse disponibili su una politica di promozione nazionale, coordinata dai principali attori della filiera.

L'attivazione di una politica che metta in risalto le produzioni qualitative dei nostri territori propone un percorso in grado di elevare il livello competitivo del prodotto nazionale rispetto ad un prodotto altamente indifferenziato come quello nord europeo.

Con la definizione di norme qualitative nazionali si dovranno ovviamente indicare anche i soggetti abilitati al controllo e le norme di riferimento: ciò consentirà di avviare un dialogo con la Distribuzione Organizzata basato su parametri diversi: il livello dei controlli sulla qualità; l'indicazione della provenienza; il rispetto delle norme qualitative stesse.

## **LINEE DI INTERVENTO**

---

Gli interventi individuati come idonei raggiungere lo scopo sono finalizzati a favorire la distintività e la qualità di prodotti, tenendo in debito conto le diverse opportunità per la patata da industria e per quella da consumo:

- a. verificare la fattibilità di un **sistema di qualità nazionale** così come definiti dall'art.22 paragrafo 2 del Reg. (CE) 1974/06 ed all'art.32, paragrafo 1, lettera b) del Reg (CE) 1698/05 e più in generale rispondenti a quanto previsto dalla comunicazione della Commissione (2010/C 341/04);
- b. azioni e interventi innovativi volti a:
  - i. introdurre parametri di qualità nutrizionale atti a distinguere le diverse cultivar e ad indirizzarne l'uso (prodotto fresco, prodotto industriale, prodotto per la conservazione, ecc.);
  - ii. collegare le specifiche caratteristiche ad una ben determinata regione geografica di provenienza, in modo da permettere il "riconoscimento" del prodotto; ciò coerentemente con i recenti indirizzi contenuti nel Regolamento "pacchetto di qualità" riguardo le *indicazioni facoltative di qualità*;
  - iii. tipicizzare il prodotto collegandolo con informazioni che supportino l'uso in gastronomia; ciò mediante l'individuazione di quelle cultivar che si adattano meglio ai diversi processi di cottura quali: vapore, frittura, bollitura, ecc.;
- c. sostenere le iniziative imprenditoriali di produttori agricoli associati caratterizzate da progetti di sviluppo con comprovate prospettive commerciali, basate sulla **valorizzazione dei prodotti di qualità certificata**.
- d. Sostenere attività di promozione e di informazione per sostenere e accompagnare la crescita di un settore. Una strategia ottimale e razionale delinea uno scenario nel quale una campagna promozionale e informativa possa essere sostenuta da un **programma nazionale**, laddove il carattere "nazionale" deriva da uno specifico *progetto*

*interregionale e /o di filiera, nel quale coinvolgere tutte le possibili risorse sia finanziarie che organizzative*

### **Una politica di comunicazione**

Malgrado la rilevante importanza economica, la produzione nazionale di patate non copre i consumi interni e la bilancia commerciale presenta un saldo negativo di natura strutturale.

Il nostro sistema produttivo è oggi costretto a competere con prodotti provenienti da “sistemi economicamente più competitivi” ma privi troppo spesso di sufficienti o del tutto carenti di elementi informativi sulla qualità.

Palesemente il prodotto nazionale deve quindi essere supportato da una politica di “valorizzazione” che evidenzii eventuali elementi peculiari e distintivi propri di un prodotto di alta qualità, si da essere riconoscibile e preferibile a quello di altra provenienza.

L'adozione di disciplinari di produzione, le garanzie di provenienza e tracciabilità, la disponibilità di informazioni sul corretto utilizzo alimentare delle singole varietà, il confezionamento modulare, sono aspetti di una strategia generale di *marketing* che i più importanti operatori del settore hanno già avviato.

Le politiche di valorizzazione del prodotto passano quindi per percorsi che siano in grado di:

- a) sfruttare la ricchezza e la differenziazione spinta dei prodotti nazionali;
- b) informare sulle tipicità locali aumentando il livello conoscitivo delle “specialità” produttive espressione del nostro territorio.

### **Comunicazione ed informazione sul valore del prodotto nazionale**

Occorre una politica di comunicazione che renda il prodotto patata non una commodity indifferenziata ma un prodotto che deve poter essere scelto in base alla sua tipicità e alla sua origine: da qui politiche che sostengano o marchi collettivi/consortili o marchi espressione di un sistema di qualità alimentare nazionale SQN.

---

### **9.3.3 OBIETTIVO: MISURE DI STABILIZZAZIONE DEL REDDITO**

---

Con la Comunicazione al Parlamento del mese di ottobre 2010 sulla riforma della PAC post 2013, la Commissione europea ha confermato la strategia di diversificare gli interventi accentuando la dismissione dei pagamenti diretti (sostegno al reddito) per spostare le risorse verso strumenti volti a introdurre una nuova e più forte gestione dei rischi in agricoltura.

#### **Comunicazione Commissione del novembre 2010 (COM (2010) 672/5)**

“pacchetto di strumenti per la gestione delle crisi, che consenta di reagire più efficacemente alle fluttuazioni del reddito e all'instabilità dei mercati, fenomeni, questi, che limitano la capacità del settore agricolo di investire per mantenere la competitività.

L'insieme di questi strumenti – che potrebbe andare da un nuovo strumento di stabilizzazione dei redditi compatibile con l'OMC ad un sostegno rafforzato agli strumenti assicurativi e ai fondi comuni – sarebbe messo a disposizione degli Stati membri per far fronte ai rischi legati alla produzione e al reddito.

Sarà garantita la coerenza dei nuovi strumenti con gli altri strumenti della PAC, e in particolare con gli strumenti di mercato”.

Il già citato Obiettivo tematico 3 (vedi paragrafo 9.2.) riporta espressamente la previsione di una *Azione fondamentale* volta a tale scopo:

- gestione dei rischi a livello delle aziende ricorrendo a una serie di strumenti destinati ad aiutare gli agricoltori a gestire in modo efficace i rischi economici ed ambientali cui sono sempre più esposti, comprese le malattie animali e vegetali, il sostegno agli investimenti a favore di azioni di prevenzione e di recupero.

Le principali novità di questa riconferma sono rinvenibili almeno in due elementi:

- a) accettazione del concetto che l'obiettivo di una stabilizzazione dei redditi passa per fattori “più mercatali” e meno “fisici” (legati alla produzione), riconoscendo le fluttuazioni del reddito e l'instabilità dei mercati quali elementi oramai strutturali;
- b) la collocazione degli strumenti di gestione del rischio nel *secondo pilastro* anziché nel *primo pilastro*. Tale novità impone una riflessione particolare negli Stati che, come l'Italia, utilizzano lo strumento delle assicurazioni coperte da intervento pubblico nazionale ma che al contempo hanno una programmazione regionalizzata.

L'analisi del contesto di filiera e del sistema agricolo in generale ha evidenziato:

- un'agricoltura sempre più orientata verso il mercato come risultato della riforma della PAC del 2003;
- una maggiore volatilità del mercato dovuta a una crescente apertura del mercato comunitario ai flussi commerciali internazionali;
- una più elevata frequenza di condizioni meteorologiche estreme legate al cambiamento climatico.
- crescenti difficoltà di accesso al credito e una cronica carenza di liquidità impediscono alle imprese qualsiasi possibilità di attivare investimenti e innovazioni che le portino ad essere competitive. Esiste l'estrema necessità di nuovi strumenti di finanziamento o di gestione della componente finanziaria all'interno dei gruppi di impresa che assicurino loro capacità di spesa e di investimento.

I processi produttivi agricoli sono caratterizzati da alcuni fattori di rischio riconducibili a:

- a. una natura tipicamente biologica non controllabile;

- b. eventi naturali incontrollabili e spesso sfavorevoli (elevano il rischio di produzione);
- c. fluttuazioni di prezzo - output e input (rischio di mercato);
- d. variazioni nella disponibilità di finanziamenti e di risorse esterne (rischio finanziario);
- e. cambiamenti delle politiche (rischio istituzionale).

## **LINEE DI INTERVENTO**

---

Sono **obiettivi prioritari**, pertanto, la proposizione e la predisposizione di misure che :

- a. stabilizzino il reddito delle imprese agricole;
- b. assicurino la disponibilità di strumenti privati per una efficiente allocazione del rischio;
- c. garantiscano interventi di sostegno per i rischi non trasferibili sul mercato.

A tal fine, è condivisa la necessità di apportare, in sede di programmazione politico-istituzionale, nuove categorie di misure o di strumenti volti alla gestione dei rischi e delle crisi. Appare evidente che le misure e/o le linee di intervento prefigurate sono da collegare e rapportare, verificandone le modalità attuative, alle misure espresse in precedenza nel paragrafo 9.4.1 - *Obiettivo : Integrazione della filiera*.<sup>19</sup>

Tra queste, coerentemente con le indicazioni della Commissione Europea<sup>20</sup>, le opzioni indicate, sono tre; come la Commissione stessa suggerisce, si tratta di *“stabilire se e in che misura permettano di sostituire, singolarmente o congiuntamente, in tutto o in parte, le misure di emergenza attuate ad hoc dalla Comunità e dagli Stati membri”*.

### **1) Assicurazione contro le calamità naturali**

Sono auspiccate misure che prevedano:

- la concessione di un contributo finanziario ai premi versati dagli agricoltori per assicurarsi contro le perdite di reddito dovute a calamità naturali, alle intemperie o a malattie;
- formule di ri-assicurazione;

---

<sup>19</sup> Contributo Emilia Romagna

<sup>20</sup> COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO- relativa alla gestione dei rischi e delle crisi nel settore agricolo- {SEC(2005) 320}-  
- Bruxelles, 09.03.2005- COM(2005) 74 definitivo

Tale misura dovrebbe incoraggiare le assicurazioni in un settore in cui esse sono limitate, proprio a causa della natura sistemica dei rischi.

## 2) **Sostegno ai fondi di "mutualizzazione":**

I fondi di "mutualizzazione" sono un regime di condivisione dei rischi da parte di un gruppo di produttori, grazie al quale è possibile compensare un agricoltore che abbia subito dei danni.

La Commissione propone di incoraggiare la creazione di fondi di "mutualizzazione" nel settore agricolo attraverso la concessione di aiuti temporanei e decrescenti, da rapportare alla gestione della propria azienda.

Questi **Fondi** dovranno essere costituiti e gestiti da produttori associati; nell'ordinamento nazionale l'attivazione di questa misura è prefigurabile che sia svolta e regolamentata

- a. in modo esclusivo nell'ambito delle organizzazioni di produttori;
- b. preferibilmente collocata nell'ambito dei Programmi operativi, come proposti, nel paragrafo 9.4.1.- *Strumenti di intervento*;

## 3) **Copertura di base contro le crisi dei redditi.**

E' questo, un tema di frontiera, il cui carattere è da definire in relazione a diversi aspetti:

- a. Compatibilità con gli aiuti di stato
- b. Fonte delle risorse
- c. Modalità di co-finanziamento
- d. Ambito operativo
- e. Eventuali misure di sostegno complementari

Obiettivo è l'istituzione di nuovi strumenti che :

- siano disgiunti da situazioni di intervento eccezionale;
- slegate da interventi estemporanei, *ad hoc* dell'amministrazione ma regolamentati all'interno di patti siglati tra gli operatori della filiera;
- fruibili mediante sottoscrizione di assicurazioni, di attivazione di contratti a termine, di sistemi e programmi di produzione regolamentati da una contrattualistica più vincolante tra le parti<sup>21</sup>.

---

<sup>21</sup> La recente introduzione dell'obbligo dei contratti in forma scritta (art. 62, Legge 27/2012) apre percorsi da esplorare in tal senso.

### 9.3.4 OBIETTIVO: UNA LOGISTICA INNOVATIVA E ADEGUATA

La logistica assolve alla grande funzione di abbattere le barriere di luogo, di tempo e di spazio tra il mondo della produzione – che risulta geograficamente concentrata e con grandi quantità da allocare – e il mondo del consumo il quale, al contrario, chiede di avere beni in piccole quantità ma non distanti.

La gestione dei flussi delle merci e delle informazioni che oggi le accompagnano è un fattore competitivo particolarmente strategico per il settore pataticolo. Con riferimento a quanto evidenziato nell'analisi del settore, il fattore “logistica” mostra il suo carattere potenziale:

- nella capacità di riduzione e controllo dei costi;
- nel processo di qualificazione del prodotto.

#### La logistica tradizionale e la logistica economica

Assunto come base che l'obiettivo della “qualità” si raggiunge anche con l'incorporazione nel prodotto di una sempre maggiore quantità di servizi, i percorsi organizzativi delle imprese dovranno svilupparsi sul livello organizzativo delle strutture di commercializzazione.

La logistica tradizionalmente intesa provvede a trasportare nel tempo (conservazione) e nello spazio (trasferimento) le merci. Queste *funzioni*, da sole, sono oggi largamente insufficienti e devono essere integrate con la funzione di gestione del flusso, in entrata e uscita, di tutte le informazioni che attraversano il sistema azienda.

Il commercio moderno, al fine di elevare il tasso di competitività, volto alla estremizzazione della riduzione dei costi, diretti e indiretti, tende a ridurre i rischi provenienti dalla gestione delle scorte: il *just in time* è divenuto obiettivo strategico non solo delle grandi strutture industriali ma anche delle strutture distributive, impegnate *quotidianamente* nella gestione degli scaffali.

In questa logistica avanzata, i rapporti commerciali tra fornitore e acquirente/distributore stanno sempre più caratterizzandosi nel ruolo di *reciproca integrazione nella struttura gestionale delle informazioni*.

In altre parole i fornitori sono chiamati a gestire una partecipazione e/o co-partecipazione nella gestione dei flussi informativi che riguardano la logistica del prodotto. Ciò per una crescente politica di *esternalizzazione* di alcuni costi e funzioni da parte del distributore finale.

**La logistica può diventare anche un elemento di differenziazione del prodotto.** Le problematiche riguardanti il riscaldamento globale hanno posto in evidenza come la movimentazione delle merci sia un elemento particolarmente rilevante nel determinare *l'impronta carbonica* di un prodotto. Ed in quello che è la comunicazione aziendale, evidenziare il rispetto per l'ambiente con l'introduzione di nuovi messaggi anche di *tipo etico*, è oggi sempre più importante nel dialogo con i propri consumatori.

La movimentazione del prodotto patata, che in passato avveniva in parte rilevante su rotaia, si è spostato definitivamente su gomma. Il ricorso ad una logistica maggiormente sostenibile potrebbe permettere la *certificazione a bassa impronta carbonica del prodotto* che in mercati come quelli nord-europei, particolarmente attenti a tali caratteristiche, può fornire un elemento di differenziazione in grado di conquistare nuovi segmenti di mercato.

Dal lato delle imprese, le principali decisioni che interessano la logistica riguardano:

- la struttura della catena dell'offerta (*supply chain*), la localizzazione e la dimensione degli impianti di produzione e dei siti di movimentazione, **magazzinaggio e stoccaggio** ed il loro corretto posizionamento all'interno del complessivo network logistico;
- l'allineamento della catena, la ripartizione in differenti segmenti di processo, il numero e la localizzazione dell'offerta e la destinazione ultima del prodotto;
- la programmazione del flusso del prodotto, la dimensione dei lotti, la frequenza delle consegne, le modalità di ordine e di consegna;
- l'amministrazione delle risorse logistiche, dimensione e tipo di veicoli e mezzi, forme di movimentazione, sistemi di magazzinaggio e deposito;
- la configurazione del prodotto, l'adattamento allo specifico mercato, il design, l'assemblaggio, la personalizzazione, ecc.

### **Il magazzinaggio e la conservazione**

Il carattere di prodotto stoccabile e conservabile della patata rende la **conservazione** un fattore di assoluto valore economico-organizzativo. Tale ruolo si accresce se si considera il suo impatto sulla qualità del prodotto finale.

Appare evidente che ad influire sulla competitività del prodotto sono quindi due elementi:

- a) i costi di conservazione;
- b) la qualità del processo di conservazione.

Il "**costo di conservazione**" o di stoccaggio ha una rilevanza economica significativa, incidendo spesso per una quota non inferiore al 20% del costo finale, se si considerano tutte le voci correlate: costi di ammortamento, costi dell'energia, calo peso, perdita naturale di prodotto, gestione degli stock, rischi commerciali.

La "**qualità del prodotto**" può venire inficiata da metodi di conservazione non idonei o non ottimali, provocando così una perdita economica. Potendo il processo di conservazione essere svolto *con* o *senza* prodotti chimici (anti-germoglianti), la qualificazione del prodotto conservato ha un ulteriore parametro distintivo non marginale.

L'intera filiera pataticola manifesta una elevata carenza infrastrutturale in tal senso: la esigua dotazione di idonee strutture di conservazione, in particolar modo nel meridione, dove la tendenza ad una gestione "spot" dei rapporti contrattuali e la dominanza ancora di un mercato "prossimale" e tradizionale non ha obbligato a fare investimenti in tal senso.

Gli operatori del settore, pertanto, hanno necessità di essere sostenuti da una politica di intervento che attribuisca specifici gradi di priorità a questa tipologia di investimento.

## LINEE DI INTERVENTO

---

Le linee di intervento e i criteri individuati quali prioritari sono i seguenti:

1. Attribuire priorità agli investimenti delle organizzazioni economiche dei produttori di patate volti a:
  - i. acquisire strutture di lavorazione e di commercializzazione già esistenti;
  - ii. realizzare e potenziare impianti di condizionamento e di stoccaggio adeguati ai più moderni processi di conservazione (etilene, catena del freddo, azoto,.....);
  - iii. sostenere il miglioramento delle tecniche e metodiche di conservazione ;
  - iv. introdurre nuovi sistemi di magazzinaggio e di movimentazione delle merci;
  - v. sostenere la realizzazione di “centri di stoccaggio” polifunzionali superando la frammentazione “realizzativa” ma spingendo verso strutture co-operative.

Molte piccole aziende esprimono una domanda di strutture proprie autonome: se da una parte questo porta ad elevare una presenza maggiormente professionale sul mercato, dall'altra aumenta il grado di frammentazione della filiera. In tal senso appare strategico elaborare una politica di sostegno con una finalizzazione delle risorse per strutture di conservazione gestite prevalentemente da strutture associative alle quali affidare la funzione di “concentrazione del prodotto” cui si correla inevitabilmente anche la centralizzazione di idonee politiche di valorizzazione e di qualità.

La realizzazione dei suindicati interventi sui centri di lavorazione e di commercializzazione dovrebbe essere autorizzata solamente in presenza di specifiche intese di filiera o di accordi quadro.

2. sostenere la realizzazione di centri di conservazione polifunzionali tramite una attenta politica di selezione della località scelta in funzione del carattere di strategicità operativa. La realizzazione o la ristrutturazione dei magazzini di lavorazione con adeguamento degli impianti di lavorazione, di frigo-conservazione, ricerca e innovazioni in packaging, dovrebbero essere sostenuti anche da facilitazioni (finanziarie e d'implementazione) per l'immissione di sistemi (pannelli, fotovoltaico, bio masse) atti all'utilizzo di energia alternativa con l'obiettivo primario dell' abbattimento dei costi di servizi alla produzione;
3. adeguare le politiche di sostegno anche verso quegli investimenti volti alla gestione dei processi e flussi informativi di natura logistica (investimenti in materia di E.D.I. <sup>22</sup>);

---

<sup>22</sup> La sigla EDI è l'acronimo di Electronic Data Interchange ed indica un modo di dialogare tra partners commerciali attraverso le reti di telecomunicazione. Solitamente, le reti di computer e di telecomunicazione sono usate spesso per l'invio di ordini ai fornitori da parte dei clienti, e ricevimento di giacenze di inventario, conferme d'ordine e fatture da parte del fornitore.

4. introdurre processi gestionali avanzati di Supply Chain management (S.C.M.).

## **9.4 POLITICHE PRE-COMPETITIVE: LE LINEE DI INTERVENTO**

---

### **9.4.1 OBIETTIVO: TRASPARENZA DI MERCATO**

---

Nel **Capitolo 3** sono stati evidenziati alcuni elementi costitutivi sul funzionamento del mercato della patata, (paragrafo 3.3.1) richiamando quegli strumenti esistenti che contribuiscono a dare elementi informativi sul mercato pataticolo.

La necessità di focalizzare l'attenzione su questo obiettivo deriva dalla valutazione di altri elementi:

- I. il mercato di riferimento è sempre più dominato da logiche commerciali imposte dalle prassi della Distribuzione moderna che mettono in condizioni di stretta concorrenza le imprese fornitrici, con la formulazione di prezzi spesso criticamente pari o inferiore al costo di produzione;
- II. la recente regolamentazione delle relazioni commerciali effettuata con l'art. 62 della Legge 27/2012 prevede che alcuni dei controlli sulla filiera e sulla congruità dei contratti sia riferita ad un costo medio di produzione;
- III. la formazione del prezzo pagati ai produttori ha spesso origine fuori dai confini nazionali, in virtù della dimensione sia delle produzioni che dei consumi degli altri Paesi europei;
- IV. il mercato nazionale delle patate è condizionato da più tipologie di prodotto, che nel tempo andranno a ritagliarsi sempre più un proprio specifico segmento: patate precoci, patate fresche da consumo non conservabili, patate fresche da consumo conservabili, patate con destinazione ed uso industriale. Gli operatori in tal senso hanno bisogno di avere informazioni adatte e specifiche, sia per orientare le loro contrattazioni che per effettuare specifici atti di programmazione in seno alle loro aziende;
- V. Esiste una domanda in significativa crescita: contrattazioni a distanza, contratti a termine o telematici. Il Mipaaf ha da tempo sostenuto lo sviluppo di un mercato delle contrattazioni telematiche dei prodotti di più largo consumo. L'ampliamento dei mercati territoriali ma anche il sempre più massiccio ricorso e fiducia nelle nuove forme di commercio elettronico, soprattutto quando sono assistite da specifici servizi di assistenza e da forme di garanzia e sostegno finanziario, porta a prevedere un potenziale sviluppo di questa forma di "contrattazione telematica".

## **LINEE DI INTERVENTO**

---

Originariamente, i dati venivano scambiati in un formato ben preciso: lo standard EDIFACT, riconosciuto come raccomandazione ISO (International Standardisation Organization) e CEN (Committee European de Normalisation), che comprende una serie di messaggi standard impiegabili in tutte le principali funzioni aziendali.

Gli interventi individuati quali prioritari sono i seguenti:

1. ampliare e coordinare le esistenti **reti di rilevazione dei dati** di mercato. Esistono infatti diverse reti di rilevazione di dati inerenti il mercato pataticolo, sia di natura istituzionale che non. E' quindi strategica la realizzazione di un **osservatorio nazionale** di tipo istituzionale realizzato con il coordinamento degli attuali sistemi di rilevazione e di altre fonti di informazioni, reperibile sia sul mercato nazionale che su quello estero. L'Osservatorio dovrà diventare uno strumento per razionalizzare l'offerta, ancora molto frammentata, e orientare meglio il prodotto sui mercati al consumo,<sup>23</sup>

Le attività dell'Osservatorio saranno focalizzate su:

- i. monitoraggio tempestivo delle produzioni nelle sue diverse fasi, al fine di renderne trasparente e costante il flusso informativo;
  - ii. analizzare le evoluzioni dei prezzi, nelle loro diverse componenti lungo la filiera;
  - iii. analisi dei costi medi di produzione per le aziende agricole, quali basi di riferimento per le contrattazioni di natura interprofessionale;
  - iv. realizzare confronti di carattere internazionale, con lo scopo di verificare le politiche in essere negli altri Stati e proporre iniziative al tavolo di settore;
  - v. orientare le scelte imprenditoriali verso i mercati più adeguati;
  - vi. effettuare una analisi della catena del valore, con il coinvolgimento delle le Unioni nazionali; lo scopo è anche di interessare l'anello finale di vendita individuato nelle catene della GDO e DO, dove andare a definire quote di prodotto a prezzo indicativo predeterminato su contratti che tengano conto dei giusti costi nell'ambito della filiera con il coinvolgimento delle O.P.
2. **sviluppo delle contrattazioni telematiche.** Sostenere la Borsa Merci Telematica Italiana, istituita con D.M. 174/06, nell'erogazione:
    - a. dei servizi di accesso garantiti agli operatori del settore;
    - b. dei servizi di contrattazione telematica, supportando la risoluzione di problemi e difficoltà di natura logistica e di approccio;
    - c. servizio di assistenza commerciale (natura informatica, finanziaria, assicurativa);

Il **canale commerciale telematico** ha un potenziale tutto da esplorare su diversi fronti:

- i. canali esteri;

---

<sup>23</sup> Contributo E.Romagna

- ii. mercato interno tra produttori e grossisti;
- iii. contrattazioni telematiche ed aste di prodotto nell'ambito delle contrattazioni con la Distribuzione moderna;

---

#### 9.4.2 OBIETTIVO :RICERCA

---

Il recupero di competitività del settore pataticolo passa anche attraverso il fattore della *Ricerca*, dalla quale fare derivare quelle innovazioni indispensabili per conseguire il sufficiente livello di competitività del sistema.

Dall'analisi degli elementi di sviluppo ed evolutivi propri del settore sono derivate chiare indicazioni sui possibili indirizzi della ricerca.

Il rafforzamento della ricerca e della sperimentazione specifica per la pataticoltura da industria e da seme nel campo della genetica, dell'agronomia e delle tecniche di conservazione e stoccaggio post-raccolta del tubero rappresentano iniziative di natura strategica e con ricadute sui costi di produzione e recupero di efficienza sull'intera filiera pataticola.

Si considerano ambiti di ricerca da riportare a livello territoriale per:

- migliorare varietà esistenti;
- rinnovare il parco varietale;
- incentivare la resistenza alle malattie
- incentivare la qualità intrinseca del prodotto.

Pertanto, per quanto concerne la **politica della ricerca**, sono ritenuti prioritari i seguenti obiettivi e le seguenti aree di interventi:

#### 1. superamento della eccessiva dipendenza nell'approvvigionamento del seme dall'estero;

La diminuzione dell'eccessiva dipendenza nell'approvvigionamento dall'estero del seme può avvenire solo se viene fortemente potenziato l'attuale sistema produttivo "patata da seme" nazionale (il tubero-seme certificato prodotto annualmente in Italia rappresenta appena il 2% di quello importato dall'estero). Questo significa:

- indirizzare fondi su alcune specifiche aree produttive già consolidate (Sila, Val Pulsteria) o potenzialmente capaci di fornire un ottimo prodotto (Giudicarie, Valle di Non, Appennino bolognese e modenese, ecc.). Attualmente, la liberalizzazione di numerose vecchie varietà commerciali (ancora commercialmente valide), la costituzione di varietà italiane e il reperimento di varietà locali, rendono tale ipotesi più fattibile, specialmente se si rafforza il ruolo di contrattazione delle OP.
- avviare/favorire un'attività sementiera effettuata in sinergia con Enti di ricerca, OP e Regioni che possa prendere in considerazione nuovi areali pataticoli. La Campania potrebbe essere interessata con le aree interne, come alcuni altopiani dell'Irpinia (Camporeale di Ariano Irpino, Laceno, Volturara, Chiusano, ecc.) oppure le zone costiere particolarmente adatte alla produzione di tuberose sanitarimente e fisiologicamente idonei da destinare alle coltivazioni effettuate in ciclo estivo-autunnale (bisestile) nel Meridione.

- È possibile perseguire la riduzione dei costi del seme indirizzando la scelta sulle **varietà libere** da privative e, quindi, moltiplicate da numerose ditte sementiere (più concorrenza) ubicate anche in diversi Paesi, alcuni più vicino all'Italia (Francia, Austria, Repubblica Ceca, ecc.).

## 2. **valorizzazione dei cloni ottenuti dal programma di miglioramento e di quelli tipici del territorio nazionale;**

- La valorizzazione delle varietà costituite in Italia in vari programmi di miglioramento genetico (MiPAAF, privati, ecc.) avviene attraverso la messa in disponibilità delle varietà da parte dei costitutori (Enti di ricerca, principalmente) per i moltiplicatori italiani.
- Sono necessarie iniziative da parte degli Enti pubblici per il recupero, la salvaguardia e la valorizzazione di cloni tipici locali evitando il loro sfruttamento commerciale solo da parte di poche persone.
- Per quanto riguarda i **cloni tipici**, la Campania ha ottenuto risultati interessanti con le seguenti varietà: Ricciona (o Riccia) di Napoli e Biancona di Napoli (o "Tonda bianca" come viene chiamata dagli agricoltori che ancora la coltivano), entrambe coltivate solo ed esclusivamente ancora in alcune aree collinari dei Monti Lattari per un uso esclusivamente familiare. La prima varietà è stata iscritta al registro delle varietà da conservazione ed è in atto un'azione di reintroduzione negli areali tipici. Per la Biancona, sono appena iniziate le attività di recupero e verifiche di accertamento varietale.

## 3. **trasferimento dei risultati della ricerca presso i produttori;**

- I risultati della ricerca devono pervenire con maggiore rapidità e facilità ai produttori; questo è possibile con una maggiore integrazione tra il mondo della ricerca (intesa anche come sperimentazione e/o divulgazione), quello produttivo e quello della trasformazione industriale.
- In ciò occorre attribuire il necessario ruolo alle strutture regionali preposte ad attività di sperimentazione/divulgazione sul proprio territorio.
- Un particolare problema fitopatologico attraversa i diversi areali pataticoli. Al riguardo è necessario procedere allo studio delle varietà con elevata resistenza ad alcuni specifici patogeni (*es. tignola*) e ai diversi stress ambientali

## 4. **miglioramento di cultivar destinate agli specifici usi e destinazione : patata da industria; patate per il fresco;**

La scelta varietale da parte degli agricoltori è spesso condizionata dagli operatori commerciali che "gestiscono" il seme (estero, soprattutto). Spesso i produttori dispongono di scarse o nulle conoscenze sulle caratteristiche delle varietà proposte, limitando l'attenzione principalmente alle caratteristiche produttive fornite dall'operatore.

La ricerca/sperimentazione deve poter fornire dettagliate informazioni sulle varietà più adatte ai diversi ambienti pataticoli regionali, tenendo conto delle principali destinazioni del prodotto: consumo fresco (novella e comune) e industria.

Per tener conto delle nuove segmentazioni quali le "baby potatoes" o altre cultivar adatte ad altri prodotti "ready to use", è auspicabile la tenuta di **idonee "liste varietali" regionali** a cui i produttori (associati o non) possono far riferimento.

Al fine di supportare la differenziazione del prodotto, è necessario prevedere **valutazioni del prodotto** con specifico riferimento alle tipologie culinarie (da insalata, frittura, puree/gnocchi, ecc. per il prodotto da consumo fresco) o al prodotto trasformato (prefritte, boiled, chips, stick, ecc.).

## 5. **miglioramento e innovazioni nella tecnica per la conservazione del prodotto.**

E' stato già rilevata la carenza di adeguate strutture atte alla conservazione del prodotto.

In relazione a tale carenza di strutture sono state effettuate ricerche indirizzate al miglioramento delle tecniche colturali idonee ad elevare la conservabilità del prodotto, dimostrando che, agendo sulla tecnica colturale, è possibile, in qualche misura, migliorare la conservabilità dei tuberi.

È tuttavia necessario **sperimentare** nuove modalità di applicazione della tecnologia ETILENE BIOFRESH alle tecniche e alle strutture di conservazione delle patate, al fine di eliminare il ricorso ai principi attivi Profam (IPC) e Clorprofam (CIPC) che, seppur ammessi, non consentono di caratterizzare il livello qualitativo del prodotto.

I vantaggi commerciali sono palesi, stante i sensibili miglioramenti sulla salubrità del prodotto.

## 10 APPLICAZIONE E OPERATIVITÀ DEL PIANO DI SETTORE

---

### 10.1 ATTIVITÀ DI CONCERTAZIONE

---

L'approvazione del *Piano di settore per la filiera pataticola* avviene, mediante accordo, in sede di Conferenza Stato – Regioni, previa consultazione e concertazione con le Regioni e Province Autonome di Trento e Bolzano.

La durata del Piano di settore pataticolo è prevista in anni 5 (cinque).

Esso è prorogabile, in accordo con le Regioni e Province Autonome di Trento e Bolzano, previa verifica degli obiettivi e delle azioni.

Il presente *Piano di settore per la filiera pataticola* è stato redatto coerentemente con i vigenti indirizzi della PAC-post 2013 e con gli indirizzi del Quadro comunitario di sostegno. Esso può essere rivisto sulla base di significative variazioni degli indirizzi di cui ai documenti programmatici e adeguato anche prima della sua scadenza.

L'esecuzione del Piano è demandata al MIPAAF, coadiuvato dal Tavolo tecnico di settore costituito dalle Regioni e e Province Autonome di Trento e Bolzano a maggiore vocazione pataticola,

Il MIPAAF provvederà a mettere in atto i provvedimenti amministrativi e normativi derivanti dalle attività del piano.

Il MIPAAF provvederà formalmente all'attribuzione degli incarichi nelle forme previste dalla vigente legislazione e nel rispetto delle norme relative ai Aiuti di Stato.

Gli investimenti programmati a livello nazionale e regionale, facenti esplicito riferimento agli obiettivi indicati dal Piano, previa valutazione della coerenza, possono godere di gradi di priorità.

### 10.2 LE RISORSE ORGANIZZATIVE

---

E' istituito un **Tavolo tecnico per il settore pataticolo<sup>24</sup>**, costituito da:

- a) Rappresentanti dei Dipartimenti del MIPAAF. Il coordinamento del Tavolo tecnico è in capo al Dipartimento delle politiche competitive, della qualità agroalimentare e della pesca;
- b) Regioni e Province autonome di Trento e Bolzano, maggiormente rappresentative: .....

Il Tavolo tecnico è la sede dove realizzare i processi di concertazione e coordinamento tra il Mipaaf e le Regioni e Province Autonome, in materia di:

- priorità degli obiettivi e delle azioni programmate;
- documenti di indirizzo politico – programmatici previsti nel Piano;
- proposte sui livelli di corresponsabilità e compartecipazione finanziaria;
- proposte di progetti a livello interregionale e/o distrettuale.

Il Tavolo tecnico potrà avvalersi di specifiche competenze, sulla base dell'esperienza acquisita in ambito scientifico o economico dagli enti vigilati dal Ministero.

La verifica dello stato di avanzamento del Piano sarà svolta con cadenza annuale.

### **10.3 LE RISORSE FINANZIARIE**

---

Le risorse finanziarie attivabili per l'esecuzione delle azioni del presente piano sono le seguenti:

**c) risorse dirette:**

- eventuali specifici provvedimenti normativi;
- provvedimenti normativi di carattere generale;

**d) risorse indirette:**

- attivabili nell'ambito di Fondi nazionali e comunitari;
- rese disponibili dalle Regioni e P.A., anche a titolo di cofinanziamento;

---

<sup>24</sup> Ai sensi del comma 20, articolo 12 del D.L. 95/2012, convertito con modificazioni dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, recante "20. A decorrere dalla data di scadenza degli organismi collegiali operanti presso le pubbliche amministrazioni, in regime di proroga ai sensi dell'articolo 68, comma 2, del decreto legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 agosto 2008, n. 133, le attività svolte dagli organismi stessi sono definitivamente trasferite ai competenti uffici delle amministrazioni nell'ambito delle quali operano ((Restano fermi, senza oneri per la finanza pubblica, gli osservatori nazionali di cui all'articolo 11 della legge 7 dicembre 2000, n. 383, e all'articolo 12 della legge 11 agosto 1991, n. 266, l'Osservatorio nazionale per l'infanzia e l'adolescenza di cui all'articolo 1 del decreto del Presidente della Repubblica 14 maggio 2007, n. 103, nonché il Comitato nazionale di parità e la Rete nazionale delle consigliere e dei consiglieri di parità di cui, rispettivamente, all'articolo 8 ed all'articolo 19 del decreto legislativo 11 aprile 2006, n. 198. A decorrere dalla data di entrata in vigore della legge di conversione del presente decreto, ai componenti dei suddetti organismi collegiali non spetta alcun emolumento o indennità)).

## 11 - ALLEGATO STATISTICO

---

ALLEGATO