

***L'autoconsumo nelle imprese agricole:
una verifica attraverso l'analisi dei dati RICA***

**Elisa Ascione
INEA**

Roma, 11 aprile 2012

Lo scenario internazionale dell'agricoltura sta progressivamente cambiando

Alcuni segnali importanti:

- instabilità dei mercati delle materie prime agricole
- forte aumento dei prezzi alimentari
- cambiamento di destinazione dei terreni agricoli dalla coltivazione alla produzione di energie alternative

prospettano una situazione futura di scarsità alimentare caratterizzata dal costo sempre più alto dei prodotti alimentari

I primi importanti effetti sono individuati dall'aumento notevole di domanda all'accesso di terra

In questo scenario futuro l'agricoltura diventerà sempre più un settore strategico per la crescita economica, ambientale e sociale dei Paesi e il controllo dell'accesso alla terra il fattore determinante (De Castro (a cura di), *Corsa alla terra: Cibo e agricoltura nell'era della nuova scarsità*, Donzelli Editore, Roma 2012)

In questo contesto possono rivestire un ruolo importante quelle definite in letteratura “non-imprese” (Sotte, 2006)

Esse sono caratterizzate da:

- una forte pluriattività
- incidenza di part-time

In generale, tale tipologia denota:

- una forte incidenza dell’autoconsumo sulla produzione vendibile
- una dimensione molto piccola di tutti i fattori della produzione
- funzioni ambientali legate soprattutto al non abbandono del territorio (Russo e Sabbatini, 2005)

In letteratura (van der Ploeg, 2007) emerge come il riaffermarsi di processi di ri-contadinizzazione delle strutture agrarie, favorisce le imprese familiari nell'affrontare le difficoltà economiche, poiché:

- hanno strutture produttive più flessibili e più autonome, per un minor grado di esternalizzazione di funzioni e servizi
- diversificano il reddito, valorizzando l'offerta di servizi legati alla multifunzionalità, quali:
 - ❖ la conservazione della biodiversità e la tutela del paesaggio
 - ❖ l'esercizio di qualche attività agrituristiche
 - ❖ la concentrazione della trasformazione dei prodotti in azienda

Dalla parte del consumo, tale tipo di agricoltura può cogliere molte opportunità derivanti:

- dalla domanda sempre più consapevole di beni alimentari di qualità
- dal riconoscimento - da parte anche della prossima programmazione di sviluppo rurale - della loro funzione di salvaguardia della biodiversità e di tutela del paesaggio

L'autoconsumo è una parte della produzione agricola che non viene destinata al mercato ma destinata ai consumi interni della famiglia o della impresa produttrice

In generale tale forma di attività continua ad essere praticata nelle società contadine, mentre viene praticata in forma sempre più ridotta nelle imprese agricole orientate alla strategia produttivistica (<http://www.okpedia.it>)

L'analisi che si propone parte dall'applicazione di una specifica metodologia di aggregazione delle aziende agricole appartenenti al campione della Banca dati Gaia-Rica (Rete di Informazione Contabile Agricola)

L'obiettivo è di verificare l'incidenza dell'autoconsumo rispetto al fatturato complessivo di ciascun gruppo strategico di impresa, oltre ad analizzarne le caratteristiche strutturali ed economiche, oltre che del capitale familiare impiegato (età, sesso)

Dal Glossario Gaia – Rica, per Autoconsumo si intende il valore dei beni, primari e trasformati, prodotti dall'azienda agricola e consumati dalla famiglia del conduttore. Anche le regalie dei prodotti aziendali (animali e vegetali) sono assimilate all'operazione di autoconsumo

La metodologia ha sviluppato una procedura di ri-classificazione del campione Rica, al fine di restituire informazioni sui risultati economici aziendali, il più possibile aderenti ai complessi profili delle aziende agricole italiane

Infatti, nello scenario economico diventa utile adottare un'aggregazione aziendale, che tenga conto delle nuove funzioni produttive associate all'agricoltura e non solo del comparto produttivo di appartenenza

Dunque, per l'individuazione dei profili aziendali nella banca dati Rica si è cercato di individuare le strategie adottate dalle aziende agricole

L'omogeneità dei gruppi è stata ricercata tenendo conto anche:

- delle attività non agricole svolte dalle aziende (agriturismo, trasformazione, altre attività connesse all'agricoltura)
- della differenziazione qualitativa delle produzioni agricole offerte (prodotti certificati biologici, tradizionali, indicazioni d'origine, ecc.)

4 orientamenti strategici prevalenti nelle aziende agricole del campione Rica:

- Il profilo delle *non professionali*, caratterizzate da aziende orientate verso la pluriattività e l'impiego part-time del lavoro dell'imprenditore e della sua famiglia ($Plv < 15.000 \text{ €}$)
- Il gruppo delle *convenzionali*, distinte a loro volta in grandi ($Plv \geq 100.000 \text{ €}$) e piccole ($15.000 \text{ €} < Plv < 100.000 \text{ €}$), che non investono né sulla qualità delle produzioni né nella diversificazione produttiva
- Il profilo delle *diversificate* (grandi e piccole) sono rappresentate da quelle aziende che derivano una percentuale di oltre il 30% del proprio fatturato dalle cosiddette attività connesse (agriturismo, fattorie didattiche, conservazione paesaggio e biodiversità, contoterzismo, ecc.) e/o da attività di trasformazione

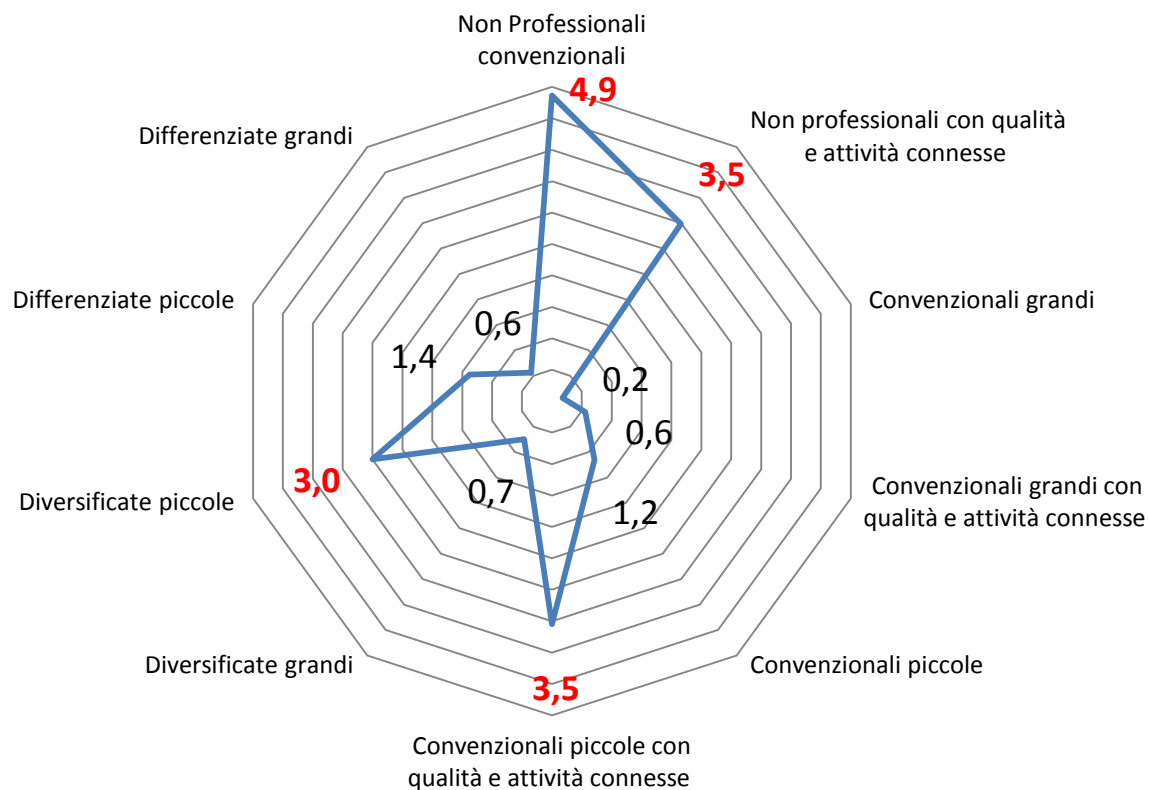
➤ La tipologia delle *differenziate* (grandi e piccole) presentano una percentuale di oltre il 30% del fatturato ricavato dalla vendita di prodotti di qualità elevata (prodotti biologici, tradizionali, con indicazioni d'origine, ecc.)

Infine, alcune tipologie miste rappresentano quelle aziende che non mostrano una chiara collocazione nei precedenti gruppi individuati

Numerosità dei gruppi aziendali per l'anno 2009

Gruppi aziendali	Numero di osservazioni	%
Non professionali convenzionali	1.750	16
Convenzionali grandi	2.608	24
Convenzionali piccole	4.697	43
Diversificate grandi	211	2
Diversificate piccole	523	5
Differenziate piccole	219	2
Differenziate grandi	116	1
Non professionali con qualità e attività connesse	78	1
Convenzionali grandi con qualità e attività connesse	241	2
Convenzionali piccole con qualità e attività connesse	536	5
Totale	10.979	100

Autoconsumi/Plv (%) – Anno 2009 (valori medi)



Caratteristiche strutturali ed economiche (valori in euro)

Anno 2009 (valori medi)

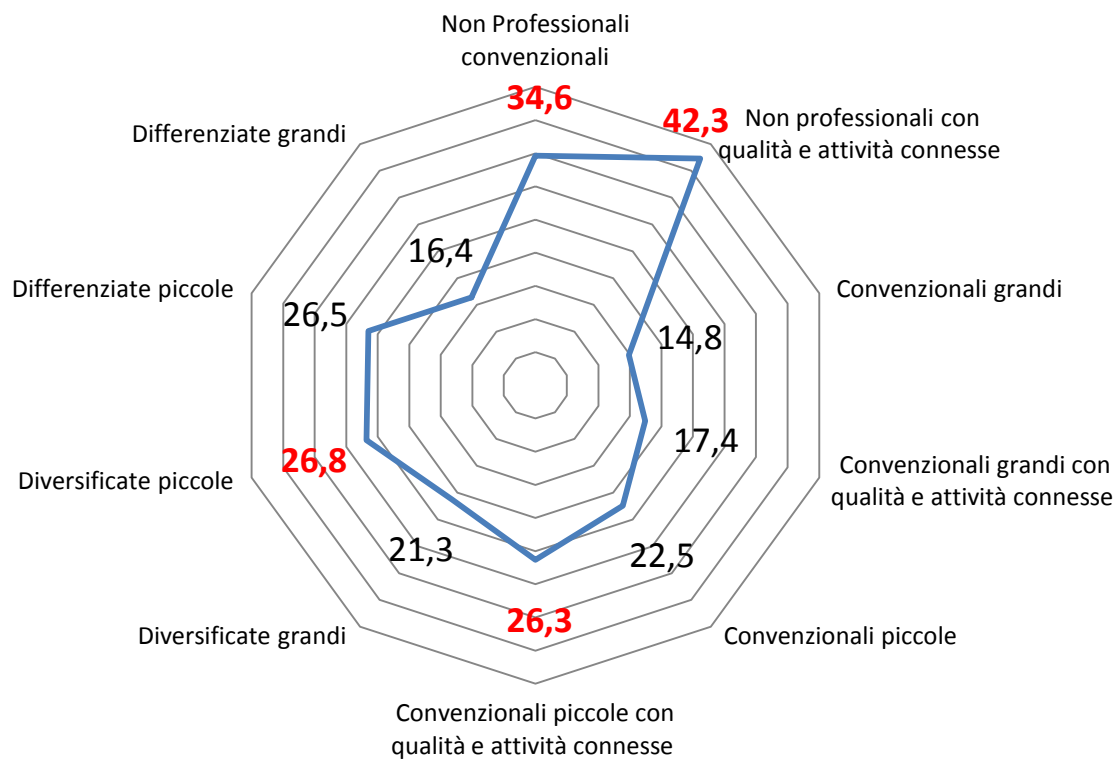
	Non Professionali conv.	Non professionali con qualità e att. conn.	Conven zionali grandi	Convenzio nali grandi con qualità e att. conn.	Convenzi onali piccole	Convenzionali piccole con qualità e att. conn.	Diversifi cate grandi	Diversifi cate piccole	Differen ziate piccole	Differen ziate grandi
Sau	7,4	15,6	66,0	91,0	22,8	25,0	72,1	19,1	41,5	74,3
UI totali	0,8	0,8	3,4	4,2	1,3	1,4	4,3	1,4	1,4	2,9
Plv	9.638	9.001	382.798	392.560	45.633	41.006	321.630	41.737	45.505	462.240
Valore aggiunto	5.508	4.621	214.762	262.052	29.045	27.915	213.807	28.920	26.387	202.467
Reddito netto	2.112	4.002	154.354	168.607	19.038	16.312	124.284	17.043	15.873	144.305

Caratteristiche strutturali ed economiche

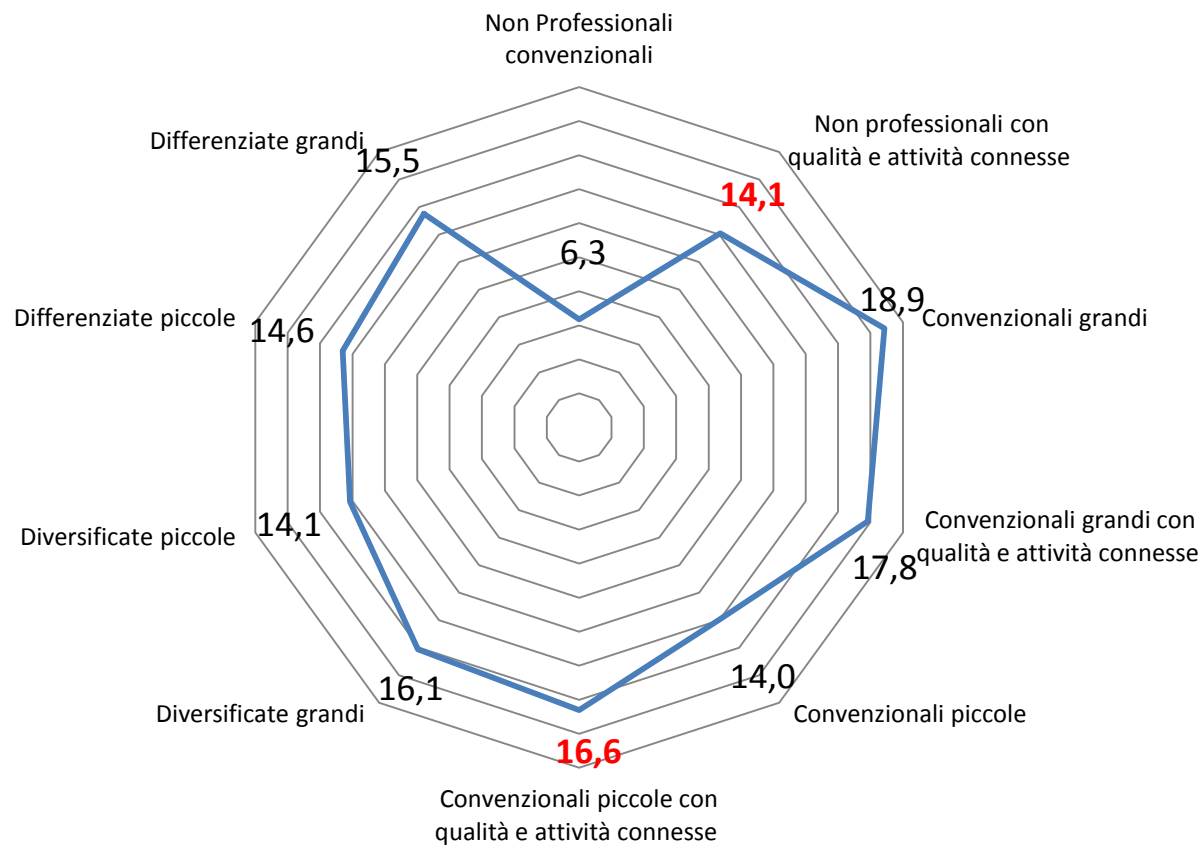
Anno 2009 (valori medi)

	Non Professionisti ali conv.	Non professionisti con qualità e att. conn.	Convenzioni grandi	Convenzioni grandi con qualità e att. conn.	Convenzioni piccole	Convenzioni piccole con qualità e att. conn.	Diversificate grandi	Diversificate piccole	Differenziate piccole	Differenziate grandi
Aziende specializzate in seminativi (%)	33,3	30,8	25,3	9,1	29,3	12,7	9,0	5,7	20,5	11,2
Aziende specializzate in ortofloricoltura (%)	6,0	-	8,6	0,4	8,2	3,9	0,5	1,0	2,7	4,3
Aziende specializzate nelle coltivazioni permanenti (%)	35,0	20,5	20,3	53,9	28,0	34,9	59,2	65,0	15,1	25,9
Aziende specializzate in erbivori (%)	7,0	30,8	28,1	21,2	18,4	19,8	18,0	13,4	41,1	27,6

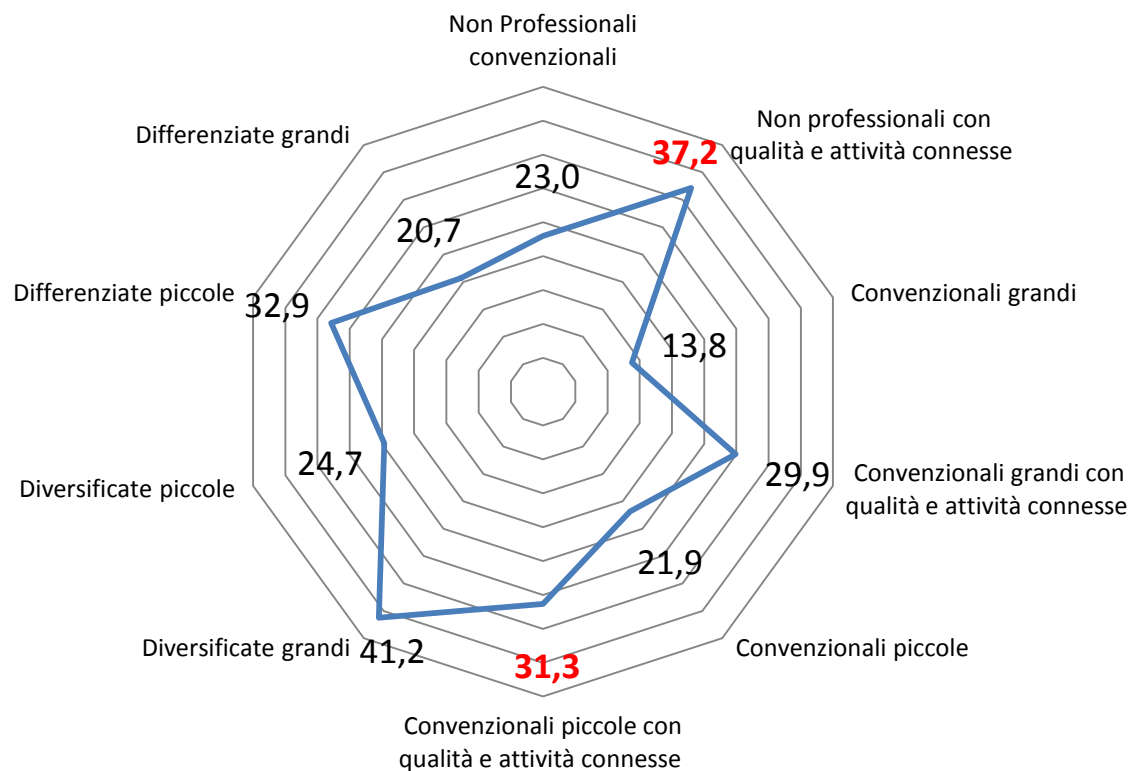
Genere Femminile (%) - Anno 2009



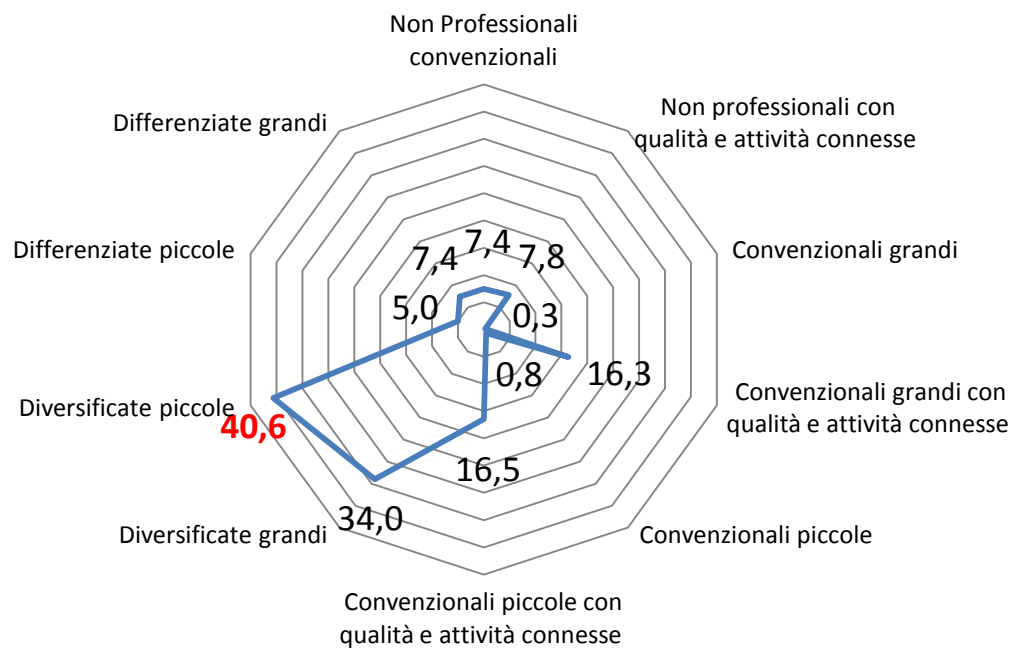
Giovani Imprenditori (%) - Anno 2009



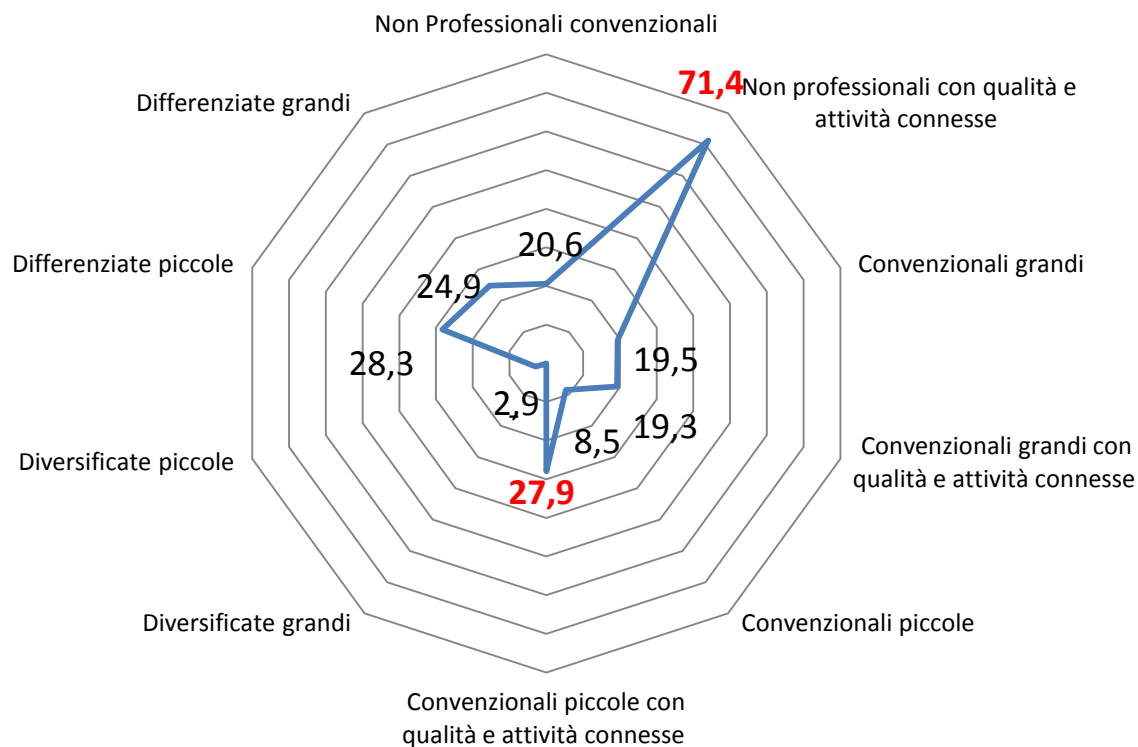
Biologico (%) - Anno 2009



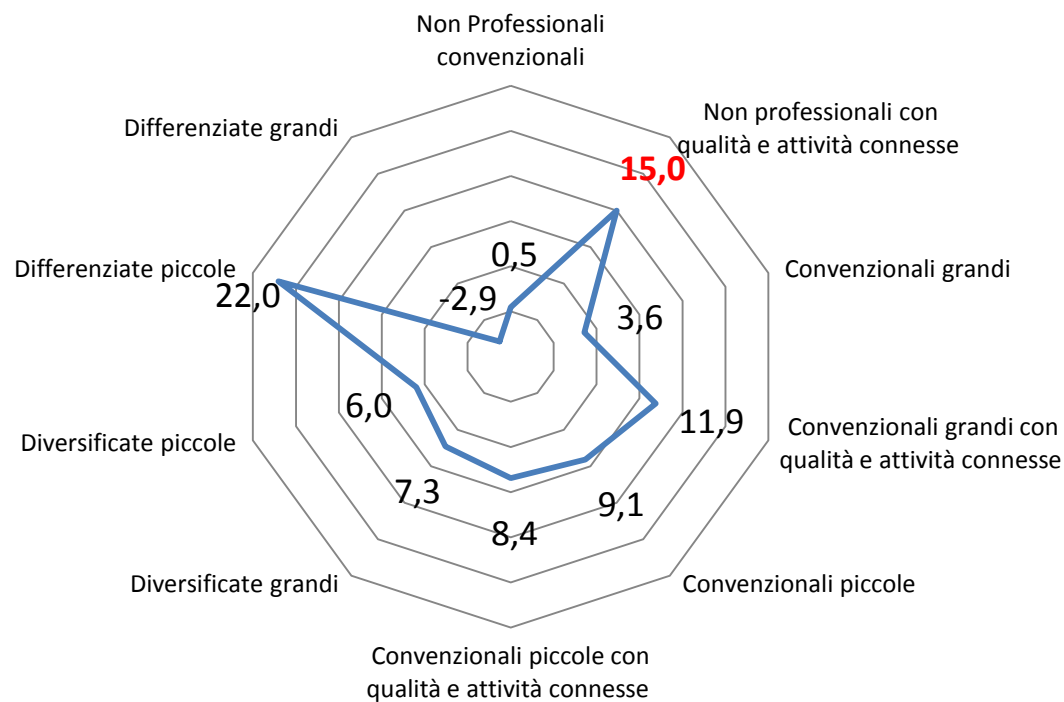
Incidenza della Plv da produzioni trasformate (%) - Anno 2009 (valori medi)



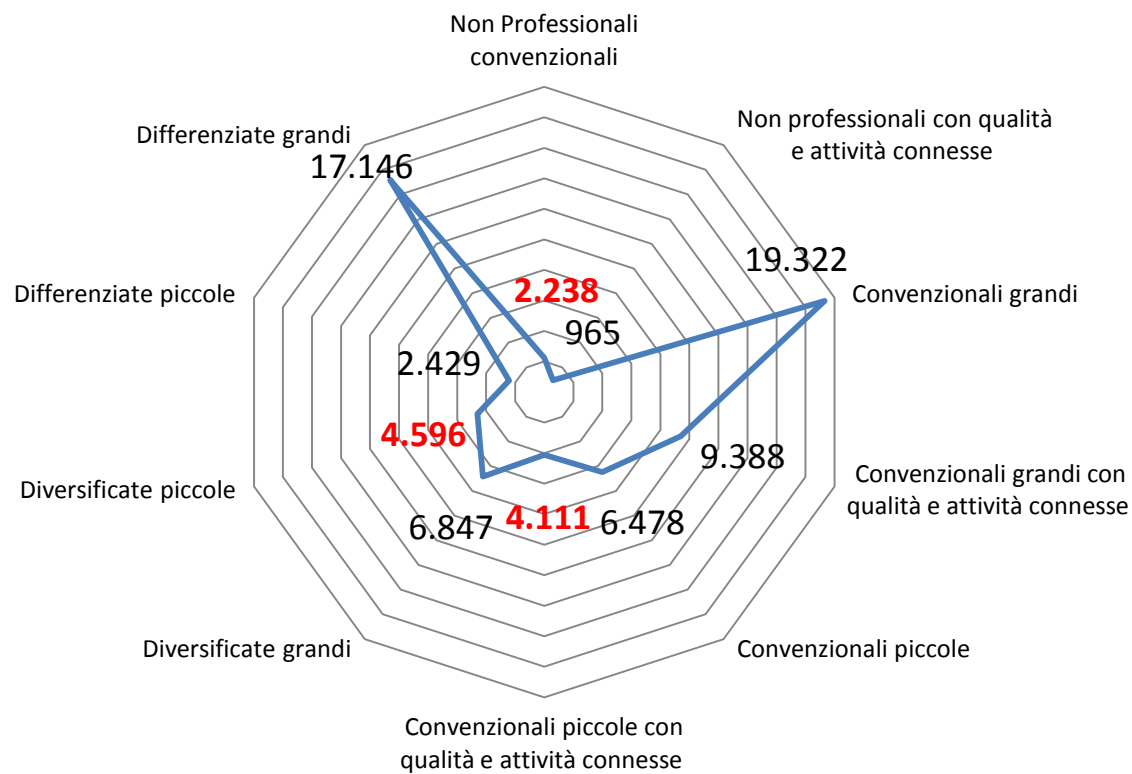
Incidenza dei pagamenti da primo pilastro sul reddito netto (%) - Anno 2009 (valori medi)



Incidenza di altri pagamenti in conto esercizio da Psr sul reddito netto (%) - Anno 2009 (valori medi)



Valore aggiunto/Ha - Anno 2009 (valori medi)



ALCUNE CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

I gruppi che hanno una maggiore incidenza di Autoconsumi sulla Plv sono:

1. Non professionali convenzionali
2. Non professionali con qualità e attività connesse
3. Convenzionali piccole con qualità e attività connesse
4. Diversificate piccole

Esse hanno un buon livello di dotazione strutturale ed economica, rivelando in alcuni casi efficienza gestionale in termini di remunerazione del fattore terra (come per le diversificate piccole e le convenzionali piccole con qualità e attività connesse)

ALCUNE CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

Esse dispongono di un buon livello di capitale umano, come presenza di donne (le non professionali con qualità e attività connesse e le non professionali convenzionali) e di giovani imprenditori (convenzionali piccole con qualità e attività connesse e non professionali con qualità e attività connesse)

In generale sono orientate prettamente alla produzione di qualità, con forte scelta per il biologico (soprattutto le non professionali con qualità e attività connesse e le convenzionali piccole con qualità e attività connesse)