



UNAPROS s.c.a.
Via Masaccio, 11 - Zona indust.le Mancasale
42124 REGGIO EMILIA

AUDIZIONE
DELLA 13^A COMMISSIONE AGRICOLTURA
DELLA CAMERA DEI DEPUTATI

ANALISI DELLA SITUAZIONE
DELLA FILIERA SUINICOLA
E PROPOSTE PER LA PREDISPOSIZIONE
DEL PIANO
PER IL RILANCIO DEL SETTORE.

ESTRATTO

Roma, 23/06/2010

SOMMARIO

SOMMARIO.....	2
OMISSIS.....	3
3. IL CONTO ECONOMICO DELL'ALLEVAMENTO.....	3
4. LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE DELLA PRODUZIONE TRA I SOGGETTI DELLA FILIERA.....	4
5. LE PRINCIPALI CRITICITA' DEL SETTORE.....	5
6. LE INIZIATIVE PER RIGENERARE E RILANCIARE IL SETTORE.....	6
6.1 LE INIZIATIVE LEGISLATIVE.....	6
6.2 IL PIANO PER LA RISTRUTTURAZIONE E IL RILANCIO DELLA FILIERA SUINICOLA.....	7
6.2.1 GLI OBIETTIVI STRATEGICI.....	7
6.2.2 LE AZIONI DEL PIANO.....	8

OMISSIS

3. IL CONTO ECONOMICO DELL'ALLEVAMENTO.

I costi di produzione sono incrementati mediamente del 8,90% nel 2007 rispetto al 2006 e del 4,34% nel 2008 rispetto al 2007 (dati CRPA), mentre nell'ultimo anno, grazie alla diminuzione dei costi dei cereali, dopo due anni di pesanti perdite per l'allevatore, il conto dell'allevatore è tornato in pareggio. È evidente però che non sono ancora stati conseguiti margini sufficienti per recuperare le perdite degli anni precedenti.

Il prospetto che segue mette a confronto in dettaglio i costi e i ricavi degli ultimi tre anni

Il perdurare ancora di questa situazione comporterà la chiusura di molti allevamenti e per altri, che hanno strutture da ammortizzare, l'obbligo a ripiegare ad allevare in soccida.

Tabella 8

IL CONTO ECONOMICO DELL'ALLEVAMENTO DEL SUINO								
(PRODUZIONE DI UN SUINO DI 160 KG ALLEVAMENTO A CICLO CHIUSO)								
DESCRIZIONE COSTI	ANNO 2007		ANNO2008		VARIAZIONE	ANNO 2009		VARIAZIONE
	COSTO MEDIO di PRODUZIONE		COSTO MEDIO di PRODUZIONE		2008/2007	COSTO MEDIO di PRODUZIONE		2009/2008
	€/Kg	€/capo	€/Kg	€/capo	%	€/Kg	€/capo	%
- ALIMENTAZIONE	0,81	129,01	0,89	143,06	+ 6,17	0,76	121,23	- 24,26%
- MANODOPERA	0,21	34,12	0,20	31,33	+ 3,16	0,18	28,71	- 73,79%
- ALTRI COSTI (Energia, medico-sanitari, tutela ambiente, etc.)	0,25	40,45	0,24	38,67	0	0,24	38,23	- 51,30%
-INTERESSI E AMM.TO	0,13	21,21	0,14	21,48	+ 5,61	0,12	18,22	- 35,47%
TOTALE COSTI	1,40	224,79	1,47	234,54	+ 4,34	1,294	207,09	- 11,70%
TOTALE RICAVO (1)	1,22	195,19	1,41	225,60	+ 15,57	1,298	207,68	- 7,94%
UTILE/PERDITA	-0,185	- 29,60	- 0,06	- 8,94	/	+ 0,004	+ 0,59	/

(1) PREZZO MEDIO CCIAA MILANO – CATEGORIA 156-176 KG. con IVA di compensazione

A proposito di costi di produzione si tenga conto che l'applicazione delle normative ambientali e sanitarie in particolare della Direttiva Nitrati, del benessere animale e della biosicurezza, comportano l'aumento dei costi di produzione e investimenti, oggi, difficilmente sostenibili.

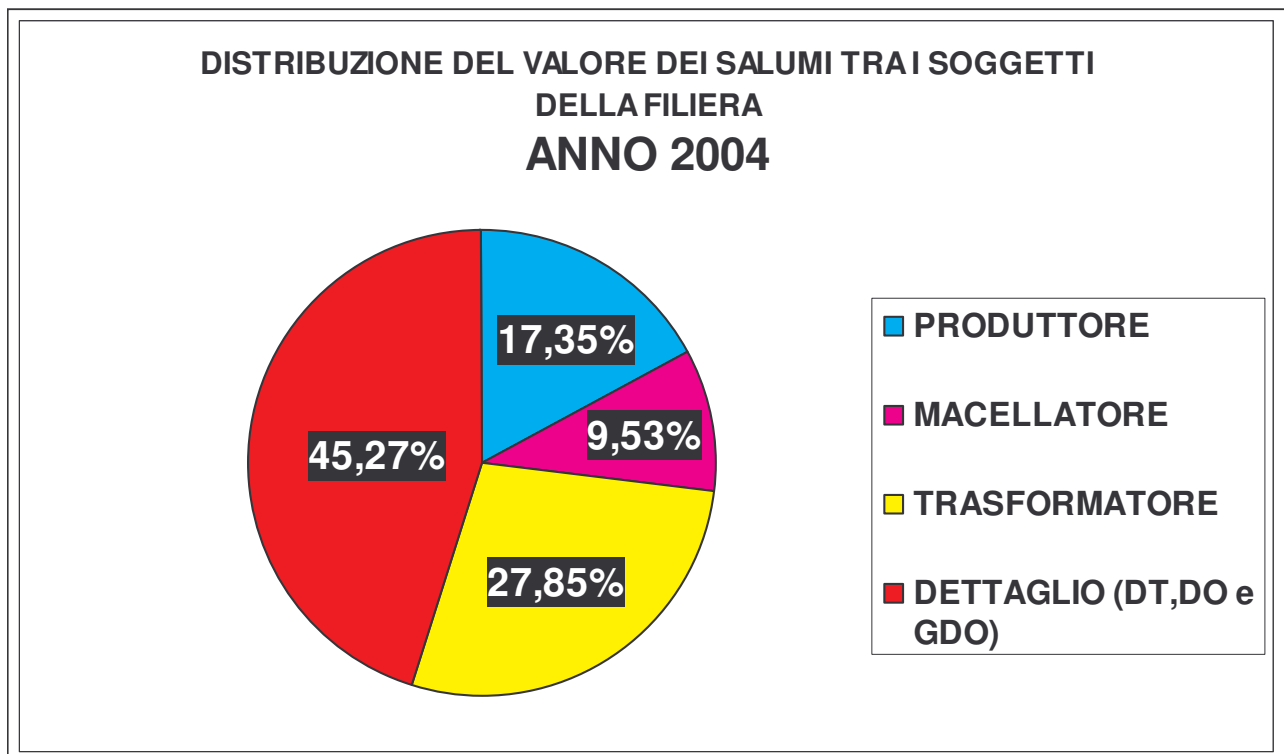
4. LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE DELLA PRODUZIONE TRA I SOGGETTI DELLA FILIERA.

La situazione concernente il potere contrattuale dei diversi soggetti della filiera presenta grossi squilibri. Come si evidenzia nei grafici 4 e 5, riportati di seguito, la quota del valore del prodotto al dettaglio (valore pagato dal consumatore) assorbita dalla distribuzione nel corso del 2009 è stata del 49,96% del valore complessivo; nel 2004 tale percentuale era pari al 45,27%; nel corso di cinque anni vi è stato un incremento del 10,36 %.

La quota che rimane al produttore era invece del 17,35% nel 2004 e si è ristretta al 15,92% nel 2009, con una diminuzione del 8,25%.

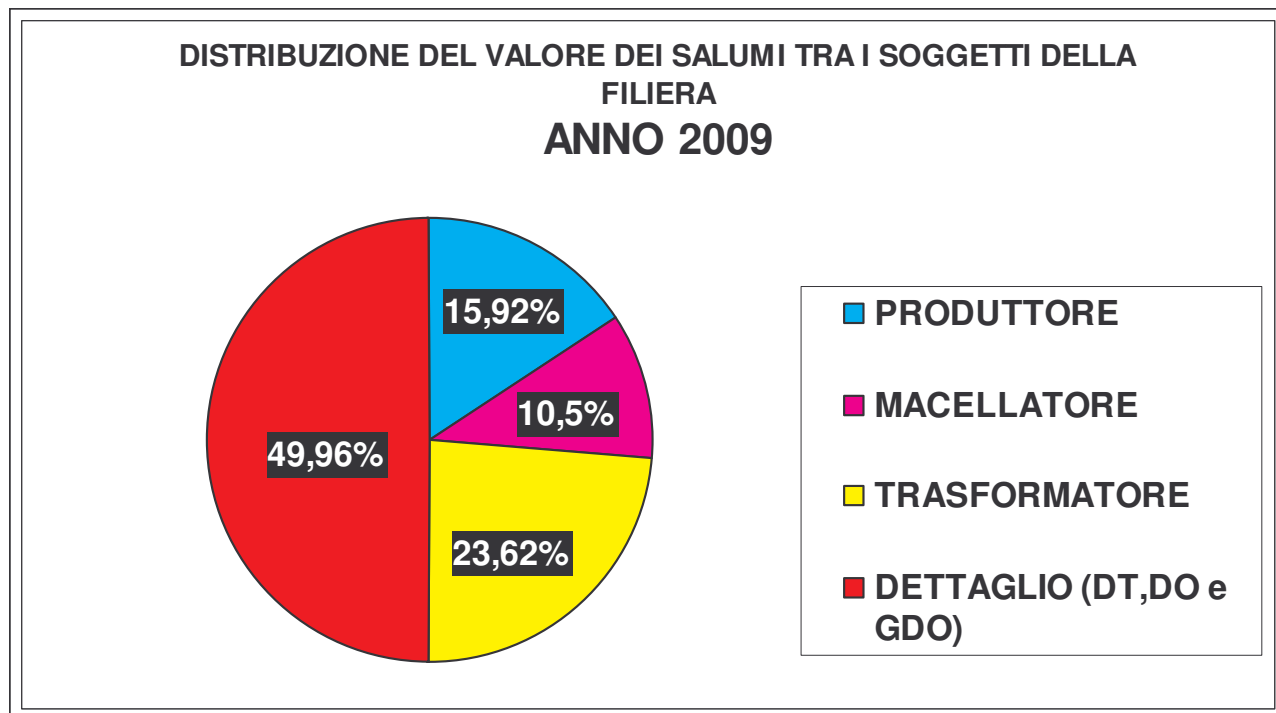
La distribuzione del valore tra i soggetti della filiera (% su 100 euro pagati dal consumatore)

Grafico 4:



Fonte: CRPA – Reggio Emilia

Grafico 5:



Fonte: CRPA – Reggio Emilia

5. LE PRINCIPALI CRITICITÀ' DEL SETTORE .

Il settore suinicolo attraversa una delle più gravi crisi di tutta la storia e si porta dietro alcune problematiche mai risolte, sempre rinviate e che ad ogni crisi si presentano in modo più drammatico.

Le principali criticità risultano essere le seguenti:

1. mancanza di un' adeguata programmazione della produzione in relazione alle richieste del mercato e, in particolare modo, delle produzioni DOP;
2. una inadeguata valorizzazione dei diversi tagli del suino pesante italiano (la qualificazione e valorizzazione della sola coscia non è più sufficiente);
3. mancanza di un' alternativa valida e strutturata alla monoproduzione del suino pesante, produzione sulla quale sono state puntate tutte le strategie di qualificazione e valorizzazione della suinicoltura italiana, ma che evidentemente si dimostra non più adeguata nell'ambito di un mercato che cambia e che è condizionato dalla crisi economica generale;
4. un sistema di rilevazione o di formazione del prezzo dei suini antiquato (la normativa base risale al 1913), farraginoso e dispersivo (solo al Nord Italia sono dieci le commissioni di diverse Camere di Commercio che quotano settimanalmente i suini) e che non garantisce né trasparenza e né la possibilità di effettuare un

pagamento in base a qualità, oggettivo e incentivante per chi produce bene. Manca infatti un sistema oggettivo di definizione dei premi o delle penalità dei suini portati al macello. Sul fronte delle carni il mercato risulta poco trasparente e soggetto a speculazione, a ribasso o a rialzo, a seconda dell'andamento di mercato.

La Commissione Unica Nazionale (CUN), dopo il primo anno di attività, grazie all'introduzione di alcuni correttivi del regolamento di funzionamento, ha cominciato a dare i primi risultati positivi, in particolare per il fatto che quota ogni settimana.. Il passo successivo per dare piena valenza all'iniziativa è quello di trasferire il prezzo CUN nei contratti di compravendita;

5. la comunicazione riguardante le produzioni DOP risulta non sufficientemente sinergica, carente per quanto riguarda l'intensità e la qualità del messaggio e di scarsa efficacia con il risultato che le vendite di salumi DOP (prosciutti in particolare) regrediscono invece di incrementare;
6. consumi stagnanti con particolare riguardo ai prodotti di alta gamma (crisi dei consumi generalizzata e non già della terza settimana);
7. una filiera poco coesa che fa fatica a fare le necessarie sinergie finalizzate a valorizzare la produzione; sviluppa poco MKTG e di conseguenza crea poco valore;
8. una ripartizione iniqua del valore finale del prodotto tra i diversi soggetti della filiera con un evidente vantaggio a favore dell'anello della grande distribuzione;
9. una etichettatura dei salumi e delle carni suine incompleta e poco chiara; (*al consumatore vengono date poche informazioni e di difficile comprensione*);
10. controlli scarsi e poco efficaci sulle carni di importazione sia dal punto di vista fiscale e sia dal punto di vista sanitario;
11. forte riduzione della liquidità nelle aziende con pagamenti allungati da parte dell'industria di macellazione, rigidità del sistema bancario a concedere anticipazioni, aumento dei costi delle forme di assicurazione dei crediti.

6. LE INIZIATIVE PER RIGENERARE E RILANCIARE IL SETTORE

6.1 LE INIZIATIVE LEGISLATIVE

- a. Emanazione di una normativa specifica che introduca un sistema di tracciabilità e di etichettatura dei salumi e delle carni suine più completo dell'attuale, più

- corrispondente alle esigenze del consumatore e dove sia indicata obbligatoriamente l'origine della materia prima utilizzata;
- b. Emanazione di un Decreto Ministeriale di applicazione dell'art. 17 del D.Lgs. 8 Aprile 2010, n.61 concernente la facoltà dei Consorzi di Tutela di attuare politiche di governo dell'offerta al fine di salvaguardare e tutelare la qualità del prodotto DOP o IGP e contribuire ad un miglior coordinamento dell'immissione sul mercato delle produzioni tutelate, nonché a definire piani di miglioramento della qualità del prodotto;
 - c. Studiare e predisporre la necessaria normativa volta ad armonizzare e integrare l'attività della CUN con il sistema camerale nazionale.

6.2 IL PIANO PER LA RISTRUTTURAZIONE E IL RILANCIO DELLA FILIERA SUINICOLA.

6.2.1 GLI OBIETTIVI STRATEGICI.

La situazione brevemente descritta ai capitoli precedenti di crisi del settore, causata principalmente dal disequilibrio del rapporto domanda-offerta e da una ripartizione iniqua del valore finale del prodotto, deve essere affrontata con un'azione sinergica di diverse azioni con i seguenti obiettivi strategici:

- a. programmazione quali-quantitativa della produzione del suino pesante in relazione all'effettiva richiesta del mercato;
- b. adozione di soluzioni volte a ridare liquidità e sicurezza del credito agli allevamenti attraverso forme di anticipazione dei pagamenti e di assicurazione dei crediti ;
- c. sviluppare azioni volte a migliorare la produzione attraverso un reporting completo agli allevatori sui risultati alla macellazione e la consulenza tecnica utile per adeguare la produzione alle richieste di mercato:
- d. ottimizzazione e uniformazione della classificazione delle carcasse suine al macello anche in relazione ad un pagamento dei suini sulla base di parametri qualitativi oggettivi;
- e. sviluppare il progetto di qualificazione e valorizzazione delle carni fresche del suino pesante italiano ed in particolare avviare rapidamente il progetto per la registrazione della IGP in sostituzione del progetto DOP (GSP);

- f. sviluppo e valorizzazione della filiera del suino medio pesante (135-140 Kg.), produzione 100% italiana, con destinazione diversa dal circuito delle DOP, allo scopo di differenziare la produzione della suinicoltura italiana;
- g. realizzazione di una campagna di informazione e di promozione allo scopo di rilanciare i consumi di salumi e di carni suine “made in Italy”;
- h. realizzazione di una specifica campagna di informazione e di promozione delle carni e dei salumi derivati dal suino medio-pesante.

6.2.2 LE AZIONI DEL PIANO.

Il Piano di Settore, oltre a fare riferimento agli impegni sottoscritti da tutti i soggetti della filiera nel Luglio 2008, rinnovati con l'ADDENDUM sottoscritto lo scorso Luglio 2009, tiene conto delle criticità del settore evidenziate al precedente punto 5) e degli obiettivi strategici fissati al precedente punto 6.1. Il piano si struttura su 4 assi di intervento specifici:

1. programmazione quali-quantitativa dei salumi DOP e IGP. Tale obiettivo costituiva già elemento basilare degli impegni sottoscritti dal TFS nel Luglio 2008. Alla luce dell'art. 17 del D. Lgs. 8 Aprile 2010, n. °61, il progetto diventa fattibile;
2. campagna di informazione e di promozione dei consumi dei salumi e delle carni suine DOP o IGP;
3. progetto per la produzione e la valorizzazione del suino medio-pesante, nato, allevato, macellato e trasformato in Italia e destinato alla produzione di carni fresche e salumi tipici di alta qualità;
4. programma di rafforzamento dell'organizzazione di mercato del settore suinicolo.

I primi tre assi vedranno come attori il MIPAAF e tutte le componenti della filiera, mentre il quarto asse farà parte di un programma collegato che si realizzerà tramite il sistema delle Organizzazioni di Prodotto riconosciute ai sensi del D. Lgs. 102/2005.

Il Piano di Settore e le iniziative per il rafforzamento dell'organizzazione di mercato sono all'esame ed elaborazione presso il Ministero delle Politiche Agricole , Agroalimentari e delle Foreste e del Tavolo di Filiera Suinicola e una volta predisposti, i documenti saranno portati all'esame della Conferenza Stato Regioni. E' urgente che il Piano venga approvato e ne venga data applicazione prima che la situazione del settore diventi drammatica.