

Arance: principali andamenti della campagna 2020/2021

Mercato nazionale pesante, penalizzato da offerta abbondante e dai calibri piccoli

Campagna in chiaroscuro per le arance italiane. L'ottimismo dell'ultima primavera cede il passo a una campagna complicata e fino ad ora avara di soddisfazioni per gli agricoltori e gli operatori della filiera agrumicola. La stagione in corso è caratterizzata da un raccolto abbondante e dalla prevalenza di calibri piccoli. Il mercato è pesante e solo il prodotto di calibro medio-grande spunta quotazioni soddisfacenti per i produttori.

Nell'attuale congiuntura di mercato risulta molto importante il ruolo svolto dall'industria dei succhi che, dopo l'azzeramento delle scorte dovuto a due campagne con scarsi raccolti, ritira e lavora ingenti quantitativi di arance, soprattutto frutti medio-piccoli, alleviando in tal modo la pressione dell'offerta, resa particolarmente pesante anche dal concomitante incremento della produzione mediterranea.

Dalla domanda giungono segnali contrastanti. Da un lato, ci sono i dati incoraggianti sugli acquisti delle famiglie per il consumo domestico, in netta ripresa rispetto agli ultimi anni ma dall'altro, c'è il parziale blocco della ristorazione ha ridotto sensibilmente la richiesta alla fase di ingrosso dalla quale si stima comunque che passi circa il 20% delle vendite.

Le vendite al dettaglio sono in accelerazione anche in conseguenza della pandemia, grazie al ruolo di integratore naturale di vitamine e antiossidanti che il consumatore riconosce ad arance e agrumi in genere. Infatti, nell'ultimo anno, gli italiani hanno notevolmente incrementato il consumo di arance e l'effetto coronavirus, particolarmente evidente nelle prime settimane di lockdown, è proseguito anche nella prima parte della campagna 2020/21 con consumi che nel periodo ottobre 2020 - gennaio 2021 sono cresciuti dell'11% su base annua.

Problemi strutturali zavorrano lo sviluppo del settore

Oltre alla congiuntura sfavorevole, il settore agrumicolo nazionale è penalizzato fortemente dai limiti insiti nella propria struttura. L'agrumicoltura è una realtà a forte connotazione mediterranea e sono coinvolte specifiche aree del Sud Italia. La filiera produttiva è estremamente concentrata geograficamente: due terzi delle arance sono prodotte in tre aree del Meridione: a Catania insiste circa un terzo della produzione nazionale, a Siracusa circa un quinto e nella provincia di Reggio Calabria il 10%.

A livello di produzione, l'eccessiva frammentazione della maglia poderale (la dimensione media delle aziende agrumicole è di 2,5 ettari) e gli impianti poco moderni e razionali determinano una minore produttività, una scarsa resistenza alle fitopatie (in particolare al virus della *Tristeza*) e un calendario di raccolta più breve rispetto ai nostri diretti competitor spagnoli. Dal punto di vista commerciale permane la scarsa propensione degli agricoltori ad associarsi in cooperative ed OP che seppure numerose rimangono di dimensioni economiche medio-piccole.

Confermato il calo del potenziale produttivo: -2,5% rispetto al 2019

Continua a ridursi il potenziale produttivo. I dati relativi alle superfici coltivate confermano la tendenza strutturale alla riduzione degli investimenti, ascrivibili, in gran parte ai danni del virus della *Tristeza* sugli aranceti siciliani. Come è noto, l'unica valida soluzione per gli agrumeti colpiti da questa malattia è l'espianto e il successivo reimpianto con portainnesti resistenti. Le rilevazioni più recenti confermano che in Sicilia è in atto questo processo di riconversione anche se, al momento, una parte delle superfici reimpiantate non è ancora entrata in produzione.

A livello nazionale, il potenziale produttivo ammonta a circa 80mila ettari. Nel 2020 la superficie in produzione è diminuita del 2,5% su base annua e la flessione è ancora più ampia rispetto al dato medio dell'ultimo triennio (-3,5%).

La Sicilia è la prima regione per superficie investita ad arance, con circa i due terzi del totale nazionale, ma allo stesso tempo è anche l'area che mostra la maggior riduzione su base annua (-3,5%) a causa soprattutto della flessione nelle province di Catania (-500 ettari in produzione rispetto al 2019), Agrigento (-370 ettari) e Messina (-1.000 ettari).

La Calabria è la seconda regione italiana per superficie in produzione (circa il 20% del totale nazionale) e mostra una sostanziale stabilità del potenziale produttivo.

A seguire si collocano Puglia e Basilicata con circa il 5% della superficie nazionale investita ad arance. Rispetto al 2019, queste regioni evidenziano un andamento contrapposto. La Puglia registra un incremento di circa 100 ettari della superficie in produzione (+2,4%), grazie all'aumento registrato nella provincia di Taranto mentre la Basilicata perde circa 50 ettari (-1,5%).

Arancio - superficie in produzione (in ettari)

	2018	2019	2020	2020 vs 2019	2020 vs media 2017-19
Italia	82.019	81.849	79.819	-2,5%	-3,5%
Sicilia	54.414	54.255	52.374	-3,5%	-3,5%
Calabria	16.331	16.358	16.318	-0,2%	-0,3%
Puglia	3.895	3.890	3.985	2,4%	2,4%
Basilicata	3.809	3.809	3.753	-1,5%	-11,6%
Sardegna	2.118	2.118	1.984	-6,3%	-21,7%
Campania	988	985	984	-0,1%	-0,7%
Lazio	436	400	390	-2,5%	-6,9%
Altre	28	34	31	-8,8%	3,3%

Fonte: elaborazione ISMEA su dati Istat

Raccolta 2020/21: cresce la produzione rispetto alla campagna precedente

Produzione Ue di arance in aumento del 6%

L'andamento climatico favorevole ha interessato gran parte dei Paesi comunitari che si affacciano sul Mediterraneo. Secondo l'USDA (United States, Department of Agriculture), l'offerta di arance dei Paesi dell'Ue è prevista in aumento del 6% rispetto alla campagna 2019/20. Tale andamento ha determinato l'incremento dei consumi e delle esportazioni sulla scia della maggiore offerta. Risulta in aumento anche la quota destinata all'industria di estrazione del succo mentre i prezzi all'origine registrano una riduzione rispetto alla campagna precedente, che ricordiamo era stata caratterizzata da una produzione particolarmente bassa.

Offerta nazionale di ottima qualità organolettica

Per quanto concerne l'Italia, un primo bilancio indica per il 2020/21 un aumento del raccolto di arance compreso tra il 25 e il 30% rispetto all'anno precedente. Dal punto di vista qualitativo, il prodotto presenta un'eccellente colorazione della buccia, una buona pigmentazione della polpa e un rapporto equilibrato tra acidi e zuccheri; tutte caratteristiche che soddisfano pienamente le aspettative dei consumatori. Di contro, si assiste a una prevalenza di calibri medi e piccoli che penalizzano le quotazioni all'origine. Sono questi i principali elementi che emergono da una ricognizione realizzata da ISMEA relativamente alla prima parte della campagna produttiva e commerciale delle arance.

Sotto il profilo agronomico, la campagna 2020/2021 è stata condizionata da un andamento climatico favorevole in fase di fioritura e di allegagione. In conseguenza di ciò il carico di arance sugli alberi è stato superiore alla media e tale circostanza avrebbe richiesto il diradamento di una parte dei frutticini, allo scopo di favorire l'ingrossamento dei frutti residui; operazione che però non è stata realizzata massivamente. Inoltre, l'estate asciutta non ha favorito l'accrescimento dei frutti. Solo in ottobre le piogge hanno apportato abbondanti quantitativi d'acqua ma nella maggior parte dei casi ciò non è stato sufficiente per il raggiungimento di calibri soddisfacenti. In gennaio le piogge abbondanti e persistenti hanno determinato qualche problema di tenuta dei frutti in post raccolta. In febbraio i forti venti hanno causato qualche danno meccanico alle arance. Inoltre, limitatamente all'areale produttivo etneo, nelle ultime settimane, si segnala la caduta di cenere generata dall'attività eruttiva del vulcano e di conseguenza il possibile danneggiamento della buccia a seguito dell'azione abrasiva di queste particelle laviche.

La fase all'origine

L'incremento dell'offerta nazionale ed europea ha determinato una flessione generalizzata dei listini all'origine rispetto alla campagna 2019/20. La diminuzione dei prezzi è stata rilevata sulle principali piazze e per le varietà più importanti.

In ottobre e novembre, l'avvio della campagna 2020/21 era stato contraddistinto da un buon esordio, infatti, i quantitativi di prodotto esitati erano piuttosto limitati e le quotazioni

**Calo generalizzato
delle quotazioni
all'origine**

risultavano in aumento sia rispetto all'anno precedente sia rispetto alla media dell'ultimo triennio.

A mano a mano che la campagna è entrata nel vivo la situazione di mercato si è progressivamente deteriorata. A partire dal mese di dicembre le quotazioni all'origine mostravano un netto divario sia rispetto alla campagna 2019/20 (-8,5%) sia rispetto al dato medio del triennio precedente (-2,1%). In gennaio e febbraio tale forbice si è ulteriormente ampliata, evidenziando una perdita del 16% su base annua e del 6% rispetto al triennio 2017-2019. Tale andamento, tuttavia non è generalizzato e non mancano eccezioni sia a livello di singole varietà sia di singole piazze di mercato.

Passando in rassegna i prezzi all'origine delle principali varietà si rileva che le arance del gruppo Navel hanno registrato buone quotazioni d'esordio sulle maggiori piazze (Catania, Reggio Calabria e Taranto), soprattutto in confronto alle quotazioni medie dell'ultimo triennio.

In dicembre e gennaio, la varietà Moro, in particolare sulla piazza di Catania, ha registrato quotazioni superiori a quelle dello scorso anno e in linea con quelle medie del triennio precedente. In febbraio però c'è stata un'ulteriore riduzione che ha portato i prezzi sullo stesso livello del 2020.

Le diverse tipologie di arance tarocco hanno registrato quotazioni in flessione sia su base annua sia rispetto al triennio precedente e il divario negativo si è ampliato con il progredire della campagna di raccolta e commercializzazione.

Un discorso diverso può esser fatto per le arance Washington Navel che sulla piazza di Agrigento - a dicembre e gennaio - hanno registrato quotazioni in aumento sia rispetto allo scorso anno (+7%), sia rispetto alla media del triennio precedente (+17%).

Arance - prezzi franco azienda agricola, tutte le varietà, tutte le piazze (€/kg)

	2018/19	2019/2020	2020/21	2020/21 vs 2019/20	2020/21 vs media triennio precedente
ott	0,364	0,396	0,435	10,0%	22,7%
nov	0,369	0,393	0,415	5,7%	11,1%
dic	0,366	0,386	0,354	-8,5%	-2,1%
gen	0,326	0,382	0,330	-13,6%	-2,5%
feb	0,322	0,368	0,310	-15,7%	-6,2%
mar	0,31	0,419			
apr	0,318	0,460			
mag	0,305	0,473			

Fonte: ISMEA

Arance – varietà Navel, piazza di Catania prezzi franco azienda agricola raccolta a carico acquirente (€/kg)

	2018/19	2019/2020	2020/21	2020/21 vs 2019/20	2020/21 vs media triennio precedente
ott	0,400		0,550		37,5%
nov	0,400	0,400	0,475	18,8%	17,5%
dic	0,400	0,338	0,320	-5,2%	-8,6%
gen	0,360	0,300	0,275	-8,3%	-11,8%
feb	0,350	0,300	0,250	-16,7%	-16,7%
mar	0,300				
apr	0,300				
mag					

Fonte: ISMEA

Arance – varietà Navel, piazza di Reggio di Calabria prezzi franco azienda agricola raccolta a carico acquirente (€/kg)

	2018/19	2019/2020	2020/21	2020/21 vs 2019/20	2020/21 vs media triennio precedente
ott	0,310	0,335	0,335	0,0%	3,9%
nov	0,330	0,335	0,335	0,0%	0,8%
dic	0,330	0,335	0,270	-19,4%	-18,8%
gen	0,271	0,314	0,235	-25,2%	-14,6%
feb	0,265	0,255	0,230	-9,8%	-9,2%
mar	0,250	0,255			
apr	0,250				
mag					

Fonte: ISMEA

Arance – varietà Navel, piazza di Taranto prezzi franco azienda agricola raccolta a carico acquirente (€/kg)

	2018/19	2019/2020	2020/21	2020/21 vs 2019/20	2020/21 vs media triennio precedente
ott		0,675	0,575	-14,8%	28,5%
nov	0,265	0,575	0,494	-14,1%	37,3%
dic	0,281	0,513	0,350	-31,7%	-2,7%
gen	0,275	0,485	0,350	-27,8%	-6,4%
feb	0,238	0,450	0,350	-22,2%	-5,6%
mar	0,275				
apr					
mag					

Fonte: ISMEA

Arance – varietà Moro, piazza di Catania prezzi franco azienda agricola raccolta a carico acquirente (€/kg)

	2018/19	2019/2020	2020/21	2020/21 vs 2019/20	2020/21 vs media triennio precedente
ott					
nov	0,400				
dic	0,400	0,325	0,350	7,7%	-2,3%
gen	0,360	0,300	0,338	12,5%	0,2%
feb	0,388	0,300	0,300	0,0%	-13,3%
mar	0,350	0,300			
apr					
mag					

Fonte: ISMEA

Arance – varietà Tarocco nucellare, piazza di Catania prezzi franco azienda agricola raccolta a carico acquirente (€/kg)

	2018/19	2019/2020	2020/21	2020/21 vs 2019/20	2020/21 vs media triennio precedente
ott					
nov	0,400				
dic	0,400	0,380	0,350	-7,9%	-7,1%
gen	0,360	0,350	0,275	-21,4%	-17,3%
feb	0,350	0,350	0,250	-28,6%	-16,7%
mar					
apr					
mag					

Fonte: ISMEA

Arance – varietà Tarocco Gallo, piazza di Siracusa prezzi franco azienda agricola raccolta a carico acquirente (€/kg)

	2018/19	2019/2020	2020/21	2020/21 vs 2019/20	2020/21 vs media triennio precedente
ott					
nov					
dic	0,450	0,400	0,400	0,0%	-4,0%
gen	0,420	0,400	0,363	-9,4%	-0,1%
feb	0,306	0,400	0,300	-25,0%	-1,4%
mar	0,275	0,583			
apr	0,275	0,600			
mag	0,275				

Fonte: ISMEA

Arance – varietà Tarocco comune, piazza di Catania prezzi franco azienda agricola raccolta a carico acquirente (€/kg)

	2018/19	2019/2020	2020/21	2020/21 vs 2019/20	2020/21 vs media triennio precedente
ott					
nov	0,350				
dic	0,350	0,388	0,350	-9,7%	-3,4%
gen	0,310	0,350	0,313	-10,7%	-3,6%
feb	0,338	0,350	0,250	-28,6%	-20,0%
mar	0,300	0,350			
apr	0,300	0,350			
mag	0,300	0,350			

Fonte: ISMEA

Arance – varietà Washington Navel, piazza di Agrigento prezzi franco azienda agricola raccolta a carico acquirente (€/kg)

	2018/19	2019/2020	2020/21	2020/21 vs 2019/20	2020/21 vs media triennio precedente
ott					
nov	0,375				
dic	0,375	0,445	0,475	6,7%	16,8%
gen	0,375	0,445	0,475	6,7%	21,8%
feb	0,375	0,475	0,465	-2,1%	16,3%
mar	0,375	0,475			
apr	0,375	0,475			
mag					

Fonte: ISMEA

Le vendite al dettaglio

Parte bene la campagna 2020/21: +11% la vendita di arance confezionate

La prima parte dell'attuale campagna di vendita al dettaglio delle arance (da ottobre 2020 a gennaio 2021) registra segnali positivi. I dati relativi agli acquisti di prodotto confezionato nei punti vendita della Grande Distribuzione evidenziano un aumento dell'11% su base annua e di circa l'8% rispetto al dato medio del triennio precedente. L'incremento riguarda anche il prezzo medio di vendita e quindi la spesa, rispettivamente +3% e +14% su base annua. Su questo risultato hanno inciso in maniera determinante sia la maggiore produzione e offerta di prodotto nazionale sia l'atteggiamento positivo dei consumatori che acquistano maggiori quantitativi di arance per arricchire la propria dieta – in maniera naturale – di vitamine e antiossidanti.

Arance - acquisti al dettaglio inizio campagna (ottobre-gennaio)

	2018/19	2019/20	2020/21	2020/21 vs 2019/20	2020/21 vs 2018/19	2020/21 vs media 2017/18- 2019/20
Acquisti (.000 kg)	65.513	62.683	69.591	11,0%	6,2%	7,7%
Spesa (.000 €)	85.954	83.600	95.461	14,2%	11,1%	14,0%
Prezzo medio (€/kg)	1,312	1,334	1,372	2,9%	4,6%	5,8%

Fonte: ISMEA - Market Track Nielsen

Consuntivo campagna 2019/20: crescono gli acquisti (+0,5%) e vola la spesa (+14%)

Il consuntivo dell'ultima campagna di commercializzazione – da ottobre 2019 a settembre 2020 – mostra un incremento delle vendite al dettaglio di arance rispetto alla campagna 2018/19. In particolare, il *Consumer Panel* di ISMEA e Nielsen ha registrato un aumento dello 0,5% degli acquisti. Sul fronte della spesa, l'aumento del prezzo medio ha determinato un forte incremento della spesa delle famiglie (+14%).

I dati di vendita 2019/20 mostrano un incremento degli acquisti anche in confronto a quelli medi dell'ultimo triennio (+3,7%) e sono in marcato aumento rispetto alla campagna 2016/17 (+13%) che era stata contraddistinta da un'offerta nazionale particolarmente deficitaria.

In definitiva, il mercato al dettaglio delle arance sembra essere entrato in una nuova fase caratterizzata dal rinnovato interesse dei consumatori per questo prodotto. Gli acquirenti mostrano una maggiore consapevolezza circa le caratteristiche qualitative e nutrizionali e denotano anche una maggiore propensione a remunerare il prodotto di maggiore qualità.

Arance - acquisti delle famiglie per campagna *

	2017/18	2018/19	2019/20	2019/20 vs 2018/19	2019/20 vs 2017/18	2019/20 vs media 2016/17- 2018/19
Acquisti (.000 kg)	389.915	382.602	384.553	0,5%	-1,4%	3,7%
Spesa (.000 €)	499.243	506.536	578.717	14,2%	15,9%	19,7%
Prezzo medio (€/kg)	1,280	1,324	1,505	13,7%	17,5%	15,4%

* da ottobre a settembre

Fonte: ISMEA-Consumer Panel Nielsen

Profondo rosso
per la bilancia
commerciale
2019/2020 a causa
dell'aumento
dell'import (+49%)

Commercio con l'estero dell'Italia

Da circa vent'anni l'Italia è un importatore netto di arance. Nonostante il buon livello quantitativo e qualitativo delle produzioni di Sicilia, Calabria e Puglia, le importazioni superano ampiamente le esportazioni, determinando un passivo della bilancia commerciale che varia in funzione del livello di offerta interno e della destagionalizzazione dei consumi.

La campagna 2019/20 si è chiusa con un passivo della bilancia commerciale di circa 60 milioni di euro. Tale risultato è conseguenza del record delle importazioni, oltre 223 milioni di kg, e dell'aumento del prezzo medio all'import (+27%).

L'aumento delle importazioni è stato determinato dal livello particolarmente scarso della produzione nazionale 2019/20 e dalla domanda delle famiglie che invece è stata molto sostenuta, in particolare in concomitanza con la prima ondata della pandemia.

Arance – commercio estero dell'Italia per campagna *

	2017/18	2018/19	2019/20	2019/20 vs 2018/19	2019/20 vs media 2016-19
Import (.000 €)	113.634	112.723	168.447	49,4%	34,9%
Import (.000 kg)	173.289	190.265	223.038	17,2%	13,6%
Valore medio Import (€/kg)	0,656	0,592	0,755	27,5%	18,9%
Export (.000 €)	117.019	105.286	109.012	3,5%	3,9%
Export (.000 kg)	141.210	110.511	107.377	-2,8%	-10,3%
Valore medio Export (€/kg)	0,829	0,953	1,015	6,6%	15,3%
Saldo (.000 €)	3.386	-7.437	-59.435	699%	198%
Saldo (.000 kg)	-32.079	-79.753	-115.661	45%	51%

* da ottobre a settembre

Fonte: elaborazione ISMEA su dati Istat

Campagne agrumarie come quella 2019/20, caratterizzate da una produzione limitata e da una durata più breve del solito, determinano un aumento delle importazioni di arance dai paesi mediterranei (Spagna innanzitutto ma anche Grecia ed Egitto) che risultano indispensabili per integrare l'offerta nazionale e ampliare il calendario delle vendite rispetto a quello della raccolta.

Inoltre, la crescente destagionalizzazione del consumo di arance è un fenomeno in costante crescita sia perché aumentano le vendite al dettaglio fuori stagione (mesi estivi) sia per l'incremento delle occasioni di consumo extradomestico (spremute e centrifughe consumate nei bar). La costante presenza di arance sui banchi della GDO e la progressiva perdita di consapevolezza della stagionalità del prodotto sono i principali motivi per cui gli italiani tendono a consumare questo prodotto anche nei mesi estivi e nella prima parte dell'autunno, allorché la produzione italiana e quella mediterranea sono praticamente assenti. In questi mesi risulta inevitabile approvvigionare i nostri mercati con le arance provenienti dai paesi dell'emisfero australe (Sudafrica, Argentina, Uruguay e Zimbabwe) che coprono la domanda di consumo fuori stagione.

Nella campagna 2019/20 le importazioni in quantità di arance sono aumentate del 17% rispetto al 2018/19 e del 13% circa rispetto alla media delle ultime tre campagne, avvicinandosi al livello record di 225mila tonnellate raggiunto nella campagna 2016/17. Se si considera anche l'effetto determinato dall'aumento del prezzo medio del prodotto importato (+27%) si osserva una crescita della spesa di circa il 50% rispetto alla campagna precedente.

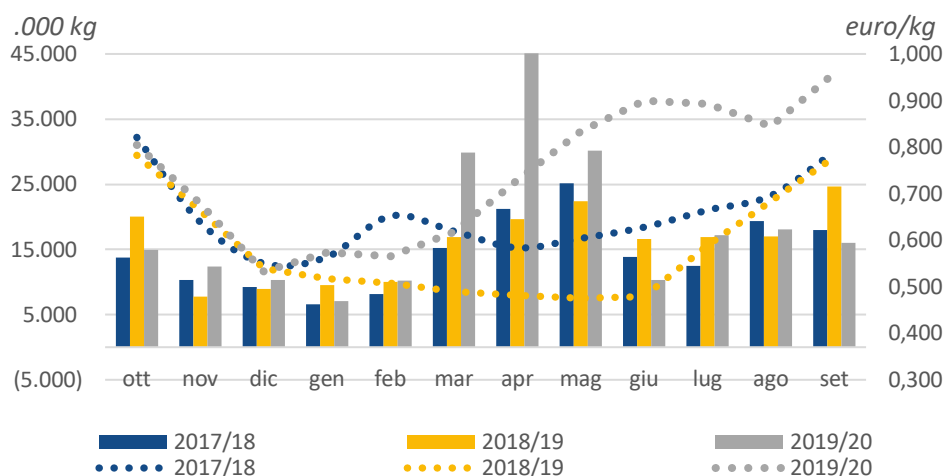
L'incremento delle importazioni italiane di arance è riconducibile soprattutto all'aumento dell'approvvigionamento di prodotto durante i mesi del lockdown nazionale (tra marzo e maggio), con importazioni triplicate dall'Egitto e raddoppiate dalla Grecia. Questi paesi si sono attestati, rispettivamente in terza e quarta posizione tra i fornitori dell'Italia. Per quanto concerne le importazioni di prodotto fuori stagione, si registra una sostanziale stabilità rispetto all'anno precedente che è frutto della flessione dei quantitativi importati direttamente da Repubblica sudafricana (-5%) e Argentina e dell'aumento delle forniture da Paesi Bassi e Germania che triangolano le arance comunque provenienti dall'emisfero australe. Si tratta in sostanza più di un cambio delle modalità logistiche e dell'organizzazione commerciale piuttosto che di un reale mutamento dei fornitori.

Importazioni dell'Italia di arance per paese di provenienza nella campagna 2019/20 *

	Import in quantità	Import in valore	Valore medio	Quota in valore	Var. in quantità 2019/20 vs 2018/19
	(.000 kg)	(.000 €)	(€/kg)	(%)	(%)
Mondo	223.038	168.447	0,755	100%	17%
UE	147.972	109.752	0,742	65%	11%
EXTRA-UE	75.066	58.696	0,782	35%	31%
1 Spagna	114.128	82.623	0,724	49%	2%
2 Sudafrica	37.398	32.243	0,862	19%	-5%
3 Egitto	27.864	18.805	0,675	11%	229%
4 Grecia	12.494	8.656	0,693	5%	112%
5 Paesi Bassi	8.450	7.542	0,893	4%	70%
6 Germania	5.515	5.365	0,973	3%	27%
7 Uruguay	4.289	3.272	0,763	2%	11%
8 Francia	2.749	2.429	0,884	1,4%	84%
9 Argentina	2.018	1.692	0,839	1,0%	-49%
10 Cipro	2.460	1.642	0,667	1,0%	167%

* da ottobre a settembre

Fonte: elaborazione ISMEA su dati Istat

Importazioni di arance (.000 kg) (asse sinistro) e valore medio all'import (€/kg) (asse destro) per campagna *


Altra battuta d'arresto per l'export (-3%)

* da ottobre a settembre

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat

Nella campagna 2019/20, le esportazioni di arance dell'Italia sono ammontate a 107mila tonnellate, generando introiti per circa 110 milioni di euro. Rispetto alla campagna precedente si è verificata una riduzione di circa il 3% dei quantitativi spediti ma un incremento del 3,5% degli incassi, grazie all'aumento del 7% del prezzo medio. La battuta d'arresto registrata dalle esportazioni di arance è direttamente correlata alla minore produzione nazionale e alla contrazione del calendario di raccolta.

Esportazioni dell'Italia di arance per paese di destinazione nella campagna 2019/20 *

UE si conferma il principale mercato estero per le arance italiane

	Export in quantità	Export in valore	Valore medio	Quota in valore	Var. in quantità 2019/20 vs 2018/19
	(.000 kg)	(.000 €)	(€/kg)	(%)	(%)
Mondo	107.377	109.012	1,015	100%	-2,8%
UE	85.018	80.299	0,944	74%	-4,6%
EXTRA-UE	22.359	28.713	1,284	26%	4,4%
1 Svizzera	18.647	25.066	1,344	23%	5,4%
2 Germania	27.580	24.878	0,902	23%	-2,4%
3 Francia	15.651	16.072	1,027	15%	-0,6%
4 Austria	9.698	10.211	1,053	9%	-6,9%
5 Spagna	5.890	5.819	0,988	5%	30,1%
6 Belgio	3.597	4.341	1,207	4%	-11,8%
7 Svezia	4.088	3.242	0,793	3%	-14,9%
8 Regno Unito	2.190	2.334	1,065	2%	10,7%
9 Danimarca	1.975	1.993	1,009	2%	-29,2%
10 Polonia	2.198	1.835	0,835	2%	-27,2%

* da ottobre a settembre

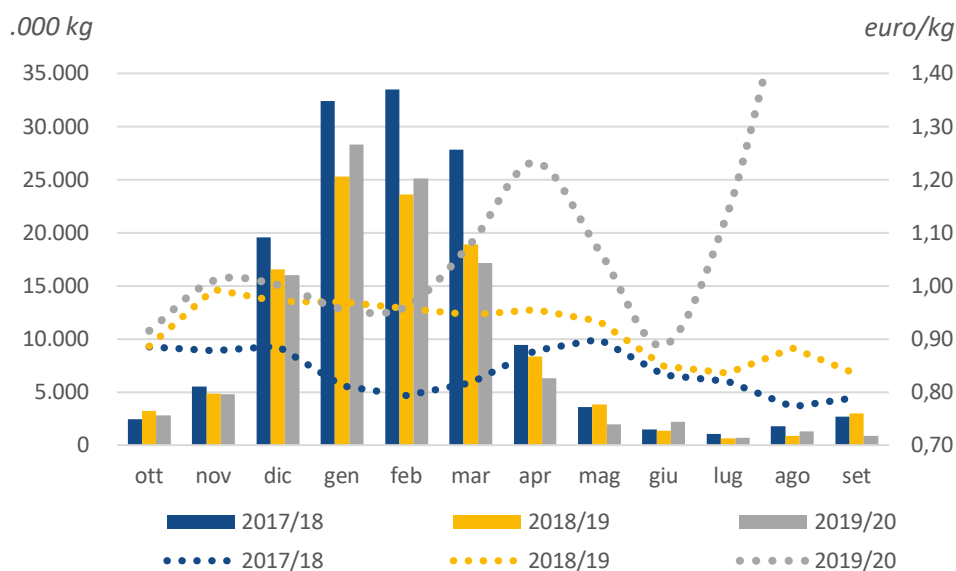
Fonte: elaborazione ISMEA su dati Istat

Per quanto concerne gli sbocchi di mercato, le esportazioni italiane sono storicamente concentrate nei Paesi dell'Ue e in Svizzera; con quest'ultima che nell'ultima campagna ha rappresentato il primo mercato di riferimento, scavalcando la Germania. Nel complesso, i primi 5 paesi coprono una quota del 75% del totale delle esportazioni in valore.

Nella campagna 2019/20, Germania, Francia, Austria, Belgio, Svezia, Danimarca e Polonia hanno registrato le maggiori contrazioni delle importazioni dall'Italia. Di contro, Spagna e Regno Unito, hanno accresciuto le forniture di arance italiane.

In merito al calendario di esportazione, si osserva che le spedizioni dall'Italia si concentrano nel periodo compreso tra dicembre e marzo, coprendo buona parte dell'export annuo. Ne consegue che le spedizioni avvengono in concomitanza con la maggiore disponibilità di prodotto nazionale e che quindi il ruolo dell'Italia di riesportatore è limitato a poche migliaia di tonnellate.

Esportazioni di arance (.000 kg) (asse sinistro) e valore medio all'import (€/kg) (asse destro) *



* da ottobre a settembre

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Istat

Prospettive

La fase finale dell'attuale campagna commerciale delle arance sarà probabilmente caratterizzata da un lieve miglioramento delle quotazioni alla fase di origine come conseguenza del progressivo assottigliamento dell'offerta. L'entità di questo incremento dipenderà soprattutto dall'interesse della domanda sia nazionale sia europea e dal livello qualitativo dell'offerta. In tal senso, l'andamento climatico giocherà un ruolo importantissimo in quanto determinerà la tenuta del prodotto, in termini di freschezza e shelf life, e inoltre può risultare determinante nel trainare i consumi.

Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale
 Responsabile: Michele Di Domenico
 Redazione a cura di: Mario Schiano lo Moriello
 e-mail: m.schiano@isMEA.it
www.isMEAMercati.it
www.isMEA.it