

Gruppo di lavoro

Gabrieli G., Di Fonzo A.,
 Cardillo C., Vassallo M.,
 (sezione 1)

Simona Romeo Lironcurti
 (sezione 2)

Tatiana Castellotti (sezione 3)

Federica De Maria,
 Roberto Solazzo (sezione 4)

progetto grafico

Benedetto Venuto

il presente contributo è stato
 pubblicato con il supporto
 dell'Ufficio Stampa del CREA

Fonti

Istat e twitter
 Banca dati Crea PB

creaGRITREND

a cura di
 Simona Romeo Lironcurti

Bollettino trimestrale elaborato dal **CREA, Centro Politiche e Bioeconomia** che descrive l'andamento del settore agroalimentare italiano

N.14 | TRIMESTRE 2022



SENTIMENT IN AGRICOLTURA

66,2% giudizi positivi e molto positivi
 2,2% giudizi neutri
 31,5% negativi e molto negativi



IL QUADRO DEL SETTORE AGRICOLO

+6,2% PIL
 +-0,7 % VA agricoltura



INDUSTRIA ALIMENTARE E DELLE BEVANDE

+2,2% Produzione IA
 +11,9% Produzione industria delle bevande



COMMERCIO CON L'ESTERO DELL'AGROALIMENTARE

+19,1% Export agroalimentare
 +33,2% Import agroalimentare





1. IL TERMOMETRO DELL' AGRICOLTURA

I PRINCIPALI TEMI DISCUSSI SU TWITTER E GLI UMORI DEGLI ADDETTI

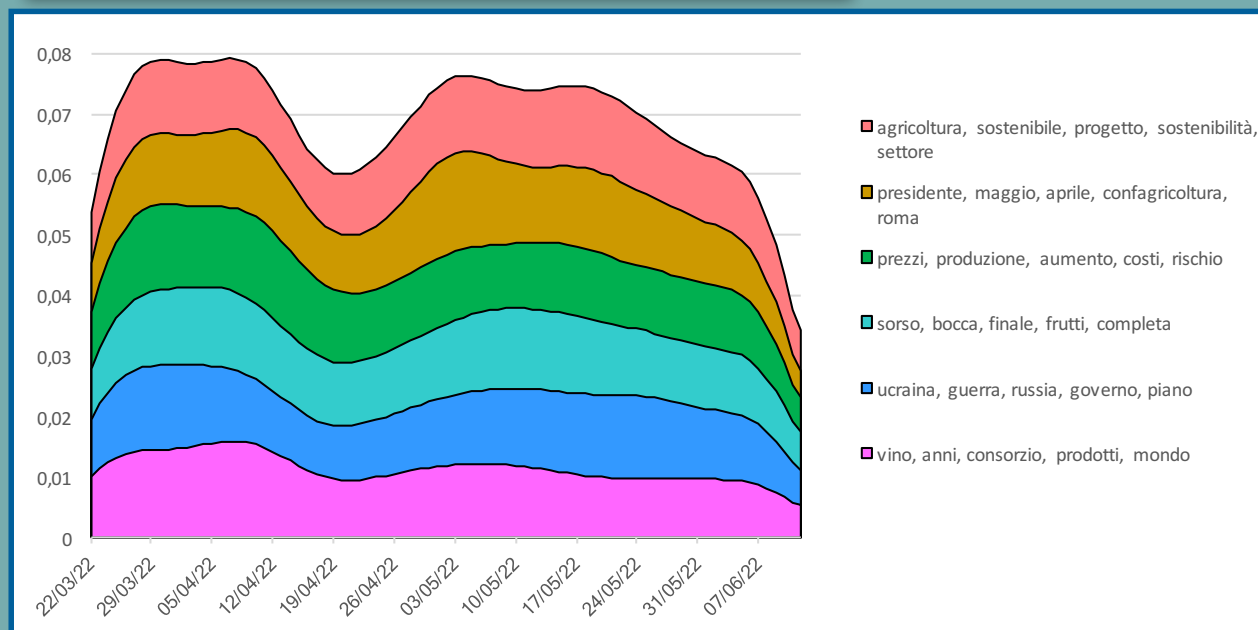
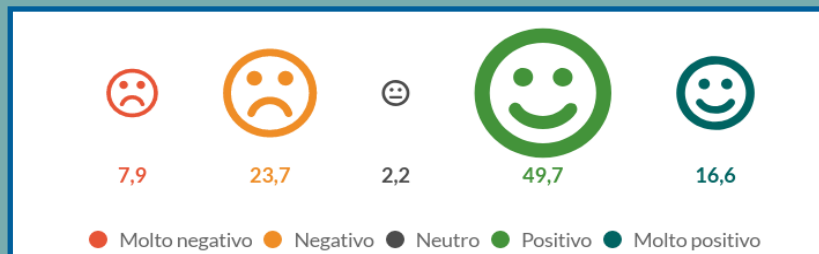
L'analisi del sentimento del settore agricolo e agroalimentare ha focalizzato l'attenzione sui tweet pubblicati da media specializzati e parti sociali del settore agricolo tra il 22 marzo e il 12 giugno 2022, periodo caratterizzato da una ripartenza economica e sociale molto significativa, con l'eliminazione della maggior parte delle limitazioni fino ad ora imposte dalla pandemia. Inoltre, il settore agroalimentare sta facendo i conti con un forte aumento delle quotazioni delle materie prime alimentari indotto dal conflitto in Ucraina.

L'analisi ha raccolto un totale di 14.236 tweets scritti da profili specifici del settore agroalimentare.

Il risultato ottenuto mostra una situazione piuttosto stabile del clima di fiducia per gli addetti del settore rispetto al periodo precedentemente analizzato. Infatti, si registra un lieve rialzo (+0,4%) del sentimento di fiducia rispetto al periodo precedente, con una percentuale dei tweet con giudizi positivi e molto positivi pari al 66,2%. Viceversa, si è avuta una lieve diminuzione, pari allo 0,6%, di tweet con giudizi negativi e molto negativi, pari al 31,5%. Infine, i tweet con giudizi neutrali aumentano dello 0,1%, pari al 2,2%.

L'analisi delle reti sociali (Social Network Analysis) applicata alle tematiche (#hashtag) maggiormente presenti nei tweets, clusterizzata secondo la densità dei legami, individua diversi gruppi (omogenei) contenenti le tematiche maggiormente trattate in Twitter.

Il primo cluster (rosso), il più numeroso, contiene termini legati principalmente alle difficoltà in cui si



Note

La sentiment analysis, conosciuta anche come opinion mining, permette di estrarre informazioni soggettive da diverse fonti online con l'applicazione di tecniche di analisi automatica del linguaggio, tra le quali quella basata sulla presenza di parole alle quali vengono assegnati punteggi di polarità positiva o negativa o neutrale. Per le analisi realizzate in questo lavoro è stato applicato i pacchetti R (rtweet e ldatuning) con l'utilizzo del lessico Sentix (Sentiment Italian Lexicon) sviluppato da Basile e Nissim (2013) con la nuova risorsa morfologica W-MAL (Weighted-Morphologically-inflected Affective Lexicon) sviluppata dal CREA-PB e dalla Università di Torino (Vassallo, Gabrieli, Basile, Bosco, 2020) che implementa la passata risorsa MAL (Vassallo, Gabrieli, Basile, Bosco, 2019) assegnando pesi maggiori a parole più specifiche tenendo quindi maggiormente in considerazione il contesto di riferimento.



1. IL TERMOMETRO DELL' AGRICOLTURA

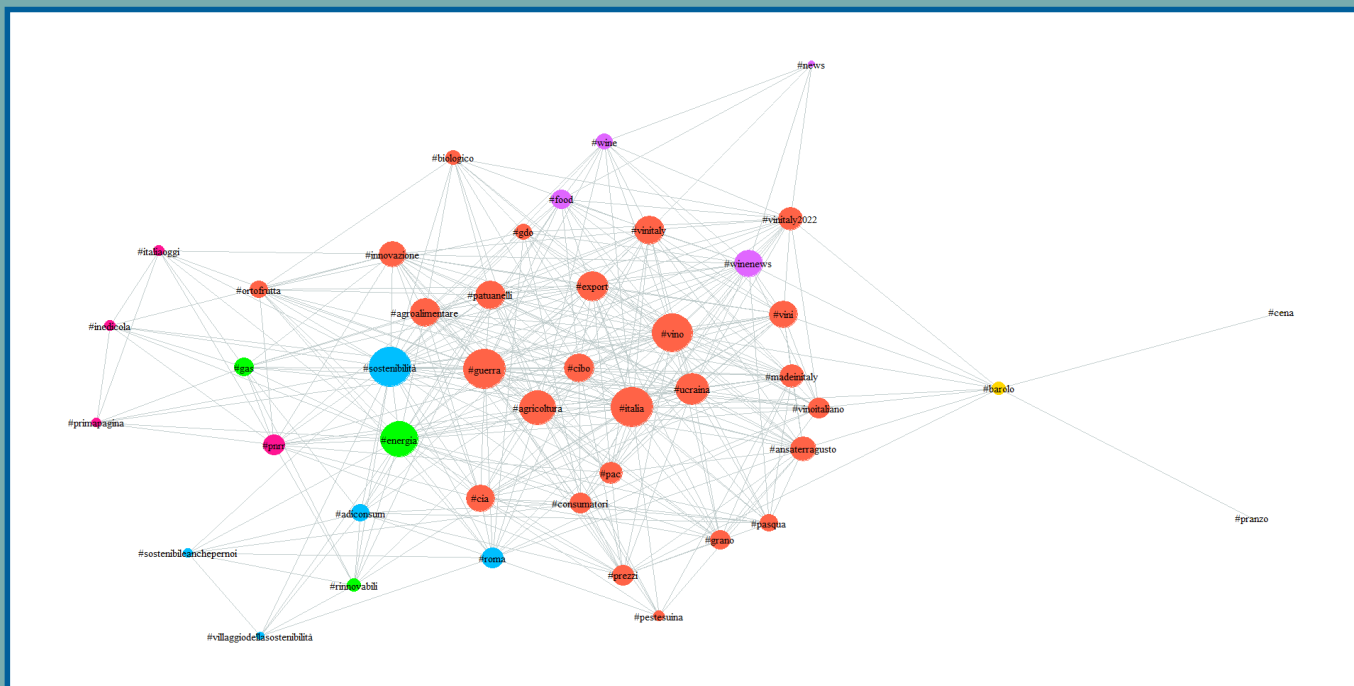
I PRINCIPALI TEMI DISCUSSI SU TWITTER E GLI UMORI DEGLI ADDETTI

richiede un intervento da parte della politica (#patuanelli e #pac). In prima battuta il problema della #guerra in #ucraina sta causando gravi danni economici sia per il settore #agroalimentare che, nello specifico, per l'agricoltura. Ad esempio, la carenza di #grano, con conseguente aumento dei #prezzi delle materie prime, minaccia sia l'economia che una crisi alimentare mondiale. Sotto questa prospettiva, si segnala il Decreto firmato dal Ministro Patuanelli (GU n. 126 del 31 maggio 2022) che rende operative le deroghe ai regolamenti comunitari sulla PAC relativi al pagamento greening, con un forte impatto sulla produzione agricola destinata all'alimentazione umana e del bestiame e contrastare l'aumento dei prezzi delle materie prime.

La crisi riguarda anche il comparto #vino (#vini, #vinoitaliano) nel mercato Russo provocando, quindi, enormi difficoltà per l'export dei prodotti #madeinitaly. In tale contesto, al fine di concedere maggiore flessibilità nella gestione dei progetti di promozione dell'OCM vino nei Paesi interessati dal conflitto russo-ucraino e Cina, a causa delle nuove misure adottate per il contenimento del Covid-19, è stata raggiunta l'intesa in Conferenza Stato-Regioni, attraverso un decreto proposto da Patuanelli. Inoltre, si segnala, il grave problema della #pestesuina per il settore zootecnico che oltre ad essere responsabile del caro materie prime, aggrava gli effetti negativi a livello globale della sicurezza alimentare.

Il secondo cluster (giallo) raggruppa hashtag quali #barolo, #pranzo, #cena, legati al premio internazionale ricevuto dal barolo al #vitaly2022. Per favorire la promozione dei territori, anche in chiave turistica, in Conferenza Stato-Regioni è stata raggiunta l'intesa su una serie di provvedimenti destinati al sostegno e allo sviluppo delle filiere agricole tra cui, in particolare con il Ministero del Turismo, si è provveduto all'avvio di un decreto relativo alla regolamentazione dei criteri e delle modalità per l'assegnazione di contributi a favore dei produttori di vino DOP, IGP e biologico, che esercitano anche attività agrituristiche e enoturistiche.

Il terzo cluster (verde) contiene hashtag quali #energia, #gas e #rinnovabili. A livello globale, il mutamento degli scenari energetici indotto dal conflitto





1. IL TERMOMETRO DELL' AGRICOLTURA

I PRINCIPALI TEMI DISCUSSI SU TWITTER E GLI UMORI DEGLI ADDETTI

russo-ucraino ha delineato la possibilità di rimodulare gli approvvigionamenti in modo da ridurre fortemente la dipendenza dall'estero. Il tema in discussione è molto acceso e si inquadra come la prima crisi del settore nel periodo della transizione ecologica.

Il quarto cluster (azzurro) riguarda il tema della #sostenibilità, affrontato presso il #villaggiodellassostenibilità, organizzato a #roma da #adiconsum dove si trattavano #sostenibileanchepernoi. Al fine di promuovere la sostenibilità, ed aumentare la consapevolezza sull'importanza del consumare sostenibile Adiconsum ha organizzato "Il Villaggio della Sostenibilità" nell'ambito del progetto "Sostenibile anche per noi" del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali (Avviso n. 2/2020), al fine di mettere in atto iniziative e momenti di confronto sui molteplici aspetti della sostenibilità dai modelli di produzione al consumo sostenibile.

Il quinto cluster (rosa) "#pnrr", "#italiaoggi", "#inedicola", "#primapagina". Le misure del PNRR rappresentano uno strumento a disposizione dell'agroalimentare italiano che opera in stretta sinergia con le misure della nuova PAC. In particolare, il piano agricoltura è articolato su tre maxi-aree di intervento, quali economia circolare e agricoltura sostenibile, contratti di filiera e di distretto e, infine, tutela del territorio e della risorsa idrica sviluppo di una filiera agroalimentare sostenibile.

Il sesto cluster (viola) "#winenews" "#food" "#wine" "#newsripercorre le tematiche riguardanti il vino riportate per il cluster rosso.

Il grafico temporale dei temi più rilevanti, eseguito con il pacchetto R "Idatuning", ha individuato sei raggruppamenti di tematiche come numero ottimale di Topic. Tra gli argomenti più discussi nell'arco temporale considerato resta sempre rilevante la tematica della sostenibilità, come una delle strade principali da perseguire per uscire da ogni crisi economica nell'agroalimentare. Si sussegue un accenno a Confagricoltura che si sta interessando a peste suina, vino, manodopera e sostenibilità. Quest'ultima è stata particolarmente rilevante visto l'evento "il Villaggio della Sostenibilità" da parte di adiconsum. Poi si susseguono tematiche inerenti alle problematiche scaturite dalla guerra, aumento dei prezzi, costi, rischio per la produzione e ai quali il governo deve trovare delle soluzioni. Non meno importante risulta l'acceso dibattito sul potenziale rischio di discriminazione nei programmi comunitari di promozione del settore vino.





2. IL QUADRO MACROECONOMICO DEL SETTORE AGRICOLO

L' ANDAMENTO DEL SETTORE AGRICOLO ATTRAVERSO L' ANALISI DELLE PRINCIPALI VARIABILI MACROECONOMICHE

Il primo trimestre del 2022 mostra un aumento del prodotto interno lordo pari a 0,1% rispetto al trimestre precedente e, pari al 6,2% rispetto al primo trimestre del 2021. La crescita congiunturale è il risultato degli effetti della pandemia, in quanto nel primo trimestre del 2021 si era già registrata una crescita di 0,5 punti percentuali. La buona performance si deve al contributo positivo delle componenti della domanda interna, in particolare gli investimenti. Nel dettaglio, rispetto al trimestre precedente, si rileva una diminuzione dello 0,6% dei consumi nazionali e un aumento del 3,9% degli investimenti fissi lordi. Andamenti congiunturali positivi per il valore aggiunto di agricoltura (1,8%) e industria (0,5%), mentre i servizi si riducono dello 0,1% (Figura 1 e figura 2).

Complessivamente, la spesa delle famiglie registra una diminuzione rispetto al trimestre precedente dello 0,9%; da un lato crescono gli acquisti di beni durevoli e semidurevoli, rispettivamente del 2,7% e del 2,4%, viceversa si riducono i consumi in beni non durevoli e quelli connessi ai servizi (Figura 2).

In buona ripresa anche il comparto occupazionale, in particolare le ore lavorate e le unità di lavoro. Nel primo trimestre del 2022, le ore di lavoro aumentano di 1,5 punti percentuali rispetto al trimestre precedente, risultato favorito dalla crescita delle ore nel comparto agricoltura (+2,1%) e nell'industria (+2,3%). Le unità di lavoro registrano una ripresa dell'1,7% per effetto di una crescita generalizzata in tutti e tre i comparti economici, con particolare riguardo al primo e al secondo settore. I redditi da lavoro dipendente pro-capite sono invece stazionari, con un aumento nel settore industria e servizi e, viceversa, una riduzione nel comparto agricolo (Figura 3).



Fig.1- PIL e Valore aggiunto per comparti produttivi - variazione congiunturale e tendenziale - I trimestre 2022

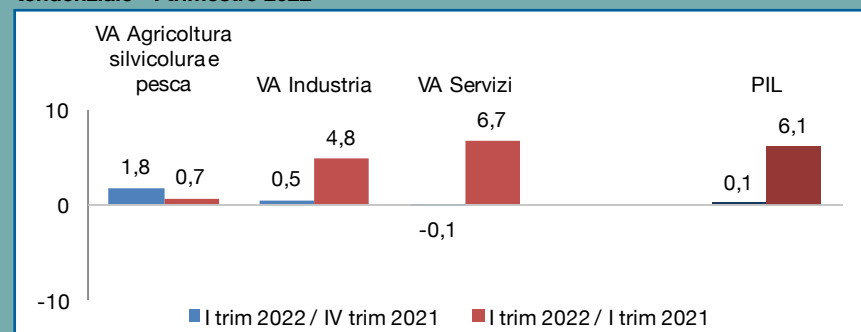


Fig.2 - I principali componenti della domanda interna - Variazione congiunturale

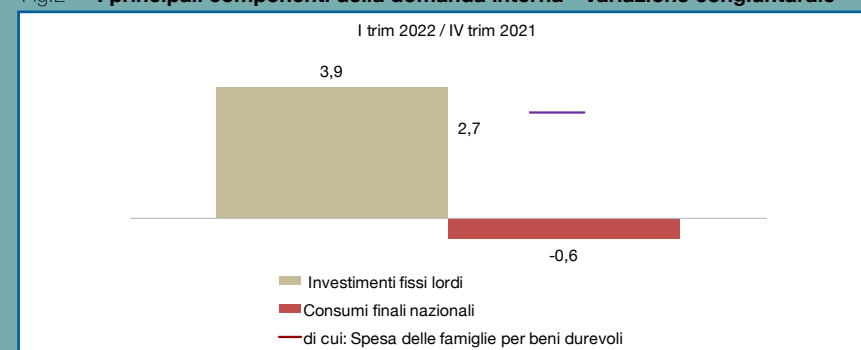
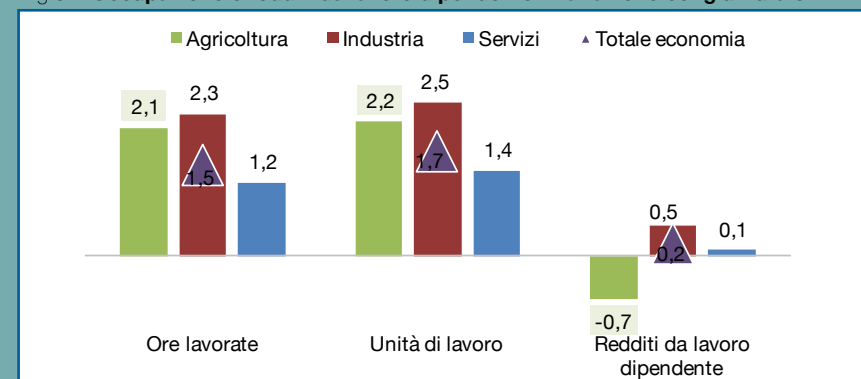


Fig.3 - Occupazione e redditi da lavoro dipendente - Variazione congiunturale





3. L'INDUSTRIA ALIMENTARE E DELLE BEVANDE

PRODUZIONE, FATTURATO E PREZZI DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE E DELLE BEVANDE

Nel I trimestre del 2022, l'indice della produzione dell'industria alimentare ha mostrato un aumento di 2,2 punti percentuali rispetto al medesimo periodo del 2021, con un picco nel mese di marzo (tabella 1). Quasi tutti i comparti registrano segni positivi. In particolare, il comparto della produzione di altri prodotti alimentari ha registrato l'incremento maggiore mentre, in controtendenza, l'industria lattiero-casearia e della produzione di prodotti per l'alimentazione degli animali. Per quanto riguarda l'industria delle bevande, l'indice mostra una crescita di 12 punti percentuali rispetto al medesimo periodo del 2021, con un picco di 19 punti nel mese di febbraio. Questo risultato è dovuto alle ottime performance della distillazione, rettifica e miscelatura degli alcolici.



Tab.1 - **Variazione trimestrale percentuale dell'indice della produzione dell'industria alimentare e delle bevande per comparti (2022/2021)** (dati corretti per effetto del calendario)

INDUSTRIA ALIMENTARE E DELLE BEVANDE	ott-21	nov-21	dic-21	IV TRIM 2021/2020
Industrie alimentari	-1,6	1,2	6,9	2,2
Lavorazione e conservazione di carne e produzione di prodotti a base di carne	1,6	-9,1	0,0	-2,5
Lavorazione e conservazione di pesce, crostacei e molluschi	1,8	2,2	11,2	5,1
Lavorazione e conservazione di frutta e ortaggi	2,6	0,7	1,2	1,5
Produzione di oli e grassi vegetali e animali	-2,4	4,9	18,7	7,1
Industria lattiero-casearia	-6,6	-3,8	-6,4	-5,6
Lavorazione delle granaglie, produzione di amidi e di prodotti amidacei	-5,9	3,3	14,6	4,0
Produzione di prodotti da forno e farinacei	-5,7	-3,8	10,2	0,2
Produzione di altri prodotti alimentari	6,4	20,3	22,2	16,3
Produzione di prodotti per l'alimentazione degli animali	-10,6	-5,6	1,7	-4,8
Industria delle bevande	2,6	18,8	14,4	11,9
Distillazione, rettifica e miscelatura degli alcolici	30,2	54,9	82,4	55,8
Produzione di vini da uve	-5,2	7,1	-3,3	-0,5
Produzione di birra	9,7	32,2	18,9	20,3
Industria delle bibite analcoliche, delle acque minerali e di altre acque in bottiglia	-0,3	16,4	11,7	9,3
Attività manifatturiere	-3,2	3,7	3,6	1,4



3. L'INDUSTRIA ALIMENTARE E DELLE BEVANDE

PRODUZIONE, FATTURATO E PREZZI DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE E DELLE BEVANDE

Gli indici del fatturato dell'industria alimentare e delle bevande segnano variazioni positive sia sul mercato estero che su quello interno (figura 1). Il fatturato dell'industria alimentare cresce di 16 punti percentuali nel complesso e di 21 punti sui mercati esteri, mentre quello delle bevande cresce di 19 e di 28 punti rispettivamente.

L'indice dei prezzi alla produzione dell'industria alimentare segna variazioni positive sia sul mercato interno che estero; in particolare, sul mercato interno l'indice cresce di 11 punti percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (figura 2). Anche l'indice dei prezzi alla produzione delle bevande cresce (di 4,4 punti percentuali) grazie all'aumento sul mercato interno e su quello estero.

Fig.1 - **Variazione percentuale dell'indice del fatturato dell'industria alimentare e delle bevande I TRIM (2022-2021)**

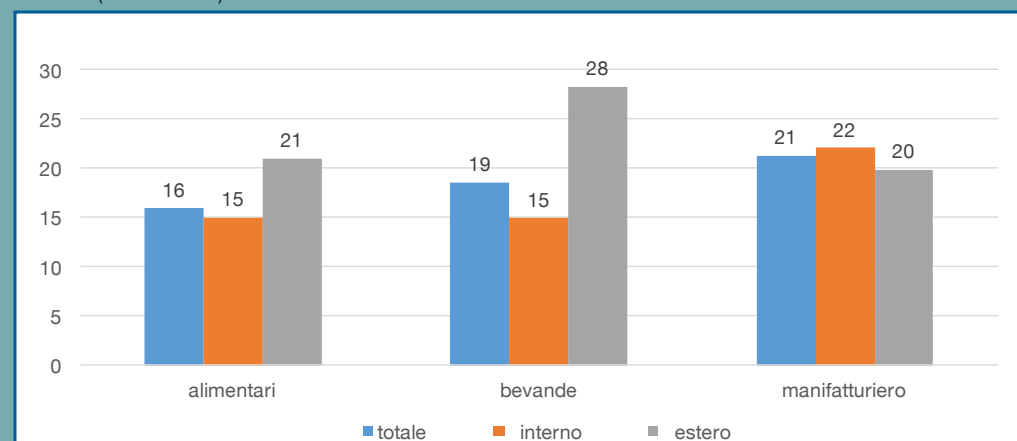
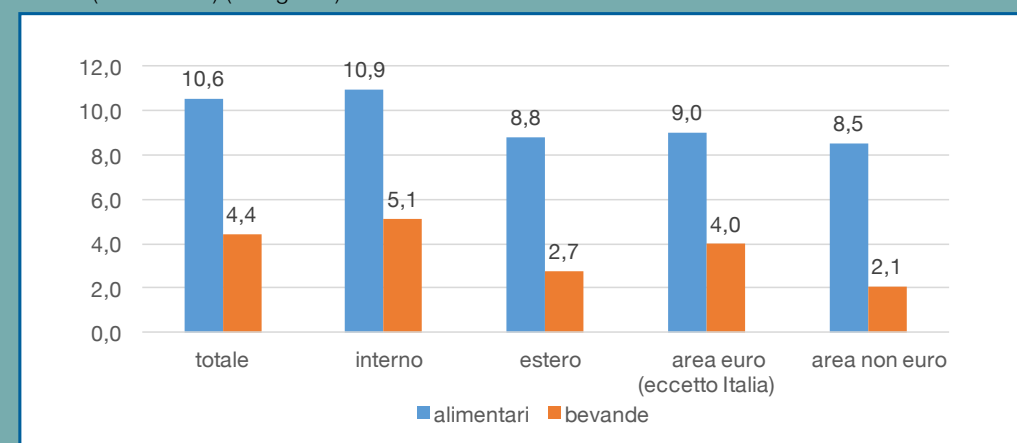


Fig.2 - **Variazione percentuale dell'indice dei prezzi alla produzione nel I TRIM (2022-2021) (dati grezzi)**



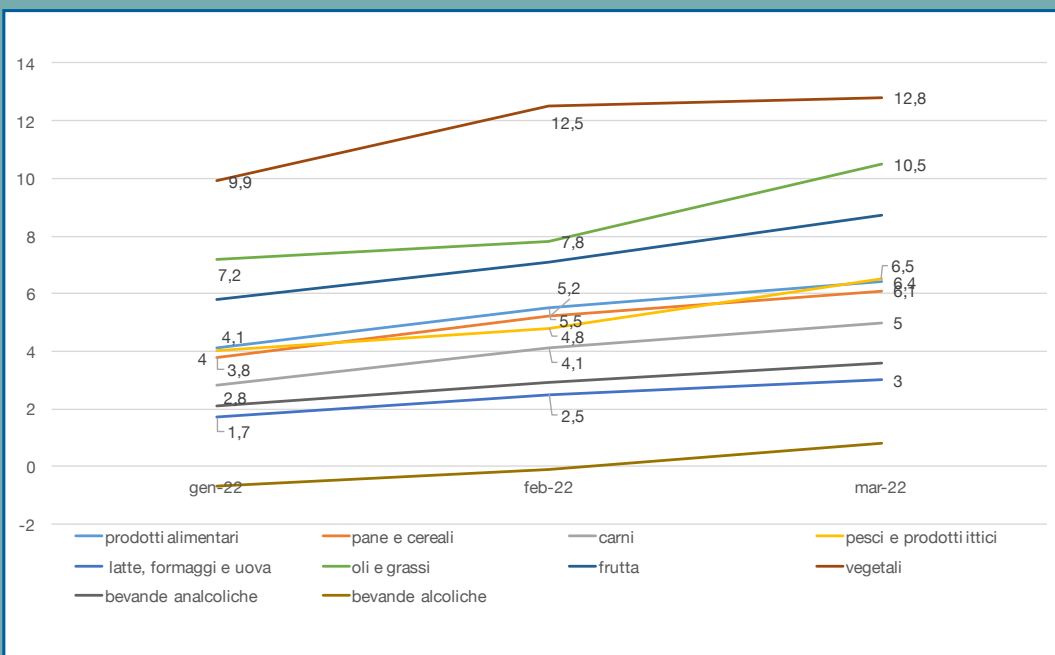


3. L'INDUSTRIA ALIMENTARE E DELLE BEVANDE

PRODUZIONE, FATTURATO E PREZZI DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE E DELLE BEVANDE

Nel I trimestre 2022 l'indice armonizzato dei prezzi al consumo dei prodotti alimentari e delle bevande analcoliche ha un andamento crescente rispetto al medesimo periodo del 2021 (figura 3) mentre, i prezzi al consumo delle bevande alcoliche registrano una flessione e quelli delle bevande analcoliche un aumento inferiore a quello dei prodotti alimentari. Da sottolineare l'incremento dell'indice dei prezzi al consumo della frutta e dei vegetali, che a marzo è stato pari a quasi 9 e 13 punti percentuali.

Fig.3 - **Andamento delle variazioni percentuali dell'indice armonizzato dei prezzi al consumo nel I TRIM 2022 (2022/2021)**





4. IL COMMERCIO CON L'ESTERO DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI

IMPORT ED EXPORT DEI PRODOTTI AGROALIMENTARE CON I PRINCIPALI PAESI PARTNER E PER I PRINCIPALI COMPARTI

Nel I trimestre 2022 le esportazioni agroalimentari (AA) dell'Italia superano i 13,8 miliardi di euro, in crescita del 19% rispetto al I trimestre 2021, con un'ulteriore accelerazione rispetto al già ottimo andamento dei trimestri precedenti. In ulteriore crescita anche le importazioni agroalimentari, che aumentano in valore del 33,2%, dopo il +24,5% del trimestre precedente.

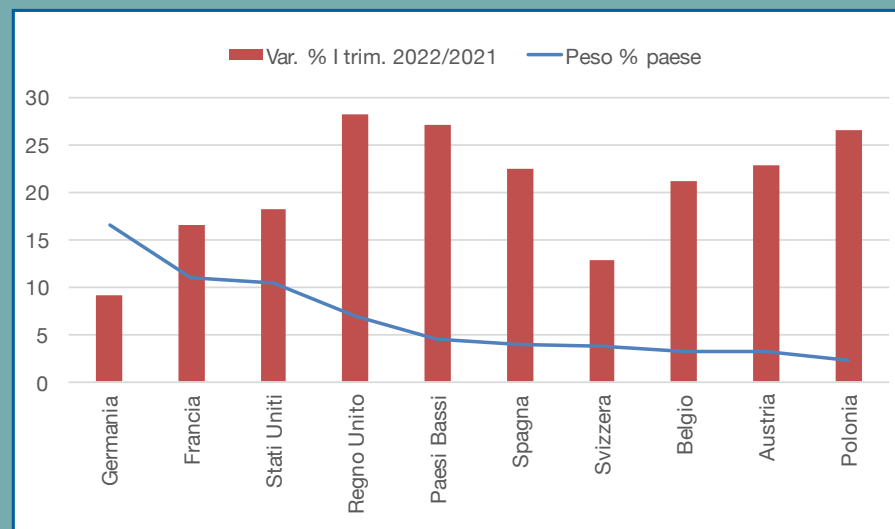
L'aumento delle esportazioni agroalimentari riguarda tutti i principali clienti, con incrementi compresi tra il +9% verso la Germania e il +28% verso il Regno Unito. Va sottolineato che nel I trimestre 2021, le esportazioni agroalimentari verso il mercato britannico avevano evidenziato un calo superiore al 10%, mentre nei primi tre mesi del 2022 la crescita verso questo mercato interessa tutti i principali prodotti, soprattutto pasta e spumanti DOP.

Anche dal lato delle importazioni, gli aumenti, nel trimestre analizzato, riguardano tutti i principali fornitori, con variazioni percentuali comprese tra il +12% dall'Ungheria e il +48% dal Brasile, quest'ultimo legato soprattutto ai maggiori acquisti di caffè greggio. Anche gli acquisti da Spagna e Paesi Bassi crescono in valore di oltre il 30%.

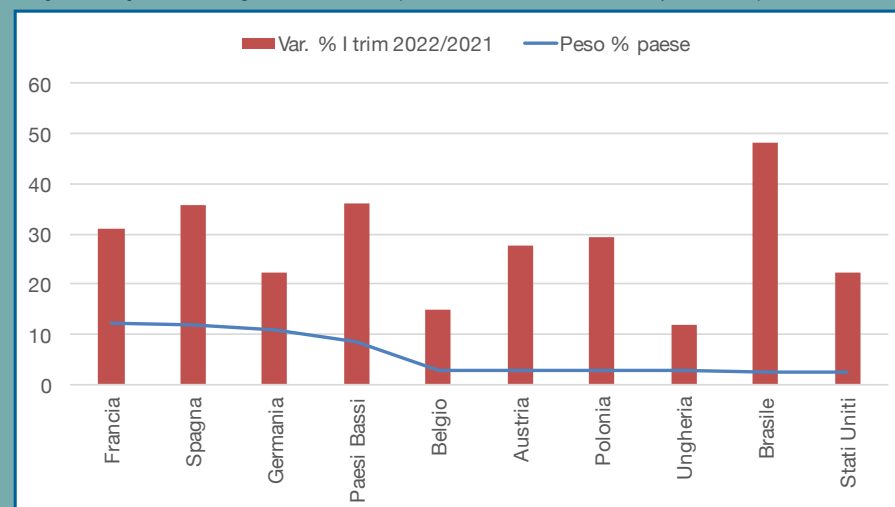
Gli effetti della crisi russo-ucraina sugli scambi sono particolarmente visibili già nel mese di marzo, con l'import agroalimentare dell'Italia dall'Ucraina in calo in valore del 13%, rispetto a marzo 2021, e l'export agroalimentare verso la Russia in contrazione di oltre il 30%.



Export di prodotti agroalimentari (I trim 2022/2021 - Principali Paesi)



Import di prodotti agroalimentari (I trim. 2022/2021 - Principali Paesi)





4. IL COMMERCIO CON L'ESTERO DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI

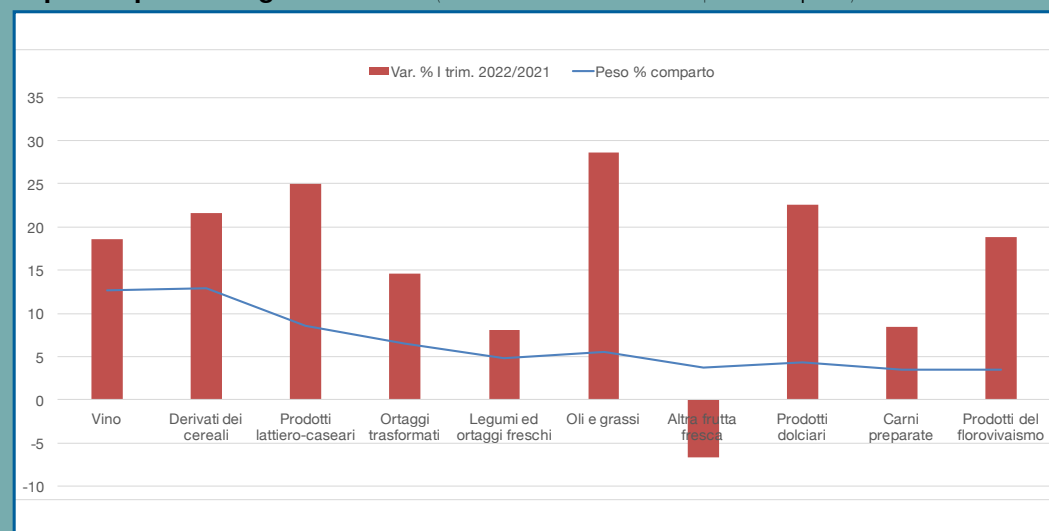
IMPORT ED EXPORT DEI PRODOTTI AGROALIMENTARE CON I PRINCIPALI PAESI PARTNER E PER I PRINCIPALI COMPARTI

Nel I trimestre 2022 le vendite all'estero di vino, principale comparto di esportazione dell'agroalimentare italiano, crescono di oltre il 18%, a ritmo più sostenuto rispetto al precedente trimestre. Le vendite di derivati dei cereali, prodotti lattiero-caseari, prodotti dolciari e oli e grassi aumentano di oltre il 20%. Mentre la frutta fresca, come già successo nel trimestre precedente, è l'unico dei principali comparti di esportazione in calo (in valore e quantità) nel I trimestre 2022. A incidere sono soprattutto le minori vendite all'estero di mele e pere, queste ultime in calo di oltre il 60% sia in valore che in quantità.

Dal lato delle importazioni, nel I trimestre 2022 si registrano aumenti in valore molto elevati per tutti i principali comparti. L'import di cereali e "cacao, caffè, tè e spezie" cresce di oltre il 55%. Quello di "oli e grassi" di circa il 27%, come pure per i prodotti ittici, le carni e i prodotti lattiero-caseari.

Va tuttavia precisato che, sia per l'import che per l'export, l'aumento dei prezzi incide molto sull'andamento degli scambi, pertanto ai netti aumenti in valore spesso corrispondono incrementi dei volumi scambiati molto più contenuti o addirittura in calo.

Export di prodotti agroalimentari (I trim 2022/2021 - Principali Comparti)



Import di prodotti agroalimentari, (I trim. 2022/2021 - Principali Comparti)

