



ISSN 2612-6419



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.11 II TRIMESTRE 2021**



SENTIMENT IN AGRICOLTURA

67% giudizi positivi e molto positivi
2% giudizi neutri
31% negativi e molto negativi



IL QUADRO DEL SETTORE AGRICOLO

+17,3% PIL
+3% VA agricoltura



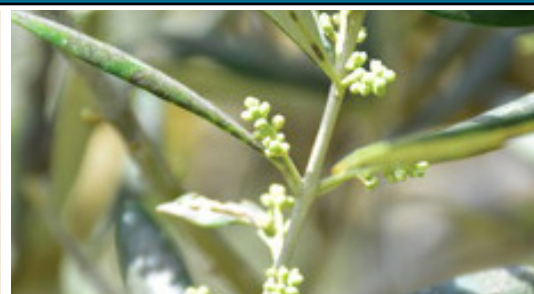
INDUSTRIA ALIMENTARE E DELLE BEVANDE

+5,7% Produzione IA
+27,6% Produzione industria delle bevande



COMMERCIO CON L'ESTERO DELL'AGROALIMENTARE

+23% Export agroalimentare
+20% Import agroalimentare





1. IL TERMOMETRO DELL' AGRICOLTURA

I PRINCIPALI TEMI DISCUSSI SU TWITTER E GLI UMORI DEGLI ADDETTI

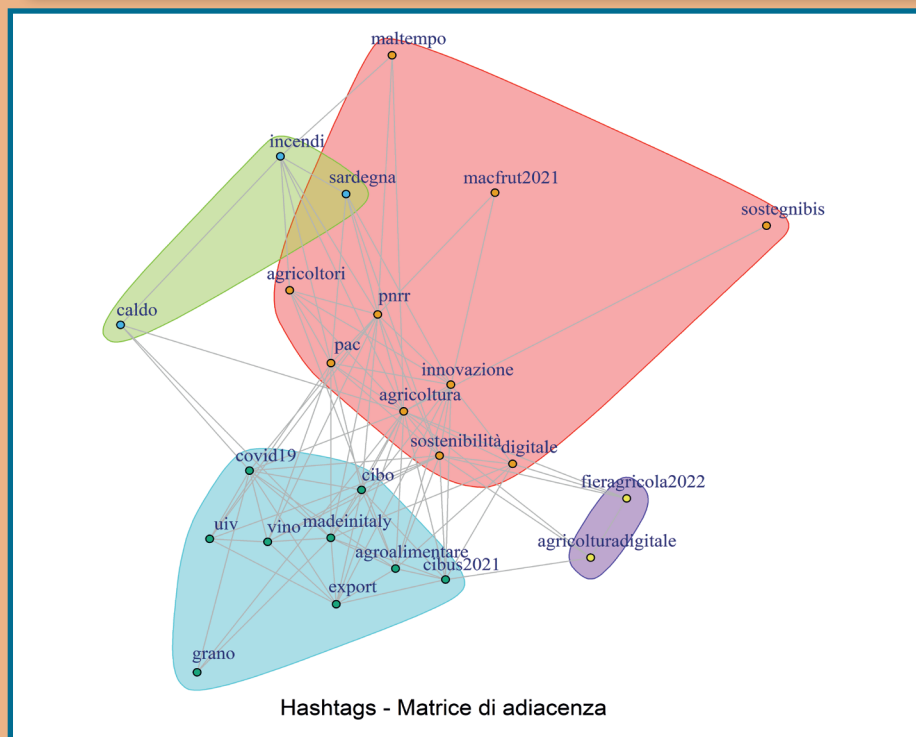
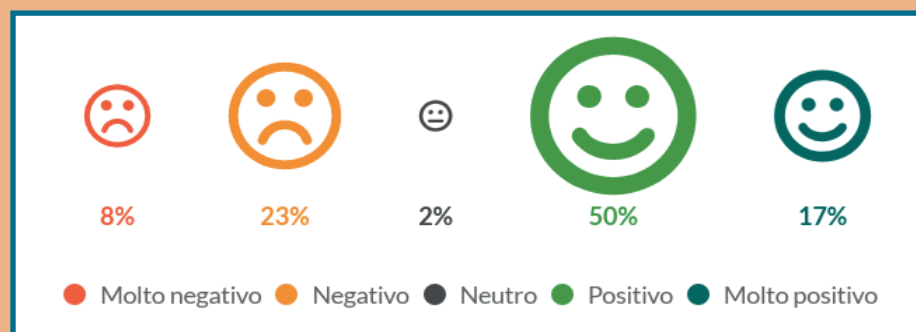
L'analisi del sentimento del settore agricolo e agroalimentare analizza i tweet registrati per il periodo dal 6 giugno 2021 al 12 settembre 2021, arco temporale in cui la campagna vaccinale ha raggiunto l'80% nelle prime somministrazioni e una ripresa totale delle attività economiche del Paese, favorite dall'istituzione della cosiddetta zona "bianca" in tutte le regioni.

L'analisi poggia su 2.453 tweets, individuati attraverso termini specifici riconducibili alle tematiche che hanno caratterizzato il periodo di riferimento.

I risultati, pur mostrando un ampio clima di fiducia per gli addetti del settore, presentano una diminuzione (-2%) del sentimento di fiducia rispetto al periodo precedente, con una percentuale dei tweet con giudizi positivi e molto positivi pari nel complesso al 67%. Viceversa, si è avuto un aumento del 2% di tweet con giudizi negativi e molto negativi, passati al 31%. Infine, i tweet con giudizi neutrali sono rimasti pressoché stabili al 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 principali, alcuni collegati tra loro.

L'analisi ha individuato 4 cluster, di cui solo 2 (verde e rosso) mostrano un elemento in comune (#sardegna). Il primo cluster (verde) raggruppa tematiche legate al fenomeno degli incendi estivi che ha colpito molte regioni, tra cui in particolare la #sardegna, per le quali è stato dichiarato lo stato di emergenza. Il problema è stato quest'anno particolarmente intenso ed ha spinto il Governo a varare una serie di provvedimenti finalizzati a rafforzare le azioni di prevenzione degli incendi boschivi e il contrasto attivo agli stessi, incrementando le risorse finanziarie dedicate e prevedendo pene più aspre per chi provoca roghi. Il cluster verde si unisce al secondo (rosso) per gli aspetti legati ai #sostegnibis, provvedimento che, destinando oltre 2 miliardi di euro all'agricoltura, rappresenta un reale volano per il rilancio dell'intero settore, e agevola misure





1. IL TERMOMETRO DELL' AGRICOLTURA

I PRINCIPALI TEMI DISCUSSI SU TWITTER E GLI UMORI DEGLI ADDETTI

concrete riguardanti la fiscalità del lavoro, l'imprenditoria femminile e giovanile, il rilancio degli allevamenti e degli agriturismi, i risarcimenti per il maltempo. Nel secondo cluster (rosso) sono presenti, inoltre, tematiche legate strettamente alla #pac, alla #sostenibilità, all'#innovazione, al #digitale, all'#agricoltura, associate, appunto, al #pnrr e ai #sostegnibis. Infine, troviamo il riferimento a #macfrut2021, evento tenutosi a Rimini dal 7 al 9 settembre e che rappresenta una vetrina dell'innovazione in agricoltura per un settore sempre più al centro di una vera e propria rivoluzione tecnologica.

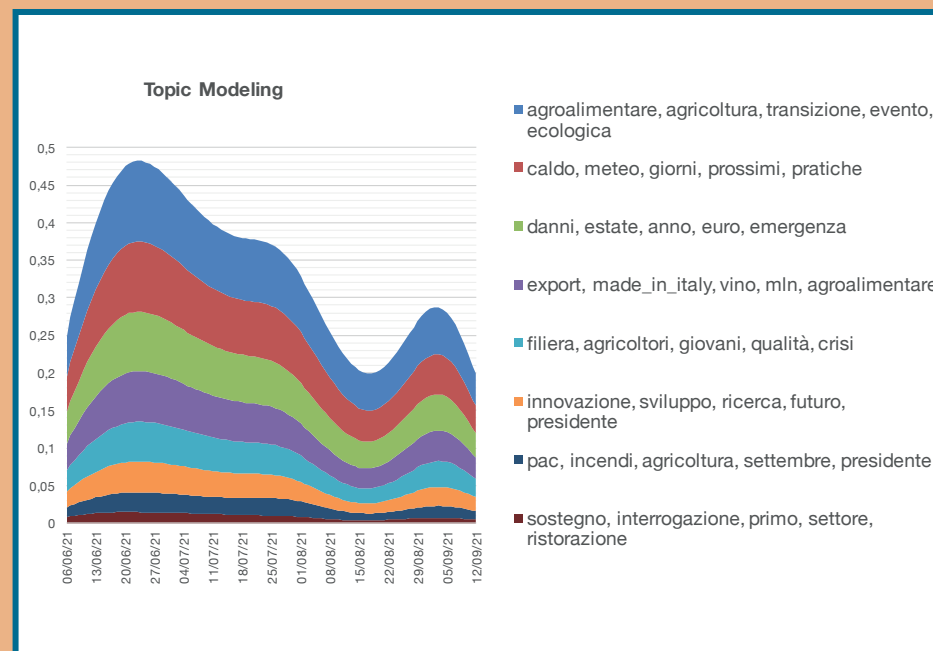
Il terzo cluster (celeste) riguarda, in particolare, temi specifici della filiera agroalimentare in relazione al #covid19, con hashtag quali #agroalimentare, #cibo, #madeinitaly, #export, #grano e #vino. Anche in questo gruppo è presente un evento mondiale, #cibus2021, Salone internazionale dell'alimentazione, ovvero la fiera annuale del Made in Italy.

Infine, l'ultimo cluster (viola), raggruppa solo due tematiche, molto legate tra loro, la #fieragricola2022 e l'#agricolturadigitale. Infatti, la fiera internazionale dell'agricoltura si focalizza sempre più verso l'#agricoltura digitale e le agroenergie, riguardo aspetti quali la meccanica agricola, la zootecnia, le agro-forniture, le energie rinnovabili e i servizi, nell'ottica di un'agricoltura sempre più multifunzionale.

Infine, è bene sottolineare che nel periodo analizzato, i 3 eventi precedentemente descritti, #macfrut2021, #cibus2021 e #fieragricola2022, si sono potuti svolgere tutti in presenza rappresentando, quindi, una grande occasione di ripartenza a pieno ritmo dell'intero settore agroalimentare.

Il grafico temporale dei temi più rilevanti, eseguito con il pacchetto R "ldatuning", ha individuato otto raggruppamenti di tematiche come numero ottimale di Topic. Tra gli argomenti più discussi si evidenzia la fase di transizione ecologica, già presente nel periodo precedente, ma che ora riceve maggior enfasi. Seguono problematiche climatiche relative al caldo, l'export del made in Italy, crisi di filiera che può colpire i giovani

agricoltori e la qualità dei prodotti, l'investire in innovazione, sviluppo e ricerca. Infine, la PAC a supporto dei danni territoriali (incendi estivi) ed il continuo interesse a sostenere il settore della ristorazione.



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 MAL (Morphologically-Inflected Affective Lexicon) sviluppata dal CREA-PB e dalla Università di Torino (Vassallo, Gabrieli, Basile, Bosco, 2019).



2. IL QUADRO MACROECONOMICO DEL SETTORE AGRICOLO

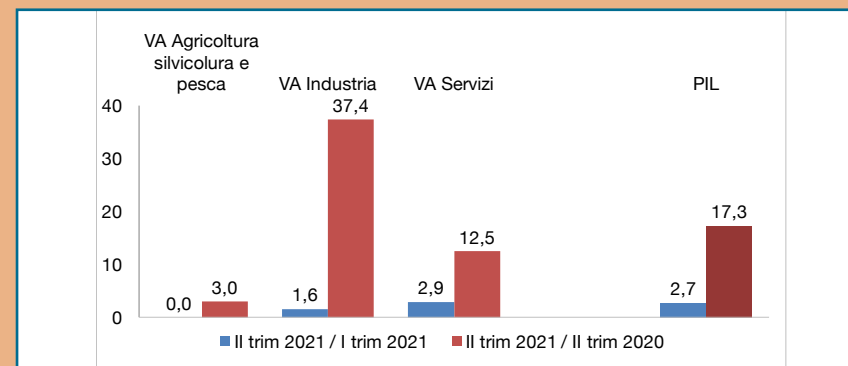
L' ANDAMENTO DEL SETTORE AGRICOLO ATTRAVERSO L' ANALISI DELLE PRINCIPALI VARIABILI MACROECONOMICHE

Nel secondo trimestre del 2021, la variazione del PIL è positiva, sia nei confronti del trimestre precedente (+2,7%) sia nei confronti del medesimo trimestre dell'anno precedente (+17,3%). Ciò favorisce un incremento del valore aggiunto in tutti i settori economici.

Il risultato positivo dell'attività produttiva registrata nel II trimestre è riconducibile a un incremento generale delle componenti della domanda interna: crescono i consumi finali nazionali (+3,4%), gli investimenti fissi lordi (+2,4%) e le importazioni ed esportazioni (Figura 1 e 2).



Fig.1- **PIL e Valore aggiunto per comparti produttivi - variazione congiunturale e tendenziale - II trimestre 2021**



Rispetto al trimestre precedente, l'aumento dei consumi è dovuto a un aumento della spesa delle famiglie sia per i beni durevoli, sia per i beni non durevoli e semi durevoli.

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





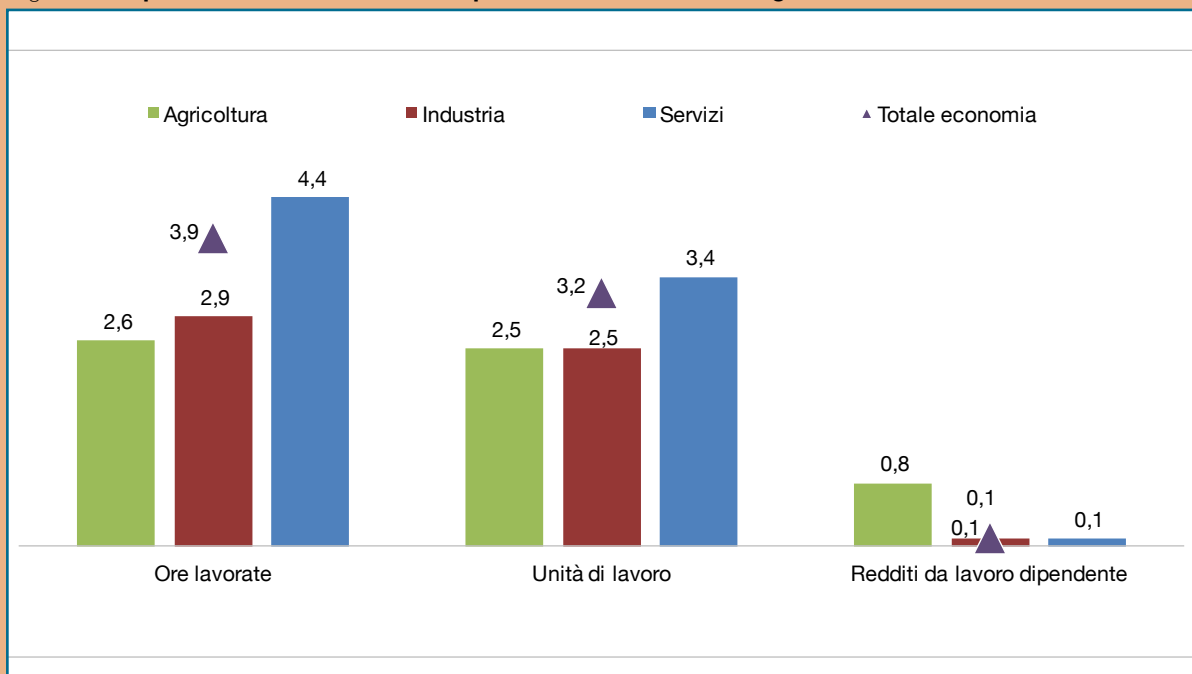
2. IL QUADRO MACROECONOMICO DEL SETTORE AGRICOLO

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

Valori positivi anche nel comparto occupazionale, con un maggior impiego di manodopera in tutti i settori economici e un lieve incremento anche nei redditi da lavoro dipendente (Figura 3).

A livello di settori, la branca agricoltura, silvicoltura e pesca impiega un maggiore quantitativo di manodopera (+2,6%), con un aumento anche dei salari (+0,8%). Un andamento molto simile si registra nel settore secondario e in quello dei servizi. Complessivamente, dall'inizio della pandemia, i risultati economici registrati nel II trimestre 2021, in particolare quelli occupazionali, denotano piena fiducia nella ripresa delle attività economiche.

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 II trimestre del 2021, l'indice della produzione dell'industria alimentare ha mostrato un aumento di 5,7 punti percentuali rispetto al medesimo periodo del 2020, con un picco nel mese di giugno (tab.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, il comparto della lavorazione delle granaglie, che segna una diminuzione di 7,1 punti percentuali dell'indice. Per quanto riguarda l'industria delle bevande, l'indice mostra una crescita di 27,6 punti percentuali rispetto al medesimo periodo del 2020, con un picco di 31 punti nel mese di maggio. Nel dettaglio, da segnalare la produzione di vini, che cresce dell'11% grazie ai buoni risultati relativi al mese di giugno e la produzione di birra, che segna un aumento di ben 37 punti, con un picco di 48 punti nel mese di aprile.

Tab.1 - **Variazione percentuale dell'indice della produzione dell'industria alimentare e delle bevande per comparti nel II TRIM 2021** (2021/2020) (dati corretti per effetto del calendario)

INDUSTRIA ALIMENTARE E DELLE BEVANDE	apr-21	mag-21	giu-21	II TRIM 2021/2020
Industrie alimentari	5,3	5,6	6,1	5,7
Lavorazione e conservazione di carne e produzione di prodotti a base di carne	11,5	3,3	1,5	5,4
Lavorazione e conservazione di pesce, crostacei e molluschi	5,5	-4,4	-2,4	-0,4
Lavorazione e conservazione di frutta e ortaggi	2,2	-3	7,4	2,2
Produzione di oli e grassi vegetali e animali	-6,6	29,1	12	11,5
Industria lattiero-casearia	4,7	-0,5	0,2	1,5
Lavorazione delle granaglie, produzione di amidi e di prodotti amidacei	-7,9	-9,9	-3,6	-7,1
Produzione di prodotti da forno e farinacei	-6	-2	4	-1,3
Produzione di altri prodotti alimentari	26,1	23,6	16,7	22,1
Produzione di prodotti per l'alimentazione degli animali	2,7	0,7	0,6	1,3
Industria delle bevande	29,8	31,1	21,8	27,6
Distillazione, rettifica e miscelatura degli alcolici	97,5	97,2	71,3	88,7
Produzione di vini da uve	7,7	11,8	13,5	11,0
Produzione di birra	47,8	39,4	24,2	37,1
Industria delle bibite analcoliche, delle acque minerali e di altre acque in bottiglia	18,6	16,4	6	13,7
Attività manifatturiere	49,7	22	14,7	28,8





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 (fig.1). Il fatturato dell'industria alimentare cresce di 8 punti percentuali nel complesso e di 14 punti sui mercati esteri mentre quello delle bevande cresce rispettivamente di 31 e di 36 punti, avvicinandosi alla media del settore manifatturiero nel suo complesso.

L'indice dei prezzi alla produzione dell'industria alimentare segna variazioni positive sia sul mercato interno che estero; in particolare, nell'area non euro l'indice dei prezzi dell'industria alimentare cresce di 2 punti percentuali (fig. 2). L'indice dei prezzi alla produzione delle bevande è caratterizzato da una riduzione di 1 punto percentuale; sul mercato estero, la contrazione dell'indice dei prezzi è pari a 2 punti percentuali e a 3 punti nell'area non euro.

Fig.1- **Variazione dell'indice del fatturato dell'industria alimentare e delle bevande II TRIM (2021-2020)**

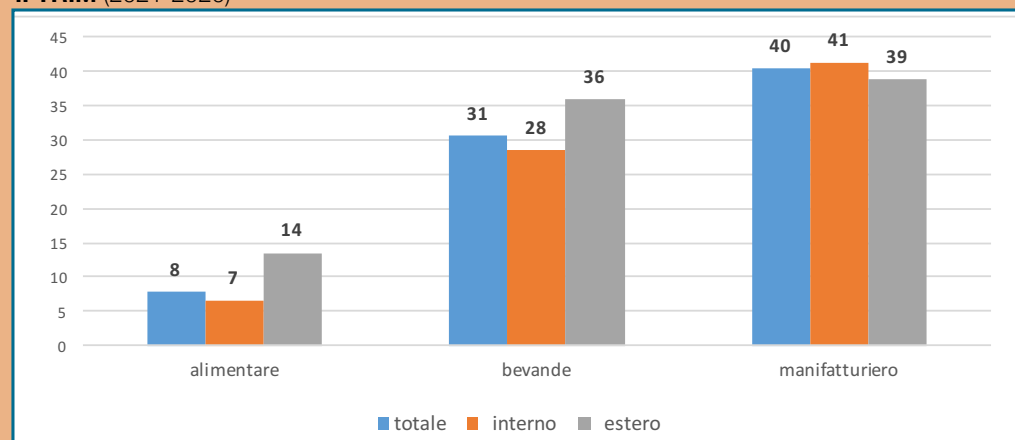
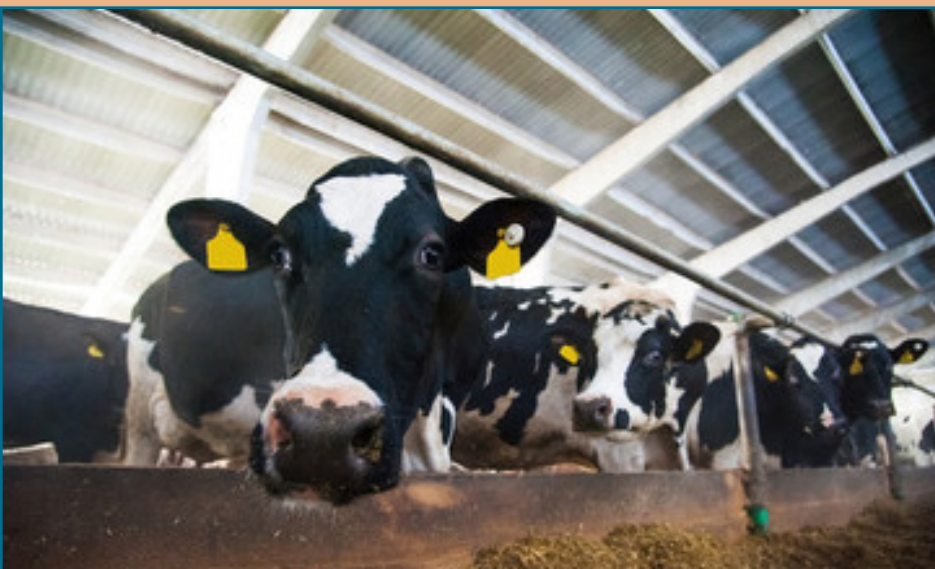
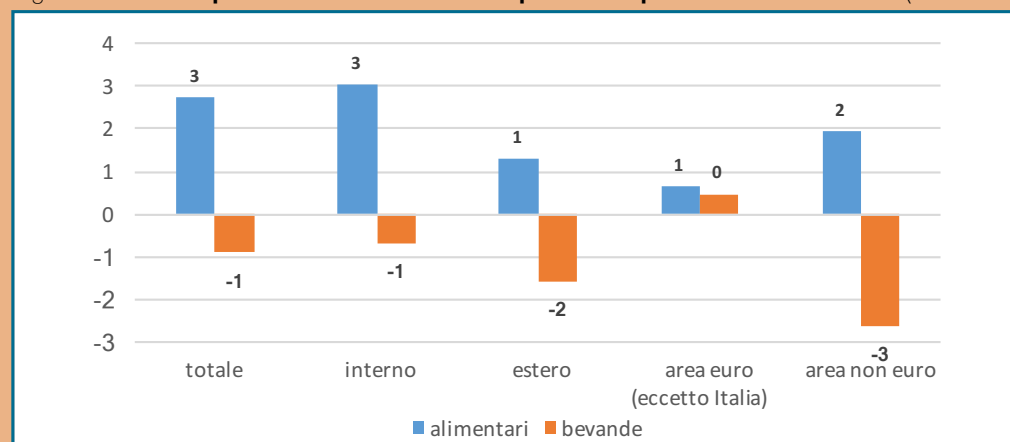


Fig.2 - **Variazione percentuale dell'indice dei prezzi alla produzione nel II TRIM (2021-2020)**





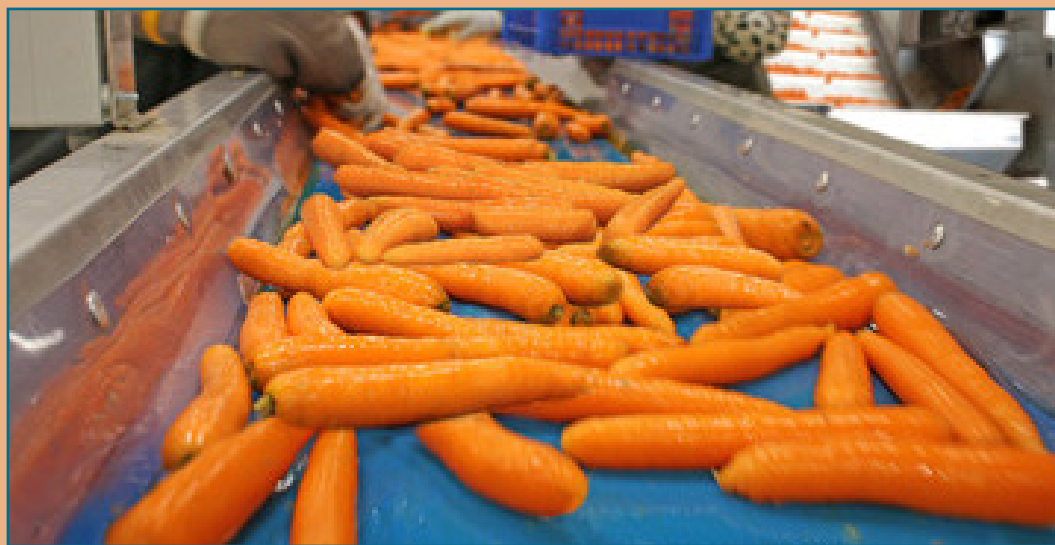
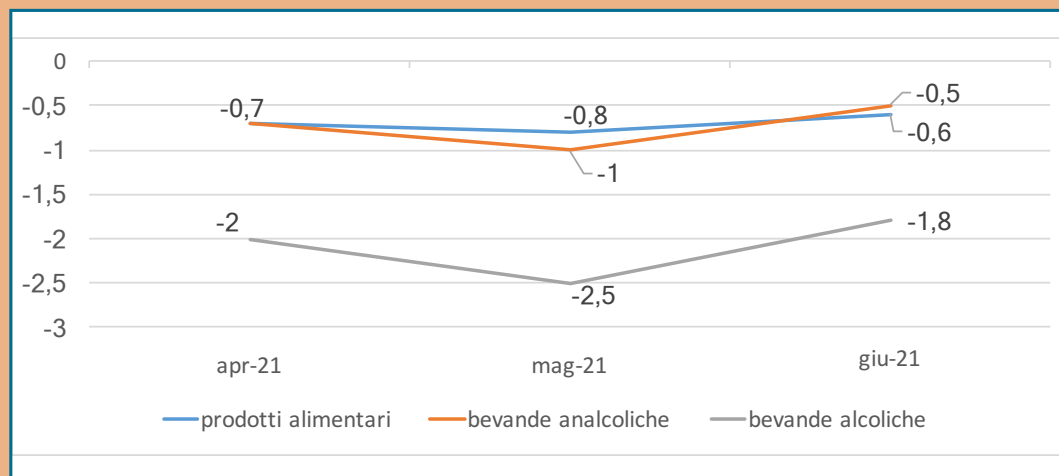
3. L'INDUSTRIA ALIMENTARE E DELLE BEVANDE

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

Nel II trimestre 2021 l'indice armonizzato dei prezzi al consumo dei prodotti alimentari e delle bevande analcoliche segna una contrazione di circa un punto percentuale rispetto al 2020 (fig. 3) mentre, i prezzi al consumo delle bevande alcoliche registrano una flessione che a maggio tocca -2,5 punti percentuali, rispetto al medesimo periodo del 2020.



Fig.3 - Andamento delle variazioni percentuali dell'indice armonizzato dei prezzi al consumo nel II TRIM 2021 (2021/2020)





4. IL COMMERCIO CON L'ESTERO DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI

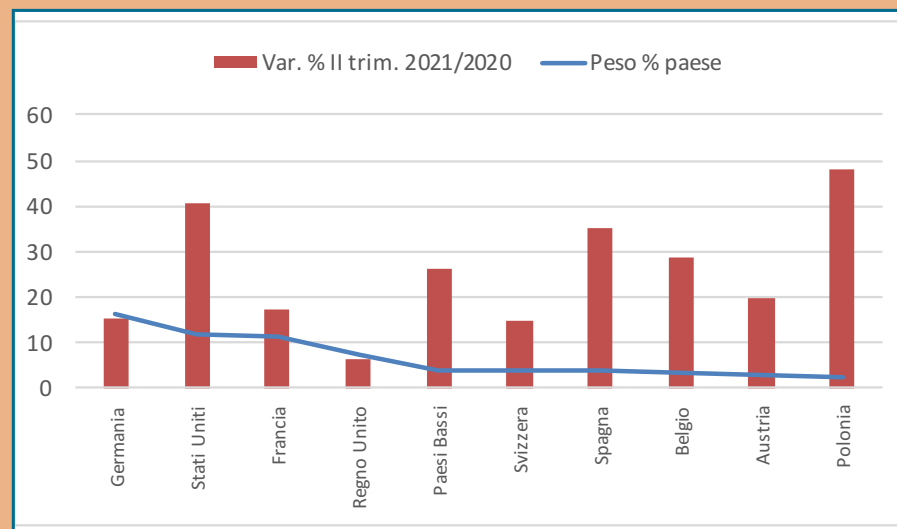
IMPORT ED EXPORT DEI PRODOTTI AGROALIMENTARE CON I PRINCIPALI PAESI PARTNER E PER I PRINCIPALI COMPARTI

Nel II trimestre 2021 le esportazioni agroalimentari (AA) dell'Italia superano i 12,6 miliardi di euro, con una crescita del 23% rispetto al II trimestre 2020, quando gli effetti derivanti dalla pandemia avevano determinato un calo vicino al 5%. In netto aumento nel II trimestre 2021 anche le importazioni agroalimentari (+20%), che nello stesso periodo del 2020 avevano segnato una contrazione di quasi il 12%.

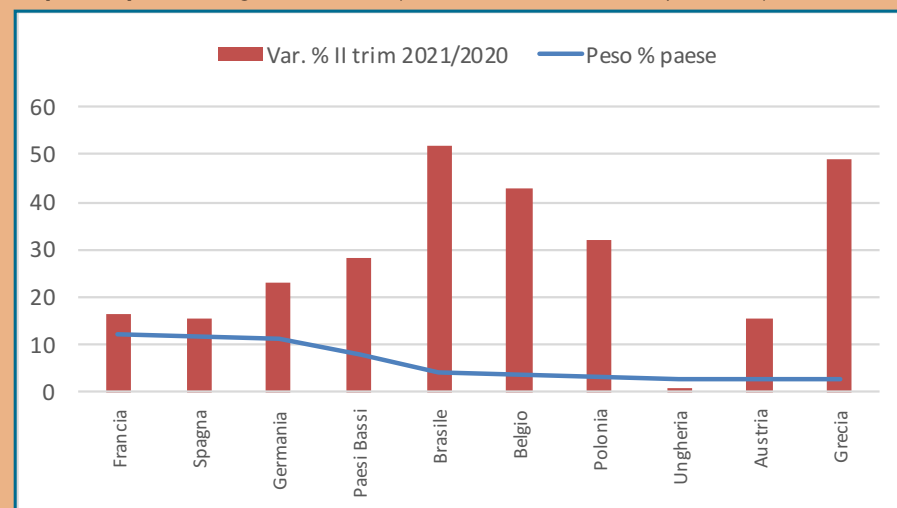
La crescita delle esportazioni riguarda tutti i principali clienti. Particolarmente elevato l'aumento verso gli USA (+40,8%) che diventano, nel periodo analizzato, il secondo principale cliente per l'agroalimentare italiano, dopo la Germania. A trainare tale crescita sono quei prodotti più colpiti nel 2020 dagli effetti derivanti dal Covid, come vini, carni preparate e prodotti lattiero-caseari.

Anche dal lato delle importazioni, gli aumenti, nel trimestre analizzato, riguardano tutti i principali fornitori, con incrementi intorno al 50% per Brasile e Grecia. Per il Brasile a incidere sono soprattutto le maggiori importazioni di semi di soia e prodotti derivati, mentre per la Grecia l'aumento è trainato dai maggiori acquisti di olio di oliva.

Export di prodotti agroalimentari (II trim. 2021/2020 - Principali Paesi)



Import di prodotti agroalimentari (II trim. 2021/2020 - Principali Paesi)





4. IL COMMERCIO CON L'ESTERO DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI

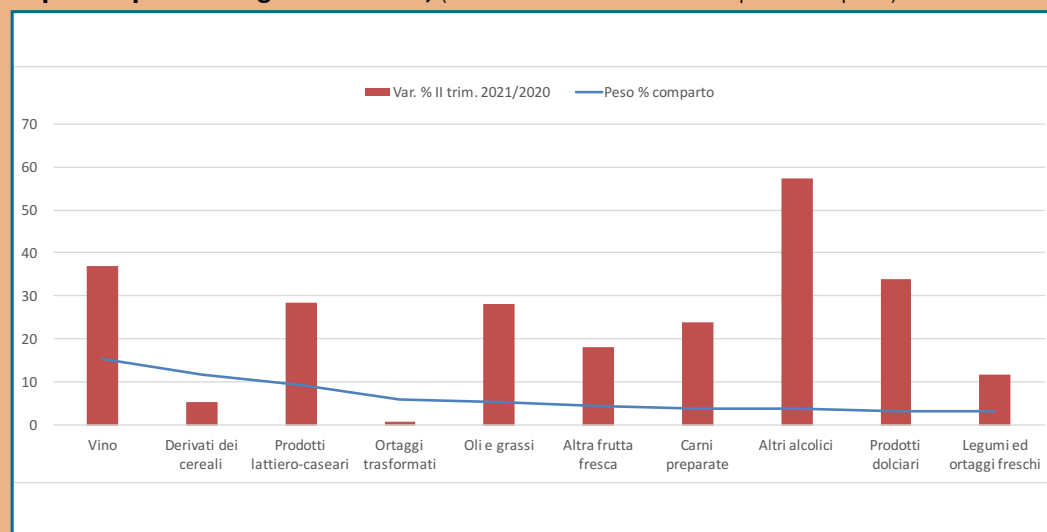
IMPORT ED EXPORT DEI PRODOTTI AGROALIMENTARE CON I PRINCIPALI PAESI PARTNER E PER I PRINCIPALI COMPARTI

Nel II trimestre 2021 le vendite all'estero di vino, principale comparto di esportazione dell'agroalimentare italiano, crescono in valore di oltre il 35%, dopo il calo subito nello stesso periodo dell'anno precedente (-12,4%). In netto aumento anche le vendite all'estero di altri alcolici (+57,2%), particolarmente colpite nel 2020. In generale, nel trimestre analizzato si osserva una crescita sostenuta delle esportazioni, superiore al 20%, per molti dei principali comparti colpiti dagli effetti della pandemia nel 2020, come le carni preparate, i prodotti dolciari e quelli lattiero-caseari. Più contenuto, invece, l'aumento dell'export di derivati dei cereali, in particolare pasta, e ortaggi trasformati, principalmente conserve di pomodoro, che avevano però mostrato un netto aumento nel II trimestre 2020 legato ai maggiori consumi domestici a livello mondiale.

Anche dal lato delle importazioni, nel II trimestre 2021 si registrano aumenti rilevanti per molti dei principali comparti. Quello ittico è il primo comparto di importazione nel trimestre analizzato, con una crescita del 38% rispetto al II trimestre 2020, quando la chiusura di un canale importante come quello dell'Horeca aveva determinato una netta contrazione degli acquisti dall'estero.



Export di prodotti agroalimentari, (II trim. 2021/2020 - Principali Comparti)



Import di prodotti agroalimentari, (II trim. 2021/2020 - Principali Comparti)

