

**I PREZZI DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI ALL'INGROSSO - marzo 2020***(a cura di Unioncamere e BMTI)***Prezzi all'ingrosso, aumenti a marzo per carni e farine**

Le prime settimane dell'emergenza sanitaria hanno messo in evidenza nel mercato agroalimentare un forte aumento dei prezzi all'ingrosso delle carni di pollo, sostenute dall'incremento delle vendite nella grande distribuzione. Segno "più" anche per i tagli suini da macelleria, lombi in particolare. La forte crescita degli usi domestici ha impresso invece aumenti ai prezzi all'ingrosso della farina, della semola e delle uova, sebbene in apertura di aprile siano emersi segnali di maggiore stabilità. La chiusura del canale Horeca è stata invece alla base dei ribassi di prezzo registrati nel mercato lattiero-caseario per il latte e i formaggi DOP a lunga stagionatura. Per i formaggi DOP hanno pesato anche le incertezze sul fronte delle esportazioni.

Dopo la stabilità di febbraio (+0,5%), nel comparto **RISO e CEREALI** si sono registrati incrementi di prezzo a partire da metà marzo (+4,5%), in conseguenza della crescita degli acquisti domestici nelle prime settimane dell'emergenza sanitaria. Su base mensile, il rincaro è stato del +4,5%.

Tra gli sfarinati di frumento, si sono osservati decisi segnali di aumento per i prezzi all'ingrosso della **farina di frumento tenero** (+6,9% rispetto a febbraio), causati dalla forte crescita delle vendite nella grande distribuzione. Segno "più" anche per i prezzi all'ingrosso della **semola** (+2,4%), complice la maggiore domanda da parte dei pastifici. Si conferma fortemente positivo il confronto con dodici mesi prima, sia per la farina di frumento tenero (+5,8%) che per la semola (+17,3%).

Tra i risi, per effetto della maggiore domanda sono aumentati i prezzi della varietà

Arborio, classica varietà da risotto. Meno evidenti gli aumenti per le altre varietà. Nel complesso, quindi, si è registrata una sostanziale stabilità (+0,1% su base mensile). Le vendite si confermano sui livelli dello scorso anno: la percentuale di prodotto trasferito ha raggiunto nell'attuale campagna commerciale il 69% del prodotto disponibile (dato aggiornato al 7 aprile; fonte Ente Nazionale Risi).

Nel mercato delle **CARNI** si è evidenziata una forte crescita dei prezzi all'ingrosso delle **carni di pollo**. Nonostante la chiusura del canale Horeca, la crescita delle vendite nella Grande Distribuzione, a cui soprattutto nelle prime settimane dell'emergenza sanitaria si è contrapposta un'offerta ridotta nel circuito del macellato, ha determinato un aumento dei prezzi di oltre il 30% rispetto a febbraio. I rialzi più accentuati si sono rilevati per il petto di pollo. Ampia anche la crescita rispetto ad un anno fa, superiore a +20%.

Tra le carni bianche, decisamente meno accentuata la crescita osservata per la **carne di tacchino** (+2,6% su base mensile), che, comunque, registra un incremento rispetto allo scorso anno del +10%.

Segno "più" a marzo anche per le **carni suine** (+5,7%), dipeso dagli aumenti rilevati per i tagli freschi da macelleria, lombi in particolare, cresciuti di oltre il 20% rispetto allo scoppio dell'emergenza sanitaria e sostenuti dal buon andamento delle vendite nella Grande Distribuzione. A tali aumenti si è contrapposto invece il ribasso dei tagli suini destinati alla produzione di prosciutti (-18%), causato dal rallentamento delle lavorazioni nell'industria di trasformazione.



Lievi segnali di aumento si sono registrati invece per i prezzi delle **carni di vitellone** (+2,1% rispetto a febbraio), nonostante l'impatto negativo derivante dalla chiusura del canale di ristorazione.

In controtendenza rispetto all'andamento generale del comparto delle carni, per la **carne di agnello** non si è registrato l'incremento dei prezzi all'ingrosso che tipicamente si verifica nelle settimane prepasquali a causa dell'aumento della domanda di questa carne. La chiusura di ristoranti e agriturismi ha inciso sulle vendite. I dati di marzo hanno registrato un calo dei prezzi del 4% rispetto a febbraio.

Nel comparto **LATTE E FORMAGGI**, Le prime settimane dell'emergenza sanitaria hanno messo in evidenza un forte calo dei prezzi del **latte spot** nazionale (-14% su base mensile), dipesi dalla chiusura del settore Horeca e dalla conseguente forte contrazione della domanda di prodotti freschi, in un periodo dell'anno in cui, peraltro, si riscontra fisiologicamente un aumento della produzione di latte. Si è accentuata la flessione rispetto allo scorso anno, passata dal -9% di febbraio al -19,2% di marzo.

Nel mercato dei formaggi, sesto mese consecutivo di calo per i prezzi all'ingrosso dei **formaggi** a lunga stagionatura (-3,6%), che hanno risentito negativamente della chiusura del canale Horeca e delle incertezze sul fronte dell'export, solo in parte compensate dalle vendite nella GDO. Pesante la riduzione rispetto a dodici mesi fa (-17,1%).

Per quanto riguarda i formaggi a stagionatura media e i formaggi freschi continua a prevalere un quadro stazionario. Da segnalare in particolare la stabilità dei prezzi all'ingrosso della mozzarella di latte vaccino, nonostante il sopracitato calo della domanda proveniente dalla chiusura dell'Horeca.

Il forte aumento delle vendite al consumo ha sostenuto invece i prezzi delle **uova**, cresciuti del +4,2% rispetto a febbraio. Positiva anche la variazione su base annua, pari ad un +17,7%.

Nel comparto **OLI E GRASSI** si è interrotta la fase negativa che aveva interessato l'**olio di oliva** nei mesi passati (-0,1% su base mensile). Nel mercato all'ingrosso dell'olio extravergine gli scambi nelle prime settimane dell'emergenza sanitaria sono stati limitati. I prezzi attuali si mantengono ampiamente al di sotto dei livelli di dodici mesi fa (-41,6%).

Dopo tre mesi di interrotta crescita, anche i prezzi degli altri **oli alimentari** hanno subito una battuta d'arresto (-0,3%). Nel dettaglio, i timori di un rallentamento della domanda mondiale di semi oleosi causata dal diffondersi del coronavirus e il contemporaneo calo dei prezzi dell'olio di palma hanno arrestato la crescita delle quotazioni. Nel complesso, i prezzi degli altri oli alimentari si mantengono tuttavia superiori a quelli dello scorso anno (+23,2%).

Il prezzo del **burro** ha accusato una flessione del -4,1%, interrompendo così una fase di stabilità avviata in chiusura del 2019. Il confronto con l'anno precedente resta negativo (-26,2%). Nessuna variazione di prezzo invece per la margarina, in calo di due punti percentuali rispetto la scorsa annata.

Scenario improntato alla stabilità per i **VINI** (-0,2% rispetto a febbraio). Anche il mercato vinicolo, soprattutto nel segmento dei vini di maggior pregio, sta risentendo negativamente della chiusura del canale Horeca, e la crescita delle vendite nella GDO compensa solo in parte tale flessione.



<i>Indice dei prezzi all'ingrosso: variazioni nel settore dell'agroalimentare per segmento - marzo 2020</i>	var. % mar-20/feb-20	var. % mar-20/mar-19
<b>Riso e Cereali</b>	<b>4,5</b>	<b>10,3</b>
<i>Riso</i>	0,1	-5,6
<i>Farine di frumento tenero</i>	6,9	5,8
<i>Sfarinati di frumento duro</i>	2,4	17,3
<b>Carni</b>	<b>6,1</b>	<b>7,5</b>
<i>Carne di bovino adulto</i>	2,1	3,3
<i>Carne suina</i>	5,7	17,1
<i>Carne ovina</i>	-3,6	8,7
<i>Pollo</i>	33,6	22,6
<i>Tacchino</i>	2,3	10,3
<i>Coniglio</i>	4,6	-3,2
<i>Salumi</i>	0,3	0,9
<b>Latte, Formaggi e Uova</b>	<b>-4,5</b>	<b>-9,6</b>
<i>Latte spot</i>	-14,0	-19,2
<i>Formaggi a stagionatura lunga</i>	-3,6	-17,1
<i>Formaggi a stagionatura media</i>	0,0	1,2
<i>Formaggi freschi e latticini</i>	0,0	0,0
<i>Altri prodotti a base di latte</i>	2,2	-10,9
<i>Uova</i>	4,2	17,7
<b>Oli e Grassi</b>	<b>-0,7</b>	<b>-34,6</b>
<i>Burro</i>	-4,1	-26,2
<i>Margarina</i>	0,0	-2,0
<i>Olio di oliva</i>	-0,1	-41,6
<i>Altri oli alimentari</i>	-0,3	23,2
<b>Vini</b>	<b>-0,2</b>	<b>1,1</b>
<i>DOP-IGP rossi</i>	-0,1	0,8
<i>DOP-IGP rossi - fascia bassa</i>	-0,1	4,3
<i>DOP-IGP rossi - fascia media</i>	0,0	-0,1
<i>DOP-IGP rossi - fascia alta</i>	0,1	-0,9
<i>DOP-IGP rossi - fascia premium</i>	-0,2	-0,1
<i>DOP-IGP bianchi</i>	0,1	2,9
<i>DOP-IGP bianchi - fascia bassa</i>	-0,2	-0,5
<i>DOP-IGP bianchi - fascia media</i>	-0,1	-0,7
<i>DOP-IGP bianchi - fascia alta</i>	0,6	2,1
<i>DOP-IGP bianchi - fascia premium</i>	0,0	11,1
<i>DOP-IGP rosati</i>	-0,1	2,0
<i>Spumanti-frizzanti</i>	0,0	-1,2
<i>spumanti - metodo charmat</i>	0,0	-2,2
<i>spumanti - metodo classico</i>	0,0	2,1
<i>rossi comuni</i>	-0,4	-0,5
<i>bianchi comuni</i>	-0,4	4,8
<i>rosati comuni</i>	-1,5	-2,7

Fonte: L'Indice dei Prezzi all'ingrosso viene elaborato da Unioncamere e dall'Ufficio Studi di BMTI e si basa sui prezzi all'ingrosso rilevati e pubblicati dal Sistema Camerale.