

MANGIMISTICA

Umberto Bernabucci

1. I NUMERI DEL SETTORE

Il **74,7 %** degli alimenti complementari complessivamente distribuiti fa capo alle regioni del Nord Italia.

In **Lombardia, Emilia-Romagna, Piemonte e Veneto** sono distribuiti 37 milioni di quintali pari al **69,4 %** della quantità totale commercializzata in Italia.

Nell'Italia centrale, il **Lazio** consegue una immissione al consumo pari a **2 milioni** di quintali, al pari della Campania.

Principali indicatori economici dell'industria italiana dei mangimi composti
(valori in euro correnti negli anni considerati)

VARIABILI	Unità di misura	2014	2015	2016 (stime)
Produzione	migliaia di tonn.	14.090	14.056	14.226
Fatturato	milioni di euro	6.360	5.860	6.020
Prezzi alla produzione	variazioni %	-13,5	- 9,0	+ 2,1
Costo del lavoro	variazioni %	+1,5	+ 1,3	+ 1,9
Investimenti fissi lordi	milioni di euro	90	90	95
Utilizzo impianti	in %	60	60	60
Numero di addetti	unità	8.500	8.500	8.500
Esportazioni	milioni di euro	480	577	596
Importazioni	milioni di euro	774	785	767
Saldo commerciale	milioni di euro	-294	-208	-171

Fonte: Assalzo

30 Annuario Assalzo 2017

Fonte ASSALZOOO, 2017

**PRODUZIONE
MANGIMI COMPOSTI**
MIGLIAIA DI TONNELLATE

2016
VAR. % SU 2015

5.887 VOLATILI
+ 2,5

3.598 SUINI
+ 1,1

3.236 BOVINI
- 1,3

1.500 ALTRI
+ 1,7

PET FOOD
595

CONIGLI
401

OVINI
265

PESCI
135

EQUINI
75

(Fonte: Assalzo)

1. I NUMERI DEL SETTORE

Coltivazione

	Superficie coltivata Variazione 2016 vs 2015	Produzione Variazione 2016 vs. 2015
Mais da granella	-9,2%	-3,3%
Mais ceroso	-5,0%	4,2%
Orzo	1,4%	3,5%
Frumento Tenero	6,0%	3,9%
Frumento Duro	4,1%	14,8%
Sorgo	-3,4%	6,7%
Avena	-1,7%	-0,2%
Soia	-6,8%	-3,2%
Girasole	-3,3%	8,2%

IL LAZIO
TERRENO FERTILE
PER IL NOSTRO FUTURO

Quotazioni medie di alcune materie prime utilizzate nell'alimentazione animale (euro/tonnellata)

MATERIE PRIME	2012	2013	2014	2015	2016	VARIAZIONI %			
						2013/ 2012	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015
Grano tenero	253,71	234,79	196,61	188,92	171,40	-7,5	-16,3	-3,9	-9,3
Mais	231,59	216,99	180,94	161,71	178,32	-6,3	-16,6	-10,6	10,3
Orzo	249,49	238,53	201,94	190,72	171,43	-4,4	-15,3	-5,6	-10,1
Farina di soia	456,32	481,56	451,25	395,04	373,60	5,5	-6,3	-12,5	-5,4
Farinaccio	203,65	193,56	159,61	154,00	142,77	-5,0	-17,5	-3,5	-7,3
Crusca	174,91	170,29	136,17	128,38	123,26	-2,6	-20,0	-5,7	-4,0
Germe di mais	305,51	253,62	210,51	219,76	222,57	-17,0	-17,0	4,4	1,3
Farina glutinata	220,86	220,27	186,31	167,01	159,24	-0,3	-15,4	-10,4	-4,7
Girasole	238,85	268,4	225,19	229,85	213,62	12,4	-16,1	2,1	-7,1
Farina di erba medica	218,35	315,54	221,11	202,45	194,01	44,5	-29,9	-8,4	-4,2
Polpe di barbabietole	219,01	245,06	221,89	168,54	186,86	11,9	-9,5	-24,0	10,9
Farina di pesce	1408,27	1565,44	1543,58	1.766,36	1.722,13	11,2	-1,4	14,4	-2,5
Oli vegetali	965,3	819,25	682,03	732,3	742,40	-15,1	-16,7	7,4	1,4

Fonte: Elaborazioni Assalzo su listini delle Borse merci di Milano e Bologna

Fonte ASSALZOO, 2017

Dai dati dell'associazione nazionale produttori di alimenti zootecnici – ASSALZOO nel 2016 nel **Lazio** si contano **14 stabilimenti** di produzione di mangimi composti (dato che rimane inalterato dal 2009).

1. I NUMERI DEL SETTORE

Tabella 1 - Ripartizione per fabbricazione mangimi composti nel Lazio

	2014	2015
fino a 5 quintali	2	2
da 6 a 10	2	2
da 11 a 50	6	6
da 51 a 100	1	1
oltre 100	3	3

Fonte: elaborazione propria su dati ASSALZOO 2016

Tabella 2 - Potenzialità di lavorazione degli stabilimenti 2009 - 2014 (in quintali) nel Lazio

Anno	Quintali	Anno	Quintali
2009	1.814	2012	1.655
2010	1.796	2013	1.710
2011	1.697	2014	1.653

Fonte: elaborazione propria su dati ASSALZOO 2016

La potenzialità calcolata in q/h nel Lazio:

- anno 2014 pari a 1.653,
- anno 2015 pari a 1.647.

Tabella 3 - Produzione media per stabilimento di mangimi completi e complementari nel Lazio

Anno	Tonnellate	Anno	Tonnellate
2009	3.885	2012	2.314
2010	2.451	2013	1.412
2011	2.439		

Fonte: elaborazione propria su dati ASSALZOO 2016

2. LO STATO DELL'ARTE

Si registrano risultati discreti in settori di nicchia come il **biologico** e il settore **No-OGM** e nell'**Hobbistico** (es. cavalli e animali di affezione).

Mangimifici dichiarano di avere avuto e prevedono di avere un trend in crescita in futuro, anche se esistono **difficoltà oggettive** nel reperimento di **materie prime** soprattutto per i mangimi Bio e No-OGM.



Nei settori quali quelli del **latte e della carne** e in particolare negli avicoli e suinicoli, si sta evidenziando un calo nei consumi, e quindi, di conseguenza della produzione di mangimi, dovuto a diversi fattori, fra cui:

- a)** la **diminuzione** delle aziende zootecniche;
- b)** l'aumento di impiego di “**materie prime**” per l'autoproduzione di mangimi, che esclude di fatto dal ciclo il mangimista professionale;
- c)** la fornitura di mangimi provenienti da **altre regioni** d'Italia;
- d)** una **solvibilità** delle aziende consumatrici **molto precaria** che spesso scoraggia l'industria a fornire i prodotti.

Personalizzazione delle formule e delle razioni. Questo necessita della presenza di **tecnici-alimentaristi**, a stretto contatto con la stalla, che possono essere di aiuto allo sviluppo della mangimistica.

I mangimifici spesso si avvalgono di tecnici di “campo” che formulano mangimi e diete in base alle singole esigenze aziendali.

Fondamentalmente, nella mangimistica **non ci sono importanti innovazioni tecnologiche** da tempo.

Le strutture e gli impianti sono in generale semplici e un investimento in nuovi impianti è generalmente legato alla necessità di maggiore produzione.

Il **marketing** e l'**immagine** sono importanti per gli **hobbisti** e le **rivendite agricole** rispetto all'allevatore puro.

“**Svecchiare**” il settore e **ammodernare l'immagine** del mangimista (e del ‘mangime’) che spesso è visto dal consumatore come un carattere negativo della produzione animale.

Le scelte verso la **definizione di un indirizzo preciso** e una **forte specializzazione della produzione**.

In un periodo storico dove richiesta **'alta specializzazione'** anche il settore mangimistico deve seguire **politiche di marchio**, coloro che non hanno perseguito tale indirizzo si trovano oggi sempre più in difficoltà.

In generale, la **formazione professionale in mangimistica** non è avvertita come una necessità, a parte per i grandi gruppi industriali.

Si tende ad acquisire personale già specializzato specie per il settore delle vendite.

Tecnici o ancora di più **tecnici-commerciali** sono di certo la **figura più ricercata**.

Nei mangimifici di dimensioni medio-piccoli, come nel caso della regione Lazio, invece di investire su personale specializzato si tende a **"fare in casa"**, comportando **ritardi** rispetto a settori più dinamici

3. LE PAROLE CHIAVE PER IL FUTURO DEL SETTORE

Per creare un percorso di crescita del settore occorre **valorizzare, sostenere e qualificare i prodotti legati al territorio:**

1. avvicinare il consumatore alle **produzioni locali**;

2. incentivare la creazione di **filieri produttive sostenibili**, dialogando con l'imprenditoria privata. Solo aumentando la richiesta di prodotti "locali" si potrà sviluppare un percorso di crescita che dovrà poi essere sostenuto da importanti qualifiche professionali: tecnici, laboratori, sistema creditizio.

Indispensabile capire in anticipo se il consumatore finale disposto a spendere in qualità

Il **credito** rappresenta una nota dolente. Il **mangimista negli anni stato il garante** e, spesso, ha anche sostituito la banca per l'allevatore. Se questo, in passato, fungeva da leva commerciale, oggi per l'industria diventato un problema.

I tempi medi di pagamento sono oggi a **100 giorni**. Nel recente passato sono state emanate norme D.L. 24 Gennaio 2012 n. 1 art. 62, che prevedevano l'obbligo di pagamento a **60 giorni**, norme che però sono state disattese.

I “nodi” dello sviluppo

Tra i nodi di sviluppo si individuano:

- l'innovazione nella alimentazione animale (es. *Precision Feeding*);
- l'innovazione nelle strutture;
- l'innovazione nel mercato (es. formati, etichette, etc.);
- le politiche di marchio (es. Bio, Convenzionale, etc.);
- il sistema di controllo (es. gestione, etc.);
- la formazione professionale;
- aggregazione tra imprenditori, al fine di ridurre il prezzo degli acquisti.

PAOLO PIZZI *ERRE EMME industria mangimistica* - Le sfide della mangimistica sono sempre più legate alla **specializzazione e alla personalizzazione dei prodotti**. Il **biologico** in zootecnia è in forte sviluppo, il mercato zootecnico tradizionale sta virando verso le produzioni biologiche anche per via dei contributi sempre più indirizzati verso il **benessere animale** e il biologico. Non è scontato e semplice produrre biologico. Le accortezze da prestare sono maggiori rispetto al mercato tradizionale anche nel reperimento di materie prime certificate e in regola con gli stringenti disciplinari di produzione.

GIORGIO LOMBARDINI *P.M. SEPRON SEPRON società per la commercializzazione di prodotti e per la consulenza nell'ambito zootecnico* - Fare **“RETE”** è, a mio avviso, l'unica opportunità di sviluppo. Sarebbe necessario un **maggior collegamento tra infrastrutture, produttori e consumatori finali**; la grande potenzialità della Capitale potrebbe fare da traino a numerose eccellenze inespresse. **L'Ente Pubblico** ha il dovere di promuovere ed incentivare le risorse locali per dare nuovi stimoli ad un settore che senza interventi strutturali rischia una rapida e permanente involuzione.

ALESSANDRO FANTINI *Dairy Production Medicine Specialist - F.P.A. srl (Fantini Professional Advice)* - Società di servizi e consulenza. La **maggior voce di spesa per la produzione del latte è l'alimentazione** per l'acquisto dei concentrati (mangimi) e a volte dei foraggi. Una **sinergia tra gli allevatori** potrebbe attivare **“centrali d'acquisto”** per i concentrati e i foraggi al fine di migliorare la qualità di ciò che viene acquistato è il prezzo. L'ottimizzazione di questo centro di costo migliorerebbe decisamente la **redditività** e metterebbe in sicurezza gli allevatori meno efficienti, e quindi con un break even molto alto, dalla volatilità del prezzo del latte alla stalla.