

Elisa Ascione

Council for Agricultural Research and Economics, Campania, Italy

Keywords: farm, multifunctional agriculture, competitiveness, income diversification, farm profiles

JEL Code: Q12, Q15, Q24.

La diffusione dell'autoconsumo nelle imprese agricole

In this paper we analyse the evolution of self-consumption in Italian farms over the past ten years. The self-consumption is the value of production that is not directed to the market but only to the consumption of the farmer and his family. Using the information collected by the Italian FADN between 2003-2012, the study analyses the structural characteristics, production and economic and dynamics of income of farms with self-consumption. The work verifies the extent of income diversification and product differentiation strategies adopted by this kind of farms.

The results of analysis confirm the growing trend of farms with self-consumption. The self-consumption has spread not only among micro farms, but also between companies adopting traditional and income diversification strategies. Referred to this group of farms, the economic performance confirms the contribution of the self-consumption to the stability of farm income.

1. Introduzione

Il presente articolo si propone di analizzare l'evoluzione dell'autoconsumo nelle imprese agricole negli ultimi dieci anni. Partendo dalla considerazione di un processo di cambiamento dell'agricoltura italiana che ha condotto negli ultimi tempi ad una diversificazione dei modi di produzione e di organizzazione dell'attività agricola, è stata avviata una riflessione sulla consistenza dell'autoconsumo che, probabilmente anche a causa della crisi economica, sembra diffondersi sempre più nelle imprese agricole. Il lavoro si concentra solo sulla presenza del fenomeno nelle aziende, mentre trascura quella parte di autoconsumo alimentare proveniente dalla cura degli orti urbani. Quest'ultimo rappresenta un altro aspetto complementare mosso dalla ricerca di un'autonomia e di una sicurezza alimentare, a cui si accompagna un risparmio economico a sostegno dei consumi familiari.

L'autoconsumo rappresenta il valore di quella parte di produzione distolta dal mercato e destinata solo al consumo del conduttore agricolo e della sua famiglia. Negli ultimi anni è cresciuto il numero di aziende agricole di qualsiasi dimensione economica che praticano l'autoconsumo, il quale non è più, dunque, una prerogativa solo delle piccole imprese e di un'economia di sus-

sistenza. Esso assume sia una funzione economica di integrazione al reddito familiare e di razionalizzazione dei consumi, sia una funzione ambientale di conservazione della biodiversità e di presidio del territorio.

L'obiettivo di questo lavoro è di esaminare la diffusione dell'autoconsumo nelle aziende agricole negli ultimi dieci anni, analizzando le caratteristiche strutturali, produttive ed economiche e le dinamiche di reddito di tali aziende. Lo studio ha indagato anche l'orientamento delle aziende con autoconsumo verso strategie di differenziazione qualitativa dei prodotti e/o di diversificazione del reddito agricolo. L'analisi è stata realizzata utilizzando le informazioni del campione della Banca dati RICA rappresentativo dell'universo per gli anni dal 2003 al 2012.

Il lavoro è organizzato come segue: il primo paragrafo è dedicato all'attenzione che la letteratura economica e sociologica rivolge alla presenza e al ruolo dell'autoconsumo nel contesto delle aziende agricole italiane. Segue una lettura della presenza di orti familiari per autoconsumo e delle diverse quote percentuali di produzione destinate ad esso secondo i dati del 6° Censimento Generale dell'Agricoltura. Nei paragrafi successivi sono illustrati la metodologia e i dati utilizzati e i risultati dell'analisi finalizzata a far emergere gli indirizzi strategici prevalenti e le relative performance economiche delle aziende della Banca dati RICA con presenza di autoconsumo. Infine, l'ultimo paragrafo trae alcune considerazioni conclusive sulle possibili interpretazioni del fenomeno.

2. L'autoconsumo nell'agricoltura italiana

Negli ultimi anni l'agricoltura italiana ha subito profondi cambiamenti strutturali. Essa non è più caratterizzata da un unico paradigma produttivo, ma piuttosto da diversi modelli organizzativi delle imprese agricole volti ad intraprendere percorsi di sviluppo orientati verso la multifunzionalità. Multifunzionalità che sostanzialmente si esplica in tre principali funzioni delegate all'agricoltura: economica, ambientale e sociale (Fonte e Agostino, 2006; Henke e Salvioni, 2010).

Uno dei principali effetti di tale processo è la presenza di molteplici modalità di organizzazione dei fattori produttivi che le imprese agricole adottano per incrementare il reddito aziendale attraverso l'utilizzo di risorse presenti all'interno dell'azienda (*on farm*) o provvedendo al ricorso esterno (*off farm*) (Salvioni *et al.*, 2013). Alcune strategie di diversificazione del reddito attraverso l'impiego di risorse esterne all'azienda sono costituite dalla pluriattività (ovvero quando parte della forza lavoro è occupata fuori dell'azienda), il contoterzismo, l'affitto di terra o di fabbricati. Invece, l'ampliamento di attività volte ad aumentare il reddito agricolo attraverso l'utilizzo di risorse interne

all'azienda può essere ricondotto alle due principali direzioni individuate da Van der Ploeg *et al.* (2002): l'approfondimento delle funzioni agricole verso la strategia di differenziazione qualitativa della produzione (biologico, prodotti tradizionali, marchi di origine, certificazioni di qualità) o l'allargamento verso attività non agricole (agriturismo, produzione di energia, gestione delle risorse naturali).

Tra la varietà di modi di fare agricoltura, in vari studi è stata rilevata la crescente diffusione di forme di autoconsumo praticate dalle imprese agricole. Tale fenomeno può essere spiegato in parte dalla crisi economica che attanaglia il paese da vari anni, ma anche da mutamenti economici e sociali che inducono a sperimentare forme sostenibili di produzione e gestione aziendale.

La definizione che comunemente si dà dell'autoconsumo è che esso costituisce una parte della produzione agricola che non viene destinata al mercato, ma ai consumi interni della famiglia o dell'impresa produttrice. La pratica dell'autoconsumo può assumere un differente significato all'interno delle diverse realtà economiche. La sua funzione può esplicarsi sia nel soddisfacimento dei consumi alimentari familiari, sia come espressione di multifunzionalità aziendale nella sua azione di creare modalità di integrazione del reddito legate all'organizzazione delle risorse umane, produttive, finanziarie e all'internalizzazione del loro impiego. Come sostenuto da alcuni autori (Arnalte, Ortiz, 2006; Van der Ploeg, 2006; Sortino, 2009), l'autoconsumo costituisce un'azione adattativa ai bisogni locali sotto forma di riformulazione delle strategie aziendali (tra cui rientrano anche pluriattività, lavoro part time, autoproduzione ecc.) per acquisire i fattori della produzione in un'ottica di riduzione dei costi. Questo modo di organizzazione dei fattori produttivi che consente di incrementare i redditi attraverso l'impiego di risorse disponibili in azienda garantirebbe la profittabilità delle attività primarie, soprattutto in aree marginali dove tali pratiche potrebbero essere abbandonate (Salvioni *et al.*, 2013). La totale o parziale chiusura al mercato tramite l'autoconsumo diventa un elemento caratterizzante il modello di sviluppo endogeno. Come emerge in letteratura (Lowe, 2006; Sortino, 2009), diversamente dall'approccio di sviluppo esogeno prodotto da risorse esterne, lo sviluppo endogeno si basa sull'utilizzo e la valorizzazione delle risorse locali per trattenere nel territorio i benefici economici e sociali prodotti. A sua volta l'endogenità può declinarsi nelle forme della diversificazione rurale, nel sostegno all'impresa locale ecc. (Lowe *et al.*, 1995; Arzeni *et al.*, 2003). Nel promuovere l'integrazione dell'agricoltura con l'economia locale, l'autoconsumo nella sua funzione di recupero e valorizzazione delle risorse locali costituisce un elemento propulsivo dello sviluppo endogeno. Tale processo favorisce la diffusione di imprese agricole che ricorrono a questa pratica la quale consente, tra l'altro, di produrre prodotti di qualità come espressione delle specificità locali e di ridurre i connessi costi di

transazione, con riflessi positivi a lungo termine sulla sostenibilità economica e ambientale (Goswami *et al.*, 2014). Nelle aree rurali l'aumento al ricorso dell'autoconsumo, in seguito alla crisi economica degli ultimi anni, conferma ulteriormente la sua funzione per la stabilizzazione del reddito della popolazione. Come sostenuto da alcuni autori (Vasile *et al.*, 2011; Iorga e Toma, 2013), l'autoconsumo induce una crescita maggiore dei redditi delle famiglie degli agricoltori, spiegata in gran parte dall'impiego di risorse produttive interne all'azienda, piuttosto che dalla vendita dei prodotti sul mercato. La popolazione delle aree rurali è più debole economicamente e quindi può avere difficoltà a fronteggiare il rialzo dei prezzi alimentari del mercato internazionale. In questi casi, ma in generale nelle economie in via di sviluppo, la pratica dell'autoconsumo consente di valorizzare le risorse interne agricole, con conseguente stabilizzazione dei prezzi, e recuperare la compressione dei profitti agricoli (*agricultural squeeze*) indotta sia dalla sfavorevole ragione di scambio delle imprese agricole rispetto agli altri operatori della filiera agroalimentare, sia dal livello dei costi di produzione (Van der Ploeg *et al.*, 2000).

Come evidenziato da vari studi (Barberis, 2003; Arzeni e Sotte, 2013), l'autoconsumo non è esclusivamente prerogativa di un'economia di sussistenza. Sono sempre più numerose le aziende agricole di ogni dimensione che scelgono di destinare parte della produzione all'autoconsumo includendo al proprio interno tutti gli stadi della filiera produttiva. Spesso tali aziende producono produzioni di qualità e tipiche del territorio derivanti da ordinamenti produttivi misti (in genere orticolo-olivicolo-vitivinicolo, zootecnico-cerealicolo ecc.) e ottenute grazie all'impiego di una forte componente familiare e diversificano attraverso l'esercizio di attività non agricole. Si rilevano numerose combinazioni classificatorie di aziende ottenute incrociando la dimensione economica con l'incidenza di autoconsumo e che mostrano che la pratica di autoconsumo (effettuato totalmente o in modo prevalente) non appartiene solo alle "non imprese", ma anche alle intermedie e grandi¹. Il ricorso all'autoconsumo come pratica di destinazione della produzione risponde non solo a finalità economiche, ma anche ambientali a testimonianza del processo di evoluzione del capitale umano e sociale in agricoltura verso modalità gestionali sostenibili (Giarè e Vagnozzi, 2012). Vi è una serie di ragioni che inducono gli imprenditori agricoli a consumare parte della loro produzione (Barberis, 2003), quali l'ampia forbice dei prezzi al consumo tra i beni prodotti in azienda e quelli of-

¹ Secondo Arzeni e Sotte (2013; p. 16) le "non imprese" sono quelle con una dimensione economica < 10.000 euro; le "intermedie" sono quelle con una dimensione economica compresa tra 10.000 e 20.000 euro; le "imprese" quelle con una dimensione economica > 20.000 euro. Le "imprese" sono ulteriormente divise in "piccole imprese" e in "grandi imprese" a seconda che la dimensione economica sia inferiore o maggiore ai 100.000 euro.

ferti sul mercato; la rivalutazione di valori ambientali e sociali rispetto a quelli meramente economici; il diffondersi di attività accessorie all'agricoltura, quali l'agriturismo, che rappresenta una tipica forma di integrazione verticale al mercato e consente una diversificazione del reddito con un conseguente incremento di valore aggiunto per l'agricoltore. La pratica dell'autoconsumo risulta particolarmente diffusa nelle aziende con presenza di giovani a testimonianza, ancora una volta, che esso non è indice solo di una condizione di arretratezza o povertà. All'autoconsumo, in particolare, sono destinate le produzioni più tipiche e tradizionali del territorio. Ciò attribuisce un'ulteriore funzione positiva all'autoconsumo che è quella, come più volte sottolineato, di preservare e tramandare il patrimonio delle risorse endogene.

In ultimo, a dimostrazione della rilevanza del processo di diversificazione delle funzioni agricole è utile ricordare la recente proposta di una legge quadro sulle agricolture contadine promossa dalla Campagna per l'Agricoltura Contadina (www.agricolturacontadina.org)². L'obiettivo dei promotori è di porre all'attenzione delle politiche l'importanza per lo sviluppo dell'agricoltura italiana dell'esistenza di una pluralità di modelli organizzativi e produttivi che perseguono pratiche di tutela dell'ambiente e di mantenimento dei territori. Tali funzioni avvengono attraverso pratiche agronomiche sostenibili, produzioni per l'autoconsumo e vendita diretta, offerta di produzioni di qualità certificate ed esercizio di attività accessorie all'agricoltura ad integrazione del reddito agricolo. Alle politiche si chiede, quindi, un riconoscimento e la predisposizione di strumenti adeguati che possano sostenere nel tempo processi come quelli dell'autoconsumo e degli orti familiari che si stanno rapidamente diffondendo nelle strutture organizzative e produttive delle imprese agricole italiane.

3. Orti familiari e produzione per autoconsumo

L'ultimo Censimento Generale dell'Agricoltura offre informazioni circa la pratica aziendale dell'autoconsumo, indipendentemente dalla dimensione economica delle aziende. Ciò in riferimento sia alla composizione strutturale che economica. Relativamente alla struttura aziendale, il Censimento ripartisce l'utilizzazione dei terreni tenendo presente nella composizione della Superficie

² I promotori sono varie associazioni interessate a tematiche sociali e ambientali quali il recupero dell'agricoltura contadina e delle produzioni locali di qualità. Tra di esse ci sono Agri.Bio nazionale, Associazione Rurale Italiana, AIAB, Civiltà contadina nazionale, ALPA, Rete dei Semi Rurali ecc.

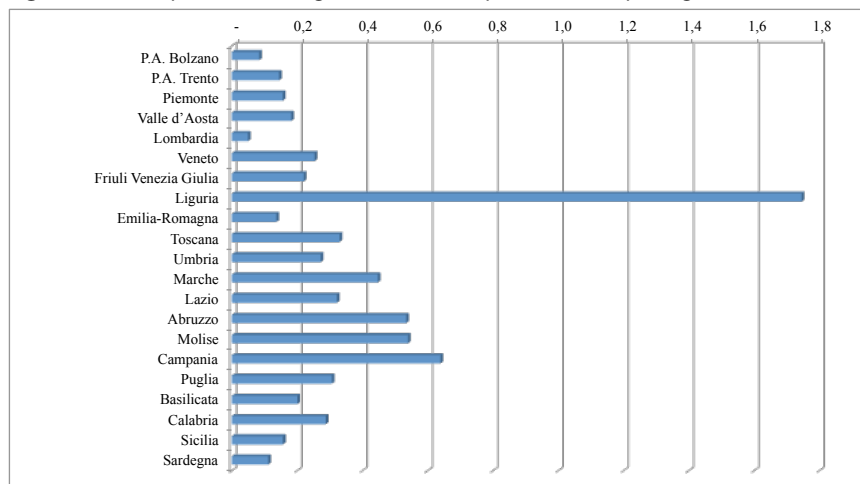
Agricola Utilizzata (SAU)³ aziendale quella parte destinata ad orti familiari, la cui produzione è, appunto, diretta al consumo del conduttore e della sua famiglia. Per la parte economica, le aziende sono classificate in base all'incidenza del valore di autoconsumo rispetto al valore della produzione finale, suddividendole in tre gruppi a seconda che l'azienda autoconsumi il 100%, oltre il 50% o meno del 50% del valore della produzione finale.

Secondo la definizione dell'ISTAT gli orti familiari sono piccole superfici utilizzate soprattutto per la coltivazione di ortaggi e colture permanenti come vite, olivo e alberi da frutta. La produzione è destinata esclusivamente all'autoconsumo, inteso come consumo del conduttore e della sua famiglia. Dal Censimento risulta che l'incidenza percentuale della superficie destinata agli orti familiari rispetto alla SAU aziendale è molto bassa, corrispondente ad appena lo 0,25% per un totale di 1.620.884 aziende agricole italiane. Come si osserva nella Figura 1, tra le regioni è la Liguria quella in cui le aziende destinano una percentuale più elevata della SAU agli orti familiari e, quindi, alla produzione per autoconsumo (1,75%). La presenza di orti familiari, oltre che in Liguria, è maggiormente diffusa nelle regioni centro-meridionali: Campania (0,64%), Molise (0,54%), Abruzzo (0,53%), Marche (0,45%). A fronte di una generale frammentazione produttiva dell'agricoltura italiana caratterizzata in gran parte da piccole aziende con una ridotta superficie a disposizione (la media nazionale censuaria è di 7,93 ha per azienda), regioni come la Liguria e la Campania nelle quali, come riportato sopra, si registra una maggiore incidenza dell'autoconsumo sono proprio quelle con una struttura agricola caratterizzata da aziende con superfici agricole a disposizione inferiori alla media nazionale (2,17 ha per la Liguria e 4,01 ha per la Campania) e tra le più basse rispetto alle altre realtà italiane.

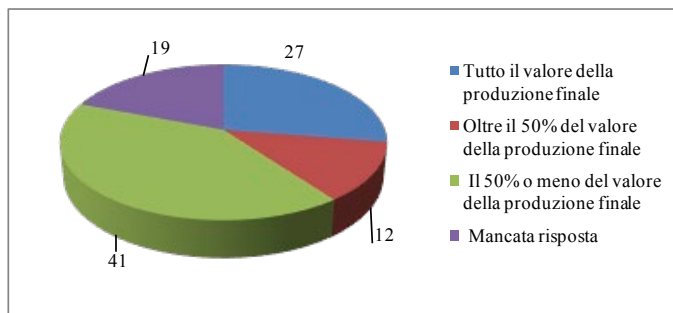
Se si sposta l'attenzione sul valore di produzione finale autoconsumata (Fig. 2), si rileva che solo il 27% delle aziende autoconsuma tutto il valore di ciò che produce, mentre la quasi metà delle aziende italiane (41%) destina una quota inferiore al 50% del valore produttivo. La pratica dell'autoconsumo al 100% è particolarmente diffusa nel Lazio (47% delle aziende), in Liguria (44%) e in Calabria (43%).

L'analisi di contesto secondo i dati censuari mostra, dunque, che la pratica dell'autoconsumo sotto forma di incidenza della superficie destinata a orti familiari è particolarmente diffusa nelle aziende con ridotta dotazione strutturale in termini di SAU. Probabilmente tale processo è spiegabile dal fatto che il ricorso all'autoconsumo consente alle imprese di ridurre i costi di produzione

³ Nel Censimento dell'Agricoltura la SAU è data dalla somma degli ettari destinati ai seminativi, alle coltivazioni legnose agrarie, agli orti familiari, ai prati permanenti e pascoli. Per quest'ultima voce si considerano sia i prati permanenti e pascoli utilizzati, sia quelli non più destinati alla produzione, ma ammessi comunque a beneficiare di aiuti finanziari.

Fig. 1. Incidenza percentuale degli orti familiari rispetto alla SAU per regioni

Fonte: elaborazioni su 6° Censimento Generale dell'Agricoltura

Fig. 2. Percentuale del valore della produzione finale per autoconsumo

Fonte: elaborazioni su 6° Censimento Generale dell'Agricoltura

e di lavoro impiegato che, in aziende piccole in termini di terra a disposizione, potrebbero incidere in maniera eccessiva sulla produttività. Il ricorso all'autoconsumo consente a questa tipologia di imprese di preservare la loro redditività dalla fluttuazione dei prezzi di mercato dei prodotti poiché, proprio per la ridotta dotazione strutturale, esse hanno minori margini di difesa per recuperare lo *squeeze* determinato anche dal minore potere contrattuale rispetto ai prezzi ricevuti dalla vendita dei prodotti. La debolezza nelle ragioni di scambio risulta amplificata dagli effetti della globalizzazione dei mercati, che

richiedono un'azienda strutturata e di dimensioni tali da poter competere sul mercato nazionale e internazionale.

4. Metodologia e dati

Al fine di analizzare l'evoluzione che ha avuto nel tempo la pratica dell'autoconsumo, si è costruito un database contenente le osservazioni del campione RICA per un arco temporale di dieci anni a partire dal 2003. A differenza del Censimento, il campione RICA è ristretto solo alle aziende cosiddette professionali, aventi una dimensione economica superiore ai 4.000 euro di Produzione Standard⁴. Si fa presente, inoltre, che i risultati riportati nell'analisi sono riferiti a dati campionari e non all'universo. Essi sono comunque rappresentativi della popolazione⁵ e offrono la possibilità di effettuare una prima valutazione circa il trend e la composizione strutturale ed economica, oltre che le dinamiche reddituali realizzate dalle aziende con autoconsumo.

Ai fini del presente studio, è stato costruito un unico dataset che contiene le osservazioni del campione RICA rilevate negli anni 2003-2012⁶. Per l'analisi l'arco temporale considerato è stato distinto in due sotto-periodi: uno che copre gli anni dal 2003 al 2007 e il secondo che va dal 2008 al 2012. Il motivo di questa scelta è dovuto al fatto che l'indagine RICA solo a partire dal 2008 rileva le entrate derivanti dalla vendita di prodotti certificati di qualità (biologico, marchi di origine, prodotti tradizionali) e i ricavi relativi all'esercizio di attività connesse all'agricoltura (agriturismo, contoterzismo, servizi ambientali, attività didattiche, produzione di energia ecc.). Viceversa per gli anni precedenti relativamente al fattore qualità i dati RICA fornivano esclusivamente l'informazione se in azienda era presente o assente una forma di certificazione; riguardo la presenza di attività extra-agricole la Banca dati RICA conteneva solo informazioni sui ricavi di agriturismo e su una generica variabile denominata "PLV entrate" che corrispondeva ad un aggregato di voci di varia natura e non esclusivamente legate alla diversificazione aziendale⁷.

⁴ La Produzione Standard è espressa in euro e corrisponde al totale delle produzioni standard di ogni processo aziendale, calcolate attraverso il prodotto del coefficiente unitario di ciascuna coltura o allevamento per i corrispettivi ettari o capi aziendali.

⁵ Il campione RICA è rappresentativo delle diverse tipologie aziendali presenti sul territorio nazionale.

⁶ Per gli anni 2003-2007 sono disponibili solo le osservazioni del campione RICA con peso ISTAT.

⁷ La variabile "PLV entrate" comprendeva le seguenti voci: affitto, allevamento su contratto, entrate agriturismo, altre entrate, altre sopravvenienze attive, premi per oneri e calamità, allevamento a fida, contributo attivo IVA ecc.

Le nuove informazioni offerte dall'indagine RICA hanno consentito di identificare gruppi omogenei di impresa corrispondenti a specifici profili strategici. (Ascione *et al.*, 2011; Ascione e Salvioni, 2013)⁸. Secondo la metodologia adottata, le aziende sono state aggregate in due step. Nel primo sono state selezionate le imprese con un valore della Produzione Lorda Vendibile (PLV) inferiore ai 15.000 euro definendole come micro. Nel secondo step le restanti aziende sono state aggregate per livelli di Produzione Lorda Vendibile (distinte in piccole con PLV < 100.000 euro e grandi con PLV ≥ 100.000 euro e per l'incidenza delle entrate derivanti da attività extra-agricole e/o da produzioni certificate di qualità. I valori soglia sono stati definiti da un panel di esperti. I gruppi individuati risultano omogenei per dimensione economica e grado di differenziazione qualitativa e diversificazione produttiva e corrispondono a 5 profili mutuamente esclusivi, come sintetizzati nella Tabella 1.

Tab. 1. Variabili e soglie identificative dei profili aziendali

Variabili	Micro	Convenzionali piccole	Convenzionali grandi	Diversificate	Differenziate	Differenziate e Diversificate (D&D)
PLV	< 15.000 euro	≥ 15.000 euro e < 100.000 euro	≥ 100.000 euro	≥ 15.000 euro	≥ 15.000 euro	≥ 15.000 euro
% PLV qualità/PLV		< 30	< 30	< 30	≥ 30	≥ 30
% PLV da attività diversificate/PLV		< 30	< 30	≥ 30	< 30	≥ 30
% PLV trasformata/PLV		< 30	< 30	≥ 30	< 30	≥ 30

Nota: Le ultime due variabili sono utilizzate congiuntamente per l'individuazione della quota complessiva di diversificazione.

Fonte: elaborazione su Banca dati RICA

Essi sono:

- le micro imprese che hanno una PLV inferiore ai 15.000 euro e ricoprono prevalentemente una funzione di salvaguardia del territorio e tutela ambientale, piuttosto che economica e produttiva;

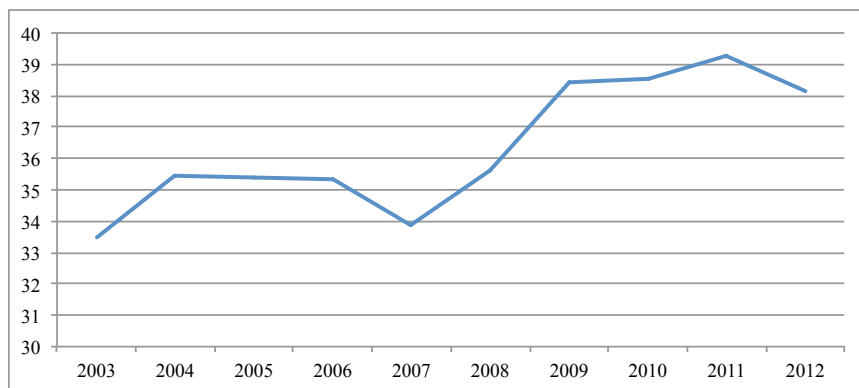
⁸ Per un'ampia panoramica sulla metodologia utilizzata per la costruzione dei profili strategici si rimanda ai lavori citati nel testo.

- le aziende convenzionali (distinte a loro volta in grandi e piccole in base alla soglia di PLV) che svolgono un'attività produttiva prettamente di tipo tradizionale e investono meno del 30% della PLV sulla qualità dei prodotti e sulle attività accessorie;
- le aziende differenziate che realizzano oltre il 30% di PLV derivante dalla vendita di prodotti di qualità certificati;
- le aziende diversificate che derivano oltre il 30% di PLV dall'offerta di servizi extra-agricoli;
- le aziende miste (D&D) che adottano sia strategie di differenziazione che di diversificazione, realizzando oltre il 30% di PLV da prodotti di qualità e oltre il 30% da attività accessorie.

5. L'evoluzione delle aziende con presenza di autoconsumo

Negli ultimi dieci anni la dinamica evolutiva delle aziende con autoconsumo è tendenzialmente in crescita, con un sensibile incremento nell'ultimo lustro. A fronte di una incidenza percentuale del 36,4% rispetto al totale, le aziende del campione rilevano una tendenza crescente a riservare una parte della propria produzione ad autoconsumo (Fig. 3) passando da un 33,5% del 2003 a valori sopra la media pari al 38-39% dal 2009 in poi.

Fig. 3. Composizione percentuale di aziende con autoconsumo



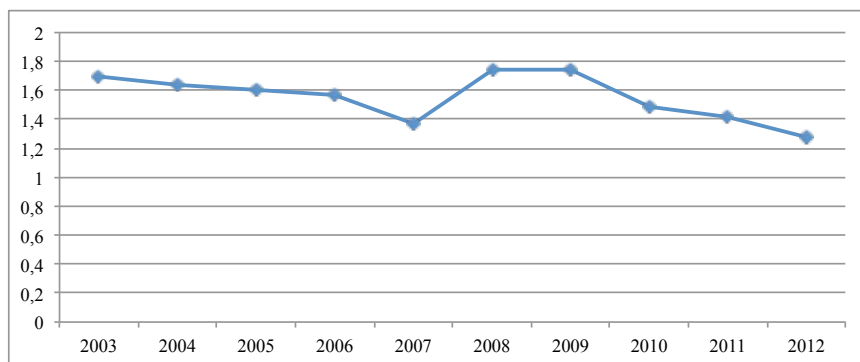
Fonte: elaborazione su Banca dati RICA

Secondo i dati RICA, la Valle d'Aosta è la regione con la maggiore presenza di aziende che scelgono di autoconsumare parte della produzione. Seguono

le regioni centro-meridionali nel seguente ordine: Puglia (74%), Molise (69%), Umbria (60%), Marche e Basilicata (rispettivamente 58 e 57%). Questi risultati sembrano confermare quanto emerso dai dati censuari: l'autoconsumo è diffuso soprattutto nei territori con aziende di piccole dimensioni e a conduzione strettamente familiare, come quelli del Centro-Sud.

Le informazioni contenute nella Banca dati RICA consentono di avere un quadro sulla componente economica aziendale, oltre che su quella strutturale e produttiva. A tale riguardo si è ritenuto utile osservare mediamente l'entità e la dinamica nel tempo del peso del valore dell'autoconsumo rispetto alla PLV, di cui l'autoconsumo è, appunto, uno dei componenti. Come si legge nella Figura 4, le percentuali sono molto esigue, essendo al di sotto del 2%. Il fenomeno, dopo un incremento nel biennio 2008-2009, ha registrato un trend leggermente decrescente, ma che attesta comunque l'incidenza media di autoconsumo intorno all'1,6% per l'intero periodo.

Fig. 4. Peso medio percentuale dell'autoconsumo sulla produzione lorda vendibile



Fonte: elaborazione su Banca dati RICA

Negli anni considerati la dotazione strutturale delle aziende con autoconsumo è diventata via via sempre più consistente, registrando un incremento della disponibilità di terra per la produzione (Tab. 2). Il livello medio della Superficie totale (SAT) e utilizzata aumenta tra i due periodi 2003-2007 e 2008-2012. Infatti la SAT e la SAU media passano rispettivamente dai 38 ha e 31 ha per il primo periodo ai corrispettivi 43 ha e 35 ha a partire dal 2008. Le aziende con autoconsumo impiegano una discreta quantità di componente lavoro sia totale che familiare che si mantiene abbastanza costante nel tempo. Essa equivale ad un valore medio complessivo per l'intero periodo 2003-2012 pari

a 1,9 unità di lavoro totali e 1,3 familiari. La dimensione economica è quella delle medio piccole o medie aziende equivalente alle classi di UDE pari a 4 o 5, con una prevalenza delle medio piccole dal 2008 in poi.

Tra i due sottoperiodi considerati le aziende con autoconsumo mostrano una certa dinamica nella componente produttiva (Tab. 3). Esse continuano ad essere specializzate in media nelle coltivazioni permanenti, ma hanno incrementato la loro specializzazione in attività zootecniche (+11%) a discapito dei seminativi (-3%) e delle stesse colture permanenti (-2%).

La dinamica dei redditi delle aziende può essere ulteriormente esplorata attraverso l'indicatore dato dal rapporto tra il Farm Net Value Added (FNVA), che costituisce il valore aggiunto al netto degli ammortamenti, e le unità di lavoro impiegate. Tale indicatore è una misura di produttività del lavoro e vie-

Tab. 2. Caratteristiche strutturali ed economiche delle aziende con autoconsumo

Anno	SAT (ha)	SAU (ha)	UL totali (n)	UL familiari (n)	UDE (classe)
2003	34,2	28,5	1,9	1,3	4
2004	34,1	27,5	1,9	1,3	5
2005	39,0	31,3	1,9	1,3	5
2006	39,0	31,2	1,9	1,3	5
2007	44,8	35,5	2,2	1,5	5
2008	44,0	35,6	1,8	1,3	4
2009	43,0	35,8	1,7	1,2	5
2010	41,2	34,6	1,8	1,3	4
2011	39,2	33,1	1,8	1,3	4
2012	45,7	34,3	1,8	1,3	4

Fonte: elaborazione su Banca dati RICA

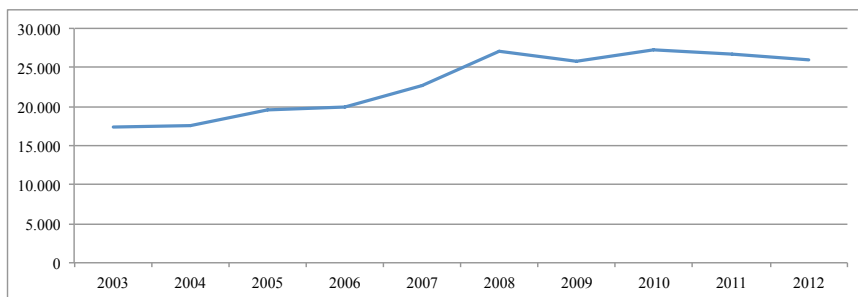
Tab. 3. Specializzazione produttiva delle aziende con autoconsumo

Anni	Aziende specializzate in seminativi (%)	Aziende specializzate in ortofloricoltura (%)	Aziende specializzate in coltivazioni permanenti (%)	Aziende specializzate in erbivori (%)
2003-2007	20,4	4,3	32,1	18,5
2008-2012	17,5	4,2	30,2	29,9

Fonte: elaborazione su Banca dati RICA

ne spesso utilizzato nelle analisi economiche per la stima della performance economica delle aziende, fermo restando che si tratta di un indice parziale in quanto tiene conto solo dell'apporto del fattore produttivo del lavoro (Henke e Salvioni, 2013). L'indicatore (Fig. 5) registra un aumento della redditività media di oltre 7.000 euro tra il primo periodo 2003-2007 e il secondo periodo 2008-2012.

Fig. 5. Farm Net Value Added per addetto nelle aziende con autoconsumo (valori medi in euro)



Fonte: elaborazione su Banca dati RICA

L'incremento sembra dovuto sostanzialmente ad una crescita del valore aggiunto netto, mentre l'impiego di lavoro ha subito una leggera contrazione negli ultimi anni considerati.

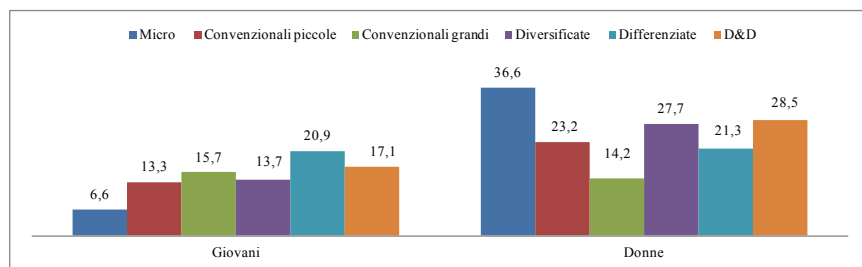
A partire dal 2008 le informazioni contenute nella Banca dati RICA consentono di analizzare le dinamiche strutturali ed economiche secondo i profili strategici aziendali. L'analisi rileva che le aziende con autoconsumo (Tab. 4) sono prevalentemente di piccola dimensione economica e di tipo tradizionale (44% del totale). Quelle che scelgono percorsi di multifunzionalità si indirizzano in gran parte verso l'allargamento delle funzioni agricole diversificando il reddito aziendale (20%). Si rileva una quota di imprese convenzionali con dimensioni economiche superiori a 100.000 euro di PLV che destinano una parte della produzione all'autoconsumo (18%), a dimostrazione che il fenomeno non è diffuso solo tra le piccole aziende.

Relativamente alla composizione del capitale umano (Fig. 6), si osserva che le donne, più dei giovani (età inferiore ai 40 anni), sono molto presenti nella conduzione di imprese appartenenti ai profili strategici con maggiore presenza di autoconsumo. Esse, infatti, sono concentrate soprattutto nelle micro imprese (37%), nelle diversificate (28%) e nelle convenzionali piccole (23%).

Tab. 4. Aziende con autoconsumo per profilo strategico (2008-2012)

Profili strategici	Numero di aziende	%
Micro	3.359	15,8
Convenzionali piccole	9.252	43,6
Convenzionali grandi	3.742	17,6
Diversificate	4.255	20,1
Differenziate	253	1,2
D&D	351	1,7
Totale	21.212	100,0

Fonte: elaborazione su Banca dati RICA

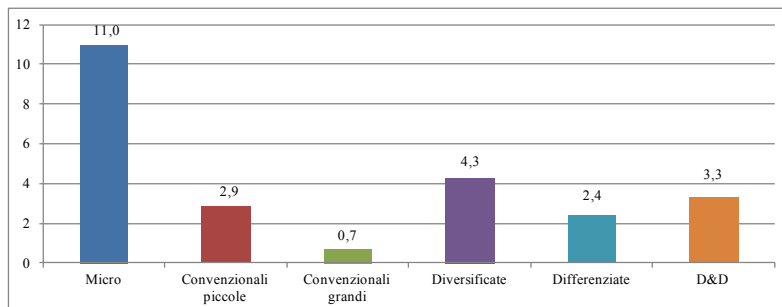
Fig. 6. Presenza percentuale di conduttori giovani e donne nelle aziende con autoconsumo per profili strategici (2008-2012)

Fonte: elaborazione su Banca dati RICA

L'incidenza economica dell'autoconsumo sui corrispettivi ricavi aziendali (Fig. 7) risulta più incisiva per le aziende di piccolissime dimensioni come le micro (11% della PLV). Ma anche le diversificate hanno una discreta componente economica derivante dall'autoconsumo (4,3% della PLV), seguite ad una certa distanza dalle convenzionali piccole (3%). Le convenzionali grandi hanno, invece, una bassissima incidenza di autoconsumo sulla corrispettiva PLV (0,7%), malgrado l'incremento registrato nel corso degli ultimi anni del numero di tale tipologia di aziende con presenza del fenomeno. Quest'ultimo risultato potrebbe essere conseguenza degli effetti della globalizzazione che comporta anche per le aziende di grandi dimensioni delle difficoltà a competere sul mercato con riflessi negativi sul proprio fatturato, data la concorrenza con prodotti che provengono da altri paesi europei a costi e prezzi di mercato inferiori. Tale processo spiegherebbe, dunque, la crescita del numero di aziende

convenzionali grandi (la cui strategia produttiva è tradizionale e basata principalmente sul contenimento dei costi) che scelgono di destinare parte della produzione ad autoconsumo.

Fig. 7. Incidenza percentuale dell'autoconsumo sulla produzione lorda vendibile per profili strategici (2008-2012)



Fonte: elaborazione su Banca dati RICA

L'analisi si è successivamente soffermata sulle caratteristiche strutturali ed economiche medie (Tab. 5) dei gruppi aziendali in cui è risultata maggiormente concentrata la pratica dell'autoconsumo: ovvero le convenzionali piccole e le diversificate. Come indicatori di reddito si sono utilizzati il FNVA e il Reddito Netto. Il FNVA si differenzia dal Reddito Netto in quanto è comune a tutte le aziende, indipendentemente dalla natura dell'origine dell'apporto dei fattori impiegati (ad esempio se familiare o proveniente dall'esterno).

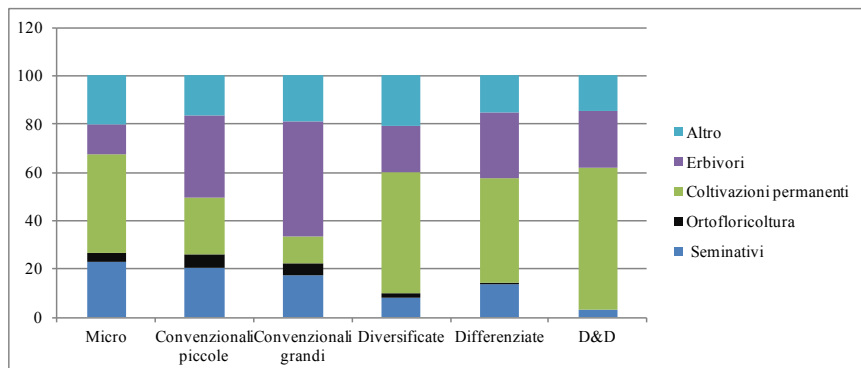
Le convenzionali di piccola dimensione hanno un impiego medio di fattori produttivi, corrispondenti ad una SAU di 32 ha e 1,2 unità di lavoro familiare, al di sotto della media del totale delle aziende con autoconsumo. Esse sono specializzate nell'allevamento di erbivori (34%) e nelle coltivazioni permanenti per il 23% (Fig. 8). La performance economica in termini di FnvA e Reddito Netto è inferiore ai corrispettivi risultati dell'insieme di aziende con autoconsumo. Ciò probabilmente è in parte dovuto anche alla minore integrazione al reddito proveniente sia dal I che dal II Pilastro che tali aziende godono rispetto agli altri gruppi aziendali.

Le imprese con autoconsumo diversificate appartengono mediamente a una dimensione economica grande (PLV superiore ai 100.000 euro). Oltre la metà è specializzata in coltivazioni permanenti (viticoltura, olivicoltura e frutticoltura), dimostrando una sensibilità verso la produzione di qualità. Con la composizione strutturale a disposizione, le diversificate realizzano in me-

Tab. 5. Caratteristiche strutturali ed economiche delle aziende con autoconsumo per profili strategici – valori medi (2008-2012)

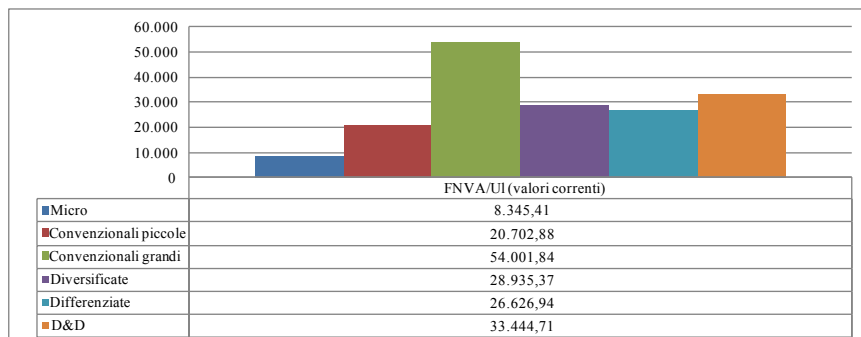
Profili strategici	SAT (ha)	SAU (ha)	UL totali (n)	UL familiari (n)	PLV (€)	FNVA (€)	Reddito netto (€)	Pagamenti Pilastro (€)	Altri pagamenti PSR (€)
Micro	9,5	7,7	0,8	0,8	10.082	5.243	2.862	1.462	514
Convenzionali piccole	32,4	26,8	1,4	1,2	44.009	25.370	18.450	5.773	2.992
Convenzionali grandi	89,4	76,1	3,2	1,8	299.422	159.431	121.019	25.392	6.142
Diversificate	44,8	34,2	2,1	1,3	100.728	73.614	50.743	7.581	3.966
Differenziate	44,1	36,8	1,8	1,2	76.080	49.352	33.225	9.903	7.065
D&D	98,6	62,5	2,9	1,5	154.308	119.302	88.541	8.922	17.471
Totale	42,6	34,7	1,8	1,3	97.278	57.349	41.889	9.015	3.639

Fonte: elaborazione su Banca dati RICA

Fig. 8. Specializzazione produttiva delle aziende con autoconsumo per profili strategici (2008-2012)

Nota: La voce Altro comprende le aziende specializzate in granivori e le miste.

Fonte: elaborazione su Banca dati RICA

Fig. 9. Farm Net Value Added per addetto nelle aziende con autoconsumo per profili strategici – valori medi in euro (2008-2012)

Fonte: elaborazione su Banca dati RICA

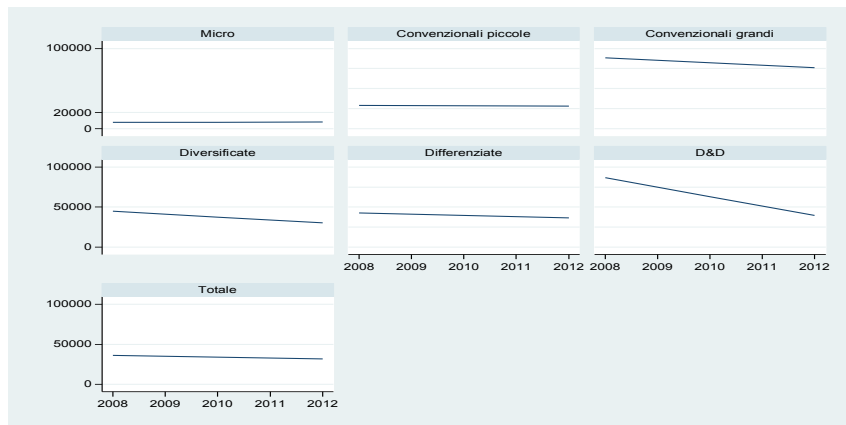
dia un rendimento economico superiore ai corrispettivi valori medi ottenuti dall'intero campione, sia in termini di FNVA (oltre 73.600 euro) che di Reddito Netto (circa 51.000 euro). I buoni livelli di performance economica sembrano essere frutto di un'efficace scelta strategica e di un'efficiente gestione aziendale, essendo il reddito finale poco integrato da sussidi pubblici rispetto agli altri profili strategici, sia sotto forma di pagamenti diretti del I Pilastro (poco più di 7.500 euro sia del II Pilastro (circa 3.900 euro).

L'andamento della performance economica media delle aziende con autoconsumo può essere ulteriormente esplorato attraverso il calcolo degli indicatori di redditività per addetto e di incidenza dei pagamenti pubblici sul reddito aziendale.

Concentrandosi sui profili strategici con maggiore presenza di aziende con autoconsumo (convenzionali piccole e diversificate), si osserva che i percorsi innovativi legati alla diversificazione delle attività realizzano dinamiche reddituali superiori alle convenzionali di piccole dimensioni. In particolare la redditività media per addetto (Fig. 9) è al di sopra dei corrispettivi valori medi del campione (quasi 29.000 euro per le diversificate a fronte dei 26.500 euro totali). Probabilmente questi risultati sono legati anche a fattori di economie di scala per la dimensione economica grande a cui appartengono in media le aziende diversificate.

Sotto l'aspetto della dinamica dei redditi nel tempo (Fig. 10), le convenzionali piccole mostrano una stabilità nel tempo e tendenzialmente positiva. Le diversificate presentano risultati più elevati rispetto alle convenzionali piccole ma hanno una dinamica meno stabile.

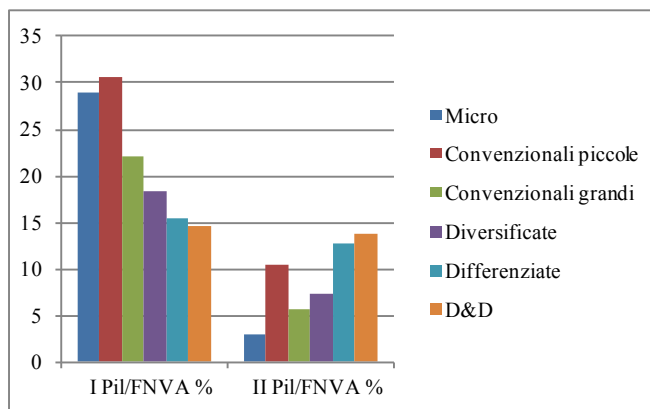
Fig. 10. Trend lineare del Farm Net Value Added per addetto nelle aziende con autoconsumo per profili strategici (valori in euro)



Fonte: elaborazione su Banca dati RICA

Rispetto al sostegno pubblico del reddito aziendale con presenza di autoconsumo (Fig. 11), le diversificate sono meno sostenute rispetto alle convenzionali piccole a conferma di quanto osservato in precedenza che la loro buona performance economica sembra essere merito strettamente della gestione aziendale. La minore incidenza degli aiuti sul valore aggiunto netto è osserva-

Fig. 11. Indicatori di sostegno pubblico al reddito nelle aziende con autoconsumo per profili strategici (2008-2012)



Fonte: elaborazione su Banca dati RICA

bile sia per i pagamenti diretti del I Pilastro (18,3% contro il 30,6% delle convenzionali piccole), sia per i contributi provenienti dal II Pilastro (7,3% contro il 10,4% delle convenzionali piccole).

Un discorso a parte riguarda il gruppo delle micro imprese. L'analisi ha evidenziato che per questa tipologia risulta molto consistente l'incidenza media del valore dell'autoconsumo sull'intera PLV aziendale. È chiaro che questo risultato riflette la condizione di marginalità aziendale, poiché l'autoconsumo favorisce l'integrazione del reddito e la riduzione dei costi familiari, consentendo alle micro imprese di sopravvivere. Tali aziende risultano specializzate in produzioni di qualità come la frutticoltura, la viticoltura e l'olivicoltura, ma hanno una ridotta dotazione strutturale ed economica, come anche i più bassi livelli di reddito per unità di lavoro nell'intero campione. La bassa redditività delle micro imprese è spiegabile dal fatto che tali aziende non hanno tra gli obiettivi principali quello della massimizzazione del profitto. La loro sopravvivenza sembra garantita dalle politiche di I Pilastro, la cui incidenza media rispetto al Fnva (29%) è tra le più alte nel campione. Di contro esse ricevono un aiuto minimo al reddito da parte del II Pilastro, a testimonianza della bassa partecipazione ai pagamenti agroambientali o agli investimenti di capitale.

6. Conclusioni

Nel presente lavoro si è analizzato il fenomeno di diffusione dell'autoconsumo nelle aziende agricole negli ultimi dieci anni. A tal fine sono stati utiliz-

zati i dati campionari della Banca dati RICA per rilevare gli orientamenti strategici e le caratteristiche strutturali, produttive, economiche e reddituali delle aziende con autoconsumo.

Un primo risultato è la conferma dell'incremento progressivo del numero di tali aziende, con un'impennata a partire dal 2009. Una parziale spiegazione di questo processo può essere attribuita alla crisi economica che ha inevitabilmente portato ad un cambiamento della gestione produttiva. Gli imprenditori agricoli sembrano più orientati a mantenere il controllo della fase della produzione e a realizzare una maggiore integrazione verticale della filiera produttiva. Attraverso la pratica dell'autoconsumo essi migliorano la loro capacità di essere autonomi rispetto alle oscillazioni del mercato e di fronteggiare con flessibilità le richieste del mercato. In altre parole, l'agricoltore ha compreso che la permanenza nel tempo di un'azienda è garantita prima di tutto da una stabilità della fase della produzione, da cui discende la possibilità di gestire la specializzazione e il livello qualitativo dei prodotti realizzati.

L'analisi ha confermato la consistente incidenza economica dell'autoconsumo sull'intero valore della produzione nelle micro imprese rispetto agli altri profili aziendali. Dato il ruolo marginale dal punto di vista economico di questa tipologia di imprese, l'autoconsumo assolve alla importante funzione di integrazione del reddito e di riduzione dei costi familiari, grazie a cui (insieme al sostegno pubblico del I Pilastro) le micro imprese riescono a sopravvivere e a permanere nel tempo.

Ma è anche emerso che l'autoconsumo non è solo una prerogativa delle imprese marginali che praticano un'economia di sussistenza. Esso è praticato in maniera diffusa dalle aziende convenzionali di piccola dimensione economica e dalle diversificate, le quali comprendono al loro interno anche imprese con fatturato superiore ai 100.000 euro.

Un altro risultato importante è la presenza delle donne conduttrici nei profili strategici con maggiore diffusione di autoconsumo, come le diversificate. Ciò conferma l'ipotesi che l'autoconsumo stia diventando una caratteristica delle aziende che perseguono strategie "innovative", come appunto la diversificazione delle attività, profili nei quali le donne sono particolarmente propense ad investire le risorse aziendali. Altra prerogativa è la specializzazione in colture permanenti, come la viticoltura e la frutticoltura che, in genere, racchiudono le produzioni tipiche del territorio, a dimostrazione del ruolo dell'autoconsumo nel preservare le risorse endogene e la biodiversità.

È interessante notare che le aziende con autoconsumo non sono penalizzate dal punto di vista della dinamica dei redditi. Negli ultimi anni osservati esse registrano un trend crescente della redditività media per addetto, processo che riguarda soprattutto le diversificate. Ciò suggerisce che l'autoconsumo sembra contribuire alla stabilità di reddito favorendo per l'imprenditore l'in-

cremento di valore aggiunto derivante dal recupero dello scarto di prezzi esistente tra i beni prodotti all'interno dell'azienda e quelli di mercato.

L'incremento di aziende agricole che destinano parte della produzione all'autoconsumo e la sua diffusione in tipologie innovative che diversificano il proprio reddito è sicuramente un segnale di modifica del comportamento aziendale. A tale riguardo sarebbero utili futuri approfondimenti circa le azioni che le politiche possono mettere in atto a sostegno e valorizzazione del valore non solo ambientale e sociale, ma anche economico e reddituale del fenomeno osservato.

Riferimenti bibliografici

- Arnalte E., Ortiz D. (2006). Tendenze dell'agricoltura spagnola. Difficoltà di attuazione di un modello di sviluppo rurale basato sulla multifunzionalità in agricoltura. In: Cavazzani A. et al., a cura di, *Politiche, governance e innovazione per le aree rurali*, INEA. Napoli: Edizioni Scientifiche Italiane.
- Arzeni A., Sotte F. (2013). *Imprese e non-impreses nell'agricoltura italiana. Una analisi sui dati del Censimento dell'Agricoltura 2010*. Working Paper n. 20, Roma: Gruppo 2013.
- Arzeni A., Esposti R., Sotte F. (2003). *Politiche di sviluppo rurale tra programmazione e valutazione*. Milano: FrancoAngeli.
- Ascione E., Carillo F., Vagnozzi A. (2011). *Verso la consulenza alla gestione attraverso la RICA. Creazione di gruppi omogenei di imprese e verifica dei risultati economici*. Working Paper, Roma: Rete Rurale Nazionale.
- Ascione E., Salvioni C. (2013). Caratteristiche del campione RICA utilizzato. In: Henke R. e Salvioni C., a cura di, *I redditi in agricoltura: processi di diversificazione e politiche di sostegno*. Roma: INEA (Studi & Ricerche).
- Barberis C. (2003). L'autoconsumo nel Lazio. *Quaderni di Informazione socio-economica n. 12*, Istituto Nazionale di Sociologia Rurale, Regione Lazio.
- De Rosa M., Russo C., Sabbatini M. (2011). Presenza giovanile, ricambio generazionale e capacità competitiva: alcune considerazioni sui premi di primo insediamento. Convegno di Studi SIDEA, *Il modello agroalimentare europeo di fronte ai mutamenti dello scenario economico globale*, 29-30 settembre 2011, Udine.
- Fonte M., Agostino M. (2006). Il legame dell'impresa agricola con il territorio come fattore di competitività. *Agriregionieuropa*, 5. Testo disponibile al sito: <http://agrireregionieuropa.univpm.it/content/issue/31/agrireregionieuropa-anno-2-ndeg5-giu-2006> (data di consultazione 15 giugno 2015).
- Giarè F. (2011). La funzione sociale dell'agricoltura. In: Giarè F. e Povellato A., a cura di, *Agricoltura, ambiente e società*. INEA, Roma: Il Sole 24 Ore – Agrisole.
- Giarè F., Vagnozzi A. (2012). Elementi caratteristici del capitale umano e sociale dell'agricoltura italiana al 2010. In: Macri M.C., a cura di, *Il capitale umano in agricoltura*. INEA, Roma: Il Sole 24 Ore – Agrisole.
- Goswami R., Chatterjee S., Prasad B. (2014). Farm types and their economic characterization in complex agro-ecosystems for informed extension intervention: study from coastal West Bengal, India. *Agricultural and Food Economics*, 2(5): 1-24. Testo disponibile al sito: <http://www.agrifoodecon.com/content/2/1/5>, (data di consultazione 12 giugno 2015).
- Henke R., Salvioni C. (2008). Multifunzionalità in agricoltura: sviluppi teorici ed evidenze empiriche. *Rivista di Economia Agraria*, 1: 5-34.

- Henke R., Salvioni C. (2010). Diffusione, struttura e redditività delle aziende multifunzionali. *Agrireregionieuropa*, 20. Testo disponibile al sito: <http://agrireregionieuropa.univpm.it/content/issue/31/agrireregionieuropa-anno-6-ndeg20-mar-2010> (data di consultazione 15 giugno 2015).
- Henke R., Salvioni C., a cura di (2013). *I redditi in agricoltura: processi di diversificazione e politiche di sostegno*. Roma: INEA (Studi & Ricerche).
- Iorga A., Toma E. (2013). Assessing self-consumption importance on the income in rural areas. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, 13(2): 185-188. Testo disponibile al sito: http://managementjournal.usamv.ro/pdf/vol.XIII_2/Art30.pdf (data di consultazione 12 giugno 2015).
- Jongeneel R., Polman N., Slangen L. (2005). Why are farmers going multifunctional? Atti del XIth International Congress of the EAAE, *The Future of Rural Europe in the Global Agri-food System*, Denmark, 24-27 August, 2005, Copenhagen.
- Lowe L. (2006). Concetti e metodi nelle politiche europee di sviluppo rurale. In Cavazzani A. et al., a cura di, *Politiche, governance e innovazione per le aree rurali*. INEA. Napoli: Edizioni Scientifiche Italiane.
- Lowe L., Murdoch J., Ward N. (1995). Networks in rural development: beyond exogenous and endogenous models. In: Van der Ploeg J.D. and Van Dijk G., eds., *Beyond Modernization, the Impact of Endogenous Rural Development*. Assen: Van Gorcum.
- Massoli B. (2004). Le aziende autoconsumistiche in Italia. Convegno Nazionale Interdisciplinare *Bioregionalismo e benessere: alla ricerca di una sinergia ecologica e alimentare tra etica e utopia. Attese dei consumatori, aggiustamenti produttivi e esternalità*, Udine.
- Russo C., Sabbatini M. (2005). Analisi esplorativa delle differenziazioni strategiche nelle aziende agricole. *Rivista di Economia Agraria*, 4: 659-695.
- Salvioni C., Ascione E., Henke R. (2013). Structural and economic dynamics in diversified Italian farms. *Bio-based and Applied Economics*, 2 (3): 257-275. doi: 10.13128/BAE-13094.
- Sortino A. (2009). Endogenous approach to rural development: theoretical roots and doctrinal developments. MPRA Paper No. 16260, posted 5. Testo disponibile al sito: <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/16260/> (data di consultazione 12 giugno 2015).
- van der Ploeg J.D., Renting H., Brunori G., Knickel K., Mannion J., Marsden T., de Roset K., Sevilla-Guzmán E., Ventura F. (2000). Rural development: from practices and policies towards theory. *Sociologia Ruralis*, 40 (4): 391-408. doi: 10.1111/1467-9523.00156.
- van der Ploeg J.D., Long A., Banks J. (2002). *Living Countrysides: Rural Development Processes in Europe: the State of the Art*. Amsterdam: Elsevier, EBI.
- van der Ploeg J.D. (2006). *Oltre la modernizzazione. Processi di sviluppo rurale in Europa*. Cantanzaro: Rubettino.
- van der Ploeg J.D. (2007). The third agrarian crisis and the re-emergence of processes of re-peasantization. *Rivista di Economia Agraria*, 3: 325-332. Testo disponibile al sito: http://www.ufrgs.br/pgdr/arquivos/ipode_44.pdf, (data di consultazione 12 giugno 2015).
- Vasile E., Balan M., Mitran D., Croitoru I. (2011). The restructuring of Romanian agriculture. *Romanian agricultural research*, 28: 263-270. Testo disponibile al sito: www.incda-fundulea.ro, (data di consultazione 12 giugno 2015).

Sitografia

www.agricolturacontadina.org
www.istat.it
www.istat.it/it/censimento-agricoltura