QUALE STRATEGIA PER L'UVA DA TAVOLA?

I conti in tasca *della filiera.*



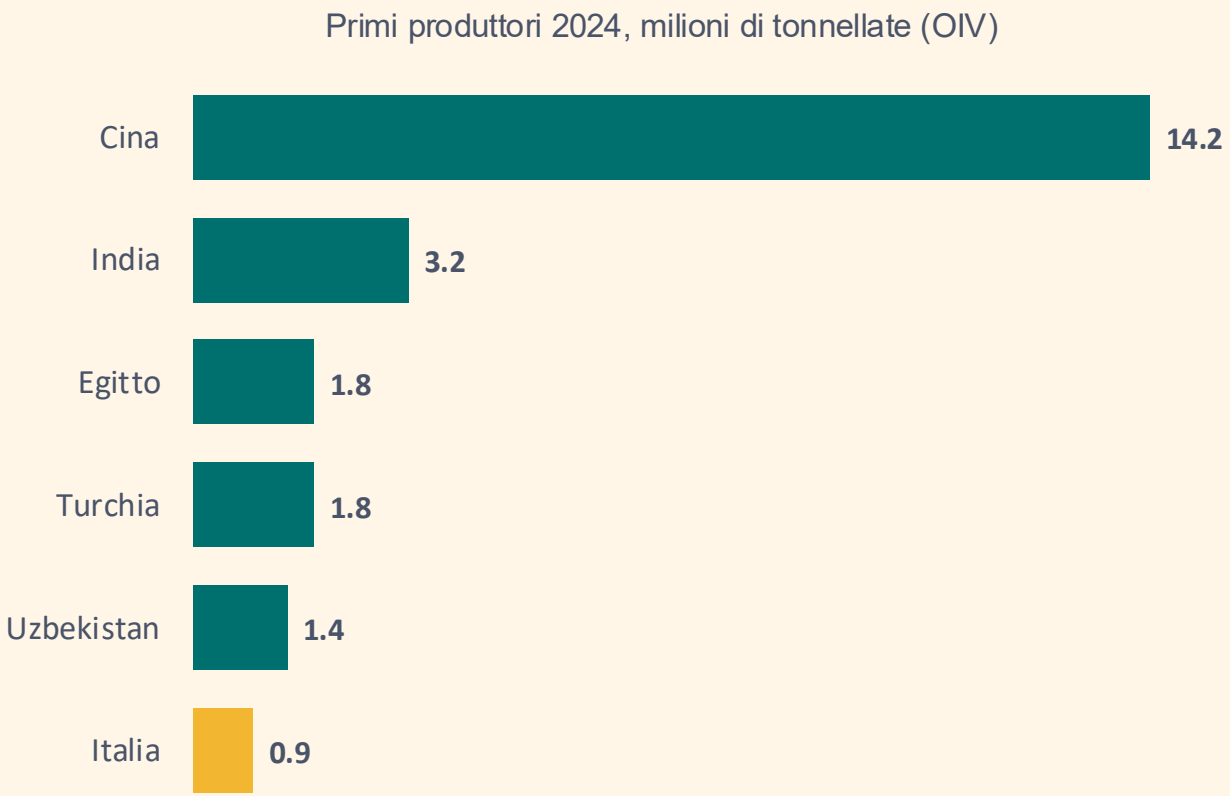
Prof. Antonello Garzoni

CEO LUM Enterprise s.r.l. · Ordinario Strategia Aziendale Università LUM

22 ottobre 2026 - LUV Fiera del Levante, Bari

COLDIRETTI PUGLIA · LUV La Fiera dell'uva da tavola · APEO Associazione Produttori Esportatori Ortofrutticoli · crea Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria · SCHOOL OF MANAGEMENT Università Lum Jean Monnet · LUM ENTERPRISE Digital Partner Università Lum · Nuova Fiera del Levante

33,3 milioni di tonnellate, *il 43% in Cina*



+3,1%

crescita media annua dal 2000; nel 2025 l'uva da tavola è il 48% di tutta l'uva prodotta

9,9 mld €

commercio mondiale 2024; in valore guidano Perù, Paesi Bassi e Italia (0,92 mld €)

2 poli

della genetica brevettata:
Bloom Fresh (SNFL + IFG) e Sun World

Primo produttore europeo, *export record*

978 mila t

prodotte nel 2025 su circa 47.000 ettari; Puglia e Sicilia hanno il 93% delle superfici

973 mln €

export 2025, record storico; il valore all'origine è di circa 640 mln €

44%

della produzione va all'estero; 37% mercato interno, 15% trasformazione

LA TRANSIZIONE VARIETALE E I CANALI

Varietà Italia
23% degli ettari, prima per superficie

Apirene
vicine al 50% delle superfici

Brevettate
circa 14.000 ha, soprattutto Puglia e Basilicata

Distribuzione Moderna
72% delle vendite al dettaglio

Il cuore dell’uva da tavola *italiana*

25.000 ha

in produzione

57-60%

della produzione nazionale

~400 mln €

di fatturato

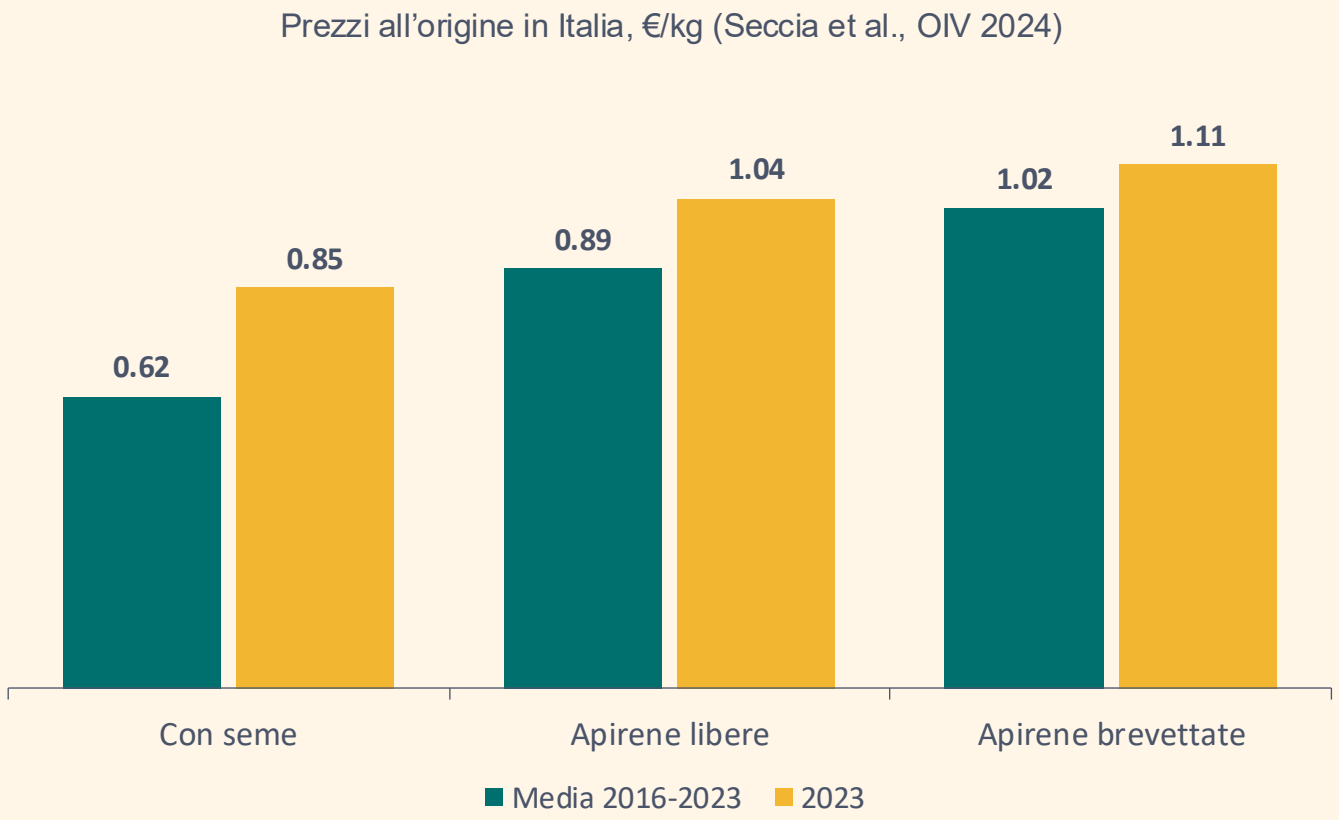
>57%

superfici ad apirene (78% dei nuovi impianti)

Bari, BAT e Taranto: la sola provincia di Bari vale circa il 24% della produzione nazionale; il versante ionico cresce con le tardive.



Premio alle apirene, *ma in erosione*



LA CAMPAGNA 2026

0,70 €/kg

uva conferita ai magazzini in Puglia (luglio)

0,40-0,50 €/kg

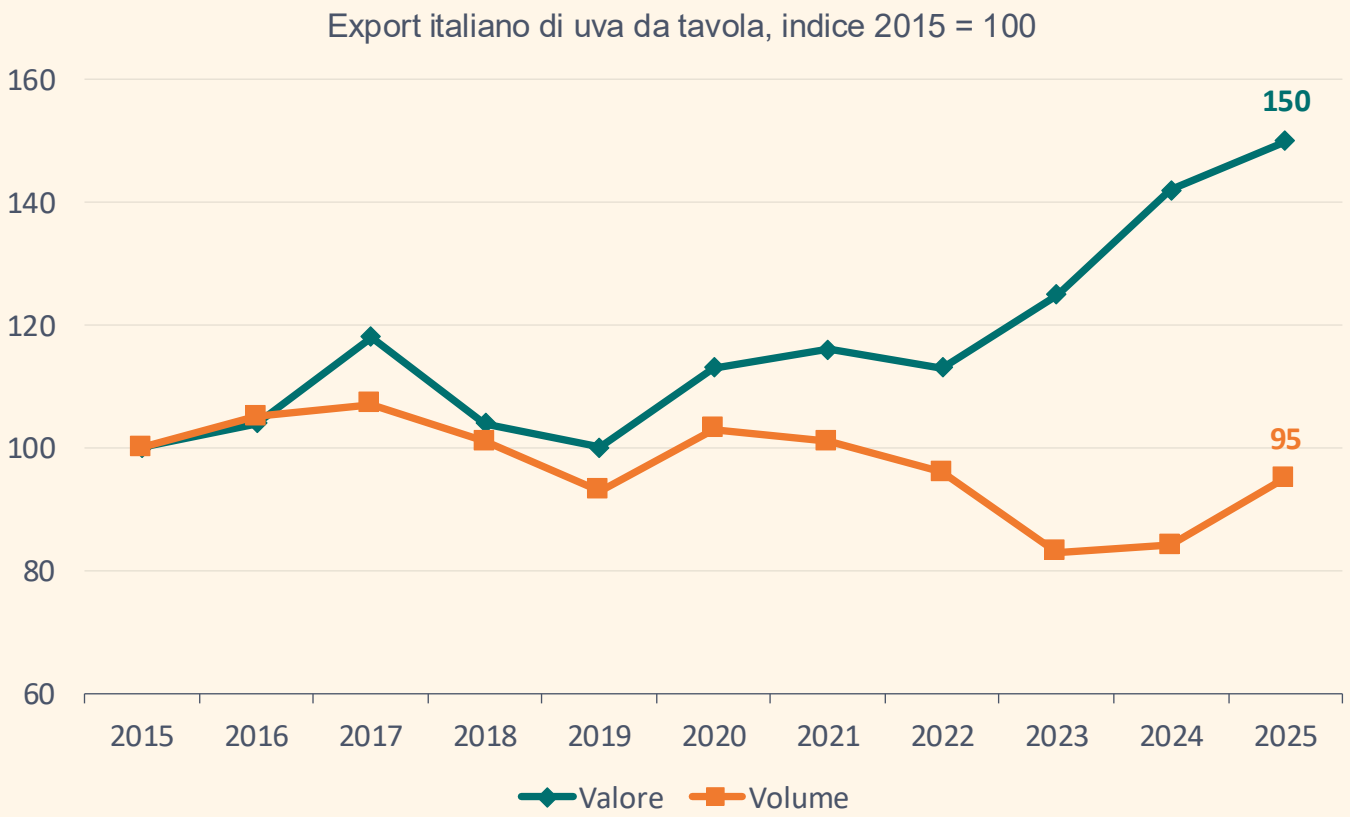
voci su Autumn Crisp a fine agosto

3,5-4,1 €/kg

le stesse uve all'ingrosso in Germania

Confezionato: 55% dei volumi e 61% del valore (2025)

Più valore, *con gli stessi volumi*



750-830 mln €

stima dell'export pugliese 2025: l'80-85% di quello italiano

98%

dell'export resta in Europa; Germania (32%) e Francia oltre la metà

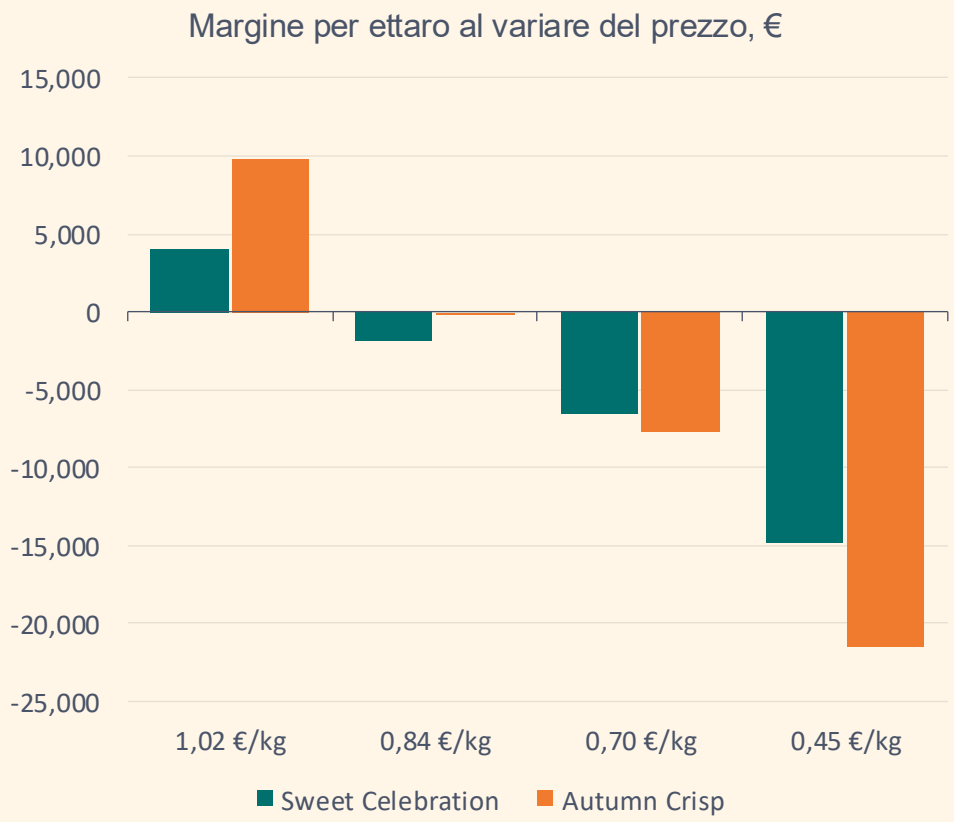
da 38% a 33%

la quota italiana sul mercato tedesco tra 2018 e 2022

Pareggio a 0,84-0,90 €/kg, *sopra i prezzi 2026*

Per ettaro	Sweet Celebration	Autumn Crisp
Giornate di lavoro	192	332
Manodopera	16.128 €	27.888 €
Ammortamenti	4.600 €	6.100 €
Resa	33.000 kg	55.000 kg
Costo al kg (base)	0,63 €/kg	0,62 €/kg
Costo pieno*	0,81-1,00 €/kg	0,76-0,93 €/kg
Punto di pareggio	**0,90 €/kg**	**0,84 €/kg**

** con mezzi tecnici 3.000-5.000 €/ha e royalty 0,09-0,22 €/kg. Stime da interviste aziendali, senza valore statistico.*



Su 3,50 €/kg, all'agricoltore *restano 0,18 €*

Caso tipo: apirene brevettata pugliese venduta nella GDO tedesca, annata normale. Valori cumulati in €/kg.

Breeder

royalty, il 4% del prezzo finale, senza rischio agricolo

Agricoltore

prezzo all'origine: netti 0,18 €, il **5%**

Export

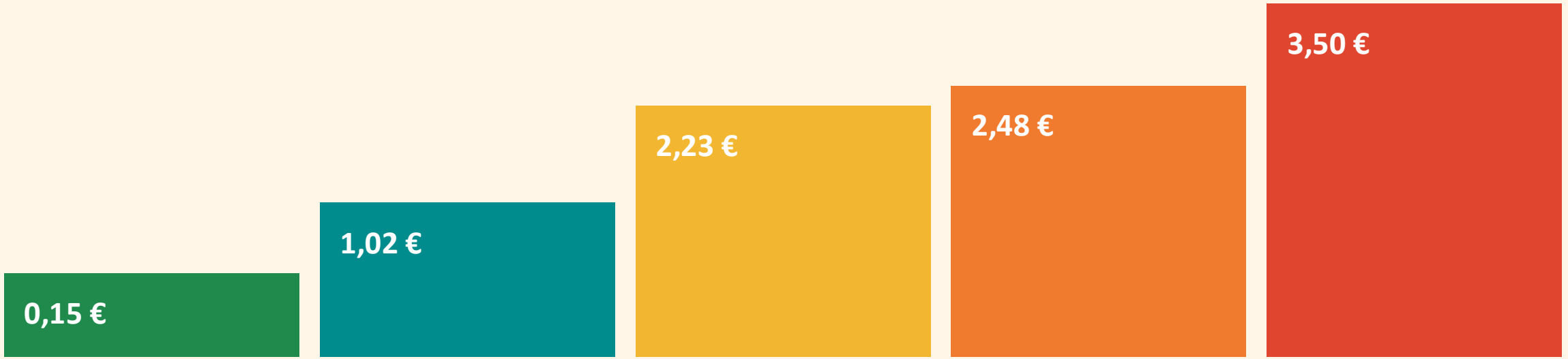
prezzo all'export: margine lordo 0,66 €, il **19%**

Trasporto

franco destino in Germania, +0,25 €

GDO

al consumo: margine lordo 0,79 € (**23%**), IVA 0,23 €



Valore a monte e a valle, *rischio in campo*

01	**La riconversione è un successo**	Export a 973 mln €, valore +50% in dieci anni a volumi quasi invariati; apirene già maggioritarie in Puglia.
02	**Il premio varietale non è garantito**	Club a 1,02 €/kg nel 2016-2023, trattate a 0,40-0,50 nel 2026: il brevetto protegge la royalty, non il prezzo.
03	**Pareggio a 0,84-0,90 €/kg**	Ogni decisione d'impianto va valutata contro questa soglia e uno scenario di prezzo basso.
04	**La frammentazione costa**	Migliaia di venditori creano un'apparenza di abbondanza: servono OP, raccolte programmate, un osservatorio regionale.
05	**Troppa dipendenza da due mercati**	Germania e Francia oltre metà dell'export: presidiare UK, Scandinavia, Golfo e Asia; ricerca varietale italiana.

Quale strategia per *l'uva da tavola pugliese?*

01

Alto valore

Continuare a puntare su modelli di business ad alto valore, a partire dalle apirene confezionate.

02

Agritech

Irrigazione di precisione, analisi del fogliame con l'IA, monitoraggio dello stato delle piante.

03

Marchio

Un brand riconoscibile oltre l'IGP, fondato sull'origine e su un'offerta di mercato chiara.

04

Aggregazione

Premiare qualità e buone pratiche; trattare come gruppo d'acquisto con le multinazionali.

05

Antenne commerciali

Presidi sui mercati nazionali ed esteri, con più forza e potere contrattuale.

Credits

Antonello Garzoni
Professore ordinario di Strategia aziendale, Università LUM
CEO LUM Enterprise s.r.l. · garzoni@lum.it · www.lumenterprise.it

LUM ENTERPRISE
DIGITAL PARTNER UNIVERSITÀ LUM

