

ISSN2282-1376



pag. 2

Editoriale

pag. 4

**La produzione di energia rinnovabile:
un'opportunità o una minaccia per l'agricoltura?**

pag. 10

**La nuova PAC 2014-2020:
vantaggi e svantaggi per il sistema agroalimentare
mantovano**

pag. 14

**Crisi economica e consumo di prodotti
agroalimentari mantovani: quali previsioni**

pag. 20

**Alleanze, intese, reti:
una leva strategica ormai decisiva**

pag. 26

**Le filiere suinicole: verso un sistema più
competitivo?**

pag. 32

Eventi e manifestazioni

pag. 33

Scadenze e termini

editoriale

a cura di

Alessandro Pastacci

Presidente Provincia di Mantova

Maurizio Castelli

Assessore alle Politiche Agroalimentari

Provincia di Mantova

Mantovagricoltura, il periodico trimestrale edito dalla Provincia di Mantova viene riproposto, da questo numero, in versione on-line. E' una pubblicazione storicamente consolidata: eredita infatti l'esperienza, nata nell'immediato secondo dopoguerra, del periodico dell'ispettorato Agrario, destinato agli imprenditori agricoli e dell'agroalimentare, ai tecnici e ai consumatori.

Abbiamo voluto migliorare ancora i contenuti d'informazione sull'attualità e il futuro della produzione alimentare mantovana.

Per questo ci siamo avvalsi della collaborazione di alcuni dei migliori docenti universitari, ricercatori e professionisti italiani. La dimensione, in quantità e qualità, del sistema mantovano, singolare e unico nell'agricoltura lombarda, merita un impegno qualificato che documentii il modo di produzione a garanzia dei consumatori locali e non. E' noto infatti come l'abbondanza delle produzioni alimen-

n. 1 - 2012

Registrazione del Tribunale di Mantova
n.11/99 - Registro Stampa

Trimestrale di informazione
del Settore Sviluppo Agricolo,
Caccia e Pesca

Direttore Responsabile:
Alessandra Ferrari

Redazione:
Paolo Micheli, Leonardo Rossetti,
Maurizio Castelli

Hanno collaborato:
Andrea Povellato, Alessandro Pastacci,
Riccardo Pastore, Corrado Pignagnoli,
Gabriele Canali, Roberto Pretolani



tari del nostro territorio abbia come inevitabile sbocco i mercati internazionali ed è quindi necessario che ci si attrezzi per affrontarli adeguatamente.

L'obiettivo del periodico è quello di offrire una lettura delle dinamiche del sistema, delle imprese e delle produzioni e di esprimere le sollecitazioni e le proposte che i nostri imprenditori possano vivere come occasione di accompagnamento propositivo verso il futuro delle nostre campagne.

Campagne che sono un patrimonio delle imprese e degli imprenditori dell'agroalimentare ma anche di tutta la comunità mantovana.

La produzione di energia rinnovabile: un'opportunità o una minaccia per l'agricoltura?

di **Andrea Povellato**,
Istituto Nazionale
di Economia Agraria



Tra le molteplici attività che caratterizzano sempre più spesso il ruolo multifunzionale dell'agricoltura, la produzione di energia rinnovabile è giunta relativamente tardi nei nuovi scenari agricoli, ma sembra destinata a modificare in modo sostanziale la struttura economica del settore. Per l'agricoltura italiana l'impatto è probabilmente superiore a quello provocato dallo sviluppo dell'agriturismo ma, rispetto a quest'ultima attività, la produzione di energia rinnovabile è adattabile a un numero ben più grande di aziende e realtà agricole. Come accade spesso nel caso dell'agricoltura, sotto il profilo ambientale emergono luci e ombre per cui accanto alle nuove opportunità economiche e al contributo positivo in tema di cambiamenti climatici e ricerca di fonti alternative all'energia fossile non mancano aspetti controversi. Anche l'agricoltura mantovana può dare il suo contributo in materia, senza eludere una serie di questioni che pongono dei limiti all'effettiva sostenibilità dei nuovi processi produttivi.

Il rapporto tra agricoltura e energia è ambivalente: da un lato il settore si presenta come un consumatore di energia e dall'altro lato offre un notevole potenziale in termini di energia rinnovabile. In entrambe i casi sono opportunità concrete per valorizzare le produzioni agricole sotto il profilo energetico.

In termini di consumi energetici l'agricoltura ha un ruolo abbastanza marginale simile al peso che il settore agricolo ha sull'intera economia. A livello nazionale i consumi energetici dell'agricoltura rappresentano il 3,2% del totale nazionale e l'incidenza relativa della Lombardia è ancora più bassa (1,7%). Tuttavia il settore agricolo lombardo si caratterizza per un'intensità energetica superiore alla media nazionale: 132 tep per milione di euro di valore aggiunto (111 tep/VA è la media nazionale) e, soprattutto, 0,46 tep per ettaro, il valore medio più elevato tra tutte le regioni rispetto a 0,25 tep/ha come media nazionale.

A fronte di un'intensità energetica elevata, sicuramente vi sono margini per migliorare l'efficienza energetica attraverso un esame accurato dei processi produttivi aziendali sotto il profilo energetico (auditing energetico) e il conseguente investimento in tecnologie innovative ad alto rendimento energetico. Una migliore conoscenza della gestione energetica aiuta a diminuire i costi aziendali (beneficio privato) e riduce il consumo di energia per unità di prodotto (beneficio sociale). In prospettiva, gli interventi potrebbero essere inseriti nel piano di sviluppo rurale, incrementando la quota di risorse che già ora viene destinata a questa tipologia di interventi.

Il quadro della produzione di energie rinnovabili in agricoltura è ancora più interessante - e come detto particolarmente controverso. In primo luogo troviamo le biomasse ricavate da produzioni agricole e forestali che possono essere utilizzate per produrre energia termica, elettricità e energia per trasporto. Ma il settore agricolo è chiamato in causa anche nel caso dell'energia fotovoltaica, la cui produzione può richiedere porzioni di terreno piuttosto estese nel caso di impianti di grandi dimensioni.

La sfida dell'Unione Europea per i prossimi decenni sul fronte delle fonti energetiche rinnovabili e quindi anche della conseguente e sperabile mitigazione dei cambiamenti climatici è particolarmente ambiziosa (vedi box 1). Si pensi che oltre agli obiettivi fissati per il 2020 che sono ormai entrati nella fase di applicazione anche in Italia, alcuni documenti comunitari hanno fissato una tabella di marcia per ridurre le emissioni comunitarie dell'80-95% entro il 2050 (rispetto ai livelli del 1990). Il contributo del settore agricolo al raggiungimento dell'obiettivo dovrebbe comportare un calo del 42-49% delle proprie emissioni. L'innovazione è la chiave del successo e la definizione di obiettivi così ambiziosi si basa proprio sul presupposto di accelerare il cambiamento tecnologico, seguendo percorsi di sostenibilità su tutti i fronti.

Passando ai singoli comparti, nel panorama nazionale

emerge la crescita impetuosa degli impianti per la produzione di biogas, grazie ad un sistematariffario molto generoso. Per il momento in Italia la produzione è ottenuta per circa l'80% dal recupero di biogas dalle discariche per rifiuti urbani, ma sta crescendo il contributo degli impianti agrozootecnici. Lo sviluppo del settore, spinto soprattutto da ditte costruttrici estere, prevede l'alimentazione con effluenti zootecnici associati a sottoprodotti e colture (60% degli impianti e 70% della potenza installata in Italia), seguiti da impianti con soli effluenti zootecnici (29% degli impianti ma soltanto 7% della potenza) e da quelli alimentati soltanto con frazioni vegetali (13% e 22%). In provincia di Mantova gli impianti in attività secondo il GSE sono 32, ma altri 18 sono in fase autorizzativa (tab. 1). Da segnalare che questi impianti contribuiscono per il 9% alla copertura dei fabbisogni elettrici provinciali. In prospettiva saranno premiati gli impianti che utilizzano effluenti e



sottoprodotti, e che quindi contribuiscono a risolvere il problema dello smaltimento di questi materiali. Le tecnologie si stanno orientando verso la cogenerazione di energia elettrica e termica in modo da massimizzare l'efficienza degli impianti. Infine un certo interesse deriva anche dalla possibilità di trasformare il biogas in biometano - impiegato come energia termica e nei trasporti -, per aumentare l'efficienza energetica (recupero del calore) e differenziare la produzione, ma deve essere creato un apposito sistema di incentivazione.

Anche gli impianti fotovoltaici si sono sviluppati nel settore agricolo, grazie al forte impulso dai vari sistemi di incentivazione che si sono succeduti negli ultimi anni. In particolare il cosiddetto "Secondo Conto Energia" ha aumentato notevolmente la convenienza all'installazione di impianti di potenza medio-alta con

EUROPA 2020, il cosiddetto pacchetto "clima-energia", propone di: a) portare la produzione di energia da fonti rinnovabili al 20% dei consumi finali di energia, b) migliorare l'efficienza energetica del 20% e c) ridurre del 20% le emissioni di gas a effetto serra rispetto al 1990, entro il 2020. Un primo tassello è rappresentato dall'approvazione della direttiva 2009/28/CE sulla promozione dell'uso dell'energia da fonti rinnovabili che fissa le quote nazionali del consumo finale derivante da FER legalmente vincolanti per gli Stati membri e diversificate a livello nazionale per tenere conto dei differenti punti di partenza. Per l'Italia l'obiettivo è stato fissato al 17%, quasi 12 punti percentuali in più rispetto al valore raggiunto nel 2005 (5,2%) da raggiungere attraverso un piano di azione nazionale.





Il Piano di azione nazionale (PAN) per le fonti energetiche rinnovabili, approvato dall'Italia nel 2010, prevede che i 22 milioni di Tep necessari per raggiungere il 17% di energia rinnovabile sui consumi finali derivino da una forte crescita nella produzione di calore (il 15,8% nel 2020 rispetto al 5,5% del 2005), che arriverà ad eguagliare il contributo delle FER nella produzione di elettricità (tab. 3). Alle biomasse di origine agricola e forestale viene assegnato un ruolo importante sia nella produzione di calore (58%) che in quella di elettricità (20%). Infine, per quanto riguarda l'energia necessaria per i trasporti, l'obiettivo del 10% verrà assicurato da carburanti di seconda generazione rappresentati in primo luogo dal biodiesel (62%) e dal bioetanolo (20%), mentre la restante quota è stata assegnata alla produzione di elettricità (16%) e ad altri combustibili considerati minori (biogas, oli vegetali, ecc.).

la conseguente occupazione di superficie precedentemente coltivata. Sotto questo profilo la situazione in Lombardia è decisamente meno preoccupante rispetto a quanto sta accadendo in altre parti d'Italia. Secondo il GSE, alla fine del 2010 degli oltre 3.300 ettari occupati da impianti a terra soltanto 92 ettari (3%) riguardano la Lombardia. Il numero di impianti (prevalentemente non a terra) realizzati nel settore agricolo in provincia di Mantova è piuttosto consistente, soprattutto in termini di potenza installata che rappresenta il 37% della potenza complessivamente installata in provincia (tab. 2).

La crescita tumultuosa degli impianti per la produzione di energia rinnovabile è per certi versi inevitabile, visto il ritardo con cui l'Italia ha avviato i sistemi di incentivazione rispetto ad altri paesi europei. Non dobbiamo dimenticare che tale crescita è richiesta anche da accordi comunitari e internazionali che l'Italia è tenuta a rispettare (vedi box 2). Purtroppo la gestione degli interventi a livello nazionale in questi anni è stata estremamente carente, fatta di indicazioni confuse, scarsa informazione e comportamenti speculativi. Le recenti polemiche sul costo delle bollette energetica

per i consumatori - oltre ad una più preciso dettaglio dell'aumento dei costi non tutti imputabili alle fonti rinnovabili - dovrebbero tener conto dei benefici che derivano in termini di minori emissioni inquinamenti, minori importazioni di combustibili fossili e creazione di occupazione e valore aggiunto nel settore della cosiddetta green economy.

A livello territoriale è auspicabile che la convenienza nella trasformazione delle biomasse in energia sia valutata anche in termini di impatto ambientale, privilegiando le soluzioni che valorizzano residui e rifiuti o che risolvono specifici problemi (ad esempio il biogas come strategia di controllo dei nitrati). Puntare sugli impianti di piccola taglia e sull'innovazione sono le

Tab. 1 - Impianti a biogas in provincia di Mantova

	Numero	Potenza MW	Energia MWh/anno	Copertura fabbisogni provinciali	CO2 non emessa t/anno
Impianti in esercizio al 31/12/2010 ¹	20	15,2	113.910	3,0%	56.955
Impianti qualificati IAFR al 31/12/2010 ¹	12	12,7	95.153	2,5%	47.576
Impianti in CdS nel 2011 + CdS	18	17,5	131.318	3,4%	65.659
TOTALE	50	45,4	340.380	8,9%	170.190

Fonte: ¹ Gestore dei servizi energetici (GSE), 2011; ² Provincia di Mantova.
CdS: Conferenza dei Servizi.

Tab. 2 - Numerosità, potenza e produzione degli impianti fotovoltaici al 2010

	Mantova	Lombardia	Italia
Numero	1.479	23.274	155.977
Potenza in MW	23	372	3.470
Produzione in MWh	11	190	1.906
di cui in agricoltura:			
Numero	117	773	7.332
Potenza in MW	8	57	505
in % su totale:			
Numero	7,9	3,3	4,7
Potenza in MW	36,7	15,4	14,5

Fonte: ¹ Gestore dei servizi energetici (GSE), 2011; ² Provincia di Mantova.
CdS: Conferenza dei Servizi.

parole d'ordine per esaltare le potenzialità energetiche del settore agricolo senza pregiudicare le risorse naturali, a cominciare dall'uso del suolo oggetto di una sempre più accesa competizione tra usi agricoli, energetici e urbani. La strada dell'innovazione è particolarmente interessante perché consente di valorizzare anche le conoscenze tecnologiche dei distretti

industriali locali e di recuperare il tempo perduto in un mercato che, al momento, vede le imprese di altri paesi in posizione di vantaggio.

Tab. 3 - Consumi finali lordi di energia e obiettivi per le fonti energetiche rinnovabili (FER) al 2020

	2008			2020		
	Consumi da FER	Consumi finali lordi	FER/CFL (%)	Consumi da FER	Consumi finali lordi	FER/CFL (%)
Elettricità	5,0	30,4	16,5	9,1	31,4	29,0
Calore	3,2	58,5	5,5	9,5	60,1	15,8
Trasporti	0,7	42,6	1,7	2,5	39,6	6,4
Trasferimenti da altri Stati	-	-	-	1,1	-	-
TOTALE	9,0	131,6	6,8	22,3	131,2	17,0
Trasporti ai fini dell'obiettivo 10% ¹	0,9	37,7	2,4	3,4	34,0	10,1

¹ Stima effettuata secondo parametri specifici indicati nella direttiva 2009/28/CE.

Fonte: Ministero per lo sviluppo economico, Piano di azione nazionale per le fonti energetiche rinnovabili, 2010.

Glossario

Tep: tonnellate equivalenti di petrolio, misura utilizzata nei bilanci energetici per esprimere in una unità convenzionale tutte le fonti energetiche, tenendo conto del loro potere calorifico.

kWh: Il chilowattora, corrispondente all'energia fornita dalla potenza di 1.000 watt per un periodo di 1 ora, è comunemente utilizzato per la misura dell'energia elettrica prodotta e consumata in ambito domestico e industriale.



La nuova PAC 2014-2020: vantaggi e svantaggi per il sistema agroalimentare mantovano

di **Roberto Pretolani**
Dipartimento di economia
e politica agricola, agroalimentare
e ambientale -
Università degli studi di Milano

Il quadro della nuova PAC

Il 12 ottobre 2011 la Commissione Europea ha presentato le proposte di regolamento per la Politica Agricola Comuna (Pac) per il periodo 2014-2020. Le proposte, contenute in sette documenti per un complesso di quasi 800 pagine, costituiscono la base di negoziato tra la Commissione stessa, il Consiglio dei Ministri dell'agricoltura UE e il Parlamento Europeo.

Tali proposte traducono in norme operative gli obiettivi presentati dalla stessa Commissione a novembre 2010 e il dibattito sviluppatosi a partire da questo documento sia in sede di Parlamento sia attraverso una consultazione pubblica tra gli attori pubblici e privati del sistema agricolo (alla quale il nostro paese ha dato scarsi contributi). Il percorso per giungere all'approvazione definitiva dei testi legislativi è ancora lungo e si concluderà, secondo le previsioni più ottimistiche, entro il 2012 o nel corso del 2013. I regolamenti definitivi, e le norme applicative degli stessi che seguiranno, stabiliranno le modalità di calcolo del premio unico aziendale e le nuove norme del programma di sviluppo rurale valevoli per gli anni dal 2014 al 2020. L'anno finale di questa programmazione dà il nome a questa ennesima riforma della Pac, che viene chiamata "Europa 2020".

Prima di entrare nel dettaglio delle proposte e della individuazione dei prevedibili effetti sul sistema agroalimentare mantovano appare necessario fare due ulteriori premesse. La prima è che il sostegno comunitario dato dalla Pac all'agricoltura ci sarà ancora: è un fatto che due o tre anni fa non era considerato scontato, anzi si era diffusa la notizia che "la Pac sarebbe finita nel 2013" o che, comunque, le risorse per la Pac sarebbero state drasticamente ridotte. Oggi, salvo clamorosi colpi di scena derivanti dalla crisi economica e finanziaria in corso, abbiamo non solo la certezza che la Pac proseguirà ma anche che le risorse del bilancio comunitario resteranno complessivamente invariate, almeno in euro correnti. Una riduzione significativa vi sarà, invece, se si considera l'inflazione prevista e, quindi, il potere di acquisto degli euro erogati: la riduzione ipotizzata a livello comunitario è del 12,6% tra il budget 2013 (57 miliardi di euro, di cui 43,5 per le politiche di sostegno ai redditi) e quello del 2020 (50 miliardi a valori costanti, cioè a potere d'acquisto attuali, di cui 38 per il sostegno ai redditi). La seconda premessa riguarda gli obiettivi che la Pac vuole ottenere dando sostegno ai redditi dei produttori agricoli. Obiettivi contenuti nel documento del novembre 2010 e che possono essere così riassunti: rispondere alle future sfide dell'alimentazione, delle risorse naturali e del territorio.

I tre obiettivi strategici sono, di conseguenza, quelli di "preservare il potenziale di produzione alimentare dell'UE secondo criteri di sostenibilità, al fine di garantire la sicurezza dell'approv-

vigionamento alimentare a lungo termine per i cittadini europei”; di “sostenere le comunità agricole, che forniscono ai cittadini europei una grande varietà di derrate alimentari di pregio e qualità, con una gestione attiva del territorio e delle risorse naturali” e di “preservare la vitalità delle comunità rurali, per le quali l’agricoltura costituisce un’attività economica importante in grado di creare occupazione locale”.

Si tratta di tre obiettivi ampiamente condivisibili e, soprattutto il primo, di natura strategica alla luce della forte volatilità dei prezzi ed oscillazione delle produzioni a livello internazionale.

Le proposte di cambiamento del premio unico aziendale.

Le bozze di regolamento presentate dalla Commissione a novembre 2011 non appaiono molto coerenti, a parere di molti e anche di chi scrive, con gli obiettivi sopra ricordati. Rispetto a quelle finalità erano (e sono) probabilmente più adeguati gli attuali meccanismi di determinazione del premio unico aziendale, introdotti nel 2004 (riforma Fischler) e basati sul progressivo disaccoppiamento del sostegno rispetto ai beni prodotti, e le misure prese nel 2008 (verifica dello stato di salute della Pac) che hanno eliminato il set-aside e le quote latte (dal 2015). Certamente le norme attuali non sono perfette (anche a causa delle scelte applicative nazionali) e vi sono margini di miglioramento, ma le proposte in discussione sembrano andare in direzione opposta alla “libertà di produrre ciò che il mercato richiede” che era (ed è) punto qualificante della riforma Fischler e della semplificazione che ne è derivata. Relativamente al premio unico aziendale le proposte prevedono cinque punti fondamentali:

- a) La revisione dei massimali di aiuto concessi a ciascun paese con un parziale livellamento tra paesi che ricevono di più e di meno della media comunitaria
- b) La suddivisione degli aiuti in diverse componenti, sulla base di scelte nazionali ma con vincoli di percentuali massime e minime stabilite uguali per tutti.
- c) La revoca alla data del 31 dicembre 2013 degli attuali titoli attribuiti alle imprese
- d) La domanda per la richiesta di nuovi titoli nel maggio 2014 estesa a tutti gli agricoltori, sia già detentori di titoli sia per quelli sinora esclusi

e) La progressiva omogeneizzazione dei valori dei titoli, tutti riferiti ad ettaro, con un valore uguale per tutti gli agricoltori di uno stato o di una regione omogenea, da raggiungersi nel 2019. Gli aspetti fondamentali sono quindi tre e sono noti con i nomi di convergenza (punto a), spacchettamento in componenti (punto b) e regionalizzazione (punti d ed e). Tutti e tre gli aspetti avranno conseguenze sull’agricoltura lombarda e su quella mantovana e, quindi, vanno attentamente considerati.

Per quanto riguarda la convergenza il nostro paese è penalizzato dall’aver un premio medio attuale superiore a 400 euro per ettaro a fronte di una media dell’UE a 27 inferiore a 300 euro. La convergenza proposta, sia pure parziale, porterebbe ad una riduzione del 6,9% del massimale di aiuti per l’Italia (283 milioni di euro tra il 2013 ed il 2017). Assieme a noi perderebbero aiuti Olanda, Belgio, Grecia, Danimarca, Francia e Germania, a beneficio soprattutto dei paesi dell’est. Il 6,9% di taglio andrebbe ad assommarsi alla perdita di valore reale degli aiuti del 12,6% e, quindi, ad una perdita di sostegno di circa il 20% in termini reali. Forse qualche margine di riduzione del taglio è possibile, ma la direzione appare inevitabile. Il secondo aspetto delle proposte, lo spacchettamento in componenti del massimale nazionale, appare ad oggi quello più complesso e genera molte perplessità: nel nostro paese l’opposizione alle misure previste è generalizzata e, grazie ad adeguate alleanze con altri paesi, si potrebbe arrivare ad un cambiamento significativo delle norme proposte. In estrema sintesi si prevede che vi possano essere sei diverse tipologie di aiuti, di cui quattro obbligatori e due facoltativi, a scelta dello stato membro.

Il budget assegnato a ciascun paese UE (per l’Italia 3,84 miliardi di euro dal 2017 in poi) dovrà essere suddiviso tra le 4 (o 5 o 6) componenti rispettando alcuni parametri prefissati:

- a) La prima componente obbligatoria è quella riservata al pagamento semplificato per i piccoli agricoltori, considerati tali se la superficie è inferiore a 3 ettari: ad essa potrà essere attribuita una percentuale massima del 10% che, suddivisa per la superficie complessiva domandata, darà origine ad un premio unico nazionale ad ettaro (si ipotizza tra 200 e 300 euro)
- b) La seconda componente obbligatoria è quella per i giovani agricoltori: sempre a livello nazionale si potrà trattenere fino al 2% del budget per incrementare del 25% il premio richiesto da giovani per i primi 5 anni dopo l’insediamento e per un massimo di 25 ettari; si

tratta di una misura “di facciata” e di impatto modesto, sia a livello globale (al massimo 77 milioni all’anno) sia a livello di azienda (al massimo 2 o 3 mila euro di premio supplementare);

c) La terza componente è relativa agli aiuti supplementari alle zone svantaggiate: si tratta di una misura facoltativa, con un limite massimo del 5% del budget nazionale (pari a 192 milioni di euro l’anno). Poiché circa la metà degli ettari premiabili italiani rientrano nelle attuali zone svantaggiate, il premio medio sarebbe al massimo di 30 euro/ettaro e da più parti viene messa in discussione la sua reale utilità per sostenere le aree montane, e la sua attivazione è in forse;

d) La quarta componente, anch’essa facoltativa e da gestirsi a livello nazionale, è quella relativa alla concessione di aiuti accoppiati a determinate produzioni. A tale componente potrebbe essere riservato fino al 10% del budget nazionale (quindi 384 milioni) e l’Italia è stata sino ad oggi una delle maggiori fautrici di questa misura, che consentirebbe di sostenere settori particolari penalizzati dal cambiamento del sostegno o ritenuti strategici. I meccanismi sarebbero simili a quelli dell’attuale art.68 del regolamento del sostegno diretto e, sulla carta, gli aiuti potrebbero essere concessi a quasi tutti i settori produttivi. Sull’utilità di attivare questo sostegno vi è consenso, ma ad oggi è la meno definita e non è possibile valutarne gli effetti. La scelta di attivare queste quattro componenti con le percentuali massime possibili potrebbe comportare un taglio del 27% , e di oltre un miliardo di euro, degli aiuti destinati al pagamento unico “normale”, costituito dalle altre due componenti, premio base e greening, che saranno descritti dopo. Il massimale residuo ammonterebbe, in questo caso, a circa 2,8 miliardi di euro. Tale importo andrebbe suddiviso tra tutti gli ettari ammissibili ai premi, stimati in 11,8 milioni. Si ricorda che saranno ammissibili tutti gli ettari che costituiscono la SAU aziendale, indipendentemente dal loro utilizzo e dall’attuale legame con i diritti, e quelli destinati a rimboschimento con le misure dello sviluppo rurale. Dividendo i due valori si ottiene un premio medio nazionale per ettaro di circa 240 euro. Ma, qui, entra in campo la possibilità di suddividere il massimale residuo a livello “regionale”.

Le opzioni previste dal regolamento per la definizione delle regioni sono due: regioni amministrative (es. Lombardia) o aree omogenee (es. pianura padana). La scelta di differenziare i premi per regioni, se pur

non scontata, appare molto probabile data l’attuale situazione italiana (abbiamo oltre 250 “regioni omogenee di resa” corrispondenti alle zone altimetriche provinciali), ma le modalità di calcolo ed i relativi importi ad oggi sono solo ipotizzabili.

Se il criterio di ripartizione tra regioni amministrative fosse basato sulla quota storica di utilizzo del massimale nazionale, alla Lombardia toccherebbe quasi il 13% della cifra, pari a 350-380 milioni di euro. Suddividendo tale importo per i 950 mila ettari ammissibili si otterrebbe un valore dei premi oscillante tra 375 e 400 euro per ettaro. A confronto con l’attuale valore medio del PUA, pari in Lombardia a circa 650 euro/ettaro, la differenza appare molto rilevante e tale sarà per le aziende che attualmente ottengono premi su tutta la superficie. A livello globale, invece, è stata stimata una riduzione media dei premi di circa 70 euro/ettaro, pari al 13%. Il minore effetto globale deriva dall’estensione del premio a tutte le superfici agricole regionali contro i 710.000 mila ettari attualmente beneficiari di premi. Riassumendo quanto sinora visto, l’effetto combinato della riduzione dei fondi assegnati all’Italia, della decurtazione dal massimale nazionale per le prime quattro componenti, dell’estensione del PUA a tutte le superfici e dell’omogeneizzazione degli aiuti a livello regionale, ridurrebbero il PUA globale degli agricoltori mantovani del 26%, da circa 100 milioni di euro a meno di 75. In altri termini, attualmente le superfici premiate in provincia sono pari a 135.000 ettari, ciascuna con un premio medio ad ettaro ammissibile di 750 euro; se diviso su tutta la Sau provinciale (circa 170.000 ettari) il PUA attuale è pari a 587 euro/ha e sarebbe destinato a scendere a circa 400 euro/ettaro di superficie ammissibile. Questi dati derivano da calcoli svolti sugli effetti della riforma a livello lombardo per l’anno 2019 e si basano su una serie di ipotesi che andranno verificate sia alla luce delle norme che saranno approvate sia delle scelte nazionali.

I valori effettivi dei titoli che saranno assegnati potranno differire da quelli calcolati, ma vi sarà comunque una riduzione del valore medio. A tale risultato si arriverà, peraltro, al termine di un periodo transitorio dal 2014 al 2018 in cui il valore dei titoli subirà un progressivo riavvicinamento.

Le conseguenze sull’agricoltura mantovana saranno pesanti anche in termini di calo del reddito, stimato pari al 5%, con ovvie differenze tra aziende, derivanti

dal livello dei titoli storici di ognuna, della superficie attualmente abbinata, del tipo di produzione. Purtroppo, gli effetti negativi della riforma non si esauriscono nella riduzione dei premi ma deriveranno anche, a meno di modifiche auspicabili e probabili ma non ancora note, dei meccanismi di erogazione delle altre due componenti degli aiuti. Queste due componenti sono note come “premio base” e “greening” o “premio all’inverdimento”. Al greening lo stato dovrà riservare il 30% del budget nazionale, mentre il premio base sarà stabilito come cifra residua una volta detratte anche tutte le altre componenti prima ricordate. In realtà il premio base e il greening vanno considerati come un tutt’uno, poiché le proposte della Commissione stabiliscono che non potrà essere richiesto il premio base se non vi sarà contestuale richiesta del premio per il greening. Mentre il premio base è legato al solo rispetto delle norme della condizionalità (come l’attuale PUA), il greening introduce una serie di condizioni ben più rilevanti per la gestione aziendale. Ad eccezione delle aziende biologiche, cui non viene chiesto nulla in più, per tutte le altre aziende sono proposti tre diversi obblighi per ottenere il pagamento del greening (maanche, come detto, quello base): a) Mantenere almeno il 95% le superfici a foraggere permanenti presenti nell’azienda b) Diversificare le colture: se la superficie a seminativi supera 3 ha bisognerebbe avere 3 colture diverse, con un limite massimo del 70% della prima e minimo del 5% per la terza, a meno che tutti i seminativi siano destinati a riposo oppure tutti a foraggere avvicendate oppure tutti a colture sommerse (riso) c) Destinare come minimo il 7% della superficie ammissibile (meno foraggere permanenti) ad aree di interesse ecologico, quali: terreni lasciati a riposo, terrazze, elementi caratteristici del paesaggio, fasce tampone e superfici oggetto di imboscamento PSR.

Le conseguenze del secondo punto potrebbero essere molto pesanti, specialmente per le imprese di piccole e medie dimensioni, costrette a diversificare

le colture con un aggravio di costi. Le aziende mantovane “non in regola” sono oggi stimabili in circa un terzo del totale. Ma ancora più pesanti sarebbero gli effetti dell’obbligo delle aree ecologiche: questo obbligo riguarderebbe i tre quarti delle aziende mantovane e porterebbe al ritiro dalla produzione di quasi 11.200 ettari, che si aggiungerebbero ai 2.100 ettari già presenti in provincia. Il mancato reddito di queste superfici è stimabile in circa 20 milioni di euro e tale perdita si andrebbe ad assommare a quella dei premi, con una riduzione complessiva del reddito agricolo del 9%. La riduzione della produzione del 7% avrebbe ovvie ripercussioni sia sul settore dei mezzi tecnici sia su quello della trasformazione alimentare, con effetti globali ben superiori a livello economico ed occupazionale.

Alle considerazioni di natura strettamente economica vanno però affiancate quelle di ordine generale: può l’Unione europea permettersi di rinunciare a produrre il 6-7% di alimenti in una situazione mondiale di forte crescita della popolazione e di aumento della domanda di alimenti, che ha le note ripercussioni sul livello dei prezzi? Come si concilia questa norma con l’obiettivo della riforma di “garantire la sicurezza dell’approvvigionamento alimentare a lungo termine per i cittadini europei”? Per fortuna la posizione di tutte le organizzazioni agricole europee e di alcuni governi è di netta opposizione alle norme proposte e sono stati proposti, anche da Regione Lombardia e dal Ministero, diversi emendamenti per ridurre o semplificare gli obblighi di una norma pensata e scritta da qualcuno che, secondo la mia opinione, non conosce l’agricoltura. Più in generale questa proposta di riforma appare troppo dirigistica e complessa, va in direzione contraria alla semplificazione indicata nei suoi obiettivi, rappresenta un passo indietro rispetto alla libertà di scegliere di produrre ciò che il mercato richiede e della libertà di impresa. Nei prossimi mesi (e nei prossimi articoli della rivista) speriamo di poter commentare proposte più logiche e semplici.

Crisi economica e consumo di prodotti agroalimentari mantovani: quali previsioni

di **Corrado Pignagnoli**



1. Perché prevedere

Si possono elencare molteplici ragioni del “prevedere” i consumi alimentari, per esempio le seguenti.

- Prevedere per conoscere vari aspetti con finalità prevalentemente statistico-documentali sulle grandi classi di consumi. Modalità, nel nostro caso, troppo generica dal momento che il campo è qui ristretto ai prodotti alimentari propri del territorio mantovano.
- Prevedere per conoscere e per capire come i trend precedenti abbiano generato le presenti condizioni. Anche questa finalità, pur opportuna e necessaria, è ancora inadeguata perché, nel nostro caso, si vuole guardare al futuro, almeno quello prossimo venturo, entro cioè i limiti temporali della presente crisi economica (due/tre anni?).
- Prevedere per conoscere, per capire e prevenire effetti a vario titolo non desiderati per i prodotti alimentari con origine mantovana. E' questa la finalità del “prevedere” sulla quale ci si muove poiché l'Amministrazione provinciale, il committente, si aspetta elementi di valutazione per orientare i propri interventi.

2. Che cosa prevedere

Sono molteplici gli attori che operano in provincia nella produzione di alimenti e dai quali dipende presente e futuro di quelli a base locale; è perciò evidente che occorre partire dalle condizioni presenti in cui essi operano. Il “che cosa” è però legato non solo a questi attori ma soprattutto alla distribuzione da cui dipende in gran parte il successo dei prodotti(1). Ne consegue che il “che cosa prevedere” va strutturato e articolato in questi segmenti e nel seguente ordine:

- distribuzione;
- trasformazione;
- produzione di materia prima agricola.

3. Come prevedere

Sul “come” prendere in esame distribuzione, trasformazione e produzione agricola: occorre considerare che sugli scaffali dei negozi sono presenti i prodotti mantovani con quelli dei concorrenti, sia nei territori europei che extraeuropei.

Pertanto, adottando una metodologia che coinvolga chi è impegnato nei settori interessati (l'Amministrazione pubblica potrà fondare le proprie scelte anche sui loro contributi), fin da questa prima memoria e nelle tappe successive, si procederà come segue:

- la distribuzione e produzione di alimenti riguarderà i vari prodotti con i quali gli attori mantovani quotidianamente si confrontano, perché è proprio questo confronto che può far comprendere ragioni e possibilità di successo o insuccesso (o almeno flessione) in Italia e all'estero dei consumi di alimenti a base territoriale.
- Sono previste quattro tappe che prenderanno in considerazione 4 tipologie di alimenti a base territoriale scelti fra i principali e cioè:
 - i formaggi duri: nel caso di Mantova si identificano in quelli di vacca(2) e cioè nel grana padano (GP) e parmigiano reggiano

(PR), i territoriali per eccellenza, e i loro rispettivi concorrenti, anche esteri;

- i salumi, la cui base territoriale mantovana è molto articolata sia sul fronte dei consumi che delle produzioni intermedie e finali;
- le carni bovine, ampiamente presenti nei consumi e nella produzione, ma entrambi articolati in prodotti finiti, semilavorati e materie prime;
- i vini: a Mantova riguardano il lambrusco e i vini dei Colli morenici, i quali si confrontano con diverse categorie di concorrenti (birra compresa).

c. Per ciascuna tappa vengono presentate alcune schede che propongono quesiti relativi agli aspetti ritenuti più rilevanti per rispondere all'interrogativo sul futuro. Chiunque potrà rispondere ai quesiti posti, o in modo sintetico utilizzando le stesse schede, oppure con risposte più articolate non solo per prevedere ma soprattutto per guidare il presente verso il futuro i prodotti alimentari con origine territoriale mantovana anche nel confronto sui mercati esteri.

4. Cominciamo ora dai formaggi duri

(in sigla FD)(1)

Qui di seguito sono proposte cinque schede, ognuna delle quali si articola in diversi aspetti scelti per mettere a confronto il futuro dei nostri "grana padano" (GP) e "parmigiano reggiano" (PR) con diversi imitatori in continua crescita soprattutto nei Paesi extra europei, ma al consumo finale persino in casa nostra, individuati d'ora in poi come "formaggi duri senza territorio individuato" (in sigla FDsT). In base ai contributi si potranno formulare ipotesi di scenari che saranno proposti e riportati nella seconda tappa.

NOTA BENE N. 1 - I quesiti proposti si riferiscono ad una necessaria selezione di molteplici aspetti che potrebbero e forse dovrebbero essere considerati (vedi per esempio i costi). Si aspettano perciò contributi anche su eventuali integrazioni su altri aspetti qui non considerati e influenti sul futuro.

NOTA BENE N. 2 - Le schede con le risposte e/o gli eventuali contributi di carattere più generale vanno inviate (possibilmente entro un mese) all'indirizzo comunicazione@provincia.mantova.it.

SCHEDA 1. FORMAGGI DURI - Prevalenti venditori (per aree)

AREE	TIPI DI DI FD	QUALI VENDITE	QUALI VENDITORI PREVALENTI ⁽¹⁾				CODICI
			GDO	CATERING	NEGOZI TRADIZ.	CASEIFICI	
ITALIA	GRATTUGIATI	ricavati solo da PR e GP					1a
		meno del 50% del venduto è ricavato da PR e/o GP					1b
		buona parte è miscela con PR e/o GP					1c
		solo FD senza territorio individuato (FDsT)					1d
	PUNTE - PORZIONI	solo di PR e GP					1e
		meno del 50% del venduto è PR e/o GP					1f
		uso corrente di PR e/o GP in offerta					1g
		solo o quasi FDsT					1h
UNIONE EUROPEA	GRATTUGIATI	ricavato solo da PR e GP					2a
		meno del 50% del venduto è ricavato da PR e/o GP					2b
		buona parte è miscela con PR e/o GP					2c
		solo FD senza territorio individuato (FDsT)					2d
	PUNTE - PORZIONI	solo di PR e GP					2e
		meno del 50% del venduto è PR e/o GP					2f
		uso corrente di PR e/o GP in offerta					2g
		solo o quasi FDsT					2h
EXTRA UE	GRATTUGIATI	ricavati solo da PR e GP					3a
		meno del 50% del venduto è ricavato da PR e/o GP					3b
		buona parte è miscela con PR e/o GP					3c
		solo FD senza territorio individuato (FDsT)					3d
	PUNTE - PORZIONI	solo di PR e GP					3e
		meno del 50% del venduto PR e/o GP					3f
		uso corrente di PR e/o GP in offerta					3g
		solo o quasi FDsT					3h

(1) Indicare con una crocetta i venditori prevalenti per tipi di vendite.

SCHEDA 2. FORMAGGI DURI - Garanzie offerte da chi vende (per aree)

AREE	TIPI DI FD	QUALI GARANZIE (1)	QUALI VENDITORI PREVALENTI(2)				CODICI
			GDO	CATER.	NEGOZI SPECIAL	CASEIFICI	
ITALIA	GRATTUGIATI	per PR e/o GP solo garanzie obbligatorie					1a
		per PR e/o GP anche altre garanzie volontarie					1b
		per miscele solo garanzie delle DOP per parte PR e/o GP					1c
		non dichiarate per FDsT					1d
	PUNTE - PORZIONI	per PR e/o GP solo garanzie obbligatorie					1e
		per PR e/o GP anche altre garanzie volontarie					1f
		richieste ai fornitori (tipo BRC)					1g
		non dichiarate per FDst					1h
UNIONE EUROPEA	GRATTUGIATI	per PR e/o GP solo garanzie obbligatorie					2a
		per PR e/o GP anche altre garanzie volontarie					2b
		per miscele solo quelle DOP per parte PR e/o GP					2c
		non dichiarate per FDsT					2d
	PUNTE - PORZIONI	per PR e/o GP solo garanzie obbligatorie					2e
		per PR e/o GP anche altre garanzie volontarie					2f
		richieste ai fornitori (tipo BRC)					2g
		non dichiarate per FDst					2h
EXTRA UE	GRATTUGIATI	per PR e/o GP solo garanzie obbligatorie					3a
		per PR e/o GP anche altre garanzie volontarie					3b
		per miscele solo quelle DOP per parte PR e/o GP					3c
		non dichiarate per FDsT					3d
	PUNTE - PORZIONI	per PR e/o GP solo garanzie obbligatorie					3e
		per PR e/o GP anche altre garanzie volontarie					3f
		richieste ai fornitori (tipo BRC)					3g
		non dichiarate per FDsT					3h

(1) Non necessariamente indicate in etichetta.

(2) Indicare con una crocetta i venditori prevalenti in base alle garanzie che utilizzano.

SCHEDA 3. FORMAGGI DURI - Informazioni di chi vende (per aree)

AREE	TIPI DI FD	QUALI INFORMAZIONI DISPONIBILI (1)	QUALI VENDITORI PREVALENTI(2)				CODICI
			GDO	CATER.	NEGOZI SPECIAL	CASEIFICI	
ITALIA	GRATTUGIATI	valori obbligatori secondo le DOP (es. % crosta)					1a
		percentuali dei formaggi usati					1b
		valori volontari dei produttori/venditori					1c
		solo secondo legislazione dell'area					1d
	PUNTE - PORZIONI	valori obbligatori secondo le DOP (es. bollino mesi)					1e
		descrizione dei processi produttivi (es. razze)					1f
		valori volontari dei produttori/venditori					1g
		solo secondo legislazione dell'area					1h
UNIONE EUROPEA	GRATTUGIATI	valori obbligatori secondo le DOP (es. % crosta)					2a
		percentuali dei formaggi usati					2b
		valori volontari dei produttori/venditori					2c
		solo secondo legislazione dell'area					2d
	PUNTE - PORZIONI	valori obbligatori secondo le DOP (es. bollino mesi)					2e
		descrizione dei processi produttivi (es. razze)					2f
		valori volontari dei produttori/venditori					2g
		solo secondo legislazione dell'area					2h
EXTRA UE	GRATTUGIATI	valori obbligatori secondo le DOP (es. % crosta)					3a
		percentuali dei formaggi usati					3b
		valori volontari dei produttori/venditori					3c
		solo secondo legislazione dell'area					3d
	PUNTE - PORZIONI	valori obbligatori secondo le DOP (es. bollino mesi)					3e
		descrizione dei processi produttivi (es. razze)					3f
		valori volontari dei produttori/venditori					3g
		solo secondo legislazione dell'area					3h

(1) Non solo in etichetta ma con altre modalità (pubblicità, siti), anche solo possibili.

(2) Indicare con una crocetta i venditori prevalenti che offrono le informazioni indicate.

SCHEDA 4. FORMAGGI DURI - Tipologie di norme incidenti sul presente (e sul futuro?)

NORME PER	TIPOLOGIE DI NORME ⁽¹⁾		VANTAGGI ⁽²⁾ IN						codici
			ITALIA		RESTO UE		EXTRA UE		
			per DOP	per FDsT	per DOP	per FDsT	per DOP	per FDsT	
concorrenza	PER AREE DI INFLUENZA GDO	per aree monopolistiche							1a
		concorrenza reale per aree							1b
	FRA FORNITORI DI GARANZIE DEI FD	a controllo (tipo BRC)							1c
		di parte terza							1d
	NEI MODI DI INFORMARE	no pubblicità comparativa							1e
		si pubblicità comparativa							1f
etichette	Limitate il più possibile								2a
	Notizie sui processi produttivi (es origine)								2b
igiene	Uso del latte pastorizzato								3a
	L'uso di latte crudo è possibile (ma in deroga)								3b
ambiente	OBBLIGHI IN BASE A CONDIZIONALITA'	non previsti							4a
		previsti							4b
	OBBLIGO DI VINCOLI NEI RAPPORTI DI FILIERA	non previsti							4c
		previsti							4d
filiera	RAPPORTI CON GDO	nessuna normativa							5a
		normative anche minime							5b
	RAPPORTI INDUSTRIA-AGRICOLTURA	rapporti non normati							5c
		relazioni concertate							5d
produzione latte	QUOTE LATTE	senza norma							6a
		normate							6b
	GESTIONE LIQUAMI E LETAMI	norme limitate							6c
		norme dettagliate							6d

(1) Tenere conto anche dell'effettivo controllo nella gestione delle norme.

(2) Indicare con una crocetta quali FD sono avvantaggiati per tipi di norme.

SCHEDA 5. FORMAGGI DURI - Principali “esigenze soddisfatte” (qualità) in modo prevalente dalle tre tipologie di formaggi (PR, GD, FDSt) per l’Italia e per l’estero

AMBITI	QUALI “ESIGENZE SODDISFATTE” PER		da formaggi duri ⁽¹⁾						codici
			IN ITALIA			FUORI ITALIA			
			PR	DI	FDst	PR	DI	FDst	
PRODOTTO FINITO	MESI DI STAGIONATURA	da 12 a 18							1a
		da 18 a 24							1b
		oltre 24							1c
	CONTENUTO D'ACQUA (gr su 100 gr)	più di 36							1d
		tra 36 e 33							1e
		meno di 33							1f
	SAPORE	costante / ma poco caratteristico							1g
		caratteristico e vario per origine							1h
	PROCESSO INDUSTRIALE	LITRI DI LATTE PER 1 KG DI FORMAGGIO	meno di 14						
tra 14 e 15									2b
più di 15									2c
TON. DI LATTE X ANNO LAVORATO PER CASEIFICIO (frequenza media)		più di 30.000							2d
		tra 10.000 e 30.000							2e
		meno di 10.000							2f
DESTINAZIONE DEL SIERO		non nota							2g
		allevamento suini							2h
PROCESSO LATTE		UTILIZZO DEI FORAGGI AZIENDALI NELLA RAZIONE ALIMENTARE (percentuale)	meno di 20						
	tra 20 e 50								3b
	più del 50								3c
	RESE IN Q DI LATTE PER VACCA/ANNO	oltre 90							3d
		meno di 90							3e
	TON DI LATTE/ANNO IN AZIENDA (frequenza media)	oltre 500							3f
		meno di 500							3g
	SMALTIMENTO IN AZIENDA DI LIQUAMI E LETAME	marginale o nullo							3h
		prevalente							3i

(1) Indicare con una crocetta le qualità (“esigenze soddisfatte”) prevalentemente presenti nelle diverse aree e per tipi di FD.

(1) Questa posizione dominante della distribuzione sugli altri segmenti ha ora una “certificazione” pubblica recentemente sancita dalla Commissione europea e, ancor più, dal Parlamento europeo. Si rimanda perciò alla rilettura del COM (2009) 591 del 28.10.2009 (in particolare il paragrafo 3.1) e alla più recente risoluzione della Commissione agricoltura del Parlamento europeo del 19.1.2012. Si tratta per ora di posizioni soprattutto politiche ma dalle quali dovrebbero discendere conseguenze pratiche. E su queste conseguenze c’è poca attenzione salvo, ovviamente, le catene distributive interessate...

(2) Esclusi quindi i pecorini, anche se con una funzione d’uso simile ai duri di vacca.

(1) D’ora in poi si intenderanno solo quelli vaccini come precisato al precedente punto 3b.

Alleanze, intese, reti: una leva strategica ormai decisiva

di **Riccardo Pastore**
Agriprojects Network



Negli Stati Uniti tanti anni fa

In un numero di molto tempo fa della "Harvard Business Review", rivista di strategia aziendale e cultura manageriale fra le più note al mondo, apparve un lungo articolo di R. Moss Kanter, docente di Business Administration ad Harvard, dal titolo "L'arte di stare insieme con profitto". Nell'interessante saggio venivano riportati i risultati di numerose ricerche svolte nei principali paesi più avanzati negli scorsi anni da cui emergeva con chiarezza la fondamentale valenza strategica che sempre di più assume le caratteristiche di una "ineludibile politica delle alleanze".

In particolare ricerche e analisi pluriennali svolte nelle aree economiche più evolute mostravano (allora, nel cuore della Istituzione più riconosciuto della cultura liberista) come avere (e/o essere) buoni partner, alleati attivi, clienti stimolanti ma anche competitori dialoganti, fosse diventata una essenziale risorsa per il conseguimento dei principali obiettivi strategici aziendali: in altre parole come si costruiscono "vantaggi competitivi" per lo sviluppo di processi e prodotti innovativi, così si debbono ricercare e consolidare "vantaggi cooperativi" con altri soggetti sia operanti nello stesso ramo di attività sia in aree complementari o comunque con ruoli e competenze utili a migliorare l'intera "catena del valore" aziendale; oppure ragionando a scala maggiore relativa ad un intero settore produttivo in una certo territorio - lungo la sua intera "filiera" (ad es. lattiero-casearia o vitivinicola o dell'accoglienza dei servizi agrituristici) (vedi esempi in figura 1 e 2). Qualche tempo dopo sempre sulla stessa autorevole rivista appariva un saggio a firma di un altro docente di Harvard, Gomes-Casseres, dal titolo "Gruppo contro gruppo: la gara delle alleanze". Vi si illustrava, con dovizia di esempi tratti da diversi settori industriali e dei servizi, come il confronto competitivo sia giocato sempre di più fra gruppi, aggregazioni, reti formali o informali, "costellazioni" di operatori con caratteristiche complementari più che non da singole imprese.

Certo le forme delle alleanze sono, come noto, le più diverse: da quelle più blande e "tattiche" a quelle più impegnative e "strategiche", fra due singoli operatori o fra gruppi grandi e strutturati, da quelle che richiedono solo alcuni momenti di sinergia su temi specifici (ad es. la promozione commerciale su un mercato specifico in occasione di manifestazioni locali) a quelle che comportano invece integrazioni di struttura (e quindi di cultura!) che richiedono tempi lunghi e notevole impegno oltre che una mirata progettazione cui segua una efficace, controllata e "quantificata" attuazione.

Ma, come concludeva l'appena citato saggio "la vittoria o la sconfitta tra gruppi di alleanze in concorrenza fra loro dipende dai vantaggi competitivi che ogni gruppo di aziende costruisce collettivamente" quale che sia il settore merceologico o l'ambito territoriale di riferimento.

In Franciaqualche tempo fa

Facciamo ora un salto in Francia, nel mondo del vino. Fra i vari esempi noti da tempo anche nella letteratura specializzata si cita solo il lungo processo di riorganizzazione della cosiddetta “filiera del Rosato” nel Midi francese. Dopo un periodo di difficoltà e contrasti interni fra i numerosi produttori e soprattutto le loro singole associazioni e conseguenti ripercussioni negative sulla capacità competitiva globale del territorio si è deciso di lavorare a fondo per un progetto comune (“con chi ci sta”). Esso ha portato alla ricostruzione e ottimizzazione della filiera riaggregando pazientemente le varie componenti, costruendo e rendendo accessibili a tutti gli operatori partecipanti i punti di forza comuni e lavorando molto sia in comunicazione/informazione interna alla filiera sia in promozione esterna comune per tutti i partecipanti (senza penalizzare le scelte dei singoli operatori). Progetto facile a dirsi o presentandolo brillantemente in qualche convegno; molto più difficile ad attuarsi e comunque realizzabile (in tempi certo non brevi) solo in presenza di una fondamentale “pre-condizione”: una crescente disponibilità dei partecipanti a capire che la propria capacità competitiva può essere stimolata ed accresciuta nella interazione con altri operatori con cui si individuano aree di integrazione e di scambio in grado di innalzare la capacità competitiva globale (di un Consorzio, di un Cooperativa, di una rete distributiva, di una “costellazione” di operatori privati che puntano ad un comune progetto di internazionalizzazione, ecc.)

Più in generale si può dire che ricerche e analisi ormai pluriennali svolte nelle aree economiche più evolute mostrano come avere (e/o essere) buoni partner, alleati attivi, clienti stimolanti ma anche competitori dialoganti, sia diventata una essenziale risorsa per il conseguimento dei principali obiettivi strategici aziendali: in altre parole come si costruiscono “vantaggi competitivi” per lo sviluppo di processi e prodotti innovativi, così si debbono ricercare e consolidare “vantaggi cooperativi” con altri soggetti sia operanti nello stesso ramo di attività sia in aree complementari o comunque con ruoli e competenze utili a migliorare l’intera “catena del valore” aziendale; oppure - ragionando a scala maggiore - relativa - ad un intero settore produttivo in una certo territorio - lungo la sua intera “filiera” (es. la filiera lattiero-casearia o suinicola o vitivinicola, ortofrutticola, del florovivaismo, dei servizi agrituristici, ecc. (tanto per citare realtà molto importanti del sistema agroalimenta-

re mantovano: quasi una affascinante “galassia” nella quale brillano diverse costellazioni ognuna a suo modo produttrice di luce per sé ma anche di stimoli e impulsi luminosi che potenziano quelli della grande “galassia dell’agroalimentare mantovano” nel suo insieme.

Certo le forme delle alleanze sono, come noto, le più diverse: da quelle più blande e “tattiche” a quelle più impegnative e “strategiche”, fra due singoli operatori o fra gruppi grandi e strutturati, da quelle che richiedono solo alcuni momenti di sinergia su temi specifici (ad es. la promozione commerciale su un mercato specifico in occasione di manifestazioni locali) a quelle che comportano invece integrazioni di struttura (e quindi di cultura!) che richiedono tempi lunghi e notevole impegno oltre che una mirata progettazione cui segua una efficace e controllata attuazione.

Ma, come si dice nella rivista, “la vittoria o la sconfitta tra gruppi in concorrenza fra loro dipende dai vantaggi competitivi che ogni gruppo di aziende costruisce collettivamente” quale che sia il settore merceologico o l’ambito di riferimento.

Inutile ricordare che le ricadute di tali lontani dibattiti sono state grandi e durano tuttora. Infatti che cosa sono oggi alcuni degli strumenti e dei modelli che utilizziamo correntemente nelle attività di sviluppo aziendale o territoriale (Distretti a tema, strumenti di marketing territoriale, percorsi del vino, strade dei sapori, della cultura, partnership strategiche per potenziare la propria immagine e/o quella del proprio territorio, ecc. se non modalità per aggregare, sinergizzare e dirigere verso un comune obiettivo le intelligenze, le competenze, le volontà di operatori che hanno capito che la “messa in comune” di una piccola quota di risorse proprie può, a certe condizioni, generare un “valore finale” superiore alla sommatoria dei singoli componenti. Il concetto di sinergia ($1+1=3$), per quanto abusato e citato spesso a sproposito in torrentizi quanto inutili convegni sopravvive alle sue varie “banalizzazioni” e migliaia di esempi di successo ne sono la conferma.

Le principali linee di tendenza (e connesse strategie dei produttori) che abbiamo registrato allora dal punto di vista delle alleanze avviate o in progettazione sono state in grande sintesi le seguenti (tra parentesi i nomi delle aziende):

- fortissima integrazione verticale (“dal campo alla tavola”) per raggiungere il massimo delle economie di scala, soprattutto commerciali, di marketing e comunicazione lungo l’intera filiera produttivo-commerciale

- le (ad es. Les Sablons, CSM - Compagnie des Salines du Midi oltre a varie imprese private di minori dimensioni ma caratterizzate da forte dinamismo)
- forte integrazione orizzontale fra differenti cooperative con tendenza a “specializzazioni prevalenti” tra i diversi soggetti per conseguire soprattutto economie di scala in campo ed in cantina, ma anche nella logistica degli intermedi e nella commercializzazione; (ad es. Cepro - Union des Caves Coopératives du Haut-Biterrois, UCME - Union des Caves des Maures-Estérel)
 - varie forme di aggregazione e integrazione per costruire punti di forza o posizioni dominanti in una regione e/o in una appellazione/denominazione - e senza dilapidare risorse nella difesa di posizioni marginali in miriadi di prodotti - con ampia capacità di gestione del sistema competitivo di riferimento (es. UCME, Chateau de Calissanne).
 - Si noti che gli esempi fatti su queste forme diverse di aggregazione-integrazione, ma tendenti tutte all’obiettivo unico della messa in comune di risorse per migliorare la posizione competitiva propria e del proprio sistema locale di riferimento, riguardavano non solo piccole imprese - che pure da qualche tempo si muovevano vivacemente anche in tal senso - ma organizzazioni, sia private che cooperative, anche fra le più grandi in Francia. Una di queste, ed è l’ultima citazione fra le tante possibili, è il Consorzio di Cooperative “La Gardonnenque che già 10 anni fa aveva iniziato a concordare con varie cantine (sociali e private grandi) la cessione dei loro ingenti scarti di lavorazione che confluivano in un unico grande business delle risorse e delle diversificazioni di prodotto derivanti da quelli che da noi allora erano ancora definiti come “scarti”. Da essi si producevano già allora diverse decine di byproducts (con diverse destinazioni e valore aggiunto: ad es. da semplici pitture alle prime produzioni delle cosiddetta “nutraceutica” oggi tanto di moda (e tanto costose).

In sintesi:

la difesa/valorizzazione della identità locale (produttiva, culturale, sociale, ambientale) che tanto sta a cuore - comprensibilmente - ai produttori locali è tanto più efficace quanto più è stimolata e filtrata da un mirato ed attento sistema di relazioni e scambi con “gli altri” se percepiti non tanto come possibile minaccia (cosa prevedibile) ma prioritariamente come potenziale opportunità.

Tale disponibilità a “giocare insieme all’altro” per vincere entrambi, lungi dall’essere un approccio liqui-

dabile benevolmente come “buonista” o “poetico” (e via ironizzando) è ricco di risultati interessanti; ad es. quelli “francesi” - appena sopra citati - ne sono esempi concreti.

Qualche cenno all’Italia di oggi.....

Nel numero di gennaio 2012 de “L’Impresa”, la rivista italiana di Management più nota, vi sono alcuni brevi esempi che direttamente o indirettamente riguardano partnership diverse. Se ne citano brevissimamente solo due molto diverse fra loro ma interessanti per contenuti, dimensioni, settore di interesse, finalità

- un recente modello di “rete” di TV locali + Internet (una sorta di “rete di reti”) che contro tutte le previsioni ha conseguito in brevissimo tempo uno “share” altissimo, nonostante l’organizzazione improvvisata e gli stretti tempi di avvio e sperimentazione dell’idea di base; la imprevista creazione e affermazione di tale “rete di reti informale” sembra stia creando non pochi problemi ad altre forme di informazione e comunicazione più strutturate



- l'ultima che segue è molto più grande e certo più nota: è la recente e più solida strategia di alleanze avviata nel mondo cooperativo che, collegando più strettamente Legacoop, Confcooperative, Agc prefigura e avvia un futuro comune per tali organizzazioni (per lunghi anni divise) con la mission evidente di dare più forza alle imprese associate, aumentare il potere contrattuale del mondo cooperativo in questa difficile fase di crisi, allargare visibilità e caratteri distintivi del "modello cooperativo" (le cui dimensioni già ora sono del tutto ragguardevoli: 130 mdi di fatturato, 100.000 dipendenti, 40.000 aziende molte delle quali piccole e medie (e non poche, per rimanere al settore di nostro più diretto interesse, operanti nell'agroalimentare e settori connessi)

Stando infine più vicino a noi si osserva che la realtà mantovana comincia ad essere assai ricca di positive iniziative di aggregazione, scambio, alleanza nel senso detto (iniziative cui la Provincia ha offerto una sponda importante assecondandone progetti, sviluppi e supporti nelle varie fasi; tuttavia i passi che i produttori devono ancora fare per costruire e diffondere l'innovazione organizzativa, gestionale, comunicazionale (cioè i passi per costruire punti di forza "immateriali") sono una sfida ancora in atto che non

dovrebbe mai finire, anzi accelerare (infatti l'innovazione èinnovazione; quindi non solo l'innovazione tecnico-produttiva ma anche distributiva, di marketing, di comunicazione ecc teoricamente non.....finisce mai).

Diverse sono le posizioni di alcuni comparti locali da questo punto di vista:

il mondo del lattiero-caseario ha mostrato - con abili mosse e alleanze (certo dopo lunghe discussioni) una capacità di organizzazione, di vivace costruzione di solidi punti di forza migliorando sensibilmente il suo già elevato posizionamento competitivo (v. intese realizzate fra alcune grandi latterie sociali locali negli ultimi anni)

Anche il settore ortofrutticolo ha avviato iniziative di riorganizzazione in tal senso anche se la sua maturità imprenditoriale può essere sensibilmente innalzata

Si pensi - cambiando settore e problematiche - al mondo del florovivaismo che ha saputo organizzare silenziosamente una filiera di tutto rispetto attraverso la paziente (ma "pensata" e "mirata") aggregazione molecolare di tanti operatori costruendo un business relativamente nuovo (con un marchio nuovo e comune) rispetto alle tradizionali produzioni locali, aggiungendo per tale via insieme all'ormai ampio sistema agrituristico, una immagine "green" e di "leggerezza" alla tradizionale e più consueta immagine forte, "di peso", di grande "sostanza" delle produzioni più note e tradizionalmente generatrici di valore aggiunto (carne, latte, ecc.): dunque un piccolo ma certo non sgradito ampliamento della già elevata immagine "verde" del territorio mantovano. Ma anche nell'ortofrutta con il melone mantovano e il dinamismo consortile che ne ha caratterizzato lo sviluppo si sono percorsi simili sentieri virtuosi.

Il mondo del vino rimane - nel mantovano - una realtà di limitate dimensioni e anche - per molte ragioni - di più difficile disponibilità a pensare e crescere insieme (fra produttori singoli, fra privati e CS, fra CS anche se di limitate dimensioni; questo non è facilmente comprensibile se si pensa che un vero vitigno autoctono come il Grappello Ruberti "sta di casa" da secoli nella piccola ma bellissima "enclave" dell'Oltrepò mantovano (come ora dimostrato anche da ricerche



molto approfondite (Università di Milano). Vantaggio competitivo di cui, per quanto piccolo, non possono fruire i “colossi” cooperativi vicini.....nonostante le loro strategie di razionale sviluppo e forte dinamismo competitivo. Infatti se si guarda alle “mosse” strategiche fatte negli ultimi anni dalle grandi realtà cooperative vitivinicole dei vicinissimi Emilia e Veneto si coglie l’attenzione fortissima di tali operatori a confrontarsi e - quando possibile - dialogare con altri, ovviamente facendo leva sui punti di forza precedentemente costruiti con opportune intese e mirate aggregazioni.

Per ritornare e chiosare ancora una volta la famosa frase di Ernst Schumacher “il piccolo è bello” si potrebbe dire che il “piccolo” non è bello” in sé, così come il “grande” non è di per sé risolutivo (anche se molti dei risultati ottenuti negli ultimi anni dall’agroalimentare mantovano sono figli di alleanze importanti e ampie). Entrambi comunque possono essere vincenti.....se “grande” è il pensiero e il disegno strategico di base di una iniziativa, di un progetto. mentre “piccolo” e quasi e, artigianale è invece il dettaglio, da osservare, il “lavoro di fino” amatoriale da fare per una accurata ed efficace attuazione di una grande idea.

Se usciamo infine dai confini nazionali come è necessario ed utile (e il buon risultato delle nostre export vitivinicole nel 2011 con i suoi oltre 4000 miliardi ci conferma la rilevanza sempre più determinante di una non episodica proiezione internazionale nelle nostre politiche commerciali e certo non solo nel vino ma in tutta l’enogastronomia e il Made in Italy) dobbiamo solo prendere atto che nel mercato globale, piaccia o no, la presenza di grandi operatori strutturati in solide “catene del valore” da monte a valle o, quanto meno, strettamente integrate nelle fasi logistiche e distributive (le più critiche oggi), è la preconditione organizzativa per ogni durevole successo nel mare mosso - anche se secondo alcuni non più tempestoso - della nostra economia agroalimentare.

Non è certo un caso che, a scala dimensionale ben più ampia di quella dell’esempio della “filiera del Rosato” francese poco sopra ricordata, i grandi operatori americani (e non solo) negli ultimi anni hanno curato con molta attenzione e cospicui investimenti il “blocco” strategico logistica-distribuzione consolidandone la struttura con opportune alleanze a livello e scala mondiale.

Un quadro di sintesi finale: alcuni vantaggi delle alleanze

Integrazione di offerta: organici accordi di collaborazione possono essere utili per superare limiti strutturali e di offerta di prodotti e servizi dei singoli imprenditori / operatori

Difesa e sviluppo della identità territoriale: contrariamente a quanto talora si pensa le alleanze, le intese, gli accordi più o meno strutturati in una stessa realtà (territorio, comparto merceologico, comunità tecnico-scientifica, ambiente culturale e imprenditoriale ecc.) possono costituire importanti premesse per la costruzione di un tessuto culturale e produttivo unitario che può, se ben organizzato e gestito, potenziare l’identità locale e sviluppare quindi una più diffusa capacità competitiva verso territori concorrenti e particolarmente aggressivi; il mondo del vino, del turismo sostenibile e, in esso, le strade del vino ben funzionanti - che però sono assai meno di quanto si pensi - ne possono essere un idoneo esempio.

Ciò può essere particolarmente opportuno per molti dei comparti dell’agroalimentare in generale dove il legame con il territorio è primario e organico e dove quindi esso - al di là delle inevitabili micro-competizioni localistiche - assume oggettivamente il carattere di un “bene comune” diffuso.

Questo aspetto è particolarmente vero per il mondo della cooperazione e, in specifico”per la cooperazione agroalimentare. Non è un caso che alleanze, azioni congiunte, reti, fino a forme più impegnative di lungo



respiro - come le vere e proprie fusioni - si sviluppano assai spesso in tale ambiente culturale

Potenziamento della capacità negoziale: l'alleanza orizzontale, trasversale, verticale tra imprenditori e talora con istituzioni ed organizzazioni varie (sono emersi recentemente casi interessanti in alcuni paesi fra cui la Spagna) si può tradurre non solo in un maggior potere contrattuale nei confronti di terzi competitori ma anche nella acquisizione e utilizzazione di nuovi modelli, strumenti, approcci culturali e organizzativi che possono accrescere la forza e il dinamismo e in definitiva, la visibilità e il potere dei soggetti che vi fanno parte, a cominciare dai promotori

Aumento della visibilità e della immagine complessiva sul mercato: la creazione di un sistema di offerta articolato, ampio e coeso al suo interno, con specia-

lizzazioni prevalenti e con adeguato supporto promozionale accresce sia la visibilità dei singoli che quella dell'intero territorio e sistema locale. Si pensi al riguardo al recente sviluppo dei Distretti (in particolare agroalimentari di qualità, notoriamente di crescente importanza e "peso" in Lombardia (e specificamente nel mantovano) ed al ruolo sia coesivo che propulsivo ma anche comunicazionale/promozionale che essi cominciano ad assumere anche a livello nazionale

Intensificazione dei livelli qualitativi: una rete, un network con un solido sistema di alleanze (che è indirettamente anche una forma di controllo reciproco fra i partner) stimola i singoli operatori coinvolti a dare il meglio di sé ed innalzare i propri livelli prestazionali. In sintesi: l'alleanza di alcuni operatori verso un comune "mercato esterno" stimola - se strutturata con alcune regole del gioco condivise e rispettate - sia il dinamismo imprenditoriale proprio che - comprensibilmente - una attenta e critica vigilanza sui comportamenti degli altri partner.



Le filiere suinicole: verso un sistema più competitivo?

di **Gabriele Canali**

Direttore Crefis

(Centro Ricerche Filiera Suinicola)

Le tendenze dei mercati e la redditività

La suinicoltura mantovana è strettamente connessa con quella nazionale. Anzi, in un certo senso, il mantovano, con poche province limitrofe, rappresenta il cuore produttivo dell'intera suinicoltura nazionale. In questo senso, quindi, per analizzare le criticità e le opportunità del sistema produttivo locale, è necessario partire da quello nazionale. Con questo contributo ci si propone di svolgere alcune riflessioni sull'andamento dei mercati e sui principali temi economici ed organizzativi delle filiere suinicole con particolare riferimento a quanto avvenuto nel corso del 2011.

Come è noto, una caratteristica essenziale e peculiare della nostra suinicoltura, rispetto alle altre del resto d'Europa, è la maggiore rigidità della produzione: in altri termini le quantità di suini macellati è meno intensamente e meno velocemente influenzata dall'andamento dei prezzi. In parte questo maggiore ritardo nella risposta della produzione ai segnali di prezzo è dovuto al ciclo produttivo del suino pesante che, proprio in quanto tale, risulta più lungo rispetto a quello del suino leggero; ma ciò non basta a spiegare i ritardi negli aggiustamenti. Tuttavia il 2011 ha segnato, forse una inversione di tendenza su questo punto: dopo una forte e continua discesa della redditività dell'allevamento nel corso del 2010, come facilmente verificabile dal grafico dell'indice Crefis della redditività dell'allevamento suinicolo, nel corso dei primi mesi del 2011 le produzioni di suini (e quindi le macellazioni) hanno iniziato a segnare una diminuzione rispetto ai livelli dell'anno precedente; il grafico sulle macellazioni evidenzia un primo segnale di diminuzione nel mese di febbraio 2011 ma la tendenza a collocarsi appena al di sotto dei livelli produttivi dell'anno precedente si evidenzia a partire dal mese di aprile e prosegue sostanzialmente per tutto il resto del 2011. Questa contrazione delle macellazioni, peraltro molto limitata, fin dal mese di febbraio 2011, ma in misura crescente nei mesi successivi, porta ad un recupero dei prezzi dei suini pesanti destinati al macello, come facilmente evidenziabile dal grafico relativo alle quotazioni della CUN. L'aumento delle quotazioni dei suini pesanti, tuttavia, non ha manifestato i suoi effetti positivi sulla redditività con immediatezza. Infatti i prezzi delle materie prime agricole utilizzate nell'alimentazione, sono rimaste a livelli elevati impedendo alla redditività di risalire. L'indice Crefis ha iniziato a segnalare una inversione di tendenza, e quindi un miglioramento, solo a partire dal mese di agosto 2011. Tale miglioramento è diventato sempre più importante nei mesi successivi fino a raggiungere, nei mesi di novembre e dicembre, valori superiori rispetto a quelli dell'anno precedente, per la prima volta da anni. Un altro segnale importante giunto dai mercati nel corso del 2011, ha riguardato l'andamento delle



quotazioni delle cosce di suino fresche destinate alla produzione di prosciutti DOP. Dall'inizio del 2011, infatti, le quotazioni delle cosce fresche per prosciutto Parma hanno iniziato a collocarsi al di sopra delle quotazioni dell'anno precedente. Da febbraio 2011 in poi, infatti, le quotazioni sono progressivamente cresciute scostandosi sempre più sensibilmente rispetto alle quotazioni del 2010, almeno fino a tutto il mese di novembre. Nel mese di dicembre, invece, si è registrato un crollo delle quotazioni delle cosce fresche, anche se sono rimaste ben al di sopra delle quotazioni del 2010. Il prezzo era inferiore ai 3,50€/kg a gennaio, mentre ha raggiunto il picco pari a 3,90 €/kg nel novembre 2011. Da un lato potrebbe apparire che l'aumento delle quotazioni delle cosce fresche sia il frutto "inevitabile" dell'aumento del prezzo pagato dai macelli per i suini pesanti vivi: se aumentano i prezzi delle materie prime acquistate dai macelli, questi stessi tenderanno ad aumentare il prezzo dei loro prodotti, soprattutto quelli principali e di maggiore qualità. Tuttavia ciò non accade necessariamente, come d'altro canto non si verifica necessariamente nemmeno a livello di produzione agricola, quando aumentano i prezzi delle materie prime usate nell'alimentazione dei suini. Il mercato, come sempre, è determinato dall'offerta e della domanda e non solo da una sola delle componenti. Ciò che ha consentito al prezzo delle cosce fresche destinate a prosciutti DOP di crescere in misura significativa, è stato l'aumento importante del prezzo medio del prosciutto di Parma stagionato: le quotazioni, infatti, sono passate da 6,80 €/kg circa di inizio 2011, a 7,70 €/kg di fine anno. Il mercato del Parma stagionato, quindi, nel corso del 2011 ha ritrovato un migliore intonamento dovuto ad un recuperato equilibrio tra offerta e domanda, grazie ad un controllo dell'offerta e ad un progressivo miglioramento delle esportazioni.

Ma non tutto è andato bene, per la filiera suinicola. Anzitutto è il caso di ricordare che il miglioramento della redditività dell'allevamento suinicolo è stato solo parziale e di durata ancora troppo limitata per poter segnalare un miglioramento importante e sufficientemente duraturo, tanto da poter consentire agli allevatori un recupero rispetto agli andamenti negativi degli anni precedenti. Ma la fase della filiera che più ha sofferto, soprattutto nel 2011, è stata quella della macellazione. Secondo l'indicatore Crefis di redditività dell'attività della macellazione, infatti, nel corso del 2011 si sono raggiunti i valori più basso dell'ultimo decennio.

Come evidenziato anche nel grafico, negli ultimi 3 anni il livello di redditività è continuamente diminuito fino ai valori minimi toccati tra novembre e dicembre 2011. Solo a gennaio 2012 si è registrato un recupero dell'indice. In altri termini, il comparto della macellazione, tradizionalmente uno dei più forti della filiera, si trova in una fase di profonda transizione. Una tendenza alla diminuzione della redditività così profonda e prolungata, non può che essere segnale di un necessario adeguamento strutturale non ancora avvenuto. E d'altra parte, anche il miglioramento dei prezzi delle cosce fresche descritto in precedenza non è stato sufficiente a consentire un recupero di redditività adeguato. La competitività della filiera suinicola nazionale e locale, quindi, non è messa in difficoltà solo dalla redditività oscillante della fase di allevamento, ma anche da una crisi della fase della macellazione che ormai dovrebbe essere affrontata con determinazione.

In tema di qualità

Non v'è dubbio alcuno sul fatto che le filiere suinicole nazionali siano caratterizzate ed economicamente trainate dal successo nella valorizzazione di salumi di qualità. Con il termine di qualità, tuttavia, si devono intendere una pluralità di contenuti diversi, diversamente comunicati ai consumatori finali e da essi diversamente apprezzati e valorizzati.

Un primo tipo di qualità è quello connesso con i prodotti DOP per i quali tutto il processo produttivo, dal suino alle carni lavorate (e confezionate) viene realizzato in territori parti del nostro Paese, nel rispetto di disciplinari di produzione ben precisi; vi sono poi diversi salumi IGP per i quali, in genere, la sola fase di trasformazione delle carni suine in salumi deve avvenire nelle aree definite del nostro Paese mentre le carni possono anche provenire da altri Paesi, legittimamente e nel rispetto dei disciplinari di produzione. In questi casi, quindi, è la capacità degli imprenditori di trasformare i prodotti a dover essere apprezzata dai consumatori. Esistono poi altri salumi, che non sono né DOP né IGP che pure sono prodotti nel nostro paese, a partire da materie prime diverse, e senza particolari disciplinari ma solo nel rispetto delle scelte tecnologiche dei singoli produttori; ma anche questi sono spesso un elemento importante sia sul mercato nazionale che sui mercati esteri. Si tratta, in altri termini, di salumi che si avvantaggiano

dell'esperienza, del knowhow, della reputazione costruita nel tempo da numerosi marchi nazionali e dalla nostra industria salumiera nel suo insieme, spesso anche grazie all'immagine stessa di tanta nostra produzione DOP e IGP.

E' opportuno ricordare, tuttavia, che le produzioni di alta qualità e di maggiore notorietà, sono un elemento fortemente qualificante per l'immagine complessiva della produzione nazionale e svolgono quindi anche un traino per l'immagine di tutta la salumeria italiana. Nel 2011 si sono avviate due attività, in particolare, che potrebbero contribuire non poco al miglioramento della definizione, della standardizzazione e della comunicazione, nella filiera e al di fuori di essa, della qualità: la valutazione delle carcasse e la prossima obbligatorietà di etichettatura delle carni suine con il Paese di origine. Al contrario non ha ancora fatto sostanziali passi in avanti la proposta di attivazione, a livello nazionale, di un Sistema di Qualità Nazionale per la carne suina, nonostante si tratti di uno strumento particolarmente importante per le filiere suinicole nazionali e, in particolare, per quella del suino pesante che rappresenta la gran parte della produzione nazionale. Più in dettaglio, a partire dal 1° luglio del 2011 tutte le imprese di macellazione di carne suina sono obbligate per legge ad effettuare la valutazione delle carcasse suine secondo la tabella di classificazione stabilita dal regolamento comunitario n. 3220/84. L'obiettivo della regolamentazione europea fissato nel regolamento è "...stabilire norme generali che assicurino la classificazione uniforme delle carcasse suine, soprattutto per garantire l'equo compenso dei produttori sulla base del peso e della composizione dei suini da essi consegnati al macello". Questo passaggio, certamente molto delicato per le relazioni tra i diversi soggetti della filiera, ma soprattutto tra allevatori e macelli, richiederebbe una attività di accompagnamento tecnico scientifico finalizzato a fornire a tutti i soggetti economici coinvolti, elementi di garanzia e di certezza sul miglior uso possibile di queste informazioni, proprio al fine di migliorare la competitività della filiera.

In tema di etichettatura, poi, il Parlamento Europeo, già il 6 luglio 2010 ha approvato, in seconda lettura, una normativa che va a modificare il regolamento sulle informazioni trasmesse ai consumatori attraverso le etichette alimentari. Le nuove norme hanno l'obiettivo

di fornire una maggiore oltre che migliore informazione sull'etichettatura degli alimenti affinché i consumatori possano compiere scelte più consapevoli e mirate nell'acquisto dei cibi relativamente a origine degli alimenti, ingredienti, caratteristiche nutrizionali e possibili rischi dei prodotti acquistati. Finalmente, quindi, diventerà obbligatoria l'indicazione d'origine per quasi tutte le carni fresche e congelate. Con questa nuova norma, quindi, il Parlamento ha esteso l'obbligo di riportare l'indicazione dell'origine in etichetta anche alle carni suine, ovine, caprine ed al pollame con regole d'attuazione che dovranno essere adottate entro due anni dall'approvazione. In futu-



ro l'etichettatura del Paese d'origine potrebbe essere estesa ad altre categorie di cibo (come ad esempio la carne utilizzata come ingrediente, il latte o gli alimenti non trasformati), ma la commissione dovrà effettuare valutazioni d'impatto per verificare la fattibilità ed i potenziali costi che questi obblighi di etichettatura comporterebbero.

Non si deve sottovalutare la circostanza che questa norma è stata approvata solo dopo l'ennesimo problema di sicurezza alimentare determinato da forme di contaminazione di carni, anche suine, verificatesi in paesi diversi dall'Italia. La difformità dei sistemi di sorveglianza e di sicurezza alimentare che pure per-

siste nei diversi paesi, è così diventata la principale ragione per giustificare l'esigenza di indicare l'origine delle carni in etichetta: si tratta, in altri termini, di uno strumento nato soprattutto per limitare i danni in caso di incidenti relativi alla sicurezza alimentare. D'altro canto, l'approvazione dei nuovi criteri sulle informazioni alimentari rappresenta anche un passo avanti verso i consumatori che mostrano un crescente interesse per informazioni più chiare e precise sulla provenienza degli alimenti che consumano. Per il nostro mercato nazionale ciò comporterà la possibilità di far conoscere più agevolmente ai consumatori italiani l'origine nazionale di taluni prodotti, senza possibilità di confusione dovuta ad etichette ingannevoli, contribuendo così, almeno potenzialmente, anche alla valorizzazione delle diverse produzioni nazionali. Uno dei temi più importanti relativi alla qualità, tuttavia, resta forse quello della valorizzazione delle carni del suino pesante, dopo quanto accaduto con il GSP. Le norme già in vigore consentono, infatti, di introdurre un sistema di qualità nazionale che potrebbe sostituirsi, almeno in parte, al GSP. E' certamente necessario, tuttavia, comprendere che un progetto di questo tipo non può che essere, necessariamente, fortemente condiviso tra le parti, tutte le parti della filiera. Infatti, se c'è anche solo l'impressione che un progetto sia solo espressione della volontà di una parte soltanto della filiera, indipendentemente dalle valutazioni degli altri protagonisti, il rischio è che un progetto non riesca a decollare. Il tentativo di valorizzare anche la carne del suino pesante deve necessariamente passare attraverso la comunicazione della differenza di questa carne rispetto a quella che il consumatore trova normalmente in vendita (che è di suini più giovani, leggeri, con carni più magre), e i diversi modi con cui questa è utilizzabile. La comunicazione non è tutto e deve essere gestita adeguatamente. La reputazione di un marchio la si costruisce nel tempo se c'è coerenza tra ciò che si comunica e quello che si offre e se c'è continuità. L'intervento delle istituzioni è molto importante in termini di risorse, ma prima ci vuole un percorso forte, chiaro, condiviso: bisogna sapere cosa si comunica e avere alle spalle un percorso strutturato per garantire al consumatore ciò che si comunica. Ricordando sempre che, in generale, la comunicazione è importante, ma non è il fattore che fa uscire un settore dalla crisi.





I meccanismi di formazione del prezzo e i contratti nelle filiere

Uno dei problemi ancora non completamente risolti delle filiere suinicole italiane resta quello dei meccanismi di formazione del prezzo e delle forme contrattuali tra le parti della filiera. Nonostante i notevoli progressi fatti dalla CUN suini nel corso del 2010 e del 2011, ci sono ancora diverse difficoltà ad assicurare la formazione del prezzo ogni settimana, con continuità e regolarità, che spesso nascono anche dagli stessi meccanismi contrattuali. I due temi, formazione dei prezzi e forme contrattuali, infatti, devono essere affrontati nel loro insieme se si vuole giungere a forme contrattuali moderne ed efficienti. In questo senso potrebbe aiutare anche l'implementazione del sistema di valutazione delle carcasse e un suo equilibrato e razionale utilizzo.

E' ovvio, tuttavia, che le modalità di valutazione devono essere "al di sopra di ogni sospetto", ma anche appropriate per valorizzare in modo adeguato il suino di qualità maggiore destinato alle produzioni tipiche nazionali, potranno contribuire a trasferire agli allevatori segnali più chiari di premialità per le migliori produzioni e di penalizzazione per quelle peggiori che potrebbero determinare effetti positivi non trascurabili, nel tempo, in termini di efficienza sia produttiva che di trasformazione. Tuttavia, anche al fine di migliorare ulteriormente non solo il meccanismo stesso di formazione dei prezzi in ambito CUN, ma anche le stesse scelte degli operatori, si ritiene che il sistema debba potersi avvalere di un sistema informativo sui mercati assai più avanzato di quello attuale. E in questa direzione anche Crefis è disponibile a fornire il proprio contributo come soggetto scientifico terzo a supporto delle attività degli operatori.

Il ruolo delle politiche

Dopo la crisi dei prezzi delle commodities agricole del 2007/2008, la nuova forte crescita degli stessi prezzi nel periodo 2010-2011, ha messo in luce, ancora una volta, la fragilità della zootecnia italiana di fronte a questi andamenti dei mercati; e la suinicoltura non ne è stata esente. Se questi prezzi alti per il mais, per gli altri cereali e per la soia sono certamente un

dato positivo per i produttori di queste derrate agricole, altrettanto chiaramente essi rappresentano un forte elemento negativo per i costi di produzione della nostra zootecnia. Ciò è tanto più vero quanto più il comparto dell'allevamento non riesce ad ottenere prezzi per i propri prodotti finiti che siano più elevati in misura corrispondente all'aumento subito dei costi. Certamente gli operatori italiani non sono ancora attrezzati per utilizzare al meglio gli strumenti disponibili sui mercati internazionali per far fronte, almeno parzialmente, a queste forti oscillazioni forti e improvvise dei prezzi: si pensi al ruolo dei mercati a termine. Non è pensabile che il singolo allevatore acceda a strumenti come questi per tutelarsi dalle oscillazioni di prezzo, ma in forma associata anch'egli potrebbe definire modalità contrattuali, anche coinvolgendo l'industria mangimistica, che garantiscano maggiori e migliori tutele dall'oscillazione dei prezzi delle materie prime. In una condizione nella quale la variabilità dei prezzi ed il rischio conseguente sono diventati fenomeni strutturali, è forse tempo che si sviluppino servizi adeguati anche in questa direzione. Ma un secondo grande tema è quello connesso con le politiche che stanno sostenendo fortemente la produzione di bioenergie anche mediante l'impiego diretto di cereali e ciò ancora in assenza di norme che finalmente definiscano le condizioni di vera sostenibilità di tali forme di produzione di bioenergia. La presenza di impianti concorrenziali alla zootecnia per l'uso dei cereali non può essere negativa per la suinicoltura e per tutta la zootecnia, dal punto di vista degli effetti suicosti, attuali e futuri. Oltre agli effetti che tali politiche hanno determinato a livello mondiale, la forte crescita del comparto della produzione di bioenergie sta sempre più creando effetti non trascurabili anche sui mercati locali: ad esempio cresce la difficoltà ad avere disponibilità di terreni per la coltivazione di cereali da impiegare in zootecnia e in suinicoltura in particolare, e aumentano ulteriormente gli affitti dei terreni. Questi sono solo alcuni degli effetti immediati che già stiamo verificando. Le norme che presto potrebbero essere emanate dall'Unione europea per definire le condizioni di sostenibilità delle diverse modalità produttive di bioenergie, potranno certamente rappresentare un passo in avanti in una direzione più accettabile sia per il territorio che per la zootecnia. Un altro tema che sarà certamente importante per i prossimi mesi e

per le prospettive delle filiere suinicole, è quello della nuova Politica agricola comune (PAC). La regionalizzazione degli aiuti, le forme ed i tempi che essa assumerà, nonché le misure che resteranno o potranno essere introdotte di nuovo in tema di intervento sui mercati, potranno avere effetti anche su una filiera come quella suinicola, che da sempre si è sviluppata in sostanziale assenza di aiuti specifici, ma anche dovendo confrontarsi con altre filiere per le quali il sistema degli aiuti e dei sostegni, diretti o indiretti, è stato certamente più forte. Una maggiore uniformità di trattamento e una diminuzione di tali effetti distortivi, quindi, potrebbe anche rappresentare una, sia pure modesta, opportunità.

A quali condizioni avviare una filiera nazionale del suino leggero

Come è noto, le filiere suinicole italiane sono caratterizzate da una sostanziale assenza di produzione significativa di suino leggero da carne. Da tempo gli operatori della filiera si interrogano sulla possibilità di sviluppare ulteriormente questa opportunità ma i problemi e gli interrogativi, in questo senso, non mancano. Una filiera del suino leggero, per essere competitiva, richiede un forte adeguamento che deve necessariamente interessare tutta la filiera: dalla genetica alla fase dell'allevamento, per arrivare a quella della macellazione e alle strategie di valorizzazione di un prodotto nazionale da differenziare rispetto ai prodotti di importazione, già molto competitivo. L'avvio di una filiera del suino leggero, quindi, non può essere avviata con successo senza una forte e condivisa progettualità "di filiera"; essa richiede prima di tutto un forte coordinamento verticale tra i diversi soggetti coinvolti, sia per la definizione delle caratteristiche qualitative del prodotto, che per la definizione delle quantità che si intendono commercializzare e dei tempi di produzione e commercializzazione. Ma soprattutto, senza un progetto condiviso dall'allevamento alla fase della distribuzione, passando per la macellazione e lavorazione delle carni, il rischio è di ottenere un prodotto che senza una adeguata possibilità di valorizzazione e di vendita, non è competitivo. L'elemento decisivo di un eventuale accordo di questo tipo deve essere necessariamente quello relativo agli impegni quali-quantitativi di produzione da un lato e acquisto

dall'altro, ma soprattutto di definizione attenta delle modalità di formazione del prezzo. È su questo punto, e quindi sulla ripartizione dei rischi e delle opportunità tra le parti coinvolte della filiera, che si giocano gran parte delle opportunità di successo. L'elemento critico centrale, tuttavia, resta probabilmente la capacità della filiera di fare attente valutazioni economiche e di redditività basate su una valutazione degli spazi di mercato esistenti per un prodotto da carne italiano e, a partire da ciò, si assumono determinati impegni: è questo il ruolo che dovrebbe essere svolto soprattutto dalla GDO che volesse scommettere su questa opportunità, sia pure a ragion veduta. Non si può dimenticare, infatti, che questa opportunità di mercato esiste, ma è abbastanza stretta, data la fortissima concorrenza dei prodotti di importazione europea e l'iniziale inadeguatezza delle strutture produttive e di macellazione nazionali. Altro elemento critico è la capacità di coordinare questo progetto, che deve essere veramente un progetto di filiera: un approccio di questo tipo può partire solo quando c'è l'impegno della grande distribuzione a tentare la valorizzazione di un prodotto nazionale garantendo, almeno inizialmente una certa quantità minima che si vuole commercializzare, a determinate condizioni contrattuali di prezzo. In un orizzonte certo, con la sicurezza della consegna e con prezzi minimi garantiti l'allevatore potrebbe così iniziare la produzione, riducendo in termini ragionevoli i fattori di rischio. Una delle novità che si possono presentare anche per questa filiera del suino leggero, è la possibilità, ormai sancita dalle norme dell'Unione Europea, circa l'obbligatorietà dell'indicazione del paese di origine anche per le carni suine. Ciò potrà rendere più facile l'identificazione del prodotto nazionale e, auspicabilmente, anche una sua diversa valorizzazione. Ma si tratta di valutare attentamente, e a priori, se ciò potrà ragionevolmente bastare.

EVENTI e MANIFESTAZIONI

maggio 2012

SAGRA DELL'ASPARAGO

Dal 10 al 13 maggio 2012

nel centro storico di San Benedetto Po

FESTA DEL RISO ALLA PILOTA DI CASTEL D'ARIO DE.CO.

Dal 10 al 21 maggio 2012

nell'area feste di Castel D'Ario

PER CORTI E CASCINE

Domenica 20 maggio 2012

evento promosso dal Consorzio Agrituristico Mantovano Verdi Terre d'Acqua presso le aziende agricole della provincia

CANTINE APERTE

Domenica 27 maggio 2012

manifestazione promossa dal movimento turismo del vino presso le Cantine Lombarde



SCADENZE e TERMINI

<i>MISURA / DOMANDE</i>	<i>DESCRIZIONE</i>
<p>PSR: MISURA 112 Innesdimento di giovani agricoltori</p>	<p>La misura 112 concede un aiuto all'insediamento dei giovani agricoltori attraverso l'attivazione di un piano di sviluppo aziendale e l'utilizzo di uno specifico pacchetto di misure, con l'obiettivo di valorizzare i giovani imprenditori agricoli e forestali incentivandone l'insediamento.</p>
<p>PSR: MISURA 221 Costituzione di boschi permanenti e impianti di arboricoltura da legno su terreni agricoli</p>	<p>La misura 221 finanzia la costituzione di boschi permanenti e di impianti di arboricoltura da legno su terreni agricoli.</p>
<p>PSR: MISURA 223 Costituzione di boschi permanenti su terreni non agricoli nella pianura padana</p>	<p>La misura 223 finanzia la costituzione di boschi permanenti su terreni non agricoli nella pianura lombarda.</p>

Settore Sviluppo Agricolo, Caccia e Pesca, Attività Estrattive

Dirigente Maria Cristina Longhi

Via Don Maraglio, 4 – Mantova

tel. 0376 401811 – fax 0376 401850

www.provincia.mantova.it/agricoltura/indexagri.htm

Servizio Produzioni Vegetali e Agriturismo

tel. 0376 401831 – fax 0376 401869

dino.stermieri@provincia.mantova.it

Servizio Competitività del Sistema Agroalimentare e Produzioni Animali

tel. 0376 401808 – fax 0376 401849

daniele.lanfredini@provincia.mantova.it

ORARI APERTURA AL PUBBLICO

LUNEDI'	8,30 – 12,00 14,30 – 16,30
GIOVEDI'	8,30 – 17,00
MARTEDI' - MERCOLEDI' - VENERDI'	8,30 – 12,00