



[50 ANNI DI "TERRA E VITA"] Nella collaborazione la ricetta per il successo delle imprese agroalimentari

Fare squadra per competere

[DI BEATRICE TONI]

Assieme ai bilanci, le ricette per il futuro dell'agricoltura di qui a cinque anni, non di più. E le strategie per rimbalzare oltre quella crisi che «fra due anni sarà finita» azzarda Angelo Frascarelli. Il professore di Economia e politica agraria, l'esperto numero uno di Pac, in occasione del compleanno di Terra e Vita veste i panni del moderatore. Pacato, ma implacabile affonda il coltello nei punti dolenti e critici della filiera made in Italy.

Le scelte dell'imprenditore agricolo sono "eterodirette" dalla grande distribuzione? **Vincenzo Tassinari** presidente di Coop Italia, la più grande catena distributiva italiana, preferisce «parlare di partnership. Collaboriamo con i migliori produttori italiani che hanno visione del mercato e capiscono anche le esigenze della distribuzione che è direttamente in trincea con il consumatore. Da queste sinergie



[Angelo Frascarelli: la politica non può risolvere tutti i problemi dell'agricoltura, ha le armi spuntate.

Meglio sarebbe lasciare più spazio al protagonismo degli imprenditori agricoli

nasce una strategia vincente, un valore in più per l'economia del nostro paese».

Una collaborazione con l'impresa agricola che spesso confligge sui prezzi nota Frascarelli...

Tema critico ammette Tassinari: «Quante volte noi distributori siamo stati descritti come gli strozzatori della produzione, i predatori dell'industria? Ma vediamo i dati: in questi ultimi mesi i nostri consumi tengono a livello

di quantità, ma c'è una deflazione devastante sui prezzi di certi prodotti agricoli (- 4-5%). Di sicuro non mi diverto a vendere a prezzi più bassi dell'anno scorso mentre i costi delle nostre imprese distributive non sono certo in calo».

Tassinari individua le cause: sovrapproduzione agricola (circa un 20% in più in questi ultimi anni) e calo dei consumi (sempre meno ortofrutta e carne sulle tavole italiane). «Contemporaneamente è in atto una forte polarizzazione della spesa: accanto al consumatore che cerca la convenienza c'è, all'opposto, quello a caccia di gratificazioni, di prodotti di alta gamma e in questo caso l'offerta non va pauperizzata». Dunque la terapia parte da «un'offerta indirizzata bene. Al diminuito potere acquisto si risponde con prezzi più convenienti. Il problema dei costi potrebbe essere recuperato migliorando l'efficienza lungo la filiera agricoltura-industria-distribuzione».

E poi «Da uomo di impresa dico che la prima voce dei nostri bilanci è data dalle vendi-

te: come facciamo a promuovere il consumo di un'alimentazione sana? Attraverso consumo di produzione italiana che il consumatore vuole al 90%».

Torna sull'efficienza anche **Daniele Rossi**, direttore generale di Federalimentare. Su 120 miliardi di fatturato dell'industria agroalimentare, il 70% appartiene ancora ai consumi tradizionali (pasta, vino, olio ecc). Un 70% dunque salda-



[Vincenzo Tassinari: Il 66% dei consumatori sceglie prima di tutto da chi comprare e poi cosa comprare. Le realtà distributive moderne saranno sempre più marca



[Daniele Rossi: le dimensioni medie delle imprese agricole e industriali vanno aumentate. In Federalimentare abbiamo 6500 imprese: solo dieci hanno dimensione internazionale e 100 europee

mente legato all'agricoltura che «dà garanzia, ma non dà più soldi. Questo è il problema e per questo dobbiamo cambiare perché non guadagniamo né noi né loro. Ci ritroviamo con un consumatore che vuole un prodotto tradizionale, di qualità,, filiera corta, immediatezza, naturalità, ma mancano i soldi per farlo cioè per remunerare la parte agricola e quella industriale»

Il problema è anche l'individualismo incalza Frascarelli. Non c'è collaborazione. «Il

problema è investire su ricerca, innovazione e tecnologie - ribatte Rossi -. Accorciare le filiere non è solo portare il carrettino sotto casa; è anche gestire le filiere in modo efficiente. Spezzo anche una lancia sugli ogm: perché non li affrontiamo con meno pregiudizi? basterebbe poco per dare maggiore slancio al paese».

E' ironico **Mauro Tonello**, imprenditore agricolo ferrarese: «Sinora la filiera è stata raccontata, mai vissuta. Ognuno si arresta, si ferma, alla propria funzione: la gdo italiana è in competizione con quella straniera e dice 'ho i miei costi'; l'industria ribadisce che è tirata per il collo perché compete con il mondo intero; sembra che l'unico soggetto privo di costi fissi sia il mondo agricolo!». Intanto le aziende agricole chiudono. E se anche facessimo un bell'accordo con la gdo italiana, cosa farebbero le altre catene distributive? Quando programmano per mesi di fila vendite sotto costo dei nostri beni alimentari di quale autonomia stiamo parlando?»

Tassinari non si tira indietro: «Sono disponibile a sedermi attorno a un tavolo per defi-



[Mauro Tonello: etichetta d'origine vuol dire poter comunicare la differenza fra il prodotto italiano e quello ottenuto in paesi dove si utilizza manodopera a 1\$ al giorno o il lavoro dei minori o si inquina il territorio

nire la giusta compensazione al lavoro degli agricoltori, ma l'accordo dev'essere di sistema: assieme ai pochi distributori italiani, devono esserci anche tedeschi e francesi».

Ma possiamo almento tracciare un identikit dell'imprenditore e delle strategie che portano al successo? Frascarelli propone l'alternativa fra due modelli, omologazione (a tutti i livelli dall'impresa agricola a quella distributiva) o diversificazione.

«L'unico modello per



[Mario Guidi: nel futuro ci saranno anche le imprese agricole part-time (non marginali!). Abbineranno questo reddito ad altri: serviranno a mantenere i volumi, a presidiare il territorio e a far economia

un'impresa che vuole avere successo è il mercato. È la differenziazione delle produzioni (pagate dal consumatore) e quindi del rischio, delle fonti di reddito e dei mercati» ribatte **Mario Guidi**, imprenditore agricolo.

La complessità della società (bisogni e consumi stratificati) diventa quindi «un'opportunità per l'agricoltura che può fornire una gamma di produzioni che prima non poteva generare, dalle commodity ai prodotti differenziati».

Eppure il futuro è complicato da un problema che ossessiona i produttori, incalza Frascarelli, soprattutto in Valle Padana: i fortissimi vincoli ambientali «Sappiamo che l'agricoltura è anche ambiente e va bene. Non mi preoccupa l'applicazione della direttiva nitrati che crea vincoli e aumenta i costi di produzione senza generare un *premium pri-ca*. Mi preoccupa invece la paura degli agricoltori nei confronti delle istituzioni: questo è male. Stiamo generando una spirale negativa nei confronti delle aziende agricole. Confido in un maggior equilibrio futuro su questi temi»

[LA BANCA «Produrre cassa»



[Emanuele Tascio

Il mondo agricolo visto attraverso gli occhi della banca, Agriventure nello specifico, società del gruppo Intesa Sanpaolo dedicata alla consulenza nei settori agroalimentare, agroindustriale e agroenergetico.

«Per noi è centrale il rapporto con l'imprenditore agricolo e l'integrazione lungo filiera e occorre fare qualcosa per l'imprenditoria giovanile - sottolinea **Emanuele Tascio**, responsabile dei servizi di consulenza di Agriventure -. L'arma vincente per l'agricoltura è riappropriarsi della capacità di far impresa, a livello singolo e di sistema, puntando sulle competenze». Ma il sistema bancario cosa fa per l'agricoltura? «La sta sostenendo: a uno di plv corrisponde uno di esposizione nei confronti del sistema bancario secondo i dati Bankitalia».

Certo, ammette Tascio, il momento non è facile: «La redditività è scesa in modo consistente, specialmente in Italia; si acuiscono le difficoltà anche sulla trasformazione. Ma in alcuni settori esistono segnali importanti».

Il settore agricolo genera tuttora tanto risparmio. «E' un bene per il Paese che va preservato. Ma riappropriarsi della capacità di produrre reddito e un pò di cassa è una regola di sana gestione aziendale».