



[ MERCATO ] Più export verso l'Est, accordi con la gdo e oculate promozioni (ministeriali) dei consumi

# Sopravvivere alla guerra dei prezzi

[ DI PAOLO BATTISTEL\* ]

Che gli agricoltori se la passino male, anzi molto male, non è una novità. Anzi è un argomento che ormai deborda quotidianamente dalla stampa di settore e dagli ambiti professionali fino a coinvolgere l'intera economia nazionale ed europea e il dibattito sociale.

In Italia, in particolare, è da almeno 10 anni che i redditi agricoli e l'occupazione sono in caduta libera. Secondo Eurostat, l'organismo europeo di statistica, si tratta di un crollo di ben il 36% per i redditi e del 16% degli occupati.

In questo contesto già critico, si è innestata una crisi economica e finanziaria internazionale senza precedenti, che non ha risparmiato nessuno, figurarsi un settore già debole come quello agricolo.

Tra i vari motivi indicati co-

me causa di questo tracollo, il più citato appare sicuramente quello dei prezzi all'origine, crollati nell'ultimo anno, per la maggior parte dei prodotti agricoli, dal 10-20% fino al 50-70%.

A scuola di economia ci hanno sempre insegnato che, in un'economia liberista come la nostra, i prezzi di mercato nascono fondamentalmente dall'incontro libero e trasparente tra domanda e offerta: quando l'offerta supera la domanda i prezzi diminuiscono, etc. etc.

Ma è davvero così? Molti specialisti di settore, ultima-

L'accordo siglato in Francia con sette principali catene distributive

mente, hanno più volte messo in dubbio il perfetto funzionamento di questa fondamentale regola di mercato. L'offerta agricola sarebbe strutturalmente molto più debole della domanda, a tal punto che sono state invocate leggi o "regole di buona condotta", per riequilibrare questo "libero" in-

contro tra domanda e offerta, pena il fallimento dell'intero settore.

[ TROPPO PRODOTTO ]

Se mai ce ne fosse stato bisogno, la crisi ha evidenziato ancor di più un fondamentale elemento di debolezza dell'agricoltura europea: produciamo troppo di quasi tutte le principali derrate alimentari. Per molte il surplus arriva tranquillamente al 20-30%, secondo la maggior parte degli esperti.

Che fare, dunque, quando l'offerta supera la domanda di ben il 20-30%? Molte organiz-



[ Vi è chi propone di rivalutare il ruolo dei mercati all'ingrosso.

**[ Promozioni e sconti  
vengono riversati quasi  
sempre sull'agricoltore.**

zazioni di categoria, ad esempio, soprattutto nei paesi mediterranei (Francia, Spagna, Italia), stanno facendo appello alle istituzioni comunitarie perché venga aumentata dal 5 al 10% la quota di prodotto ritirabile dal mercato in caso di eccessi di offerta (vedi il drammatico esempio di pesche e nettarine della scorsa estate).

Anche se Bruxelles appare al momento alquanto sorda a questo tipo di richieste, non appare ingiustificata: molti prodotti agricoli sono rapidamente deperibili e la concentrazione dell'offerta in una fascia di tempo limitata spesso non dipende da errate scelte colturali o imprenditoriali, ma soprattutto da eventi meteorologici eccezionali.

Ben diverso sarebbe il giudizio, tuttavia, se si sperasse in tal modo di "tirare a campare" nei confronti di un'offerta strutturalmente eccedentaria nel lungo periodo: è un problema reale e sarebbe bene che tutti gli attori sulla scena (agricoltori, distribuzione, istituzioni) cominciassero ad affrontarlo seriamente e concretamente, visto che il fallimento di migliaia di piccole aziende agricole è un lus-



so che l'Europa non si può permettere, causa i negativi risvolti che avrebbe sia sull'occupazione sia sul presidio del territorio.

Un'altra possibile soluzione sarebbe quella di aumentare l'esportazione verso i paesi extraeuropei, per alleggerire la pressione sui nostri mercati. L'unica soluzione praticabile, per grandi volumi, appare quella dei paesi dell'Est europeo, ma anche questa mostra dei limiti, sia nel breve periodo (bassa disponibilità di spesa dei consumatori, assenza di garanzie sul credito), che nel lungo (anche tali paesi stanno cercando di rendere progressivamente autosufficiente il proprio settore agri-

colo con ingenti investimenti). Gestita bene, comunque, soprattutto con oculate promozioni a livello ministeriale o di grandi associazioni di categoria, può essere una buona soluzione.

**[ CROLLO DELLA DOMANDA**

La crisi internazionale non ha contratto solo i redditi degli agricoltori, ma ovviamente anche quelli dei consumatori, di circa il 3% nel 2009, rispetto al 2008, ma la tendenza continua. I dati statistici confermano che 5 famiglie su 10 hanno ridotto la spesa alimentare, il 60% ha cambiato menu, però "solo" un terzo è passato a prodotti di qualità inferiore. Il crollo ha colpito quasi tutti i

**[ Alta qualità, differenziazione dei prodotti e confezionamento accurato vincono sempre e aiutano l'agricoltore a spuntare prezzi migliori.**

maggiori settori agricoli, ma soprattutto carne, pane, olio, vino, ortofrutta.

A questo si aggiunge che, per alcune fasce di consumatori, negli ultimi anni sono cambiate anche le priorità di spesa: si salta la bistecca, ma non si rinuncia alla ricarica del telefonino, per esempio.

Come stimolare la domanda, dunque? Qualità, innanzitutto. Se qualche agricoltore pensa che, visti i prezzi sempre meno remunerativi, si possa recedere sugli standard qualitativi, si sbaglia di grosso. È proprio in tempi di contrazione della capacità di spesa che il consumatore cerca di dar più valore al proprio denaro. E quando il mercato è veramente saturo, è sempre il prodotto di seconda scelta a rimanere invenduto per primo.

E poi, ovviamente, stimolo dei consumi con opportune promozioni, finanziate con fondi statali o comunitari. Si vedano, ad esempio, le recenti campagne per favorire il consumo di ortofrutta nelle scuole, che tanto successo hanno avuto in Nord Europa, ma anche da noi in Italia.

**[ POTERE DELLA GDO**

Che la grande distribuzione organizzata (gdo) abbia un forte potere contrattuale nei



**[ Il divario tra prezzi** al consumo praticati dalla gdo e prezzi all'origine si allarga sempre di più.

**[ La gdo ha avuto il pregio** di imporre standard di qualità sempre più alti, ma ha provocato un'enorme **concentrazione della domanda**: il 70% della distribuzione alimentare europea è in mano a cinque catene soltanto.

confronti del mondo agricolo ormai è un fatto assodato: da una parte centinaia di migliaia di piccole-medie aziende, spesso isolate, altre volte associate in grandi gruppi, ma mai abbastanza grandi; dall'altra il 70% della distribuzione alimentare europea in mano a sole 5 catene.

Uno strapotere che gli agricoltori conoscono molto bene: promozioni (sempre più lunghe e frequenti) a carico dei conferenti, certificazioni e analisi a carico dei conferenti, scontistica a fine campagna idem, per non parlare dei tempi di pagamento spesso troppo lunghi. Un potere che ormai persino la gdo ammette (indirettamente) essere decisamente sproporzionato.

Da più parti si sono invocate recentemente leggi per limitare questo potere, o quantomeno per stimolare maggiore corresponsabilità lungo la filiera, tramite "codici di buona condotta" tra agricoltori e gdo. Si tratta di regole che, almeno apparentemente, cozzano contro le "sacre" regole di libero mercato, ma la vera

**[ Sovrapproduzione strutturale** e condizioni climatiche avverse concentrano l'offerta e determinano spesso il **crollo dei prezzi agricoli** sotto i costi di produzione.



domanda è: potranno veramente funzionare e dare benefici a tutti gli attori della filiera: produttori, distributori, ma ovviamente anche consumatori?

#### **[ ACCORDI DI FILIERA?**

La prima ad avventurarsi in questa nuova direzione è stata la Francia. Lo scorso 17 maggio le 7 principali catene, tra cui Auchan, Carrefour, Leclerc e Casino, hanno siglato uno storico accordo, imposto personalmente dal presidente Sarkozy, addirittura sotto la minaccia di imposte supplementari, nel caso la gdo francese non dovesse ottemperarvi.

Il succo dell'intesa è che, in caso di "crisi congiunturale verificata", ovvero quando i prezzi offerti agli agricoltori risultino "significativamente

inferiori" alla media degli anni precedenti, la distribuzione si impegnerà a non aumentare il proprio margine lordo sui prodotti, così che i ribassi vadano a vantaggio dei consumatori, al fine di stimolare la domanda e di ridurre gli stock.

Nonostante un'iniziale irritazione per un'intesa strappata sotto la minaccia di sanzioni, i più soddisfatti sembrano essere ora proprio i buyer della gdo: strano... I produttori, invece, dopo un'iniziale soddisfazione, sono apparsi scettici sull'effettiva applicazione dell'accordo. Avrebbero inoltre preferito, ovviamente, che in caso di crisi di mercato potessero essere alzati anche i prezzi ai fornitori, invece che sperare in uno stimolo indiretto della domanda, tutto da verificare. Altri, addirittura,

hanno percepito l'accordo come una limitazione alla propria libertà d'impresa.

#### **[ COMPETITIVITÀ**

Stretti tra crisi di sovrapproduzione, sia stagionali che strutturali, ristagno della domanda per contrazione del reddito disponibile, strapotere della gdo e concorrenza internazionale sempre più agguerrita (basti pensare alla caduta delle barriere doganali con paesi come Turchia e Nord Africa, dove la manodopera costa 10 volte meno che da noi), che possibilità concreta hanno gli agricoltori di salvarsi un po' in questa continua guerra dei prezzi?

Non molte a quanto pare... In attesa che accordi come quello siglato in Francia dimostrino di funzionare davvero, una cosa è certa e può e deve essere attuata subito dagli agricoltori: migliorare l'efficienza aziendale, contenendo il più possibile i costi di produzione, senza mai rinunciare alla qualità. E magari rivalutare anche il ruolo dei mercati all'ingrosso, che in Italia continuano a pesare più che in Nord Europa e dove i rapporti di forza sono un po' più bilanciati.



(\*) L'autore è di Ceres S.r.l. – Società di Consulenza in agricoltura.