



EUROPEAN PARLIAMENT

Paolo DE CASTRO

COMMITTEE ON AGRICULTURE AND RURAL DEVELOPEMENT

THE CHAIRMAN

Convegno

La competitività dell'industria alimentare e le criticità nei rapporti contrattuali: il quadro europeo

Competitività e rapporti contrattuali: le strategie di intervento

Nell'ambito dei principali fattori di competitività del settore agroalimentare non solo italiano, l'analisi delle criticità che si riscontrano nei rapporti contrattuali lungo la filiera produttiva rappresenta un elemento strategico.

Ecco perché l'iniziativa odierna costituisce un appuntamento di profondo interesse, oltre che di grande attualità.

Oggi più che mai, in uno scenario competitivo profondamente mutato rispetto a qualche anno fa, la richiesta ai produttori alimentari di volumi adeguati e di nuove capacità organizzative e relazionali, rappresentano fattori determinanti per lo sviluppo economico del settore agro-alimentare.

Il livello della competizione è cresciuto e nuovi grandi player sono diventati protagonisti dei mercati mondiali. Da un lato economie agricole dotate di grandi risorse e capaci, quindi, di far leva su importanti economie di scala; dall'altro i paesi emergenti che spesso aggiungono a questa caratteristica, un costo inferiore dei fattori produttivi.

La progressiva apertura dei mercati e il minor supporto accordato all'agricoltura dalle politiche di sostegno aumentano la valenza dei citati fattori competitivi.

L'industria alimentare, d'altro canto, continua ad essere uno degli elementi portanti dell'economia italiana ed europea. Se in Europa per giro d'affari ed occupati rappresenta il principale settore produttivo, nel nostro Paese, con un fatturato che lo scorso anno è cresciuto del 5,3%, l'industria alimentare rappresenta il secondo comparto dopo il metalmeccanico.

Tuttavia, è anche uno dei settori maggiormente esposto alla concorrenza sempre più agguerrita sia interna che esterna all'Unione Europea. Le imprese della trasformazione industriale affrontano oggi un mercato nazionale ed europeo estremamente difficile. In questo contesto si somma una doppia

pressione competitiva: orizzontale, da parte cioè di altre imprese industriali estere nonché verticale, determinata dai “rapporti di forza” con la Grande Distribuzione.

E questa “doppia pressione” presenta risvolti e criticità difficilmente eliminabili: se infatti sulle politiche di costo e sul recupero di efficienza l'industria alimentare, spesso caratterizzata da un tessuto imprenditoriale fatto di piccole e medie imprese, incontra serie difficoltà, sull'altro versante – quello dei ricavi - deve cercare consumatori disposti a pagare prezzi più elevati. Ma per raggiungere questi consumatori, deve giocoforza passare dalla Grande Distribuzione che ormai incide, in Italia e ancor più negli altri Paesi dell'Unione Europea, per oltre il 70% delle vendite di prodotti alimentari.

Tra le sfide che il settore agroalimentare europeo dovrà affrontare nel prossimo futuro, quella dell'incremento dimensionale e del profilo organizzativo dei produttori rappresenta, senza dubbio, una delle più importanti e attese. Uno studio (Nomisma) recentemente presentato sulla distribuzione della ricchezza tra i vari attori della filiera agroalimentare italiana ha dimostrato come l'elevata polverizzazione degli operatori conduca la marginalità economica degli stessi a livelli estremamente ridotti, causa la necessità di ricorrere a numerosi servizi esterni alla filiera – peraltro meno competitivi rispetto a quelli di altri paesi europei, come i trasporti – i cui costi nel complesso arrivano ad incidere per ben il 27% sul valore dei consumi finali!

Ma al di là del caso italiano, seppur con minori intensità, anche nel resto d'Europa si riscontrano problematiche analoghe. Ecco perché un patrimonio produttivo estremamente ricco per caratteristiche distintive e territoriali ma – ahimè - frammentato come quello comunitario può essere sfruttato a pieno solo se valorizzato con adeguati interventi organizzativi e logistici.

La Comunicazione della Commissione Europea, approvata mercoledì scorso, riprende proprio queste finalità, sottolineando come il miglioramento delle relazioni commerciali tra gli operatori della filiera agroalimentare rappresenti una condizione imprescindibile per rendere più efficiente la stessa filiera, in modo da apportare benefici a tutti gli attori, consumatori compresi. E per fare questo, la Commissione individua – tra le altre soluzioni – anche quella di favorire l'associazionismo tra produttori, in modo da ridurre la polverizzazione delle relazioni e incrementare così il potere contrattuale.

Al tempo stesso, non dobbiamo dimenticare come l'alimentazione sia divenuta in questi ultimi anni uno dei fenomeni più globalizzati e globalizzanti, favorendo fenomeni di internazionalizzazione e concentrazione delle attività distributive. Questo ha portato anche ad una nuova articolazione organizzativa dei mercati, condizionata dalle aspettative dei grandi colossi della distribuzione moderna, che chiedono maggiore organizzazione e adeguate capacità relazionali lungo la filiera produttiva.

L'Europa sta inoltre facendo della qualità e dei mezzi per rappresentarla, un perno delle prospettive di crescita dell'agroalimentare.

Un obiettivo che passa indiscutibilmente per la tenuta e il rafforzamento dei valori espressi dal settore agroalimentare e per il trasferimento del riconoscimento della qualità lungo la filiera alimentare. Un trasferimento che se ben gestito e accompagnato da una crescita strutturale e soprattutto organizzativa della base produttiva, può rappresentare una leva al riequilibrio dei rapporti lungo la catena del valore.

Questo è lo scenario su cui si gioca, in futuro, la tenuta del sistema agroalimentare, soprattutto in un momento di crisi del settore e, in Italia, di contrazione dei consumi interni.

Gli operatori della filiera devono puntare di più sul mercato.

La qualità eccellente di cui tutti noi italiani andiamo giustamente orgogliosi non basta a tenere il passo se non diventa reddito. Occorrono nuove forme organizzative per essere forti sui mercati, né bisogna perdere di vista un dato di prospettiva: oltre la crisi attuale c'è una domanda globale che nel medio lungo periodo potrebbe superare stabilmente le capacità di offerta.

La via dei mercati internazionali rappresenta ormai una direzione di sviluppo obbligata. E se non saremo rapidamente in grado di dare risposte efficaci con prodotti - qualità - servizio e prezzo, questa domanda mondiale verrà sfruttata da altri abili player internazionali.

In questa direzione la necessità di un impegno sul terreno del consolidamento della competitività e della distintività della nostra offerta alimentare. Le tante eccellenze e vocazioni territoriali di cui è fatto il settore agroalimentare italiano, vanno aiutate e sostenute in un processo di dialogo e di integrazione con la distribuzione.

Occorrono nuovi modelli organizzativi che migliorino l'efficienza e la competitività nei rapporti interni alla filiera. Modelli organizzativi che hanno bisogno anche di servizi e infrastrutture esterne e di strumenti per superare i limiti dimensionali del nostro sistema impresa e per migliorare il rapporto con la Grande Distribuzione.

In tal senso, è necessario il coinvolgimento proficuo di industria e distribuzione secondo un approccio di filiera e sostenere, al tempo stesso e dove possibile, la crescita dimensionale e strategica anche attraverso processi di acquisizione, fusioni ed integrazioni degli stessi operatori nazionali del settore.

Ma è altresì importante che mondo della ricerca, organizzazioni di categoria e istituzioni lavorino insieme per recuperare efficienza e competitività.

Alcuni Paesi europei (Francia) riescono ad aumentare le loro esportazioni nei Paesi emergenti, ad esempio in Cina, perché possono contare sul contributo di importanti catene della grande distribuzione.

Ciò deve indurre l'industria agroalimentare italiana a riflettere, e a farci capire che la grande distribuzione rappresenta un anello importantissimo della catena perché abbiamo assolutamente bisogno di aumentare la nostra presenza all'estero e lo possiamo fare definendo un rapporto stabile con la grande distribuzione.

È in gioco la competitività del Made in Italy agroalimentare

In tal senso ricordo con soddisfazione quando, al governo del paese, portammo avanti iniziative coraggiose e innovative a sostegno dell'integrazione nel mercato e della crescita internazionale del settore agroalimentare. Dal credito d'imposta per l'internazionalizzazione delle imprese, ai progetti ed iniziative per sviluppare la presenza diretta dei distributori italiani nei mercati esteri. Dall'istituzione del tavolo permanente con i protagonisti della grande distribuzione, al sostegno alla definizione di accordi con catene della GDO per valorizzare e promuovere in Italia e in Europa i prodotti di qualità.

Adesso che rivesto la carica di Presidente della commissione agricoltura e sviluppo rurale del parlamento europeo, il mio impegno sarà orientato alla costruzione di una prospettiva moderna e al tempo stesso sostenibile dell'intervento europeo a sostegno del settore alimentare e che si rivelerà peraltro fondamentale quando, con la definitiva ratifica del trattato di Lisbona, la PAC diverrà oggetto di codecisione.

Alcune questioni sono già sul tavolo essendo state ereditate dalla precedente legislatura. Mi riferisco alla dichiarazione scritta (88/2007) riguardante uno studio e soluzioni sull'abuso di potere dei grandi Supermercati, alla relazione presentata in commissione agricoltura (On.le Katerina Batzeli) sui prezzi dei prodotti alimentari in Europa e all'istituzione del Gruppo di lavoro di alto livello della commissione Europea sulla competitività dell'industria alimentare UE.

Inoltre, proprio in queste settimane, stiamo discutendo sulla possibilità di apportare eventuali modifiche alla proposta di Regolamento del PE e del Consiglio relativo alla fornitura di informazioni alimentari ai consumatori. Un provvedimento importante che contempla al suo interno il tema delle Private Label ed il loro sviluppo commerciale. Un aspetto, quello delle Private label, che se non affrontato con la dovuta attenzione, da possibile opportunità rischia di tradursi in vincolo per le imprese agroalimentari europee sempre più spesso economicamente dipendenti dalla grande

distribuzione. Ecco perché penso sia necessario esplicitare l'obbligo in etichetta per i prodotti alimentari a marchio commerciale dell'indicazione del produttore dell'alimento. Un obbligo che non solo non danneggerebbe quelle aziende che producono e confezionano Private Label per la distribuzione (esse sarebbero comunque libere di scegliere la qualità della loro relazione commerciale con i distributori) ma rappresenterebbe un elemento strategico e fortemente positivo sia per il sistema produttivo sia per il consumatore europeo.

Cogliere le opportunità della globalizzazione e difendersi dai rischi che inevitabilmente si innescano a partire dai nuovi assetti competitivi richiede, quindi, uno sforzo importante in termini di sostegno alle politiche di integrazione settoriale che mettano le imprese alimentari in condizione di produrre volumi adeguati, di sviluppare efficaci sistemi di organizzazione delle relazioni sia orizzontali che verticali, di fare sistema con le componenti a valle della filiera agroalimentare.

Un terreno di riflessione di fondamentale importanza anche all'interno del più ampio dibattito sul futuro della PAC che inizia a prendere corpo e che oggi, con il meccanismo della codecisione, vede attribuito al Parlamento un protagonismo maggiore che in passato.

Il Parlamento Europeo ha, oggi, un ruolo decisivo anche in materia agroalimentare e questa deve rappresentare una occasione da non sciupare per costruire una PAC che sappia essere all'altezza dei tempi, più aperta, meno distorsiva, più efficiente ma che sappia, nel contempo, individuare ed applicare soluzioni condivise e durature per garantire la crescita competitiva dell'agroalimentare europeo.