

L'INFORMATORE AGRARIO

www.informatoreagrario.it



Edizioni L'Informatore Agrario

Tutti i diritti riservati, a norma della Legge sul Diritto d'Autore e le sue successive modificazioni. Ogni utilizzo di quest'opera per usi diversi da quello personale e privato è tassativamente vietato. Edizioni L'Informatore Agrario S.p.A. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.



L'agricoltura e la via per uscire dalla crisi

L'agricoltura attende dalla politica indicazioni chiare per far fronte all'emergenza attuale. Quale che sia la strategia, si devono fare prevalere le esigenze del consumo sui problemi della produzione

di Vittorio Alessandro Gallerani

Con l'agricoltura lancia l'allarme per il crollo delle esportazioni extra Ue dei prodotti agricoli freschi registrato nel mese di maggio. I motivi di preoccupazione sono accentuati per il fatto che si tratta dell'aggravamento di una tendenza già in atto dall'inizio dell'anno (-29,9% contro -17,55%) di un comparto dal saldo commerciale già ampiamente negativo (-1.522 milioni di euro).

La circostanza che i prodotti agroalimentari trasformati siano andati meno peggio (-5% nel mese contro -8,5% dall'inizio dell'anno) può essere vista come il classico bicchiere mezzo pieno o mezzo vuoto.

Il calo della domanda ha evidenti ragioni nella crisi mondiale nella quale ci stiamo dibattendo.

Il patrimonio (titoli azionari e obbligazionari) e il reddito (interessi e dividendi) delle persone hanno subito drastici tagli. L'economia reale ha seguito il flusso di quella finanziaria con conseguente riduzione di valori immobiliari, rendite, stipendi e profitti.

L'incertezza del futuro, inoltre, ha esercitato un effetto psicologico negativo con una conseguente contrazione dei consumi superiore alla capacità reale di spesa. Le previsioni economiche, se non si hanno troppe aspettative sul quando e sul quanto, possono essere molto precise.

Alla crisi seguirà una ripresa, i cui segnali cominciano a farsi sentire più forti e frequenti. Sarebbe,

tuttavia, molto sbagliato pensare che si tratti di una crisi tutta esterna al settore agricolo, e che quindi sia sufficiente attendere che torni il bel tempo.

Prima di tutto bisogna mantenere le strutture produttive (uomini e mezzi tecnici) pronte a far fronte alla ripresa della domanda. L'agricoltura europea e quella italiana, basata in larga misura sull'impresa familiare, sembrano a questo proposito avere qualche vantaggio rispetto agli altri settori produttivi e in grado, con il personale sacrificio degli agricoltori, di gravare in misura minore sulla spesa pubblica per sussidi di disoccupazione e interventi di cassa integrazione.

Per questa ragione avrebbe anche diritto a buone politiche per lo sviluppo. Purtroppo, ci sono vari motivi per non essere troppo ottimisti. Le incertezze politiche incontrate nella costruzione dell'Europa allargata non aiutano a concentrare gli sforzi sugli interventi nell'economia e in particolare nell'agricoltura. Ma anche in casa nostra non mancano i problemi. I partiti politici affetti da litigiosità endemica sono distratti dai problemi reali dei cittadini. Le rappresentanze agricole, prigioniere di vecchie divisioni ideologiche, dettano nelle agende politiche i temi di più facile comunicazione piuttosto che quelli scaturiti da una approfondita riflessione.

In questa grave congiuntura, invece, si richiede all'intervento pubblico non solo di garantire la sopravvivenza agli agricoltori, ma anche di fornire indicazioni chiare sulla strada da seguire.

Due sono i modelli organizzativi che oggi si contrappongono: la filiera dal produttore al consumatore che certifica il prodotto alimentare; l'industria alimentare, spesso multinazionale, che costruisce il prodotto con la ricerca di laboratorio e lo garantisce con la marca commerciale.

La prima soluzione è indubbiamente più affascinante: è legata al recupero del mondo rurale e dei suoi valori, contrappone la cooperazione alla concorrenza, è più coerente con la struttura delle agricolture europee e in particolare di quella italiana.

La seconda soluzione è più legata alla modernità: stili di vita dinamici, innovazione, grande distribuzione. Il prodotto di filiera fatica a vincere la dura concorrenza del prodotto di marca. Considerando i dati sulle esportazioni esposti in precedenza, le difficoltà sembrano accresciute dalla crisi economica, che accentua il peso del prezzo come fattore concorrenziale. Ma per poter competere, oltre che battere la strada del contenimento dei costi, il prodotto di filiera deve anche sapere aprirsi all'innovazione, che pure nel campo alimentare offre opportunità, ma che in cambio richiede impegno umano e finanziario.

I due modelli di agricoltura sono destinati a coesistere e a contendersi spazi di mercato. Si ha l'impressione che così come sono oggi percepiti e comunicati i temi dello sviluppo rurale, a cui i prodotti di filiera sono strettamente connessi, appaiono pensati più per risolvere carenze della produzione piuttosto che per interpretare esigenze del consumo. Qualunque sia la strategia prescelta, bisogna avere ben presente che all'acquirente ci si deve rivolgere parlando sempre dei suoi bisogni e mai dei propri problemi.