

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.r.l. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.



Solo una filiera unita può battere la crisi suinicola

La situazione congiunturale negativa del mercato dei suini pesanti, per quanto assai problematica, non è il problema principale della suinicoltura italiana. Il comparto è tra i pochi che, da sempre, non ha ricevuto quasi alcun sostegno da parte della pac. Solo qualche aiuto allo stoccaggio e poco più. Ma proprio per tale ragione in questo caso troviamo più imprenditori che altrove, perché il mercato è stato da sempre l'unico grande riferimento. Anzi, a ben vedere, proprio gli aiuti che la pac ha garantito al comparto cerealicolo, uniti alla protezione che ha assicurato, nonostante tutto, anche al settore del latte, in termini sia diretti sia indiretti, hanno reso la vita difficile ai suinicoltori. Ma gli imprenditori della filiera hanno reagito e, sia pure con le ciclicità tipiche del mercato suinicolo, grazie al traino dei prosciutti dop italiani, soprattutto Parma e San Daniele, sono riusciti a crescere. Proprio qui però va individuata una prima grave criticità per il comparto: una domanda crescente di prosciutti di basso prezzo, realizzati al di fuori dei disciplinari, con cosce di importazione più piccole ma meno costose, con una stagionatura più breve e un minore impegno finanziario, ha messo in difficoltà i prosciutti dop, soprattutto il Parma, e gran parte della suinicoltura nazionale, così fortemente dipendente dal prosciutto. La crisi economica globale degli ultimi due anni, preceduta da una crisi dei consumi nazionali, ha dato il colpo di grazia, dal lato della domanda.

Non di rado negli ultimi mesi i macellatori hanno affermato di giocare la loro scarsa redditività sull'andamento del prezzo dei lombi, ovviamente in forte concorrenza con quelli di importazione. In altri termini, la governance della filiera, quanto mai necessaria in tempi di crisi, ha fallito nel gestire i cambiamenti della domanda.

Un altro grave problema, solo in parte risolto,

è quello della inefficienza dei meccanismi di formazione del prezzo. Le strutture dei contratti, tra allevatori e macelli, tra macelli e salumifici, ma soprattutto tra macelli, salumifici, allevatori e grande distribuzione, si basano comunque su prezzi che spesso non riescono nemmeno «a formarsi». Purtroppo, anche con la nascita della Commissione unica nazionale, nonostante i miglioramenti, si sono registrati fenomeni quali il «non quotato», o quotazioni frutto di valutazioni di una sola delle parti. Se si pensa che il prezzo dovrebbe essere il risultato di scambi effettivi e non di valutazioni di operatori, si capisce quanta strada resti da fare per dare efficienza al sistema.

Segnali incoraggianti

Fortunatamente vi sono anche alcuni segnali positivi. Anzitutto prosegue il miglioramento delle esportazioni nazionali di salumi, uno dei punti di forza del made in Italy, e gli spazi di crescita sono ancora molto ampi.

Un altro dato positivo è la percezione che si sta diffondendo tra gli operatori che non basti più semplicemente tentare di sottrarre qualche quota di valore aggiunto alle controparti della filiera: una prospettiva di questo tipo ha ormai sempre più le ore contate. Si tratta piuttosto di sviluppare in modo sempre più coordinato processi produttivi e di valorizzazione dei prodotti finali che possano consentire la crescita economica, e non solo la sopravvivenza, delle diverse fasi della produzione e della trasformazione. Solamente una maggiore condivisione delle strategie competitive a livello di filiera potrà contribuire a migliorare le performance economiche e reddituali.

L'incertezza dei mercati delle materie prime e la crescente concorrenza non solo dei produttori centro-europei, ma anche da parte di nuovi concorrenti esteri, come il Brasile, spingeranno inevitabilmente in questa direzione.

Per competere, anche in questo caso, sarà sempre più necessario definire percorsi di collaborazione dentro la filiera nazionale.