

Analisi economica della filiera del latte italiano

Executive Summary

di Roberto Della Casa

Docente di marketing e gestione dei prodotti agroalimentari - Università di Bologna

GLI SCENARI

- Negli ultimi anni a livello internazionale la zootecnia bovina da latte ha visto un progressivo aumento dell'offerta che è proseguito anche nel 2015 con incrementi produttivi in tutti i principali areali. Anche all'interno dell'Unione Europea si sono riscontrati incrementi vicini alle due cifre in alcuni paesi come l'Irlanda, i Paesi Bassi, l'Ungheria.
- Proprio per l'Unione Europea a 28, poi, le previsioni a dieci anni evidenziano un incremento per la produzione di latte vaccino compresa fra l'11 e il 13% a seguito degli investimenti programmati da molti partner europei per effetto dell'eliminazione delle quote latte nello scorso aprile. Il grado di autoapprovvigionamento è già nell'ordine del 110% sia in Europa che negli Stati Uniti, mentre l'Italia rimane deficitaria a doppia cifra sul fabbisogno complessivo.
- In particolare, il nostro Paese importa oltre due milioni di tonnellate di latte e semilavorati, di cui più di 500.000 tonnellate di latte *Ultra High Temperature* (UHT) già confezionato. Circa 13 milioni di tonnellate sono la disponibilità complessiva di latte per il settore a livello nazionale; quest'ultima per l'80% viene trasformata in derivati, di cui circa il 50% sono formaggi DOP, mentre circa il 20% è destinato a latte alimentare, diviso quasi equamente fra fresco e UHT.
- Sul fronte internazionale è in atto una progressiva concentrazione degli allevamenti con aumento delle dimensioni medie delle mandrie e incremento della produttività media per capo, tendenza in atto anche a livello nazionale ma su una situazione strutturale molto particolare.
- In Italia, infatti, la struttura dell'allevamento vaccino da latte evidenzia profonde polarizzazioni. Il 55% degli allevamenti è ubicato in aree di montagna o svantaggiate, per la maggior parte di piccola dimensione, mentre su tre province si concentra quasi il 30% della produzione totale, con tre regioni arrivano al 68% e qui sono ubicati la maggior parte degli allevamenti di maggiori dimensioni. Questi ultimi sono gli unici a crescere numericamente mentre si riducono ad un ritmo superiore al 5% annuo quelli più piccoli.
- In ogni caso, però, il 48% dei circa 33.000 allevamenti esistenti in Italia è ancora di piccola dimensione – meno di 15 capi e meno di 100 tonnellate di produzione complessiva - e realizza circa il 5,5% del totale prodotto, mentre – dall'altra parte - il 9% degli allevamenti è di grande dimensione - oltre 115 capi e più di mille tonnellate - e realizza il 52% della produzione, con una progressione della produttività media dei capi all'aumentare della dimensione degli allevamenti e, così, della possibilità di sopravvivenza alle attuali condizioni di mercato in rapporto all'entità del costo di produzione del latte.
- Infatti, la produttività per capo è uno dei principali fattori che condizionano il costo di produzione, accanto ai costi di alimentazione, al costo del lavoro e degli ammortamenti. Esaminando l'assetto nazionale della zootecnia bovina da latte emerge che la produttività tende ad aumentare costantemente all'aumentare della dimensione dell'allevamento fino alla soglia dei 150 capi per mandria, poi si stabilizza, mentre l'entità del costo del lavoro e degli ammortamenti tende a ridursi progressivamente per effetto delle economie di scala implementate. Per quanto attiene i costi di alimentazione, il quadro generale denota una forte dipendenza dall'estero per l'approvvigionamento di materie prime e prodotti finiti nell'area dei mangimi, mentre - a livello puntuale - la situazione è diversificata da allevamento ad allevamento in funzione della disponibilità di terreni aziendali per la produzione di materie prime per l'alimentazione. Anzi, proprio la difficoltà

di aumentare la superficie aziendale è uno dei principali ostacoli alla crescita dimensionale degli allevamenti sia sotto il profilo alimentare che della gestione delle deiezioni.

- Secondo le analisi condotte con diverse metodologie da vari istituti di ricerca, verificate in questo studio su un campione di una decina di aziende modali di varie dimensioni e ubicazioni, emerge come, qualsiasi sia la scala dimensionale cui ci si riferisce, difficilmente un allevamento riesce a produrre latte per uso alimentare ad un costo di produzione in linea con gli attuali prezzi di mercato se non ha una produttività per capo tendente a 10 tonnellate/anno, quindi ben superiore alla media nazionale, così da poter garantire che l'incidenza del costo dell'alimentazione, quello della manodopera e degli ammortamenti sia inferiore a 0,37 Euro/kg di latte prodotto, mentre gli altri introiti dell'allevamento e i contributi pubblici vanno a bilanciare le spese generali in senso lato. Questa situazione, negli allevamenti che producono per il latte alimentare diviene possibile, salvo casi particolari, solo con allevamenti che superano i 100 capi complessivi e sono tecnologicamente allo stato dell'arte.
- All'aumentare della mandria, però, la principale problematica nel nostro Paese attiene allo spandimento delle deiezioni per via dei vincoli imposti dalla normativa sui nitrati, soprattutto nelle aree vulnerabili, dove il carico di animali si deve ridurre sensibilmente, comportando così alti costi per i diritti e la gestione dello smaltimento delle deiezioni. Questi, almeno in parte, potrebbero essere meglio gestiti con adeguate strutture di trattamento a livello aziendale, indispensabili oltre certi livelli date le caratteristiche della maglia poderale italiana.
- Sul fronte dell'assetto dell'industria di trasformazione, sia a livello internazionale che nazionale è in atto una progressiva concentrazione delle imprese. In Italia, ad esempio, i primi tre gruppi di trasformazione controllano il 53% del latte fresco e il 64% del latte HUT commercializzato a valore. Anche sui formaggi DOP è in atto una progressiva concentrazione dell'offerta, con le prime dieci imprese che stagionano Parmigiano Reggiano e Grano Padano che controllano quasi il 70% dell'offerta. In entrambi i casi, però, la tendenza a posizioni oligopoliste non porta alcun beneficio in termini di controllo e gestione del mercato per effetto della contemporanea riduzione dei consumi che, al contrario, esaspera la tensione competitiva fra le poche aziende di grandi dimensioni che operano.
- Infatti, anche a seguito delle modificate tendenze in tema di alimentazione e nutrizione che ormai pervadono tutta l'Europa e che vedono una progressiva disaffezione verso tutte le fonti proteiche di origine animale, l'andamento dei consumi di latte manifesta ormai strutturalmente toni opposti all'andamento della produzione su scala europea e la competizione in atto nello scenario internazionale renderà difficile aumentare in modo significativo le esportazioni per tutti i player, con ulteriori tensioni sui prezzi sia del latte che dei derivati visto il grado di autoapprovvigionamento in essere e in divenire.
- Anche sul fronte nazionale, infatti, sia i consumi di latte fresco che UHT hanno subito una ulteriore contrazione nel 2015 nell'intorno del 4-5%, con tendenze contrarie solo per categorie speciali come i latti Extended Shelf-Life, quelli delattosati e il biologico. In questo quadro anche la Distribuzione Moderna ha sofferto una riduzione delle vendite, addirittura più pesante sulla Marca del distributore nel segmento UHT. Meno critica la situazione sui formaggi, anche se - soprattutto sui duri, inclusi i DOP - con pesanti riduzioni dei listini per spingere le vendite che non hanno comunque consentito una tenuta complessiva.
- In questo scenario di consumo si colloca il crollo delle quotazioni internazionali sia per il latte che per i principali derivati a partire dal 2014, con punte di oltre il 20% nell'ultimo anno in Germania e Nuova Zelanda. Anche in Lombardia il prezzo del latte per uso alimentare si è ridotto a doppia cifra nel corso del 2015 e le tendenze in atto sulla struttura produttiva internazionale, anche con riferimento agli impianti per la produzione di latte in polvere e ai relativi stock attesi, non evidenziano buone prospettive nel breve-medio periodo sia sul fronte nazionale che su quello internazionale.
- Il tenore dei prezzi del latte spot ha influenzato, come si accennava, anche le quotazioni di quello per la trasformazione, a partire dalle due principali DOP nazionali, il Parmigiano Reggiano e il Grano Padano, ulteriormente appesantite dalle difficoltà di collocazione del prodotto finito sul mercato

interno poiché non totalmente compensate dal pur robusto incremento delle esportazioni. Infatti, malgrado il timido recupero nell'ultima parte dell'anno, il 2015 si è chiuso in zona rossa per i due prodotti a livello di consumi complessivi, e ciò nonostante la riduzione dei prezzi al dettaglio, con il canale della distribuzione tradizionale in pesante sofferenza. Quest'ultimo fatto, unito alla tensione del prezzo per il latte alimentare, ha fatto ridurre anche le quotazioni alla produzione sia del latte da P.R. che per quello da G.P. di oltre il 5%.

- A questo proposito lo studio ha esaminato la costruzione del costo di produzione, trasformazione e distribuzione una decina di referenze tipo in vendita nella Distribuzione Moderna Nazionale sia per il latte che per il Parmigiano Reggiano e il Grana Padano in un contesto di filiera definibile come modale, rapportando la somma dei costi sostenuti complessivamente al prezzo di vendita medio al netto delle attività promozionali. Ne è emerso che, in quasi tutte le situazioni ed escludendo aspetti particolari, queste filiere sono dominate dai costi e non generano o generano pochissimo valore per gli attori della stessa, per cui la principale problematica non è tanto come è distribuito il valore ma come aumentarlo per garantire una sostenibilità delle filiere stesse, a partire da una razionalizzazione dei processi, vista l'elevata variabilità di risultati nelle situazioni reali esaminate per la costruzione dei casi di studio.

LA STRATEGIA

- Si configura pertanto per il nostro Paese la necessità di interventi di politica economica mirati e differenziati in base agli elementi peculiari della nostra filiera del latte e derivati testé descritta per garantire la sopravvivenza dell'attività di allevamento bovino da latte nei diversi areali e il successivo trasferimento di valore lungo la stessa fino al consumatore finale.
- Da una parte occorre lavorare sull'efficienza a monte per competere sul mercato, dall'altra sull'efficacia a valle nella valorizzazione del latte e dei derivati. In questo contesto si inserisce sia il cosiddetto "Pacchetto latte", pubblicato nel marzo 2012 e valido fino al 30 giugno 2020, con l'obiettivo di sostenere investimenti finalizzati al miglioramento del settore, sia i nuovi Piani di Sviluppo Rurale (PSR) per l'orizzonte 2014-2020. Fra i due provvedimenti risulta al momento difficile individuare un comune *fil rouge* per uno sviluppo coordinato di una strategia nazionale e, anzi, ad un primo esame dei lavori di predisposizione dei PSR appare carente la concertazione fra le varie Regioni in termini sia di strategia generale che di traduzione trasversale delle misure a beneficio del settore.
- Tra le iniziative in cantiere nel Pacchetto latte vi sono anche interventi per disegnare un nuovo modello di *governance* del settore, con particolare riferimento a quattro punti fondamentali: relazioni contrattuali con contratti scritti tra produttori di latte e trasformatori; possibilità di negoziare collettivamente le condizioni contrattuali attraverso le organizzazioni dei produttori (Op); norme specifiche per la costituzione e il funzionamento delle organizzazioni interprofessionali (Oi); programmazione dell'offerta dei formaggi Dop e Igp, che potrebbero avere un importante ruolo nello sviluppo del settore stesso, con particolare riferimento agli allevamenti di più piccola dimensione.
- La capacità del comparto della zootecnia bovina da latte nazionale di fronteggiare la competizione appare dipendente, infatti, principalmente da tre parametri, uno organizzativo, uno tecnologico e l'altro commerciale. Il percorso auspicabile è quello che indirizza verso l'area in cui il mercato autoregolato, quindi con una piena applicazione del Pacchetto latte, si combina con un'alta capacità di innovazione tecnologica e di valorizzazione al consumo. Ciò significa anche stimolare l'integrazione orizzontale e la costituzione di interprofessioni e il rafforzamento delle OP, con la partecipazione, oltre a latterie e caseifici, dei produttori di latte, che verrebbero responsabilizzati nella gestione della produzione e nella successiva valorizzazione al consumo.

LE AZIONI

- A questo livello occorre tenere conto della struttura della filiera del latte in Italia che, proprio in funzione delle sue peculiarità richiede un approccio necessariamente differenziato almeno per macro-raggruppamenti nelle diverse fasi.
- Da una parte abbiamo un numero limitato di allevamenti di medie-grandi dimensioni, concentrati in poche province di un numero altrettanto limitato di regioni, che rappresentano oltre i due terzi della produzione totale, dove lavorando con azioni mirate di politica economica sugli elementi chiave della competitività nella fase agricola testé citati: produttività per capo, costo di alimentazione, ammortamenti e lavoro si può reggere almeno parzialmente la tensione sui prezzi che prospetta lo scenario internazionale per il medio periodo, soprattutto se ci si concentra nel segmento del latte fresco e delle sue specialità, poiché - in ogni caso - si può contare sui vantaggi di vicinanza logistica con il mercato di consumo e si potrebbe beneficiare di ulteriori vantaggi nell'area della differenziazione con azioni di comunicazione collettiva sull'italianità dell'offerta, ben percepibile dal consumatore italiano anche per i prodotti di origine animale.
- In questo ambito il sistema distributivo moderno nazionale può affiancare l'industria alimentare giocando un ruolo cruciale nella fase a valle nel mettere a valore politiche sull'italianità con l'uso delle proprie marche anche nell'area premium.
- Dall'altra parte, oltre il 50% degli allevamenti bovini nazionali, soprattutto quelli posizionati in zone collinari o montane svantaggiate, è di piccola dimensione e non può competere in termini di efficienza con il mutato contesto internazionale di riferimento per ragioni di tipo strutturale. Per queste aziende, che per la collettività hanno in ogni caso un ruolo nella salvaguardia dei territori e nel mantenimento delle tradizioni, soprattutto quando sottendono produzioni DOP, l'area di intervento attiene alla razionalizzazione dei processi per quanto possibile e alla realizzazione di economie di scopo sul fronte dell'aggregazione dell'offerta e della sua valorizzazione.
- A questo proposito l'Italia può contare sul suo patrimonio di quasi 50 DOP lattiero casearie – il più elevato dell'Unione Europea - che, però, sottendono un mondo estremamente variegato ed eterogeneo. Semplificando, passiamo da prodotti come Parmigiano Reggiano DOP e Grana Padano DOP che, in virtù della loro dimensione produttiva, necessitano di collocazione sul mass market nazionale e - soprattutto - internazionale, a prodotti come il Bitto DOP o il Castelmagno DOP che costituiscono micro nicchie in cui la strategia più opportuna pare una valorizzazione a livello locale o su un target di consumatori appassionati su scala più ampia, purché disponibili a pagare un consistente premium price.
- Proprio su Bitto DOP e Castelmagno DOP, insieme ad altre best case internazionali, come il Camembert de Normandie francese e l'Etivaz AOP svizzero, si è concentrata la nostra analisi puntuale che ha verificato e confermato come con adeguate politiche di valorizzazione, unite ad una corretta organizzazione della filiera, si possano assorbire i maggiori costi di produzione del latte e della sua trasformazione connessi alla tradizionalità del processo e alla limitata dimensione di scala, proprio grazie al *premium price* ottenibile dal mercato.
- Viceversa, già prodotti come il Asiago DOP o la Fontina DOP, ma anche lo stesso Valtellina Casera DOP, in virtù della dimensione produttiva sottesa, obbligano a lavorare anche nell'area dell'efficienza, senza dimenticare che l'equilibrio con il mercato di consumo è l'elemento chiave per cui critica è l'organizzazione della filiera.
- A questo livello la Distribuzione Moderna nazionale costituisce un potente alleato nella valorizzazione al consumo di queste produzioni sempre grazie alle proprie marche, sia nell'area del co-branding con le marche d'insegna e quelle premium, sia nell'area dei prodotti locali, visto l'elevato presidio territoriale con organizzazioni strutturate su scala locale di cui dispongono le imprese distributive italiane, sia quelle regionali che quelle strutturate con organizzazioni nazionali.