

Gli scambi con l'estero: dinamiche recenti e riflessi sul settore lattiero caseario nazionale

Fabio Del Bravo - ISMEA

Nel lungo termine il prodotto del capitale e del lavoro in un paese sono direttamente correlati al consumo ed al risparmio della popolazione: quando si produce di più si hanno più risorse sia da consumare sia da risparmiare. Una crescita asfittica della produzione (rappresentata dal Pil, prodotto interno lordo) come quella evidenziata dall'economia italiana nei primi anni del nuovo millennio rende del tutto illusorio sperare in uno sviluppo significativo dei consumi. Se a quanto sopra si aggiunge il rapido mutare dei modelli di consumo della popolazione italiana che hanno portato al ridimensionamento, dal 35% circa degli anni '70 all'attuale 16%, del budget per gli acquisti alimentari¹ sui consumi totali, il potenziale sviluppo dei consumi alimentari interni nei prossimi anni appare certamente poco incoraggiante, nonostante all'orizzonte si profili una timida ripresa.

A completamento del quadro è opportuno fare riferimento ad almeno altri due fattori: in primo luogo, alla sempre maggiore pressione competitiva delle produzioni alimentari di provenienza estera e, in secondo luogo, allo sviluppo demografico nazionale, estremamente limitato (+2,2% negli ultimi 10 anni) e legato quasi esclusivamente ai flussi migratori, con quello che ne consegue in termini di reddito, stili alimentari e gusti emergenti.

Dalle osservazioni precedenti, emerge in maniera chiara un elemento forse ancora non esattamente evidente a tutti gli operatori dell'agro-alimentare nazionale in generale e, in particolare, del settore lattiero caseario: nel corso degli ultimi dieci anni, le dimensioni dell'arena competitiva hanno sperimentato un robusto ampliamento e, parallelamente, sono in crescita il numero di variabili e delle interrelazioni che le governano e da cui dipendono le sorti del settore.

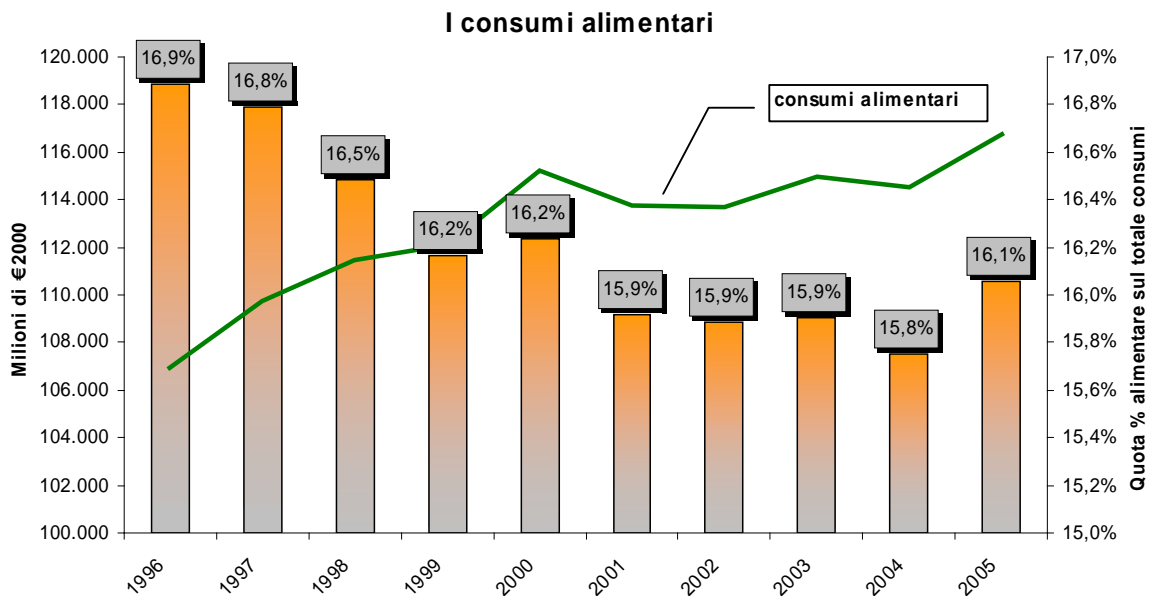
Di seguito si vuole fornire qualche elemento di valutazione circa le principali dinamiche del consumo dei lattiero caseari nazionali, del posizionamento dei prodotti caseari italiani sul mercato mondiale e, infine, della struttura delle importazioni dei prodotti del settore e delle possibili conseguenze sul futuro del mercato nazionale.

Il limite strutturale dei consumi interni

Nel 2005, la spesa media mensile per famiglia è stata pari, in valori correnti, a 2.398 euro, circa 17 euro in più rispetto all'anno precedente. A livello complessivo, la spesa per prodotti alimentari ha raggiunto la quota di 193,2 miliardi di euro, comprensiva dei 61,5 miliardi di spese presso i pubblici esercizi. In termini reali, nel 2005, i consumi alimentari sono cresciuti del 2% sebbene una corretta valutazione del dato deve tenere presente che esso si realizza dopo un 2004 nel corso del quale i consumi sono arretrati di un -0,4%. Inoltre, tale aumento, di per sé non eccezionale, incorporando la dinamica inflazionistica, pari all'1,9% e la crescita del valore del fitto figurativo (+4,7%), si traduce, in termini reali, in una riduzione della spesa media mensile per consumi.

¹ *Escluse bevande e tabacco.*

Inoltre, una pur rapida occhiata ai trend di lungo periodo fa emergere con immediatezza come i consumi delle famiglie italiane presentino un tasso medio di incremento a prezzi costanti in progressiva flessione.

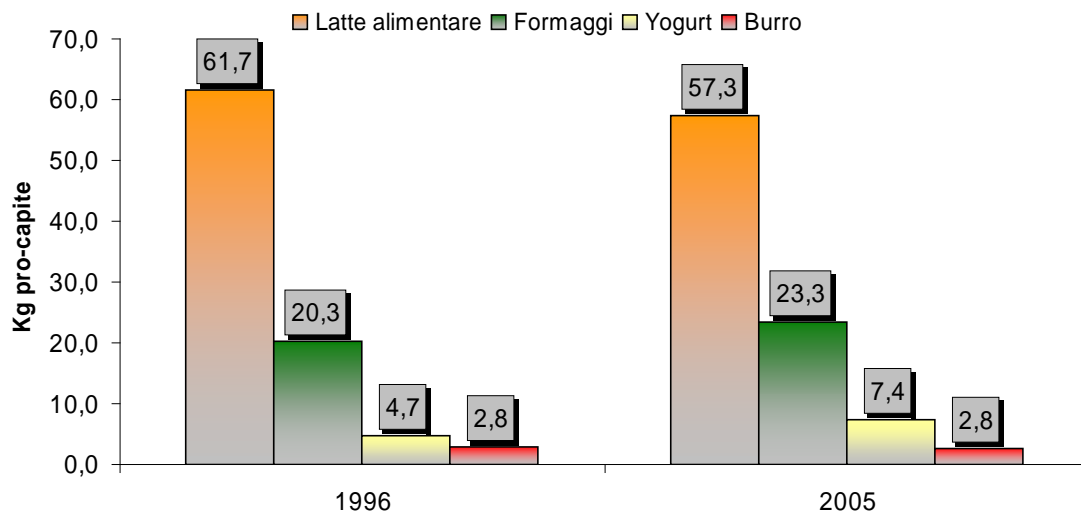


Fonte: elaborazione ISMEA su dati ISTAT

A fronte di queste brevi considerazioni generali, l'analisi dei bilanci di approvvigionamento dei più importanti prodotti lattiero caseari negli ultimi dieci anni, evidenzia come le principali dinamiche in atto nel settore siano perfettamente coerenti con i modelli di consumo in via di affermazione: una riduzione apparentemente non eccezionale del consumo di burro che nasconde, tuttavia, un mutamento sostanziale delle modalità di consumo; una impennata dei consumi di yogurt; un incremento ragguardevole del consumo di formaggi. La riduzione percettibile ma non drammatica dei consumi di latte alimentare, piuttosto che essere attribuita ad una strutturale modifica dei modelli di consumo meriterebbe un'analisi più approfondita di fattori quali: la riduzione del tasso di natalità e, quindi, del numero di principali consumatori di latte (bambini e ragazzi) e adozione di strategie commerciali poco efficaci, quando non deleterie, da parte delle aziende che operano nel segmento.

Il quadro interno attuale del settore, quindi, al netto dei fattori che caratterizzano lo scenario di fondo e di cui poc'anzi si è parlato, non sembra essere poi così fosco. Si sta assistendo, infatti, allo spostamento del consumo verso prodotti a maggiore valore aggiunto come yogurt e formaggi anche nel segmento del latte alimentare, dove i dati relativi al periodo più recente evidenziano un recupero del consumo in generale e, in particolare, del consumo di *fresco* e, ancor più di *fresco alta qualità*.

Dieci anni di consumi lattiero caseari



Fonte: da bilanci di approvvigionamento elaborati da ISMEA su fonti varie e proprie stime

Da queste osservazioni, emerge quindi un contesto che potrebbe essere così riassunto. I fenomeni che stanno caratterizzando la domanda interna relativa ai prodotti lattiero caseari trovano spiegazione nelle tendenze evolutive generali dei consumi e, tutto sommato, risultano premianti per la tipologie produttive prevalenti a livello nazionale. Esistono tuttavia evidenti limiti conseguenti alla struttura generale della domanda interna che rendono un obiettivo già apprezzabile il mantenimento delle attuali caratteristiche e degli attuali livelli di consumo, primo fra tutti la graduale disaffezione del consumatore italiano dai prodotti Dop in favore di merci, magari importate, dai prezzi inferiori. Da qui discende l'obbligo per i produttori nazionali di prodotti agro-alimentari, e di lattiero caseari in particolare, di guardare ai mercati esteri non come semplice e occasionale valvola di sfogo, magari per lo smaltimento di congiunturali eccedenze di magazzino, ma come necessaria opzione strutturale di sviluppo strategico delle proprie attività e, di conseguenza, del settore.

I formaggi italiani e i mercati internazionali

Un recente studio messo a punto dall'ISMEA per conto di Federalimentare², ha evidenziato una serie di interessanti elementi riguardanti le performance e le potenzialità di sviluppo di alcuni dei principali segmenti dell'agro-alimentare nazionale sul mercato internazionale.

In primo luogo, anche utilizzando una serie di indicatori quantitativi³ è emerso come:

- il settore lattiero caseario sia uno di quelli di massima specializzazione dell'agro-alimentare nazionale;
- rimanga forte la concorrenza con diversi tra i dodici paesi che hanno un ruolo di *leadership* nell'ambito del commercio internazionale di prodotti agro-alimentari;

² "Il Made in Italy alla prova della concorrenza", settembre 2006.

³ L' "Indice di vantaggio comparato rivelato" per la misura del grado di specializzazione del paese, l' "Indice di somiglianza dei prodotti" per la misura del grado di sovrapposizione delle esportazioni italiane con i concorrenti e, infine, l' "Indice di somiglianza qualitativa" per la misura del grado di differenza qualitativa dei prodotti

- le peculiarità qualitative dei prodotti del settore consentano di smarcarsi dalla competizione di gran parte dei potenziali concorrenti;
- il confronto con i paesi della UE a 25 evidenzia una riduzione del grado di specializzazione relativa indicando comunque ancora piuttosto lontana la possibilità di competere nel segmento da parte dei dieci nuovi paesi Partner.

Un secondo elemento emerso dallo studio è il ruolo e la caratterizzazione dei formaggi nell'ambito dei dieci gruppi di prodotti che sono stati inclusi nel più ampio insieme del *made in Italy* agro-alimentare⁴.

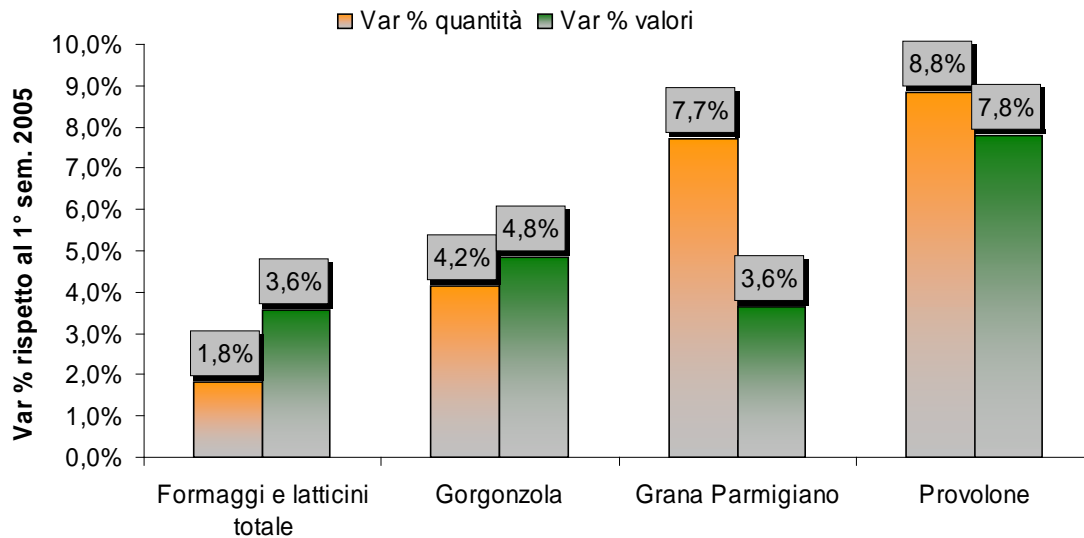
I formaggi rappresentano il 10% delle esportazioni di prodotti del *made in Italy* agro-alimentare con una quota in netta crescita nell'ultimo quinquennio e, laddove si considerino oltre alle dimensioni economiche dell'export anche la dinamica recente, i formaggi rientrano nel raggruppamento definito come quello dei "grandi in espansione", caratterizzato cioè da prodotti che hanno valori esportati molto elevati e, contemporaneamente, tassi di crescita più elevati della media dell'aggregato *made in Italy*.

Un ulteriore fattore deriva dalla messa a confronto della dinamica delle esportazioni e delle importazioni nel corso degli ultimi cinque anni. Ancora una volta, e in questo caso unico segmento tra quelli considerati, i formaggi evidenziano una crescita delle esportazioni nell'ultimo quinquennio superiore alla crescita delle importazioni.

Vi è inoltre da sottolineare che tutto quanto descritto in precedenza è avvenuto agendo in maniera limitata sulla leva del prezzo. Infatti, a fronte di una riduzione del prezzo medio all'import del 14%, il prezzo medio all'export dei formaggi italiani si è ridotto in misura minore (-8%) evidenziando, comunque un miglioramento di quell'indicatore che viene comunemente chiamato *ragione di scambio*.

⁴ Vino, frutta fresca, pasta, ortaggi inscatolati, olio di oliva, prodotti da forno, salumi e insaccati, succhi di frutta e riso.

L'export nazionale di formaggi nel 1° semestre



Fonte: elaborazioni ISMEA su dati ISTAT

In definitiva, dovendo esprimere un giudizio sulle performance dei formaggi italiani sui mercati internazionali non si può che evidenziare come, rispetto ad altri gruppi di prodotti, essi abbiano dimostrato di possedere caratteristiche adeguate ad affrontare i mercati internazionali nonostante (o proprio per) la capacità di distinguersi chiaramente anche in termini di prezzo dalla maggior parte delle produzioni estere.

Questo non significa prevedere sonni tranquilli per gli operatori del settore quanto, piuttosto, rimarcare che essi possono affrontare il futuro disponendo di una importante dote composta da un apprezzabile *mix* di caratteristiche qualitative esplicite ed implicite in grado di trovare consenso e valorizzazione sui mercati internazionali. Starà a loro ed alle loro strategie commerciali decidere se diluire e disperdere tale patrimonio o rafforzarlo e valorizzarlo attraverso, per esempio, corrette pratiche di segmentazione del mercato e conseguente posizionamento; adeguate campagne promozionali e comunicazionali realizzate avendo chiaro l'obiettivo di razionalizzare le risorse pubbliche e private disponibili e pianificando correttamente gli interventi in base alle caratteristiche del paese ed al *target* di riferimento.

Un deciso monito, a tale proposito deriva dai dati più recenti relativi all'export di formaggi. Nel primo semestre dell'anno in corso, infatti, dopo alcuni anni di buona crescita (il 2005 si era chiuso con un +5,5%), la voce *formaggi e latticini* ha fatto registrare un esiguo +1,8% delle quantità esportate.

La minaccia dei flussi di import

L'altra faccia della medaglia degli scambi con l'estero è la capacità delle produzioni estere di erodere quote del mercato nazionale.

L'impressione generale è che mentre il sistema lattiero caseario nazionale spende e spesso disperde molte energie in attività *accessorie* (l'irrisolvibile questione delle quote latte, l'insanabile scontro tra fase agricola e industriale, il microfiltrato fresco o no, ecc.), oppure si arrocca delegando la difesa delle posizioni conquistate esclusivamente all'arma della qualità

intrinseca dei prodotti, le imprese straniere si adoperano per studiare il ricco mercato italiano e mettere a punto conseguenti strategie di penetrazione.

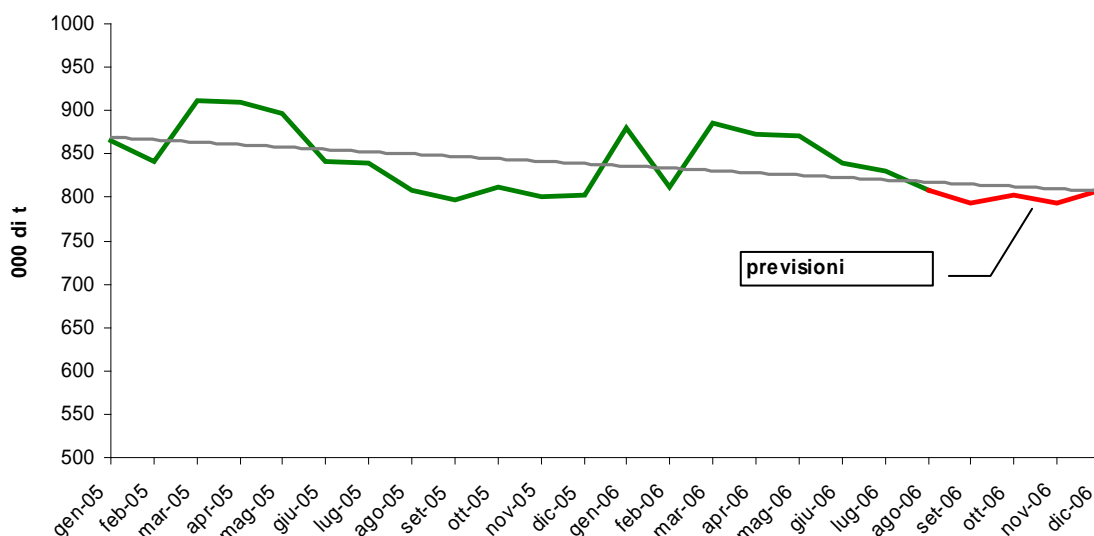
Un primo elemento da considerare è che tale penetrazione può avvenire sia con modalità esplicite sia in maniera meno evidente.

Nel primo caso, si tratta *semplicemente* della maggiore capacità di utilizzare le leve di marketing a disposizione, primo fra tutti il prezzo, da parte dei produttori esteri per consentire di affermare produzioni più o meno estranee alle nostre tradizioni casearie. In questo senso si può rammentare che le quantità di formaggi e latticini importate nell'ultimo quinquennio sono cresciute di oltre il 17% e che, nel solo primo semestre dell'anno in corso, tale crescita ha toccato il livello record del 13,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Se si confida nell'approccio classico al consumatore e nel conseguente binomio *reddito-prezzo*, in una fase di scarsa crescita del reddito disponibile e di radicale modificazione delle sue modalità di allocazione a favore di voci di spesa differenti dall'alimentare, non può che incutere timore la scaltrezza dell'utilizzo della leva del prezzo che sono in grado di esercitare i produttori esteri. Nell'ultimo quinquennio, il valore medio all'import dei formaggi e latticini si è ridotto del 14% (da 3,51 euro kg a 3,02 euro kg) e, nel solo primo semestre 2006 si registra un'ulteriore riduzione di oltre il 2% della stessa voce.

Una seconda modalità – quella meno esplicita – di erosione di quote di mercato nazionale da parte degli operatori esteri, trova realizzazione principalmente, sebbene non esclusivamente, nell'ambito del segmento dei formaggi freschi. Alcune imprese nazionali importano una gamma ampia di semilavorati che possono andare dalla semplice cagliata a prodotti pressoché finiti se si eccettua il confezionamento ed altre attività accessorie.

In termini di possibilità di monitoraggio dei due fenomeni, mentre per il primo le fonti statistiche consentono un accettabile grado di confidenza, nel secondo caso è piuttosto difficile avere un quadro chiaro della situazione e si può fare solo qualche riflessione.

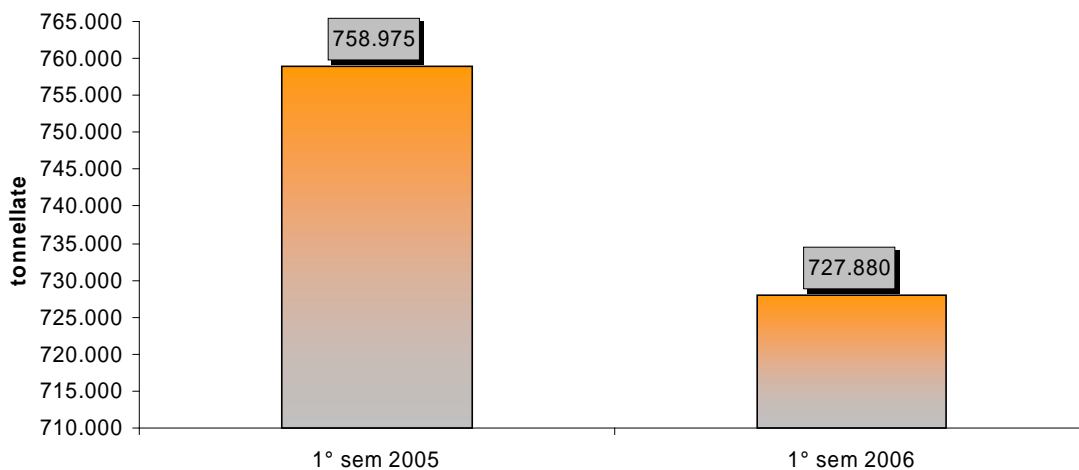
Le consegne di latte in Italia



Fonte: elaborazioni ISMEA su dati AGEA e ISTAT, ISMEA per le previsioni a fine anno

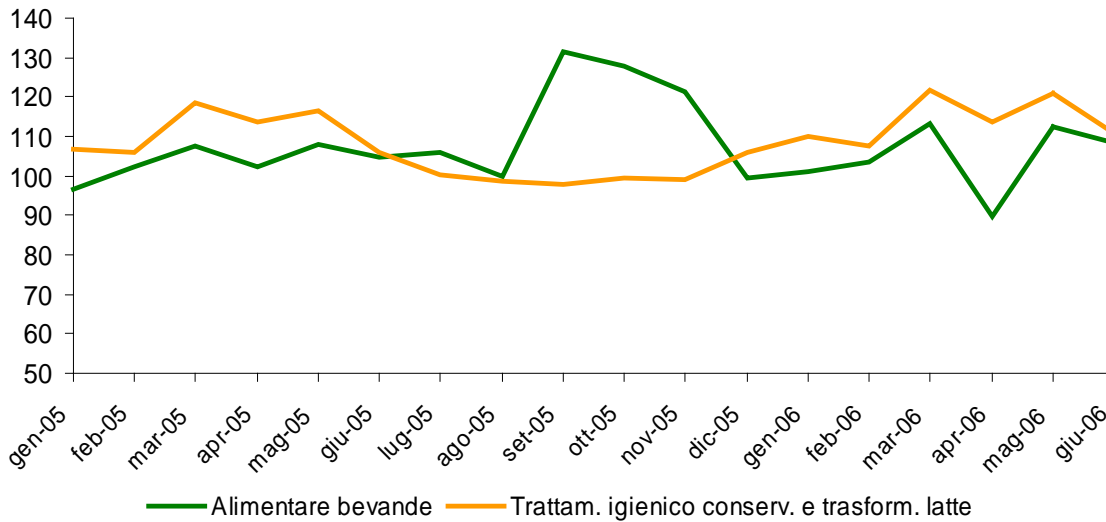
L'ipotesi in esame trova un primo riscontro nella mancata corrispondenza tra l'incremento delle quantità importate di formaggi freschi ed un andamento analogo dei marchi a disposizione nei banchi dei punti vendita. Più esplicitamente, le importazioni di prodotti facenti parte della categoria formaggi freschi e latticini sono aumentate di quasi il 100% negli ultimi cinque anni, passando da poco più di 70 mila tonnellate del 2001 a circa 140 mila tonnellate del 2005, per un valore di oltre 320 milioni di euro nel solo ultimo anno. Nella sola prima metà dell'anno in corso, tale voce ha sperimentato un ulteriore incremento del 36% rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente. L'analisi estremamente empirica basata sulla semplice osservazione dei banchi del fresco della distribuzione non evidenzia un paragonabile fermento e conseguente sbocciare di prodotti freschi a marchio estero. Una delle possibili spiegazioni è proprio che nell'ambito delle voci doganali afferenti al più ampio aggregato dei formaggi freschi e latticini, rientrano prodotti che tendono a camuffare la loro provenienza poiché entrati come semilavorati.

Le importazioni nazionali di latte in cisterna nel 1° semestre



Fonte: elaborazioni ISMEA su dati ISTAT

La produzione industriale del settore (2000=100)



Fonte: ISTAT

Un'ulteriore osservazione a supporto della precedente ipotesi deriva dall'analisi parallela di alcuni dati relativi alla prima metà del 2006. In questa fase si osserva una riduzione di importazioni di latte in cisterna (-4,1%) contestualmente ad un assestamento al ribasso delle consegne di latte nazionali (-2,0%). Questi due elementi farebbero pensare ad un rallentamento dell'attività produttiva dell'industria nazionale. Tuttavia, a smentire una tale ipotesi giunge il dato Istat concernente l'indice della produzione industriale. Esso evidenzia come il trend dell'industria nazionale di *Trattamento igienico, trasformazione e conservazione del latte* abbia messo a segno un apprezzabile +2,2% nel primo semestre 2006, a significare come l'attività industriale non abbia subito alcuna forma di rallentamento. Quanto sopra, ovviamente, non può rappresentare una prova sicura relativamente all'entrata in Italia di quantitativi ragguardevoli ed in aumento di semilavorati, tuttavia, tali elementi autorizzano a considerare che tali fenomeni siano almeno possibili e che essi stiano portando ad una ristrutturazione nelle importazioni nazionali di prodotti lattiero caseari con la conseguente modificazione del modo di operare dell'industria nazionale, almeno in taluni contesti.

Conclusioni

Nel corso degli ultimi anni le dimensioni dell'arena competitiva hanno sperimentato un robusto ampliamento e, parallelamente, si registra una notevole crescita del numero di variabili e delle interrelazioni che le governano e da cui dipendono le sorti del sistema latte.

Il quadro che emerge dagli elementi raccolti, tra le altre cose, evidenzia almeno un paio di priorità con riflessi immediati e rilevanti sul sistema lattiero caseario nazionale.

In primo luogo, in considerazione della scarsa crescita del mercato interno, del rilievo della variabile prezzo in un contesto di scarsa crescita del reddito disponibile e della sempre maggiore aggressività delle produzioni casearie provenienti dall'estero, pare evidente la necessità da parte dei produttori nazionali di guardare in maniera sempre più decisa ai mercati internazionali come necessaria opzione strutturale di sviluppo strategico. Le performance

evidenziate dai formaggi italiani sui mercati esteri negli ultimi anni danno ragione di un prodotto dotato di un *mix* di caratteristiche adeguato ad affrontare l'arena internazionale soprattutto in un quadro di strategie efficaci.

Il secondo elemento che si ritiene di sottolineare è la opportunità di una seria riflessione sull'efficienza e, quindi, sulla coerenza tra fini preposti e strumenti utilizzati per raggiungerli, circa alcune scelte intraprese riguardanti, per esempio, eventuali nuove formule di approvvigionamento dell'industria. Nulla da obiettare se la messa in atto di tali nuove modalità di approvvigionamento è frutto di una seria analisi del contesto competitivo e delle possibili risposte orientate a garantire redditività aziendale anche nel medio-lungo periodo. L'impressione, tuttavia, è che l'attuazione di una tale strategia sia una risposta congiunturale e, quindi inadeguata, ad un problema strutturale, senza le opportune valutazioni sull'impatto a livello di intero sistema.

L'articolo rappresenta la sintesi dell'intervento dell'autore nel convegno "Il settore lattiero caseario tra costi di produzione e pagamento a qualità" svoltosi nell'ambito della Fiera Internazionale del Bovino da Latte di Cremona.