

## Prostrati dalle polveri? (riflessioni attorno ad alcuni prezzi agricoli)

Basta un'occhiata alla rassegna della stampa estera e nazionale, per cogliere come da più parti, nel mondo, ci si chieda cosa stia succedendo ai prezzi agricoli.

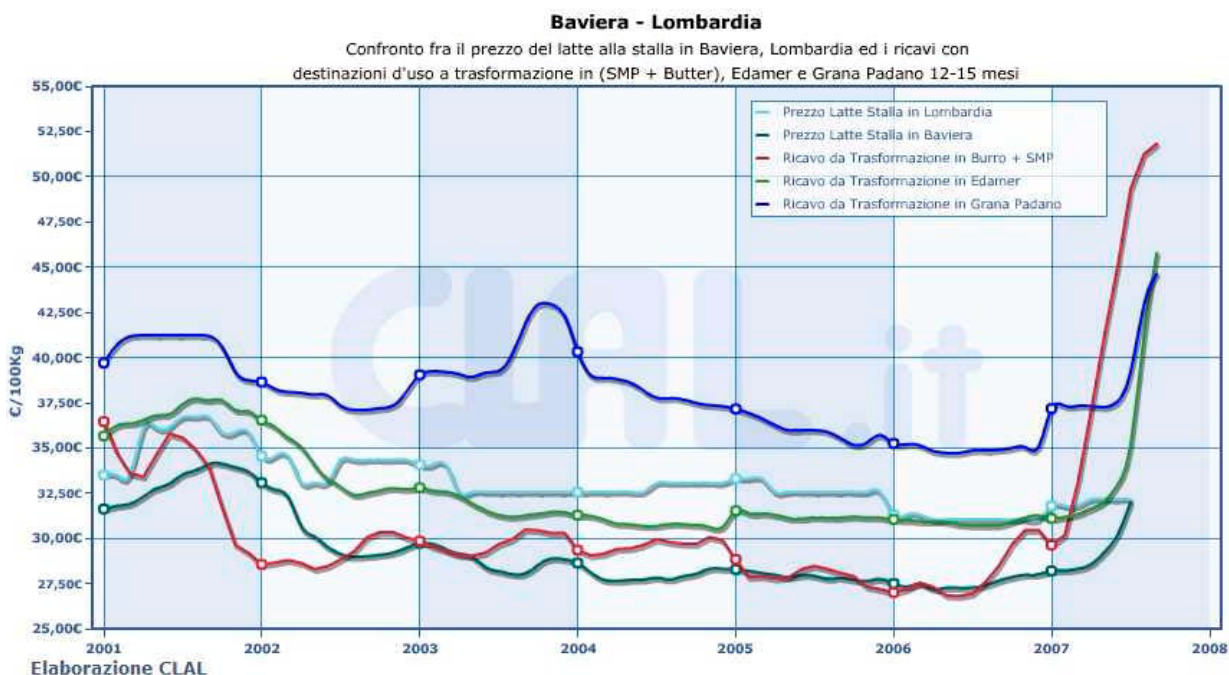
La risposta è univoca, espressa con toni di trasversale preoccupazione: dopo anni di tendenza al ribasso, c'è un rincaro, diffuso e in ascesa.

Salgono i prezzi del mais, del grano, dei semi oleaginosi, salgono i prezzi del latte, del burro, delle polveri, con effetto a riverbero sui derivati.

Dietro a questo complessivo rialzo dei prezzi agricoli, con conseguente 'inquietudine' dei mercati, si individuano tanti fattori, che, non senza semplificazioni contingenti, tentiamo di riassumere:

- l'aumento del prezzo del petrolio, che ha accelerato la ricerca di fonti alternative e rinnovabili, individuate anche nei bio-carburanti e che, su un piano diverso, ha contribuito a potenziare il potere di acquisto di paesi come Russia, Algeria, Venezuela, diventati, assieme alla Cina, compratori significativi;
- eventi climatici a livello planetario (siccità, perturbazioni assortite), che hanno inciso sulla produzione mondiale di cereali e hanno fatto divampare i prezzi del burro e della polvere di latte;
- la conseguente alterazione della simmetria fra domanda e offerta: in eccedenza la prima, esigua la seconda rispetto alla richiesta, anche per la limitatezza degli stock mondiali.

Inquadrando il problema nello scenario lattiero-caseario, ci pare che un grafico\* possa aiutare ad orientare la riflessione e a cogliere altre implicazioni.





Consultancy and Market Research  
Food and Dairy  
www.clal.it

La dinamica dei prezzi è evidente: alla linea moderatamente fluttuante e sotto tono del prezzo del latte in Lombardia, fa riscontro il rialzo del prezzo del latte alla stalla in Baviera, che giunge a toccare i valori (tradizionalmente più alti) del latte italiano.

Questa tendenza si riflette sull'aumento dei ricavi ottenuti dalle destinazioni a Grana Padano e ad Edamer, a leggero favore di quest'ultimo, almeno in questo periodo.

Ma il dato più eclatante si lega all'andamento del prezzo delle polveri, che schizza in alto, diventando il lievito del mercato e ponendo in primo piano l'operatore principale del settore, a livello internazionale: la Nuova Zelanda che, insieme all'Australia, controlla circa il 40% del trade mondiale, forte di un circolo virtuoso di aggregazioni (si pensi a Fonterra) che genera ricchezza per produttori e trasformatori.

E qui si impone una necessità: una riflessione sui cambiamenti profondi che stanno muovendo il nostro settore, sia a livello di mercati (cambiano i soggetti) sia a livello di prodotti.

Basta infatti ricondurre l'aumento delle polveri all'insieme dei fattori che prima abbiamo evidenziato?

Non credo.

L'aumento di valore delle polveri, di cui l'Italia - per inciso - è importatrice, segnala che non valgono più le vecchie distinzioni fra destinazioni remunerative e poco remunerative della materia prima, fra utilizzi 'bassi' e 'utilizzi nobili' della stessa.

Le polveri, considerate prodotto legato all'eccedenza di latte, hanno rinnovato e rilanciato una multifunzionalità d'utilizzo, sono entrate con prepotenza in nuovi repertori alimentari: hanno rivelato un eclettismo che le rende prodotto *basic*, semilavorato da orientare in diverse direzioni alimentari, con accesso anche ai mercati dei Paesi emergenti.

In questo momento, va detto con chiarezza, la destinazione a Polveri del latte premia più della destinazione a formaggi DOP.

Che fare? Non basta chiedersi quanto perdurerà questo squilibrio. È atto dovuto, a livello di filiera, imparare a reggere e a gestire la nuova 'volatilità' dei prezzi sulla base delle risorse esistenti.

Le risorse in Italia si chiamano "DOP" e 'Freschissimi'.

Con questo 'corredo patrimoniale' è importante tornare a misurarsi.

In un contesto contingentato al di sotto delle occorrenze nazionali, la necessità emergente non è quella di virare in direzione diversa le destinazioni d'uso del latte. L'obiettivo da centrare è, piuttosto, il tentativo di creare una forza di penetrazione nei mercati (vecchi e nuovi) per i nostri prodotti di pregio, l'intento di sostenere con opportuni accordi di filiera la presenza dei nostri prodotti: c'è da crearne il bisogno, nel vicino e nel lontano, con un rilancio di immagine e ...di massa critica.

Angelo Rossi

[angelorossi@clal.it](mailto:angelorossi@clal.it)

[www.clal.it](http://www.clal.it)

martedì 11 settembre 2007

\* È possibile consultare l'aggiornamento mensile del grafico alla pagina [http://www.clal.it/index.php?section=confronto\\_germania](http://www.clal.it/index.php?section=confronto_germania) del sito web CLAL.

*Questo articolo è stato pubblicato sulla Rivista FOOD N.10 Ottobre 2007*