

## Assemblea Assolatte, 18 giugno 2003: Sintesi e visualizzazione della Lettera del Presidente Ambrosi

### Premessa

In una fase di instabilità, caratterizzata dal forte rallentamento dell'economia a livello globale, alimentare la **fiducia nella possibilità di una ripresa** è un dovere per tutti, per lo Stato, per le parti sociali e per ogni singolo cittadino, perché si torni a ragionare in termini di investimenti e sviluppo.



### I mercati

Infondere ottimismo non significa, però, veicolare la falsa idea che nel futuro i mercati diventeranno più facili: le regole di mercato non cambieranno e ruoteranno come sempre attorno al principio di una **competitività basata su qualità e prezzo**.

La complessità del mercato internazionale dei prodotti alimentari e, in particolare, dei prodotti lattiero-caseari si è ulteriormente incrementata a causa di alcuni eventi :

- la firma del Trattato per l'adesione all'Unione Europea dei 10 nuovi Paesi membri, ampliamento che potrà portare **“nuovi squilibri di mercato all'interno dell'Unione”**, e spostare equilibri già raggiunti a livello politico, sul piano delle aggregazioni e delle maggioranze;
- il mancato raggiungimento, in sede WTO, di una posizione comune in ordine alle modalità con cui avviare i negoziati, in vista di una nuova disciplina del commercio mondiale;
- l'assenza, nel documento di mediazione proposto dall'OMC, di un qualche riferimento **“alla protezione internazionale delle denominazioni geografiche”**, che interessa le produzioni italiane;
- la prossima scadenza della **“clausola di pace”**, la cui cancellazione consentirà ai Paesi membri del WTO il ripristino di misure di protezione daziaria che non faciliterà le esportazioni italiane, specie negli Stati Uniti.

Ulteriori pericoli per il settore provengono dalla riforma della PAC, che sposta l'ipotesi di superamento delle quote latte lontano nel tempo, slittamento che non deve lasciare impreparata o inattiva l'Industria, chiamata ad **“occupare nel frattempo le maggiori quote di mercato possibili”**, forte della qualità, della sicurezza e della tradizione di tutti i suoi prodotti, DOP e non DOP.

### La ripresa

Le condizioni per avviare una fase di “forte crescita” del settore ci sono ancora. Esse passano attraverso la possibilità, da parte degli industriali, di competere **“ad armi pari con la concorrenza straniera”**, ad esempio avvalendosi delle **“stesse condizioni di processo”** utilizzate all'estero e che, utilizzate in Italia, potrebbero portare a prodotti migliori rispetto a quelli che importiamo. Se agli industriali sarà concessa la possibilità di essere competitivi, anche gli allevatori, a superamento avvenuto delle quote, godranno degli effetti positivi di un mercato ampliato e sicuro.

### Il modello industriale italiano

Il modello industriale italiano, basato sulle piccole e medie imprese, ha bisogno di crescere sia sul piano delle **dimensioni**, sia sul piano degli **obiettivi**, perché nell'epoca della globalizzazione il mercato vive di grandi volumi, non di piccoli prodotti.

Il bisogno di crescita è però intralciato dalla già citata mancanza di spazi di competitività, il cui superamento richiede **“un Paese efficace ed interlocutori moderni”**.

## La questione aperta della competitività

In un momento in cui si discute come ridurre i sostegni economici ai prodotti trasformati (garanzie, premi di intervento...), per favorire i redditi agricoli, la questione della competitività dei prodotti italiani rimane aperta, nonostante le iniziative intraprese in questa direzione, fra cui l'ideazione della Cabina di Regia.

La competitività dei prodotti italiani, nel quadro più complessivo di una **“cronica autoinsufficienza di latte”** appare infatti compromessa dal forte divario del prezzo della materia prima nazionale rispetto alla concorrenza in Europa e nel Mondo, divario ulteriormente alimentato dall'atteso calo del prezzo del latte alla stalla nei vari Paesi europei.

Sulla strada che dovrebbe portare al raggiungimento della competitività sono sorti nuovi ostacoli. Alla impostazione di un **“progetto strategico di sistema, pianificato e condiviso”** da cui deriverebbe una prospettiva economica sicura e misurabile, una parte degli interlocutori ha preferito **“una scorciatoia”**, puntando essenzialmente a raggiungere un obiettivo: **“l'indicazione di origine della materia prima in etichetta, confondendo oltretutto una menzione avente natura e finalità esclusivamente commerciali con l'obbligo sanitario, e perciò totalmente diverso, della tracciabilità documentale, che la nostra industria ha peraltro già messo in atto da tempo”**.

Questa iniziativa, che nasce con il fine di contrastare gli effetti dell'allargamento UE, della riforma della PAC e del nuovo WTO sul prezzo delle materie agricole, si fonda sull'erronea convinzione che il consumatore sia disposto a pagare sovrapprezzi per una qualità con radici italiane, che ritiene cosa dovuta per diritto.

L'attenzione rivolta dal consumatore a promozioni e ad hard discount nell'attesa dell'“occasione”, la contrazione del potere di spesa pro capite, la connotazione multi-etnica dei nostri contesti, nel più generale scenario di una crescita europea “deludente”, rendono “flebile” il potere esercitato dalla indicazione di origine, che, pure importante, non è tale da incentivare un richiamo forte al consumo, specie al di fuori del mercato italiano.

## Orientamenti

**“Si tratta allora di riflettere su quel che ci conviene veramente valorizzare”**, anche a fronte di una nostra inadeguata capacità di promozione **“sul fronte delle esportazioni che tutto il settore alimentare richiede ormai da molti anni”**.

Il punto di partenza della riflessione si può così sintetizzare: **“...Non ci sono milioni di consumatori disposti a spendere di più ma milioni di consumatori disposti a spendere il giusto! ... Non esiste un unico consumatore, bensì vari modi di consumare!”**

Il made in Italy è frutto di esperienza, sapienza e tradizione, caratteristiche che accomunano il “fare” dell'agricoltura e il “fare” dell'industria e che contraddistinguono nel mondo il prodotto italiano.

Sono queste a fare la differenza del prodotto italiano, non l'indicazione d'origine della materia prima.

Fra Industria e Agricoltura è quindi possibile una convergenza perché **“l'industria e l'agricoltura di un Paese sono partner naturali e non possono fare a meno di reggersi l'un l'altro, di sostenersi - anzi - laddove dispongono di argomenti più forti e convincenti”**.

Occorre perciò procedere in due direzioni:

- **AFFRONTARE** l' **“anomalia italiana della lobby in agricoltura”**, che consiste nel curare gli interessi della categoria più della redditività e della modernizzazione dell'azienda;
- **RIMETTERE** le industrie lattiero casearie **“nel pieno possesso delle proprie capacità finanziarie, affinché le utilizzino per investire”**.



**“Lo Stato su questo non può continuare a fingere indifferenza; deve mettere mano al portafoglio” per la restituzione, senza ritardi, dei rimborsi d'imposta, rispetto ai quali è maturato il diritto, al fine di evitare nuovi ricorsi al credito bancario.**

## Rimuovere gli ostacoli

**Dal 2000 ad oggi si sono perse 18 posizioni nella classifica mondiale della competitività: l'Italia è al 39° posto!**

**Sono, quindi, molti i problemi da affrontare e i fattori da riordinare per consentire la ripresa dell'imprenditoria settoriale:**

- le inefficienze e i vincoli che la “avviluppano” e la “soffocano”;
- il collegato agricolo;
- la riforma del diritto societario;
- le “barriere poste a freno dell'innovazione e dell'applicazione delle nuove tecnologie produttive”;
- le “disfunzioni determinate dalla realizzazione di un'architettura dello Stato in senso federalista non ancora coordinata” e bisognosa di regole uniformi;
- la complessità e la rigidità delle norme;
- la burocrazia;
- le “mostruosità di un apparato autorizzatorio sempre più ampio, oltretutto dannoso perché produce carte anziché responsabilità”;
- la pressione fiscale ed il carico contributivo;
- gli scarsi fondi per la ricerca;
- il trasporto delle merci e la logistica, nel quadro più generale delle comunicazioni;
- il costo dell'energia, delle assicurazioni e di tutti i servizi in generale;
- l'accesso alle informazioni;
- la formazione delle competenze e delle risorse umane;
- l'incapacità di attrarre investimenti esteri.

**Per affrontare questa somma di questioni è richiesta da parte delle Istituzioni un'attenzione che non si traduca in assistenza, ma in azzeramento dei fattori di impedimento alla ripresa e alla crescita dell'impresa.**

**I bisogni devono diventare la molla trainante delle scelte politiche e l'azione politica deve essere risposta ai bisogni.**

Servono , allora , :

“azioni coordinate inquadrare all'interno di una cornice favorevole e flessibile”, nel solco della strategia di Lisbona,

+

un dialogo costruttivo in un clima di ritrovata unitarietà d'intenti, con tutte le parti interessate.

**Al fine di ottimizzare competenze, intelligenza e creatività delle forze imprenditoriali del Paese**