

# Rilanciare le Filiere agro-alimentari italiane



Vincenzo Tassinari

*Bologna, 6 settembre 2016*

# *Due forze stanno schiacciando le filiere agro-alimentari italiane*

## Sconvolgimento dei consumi



**Elevati livelli di disoccupazione**



**Forte calo reddito disponibile delle famiglie italiane**

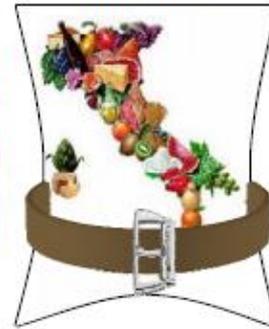


**Deflazione dei prezzi al consumo**



**Riduzione della fiducia dei consumatori**

**Filiera agro-alimentari italiane**



## Difficoltà strutturale settore primario italiano



**Calo strutturale della redditività**



**Aumento volatilità prezzi materie prime**



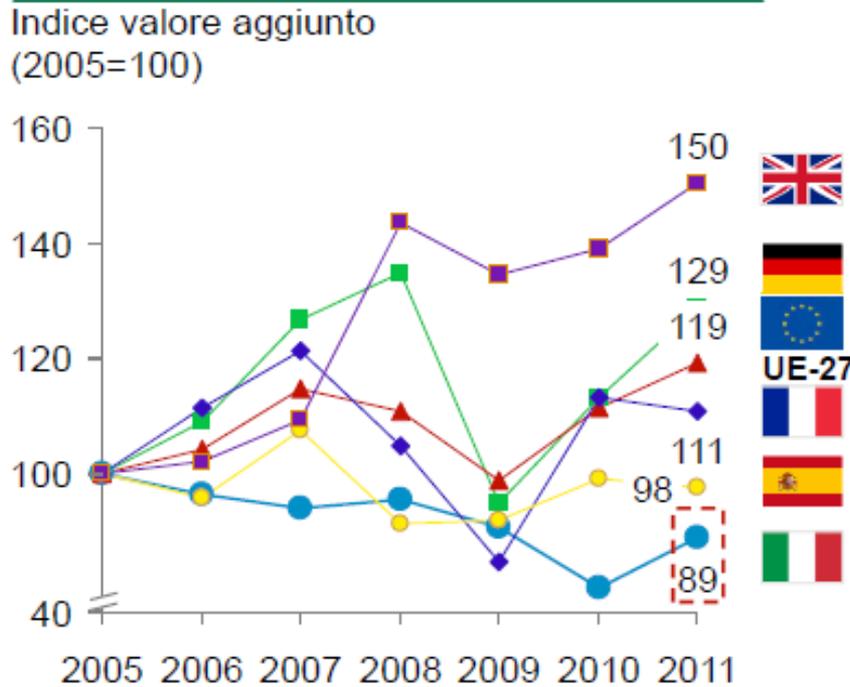
**Riduzione delle imprese**



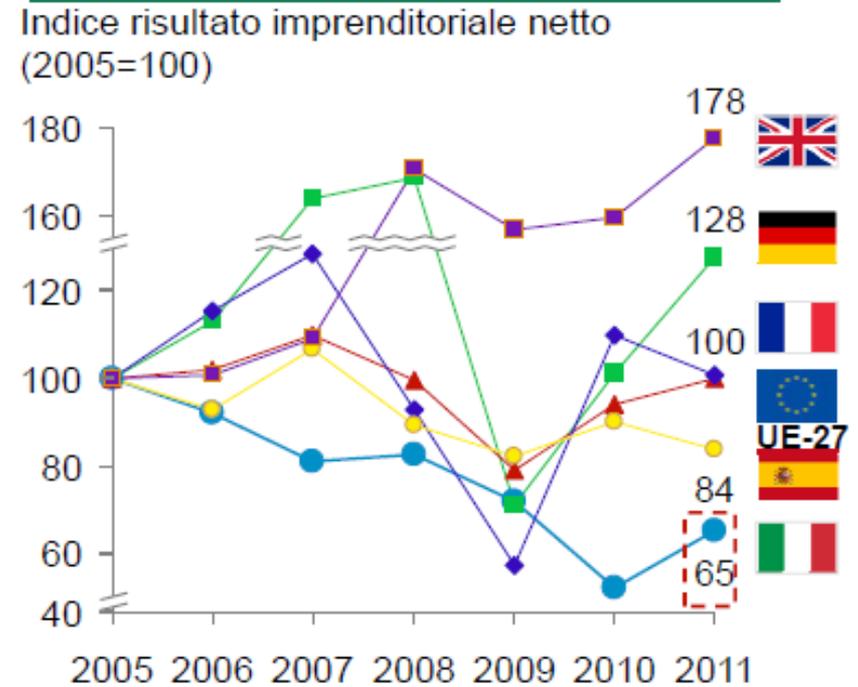
**Incertezza sui sussidi (nuova PAC)**

# Forte calo del valore aggiunto del settore agricolo italiano e della profittabilità degli agricoltori

**Trend valore aggiunto<sup>(1)</sup>  
del settore agricolo**



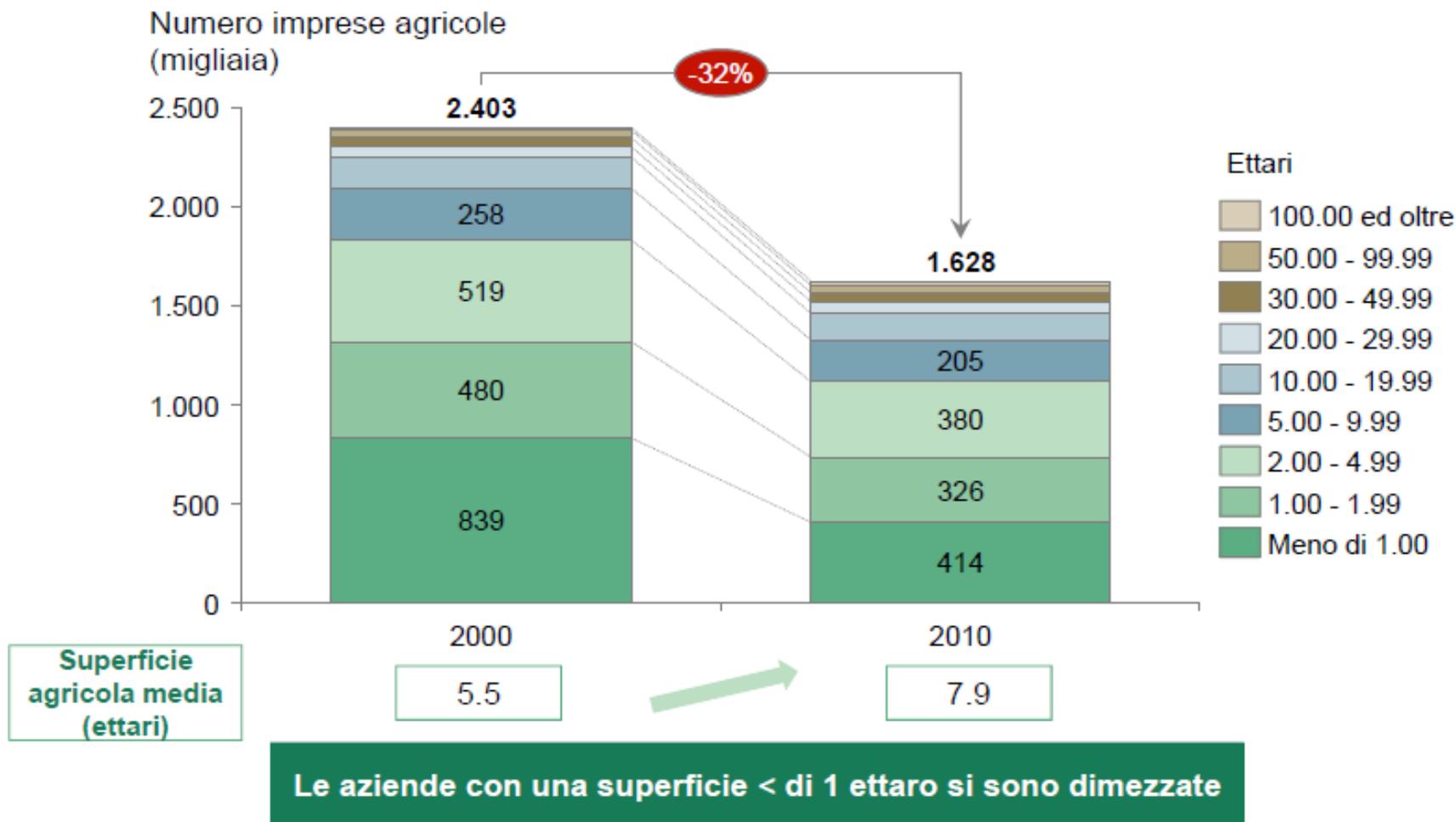
**Trend risultato imprenditoriale netto<sup>(2)</sup>  
del settore agricolo**



Note: (1) valore aggiunto al costo dei fattori, ossia la somma dei redditi che remunerano i fattori della produzione (terra, capitale, lavoro); (2) risultato imprenditoriale netto, ottenuto aggiungendo alla remunerazione dei fattori della produzione il risultato della gestione finanziaria (saldo tra interessi attivi e interessi passivi percepiti) e sottraendo gli affitti per terra e/o azienda; analogo all'utile prima delle imposte.

Fonte: elaborazione Network M2I su dati Eurostat

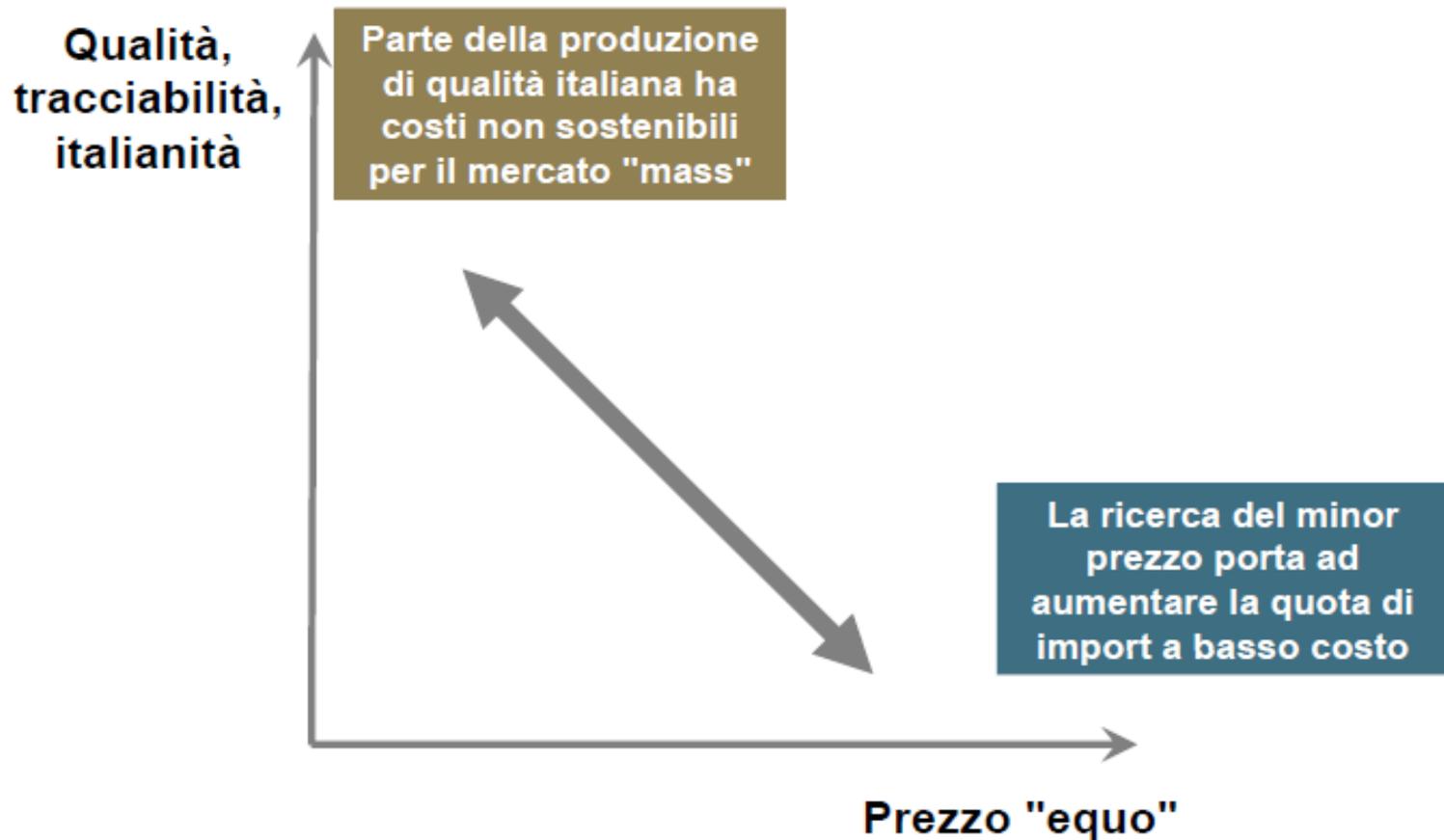
# *Negli ultimi 10 anni riduzione del 30% delle imprese agricole, in particolare le più piccole*



Fonte: Istat censimento agricoltura 2010

# *Questo contesto spingerà tutti i soggetti a dover fare delle scelte: italianità o convenienza?*

---



# La grande sfida in atto

**FAR PRODURRE IN OGNI  
ANGOLO DELLA TERRA AL  
MINOR COSTO POSSIBILE**

DISTRIBUIRE AL PREZZO PIU'  
BASSO

Fornitori  
Dipendenti

Consumatori

**Conflitto**

**FAR PRODURRE DOVE E'  
POSSIBILE NEL RISPETTO DEI  
VALORI (CARTA DI MILANO,  
EXPO 2015)**

DISTRIBUIRE AL PREZZO PIU'  
EQUO

Produzione

Lavoratori

**Interazione**

Consumatori

Cittadini

*"la scomoda verità del nuovo comandamento dell'Economia mondiale, la Globalizzazione, è che la maggior parte di noi ha due menti. Come **Consumatori** puntiamo a fare grandi affari. Come **Cittadini** disapproviamo le molte conseguenze sociali che ne derivano"*

Robert Reich: Supercapitalismo

# *Una proposta a supporto del settore agro-alimentare*

---

**In questo drammatico contesto, è necessario partecipare allo sforzo di rilancio del Paese, sostenendo il settore agro-alimentare italiano, attraverso:**

- **La difesa del potere di acquisto dei consumatori italiani**
- **Supportando l'impresa agricola italiana aiutandola a competere per qualità di efficienza contro la concorrenza internazionale.**



# La co-impreditorialità è una possibile risposta

**Occorre partire dalle richieste dei consumatori**



**Freschezza del prodotto**

**Sicurezza alimentare**

**Provenienza italiana e tracciabilità**

**Rispetto degli animali nella produzione degli alimenti**

**Controllo della filiera**

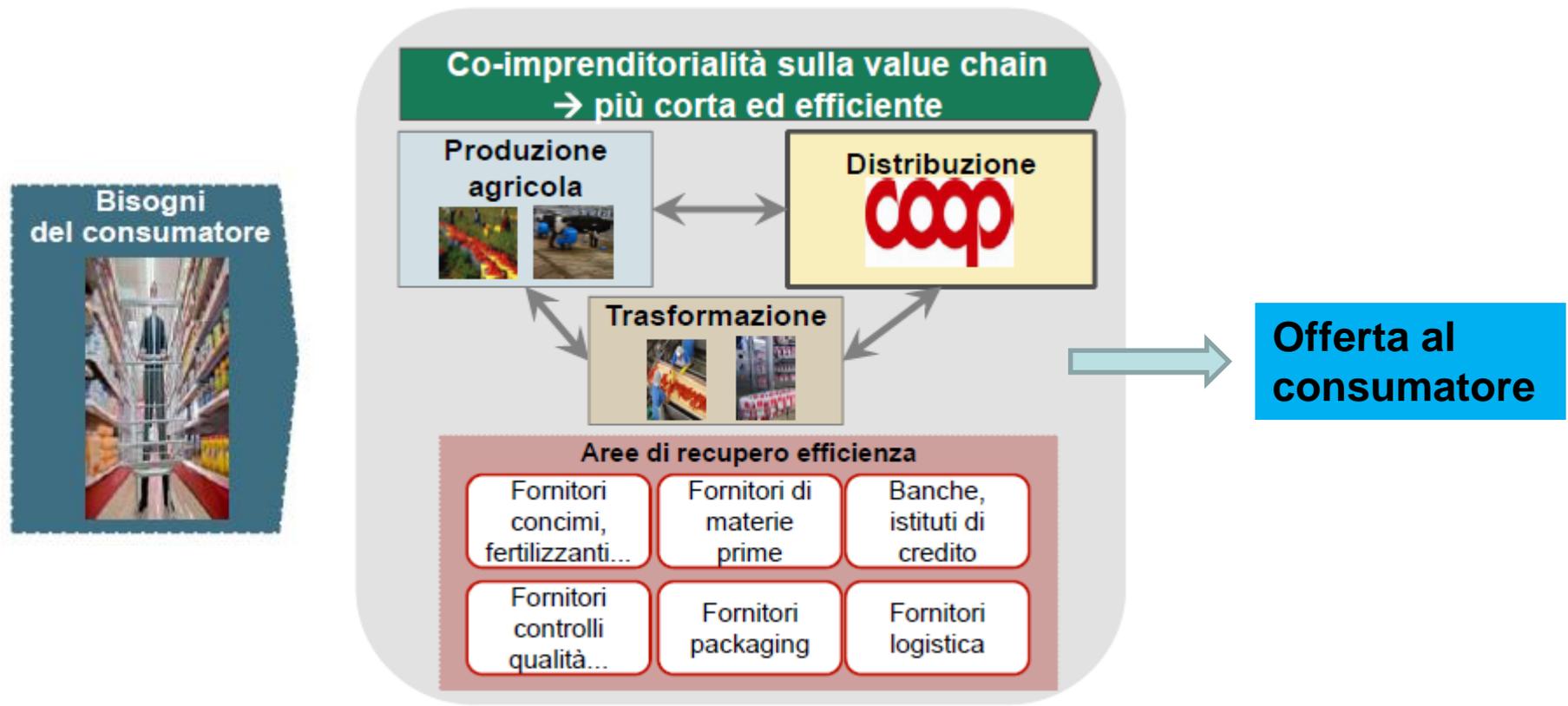
**Assenza OGM**

**Prezzo equo**

# *Da una filiera orientata alla vendita di ciò che si produce*



# Serve un nuovo approccio di co-imprenditorialità che parta dai bisogni del consumatore



# *La co-impreditorialità sulla value chain si basa su 3 pilastri*

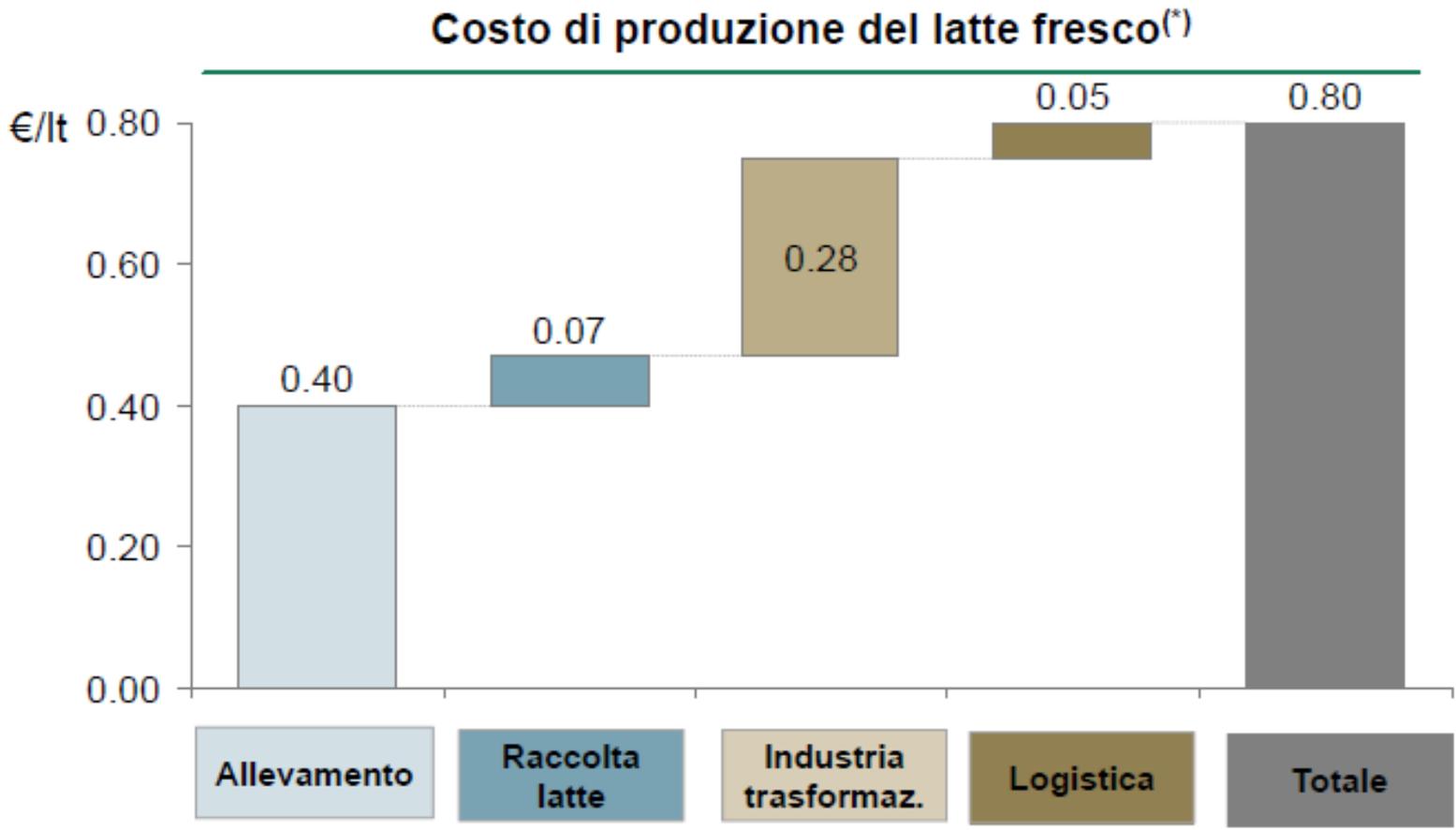
---

**Elevati standard di  
qualità ed efficienza**

**Incremento  
dell'efficienza  
produttiva**

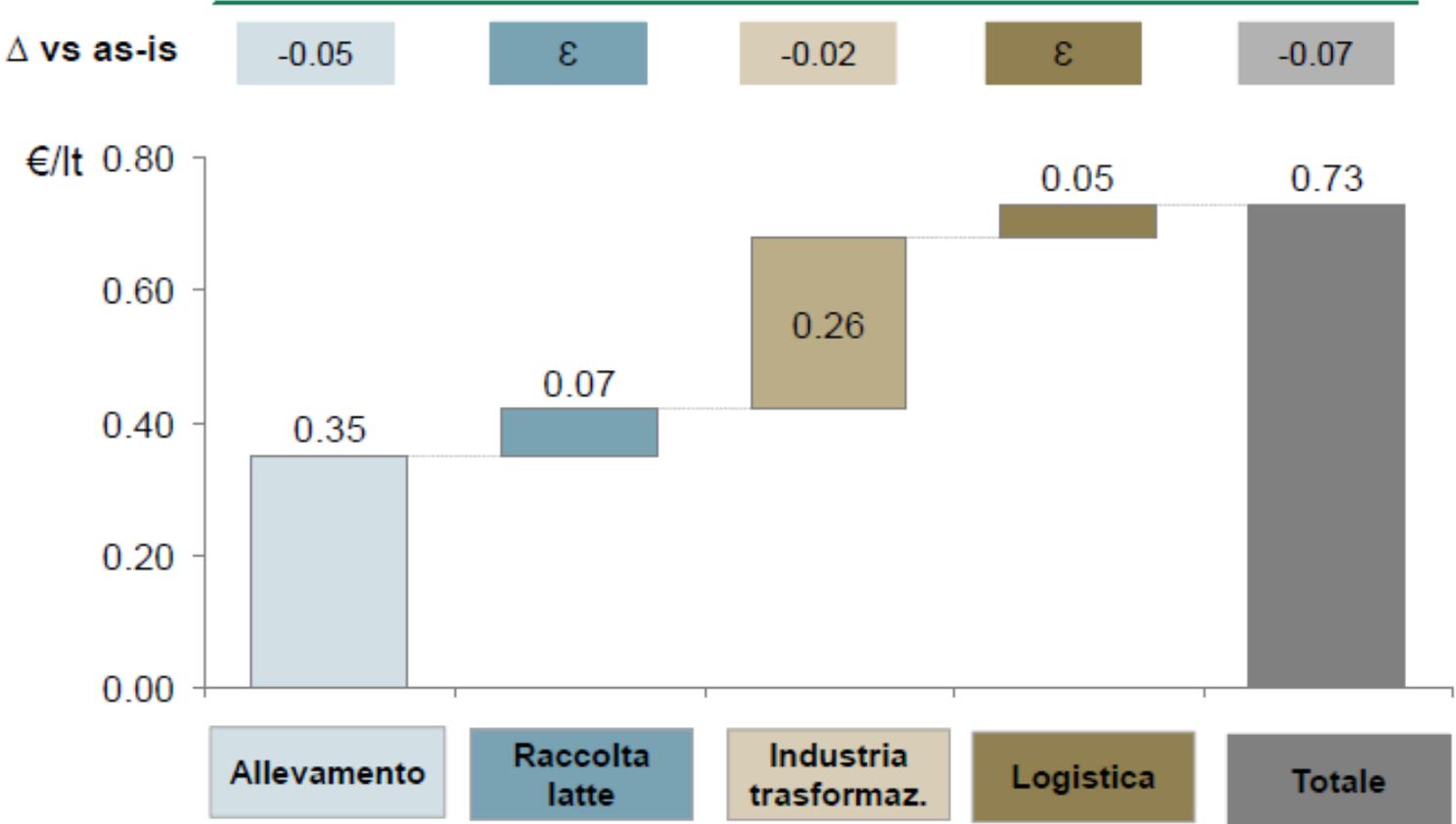
**Condivisione della  
domanda**

# Una nuova filiera del latte fresco per offrire un prodotto italiano di qualità a costo più basso



# *Gli interventi consentono di migliorare i costi delle fasi più impattanti*

**Costo di produzione del latte fresco(\*)**



**DELTA COSTO**

# *Innovarsi per competere: necessità di una visione olistica*



# Innovarsi per capire il nuovo consumatore

*Oggi i cittadini del mondo sono sempre più “diversi”, esigenti, informati*

Diverse



IMMIGRATI



SINGLE



ANZIANI

Demanding



SALUTE/  
BENESSERE



ATTENZIONE  
AMBIENTE



ATTENZIONE  
QUALITA'



DIVERTIMENTO /  
RELAZIONE

Connected



MOBILE



INTERNET



TV

# Internet: la nuova frontiera del commercio moderno

SMARTPHONE: sono la nuova frontiera tecnologica. Recenti ricerche indicano che circa il 50% dei possessori di uno smartphone lo utilizza per attività connesse alla spesa:

- Foto di prodotti
- Informazioni sui prodotti, anche attraverso self-scanning
- Informazioni di tracciabilità
- Liste della spesa

E domani...

- Come mezzo di pagamento



The Co-operative Group's customers can access information on the origin of fresh produce by scanning QR codes on packaging.



Metro was the first retailer in the world to offer scanning with shoppers' iPhones at its Real stores. Although Apple OS remains the priority, the company is looking at an Android and Windows offering.

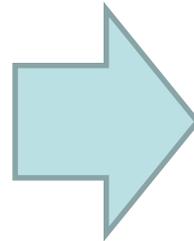


# FFD COOP ad EXPO Milano 2015



# Da Internet al punto vendita: la nuova frontiera del commercio moderno

## Il «crowdsourcing» di Wal Mart



- I fornitori inseriscono video ed informazioni sui loro prodotti sul sito walmart.com
- I clienti votano i prodotti che vorrebbero trovare nei negozi
- I più votati sono inseriti in assortimento

# *Conclusioni*

---

Il settore agro-alimentare italiano ha valore strategico determinante per il futuro dell'economia italiana.

Occorre un vero approccio di «sistema Italia»:

- Le imprese devono costruire progetti innovativi e fare proposte concrete ed impegnative.
- La politica deve sostenere un progetto di Marketing strategico, di Organizzazione e di finanza per il successo dell'offerta italiana.