

L'INDUSTRIA AGRO-ALIMENTARE NEL MEZZOGIORNO: I FATTORI DI DEBOLEZZA E LE POTENZIALITÀ DI SVILUPPO

GIOVANNI SCOLA (*)

Gli anni ottanta sono stati caratterizzati per le industrie agro-alimentari da una ristrutturazione diretta verso l'ampliamento delle dimensioni e l'allargamento della presenza sui mercati. Sono gli anni delle acquisizioni e delle fusioni, dell'internazionalizzazione dei mercati e delle imprese. Tutto ciò avviene sotto la spinta di modifiche istituzionali (la creazione del «mercato unico europeo») e di tendenze naturali (evoluzione dei consumi, modifica dei circuiti distributivi, evoluzione delle tecnologie, possibilità di conseguire economie di scala ecc.).

La competitività dell'industria agro-alimentare italiana

Alla base di questi profondi cambiamenti tuttavia si possono individuare alcuni fattori fondamentali:

1. l'evoluzione dei consumi verso prodotti ad alto grado di elaborazione, ed una loro progressiva omogeneizzazione su standard internazionali, con il superamento delle barriere costituite dalle tradizioni alimentari nazionali ed il conseguente allargamento dei mercati. La domanda alimentare nei paesi ad economia avanzata è soggetta ad una progressiva trasformazione, sia per quanto riguarda il tipo di beni consumati, che le occasioni ed i modi di consumo. L'aumento del potere d'acquisto ed i cambiamenti socio-economici verificatisi negli ultimi anni, hanno modificato il modo di vivere dei consumatori e di conseguenza sono sorti nuovi bisogni estremamente diversificati. Ciò porta alla scomparsa dei mercati di massa e alla segmentazione in un numero crescente di consumatori dei mercati nazionali. Tale segmentazione, inoltre, a causa della riduzione delle differenze economiche e culturali, comporta un allargamento in campo internazionale di segmenti di consumatori con gusti comuni per determinati prodotti. Si giunge così ad una uniformità dei bisogni che conduce ad una domanda internazionale e quindi ad un prodotto internazionale. Un processo di «globalizzazione dei gusti», legato anche alla diffusione dei «media», all'uniformarsi degli stili di vita ed alla internazionalizzazione stessa delle imprese alimentari, che, allo stesso tempo, è resa possibile ed è un fattore propulsivo di tale globalizzazione;

2. i mutati rapporti con la distribuzione, la

Abstract

During the '80s, food industry played a role in the transformation caused by consumption change, different relations with distribution, technological development and the '92 European Unique market creation.

Following these phenomena, most leader industries have adopted uniform policies, such as: production capacity increase, more effective forms of vertical integration, new acquisitions, investment increase, effective marketing policies.

In Southern Italy food industry, accomplishing the first transformation, cannot adapt to the new market needs. The reasons are: the low use of advanced technologies, the low production of high added value products, the low productivity of firms, almost exclusively small-sized, the low investment for promotion and the ineffective and confused public intervention.

Résumé

L'industrie agro-alimentaire a joué un rôle de toute première importance, pendant les années '80, dans la transformation causée par l'évolution des consommations, le changement des rapports avec la distribution, le changement technologique et la formation du marché européen unique de '92. Sous cette impulsion, la plupart des industries «leaders» ont suivi des politiques assez uniformes: accroissement des capacités productives, formes d'intégration verticale plus adéquates, nouvelles acquisitions, augmentation des investissements, politiques commerciales efficaces.

Dans l'Italie du Sud, l'industrie alimentaire, s'occupant surtout de la première transformation des produits, s'adapte moins aux nouveaux besoins du marché. Ce qui naît avant tout de la faible utilisation des technologies de pointe, de la moindre réalisation des produits à valeur ajoutée élevée, de la faible productivité des entreprises, entre outre de petite taille, des faibles investissements pour la promotion et de l'intervention publique inefficace et confuse.

quale, avendo raggiunto una configurazione strutturale estremamente concentrata, ha spinto l'industria ad accrescere la propria dimensione, per rafforzare il proprio potere contrattuale e controbilanciare la forte concentrazione della distribuzione stessa. Inoltre la diffusione della Moderna Distribuzione (DM) ha un effetto catalizzante sulla mutazione dei consumi, riduce l'importanza della capillarità delle reti di vendita come variabile strategica determinante delle imprese alimentari e riduce, fino ad eliminare, le barriere protettive dei mercati locali e nazionali. La «semplificazione» del sistema distributivo, con la progressiva scomparsa della miriade di piccoli dettaglianti, costituisce un forte impulso al decollo dell'industria. Infatti, una distribuzione eccessivamente polverizzata può soffocare l'espansione produttiva dell'industria, rendendo problematico l'adeguamento delle proprie strutture di vendita alle necessità di smaltimento di quantità crescenti di produzione e quindi ostacolando il raggiungimento di dimensioni ottimali;

3. l'innovazione tecnologica è un fattore determinante dell'evoluzione del settore agro-alimentare, con riflessi sia sui consumi (tipologia dei prodotti), sia sui processi di produzione, di conservazione, di confezionamento e di distribuzione. Lo sviluppo tecnologico, per la molteplicità dei settori e delle funzioni in cui si manifesta, è sicuramente uno dei fattori che maggiormente concorrono all'evoluzione della moderna competitio-

ne internazionale ed all'adozione di strategie di internazionalizzazione;

4. la formazione del mercato unico europeo del '92, con la conseguente liberalizzazione della circolazione dei capitali, delle merci e dei servizi all'interno dei 12 paesi appartenenti alla CEE (con la rimozione delle barriere doganali, giuridiche, tecniche e finanziarie), costituisce un inevitabile momento di confronto fra le imprese. Nella consapevolezza di ciò, le industrie alimentari sono chiamate ad attuare tutte le strategie necessarie (concentrazione, internazionalizzazione, innovazione, ecc.) per vincere la concorrenza.

Sotto l'impulso di questi profondi cambiamenti, la maggior parte delle industrie «leaders» di questo settore ha risposto seguendo linee di condotta abbastanza uniformi. In particolare all'interno dell'industria alimentare si possono distinguere tipologie di strategie diverse a seconda dell'orientamento produttivo delle aziende stesse:

A imprese produttrici di beni alimentari di prima trasformazione «commodities», in parte destinati all'utilizzazione di altre industrie di trasformazione ed in parte destinati al consumatore finale (ma in questo caso si tratta di prodotti standard, poco differenziabili, e quindi, come vedremo in seguito, scarsamente suscettibili di strategie di differenziazione del prodotto tipiche del gruppo «consumer»);

B imprese che producono beni destinati al consumatore finale «consumer» (si tratta di

(*) Osservatorio Agro-Industriale - Nomisma, Bologna.

Tabella 3 Investimenti diretti, al netto delle operazioni di disinvestimento, realizzati nel decennio 1980-1989 in Italia (miliardi di lire).

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
	Investimenti diretti dall'estero									
Prodotti alimentari	36	73	118	60	94	200	19	167	541	-138
Prodotti industriali	233	623	567	1.379	1.477	366	-1.914	2.196	4.044	1.920
Totale	503	1.303	860	1.807	2.267	1.916	-23	5.264	8.902	3.469
	Investimenti diretti italiani all'estero									
Prodotti alimentari	11	16	-13	-36	16	74	67	75	-306	195
Prodotti industriali	275	226	199	1.218	868	318	1.282	1.128	396	292
Totale	646	1.596	1.387	3.230	3.505	3.471	3.968	3.017	7.094	2.748

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Banca d'Italia.

za delle strategie di acquisizione (⁵), soprattutto per le aziende che desiderano diversificarsi ed/o aumentare la propria quota di mercato in un determinato settore o comparto. È proprio in questo senso che si sono mosse le grandi multinazionali estere (Tab. 2). Esse, attraverso una politica di acquisizione, hanno aumentato la consistenza dei loro pacchetti di prodotti nel nostro paese, ottenendo così la leadership (intesa come maggior quota di mercato) in molti comparti, e rafforzando la loro presenza in quelli la cui «leadership» è detenuta da imprese italiane (soprattutto in quelli caratterizzati da una struttura oligopolistica instabile (⁶)).

All'opposto ridotto è il grado di internazionalizzazione delle imprese italiane all'estero. A conferma della scarsità di operazioni di investimento delle imprese alimentari italiane verso l'estero ed il netto squilibrio rispetto all'intervento di imprese alimentari straniere in Italia, significativo è il fatto che, nell'ultimo decennio (1980-1989), gli investimenti effettuati da operatori italiani in industrie alimentari estere sono nettamente inferiori a quelli effettuati da operatori stranieri in industrie alimentari nazionali (rispettivamente 99 e 1.170 miliardi di lire). Nell'arco di tempo considerato, solo nel 1982 e nel 1989 gli investimenti delle imprese italiane in imprese alimentari estere hanno superato quelli con direzione contraria, mentre, sempre con riferimento allo stesso periodo, per ben tre anni i disinvestimenti italiani all'estero hanno superato gli investimenti (Tab. 3).

A conferma del crescente peso delle multinazionali estere operanti in Italia è significativo il fatto che fra le prime 200 aziende nazionali (in base al loro fatturato del 1988), ben 34 sono controllate dall'estero, per una quota del 25% del giro d'affari complessivo (⁷) (secondo delle stime fatte dal Centre Français du Commerce Extérieure, il 60-65% dell'industria agro-alimentare italiana si troverebbe attualmente sotto controllo straniero (⁸); ed ancora, i tre maggiori gruppi operanti in Italia sono a capitale estero (Tab. 4).

Il gruppo finanziario formato da BSN francese e IFIL-Agnelli (con i gruppi Fossati e Peroni in posizione comprimaria) detiene il primato dei comparti «consumer», con un fatturato superiore ai 3 mila miliardi; segue

poi la multinazionale Nestlé, con un fatturato delle società italiane da essa controllate (Nestlé Italia, Buitoni, Locatelli, Perugina, Vismara e Rowntree Italia) che si aggira intorno ai due mila miliardi.

Le imprese nazionali, fra non molto si troveranno a doversi confrontare con i colossi multinazionali esteri ed inevitabilmente, tutti i fattori di debolezza fino ad ora individuati, ne renderanno il futuro abbastanza incerto.

Come sottolinea Nomi Goetz (⁹), «tra dieci anni il mondo dell'alimentazione sarà dominato in tutto l'Occidente da non più di dieci, quindici società: le altre saranno tagliate fuori. Al massimo potranno gestire «nicchie»».

Nel 1988 su commissione dalla Comunità europea, la società di consulenza Mac Group, ha eseguito uno studio sulla ristrutturazione dell'industria alimentare europea in vista del Mercato Unico; da tale studio è emerso che nell'industria alimentare italiana, solo sei gruppi sarebbero in grado di affrontare la sfida del 1993: Ferrero, Barilla, Ferruzzi, Martini e Rossi, Italgel e Sme.

Così se le piccole imprese, purché non entrino in competizione con le maggiori, potranno sopravvivere, conservando delle piccole «nicchie» di mercato ed il settore delle specialità, le medie imprese, se non riusciranno attraverso accordi e «joint venture» a livello internazionale a conquistare nuovi mercati, saranno destinate ad essere assorbite dalle multinazionali.

Dalle analisi del quadro competitivo dell'industria alimentare italiana emerge una situazione abbastanza preoccupante, non tanto per il breve periodo, dove ancora gran parte delle imprese riescono a spuntare buoni profitti, ma per le prospettive affatto rosee che ci attendono nel prossimo futuro.

Alla base di questa preoccupante situazione si possono individuare fattori penalizzanti di diversa natura: «handicap» che possiamo definire «di paese» (a livello infrastrutturale, legislativo, costi elevati del lavoro e del denaro ecc.), difficoltà del settore agricolo, scarsa diffusione della Moderna Distribuzione e lo sfavorevole orientamento dei consumi alimentari.

L'Italia sconta un netto ritardo infrastrutturale rispetto ai maggiori partners europei. In proposito, da un approfondito studio del Centro Studi della Confindustria, risulta che

l'Italia ha un livello medio d'infrastruttura inferiore alla media comunitaria, e solo quattro paesi (Spagna, Grecia, Portogallo e Irlanda) hanno una dotazione media inferiore alla nostra. Noto è il peso di questo ritardo sulla competitività della nostra industria alimentare che è costretta ad operare in condizioni fortemente penalizzanti.

I mancati adattamenti del sistema agro-alimentare nel Mezzogiorno

Se il quadro a livello nazionale non è positivo, la situazione sia fa ancora più preoccupante se le analisi si riferiscono al sud del paese.

Dall'analisi dei dati provvisori dell'ultimo Censimento 1990, emerge che le condizioni strutturali dell'agricoltura nel Mezzogiorno non si sono modificate secondo i caratteri evolutivi manifestatisi nel resto del Paese e soprattutto nel Nord Italia.

Nel Censimento del 1982 risultava che nel Mezzogiorno erano localizzate il 51% delle aziende agricole del Paese e quasi il 42,5% della superficie agricola; nel 1990 il peso

(⁵) In effetti il settore agro-alimentare presenta delle caratteristiche che rendono le imprese in esso operanti particolarmente interessanti e «appetibili» per delle operazioni di acquisizione: tali caratteristiche sono identificabili nella frammentazione di tale comparto, nella sue formidabili performance come generatore di cassa, nelle modeste barriere all'entrata di tipo tecnologico, di costo e da processi produttivi non troppo destabilizzanti e nella regolarità e stabilità nel tempo della domanda finale dei prodotti alimentari. «L'industria alimentare si conferma dunque un settore a basso rischio, in cui il cash-flow presenta una bassa instabilità ciclica ed i profitti tendono ad essere stabili nel tempo» [Roberto Ravizzoni, vedi op. cit.].

(⁶) Si tratta di quei mercati oligopolistici in cui ci sono diverse aziende con quote di mercato abbastanza simili.
(⁷) Fortune, n. 4, aprile 1990. Secondo un altro studio del prof. Umberto Bertelé (Annuario dell'agricoltura italiana, 1990) tra le prime 50 industrie alimentari italiane, ben 23 (46%) sono controllate o comunque gravitano nell'orbita di gruppi multinazionali a base estera; 2 (4%) hanno partecipazioni di minoranza significative; 5 (10%) sono controllate da gruppi multinazionali a base italiana. Delle restanti 20, 3 fanno capo alle partecipazioni statali, 1 alla Federconsorzi e 16 sono private, geograficamente focalizzate sull'Italia.

(⁸) M-F Gastambide «L'industria agro-alimentare italiana» in MOCI n. 971 Maggio 1991.

(⁹) Chief analyst del N.Y. Goldman Sachs per il comparto alimentare, in una intervista in «Affari & Finanza», 24 marzo 1989.

percentuale delle aziende agricole è salito al 52,4% mentre la quota della superficie agraria è leggermente scesa al 42,1%. In altri termini, mentre al Nord si è verificato un incremento delle superfici medie aziendali, nel Mezzogiorno queste sono diminuite.

A distanza di quasi un decennio è così risultato che nell'Italia settentrionale la dimensione media aziendale si è accresciuta, raggiungendo una media pari o superiore ai 9 ettari, mentre nell'Italia centro-meridionale essa è ovunque diminuita, scendendo ai livelli minimi di 5,2 ettari nel sud del paese. Tale evoluzione dimensionale risulta quindi in netto contrasto, non solo con quanto avviene nell'Italia settentrionale, ma anche con quanto si verifica negli altri Paesi CEE e in generale nei Paesi che manifestano sviluppo economico.

La produzione lorda vendibile del settore agricolo nazionale da anni si caratterizza per un basso tasso di crescita, tanto che, dal 1980 al 1989, essa è aumentata, a prezzi costanti 1980, solo del 7%. Il centro-nord del paese ha però realizzato un incremento del 12%, superiore a quello medio nazionale, e solo la negativa annata del 1985 ha contrastato la crescita costantemente crescente del decennio. Il Mezzogiorno invece ha fatto registrare andamenti alterni, con forti scarti di anno in anno e con un trend che dal 1985 al 1989 è chiaramente decrescente. Solo poche regioni del sud d'Italia hanno dimostrato, in quest'ultimo decennio, di mantenersi al passo con l'andamento evolutivo crescente delle regioni del nord del Paese.

Di fronte alla crescente concentrazione dell'industria di trasformazione e delle grandi catene distributive, le aziende agricole europee hanno risposto organizzando l'attività commerciale in comune, attraverso le associazioni dei produttori, o altri strumenti aggregativi (Marketing board, cooperative, ecc.).

Nel nostro paese, nonostante le associazioni dei produttori abbiano avuto un buon successo dal punto di vista quantitativo (nel nostro paese si contano oltre 600 A.P. le quali riuniscono circa il 40% della produzione dei settori nei quali esse sono state istituite), di tutte le attività e le responsabilità che secondo la legislazione comunitaria e nazionale avrebbero dovuto essere di competenza delle A.P., ben poche nella realtà sono risultate esecutive.

In pratica il lavoro svolto dalle associazioni, fatte alcune eccezioni, è puramente amministrativo. L'unica a funzionare regolarmente è quello d'intervento sui mercati mediante il «ritiro» di quote di produzione. Tant'è che numerosi produttori sono portati ad identificare le A.P. come strutture pubbliche che gestiscono gli interventi CEE. Errori nelle normative, presenza di «scappatoie» e scarsità di informazioni, fanno sì che la realtà sia profondamente diversa dalle intenzioni dei legislatori comunitari e nazionali.

Pertanto, la funzione fondamentale di concentrazione dell'offerta risulta molto ardua

e si complica ancora di più se si considerano le enormi difficoltà che incontrano le associazioni, nell'aver informazioni sulla produzione dei loro associati.

A questo si aggiunge il problema delle scarse attività commerciali svolte dalle associazioni, problema che trova le sue radici nel piano legislativo. Diverse interpretazioni della legislazione nazionale hanno dato inizio ad una «disputa» sugli effettivi compiti di questa istituzione ed in particolare si mettono in discussione le loro funzioni imprenditoriali (funzioni operative di concentrazione, lavorazione e vendita).

Ad ogni modo, secondo lo statuto-tipo per le associazioni di produttori adottato nel 1983 (art. 1 e art. 4), si stabilisce che l'associazione delega i compiti d'impresa di propria competenza «alle cooperative agricole, o a consorzi di cooperative associate, o ad altri organismi associativi di produttori agricoli, o ai singoli associati particolarmente attrezzati». Pertanto l'azione delle associazioni sembra confinata alle funzioni normative (compiti di autoregolamentazione e di controllo della produzione e della sua immissione sui mercati). Senza dubbio tali funzioni sono di grande importanza, ma è lecito pensare che, disgiunte da quelle di commercializzazione diretta, non riescano a svilupparsi nella maniera desiderata; ed inoltre che, in assenza della forza economica che una presenza sul mercato può dare, la loro azione risulti troppo debole ed inefficace (Tab. 5).

Mettendo in relazione il numero di A.P. per area geografica (nord 37,6%, centro 19,6% sud 42,8%) con il numero dei produttori e il valore della produzione, è netto il contrasto tra nord e sud: ad un numero pressoché simile di A.P. (nord 152, sud 173) corrisponde un valore di produzione che percentualmente rappresenta il 72,2 al nord ed appena il 15,8 al sud. All'opposto i contributi di avviamento elargiti alle A.P. per regione mostrano che al Mezzogiorno, giungono contributi 2,5 volte superiori rispetto al nord. I dati fanno riflettere certamente non per l'entità dei contributi (13,3 miliardi di Lire - 1990) quanto per la modesta efficacia dell'intervento pubblico.

Al miglioramento delle strutture associative si aggiunge la necessità di due importanti funzioni di cui le A.P. non riescono a rendersi promotrici: controllo della qualità e supporto alla commercializzazione. Ciò significa valorizzare le produzioni mediterranee attraverso la riqualificazione del patrimonio varietale, poi, dopo aver organizzato un'offerta idonea sul piano qualitativo e quantitativo, attuare strategie di marketing che possano servire da supporto alla penetrazione nei mercati per le tante produzioni tipiche: l'olio salentino, le mandorle pugliesi, il pistacchio siciliano, il bergamotto ed il cedro calabresi, ecc.

Non si può d'altronde sostenere che lo scarso intervento pubblico nel Mezzogiorno, di stampo comunitario, nazionale o regionale sia la causa del mancato decollo delle attività delle A.P.. Anzi, progetti speciali come

«Intervento straordinario per il Mezzogiorno», «Concessione di erogazione», «Interventi finanziari», «Individuazione di aree particolarmente svantaggiate», «Agevolazioni tariffarie» si sono moltiplicati, richiedendo, a loro volta, un numero notevole di enti, commissioni, istituzioni, società, agenzie e comitati per la loro gestione.

Spesso, i finanziamenti previsti per il Mezzogiorno sono serviti a mantenere in vita strutture obsolete e senza futuro, piuttosto che stimolare le iniziative sane che offrono concrete possibilità di sviluppo. È evidente, dunque, la necessità di abbandonare gli interventi a pioggia e favorire una politica più selettiva e che razionalizzi ogni iniziativa, ma, soprattutto, occorre uno sforzo comune per la gestione delle possibilità offerte al Mezzogiorno, ottenibile attraverso la diffusione dell'informazione tra gli addetti al settore.

Distribuzione moderna nel Sud: poco diffusa, ma in crescita

Sono soprattutto le tipologie più innovative, come iper e centri commerciali, le grandi assenti nel territorio meridionale. Se ne contano rarissimi esempi. Nel complesso, la quota del «moderno» è scarsa. Anche il numero di supermercati, pur essendo abbastanza consistente ed in continua crescita, è ancora inferiore alla media nazionale.

Analizzando la distribuzione dei supermercati regione per regione, notiamo subito delle evidenti sperequazioni. Se ne contano 183, ma erano 119 nel 1985, in Campania (contro i 302 del Piemonte, i 608 della Lombardia, i 483 del Veneto o i 271 dell'Emilia Romagna), 229 in Puglia, 147 in Calabria. Più vicina alla media nazionale è la Sicilia. In cinque anni i supermercati sono passati dai 173 del 1985 ai 420 del 1990, per una superficie di 306.215 metri quadrati (più del 10% dell'area complessiva dei supermercati italiani). Un'espansione dovuta soprattutto alla massiccia presenza dei gruppi della distribuzione organizzata e dei nuovi impianti della grande distribuzione nazionale.

Ed è questa l'importante novità da segnalare, destinata anche a influenzare gli sviluppi futuri: l'ondata di dinamismo che ha risvegliato negli ultimi quattro-cinque anni il mercato meridionale, e non solo siciliano, grazie al rinnovato interesse dimostrato dalle grandi catene nazionali.

Accanto alla presenza, piuttosto consistente, delle aziende associate ai diversi gruppi della distribuzione organizzata (per esempio A & O Selex, Vg, Despar, Italmec, Crai, Giga) attive a livello locale, anche la grande distribuzione si sta infatti accaparrando presidi strategici al sud. L'esempio forse più eclatante viene dal gruppo Rinascente, presente in Italia con più di 300 punti di vendita e 7 insegne, a conferma del suo impegno in tutte le branche del commercio moderno. La Rinascente è il marchio che carat-

terizza i grandi magazzini, Upim quelli a prezzo unico, Sma identifica i supermercati, Lr Gross i cash and carry (strutture di vendita a libero servizio all'ingrosso), Bricocenter i punti di vendita del «fai da te», Croff le superfici specializzate in arredamento e articoli per la casa, infine Città Mercato gli ipermercati. Ed è proprio attraverso quest'ultima insegna, oltre all'acquisizione di catene locali, che il gruppo Rinascente sta investendo al sud (le ultime aperture sono proprio l'iper di Pompei e quello di Sassari, dopo le due già attive in Sicilia e altre sono previste entro la fine dell'anno).

La catena distributiva Standa, 378 unità, da anni presente nel Mezzogiorno con la sua rete di magazzini a prezzo unico, ha messo in atto negli ultimi tempi un consistente programma di investimenti che riguardano soprattutto le insegne Euromercato (il primo iper aperto al sud è stato proprio l'Euromercato di Casoria, presso Napoli) e Iperstanda. La minore diffusione delle moderne forme di vendita, cui bisogna anche aggiungere una profonda diversità nelle abitudini alimentari e di acquisto, spiegano i risultati della ricerca condotta da Nomisma su un campione significativo di imprese pugliesi.

Le risposte fornite agli intervistatori, evidenziano soprattutto il ruolo imponente ancora detenuto dall'ingrosso e del dettaglio tradizionale. Nel settore della pasta, per esempio, solo la prima azienda interpellata distribuisce il 50% del prodotto attraverso i canali moderni. La quota cala progressivamente passando alla seconda impresa (30%), fino al 15% della terza. La quota maggiore è quella che transita ancora dai negozi tradizionali. Un po' meglio nel caso del dolciario dove mediamente la percentuale del venduto da parte del trade moderno oscilla tra 50 e 60, mentre la quota precipita quando si analizza il settore del vino, quasi tutto venduto direttamente, oppure attraverso il dettaglio tradizionale.

Agro-industria nel Mezzogiorno: sottodimensionata e poco competitiva

Nel 1990⁽¹⁰⁾ le attività agricole ed industriali nel Mezzogiorno (sommando la PLV dell'agricoltura ed il V.A. dell'industria alimentare) hanno raggiunto i 26.600 miliardi di Lire, ripartiti in 21.800 miliardi relativi al settore agricolo e 4.800 dell'industria di trasformazione. Delle attività complessive il Mezzogiorno ha esportato circa l'11% (3.000 miliardi) ed importato il 18% (4.800 miliardi). Mostrando, nel confronto con il centro-nord del paese, una minore propensione ad esportare, ma in compenso una altrettanto inferiore propensione ad importare.

L'industria alimentare meridionale, anche se abbastanza consistente in alcuni comparti, si occupa prevalentemente della prima trasformazione dei prodotti, con scarso impiego di tecnologie avanzate e, soltanto marginalmente, della realizzazione di prodotti con più alto valore aggiunto. Questa considerazione è

Tabella 4		Stima del fatturato dei principali gruppi operanti in Italia* (1990) (in miliardi di lire).
BSN-IFIL		3.300
Nestlé it.		2.050
Unilever it.		1.800
Barilla		1.650
SME (alimentare)		1.500
Ferruzzi (alimentare)		1.400
Ferrero		1.000
Parmalat		850
Kraft		800
Fedital		650

* Fatturato delle sole società operanti in Italia.
Fonte: Nomisma.

Tabella 5		Riepilogo regionale dei contributi di avviamento alle A.P. riconosciute ai sensi del regolamento CEE 1360/78 (Agg. sett. 1990).			
Area	Associazioni		Contributi		
	numero	%	migliaia di lire	%	
Nord	152	38	5.298.171	23	
Centro	79	20	4.788.178	20	
Sud e Isole	173	43	13.287.539	57	
Totale	404	100	23.373.888	100	

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati M.A.F.

suffragata dall'analisi effettuata sulle 30.941 imprese alimentari iscritte alle Camere di Commercio delle province meridionali⁽¹¹⁾; di queste infatti, 27.223, corrispondenti all'88%, sono incluse nella classe delle industrie alimentari di base e soltanto 3.718, pari al 12%, sono rappresentate da industrie dello zucchero, delle bevande e del tabacco, comparti cioè, orientati verso la realizzazione di prodotti alimentari a più alto valore aggiunto. Se le dimensioni medie delle aziende agro-industriali italiane risultano ridotte rispetto a quelle di altri Paesi europei, il fenomeno si accentua nelle regioni del Mezzogiorno. Infatti, l'86% degli stabilimenti operanti in quest'area non supera la soglia dei 50 addetti; quelli con numero di occupati compreso tra 50 e 100 sono l'8%, mentre soltanto il 6% dell'universo meridionale considerato sono le imprese con più di 100 addetti. Gli stabilimenti con oltre 10 addetti sono localizzati maggiormente in Campania (35%) e in Puglia (25,5%). Da sottolineare inoltre, la scarsa produttività delle imprese agro-industriali nel Mezzogiorno rispetto a quelle del centro-nord. Se si considera, infatti, il prodotto lordo per dipendente emerge una graduatoria che vede solo l'Abruzzo con un valore di circa 62 milioni pro-dipendente superare la media nazionale di 53 milioni. Nel complesso il prodotto lordo per dipendente è così suddiviso: al Nord 59 milioni, al Centro 50 milioni e al Sud 38 milioni.

La piccola dimensione, che assume nelle sue espressioni più estreme caratteri artigianali, e la scarsa capacità di penetrare nei mercati interni in maniera autonoma (molte aziende

sono costrette ad affidarsi ai grossisti locali), orientano le industrie alimentari del Sud verso caratteristiche più vicine alla componente agricola del sistema agro-industriale, anziché indirizzarle verso quella industriale vera e propria. Le cause di questa situazione sono diverse; tra le più rilevanti possiamo ricordare la scarsa organizzazione, soprattutto in termini manageriali — mancanza di una cultura imprenditoriale vera e propria —, un settore agricolo a monte disperso e frammentato, modesta disponibilità di personale specializzato, problemi sociali legati alla criminalità organizzata, a cui si devono aggiungere le forti carenze infrastrutturali che scoraggiano fortemente gli operatori ad effettuare investimenti nelle regioni meridionali.

Se passiamo a considerare il segmento delle cooperative agricole nel Mezzogiorno, ritroviamo gli stessi problemi legati alla ridotta dimensione ed in più se ne aggiungono altri tipici delle cooperative in tutta Italia (difficoltà di reperire capitali, modesto controllo della produzione dei soci, difficoltà a competere con i grandi gruppi privati, ecc.).

Inchiesta Nomisma in Puglia: pochi imprenditori e scarsa iniziativa

L'analisi campionaria effettuata ha avuto l'obiettivo di evidenziare i principali aspetti strutturali ed evolutivi che caratterizzano l'industria agro-alimentare in Puglia.

La raccolta delle informazioni di base è stata effettuata mediante l'impiego di questionari compilati attraverso interviste dirette ad un gruppo di imprese agro-industriali medio-grandi (fatturato superiore al miliardo di lire per oltre il 90% del campione) ripartite in 8 comparti produttivi rappresentativi della realtà agro-alimentare della regione Puglia. Si è puntato a cogliere gli atteggiamenti degli imprenditori e dei dirigenti intervistati nei confronti di alcuni argomenti ritenuti importanti, come ad esempio: l'acquisizione, l'area di provenienza e i fornitori della materia prima agricola, gli accordi di fornitura con i produttori singoli o associati, la percentuale di utilizzazione degli impianti di trasformazione, l'incidenza del costo della materia prima agricola, le tecnologie utilizzate per la trasformazione, il mercato di vendita del prodotto trasformato ed i canali di vendita adottati, l'attività promozionale ed infine i problemi attuali e le prospettive future del sistema agro-alimentare del Mezzogiorno.

I fornitori della materia prima agricola sono per circa il 35% i produttori locali, per il 26,5% le cooperative, per il 17,5% i gros-

⁽¹⁰⁾ Fonte: Rapporto annuale della Svimez sull'economia del Mezzogiorno.

⁽¹¹⁾ Secondo i dati quantitativi della società nazionale di informatica, CERVED le industrie alimentari iscritte alle Camere di Commercio delle province appartenenti alle regioni Campania, Abruzzo, Molise, Puglia, Sicilia, Sardegna, Basilicata e Calabria, risultano essere, al primo semestre del 1990, 30.941. Considerando, invece, tutto il territorio nazionale il loro numero, riferito sempre allo stesso periodo sale a 76.807.

sisti, per il 12% gli intermediari e per il 9% le associazioni di produttori; ciò ad ulteriore testimonianza del modesto ruolo delle A.P. meridionali nel fungere da anello di congiunzione con l'industria.

Dai dati raccolti emerge che le imprese del settore conserviero, definiscono rapporti commerciali con le associazioni dei produttori; i produttori locali (64%) e le cooperative (67%) sono invece gli interlocutori privilegiati rispettivamente delle industrie vinicola e casearia.

La necessità di utilizzare standard qualitativi corrispondenti alle richieste del consumatore finale e la serietà professionale del fornitore sono i fattori che influenzano maggiormente le industrie agro-alimentari nella scelta della materia prima.

La notevole importanza che gli intervistati attribuiscono a tali fattori è testimone della grande attenzione che le industrie agro-alimentari rivolgono alla qualità del prodotto ritenuto, a ragione, uno dei fattori fondamentali del successo sul mercato di vendita.

Fra i fattori di scelta previsti dall'indagine, il costo della materia prima agricola, risulta essere il terzo per ordine d'importanza, mentre la gamma di prodotti, le modalità di consegna e le forme di pagamento, si ripartiscono le restanti quote.

Un aspetto molto sentito dalle aziende intervistate (il 51% di esse sente fortemente tale problema) è rappresentato dalla concorrenza delle imprese di trasformazione straniere.

Le industrie conserviere e olearie hanno individuato all'unanimità in *Spagna, Grecia, Portogallo, Cile, Turchia, Tunisia e Marocco* i maggiori paesi concorrenti, indicandone come maggiori punti di forza i minori costi della materia prima e del lavoro.

Per quanto riguarda gli *investimenti pubblicitari*, dall'indagine condotta è emerso che poco meno del 50% delle imprese effettua investimenti nella promozione dei propri prodotti; di queste soltanto quattro aziende, pari al 17%, hanno speso più di un miliardo di lire per investimenti pubblicitari, il 26% di esse hanno speso cifre comprese tra i cento e i cinquecento milioni di lire mentre il 35% ha effettuato investimenti pubblicitari per cifre inferiori ai cento milioni di lire.

Questi dati dimostrano una scarsa propensione da parte delle aziende pugliesi ad investire in attività promozionali. L'impressione ricavata dalle interviste è di una certa incredulità sulla buona riuscita di iniziative promozionali e che l'atteggiamento di diffidenza verso tali iniziative sia conseguenza della preoccupazione dei dirigenti intervistati circa l'interesse che tale tipo di iniziative possano suscitare sul normale consumatore e per il timore che esse possano attirare l'attenzione della criminalità organizzata. Soltanto l'11% circa di coloro che hanno strategie espansionistiche hanno ammesso che aumenterebbero la loro produzione e le loro quote di mercato mediante operazioni di fusione ed acquisizione di altre azien-

de operanti nello stesso settore produttivo. Per contro, l'89% di essi ha dichiarato che l'aumento (51%) e la diversificazione (38%) della produzione sono le strategie che seguirebbero per crescere le proprie attività. Tali strategie prevalenti sembrano essere dunque in evidente contrapposizione rispetto a quelle adottate dai grandi gruppi multinazionali (vedi paragrafo 1).

Fra i fattori di debolezza che affliggono il sistema agro-industriale, la maggioranza degli imprenditori ha voluto sottolineare l'inefficienza delle infrastrutture pubbliche, indicandone come caso più eclatante, il sistema del trasporto merci.

Il 51,85% degli intervistati identifica in una maggiore valorizzazione dei prodotti caratteristici dell'alimentazione mediterranea il migliore strumento per potenziare il sistema agro-industriale del Mezzogiorno.

La necessità di maggiori agevolazioni di tipo finanziario (attraverso il miglioramento del sistema creditizio), assieme alla necessità di realizzare un più grande numero di fiere e convegni specializzati (considerata la estrema carenza di tale genere di manifestazioni nel sud rispetto al resto dell'Italia), sono gli altri interventi pubblici auspicati da una buona parte degli imprenditori dell'area considerata.

Nel periodo 1985-90 l'export agro-alimentare pugliese ha avuto un andamento alterno. Il triennio 1985-87 è stato caratterizzato da un calo di circa il 12%, dovuto soprattutto alla crisi del settore viticolo. Ha fatto seguito una ripresa abbastanza vivace nel 1988 e nel 1989 mentre il 1990 è stato contrassegnato da una sostanziale stabilità. Prendendo in considerazione l'intero periodo, le esportazioni sono complessivamente aumentate del 13,8% in termini nominali. Pur in assenza di indicatori affidabili circa i prezzi all'esportazione, si può ritenere che a questo lieve aumento in valori correnti si sia accompagnato un calo od al massimo un ristagno in termini reali.

La crescente diversificazione dell'apparato produttivo pugliese ha portato ad una progressiva riduzione dell'importanza relativa dell'export agro-alimentare, un tempo assolutamente dominante. Tuttavia, con un'incidenza del 20-25% sul totale regionale nella seconda metà degli anni '80, l'agro-alimentare resta tuttora il principale settore d'esportazione, davanti al calzaturiero.

L'export agro-alimentare pugliese è dominato dai prodotti agricoli non trasformati e di prima trasformazione, che nel complesso costituiscono il 70-80% del totale. È questo un elemento di notevole differenziazione rispetto alle altre regioni forti esportatrici in questo settore, le quali si caratterizzano per la prevalenza di prodotti a più alto valore aggiunto.

Il contributo dell'industria all'esportazione dei prodotti alimentari è non soltanto modesto ma tendenzialmente calante, sia in termini relativi che assoluti. Tra il 1985 ed il 1988 si è registrato un calo di quasi il 30% di tale voce, mentre la crescita registrata nel 1989 (che aveva permesso di recuperare in

termini nominali i valori di inizio periodo) è stata seguita da un'ulteriore diminuzione del 12% nel 1990. L'export del comparto della trasformazione è dominato dai prodotti di origine vegetale. Infatti, in linea con la scarsa vocazione all'allevamento della regione, le carni fresche e conservate hanno un peso irrilevante e tendente al ribasso (40 miliardi nel 1985 e 10 nel 1990).

Il grosso dell'export agro-alimentare pugliese è costituito dai prodotti ortofrutticoli che, sulla base dei dati Unioncamere, rappresentano oltre il 60% dell'export del settore. Il principale prodotto d'esportazione è l'uva da tavola, di cui la Puglia esporta annualmente oltre 3 milioni di quintali, per un valore nell'ordine dei 400 miliardi. Tra gli ortaggi, il prodotto principale è la patata primaticcia, esportata annualmente in 1,1-1,2 milioni di quintali. Al terzo posto si trova il vino (circa il 15% dell'export settoriale), venduto per lo più sfuso in oltre 3 milioni di ettolitri. Seguono l'olio d'oliva (con una quota di circa il 10%), i prodotti dell'industria pastaria e le conserve alimentari (**Tab. 6**).

Lo sbocco tradizionale dei prodotti agricoli ed agro-industriali pugliesi è rappresentato dal mercato comunitario. Il principale cliente è la Germania, a cui i dati Unioncamere attribuiscono il 36% delle esportazioni del 1990. I flussi esportativi verso la Germania sono composti soprattutto da uva da tavola e da ortaggi. In seconda posizione, con il 24% dell'export 1990, figura la Francia, acquirente soprattutto di prodotti ortofrutticoli e di vino. Seguono il Regno Unito (8% nel 1990) ed i paesi del Benelux.

In ambito extracomunitario, i principali mercati sono rappresentati da paesi vicini come l'Austria e la Svizzera. Decisamente ridotto il peso degli altri mercati, con la parziale eccezione di alcuni paesi mediterranei e (limitatamente all'olio d'oliva) degli Stati Uniti (**Tab. 7**).

Passando ad un'analisi più dettagliata, per provincia, si osserva che l'export agro-alimentare pugliese è dominato dai prodotti originari della provincia di Bari che costituiscono il 50-60% del totale regionale. L'export della provincia capoluogo è rappresentato per oltre il 90% da prodotti agricoli non trasformati. Primeggiano l'uva da tavola (proveniente dall'Ofantino e dalle zone a Nord-Ovest e Sud-Est di Bari), la patata, gli altri ortofrutticoli ed i prodotti della floricoltura (zona di Terlizzi, basso Salento). Al secondo posto si trova la provincia di Foggia, con, peraltro, una quota molto variabile nel tempo (15% nel 1987, 28% nel 1989). Per quanto riguarda la composizione merceologica, Foggia è l'unica provincia pugliese ad evidenziare una prevalenza dell'export di prodotti dell'industria alimentare (poco meno del 60% del totale), fatto in parte da collegare alla presenza delle imprese del gruppo Casillo.

La terza posizione di Taranto (14% dell'export regionale) è da collegare soprattutto alle consistenti esportazioni di uva da tavola e di vino. Molto più modesto e in diminuzio-

Tabella 6 *Composizione merceologica dell'export agro-alimentare pugliese periodo 1985-90 (miliardi di lire correnti).*

	1985	1986	1987	1988	1989	1990
Prodotti agricoli (1)	670,50	647,50	612,50	727,90	799,00	825,3
Prodotti industria alimentare:	239,50	197,80	188,20	172,20	239,50	210,0
carni fresche e conserve	43,80	19,40	20,40	22,10	17,60	9,8
altri prodotti trasformati (2)	195,70	178,40	167,80	150,10	221,90	200,3
Totale	910,00	845,30	800,70	900,10	1038,60	1035,4

Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati Istat.

(1) Inclusi vino (sfuso e imbottigliato) ed olio non raffinato.

(2) Inclusi gli spumanti, gli aperitivi e l'olio raffinato.

Tabella 7 *Principali caratteristiche dell'export agro-alimentare delle provincie pugliesi.*

	Bari	Foggia	Taranto	Brindisi	Lecce
Export agro-alimentare 1990 (miliardi di lire)	458	211	141	55	50
Variazione 1985-1990	26%	14%	18%	-11%	-42%
Incidenza sull'export agro-alim. regionale (1990)	56%	20%	14%	5%	5%
Incidenza sull'export totale provinciale (1990)	30%	56%	12%	14%	8%
Comp. merceologica (1990):					
prodotti agricoli	91%	42%	93%	63%	93%
prodotti industria alimentare	9%	58%	7%	37%	7%
Principali prodotti esportati	uva da tavola ortaggi	pasta	vino uva da tavola	olio di oliva vino	olio di oliva vino

Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati Istat.

ne (in termini sia relativi che assoluti) è il contributo delle provincie di Brindisi e Lecce, tradizionali esportatrici di olio d'oliva.

Interventi pubblici poco mirati ed inefficienti

Di fronte ai mutamenti internazionali descritti nel rapporto e tenendo conto dei forti condizionamenti, soprattutto in sede GATT da parte di paesi che invocano da tempo una maggiore liberalizzazione dei mercati, il settore agro-industriale italiano e quello meridionale in particolare si trovano a dover affrontare un adattamento di dimensioni veramente imponenti.

Alla minore protezione concessa all'agricoltura del Mezzogiorno da parte della PAC, si aggiungono altri punti di debolezza conseguenti, anche, degli interventi nazionali che, avendo visto nel modello cooperativo la soluzione ad una serie di problemi di ordine strutturale ed organizzativo, hanno indirizzato la maggior parte delle risorse finanziarie a promuovere strutture che oggi non si dimostrano in grado di competere con le moderne imprese agro-industriali.

La crisi del modello cooperativo, molte delle quali — bisogna riconoscerlo — sono nate e si sono accresciute più sotto lo stimolo di forti agevolazioni finanziarie piuttosto che da una forte efficienza tecnico-economica (12), rende ancora più difficile il quadro attuale, soprattutto se si guarda ad un futuro caratterizzato sempre più dalla presenza di industrie agro-alimentari di dimensioni internazionali con le quali il sistema cooperativo ha forti difficoltà a competere con armi proprie.

D'altra parte, se si tralasciano i numerosi interventi di politica agraria a sostegno del sistema cooperativo, gli effetti dell'intervento pubblico sulle imprese agro-industriali sono stati modesti e specifici solo in quei settori in cui si manifestavano condizioni particolari che rendevano necessario l'intervento pubblico (settore bieticolo-saccarifero, ecc.). In ogni caso, dall'analisi degli interventi pubblici in agricoltura, non sembra che sia stata seguita una strategia chiara che, in qualche misura, abbia caratterizzato il governo dell'economia agraria del Paese.

Da quando poi, nel 1974, vennero trasferite anche alle regioni a statuto ordinario le competenze in materia di agricoltura, la situazione sembra essere ulteriormente peggiorata, infatti, gli interessi di conservazione del mondo rurale e le particolari situazioni agricole locali hanno reso il quadro generale dell'intervento pubblico caotico, frammentato e spesso in contraddizione con se stesso.

Si potrebbe concludere che l'assenza di una vera e propria politica economica agro-industriale abbia portato ad una struttura aziendale, sotto dimensionata, a cui ha fatto seguito una struttura di industrie private o cooperativa o del commercio altrettanto affastellata e di breve respiro economico. Pertanto, soprattutto nel Mezzogiorno, le imprese si trovano in gravi difficoltà a sopportare una concorrenza con le industrie alimentari europee sempre più aggressive. Ma gli adattamenti implicano una mentalità nuova, più attenta sia all'efficienza della produzione che all'entità della stessa, interessata alle forme di integrazione tra l'agricoltura e gli altri settori, aperta a riconsiderare tutta la questione della struttura aziendale, vin-

colandosi all'idea dell'impresa efficiente, elastica e capace di adattarsi.

Questo articolo costituisce una sintesi del primo rapporto di ricerca elaborato dal: «Laboratorio sul Sistema Agro-industriale del Mediterraneo»; centro di studi e ricerche per il Mezzogiorno costituito a Bari dalla Fiera del Levante, dal C.I.H.E.A.M. - Istituto di Bari e dall'Osservatorio Agro-Industriale di Nomisma di Bologna.

Alla ricerca, coordinata dal Prof. Paolo De Castro (Responsabile Scientifico dell'Osservatorio Agro-Industriale di Nomisma), hanno collaborato: Dr. Roberto Della Casa (Coordinatore Unità di ricerca), Dott.ssa Eleonora Benetti, Dr. Roberto Capone, Dott.ssa Susanna Cavazza, Dr. Alberto Mario De Logu, Dr. Fabio Lunati, Dr. Giovanni Scola, Dott.ssa Bernadette Greco (Riceratori).

Oltre ai ricercatori dell'Osservatorio hanno collaborato: Il Prof. Roland Perez (Docente di Economia e Direttore dell'IAM di Montpellier, Francia) la Dott.ssa Laura Laghi (Dipartimento Scienze Economiche, Università di Bologna), la Dott.ssa Maria Teresa Frisa (V. Direttore Rivista Largo Consumo, Milano), il Prof. Roberto Zavatta (Istituto Universitario Navale, Napoli); la Dott.ssa Luciana Manfredi (Istituto di Estimo e Pianificazione Rurale, Università di Bari); il Dr. Stefano Filannino (Agronomo, Bari); il Dr. Giuseppe Rizzi (Procuratore, Bari); ed il Dr. Michele Nitti (Amministratore, IAM-B).

Il Prof. Romano Prodi (Presidente del Comitato Scientifico di Nomisma), Autore del Capitolo conclusivo della ricerca, ha presentato il rapporto il 17 settembre 1991 alla Fiera del Levante di Bari.

Chi desiderasse avere la copia completa del Rapporto potrà richiederla a:

C.I.H.E.A.M. - Istituto Agronomico Mediterraneo di Bari - Strada provinciale per Ceglie - Valenzano (BA) - Tel. 080-8771958 - Fax 080-8771957

NOMISMA - Osservatorio Agro-Industriale - Strada Maggiore, 29 - Bologna - Tel. 051-6483319 - Fax 051-223441

(12) Si stima che i debiti a breve delle cooperative agricole (bianche e rosse insieme) ammontino ad almeno 10.000 miliardi. Il Mondo 3/10 giugno 1991, pag. 34.