



Confederazione italiana agricoltori

CONTRIBUTO PER LA DEFINIZIONE DI UN PIANO STRATEGICO NAZIONALE PER IL LATTE ARTICOLATO SUL TERRITORIO

Le premesse

L'aspetto più emblematico del settore è il prezzo del latte alla stalla del 2006 che ha visto i rappresentanti dell'industria lattiero casearia italiana imporre un'ulteriore riduzione della remunerazione del latte. Una situazione drammatica per gli allevatori: basti pensare che il prezzo, in Lombardia oggi pari a 0,32 euro al litro, è addirittura inferiore a quello del 1995, quando era mediamente di 0,36 euro al litro e in più di dieci anni i costi sono aumentati in modo consistente.

Questo a fronte di aumento dei prezzi del latte al consumo del 2,34% in un solo anno e di ben il 30% negli ultimi anni.

Prezzi in caduta libera in particolare per la materia grassa: panne, burro (-8%) a seguito della riforma Pac.

La forte concorrenza che continua a venire dai paesi dell'est Europa, anche se con un differenziale dei prezzi sempre inferiore, non giustifica più le spinte speculative contro la produzione nazionale.

Tutto ciò mentre migliora ulteriormente il trend di consumo del segmento "Latte e derivati", che nel mese di agosto 2006 ha superato i quattro punti percentuali. Bene, in particolare, yogurt e dessert (+7,4%) e latte Uht (+6,8%). In crescita, comunque, anche i consumi di latte fresco (+4%).

Questa politica dell'industria lattiero-casearia italiana rischia di far scomparire un settore fondamentale della nostra agricoltura in parecchie regioni del nostro paese. Un settore che produce circa 11 milioni di tonnellate di latte, oltre un milione di tonnellate di formaggi e più di 450 mila tonnellate di prodotti Dop, come il Parmigiano Reggiano, il Grana Padano, il Gorgonzola, la Fontina e l'Asiago. Un settore che assicura ogni giorno agli italiani latte alimentare fresco e di alta qualità.

E' non più tollerabile, quindi, la strategia condotta da larga parte dell'industria casearia italiana che svilisce economicamente e in termini di prospettiva l'impegno degli allevatori svolto in questi anni per migliorare sempre più la qualità del prodotto. I costi di produzione degli allevamenti bovini evidenziano invece un deciso trend inverso rispetto a quello del prezzo del latte, ad agosto 2006 si è registrata un'ulteriore crescita: + 34% mangimi, + 9,34% gli animali d'allevamento, +12,27 l'energia e + 2,58% i materiali vari.

A fronte di situazione di perdurante crisi, come Cia abbiamo annunciato una serie di iniziative sul territorio nazionale, con gli allevatori italiani per sconfiggere una strategia industriale che, oltre a colpire il settore della zootecnia da latte, rischia di contrarre la qualità complessiva delle produzioni casearie italiane con evidenti ripercussioni anche sui consumatori.

Alla crisi economica si aggiunge la vicenda delle quote latte, largamente irrisolta, come testimoniano le “multe” per 188,8 milioni di euro a carico dei produttori italiani nella campagna scorsa. Teniamo a sottolineare che su 47.000 aziende, 680 da sole hanno cumulato prelievi per ben oltre 120,00 milioni di euro, producendo più del 100% della quota. Una situazione segnata in particolare, dalla ridotta possibilità di compensare le produzioni all’interno della cosiddetta “quota B tagliata”.

Occorre, inoltre, contrastare con forza il fenomeno del latte “in nero”, fattore gravemente distorsivo delle competitività che si riflette nella tensione sul prezzo del latte alla stalla. Vanno dunque spezzate quelle “triangolazioni” commerciali che ancora oggi permettono a una minoranza di aggirare il prelievo supplementare “inquinando” il mercato.

Riteniamo che sia giunto il momento di porre in discussione l’attuale regime delle quote latte, sia introducendo gradualmente misure per dare elasticità al sistema, come la possibilità di compensazione a livello comunitario per chi, con un minimo di flessibilità, ha dimostrato di aderire alle regole, sia affrontando la questione del superamento del sistema delle quote che deve essere definita in un quadro di certezze di sviluppo alla zootecnia nazionale, salvaguardando gli investimenti sin qui attuati e l’impegno di quanti operano nella correttezza e nella legalità.

Da una crisi congiunturale si è passati ad una crisi strutturale: nella storia del settore lattiero caseario non si è mai verificato che di fronte al perdurare della crisi questa venga affrontata dai produttori aumentando la produzione di latte. Visto che più si produce, più si perde.

Questo aumento è dato, in parte, dal tentativo di coprire i costi di produzione, a cui si è aggiunto l’effetto del disaccoppiamento del premio latte, che ha spinto i produttori, in un quadro normativo fino all’ultimo incerto, a massimizzare la produzione per garantirsi l’intera fissazione del premio disaccoppiato. Ad agosto 2006 le consegne hanno registrato un calo dell’1,7%, ma la differenza con i precedenti periodi è ancora alta e per il periodo in corso il rischio prelievo ancora elevato.

Resta dunque un quadro produttivo difficile a cui si aggiunge il tema dell’utilizzo dei reflui zootecnici, a fronte dei nuovi provvedimenti regionali di applicazione della “direttiva nitrati” che porranno seri problemi al mantenimento, anche per le aziende da latte, delle consistenze degli allevamenti.

Superare la crisi

Questo documento vuol essere una ricognizione dei temi di maggior rilievo che interessano il territorio della pianura Padana per contribuire a definire una proposta

organica per il sistema lattiero-caseario consolidando sinergie d'intenti con la cooperazione.

Le dinamiche di mercato nel 2006 confermano la necessità di attuare scelte di politica agro-alimentare, di interventi istituzionali e di progettualità economica dei produttori organizzati e tra i soggetti interprofessionalità della filiera, con un'iniziativa sindacale e professionale in grado di accompagnare un piano d'azione per il settore lattiero nazionale.

In particolare, la forte crescita delle quotazioni dei cereali foraggieri rende necessario perseguire prezzi in grado di sostenere le dinamiche economiche delle imprese di allevamento.

La ricerca e il confronto sulle "innovazioni necessarie" ha messo in evidenza i temi di portata strategica per tutte le filiere agro-alimentari della regione:

- *A) Il governo della produzione per il mercato;*
- *B) Le politiche di qualità, distintività e sicurezza alimentare;*
- *C) Relazioni di mercato innovative e gli accordi di filiera;*
- *D) Politiche di marketing, confronto con la Grande distribuzione organizzata;*
- *E) Competitività, politica e costo dei fattori.*

Tali temi vanno presidiati attraverso un programma capace di:

- approfondire contenuti delle politiche, richieste e progetti,
- sviluppare iniziative politiche e sindacali in grado di affrontare e risolvere problemi,
- realizzare percorsi di crescita imprenditoriale nella filiera lattiero-casearia,

La Cia intende proporre un impegno comune alle altre organizzazioni professionali, alle Centrali Cooperative, alle rappresentanze delle imprese degli altri operatori alimentari ed alle Istituzioni azioni a difesa delle imprese agricole, in particolare con l'impegno al rafforzamento dei controlli di qualità dei prodotti importati e le azioni di promozione commerciale e educazione alimentare, l'avvio del confronto con le organizzazioni del commercio e dei consumatori.

Un impegno che può proseguire sostenendo le azioni delle imprese della filiera sui mercati, nel confronto con la Gd, nel rivendicare dal Governo un impegno per sostenere il settore.

PIANO D'AZIONE SULLA CRISI DEL SETTORE LATTIERO

A) Il governo della produzione per il mercato

L'esigenza prioritaria di questa fase è un aumento del prezzo del latte per le diverse destinazioni, per ricostruire adeguate condizioni di redditività delle imprese. Obiettivo che va perseguito rafforzando innanzitutto le modalità di offerta sul mercato.

Il comparto lattiero-caseario si caratterizza, da un lato per una forte selezione e specializzazione aziendale e, dall'altro, per una significativa articolazione e diversificazione produttiva. Questi aspetti che possono rappresentare i punti di forza del sistema si scontrano con alcuni elementi di forte criticità tra cui, per citare i più rilevanti, lo spostamento di quote importanti di valore aggiunto verso la grande distribuzione e l'aumento dei costi di produzione.

Alla necessaria capacità del sistema delle imprese di governare la produzione lattiera si devono affiancare anche azioni tese alla razionalizzazione del servizio di raccolta, della programmazione dell'offerta, della logistica e della assistenza commerciale.

- Le quote di produzione

Ribadiamo che l'elevata entità nazionale delle "multe" dovute agli esuberanti produttivi quote latte, a fronte invece del sottoutilizzo dei quantitativi nazionali registrato da parte di molti Paesi membri, pone l'esigenza di introdurre meccanismi di compensazione comunitaria, accompagnati da risposte certe per gli allevatori, in termini di durata del regime e di tutela degli investimenti compiuti.

Per questo la Cia propone che la definizione del futuro per il regime comunitario della quote vada di pari passo all'azione per il rispetto delle regole e alla lotta ai fenomeni speculativi.

Le Istituzioni nazionali e regionali devono impedire che comportamenti elusivi e illegali che sin ad oggi hanno consentito, con l'utilizzo latte prodotto al di fuori delle regole delle quote, di distorcere la situazione di mercato a tutto svantaggio dei produttori in regola e dei trasformatori con comportamenti trasparenti. Per questo si sostiene il rigore nell'applicazione delle norme: verso i primi acquirenti, sino alla revoca della qualifica, nei confronti delle imprese agricole, fino sospensione dei sostegni, sia nell'utilizzo delle risorse previste nei Psr per le imprese agro-alimentari, con una severa selezione e verifica dei progetti concordati.

- La competitività con il prodotto Ue

In questi anni abbiamo subito l'effetto della concorrenza delle quotazioni del latte dei nuovi Stati membri dell'Est. Una concorrenza che ha inciso più nella importazione di cagliate a prezzo basse che nel prezzo del latte acquistato. La miope strategia dell'industria italiana tesa a ridurre il prezzo del latte italiano, puntando ad appropriarsi l'importo del premio latte introdotto dalla nuova Pac, può essere invertita considerando il forte trend alla crescita dei prezzi del latte di quei Paesi, che sono giunti ormai al prezzo medio della Ue a 15 paesi, anche in considerazione dei i

costi logistici del trasporto del latte in Italia. Considerazioni che ribaltano le motivazioni ribassiste sui prezzi italiani, come peraltro dimostrato dai valori del latte spot. Inoltre, da almeno due anni, il latte italiano ha quotazioni inferiori rispetto al latte importato.

Questa nuova situazione competitiva deve essere fatta valere in sede di trattativa per il rinnovo del prezzo del latte.

- Le dinamiche di mercato domanda offerta

Le consegne nazionali ad agosto sono in calo dell'1,7% rispetto allo stesso periodo del 2005. A conferma di ciò, nel 1° semestre 2006 si assiste ad un -2,29% per il Parmigiano Reggiano e -1,38% per il Grana Padano.

Le importazioni di latte sono in calo del 4,6% in valore e nelle stesse quantità del 2005 mentre gli acquisti da parte dei consumatori sono in crescita del 3,7%, con punte del 6,7% nel Nord Est. Il prezzo al litro è cresciuto del 2,8% rispetto al 2005.

Sul mercato dei formaggi, le quotazioni medie crescono del 2,1 % rispetto al 2005, pur persistendo per i grana una situazione di prezzi insufficienti a coprire i costi, nonostante un calo dei consumi dell'1,9% nel primo semestre. Lo stesso import dei formaggi cala del 0,21%, dimostrando una situazione di equilibrio nelle competitività delle produzioni italiane e d'estere.

In complesso, si tratta di dinamiche che potrebbero sostenere un miglioramento delle quotazioni del latte italiano, impedito dall'azione di contenimento dei prezzi d'acquisto della grande distribuzione. Atteggiamento che occorre contrastare a partire dalla denuncia della crescente valore aggiunto di cui la Gdo si appropria nell'ambito della filiera.

Il tema della suddivisione del valore aggiunto della filiera richiede altresì una riflessione radicale sulla competitività dell'industria lattiero-casearia. Emblematico è il differenziale dei prezzi al consumo del latte fresco in Italia rispetto alla Germania (1,31 e 0,58 euro/litro) che copre gli oneri promo-pubblicitari per sostenere le vendite.

Per i formaggi tipici la concentrazione degli acquirenti richiede la capacità di far gamma da parte delle strutture dei produttori, al fine di trainare le vendite e agire sulla valorizzazione delle qualità.

- Le politiche per l'esportazione in Unione europea e nei Paesi terzi

Per incrementare l'export è necessario rafforzare l'immagine del made in Italy, strumento indispensabile per ampliare la conoscenza e la diffusione dei prodotti italiani che rappresentano uno status symbol sia nei paesi ricchi, dove il patrimonio caseario italiano è già apprezzato, sia in quelli emergenti nei quali stanno crescendo le categorie di consumatori con elevate capacità d'acquisto.

L'andamento dell'export dei formaggi (+52,44%) indica una leva strategica principale per invertire l'andamento delle quotazioni del latte italiano.

La crescita in volumi e valore delle esportazioni deve diventare l'obiettivo cui orientare l'azione della filiera e il sostegno delle istituzioni per ottenere

miglioramento della capacità di valorizzazione delle produzioni di latte e formaggi italiani.

Una azione da realizzare con il rafforzamento dei flussi commerciali sui mercati tradizionali e con l'apertura di nuovi mercati Ue e nei Paesi terzi.

La sfida competitiva su questi mercati richiede una forte coesione della filiera, a partire da sinergie tra le realtà cooperative e tra queste e le Op e le imprese di trasformazione.

La Cia intende promuovere percorsi di progettualità per sostenere le politiche di marketing delle imprese, sostenendole affinché possano beneficiare del sostegno istituzionale per le azioni promozionali e promo-commerciali.

B) Le politiche di qualità, distintività e sicurezza alimentare

Molti sono i temi che il sistema dovrà affrontare: l'incidenza delle emergenze sanitarie e la sicurezza alimentare, il riflessi ambientale degli allevamenti, le tematiche relative al benessere animale, il fabbisogno e l'utilizzo di alimenti proteici per l'alimentazione animale e il rapporto fra tipicità, territorio e prodotti certificati.

Spesso si è altresì di fronte a prodotti esteri ottenuti con tecniche di lavorazione discutibili.

Prodotti di marca, denominazioni protette, prodotti innovativi, prodotti d'élite e biologici, nonché prodotti a basso costo sono gli asset su cui il nostro settore deve continuare ad investire, sia per competere nei confronti dei prodotti importati che per presidiare i mercati mondiali legati o da conquistare al "made in Italy".

- Conferma strategia della qualità

Le dinamiche negative delle quotazioni del latte e dei formaggi scoraggiano i produttori impegnati a garantire livelli elevati di qualità dei prodotti, di sicurezza alimentare e sostenibilità ambientale.

Il rilancio e l'affermazione delle Dop e dei latticini freschi sui mercati oltre a coprire i costi aggiuntivi di tali prodotti deve segnalare la possibilità di valorizzazione dello sforzo imprenditoriale dei diversi operatori della filiera. Fondamentale diventano i percorsi di garanzia, controllo e certificazione promossi dai Consorzi di Tutela ed attuati dagli organismi di controllo terzi.

La crescita di nuove filiere sui prodotti tradizionali può contribuire a percorsi di sviluppo economico territoriale.

- Le filiere tracciate

Le produzioni regolamentate (Dop, Igp, biologiche ed integrate) sono il banco di prova della coesione delle filiere. Ai percorsi obbligatori della rintracciabilità previsti dal pacchetto igiene si affiancano inoltre i sistemi di controllo e certificazione delle diverse fasi produttive e, su questi temi, la Cia ritiene che tale elevata capacità di

garantire i consumatori possa rappresentare un elemento distintivo dei nostri prodotti sui mercati nazionali, europei e mondiali. Tutti elementi su cui coinvolgere le filiere per i prodotti di massa e nonché quelle legate per rilanciare i prodotti tipici e tradizionali delle diverse aree del Paese.

- Il pagamento della qualità

L'esperienza delle ultime trattative per la definizione del prezzo del latte hanno trasformato i criteri per la valorizzazione dei parametri qualitativi in un mezzo per la riduzione del prezzo.

L'innalzamento della qualità oltre ai valori di mercato nazionale deve rimanere premiato, anche a fronte dell'impegno economico e imprenditoriale degli allevatori. Si ritiene utile incrementare il valore di premio/penalizzazione del prodotto in funzione della destinazione.

I valori del latte provenienti dalle diverse aree produttive, oltre che per i valori organolettici e merceologici, devono essere misurati da nuovi criteri rapportati alla tracciabilità ed alle qualità finali dei prodotti lattieri e caseari nazionali. Tali criteri e valori devono essere alla base delle intese di filiere e disciplinari produttivi che la Cia intende promuovere.

- Adegumento a norme e valorizzazione qualità

Le norme del latte fresco e dei formaggi Dop e l'attuazione del pacchetto igiene si affiancano quelle relative alla rintracciabilità dell'origine ed all'etichettatura dei prodotti, tese a informare e garantire i consumatori sulle caratteristiche e sull'origine. L'attuazione delle norme previste dal cosiddetto "pacchetto igiene" impegna gli allevatori e la trasformazione a coniugare esigenze di salubrità con la preservazione delle caratteristiche artigianali e tipiche.

La Cia intende quindi sostenere le imprese agricole impegnate nella predisposizione consapevole delle procedure per la gestione della sicurezza alimentare ed in particolare attraverso strumenti semplificati per effettuare le registrazioni obbligatorie previste.

In questo ambito si auspica che l'Aia, capitalizzando le esperienze costruite con il sostegno pubblico al sistema allevatorio, possa svolgere una funzione in raccordo con i servizi del mondo agricolo organizzato.

C) Relazioni di mercato innovative e gli accordi di filiera

Diventa fondamentale definire il futuro del mondo associativo in funzione della rappresentanza del prodotto lattiero, sostenendo e promuovendo efficaci strumenti imprenditoriali degli allevatori.

In questo senso la nostra proposta è di avviare al più presto un momento di confronto tra organizzazioni professionali e delle cooperazione, organizzazioni economiche dei

produttori e sistema allevatorio per la costruzione di uno strumento unitario di “governance” del settore.

La Cia ritiene sia giunto il momento, non più rinviabile, che gli attori della filiera, tralasciando interessi di parte, concertino una strategia complessiva degli indirizzi che permettano alle aziende di avere reali certezze per un futuro sviluppo.

Una delle prime riflessioni che il settore agricolo deve compiere è l’analisi dell’attuale governo del sistema economico.

Su questo terreno, attualmente caratterizzato da egoismi delle parti a valle della produzione agricola e zootecnica, ci si giocano le prospettive competitive anche l’industria e la distribuzione nazionale.

Lo strumento attuale è rappresentato dalle norme sulle Regolazioni dei mercati agroalimentari contenute nel Dlgs 102/05. Di cui vanno utilizzati tutti gli istituti contrattuali ed affiancando all’azione dell’organizzazione economica dei produttori il ruolo politico e sindacale delle organizzazioni agricole.

- Rafforzare associazionismo sul mercato

Le importanti esperienze cooperative presenti nel comparto rappresentano, pur in un sistema di quotazioni strutturalmente inadeguate, una componente importante dei mercati, un elemento di sbocco del prodotto ed esperienze interessanti di valorizzazione della qualità.

Riteniamo ancora insufficiente ed inadeguato il sistema delle Organizzazioni dei Produttori di cui al Dlgs 102/05, in particolare per rafforzare le posizioni interprofessionali per il latte compravenduto.

Occorre stimolare i percorsi di adeguamento delle Associazioni al nuovo contesto di OP, costruendo su questo nuovo sistema organizzato le risposte di aggregazione imprenditoriale di secondo livello attraverso forme associate delle organizzazioni di produttori.

Una esigenza che ha portato la Cia a ritenere superato il ruolo di Unalat come momento economico nazionale dei produttori di latte.

- Intese di filiera e contratti interprofessionali

La mancanza di serie intese contrattuali tra produttori e industriali del latte richiede una profonda innovazione del sistema contrattuale del settore. Una innovazione che agisca sui livelli di confronto nazionali per quanto riguarda le intese strategiche e la definizione di delle norme contrattuali generali, utili a supportarle ed a promuovere l’azione pubblica a sostegno. La Cia ritiene necessario che il ministro De Castro indichi una riunione del Tavolo di filiera lattiero caseario per identificare un percorso utile per la prossima campagna lattiera.

Va costruito quindi un quadro contrattuale da far aderire alle diverse aree produttive con la stipula di contratti quadro e contratti di somministrazione.

La specificità e l'importanza della produzione lattiera della pianura Padana impegna delle Cia delle quattro regioni (Emilia-Romagna, Lombardia, Piemonte e Veneto) in una azione congiunta a sostegno dell'Osservatorio Economico sulla filiera lattiera-casearia promosso dalla Regione Lombardia.

Si propone che tale strumento coinvolga anche le Regioni Emilia-Romagna, Piemonte e Veneto, al fine di costruire analisi e contenuti a supporto di una trattativa comune per l'area padana, pur considerando le specificità regionali e settoriali esistenti.

In tale strumento va attuata un'attenta analisi delle posizioni che dominano la ristrutturazione del comparto caseario. Le acquisizioni di prestigiosi marchi nazionali, vedi Invernizzi, Locatelli, Cademartori, Galbani da parte di gruppi esteri occupando una quota rilevante del mercato (35%). Ciò per evitare d'introdurre elementi di instabilità sociale, come la chiusura di stabilimenti e la perdita di posti di lavoro, come dimostra la recente vicenda che coinvolge 250 lavoratori della Moretta nel cuneese. Inoltre una corretta analisi consentirebbe anche di evitare pressioni territoriali dovute a spostamenti non governati dell'offerta produttiva di latte.

- Strategie comuni operatori di filiera per la valorizzazione dei prodotti lattiero-caseari e la trasparenza della divisione rischio e valore aggiunto

Passare dalla contrapposizione alla cooperazione tra momenti della filiera rappresenta una opportunità per adeguare le produzioni ai mercati in grado di valorizzarle, per una equa ripartizione del valore aggiunto e per lo sviluppo di politiche commerciali coerenti con l'obiettivo della massima valorizzazione delle produzioni.

La Cia propone lo sviluppo dei confronti interprofessionali in sede di Tavolo di filiera per cercare intese di filiera con le fasi della trasformazione e distribuzione parti. In particolare per definire priorità da affrontare nella prospettiva di una ripresa complessiva del Settore:

- incrementare l'export,
- accrescere la competitività delle imprese italiane,
- modernizzare la normativa di settore,
- le iniziative da assumere con e nei confronti della Gdo.

- Acquisire strumenti per gestire le gravi crisi di mercato

Le dinamiche dei prezzi del latte e dei formaggi hanno ridotto fortemente il reddito degli allevatori. Rispetto al 1996 il latte compravenduto per l'alimentazione ed il Grana Padano ha perso il 23% del suo valore passando da 0,42 a 0,32 euro/lt. Più grave l'effetto su Parmigiano-Reggiano dove la perdita è del 50% passando da 0,72 a 0,35 euro/lt.

Una situazione di emergenza che ha portato e potrà portare a chiusure di stalle ed a indebitamenti gravi delle imprese.

Dopo la legge 71/05 sulle crisi di mercato, bloccata nei suoi strumenti fondamentali dalla Commissione Ue e svilita in piccoli interventi a pioggia, occorre definire norme

utili a intervenire a sostegno delle imprese colpite da gravi crisi di mercato. Con interventi utili a ricostituire capitale circolante e a rafforzare la struttura finanziaria delle imprese.

- Il ruolo dei Consorzi e Piani produttivi Dop

Le esperienze consortili interprofessionali a presidio dei prodotti Dop rappresentano una aggregazione dedicata alla tutela del prodotto, alla promozione del marchio sui mercati nazionali ed esteri e di controllo e vigilanza sulla correttezza dell'immissione al consumo al Disciplinary.

La composizione della base sociale favorisce lo sviluppo di confronti e dialoghi interprofessionali tra i diversi segmenti, da orientare alla ricerca di strategie vincenti sui mercati.

I Piani produttivi per il Parmigiano-Reggiano e Grana Padano rappresentano un contributo importante per coordinare l'offerta produttiva con il sostegno a politiche di crescita e valorizzazione sui mercati attraverso investimenti promo-pubblicitari.

L'utilizzo dei poteri di vigilanza sull'immissione sui mercati e l'incarico agli organismi di certificazione debbono rappresentare il momento di alto presidio degli sforzi degli allevatori e dei trasformatori per preservare ed aumentare la qualità, contrastando efficacemente frodi ed elusioni.

D) Politiche di marketing e confronto con la Grande Distribuzione Organizzata

Sul mercato nazionale l'azione della grande distribuzione, per aumentare i propri margini commerciali, impone condizioni contrattuali alla filiera che deprimono il prezzo alla produzione a livelli inaccettabili.

Condizioni cui anche i fornitori maggiori, anche di agricoltori associati, non hanno forza contrattuale per reagire adeguatamente.

La Cia intende aprire un confronto trasparente con la Gdo, finalizzato a sostenere nuove tipologie contrattuali finalizzate alla valorizzazione delle produzioni di qualità legate al territorio, all'esaltazione del contenuto di servizi presenti nei vari prodotti, alla piena padronanza degli aspetti collegati alla tracciabilità ed alla certificazione della produzioni. Un confronto che potrà vedere anche azioni originali di mobilitazione.

Diffondere la cultura della produzione e del consumo di cibo di qualità e sostenere il made in Italy agroalimentare presso il mercato nazionale ed estero, attraverso la promozione del sistema dei marchi italiani e la sensibilizzazione dei cittadini attraverso azioni mirate nelle strutture pubbliche e nei servizi sociali.

Le risorse pubbliche devono agire su progetti in grado di costruire sinergie tra l'intervento promozionale pubblico e le azioni di marketing degli operatori interessati a vendere sui mercati esteri.

A questa azione finanziaria debbono affiancarsi le azioni di regolazione dei rapporti multilaterali e bilaterali per agevolare l'entrata dei prodotti nei diversi Paesi e la

tutela delle denominazioni italiane. Azioni che debbono vedere Ministeri ed e Ambasciate a supporto della competitività delle filiere.

- Sostegno pubblico alla competitività sui mercati UE e mondiali, nel contesto del Made in Italy

- costituzione e funzionamento di una struttura nazionale di difesa dalla pirateria agroalimentare per la salvaguardia delle produzioni Dop e Igp su tutti i mercati, a sostegno delle importanti azioni svolte dal Consorzio Parmigiano-Reggiano,
- Sostegno alle iniziative imprenditoriali ed alle politiche di comunicazione e marketing istituzionale ed aziendale realizzate per sviluppare i mercati esteri,
- Politiche di riduzione dei costi del sistema Italia e integrazione sinergica con politiche del made in Italy previste nelle azioni del prossimo paragrafo E.

- Iniziative e strumenti per accrescere vendite all'estero

- Ricerca sulle potenzialità e criticità delle esperienze di vendita delle diverse tipologie di formaggi e dei prodotti lattieri innovativi sui mercati esteri,
- Ricerca intese tra operatori interessati,
- Strumentazione associativa per affrontare i mercati esteri.

- Innovazioni di prodotto con servizi adeguati ai nuovi stili di vita

Nuovi mercati, nuovi consumi possono essere acquisiti con:

- qualificazione del grattugiato,
- innovazioni nel confezionamento,
- nuovi prodotti derivati.

Va previsto un sostegno alle imprese che realizzano scelte adeguate ai nuovi stili di vita e che consentano anche il recupero di valore aggiunto per la produzione e la filiera.

- Governo diversi canali di vendita nazionali ed esteri

- La crisi attuale evidenzia effetti diversi nelle vendite e nelle marginalità tra i diversi canali distributivi.
- La forte incidenza della Gdo e le politiche di vendita verso questo segmento -che devono essere rafforzate e integrate alle strategie di filiera- non devono significare abbandono degli altri segmenti, e rinuncia a predisporre politiche di vendita verso di loro.

- L'obiettivo è la definizione di un accordo quadro, anche pluriennale, in grado da un lato di stabilizzare i prezzi nei diversi passaggi e rapportarsi in maniera innovativa con i consumatori e, dall'altro, di utilizzare, con lo stanziamento di adeguate risorse, la capacità di penetrazione di grandi catene di distribuzione, siano esse nazionali che estere, per promuovere le nostre produzioni locali su mercati internazionali individuati dalle filiere.

- Azioni comuni con Associazioni Consumatori

- Affrontare diverse questioni quali:
 1. il contrasto delle speculazioni basate su qualità minime,
 2. la promozione dei consumi la tutela dei consumatori circa la sicurezza igienico-sanitaria dei prodotti provenienti da paesi terzi.

Azioni per

1. Informare sulle qualità dei prodotti,
2. Controllare prodotti sui punti vendita.

- Dialogo con organizzazioni del commercio

Crisi e dintorni: dalla conflittualità all'impegno interprofessionale per la valorizzazione delle filiere.

- Impegno per politiche di rilancio dei consumi e dialogo con i consumatori,
- I temi della trasparenza dei prezzi per equi rapporti nella suddivisione del valore aggiunto,
- La qualità per la qualificazione delle imprese dei diversi aggregati,
- le opportunità delle diverse tipologie di imprese distributive, e i possibili rapporti di fornitura: quali confronti avviare con i diversi aggregati (discount, Gd e Gdo, negozi di vicinato, boutique alimentari ecc...).

E) Competitività, politica e costo dei fattori

Per un prodotto di elevato costo di produzione e conseguente prezzo al consumo, a fronte della concorrenza dei tradizionali competitori in Europa, è necessario tendere al contenimento dei costi nel rispetto della qualità dei prodotti finali ottenibile con l'innovazione e la crescita delle risorse umane e con il sostegno delle Istituzioni.

- I Programmi Regionali di Sviluppo Rurale

Condividiamo la scelta del Piano strategico nazionale di sostenere il rafforzamento della competitività delle imprese nell'ambito di politiche di filiera, idonee a costruire percorsi di valorizzazione ed innovazione di prodotto e nei mercati.

In questo ambito, i progetti di filiera devono consentire lo sviluppo di innovazioni e la realizzazione di investimenti nelle diverse fasi produttive, raccordati ad elevare i fattori di competitività e redditività.

Vanno pertanto sostenute unicamente le iniziative industriali che si impegnano nella costruzione di percorsi di valorizzazione delle produzioni conferite con una riconoscibile ricaduta sulle aziende agricole .

Nel contempo, i Programmi di Sviluppo rurale regionali debbono sostenere le azioni degli allevatori che intendono costruire percorsi di valorizzazione nell'ambito di filiere corte e di integrazione di reddito nella multifunzionalità.

- La sostenibilità ambientale

La legittimazione del prodotto agricolo nei confronti della società risiede nella capacità dello stesso di rappresentare un valore in chiave di sostenibilità ambientale e sicurezza alimentare.

Occorre dunque accompagnare le imprese nei percorsi di adeguamento alle normative sempre più stringenti di carattere ambientale.

In particolare, si pone l'esigenza nell'ambito della "direttiva nitrati", di recuperare i ritardi accumulati e gli squilibri provocati. Tutto questo in un contesto di accompagnamento degli sforzi e degli investimenti che gli allevatori debbono sostenere.

Assume rilevanza, pur nell'ambito delle autonomie regionali, l'obiettivo di mantenere omogeneità di attuazione nelle regioni inserite nello stesso bacino territoriale, in particolare quello che interessa la pianura padana.

- Il credito

L'elevata anticipazione di capitali necessaria alla filiera del latte destinato alla produzione dei formaggi grana costituisce una criticità ed un costo rilevante.

In particolare per :

- l'azienda agricola che deve di far fronte a mesi di anticipazioni finanziarie, rilevanti anche a fronte di aziende di dimensioni crescenti. Nell'area dei grana il calo dei prezzi si ripercuote sulle liquidazioni attese per la produzione 2004-2005 ed evidenzia problemi finanziari cui è necessario aprire un confronto con gli Istituti di credito per rendere il finanziamento bancario disponibile e sopportabile; anticipando le esigenze finanziarie con credito a medio e lungo termine. E' altresì evidente come anche i tempi di pagamento del prodotto agricolo alle aziende condizionano fortemente la liquidità delle aziende agricole produttrici di latte. Riportare a 30 giorni il saldo mensile significa infatti dare respiro agli allevatori.

- i caseifici e le strutture di commercializzazione, con il venire a meno dei sostegni alla stagionatura, perdono un incentivo essenziale per affrontare questa fase

indispensabile per perseguire la valorizzazione del prodotto. Occorre sospendere la prossima riduzione dei contributi alla stagionatura ed identificare nuove modalità di sostegno alla stagionatura da parte dei caseifici e relazioni tra questi e gli operatori commerciali per dare certezza di sbocchi di mercato del prodotto stagionato. Gli istituti di credito devono comprendere che, finanziando questa fase strategica per la formazione del valore, contribuiscono a sostenere relazioni interprofessionali in grado di realizzare giusti e remunerativi livelli di prezzi, in grado di garantire solvibilità diversi operatori della filiera

- l'azienda e la sue dimensione economica

L'efficienza economica e l'incremento del tasso di auto approvvigionamento di proteine vegetali sono il risultato delle politiche di crescita imprenditoriale delle imprese. L'aumento della superficie aziendale richiede l'attivazione di politiche di sostegno all'affitto, peraltro garantito dai contratti ex art. 45 della legge 203/82.

- il lavoro

La specializzazione richiesta dalla produzione foraggiera lattiera e dalla trasformazione richiede, in un contesto di crescita della dimensione aziendale, sostegni pubblici al collegamento con i flussi di lavoratori disponibili (caratterizzato dalla preminenza della manodopera extracomunitaria), ed alla formazione, accompagnate da interventi sui costi previdenziali e sulle tipologie contrattuali adeguati alle specificità del settore.

- la ricerca di base e la ricerca applicata

L'ampliamento della base proteica a disposizione per l'alimentazione delle bovine rappresenta la priorità su cui lavorare. In particolare per la riduzione delle perdite produttive delle colture foraggere e la contestuale qualificazione dei foraggi, per garantire la disponibilità di mais esente da contaminazioni e per recuperare unità proteiche da biomasse alimentari disponibili.

La produzione del latte, nei nuovi contesti tecnologici presenti nelle stalle, deve garantire le caratteristiche qualitative adeguate al mantenimento della tradizionalità del processo di produzione del latte e di trasformazione nei diversi formaggi. In particolare anche recuperando con la selezione caratteri provenienti delle antiche razze bovine.

Nella trasformazione vanno sviluppate le esperienze idonee alla rintracciabilità, capitalizzandone gli elementi in termini di efficienza produttiva e di miglioramento della qualità del formaggio.

Nel segmento del confezionamento vanno sviluppate tutte le innovazioni sulle tipologie di formati e sui nuovi prodotti a base di formaggio. Innovazioni necessarie per presidiare i nuovi stili di vita dei consumatori e i nuovi canali distributivi e della ristorazione.

- la formazione e la crescita delle capacità

Oltre alla formazione continua degli imprenditori e delle loro famiglie, vanno progettati e resi disponibili momenti formativi per la manodopera di campagna e di stalla, con livelli diversificati alla loro crescita professionale.

Gli Istituti superiori agrari e alimentari, unitamente alle Università, possono rappresentare momenti di media ed alta formazione per imprenditori e per operatori specializzati per le funzioni di maggior rilevanza nei processi produttivi della filiera.

- Istituzioni e competitività dei Programmi di Sviluppo rurale regionali

L'azione congiunta delle Regioni e del Tavolo di Filiera latte dovrà sostenere le politiche a favore sostegno alle imprese agricole, nello sforzo competitivo che hanno di fronte e nei nuovi percorsi territoriali per affermare ruolo e funzione dell'agricoltore, delle sue attività multifunzionali e costruire occasioni di reddito nelle aree rurali.

Sedi istituzionali e trasparenti nelle quali rimarcare l'importanza del settore lattiero caseario della pianura Padana non solo come impatto economico della produzione, ma anche e soprattutto per la valenza occupazionale di tutto l'indotto (aziende agricole, imprese di commercializzazione, sistema di trasformazione, trasporti, vendita mezzi tecnici, ecc.) e per la valorizzazione del territorio e di produzioni che non possono andare disperse.

Riteniamo che sia elemento di successo l'impegno diretto delle rappresentanze della filiera e delle Istituzioni per predisporre strategie economico-organizzative possa creare condizioni capaci di intervenire, con il supporto e, ove serva, lo stimolo istituzionale:

1. sul versante dei costi di produzione eliminando i fattori negativi, razionalizzando le spese, sviluppando sinergie in grado di contenere gli sprechi;
2. sull'aggregazione dell'offerta e sull'interprofessione per valorizzare le produzioni ed indirizzare le scelte su percorsi condivisi dal sistema agroalimentare;

3. sulla valorizzazione delle risorse disponibili attraverso scelte capaci di creare una base imprenditoriale in grado di confrontarsi con il mercato globale, attraverso formazione e servizi di consulenza;
4. sulla promozione e valorizzazione delle produzioni sui mercati esteri attraverso azioni volte ad acquisire/mantenere, sostenere e gestire tali mercati;
5. risolvere in modo chiaro la contraddizione dell'azione attualmente svolta dall'Antitrust.

LE PROPOSTE PER UN PERCORSO CONDIVISO

Piano strategico nazionale per il latte

Dopo tante occasioni di confronto e analisi economiche, gli allevatori, nell'interesse di tutta la filiera e l'economia nazionale, esigono una disponibilità concreta e comune per realizzare un percorso nazionale di sviluppo della zootecnia da latte e del comparto lattiero caseario, articolato sul territorio.

Proponiamo dunque elaborazione di un Piano strategico nazionale, definito all'interno del Tavolo di filiera con il contributo delle Regioni, che sviluppi la politica del governo delle produzioni, individuando gli strumenti associativi innovativi con ruoli e compiti ben definiti e che, in funzione degli interessi generali, condivida obiettivi di mercato, rapporti commerciali e interprofessionali.

Tavolo istituzionale interregionale

Ritenendo il comparto strategico non solo per l'economia, ma anche per il benessere sociale della nostra area, è necessario pensare ad una funzione istituzionale di accompagnamento agli interessi territoriali. E' necessario quindi, che oltre ad un Piano strategico nazionale, definito con il supporto delle Regioni nel Tavolo di Filiera, si avvii un Tavolo Istituzionale Interregionale di confronto.

Tavolo che, oltre ai temi specifici del latte, possa attivare politiche regionali coordinate e incisive sull'applicazione di norme e regole come ad esempio quelle produttive e ambientali.

Osservatorio economico interregionale

Per avviare concretamente i processi di partecipazione diretta degli agricoltori della ristrutturazione del comparto produttivo ed avanzare nella definizione di rapporti contrattualmente adeguati, sosteniamo con convinzione l'attivazione di un Osservatorio economico sulla filiera del latte. Per la storica esperienza maturata nel comparto lattiero e per le diffuse imprenditorialità singole ed associate è possibile, partendo dalla disponibilità della Regione Lombardia, superare le esperienze fin qui realizzate per una nuova struttura in grado di cogliere le aspettative degli allevatori e non solo. Al fine di cogliere in modo completo ed articolato tutti i diversi aspetti del settore è essenziale il coinvolgimento di tutte le Regioni dell'area padana, al fine di produrre analisi e contenuti esaustivi a supporto di una strategia comune, pur nelle specificità regionali e settoriali esistenti.

Organismo interprofessionale e accordo sul prezzo

Riteniamo doveroso riprendere con convinzione l'impegno per costruire rapporti interprofessionali avanzati. Occorre andare oltre le esperienze realizzate e, sulla base delle analisi maturate nell'Osservatorio, sviluppare un Organismo interprofessionale territoriale del latte, quale punto di riferimento autorevole dove realizzare finalmente le condizioni per un accordo sul prezzo del latte e le conseguenti politiche di mercato utilizzando le opportunità dei progetti di filiera.

Chiediamo pertanto ad Assolatte una rinnovata disponibilità alla trattativa per la definizione di un accordo sul prezzo del latte, con l'impegno da parte nostra di confrontarci con la massima apertura senza preclusioni su una piattaforma contrattuale dove prezzo, tabella qualità e condizioni contrattuali siano elementi distintivi del reale valore economico.

La realizzazione un sistema contrattuale coerente con il Dlgs 102/05, con la definizione di una Intesa di Filiera, insieme a un accordo quadro pluriennale e ad un contratto di fornitura con meccanismi di indicizzazione, oltre a consentire una maggiore certezza di reddito, consentirebbe all'azienda zootecnica di disporre di uno strumento giuridicamente ed economicamente accettato dal sistema finanziario per agevolare l'attivazione di aperture di credito, sia di anticipazione che di miglioramento. Questo anche nell'ottica dell'attività di

Ismea di predisposizione di innovativi strumenti finanziari destinati all'impresa agricola.

Si tratta di attivare in un percorso istituzionale nazionale e territoriale adeguato alle nuove sfide competitive, offrendo uno strumento da utilizzare anche nella necessarie valutazioni relative agli interventi dei Psr sulle misure a sostegno alla competitività dell'agro alimentare industriale.

In particolare, le risorse pubbliche devono agire su progetti in grado di costruire sinergie tra l'intervento promozionale pubblico e le azioni di marketing degli operatori interessati a vendere sui mercati esteri, nell'ambito di progetti di filiera di cui la Cia intende farsi promotrice.

Milano, 20 dicembre 2006