

“LE FILIERE BIOLOGICHE: PROGETTO PER L’ANALISI DELLA DISTRIBUZIONE DEL VALORE, LO STUDIO DELLA CERTIFICAZIONE DI GRUPPO, LA FORMAZIONE E LA TRACCIABILITA’: FIBIO”

Articolazioni delle filiere della pasta e del vino biologici

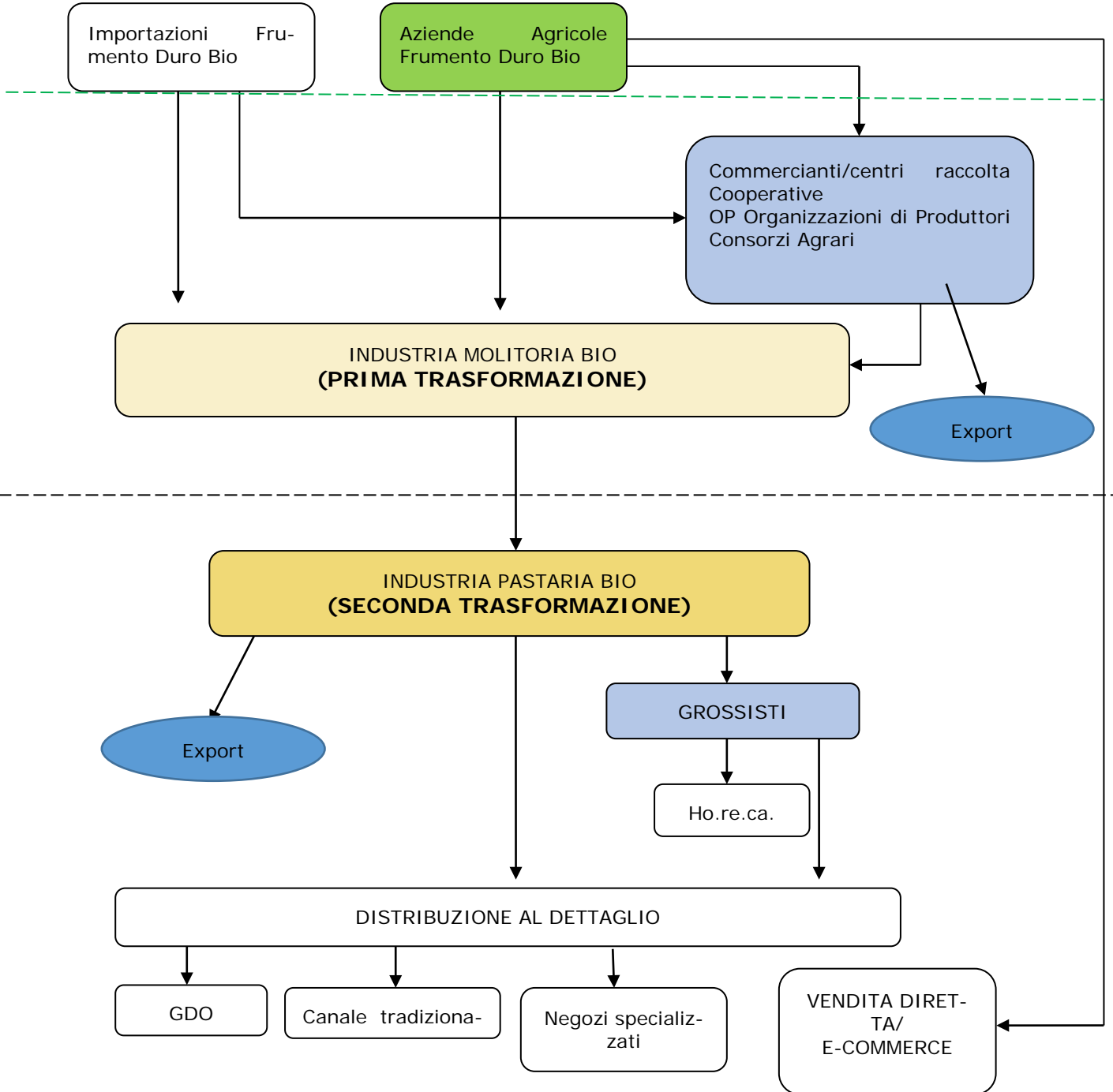
WP:1 Politiche di filiera



Progetto di analisi della catena del valore delle filiere: Pasta e Vino biologici

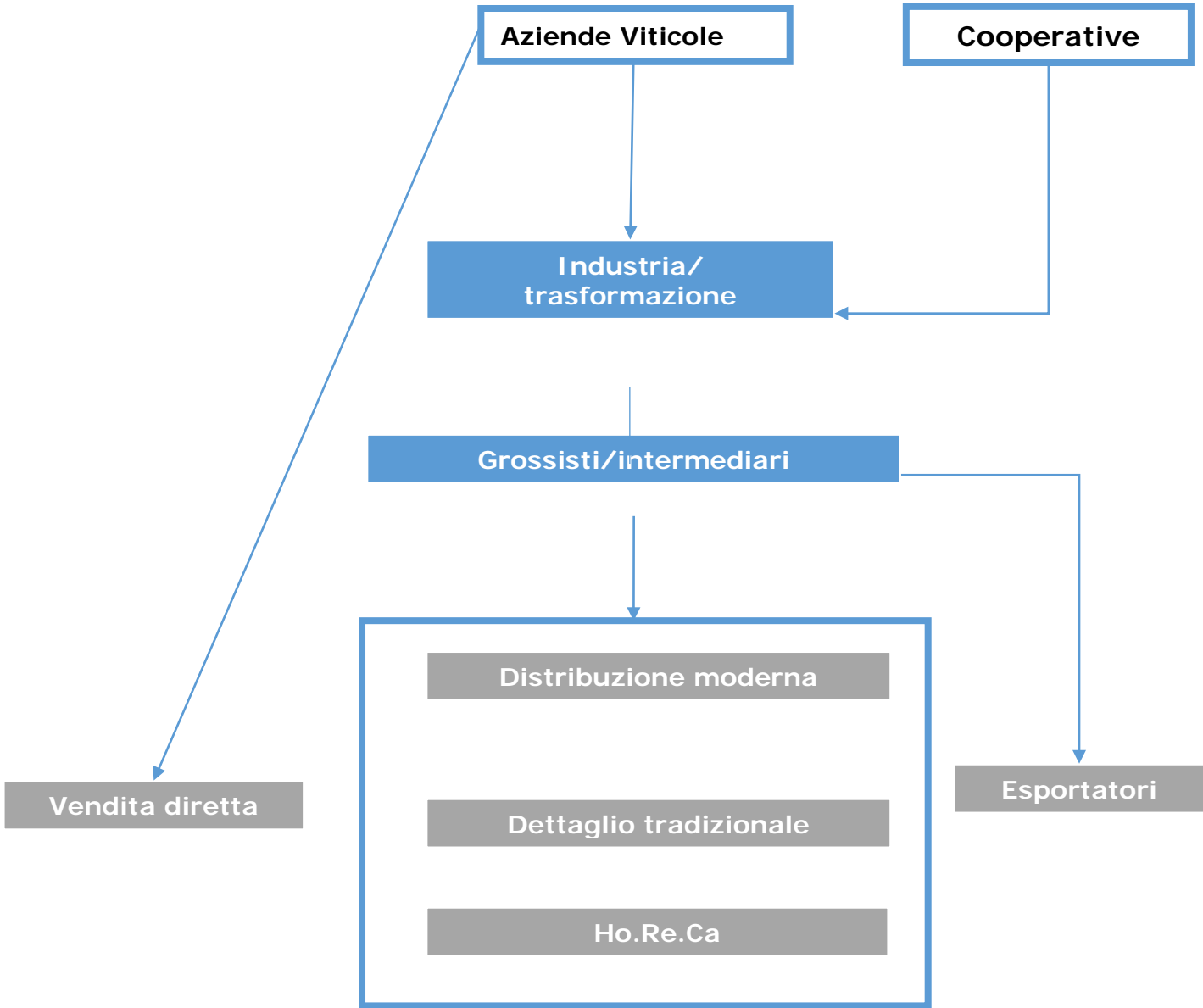
Ricostruzione e rappresentazione dei flussi di funzionamento della filiera della pasta di grano duro e vino bio e individuazione delle fasi caratteristiche:

I principali attori della filiera Pasta



*** ISMEA - Protocollo in Uscita - 0051773 del 28/11/2019 ***

I principali attori del vino



Sulla base di tali ricostruzioni sono state individuate le determinanti da considerare per l'impostazione dell'analisi:

- **i volumi sviluppati dalla filiera.** In genere a una differente articolazione dei canali di vendita e quindi a differenti livelli di potere negoziale di clienti e fornitori in ciascuno stadio, corrispondono diversi volumi.
- **Il grado di esposizione / dipendenza dei prezzi della materia prima agricola alle fluttuazioni delle quotazioni internazionali.** Questa circostanza riguarda sia il prodotto non biologico che l'omologo biologico. Come nel convenzionale, poi, nei casi di elevata dipendenza dei prezzi all'origine dalle quotazioni "esterne" alla filiera, specie per prodotti maturi come ad esempio la pasta, la trasmissione a valle dei costi di produzione è fortemente asimmetrica perché il prezzo al consumo viene mantenuto il più possibile costante e le relazioni di forza nella filiera determinano i punti in cui la conseguente compressione dei margini andrà a manifestarsi.
- **Il posizionamento di nicchia o di massa della filiera stessa.** Soprattutto nel biologico, l'insostituibilità dei fornitori può essere legata alla specificità della materia prima come nel caso di prodotti che ad esempio impiegano varietà di grani antichi con vincoli di impiego della semente certificata.
- **Il grado di integrazione della filiera.** Le relazioni di potere possono risultare diversamente distribuite a seconda che vi siano o meno: operatori che svolgono più fasi della filiera, come nel caso degli agricoltori integrati con la fase molitoria o di vinificazione, organizzazioni di produttori che svolgono la fase di stoccaggio o trasformazione, agricoltori che svolgono il ruolo di meri fornitori di materia prima dal momento che l'industria è integrata a monte nelle fasi precedenti, forme di integrazione verticale blindate con formule contrattuali che contengono l'esposizione a fluttuazioni dipendenti dall'andamento dei mercati delle commodity (come nel caso del grano).
- **La dimensione reciproca dei partecipanti alla filiera**
- **Il tipo di brand sotto il quale sarà veicolato il prodotto finito.** La distribuzione moderna ha compiuto un passo deciso nel segmento trasversale del bio con un posizionamento ufficialmente definito "bio per tutti", soprattutto se il prodotto è veicolato sotto private label. Questa scelta strategica finalizzata ad espandere la penetrazione del prodotto richiede una compressione dei margini che va a colpire più intensamente tutte le fasi della filiera ma presumibilmente in modo diverso a seconda dei casi. Del resto, se nel negozio specializzato entrano prevalentemente consumatori fortemente targettizzati e caratterizzati da significativa willingness to pay nei confronti dei plus percepiti in relazione al bio, nel retail moderno il confronto dei prezzi unitari tra prodotti biologici e non è immediato e differenziali molto ampi di prezzo possono demotivare i segmenti di acquirenti meno "determinati" o anche meno informati. L'asimmetria informativa, in questo caso, opera al contrario: il produttore conosce i costi di produzione, l'impegno profuso, il rischio affrontato e sa che i prezzi potrebbero ragionevolmente essere più alti; il consumatore, d'altro canto, non ha queste informazioni e quindi "prende per buoni" i modesti differenziali constatabili sugli scaffali della distribuzione moderna.

- Gli impatti **meteorologici**. Alcuni trattamenti/attività di rafforzamento in risposta a particolari situazioni metereologiche, nel caso dell'agricoltura biologica non sono accessibili, altri lo sono ma spesso con costi unitari superiori a quelli del convenzionale, pertanto se in annate "favorevoli" la coltivazione biologica, al di là dei costi del seme e delle certificazioni, può addirittura risultare vantaggiosa sul fronte dei costi, nelle annate, molto più probabili, anche a causa del cambiamento climatico, in cui si verificano "avversità" da gestire, i costi unitari possono risultare più elevati per l'effetto congiunto dell'aumento dei costi e del contenimento delle rese.

Coerentemente con l'eterogeneità di situazioni che possono, pertanto, presentarsi, il progetto prevede, sia per la filiera pasta che per la filiera vino, l'analisi di diverse tipologie di "modelli/subfilieri", per le quali si individuano i soggetti da coinvolgere per le interviste.

Quattro sub-filieri per la Pasta

1. Il prodotto pasta viene venduto dall'agricoltore direttamente al consumatore finale (trasformazione diretta/conto terzi) – vendita al dettaglio (e-commerce e/o presso spaccio aziendale)
2. Il grano duro viene conferito ad un consorzio/centro stoccaggio privato (scenario 1 con contratto di coltivazione/scenario 2 stoccaggio in conto deposito)
3. Il grano duro conferito ad una OP
4. Il produttore è socio di una cooperativa bio che trasforma e commercializza il prodotto a proprio marchio

Tre sub-filieri per il Vino

- 1) Il produttore è specializzato nel biologico, vinifica direttamente e vende il proprio prodotto alla ristorazione, a negozi specializzati in parte anche direttamente (vendita diretta, e-commerce ...)
- 2) Il produttore è specializzato nel biologico, vinifica direttamente e vende il proprio prodotto alla ristorazione, a negozi specializzati in parte anche direttamente (vendita diretta, e-commerce ...)
- 3) La cantina produttrice serve un retailer specializzato in prodotti biologici

Per ciascuna delle 4 sub-filieri individuate per la filiera pasta e delle 3 sub-filieri per la filiera vino, si rimanda all'**allegato n. 2** che riporta lo schema e il numero delle interviste e all'**allegato n. 3** per la nota metodologica della rilevazione.

Al termine dell'analisi, i risultati dello studio verranno presentati e discussi in 2 Workshop/tavola rotonda con gli operatori coinvolti e interessati.