



# La Pac non garantisce adeguato sostegno al reddito agricolo

La prossima Pac, per la quale si attende la stesura di una prima proposta entro il 2025, potrà essere l'occasione per preparare il passaggio da una politica agricola che distribuisce in modo indifferenziato una quota molto rilevante delle risorse, a una in grado di rispondere davvero alle specifiche necessità di miglioramento della competitività e della resilienza delle imprese. È infatti ormai necessario avere il coraggio di riconoscere che il sistema dei pagamenti disaccoppiati – introdotto dal legislatore per orientare le scelte produttive delle imprese verso il mercato, garantendo un sostegno indipendente dal livello produttivo e dal tipo di coltivazione in atto – ha esaurito, dopo una prima fase, la sua capacità di sostenere adeguatamente il reddito delle imprese.

Dopo anni di applicazione è ormai chiaro che gli aiuti disaccoppiati non svolgono più una funzione di integrazione al reddito netto dell'imprenditore, ma hanno assunto piuttosto una funzione attiva nella copertura dei costi di produzione dell'impresa. Questo vale sia nel breve periodo, quando, ad esempio, svolgono il ruolo di garanzia nell'accesso al credito, che nel lungo periodo, contribuendo alla riduzione dei costi fissi come quelli connessi al capitale fondiario. Questi aiuti, infatti, pur non incidendo sui livelli produttivi e sulle scelte colturali, incidono sull'equilibrio economico dell'impresa e pertanto sulla sua capacità di permanere sul mercato. Nelle imprese con superfici ridotte, invece, spesso impegnate in produzioni a elevato valore aggiunto, l'entità degli aiuti disaccoppiati assume una valenza del tutto marginale, non riuscendo a svolgere la funzione di sostegno il reddito.

L'obiettivo del disaccoppiamento, ovvero aumentare la resilienza, la competitività e l'orientamento al mercato del settore, è stato quindi in gran parte disatteso. Al contrario, in un contesto di asimmetrico potere contrattuale, favorisce la riduzione dei prezzi ricevuti e l'aumento di quelli pagati. Questa situazione è emersa chiaramente nei contenuti delle proteste

«dei trattori» della scorsa primavera che, dopo l'erogazione degli aiuti del primo anno della Pac 2023-2027, ha messo in evidenza il taglio di circa il 50% dell'aiuto di base per la sostenibilità, in un contesto di impegni ambientali crescenti e di mercato insoddisfacente.

Al fine di aumentare la resilienza e la competitività delle imprese agricole, oltre che favorire il funzionamento dei mercati, la prossima Pac dovrebbe quindi agire nella direzione di favorire un orientamento delle imprese alle tendenze di medio termine del mercato, riducendo l'impatto degli shock per stimolare innovazione e investimenti. Inoltre, dovrebbe garantire percorsi di accompagnamento alla riconversione produttiva per le imprese che abbandonano anticipatamente i comparti in crisi. Questo approccio, adottato finora dall'UE solo in via emergenziale, richiede una quantità adeguata di risorse economiche e un'architettura di intervento chiara. L'unico strumento attualmente disponibile è rappresentato dalla Riserva di crisi, che dispone però di risorse molto limitate e prevede un meccanismo di intervento solo parzialmente codificato, con una gestione centralizzata a livello europeo.

Una riforma di questo strumento dovrebbe definire con chiarezza gli ambiti di intervento, includendo eventi climatici catastrofici, da gestire in integrazione con strumenti agevolati di gestione del rischio, emergenze legate a fitopatie e zoonosi e crisi di mercato, sia sul fronte dei prezzi dei prodotti che del costo dei fattori. Per migliorare l'efficacia di questo primo strumento, è però necessario dedicare maggiore impegno nel miglioramento del sistema di gestione del rischio affinché sia in grado di coinvolgere in modo più ampio gli agricoltori italiani, supportato da un sistema amministrativo che bilanci efficacia e tempestività con le azioni di verifica e controllo. Non di meno è necessario superare la logica del blocco delle risorse dedicate alla Pac, che in termini reali è stata pesantemente erosa dalla dinamica inflazionistica, ripristinando un adeguato livello di finanziamento capace di garantire dignità e soluzioni efficaci al settore. ●

● INCERTEZZA PER GLI ALLEVATORI FRANCESI

# Scontro in Europa sul mercato del latte

In Francia il primo acquirente nazionale dal 1° di novembre non ritira più il latte dagli allevatori aderenti alla op Sunlait, mentre Lactalis vuole ridurre del 9% i ritiri di latte biologico e in Olanda è stata accusata di pratiche sleali, come d'altra parte in Italia

**I**l mercato lattiero-caseario europeo e italiano attraversa una fase di stabilità, con una vivace domanda interna e internazionale, una produzione che cresce, ma a ritmi molto blandi e prezzi di mercato per la materia prima collocati a un livello soddisfacente.

L'ultimo rapporto sulle prospettive a medio termine dei mercati agricoli europei rilasciato dalla Commissione di Bruxelles parla apertamente di una situazione che favorisce buone performance reddituali per i produttori.

Quando però si va ad analizzare quello che succede quotidianamente nel mercato lattiero-caseario europeo si scopre che non tutto procede per il meglio.

## Dalla Francia segnali negativi

Alcune recenti notizie diffuse dall'agenzia informativa europea Euractive, riguardanti la **Francia**, sono degne di essere riferite perché potrebbero anticipare delle dinamiche future nel mercato italiano, o magari già in corso, e delle quali non si discute.

La prima si riferisce alle **difficoltà di chiudere il contratto di conferimento tra l'associazione di organizzazione produttori Sunlait e il grande gruppo lattiero-caseario Savencia**.

Quest'ultimo si rifiuta di sottoscrivere l'accordo e ha deciso di rinunciare, a partire dal 1° novembre del corrente anno, a raccogliere il latte degli allevatori aderenti all'organizzazione di produttori. La rottura delle trattative è stata denunciata da Sunlait con un comunicato stampa con il quale è stato riferito della rinuncia alla negoziazione collettiva e della volontà del gruppo Savencia di continuare ad acquistare la materia prima rivolgendosi direttamente ai produttori, offrendo loro contratti individuali e scavalcando così l'organismo di aggregazione dell'offerta.

I vertici dell'Associazione delle organizzazioni di produttori (Aop) hanno esortato la base sociale a rimanere unita e a non cedere alle sirene di Savencia, che è il secondo maggior gruppo lattiero-caseario francese e il quinto a livello mondiale.

La vicenda ha avuto anche delle conseguenze politiche, con il parlamentare europeo, Eric Sargiacomo, che ha presentato un'interrogazione scritta alla Commissione, denunciando l'accaduto e chiamando in causa anche il gruppo Lactalis.

In pratica si sostiene che l'operazione di isolamento degli allevatori dalla loro organizzazione economica sarebbe

*Savencia, secondo operatore lattiero-caseario francese, intende acquistare latte direttamente dai produttori scavalcando le op*



contraria alle disposizioni contenute nei regolamenti comunitari e in particolare a quelle sancite dall'Organizzazione comune di mercato (Ocm unica).

Il parlamentare, che è anche componente della Commissione agricoltura e sviluppo rurale, chiede di considerare la questione sollevata nell'ambito dell'annunciata operazione di revisione della direttiva europea sulle pratiche sleali, introducendo un sistema di sanzioni a carico degli operatori industriali e commerciali che mettono in pratica un tale comportamento.

**Un secondo episodio sempre proveniente dalla Francia riguarda la decisione del gruppo Lactalis di ridurre gli acquisti di latte biologico del 9%** in conseguenza della critica situazione del mercato, con la riduzione della domanda di prodotti biologici.

Il problema non è circoscritto al mercato francese, ma riguarderebbe anche altri Stati membri, dove ai produttori di latte viene offerto, come alternativa per mantenere i livelli produttivi e la redditività raggiunta, di rinunciare alla certificazione e tornare verso la produzione convenzionale di latte.

## Anche in Olanda ci sono problemi

Un ultimo caso sul quale è opportuno soffermare l'attenzione si è verificato in Olanda ed è stato reso noto con la pubblicazione dell'autorità nazionale per i consumatori e il mercato, attorno alla fine del mese di settembre scorso.

**Con una specifica ordinanza è stata rilevata la violazione della legge olandese sulle pratiche sleali a carico di Lactalis**, con la richiesta di modificare il contratto relativo alla fornitura della materia prima e alla determinazione del prezzo del latte crudo alla stalla, prevedendo un sistema trasparente e oggettivo.

Il ricorso è stato presentato dall'organizzazione dei produttori Leerdammer Collectief che ha denunciato un caso di modifica unilaterale del prezzo del latte apportato dalla multinazionale francese.

**In pratica, una situazione analoga a quanto accaduto in Italia di recente con la denuncia presentata dalla Coldiretti.**

L'industria di trasformazione sembra capace, ancora una volta, di mettere in campo una forza contrattuale superiore rispetto a quella degli allevatori, benché ci siano state negli ultimi anni nuove disposizioni europee che hanno cercato di rilanciare il potere contrattuale. **S.Tu.**

● INTERVISTA A MAURIZIO MOSCATELLI AD DI GRANTERRE

# Nasce il grande polo dei salumi italiani

di Gaetano Menna

**G**ranTerre (società a controllo cooperativo) e Parmacotto hanno siglato l'accordo per un'aggregazione tra top brand della salumeria italiana. Ne parliamo con **Maurizio Moscatelli**, amministratore delegato di GranTerre.

## Moscatelli, quali sono i motivi dell'unione a GranTerre di Parmacotto?

Lo stesso gruppo GranTerre nasce da un'aggregazione, quella tra Parmareggio (oggi Caseifici GranTerre) e Grandi Salumifici Italiani (oggi Salumifici GranTerre).

Chi meglio di noi, quindi, sa che l'aggregazione è una chiave potentissima per avere successo. Il nostro obiettivo è quello di creare un vero campione nazionale.

Consideri anche che in Italia GranTerre produce già 30.000 t di prosciutto cotto all'anno, siamo il primo produttore, e arrivati a questo punto serviva un sodalizio con un brand forte come Parmacotto, riconosciuto dal grande pubblico e in grado di darci quella spinta per continuare a crescere spediti.

## Quali sinergie vi aspettate dalla nuova aggregazione?

Dal punto di vista produttivo dovremmo fare qualche aggiustamento. Gli impianti Salumifici GranTerre sono già saturi, ci attendiamo di portare a saturazione anche quelli Parmacotto.

Sul versante della distribuzione ci saranno benefici in termini di efficientamenti.

Mentre nel commerciale e nel marketing riusciamo ad arricchire l'offerta con un top brand.

Questo ci rende più forti e credibili.

**L'obiettivo è superare 1,5 miliardi**

La sinergia tra GranTerre e Parmacotto ha l'obiettivo di raggiungere 1,5 miliardi di euro di fatturato in 5 anni e permetterà di ridurre i costi di produzione, aumentare l'export e creare valore per la parte agricola

## di euro di fatturato in 5 anni.

È un obiettivo raggiungibile. Vogliamo essere un aggregatore per il food italiano di qualità.



Maurizio Moscatelli

Ambire al ruolo di campione nazionale del settore, con capacità produttiva e brand consente di avere visibilità e risorse.

Questo in ottica commerciale è un grande vantaggio, che ci può mettere in condizione di intercettare al meglio la crescita. La riduzione dei costi ci sarà, faremo efficienza là dove possibile.

La riduzione dei costi ci sarà, faremo efficienza là dove possibile.

## Come si intende accelerare l'espansione internazionale?

Capacità industriale, brand e dimensione sono le nostre leve per imprimere un'accelerazione alla crescita.

Innanzitutto nei mercati europei, in particolare Germania, Francia, Inghilterra, Svizzera e negli Stati Uniti, dove la presenza radicata di Parmacotto è una delle ragioni che ci ha spinto ad aggregarci.

Le potenzialità di crescita negli

USA, un mercato grande e in costante espansione sono enormi. Ma è il mercato estero in generale che cresce e vogliamo esserne protagonisti.

## Come si rafforzerà la filiera agricola italiana?

La nuova realtà è espressione dei territori ai quali è e sarà sempre indissolubilmente legata. Continuare il nostro percorso di crescita vuol dire soprattutto consolidare e far crescere le produzioni locali e l'intera filiera.

È proprio la pluralità di competenze determinata dalla localizzazione della produzione che ci distingue e ci rende credibili per la costruzione di un polo delle eccellenze di salumi.

## Come si manterrà un'identità di marchio forte e coerente?

Questo è un lavoro che sappiamo fare molto bene, penso anche a Caseifici GranTerre che vanta top brand come Parmareggio insieme ad altri.

GranTerre è il brand federatore. Nel caso di Salumifici GranTerre la risposta sta nei valori di territorialità ed expertise che esprime. Senfter espressione del saper fare dell'Alto Adige, Alcisca portatrice della «bolognesità». Con Parmacotto continua questo percorso.

## Come vi adattate ai cambiamenti delle preferenze dei consumatori?

Il prodotto tradizionale è apprezzato sempre di più ma ci sono nuovi trend.

Quello del «benessere» lo consideriamo ormai strutturale. Alcuni nostri prodotti, con il brand Liberamente, sono tra le prime proposte del mercato. Un nuovo trend è quello delle proteine vegetali che vede nei piatti pronti una declinazione di successo.

La nostra offerta col brand Teneroni, in crescita, cerca di unire al contenuto di servizio ingredienti come il riso, capaci di intercettare i nuovi trend.

## Quali sono le principali sfide future?

Il *commitment* degli azionisti è forte e chiaro: continuare a crescere e creare valore per tutti gli attori coinvolti e le filiere.

All'aggregazione di oggi ne potranno seguire altre, facendo di Salumifici GranTerre la «casa comune» della salumeria italiana. ●

**30.000t**  
produzione annuale  
di GranTerre di prosciutto cotto

# Rallenta la crescita dei consumi di frutta a guscio

**U**n comparto, quello della frutta in guscio, tra i più dinamici nel settore agroalimentare per flussi di interscambio mondiali, con volumi in forte ascesa sulla scorta di una domanda in continua espansione, anche se concentrata in pochi mercati.

Lo rileva l'Usda, il Dipartimento dell'agricoltura americano, in un rapporto pubblicato nei giorni scorsi da cui emerge il ruolo chiave di alcuni grandi acquirenti, tra cui Unione europea, Cina e India, Paesi che hanno contribuito a migliorare significativamente la redditività del settore, sia pure in un mercato ritenuto oggi più vulnerabile e soggetto a pressioni di varia natura.

## UE grande consumatore

Emblematico – osservano gli analisti – il ruolo dell'**Unione europea, area che da sola concentra poco meno del 30% delle importazioni mondiali di mandorle, noci e pistacchi.**

Relativamente alle sole mandorle, nella campagna di commercializzazione 2023-2024, i Paesi UE hanno importato complessivamente 269.000 t, mantenendo il primato mondiale. Si tratta tuttavia di un livello inferiore di circa 30.000 t rispetto al picco di 298.000 toccato nel 2020-2021, in un mercato che in questi ultimi anni ha perso di slancio, soprattutto nelle destinazioni della confetteria e della produzione alimentare, anche se le proiezioni per il 2024-2025 preannunciano un rimbalzo a 280.000 t, grazie alla ripresa della domanda soprattutto per snack e dolci.

A bilanciare le minori richieste europee sono stati tuttavia altri Paesi, in particolare India, Cina, Turchia ed Emirati Arabi Uniti, che hanno contribuito a spingere oltre la soglia del milione di tonnellate il volume delle importazioni globali di mandorle, con soli cinque mercati che rappresentano oggi quasi il

70% dagli acquisti mondiali, a conferma della forte interdipendenza tra produzione e distribuzione globale nel settore.

## Gli Stati Uniti leader delle mandorle

Da lato dell'offerta, **gli Stati Uniti restano leader assoluti, con una produzione di mandorle stimata per il 2024-2025 intorno a 1,3 milioni di tonnellate (si tratta di oltre 3/4 della produzione mondiale, che dovrebbe crescere del 16%), seguiti a parecchia distanza da Australia e Unione europea.**

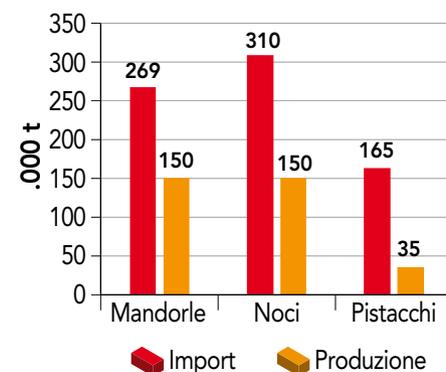
Da evidenziare la previsione di un aumento dell'11% della produzione nell'UE, a 150.000 t.

Si prevede che il consumo nell'UE continuerà a crescere fino a 410.000 t, un quantitativo comunque inferiore al picco di 443.000 del 2020-2021.

## Noci, vince la Cina

Relativamente alle noci – rivela l'Usda – la produzione globale dovrebbe crescere del 2%, portandosi a 2,7 milioni di tonnellate, con la Cina che ha assunto ormai un ruolo cruciale, proiettata al record di 1,5 milioni.

## Mercato della frutta a guscio UE (2023-2024)



La produzione UE rimane largamente inferiore al consumo che tuttavia sembra rallentare la crescita. Consumi e scambi commerciali globali sono concentrati in pochi Paesi e rendono quindi questo mercato vulnerabile

Al contrario, la situazione americana risente di una serie di fattori negativi che hanno determinato quest'anno una contrazione del 19% della produzione di noci, depotenziando l'export (-13% la previsione per la campagna 2024-2025) e confermando la vulnerabilità di questa coltura alla variabilità climatica e ambientale.

**La produzione dell'UE è prevista in aumento del 7% a 150.000 t**, grazie ai modesti miglioramenti di resa in Francia, Italia e Spagna, che hanno compensato la flessione in Romania, primo produttore di noci dell'area.

Le importazioni, ancora nei Ventisette, sono previste a 310.000 t, in calo del 5%, principalmente a causa dell'aumento della disponibilità interna e delle minori spedizioni dagli Usa.

## 2024: pistacchi da record

Quanto al pistacchio, mancano al momento indicazioni sulla campagna 2024-2025. È stata da record però l'ultima stagione, che ha lasciato agli annali una crescita del 40%, con 1,1 milioni di tonnellate.

Gli Usa, con quasi 700.000 t, restano in assoluto i maggiori produttori, con il 60% dell'output mondiale, seguiti dall'Iran con poco meno di 200.000 t.

Meno lusinghiero il bilancio produttivo in Turchia, dove l'alternanza vegetativa ha determinato una perdita significativa di resa, riducendo la produzione a 175.000 t (-13%).

**Nell'UE la dipendenza dall'estero si sta ulteriormente aggravando.** Nel 2023-2024, a fronte di una produzione di 35.000 t si sono avute importazioni per 165.000 t, il 50% in più rispetto all'anno precedente.

F.Pi.

● ALLARME AUTOAPPROVVIGIONAMENTO FRUMENTO DURO

# Pasta italiana, ma con grano estero

Si muovono Coldiretti e Confagricoltura, con specifiche alleanze con l'industria pastaria, per aumentare l'approvvigionamento di frumento nazionale. Intanto la Turchia ha decuplicato l'export di grano in Italia

di **Claudio Costantino**

**L**a pasta, senza ombra di dubbio, è uno dei simboli del made in Italy ma, paradossalmente, è fatta con sempre meno grano nazionale. «C'è – osserva Coldiretti – un vero e proprio fiume di grano duro destinato in gran parte ad arrivare in Italia che, aggiunto a quello canadese, impatta sui prezzi del prodotto nazionale».

## Alleanza Unionfood-Confagricoltura

Per «far tornare il tasso di autoapprovvigionamento a livelli più alti», il presidente di Confagricoltura, Massimiliano Giansanti, il 18 ottobre scorso – alla prima edizione a Roma del *World durum and pasta forum* – ha annunciato che la Confederazione ha stretto un'alleanza con Unionfood sulla filiera grano-pasta.

L'iniziativa affonda le radici nel «protocollo d'intesa grano duro-pasta»: un'esperienza che, dal 2017, ha consentito di raddoppiare sia il numero dei contratti di coltivazione tra pastai e mondo agricolo e cooperativo (da 6.000 a più di 12.000), sia la superficie agricola oggetto di accordo (200.000 ha, più del 15% dell'intera superficie agricola nazionale vocata a

**grano duro**). «Dagli accordi di filiera provengono oggi oltre 700.000 t di grano duro italiano che hanno garantito all'industria molitoria il grano giusto per la produzione di semole adeguate alle esigenze dell'industria pastaria e agli agricoltori italiani un'equa remunerazione».

Un progetto che Unionfood e Confagricoltura ora intendono replicare su larga scala.

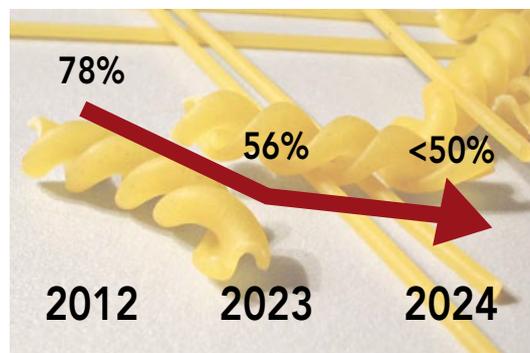
## Filiera pasta di Coldiretti

Dal canto suo **Coldiretti**, lo scorso 28 ottobre ha presentato presso il Masaf, alla presenza del ministro Francesco Lollobrigida, «Filiera Pasta», il progetto portato avanti con Filiera Italia, l'associazione che opera per sostenere e valorizzare il made in Italy agroalimentare.

In pratica si tratta di un'alleanza tra produttori di Coldiretti e industrie di trasformazione per il rilancio e la valorizzazione del grano italiano, la sottoscrizione di contratti di filiera che assicurino un'equa ripartizione del valore aggiunto, la comunicazione e la promozione per differenziare sul mercato internazionale la pasta 100% made in Italy e per contrastare l'*italian sounding*.

«Filiera pasta – ha sottolineato il presidente di Coldiretti, Ettore Prandini –

## Tasso di autoapprovvigionamento del grano duro in Italia



si pone alcuni obiettivi importanti, tra cui la difesa e la tracciabilità lungo la filiera, la promozione delle tradizioni e delle distintività manifatturiere dei diversi pastifici e la ricerca e l'innovazione della produzione per aumentare produttività e sostenibilità; tutto ciò al fine di garantire la distintività del settore e contrastare il fenomeno dell'omologazione dei processi produttivi della pasta e della corsa a ribasso degli standard che avvantaggiano altri Paesi produttori».

Va poi sottolineato che il Governo in più occasioni, nell'ottica della sovranità alimentare, ha espresso la volontà di investire sulle filiere. Ora sarà importante comprendere come favorirà e sosterrà queste e analoghe iniziative di filiera grano-pasta che, seppur con alleanze differenti, hanno obiettivi strategici comuni.

D'altronde, la situazione della coltivazione del grano duro è sempre più difficile nel nostro Paese.

## L'ascesa della Turchia

Nel 2012 il tasso di autoapprovvigionamento del grano duro in Italia era al 78%, nel 2023 è sceso al 56% e nel 2024 con ogni probabilità si chiuderà sotto il 50%, condizionato dalle avversità climatiche che hanno inciso sulle rese per ettaro; anche il valore della produzione è calato, influenzato dalle importazioni. Il che vuol dire che più di 3 milioni di tonnellate di grano duro per produrre la pasta italiana provengono dall'estero e sempre di più dalla Turchia (con il sospetto pure di triangolazioni con la Russia).

La Turchia – come fa presente un recente studio di Confagricoltura sul frumento duro proveniente da Ankara – ha incrementato notevolmente le esportazioni di frumento verso l'Europa. Nel 2020 queste ammontavano a 17,8 milioni di euro per un totale di 51.000 t. Nel 2023 tali cifre sono salite drasticamente a 236 milioni di euro e 566.000 t; il 74% del grano turco esportato nell'UE è arrivato proprio in Italia (416.000 t).

La Turchia è diventato il secondo Paese produttore mondiale di pasta e si è posto l'obiettivo di esportare 1,5 milioni di tonnellate di pasta entro la fine dell'anno, in 166 Paesi (soprattutto Sud America, Africa e Giappone). L'Italia si conferma il primo produttore mondiale (con 3,9 milioni di tonnellate).