

Università degli Studi di Milano

**Appunti di
economia del sistema alimentare
e legislazione comunitaria**

 UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO 

Alessandro Banterle

*Dipartimento di Economia e Politica Agraria,
Agro-alimentare e Ambientale*
Università degli Studi di Milano
via Celoria 2 - 20133 Milano
alessandro.banterle@unimi.it
02-50316482
orario ricevimento: martedì dalle 15 alle 18

Milano
2009

 UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO 

Programma del corso

Obiettivi

- apprendere i principali riferimenti teorici economici per l'analisi del mercato agro-alimentare
- approfondire le metodologie di analisi e le conoscenze sull'organizzazione del sistema agro-alimentare e sulle principali problematiche economiche del mercato alimentare
- analizzare gli aspetti economici e le politiche dell'Unione europea per la sicurezza e la qualità alimentare

Articolazione

Parte prima - l'analisi del mercato nella scienza economica

- richiami di teoria della domanda e dell'offerta
- le principali forme di mercato e le strategie di differenziazione
- i fallimenti di mercato e i costi di transazione
- elementi di economia del benessere e intervento pubblico

Parte seconda - il sistema agro-alimentare

- l'analisi economica dei consumi alimentari e attributi del prodotto
- l'analisi economica del sistema agro-alimentare e delle filiere

Programma del corso

- recenti tendenze nei diversi settori del sistema agro-alimentare
- le relazioni verticali fra i diversi settori del sistema agro-alimentare
- l'internazionalizzazione del sistema agro-alimentare e il commercio internazionale
- le problematiche della sottanutrizione: aspetti economici della fame
- le problematiche della sovranutrizione: aspetti economici dell'obesità

Parte terza - analisi economica e politiche di intervento per la sicurezza e la qualità alimentare

- politiche agro-alimentari ed intervento pubblico
- problematiche economiche dell'etichettatura nutrizionale
- l'analisi economica della sicurezza alimentare
- la politica comunitaria per la sicurezza alimentare
- l'analisi economica della tracciabilità e gli effetti sull'organizzazione verticale di filiera
- l'analisi economica della qualità alimentare e la relativa politica comunitaria
- gli effetti della sicurezza e delle qualità alimentare sul commercio internazionale

Programma del corso

Testi e materiale didattico

- Mariani A. e Viganò E. (a cura di) (2002): *Il sistema agroalimentare dell'Unione europea*, Carrocci, Roma
- Banterle A. (2009): *Appunti di economia del sistema alimentare e legislazione comunitaria*, Dipartimento di Economia e Politica Agraria, Agro-alimentare e Ambientale, Università degli Studi di Milano, Milano
- Vitale A. (2008): *Manuale di legislazione alimentare*, Franco Angeli, Milano

Parte prima
**L'analisi del mercato
nella scienza economica**

Oggetto dell'Economia

- La scienza economica si occupa del modo in cui la società umana affronta il problema della **scarsità delle risorse** → **scelte efficienti** in relazione alle scarse risorse di individui e società nel loro complesso (Begg, Fischer, Dornbusch, 2001)
- L'economia è lo studio del modo in cui le società utilizzano **risorse scarse** per **produrre** beni utili e di come tali beni vengono **distribuiti** tra i diversi soggetti (Samuelson, Nordhaus, 2002)

Scienza economica ed economia agro-alimentare



Richiami di teoria della domanda e dell'offerta

Domanda individuale

$$y_i = f(p_i, p_j, R, pr)$$

dove

y_i = quantità domandata del bene i ; p_i = prezzo del bene i ;
 p_j = prezzo di beni sostituti; R = reddito del consumatore;
 pr = preferenze qualitative

$$y_i = f(p_i)$$

- elasticità = $\frac{\text{variazione \% della quantità domandata}}{\text{variazione \% del prezzo}} = \left| \frac{dy}{dp} \cdot \frac{p}{y} \right|$
- i prodotti alimentari sono beni di prima necessità
- per i prodotti alimentari generalmente l'elasticità è bassa (<1, domanda rigida) → alla diminuzione del prezzo la quantità aumenta in modo meno che proporzionale
- la domanda è più rigida per i prodotti prossimi al livello di saturazione

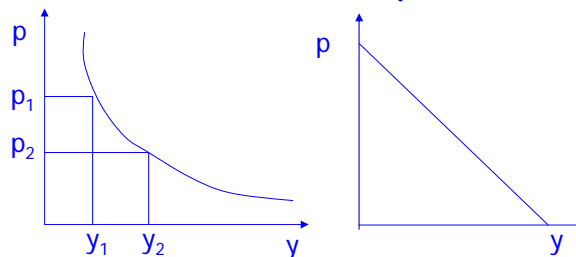
Domanda individuale

$$y_i = f(R)$$

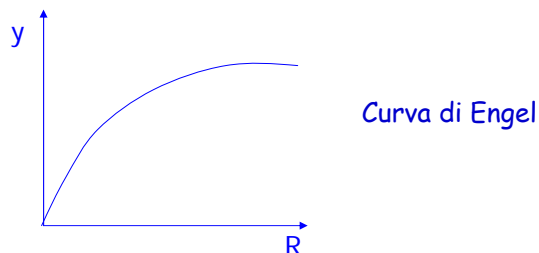
- elasticità al reddito = $\frac{\text{variazione \% della quantità domandata}}{\text{variazione \% del reddito}}$
- per i prodotti alimentari (beni di prima necessità) l'elasticità rispetto al reddito è bassa \rightarrow all'aumento del reddito la quantità aumenta in modo meno che proporzionale
- all'aumento del reddito cresce la domanda di beni non alimentari \rightarrow si riduce l'incidenza percentuale dei consumi alimentari sui consumi complessivi
- con lo sviluppo economico si riduce negli anni il peso percentuale dei consumi alimentari, ma cresce il valore assoluto
- la rigidità della domanda rispetto al reddito comporta una stabilità dei consumi nel medio periodo

Domanda individuale

Relazione quantità domandata di un bene - prezzo del bene



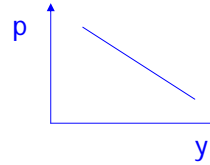
Relazione quantità domandata di un bene - reddito del consumatore



Richiami di teoria della domanda

Domanda individuale

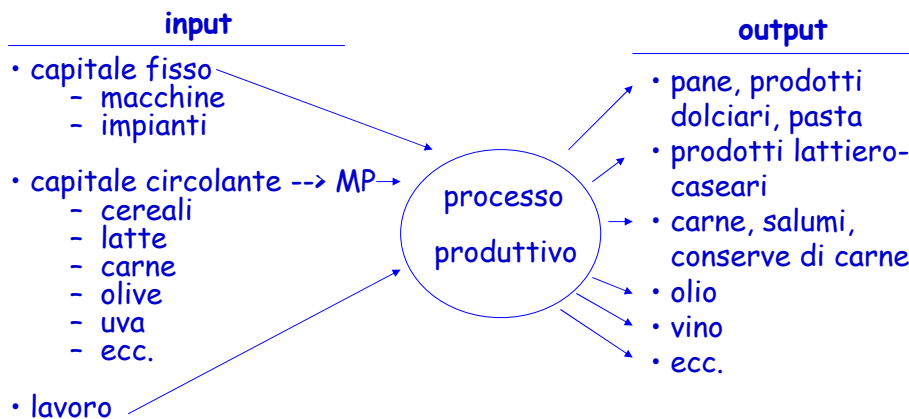
- $y_i = f(p_i, p_j, R, pr)$
- $y_i = f(p_i) \rightarrow$ elasticità
- $y_i = f(p_j)$
- $y_i = f(R) \rightarrow R = p_1 * y_1 + p_2 * y_2$
- $y_i = f(pr) \rightarrow$ qualità del prodotto \rightarrow attributi del prodotto



Domanda aggregata

- domanda individuale $\rightarrow \sum y_i$
- caratteristiche socio-demografiche

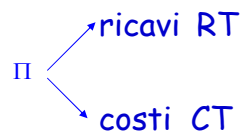
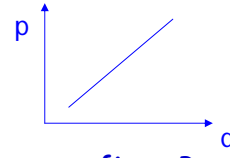
Concetto di impresa



Richiami di teoria dell'offerta (teoria dell'impresa)

Offerta individuale

- produzione della singola impresa
- $q_i = f(p_i)$ --> elasticità
- obiettivo economico dell'impresa --> max profitto P



Offerta aggregata

- offerta individuale --> $\sum q_i$
- numero delle imprese del settore e loro dimensione

Obiettivo economico dell'impresa

- Teoria economica → massimizzazione del profitto

$$\max \Pi = RT - CT$$

$\max RT = p * q$

↓

- p
- q
- mix produttivo

$\min CT = CF + CMeV * q$

↓

CF
CMeV

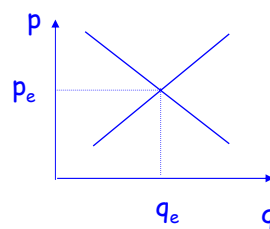
differenti strategie

- teoria aziendalistica → max valore
- teoria manageriale → max fatturato → public company

Le principali forme di mercato

Il mercato

Incontro tra domanda e offerta (tra consumo e produzione) nello spazio e nel tempo, reale e virtuale



- libera concorrenza o concorrenza perfetta
 - monopolio
 - oligopolio
 - concorrenza monopolistica
- | | |
|--|------------------------|
| | concorrenza imperfetta |
|--|------------------------|

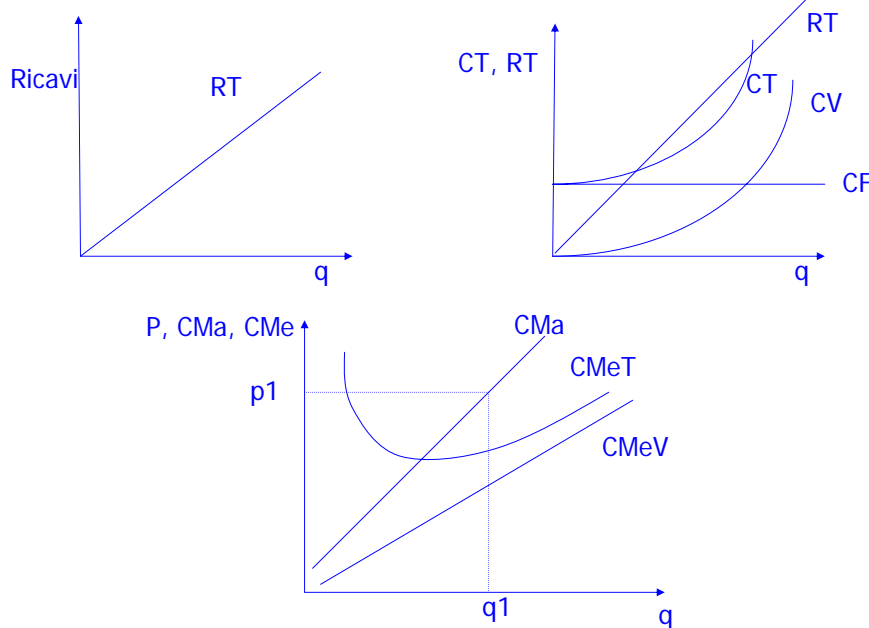
Libera concorrenza

- Tipo di prodotto: *omogeneo o non differenziato*
- numero di imprese: *molto elevato --> struttura atomistica*
- dimensioni delle imprese: *piccole*
- influenza sulla quantità del mercato: *no*
- influenza sul prezzo: *no --> price taker*
- barriere all'entrata: *basse*
- ruolo della pubblicità: *molto limitato*
- condizioni di max Π --> $RMa = CMa = p$
- variabile di decisione --> q
- conoscenza perfetta

Libera concorrenza

- **Nel modello di concorrenza perfetta non vengono considerati**
 - **la differenziazione**
 - **la concentrazione**
 - **l'innovazione** → fenomeno esterno all'economia
 - **la strategia d'impresa**
 - **l'asimmetria informativa fra produttore e consumatore**

Libera concorrenza



Monopolio

- Tipo di prodotto: *omogeneo o non differenziato*
- numero di imprese: *una*
- dimensioni delle imprese: *molto grande*
- influenza sulla quantità del mercato: *si*
- influenza sul prezzo: *si --> price maker*
- barriere all'entrata: *molto alte*
- ruolo della pubblicità: *limitato*
- condizioni di max Π --> $R_{Ma} = C_{Ma}$
- variabile di decisione --> q e p
- inefficiente --> combattuto dalle leggi antitrust
- esistono monopoli legali

Oligopolio

- Tipo di prodotto: *omogeneo e differenziato*
- numero di imprese: *molto poche*
- dimensioni delle imprese: *grandi*
- influenza sulla quantità del mercato: *si*
- influenza sul prezzo: *si --> price maker*
- barriere all'entrata: *alte*
- ruolo della pubblicità: *importante*
- condizioni di max Π --> $RMa = CMa$
- variabile di decisione --> q e p
- quota di mercato $QM = q_i / QT * 100$
- teoria dei giochi
- oligopolio omogeneo e differenziato
- oligopolio collusivo

Concorrenza monopolistica

- Tipo di prodotto: *differenziato*
- numero di imprese: *elevato*
- dimensioni delle imprese: *piccole e grandi*
- influenza sulla quantità del mercato: *si*
- influenza sul prezzo: *si --> price maker*
- barriere all'entrata: *medie*
- ruolo della pubblicità: *molto importante*
- condizioni di max Π --> $RMa = CMa$
- variabile di decisione --> q e p

Il concetto di Marketing

- Nella concorrenza monopolistica, essendo fondamentale la differenziazione, per le imprese è importante il marketing
- concetto di Marketing (Volpato, 2006) --> insieme di attività che contribuiscono a migliorare l'economicità dei processi aziendali nel rapporto con il mercato di riferimento



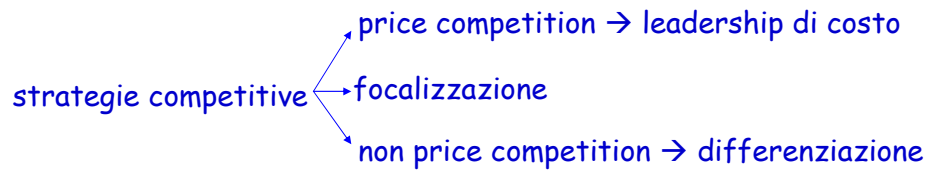
Differenziazione del prodotto

- caratteristiche **intrinseche** → attributi qualitativi del prodotto
- caratteristiche **estrinseche** → etichetta, certificazione, ecc.
- **marchio**
 - marchio **individuale**
 - ↳ industriale
 - ↳ commerciale (private label)
 - marchio **collettivo** (DOP, IGP, DOC, DOCG, ecc.)
- **pubblicità**

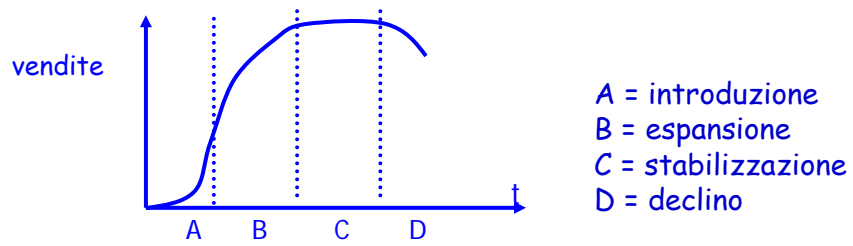
↓
fedeltà del consumatore
premium price

- **prezzo**
 - caratteristiche qualitative
 - costi di produzione → CMeT
 - prezzo dei prodotti concorrenti
 - disponibilità a pagare del consumatore

Strategie competitive



Ciclo di vita del prodotto



I fallimenti del mercato

Il concetto di fallimento di mercato

Gli assiomi del paradigma neoclassico

comportamento massimizzante degli agenti economici (consumatore e imprenditore), razionalità, informazione perfetta

centralità del mercato nel paradigma neoclassico

il **mercato** in concorrenza mediante il prezzo di equilibrio rappresenta il **meccanismo di coordinamento** fra le preferenze del consumatore e le attività produttive → consente di raggiungere la **massima efficienza** del sistema economico → **ottima allocazione delle risorse** → massimo benessere collettivo

fallimento del mercato

in alcuni casi il **mercato non consente** di raggiungere la massima efficienza del sistema economico es. monopolio → il **prezzo non rappresenta** una meccanismo efficiente → **intervento pubblico**

Alcuni fallimenti di mercato

Asimmetria informativa

- negli scambi di beni fra gli agenti economici l'**informazione** può essere **incompleta e asimmetrica** → comportamenti **opportunistici**
- ricerca di informazioni svolta dal consumatore sulle caratteristiche qualitative di un prodotto → costi-benefici

esternalità

- esternalità positive → benefici derivanti dall'attività di un soggetto a vantaggi di soggetti che non hanno sostenuto costi
- esternalità negative → disutilità che un soggetto determina per i terzi con l'attività produttiva senza un'adeguata compensazione

beni pubblici

- principio di **non esclusione** → non si può escludere dalla fruizione di un bene i soggetti che non hanno sostenuto i costi
- principio di **assenza di rivalità nel consumo** → la fruizione di un bene da parte di un soggetto non esclude la contemporanea fruizione dello stesso bene da parte di un altro soggetto

costi di transazione

Teorie economiche del coordinamento verticale

- Teoria neoclassica
- supply chain management
- ***New Institutional Economics*** → razionalità limitata, conoscenza imperfetta e comportamento opportunistico degli individui
 - teoria dell'informazione
 - teoria dei contratti (incompleti, impliciti e d'agenzia)
 - teoria dei diritti di proprietà
 - teoria dei **costi di transazione** (*Transaction Cost Economics*) di Williamson (1985, 1996)

Transaction Cost Economics

Obiettivo

scegliere la forma di governo delle transazioni (cioè degli scambi dei beni) più efficiente → minimizzazione dei costi di transazione

Costi di transazione

- costi di informazione
- costi di negoziazione
- costi di monitoraggio

Caratteristiche della transazione

- grado di frequenza (ricorrente, occasionale)
- grado di incertezza
- grado di *asset specificity* (investimento non specifico, misto, idiosincratico)

Forme di governance delle transazioni

- mercato
- forme ibride
- gerarchia o integrazione verticale

Transaction Cost Economics

Caratteristiche della transazione

- asset specificity
- incertezza
- frequenza

Costi di transazione

- informazione
- negoziazione
- monitoraggio

$$CT = f(AS, I, F)$$

+ + -

Forme di governance

mercato, forme ibride, gerarchia

Elementi di economia del benessere e intervento pubblico

L'ottimo paretiano e la frontiera del benessere

- **Ipotesi dell'analisi paretiana** --> individui autocentrati, libera concorrenza, determinata quantità di risorse, determinato livello di tecnologia, no esternalità, no economie di scala, determinata distribuzione della ricchezza
- **obiettivo dell'analisi paretiana** --> max benessere sociale in termini di efficienza
- **condizioni:**
 - **max efficienza nella produzione** --> ottima allocazione delle risorse (fattori di produzione)
 - **max efficienza nello scambio** di beni fra individui
 - **max efficienza congiunta** nella produzione e nello scambio
- **ottimo paretiano** --> **frontiera del benessere** --> libera concorrenza

L'economia del benessere e il principio di compensazione

- Problematiche dei concetti di:
 - **efficienza**
 - **equità** --> redistribuzione della ricchezza
- ruolo della **politica economica**
- per raggiungere la frontiera del benessere --> max **efficienza**
--> libera concorrenza --> centralità del mercato --> **politiche per correggere i fallimenti del mercato** (interventi Pareto efficienti)
- per raggiungere una maggiore **equità** nella distribuzione della ricchezza --> **politiche redistributive** (interventi Pareto efficienti o non ?)

L'economia del benessere e il principio di compensazione

- valutazione degli effetti della politica economica
 - variazioni compensative di Hicks
 - **principio di compensazione** di Kaldor
- la nuova politica economica --> public choice
 - la funzione di utilità dei policy makers
 - i gruppi di pressione (lobbies)

Parte seconda
Il sistema agro-alimentare

L'analisi economica dei consumi alimentari

Domanda aggregata

- Domanda individuale --> Σy_i
- incremento demografico
- distribuzione del reddito nella popolazione
- distribuzione della popolazione per classi di età

domanda di beni alimentari

consumi domestici

- acquisto di prodotti alimentari per uso domestico

caratteristiche

- stabili in termini fisici
- in calo rispetto al totale dei consumi
- ridotta elasticità al reddito

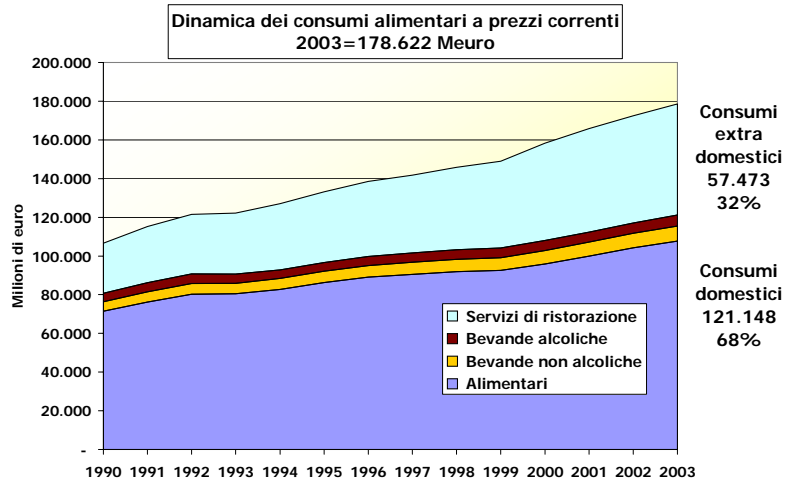
consumi extra domestici

- ristorazione commerciale --> canale Horeca
- ristorazione collettiva

caratteristiche

- molto dinamici
- in aumento rispetto al totale dei consumi
- elevata elasticità al reddito

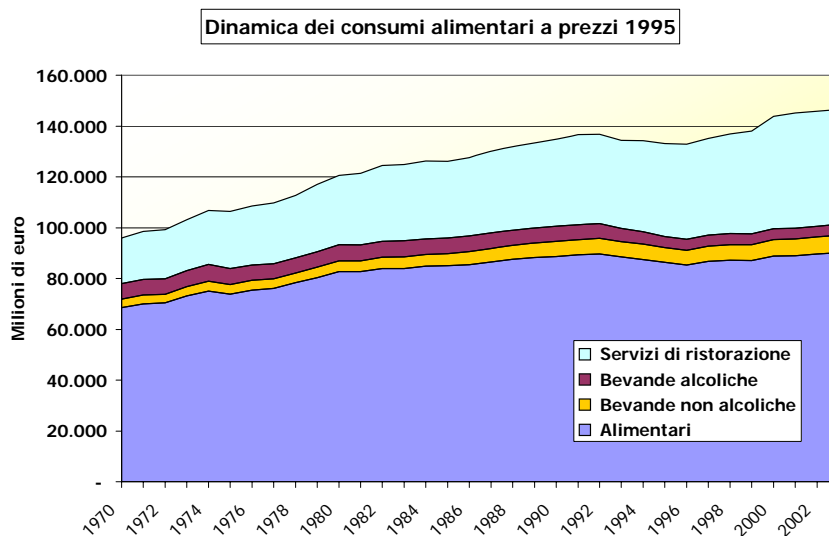
La dinamica dei consumi alimentari



La spesa media delle famiglie italiane per consumi fuori casa è un terzo della spesa alimentare complessiva

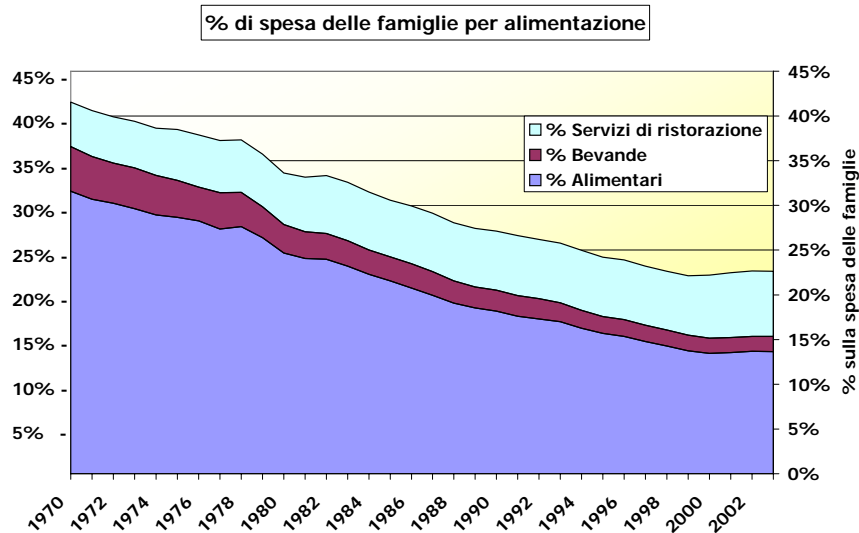
Fonte: Elaborazioni DEPAAA su dati Istat

La dinamica reale dei consumi



Fonte: Elaborazioni DEPAAA su dati Istat

La dinamica relativa dei consumi



Fonte: Elaborazioni DEPAAA su dati Istat

Struttura dei consumi alimentari, 2007

Prodotti	% sulla spesa alimentare	Tasso % medio annuo di variazione 2007/1997	
		quantità	prezzi
Carne	22,4	0,8	2,1
Pane e trasformati di cereali	18,3	1,7	1,8
Lattiero-caseari e uova	12,8	0,7	1,6
Ortaggi e patate	10,5	0,3	2,9
Frutta	6,7	0,9	2,4
Pesce	6,4	0,5	2,9
Zucchero e dolciari ¹	6,4	1,1	1,9
Vino e bevande alcoliche	5,1	0,9	2,3
Acque minerali e altre bevande ²	5,3	1,9	1,4
Oli e grassi	4,5	-0,5	1,8
Caffè, tè e cacao	1,3	0,6	0,8
Altri alimentari ³	0,3	2,8	0,8
IN COMPLESSO	100,0	0,9	2,0

¹ Marmellata, miele, siroppi, cioccolato e pasticceria.

² Bevande gassate, succhi, ecc.

³ Dietetici, spezie, prodotti per l'infanzia, ecc.

Fonte: INEA 2008

Consumi alimentari in alcuni paesi UE (Kg pro capite), 2006

Prodotti	Germania	Grecia	Portogallo	Francia	Italia	Ungheria	Polonia	Regno Unito	Bulgaria	Romania
Cereali e derivati	112,7	199,4	126,4	109,8	169,2	167,4	151,3	103,4	nd	nd
Riso lavorato	4,4	4,8	nd	5,5	10,4	6,1	2,5	5,6	3,9	3,8
Patate	63,0	93,7	93,1	47,0	43,1	65,4	126,3	101,4	38,3	85,6
Pomodori freschi e trasformati	22,5	46,8	nd	29,6	73,8	17,8	17,0	16,0	22,3	28,4
Frutta fresca ¹	28,3	82,5	54,9	39,7	72,9	32,7	16,2	20,3	15,0	20,4
Agumi	46,5	78,1	30,6	116,6	60,9	15,6	17,8	5,1	10,2	13,7
Latte al consumo ²	65,7	65,0	nd	74,0	63,8	nd	nd	115,6	nd	nd
Formaggi	20,3	25,7	nd	24,6	21,7	nd	nd	9,2	nd	nd
Uova	13,0	10,3	nd	15,5	12,0	nd	nd	13,5	nd	nd
Burro	6,5	0,9	nd	7,9	2,9	nd	nd	3,3	nd	nd
Carni totale	87,1	83,3	104,8	101,1	90,6	nd	nd	83,8	nd	nd
- bovina	12,7	15,3	18,4	26,8	25,0	nd	nd	21,1	nd	nd
- suina	53,8	28,7	44,2	34,4	39,0	nd	nd	21,5	nd	nd
- altri	nd	48,6	nd	15,5	22,5	14,0	6,3	24,3	nd	15,2
- vegetali	nd	48,6	nd	15,5	22,5	14,0	6,3	24,3	nd	15,2
Zucchero	37,4	28,6	30,8	36,4	43,5	31,1	37,8	23,7	26,0	28,4
Vino ³	24,5	31,9	46,6	53,9	46,5	34,3	1,7	19,7	nd	12,0

¹ Mele, pere, pesche, uva da tavola.

² Compresi altri prodotti freschi, crema esclusa.

³ Litri pro capite.

Fonte: INEA 2008

CONSUMI ITALIANI DEI PRINCIPALI PRODOTTI
AGRO-ALIMENTARI (Kg/anno per persona)

	1951	1961	1971	1981	1990	2000
Frumento	161,2	159,6	174,2	168,7	160	162,3
Risone	7,8	8	6	6,8	7,2	8,8
Frutta fresca	56,7	90,3	119,3	110,7	132,1	152,7
Ortaggi	106,6	169	192,6	204	218,4	215,3
Carni	16,5	30,7	66,8	74	83,3	79,8
- bovine	6,6	14	25,2	25,2	26,2	-
- suine	4,4	6,4	11,9	21,2	26,9	-
Latte	48,1	61,6	69,5	83,5	79,4	82,9
Formaggi	6,4	9	10,6	14,5	16,1	18,6
Grassi vegetali	7	13,2	21,5	21,1	25,6	27
Olio d'oliva	5	9	11,2	10,6	12,1	-
Olio di semi	2	4,2	10,3	10,5	13,5	-
Vino (000 hl)	141,6	108,2	112,4	92,5	60,5	55,1
Birra (000 hl)	3	6,1	12,1	17,6	23,5	25

Fonte: Istat, Annuario Statistico

Attributi del prodotto alimentare

Attributi intrinseci di qualità

Sicurezza alimentare

Patogeni
Metalli pesanti e tossine
Pesticidi e residui di
medicinali
Contaminanti di acque e
terreni
Additivi e conservanti
Botulismo e altre spore
Irradiazioni e fumigazioni
Geni di altra specie

Attributi nutrizionali

Calorie
Grassi e colesterolo
Sodio e altri minerali
Carboidrati e fibre
Proteine
Vitamine

Fonte: Caswell, Noelke,
Mojduszka (2002)

Attributi organolettici/sensoriali

Gusto
Colore
Freschezza
Morbidezza
Odore/aroma

Attributi di funzione

Integrità della confezione
Dimensione
Stile
Facilità di preparazione
Materiali di confezionamento
Conservabilità

Attributi di processo

Benessere degli animali
Autenticità del processo/origine
del prodotto
Rintracciabilità
Biotecnologie/biochimici
Impatto ambientale/biologico
Sicurezza dei lavoratori

Attributi del prodotto alimentare

Attributi estrinseci di qualità

Indicatori

Sistemi di gestione di qualità
Certificazione
Etichettatura
Standard minimi

Segnali

Prezzo
Marca
Nome del produttore
Nome del distributore
Confezionamento
Pubblicità
Paese di origine
Assortimento
Garanzie
Reputazione
Esperienze di acquisto passate
Altre informazioni disponibili

Fonte: Caswell, Noelke,
Mojduszka (2002)

Attributi del prodotto

asimmetria informativa --> ricerca di informazioni svolta dal consumatore sulle caratteristiche qualitative di un prodotto --> costo-beneficio (Stigler, 1961)

classificazione degli attributi del prodotto sulla base della ricerca di informazioni e delle caratteristiche qualitative:

- **attributi search/ricerca** --> si possono rilevare prima dell'acquisto
- **attributi experience/esperienza** --> si possono rilevare dopo il consumo
- **attributi credence/fiducia** --> non si possono rilevare anche dopo il consumo

Attributi del prodotto

Prodotti 'ricerca'

Le caratteristiche del prodotto sono note ai consumatori prima della decisione di acquisto (simmetria informativa): i consumatori, dati i prezzi, scelgono la qualità che preferiscono

-> non esiste alcun problema.

Prodotti 'esperienza'

Le caratteristiche del prodotto sono note ai consumatori solo dopo il consumo: se si tratta di prodotti ad acquisto ripetuto, le imprese hanno un incentivo ad offrire beni di buona qualità ad un prezzo adeguato alla qualità ed a fornire ai consumatori informazioni corrette circa le caratteristiche del prodotto

-> poiché i consumatori, dopo il consumo, acquisiscono piena informazione sulle caratteristiche del prodotto, si può creare una "reputazione" del prodotto

Attributi del prodotto

Prodotti 'fiducia'

Le caratteristiche del prodotto e del processo di produzione non sono note ai consumatori neanche dopo il consumo: i produttori conoscono tutte le caratteristiche di ciò che offrono, i consumatori neanche dopo il consumo

-> esempi di caratteristiche qualitative dei prodotti agro-alimentari che li rendono beni 'fiducia'

Caratteristiche del prodotto:

- prodotto a "denominazione di origine controllata o protetta"
- prodotto che "non arreca danni alla salute"
- prodotto che "fa bene alla salute"
- prodotto che "non contiene OGM"

Caratteristiche del processo di produzione:

- prodotto da "agricoltura biologica"
- prodotto "rispettando la natura"
- prodotto "senza impiego di bambini"
- prodotto "rispettando il benessere animale"

Attributi del prodotto

Prodotti 'fiducia'

Alcuni consumatori saranno disponibili a pagare di più un prodotto che abbia una o più di queste caratteristiche.

-> l'asimmetria informativa, in presenza di differenze qualitative del prodotto, nei costi di produzione e di una disponibilità a pagare dei consumatori per caratteristiche non osservabili, determina un forte incentivo per le imprese ad offrire ai consumatori prodotti di qualità inferiore come prodotti di più alta qualità

Il mercato per un prodotto 'fiducia' può svilupparsi:

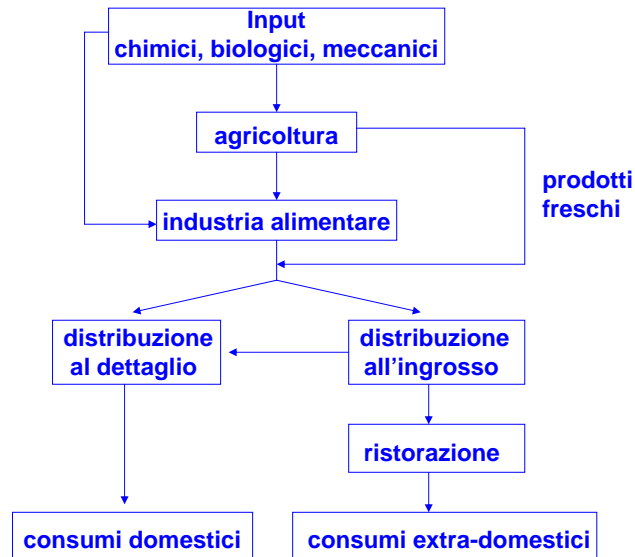
- sulla base di un atto di fiducia del consumatore (nel produttore)
- grazie ad una 'garanzia' fornita da terzi sulle caratteristiche del prodotto o del processo che il consumatore non è in grado di verificare da sé.

L'analisi economica del sistema agro-alimentare

Definizione di sistema agro-alimentare

- **Sistema agro-alimentare (SAA):** insieme delle attività di produzione e distribuzione dei prodotti agro-alimentari fino al consumatore finale. E' composto da: le industrie di mezzi tecnici (input) per l'agricoltura, il settore agricolo, l'industria alimentare, il settore distributivo, la ristorazione, il consumo finale
- Il legame fra le diverse componenti del SAA è dato da flussi
 - di materie prime e di prodotti finiti
 - finanziari
 - informativi
- **Sistema agribusiness:** appare più generale rispetto al SAA comprendendo non solo le attività destinate alla produzione di alimenti (food system) ma anche quelle che utilizzano materie prime agricole per produzioni non alimentari (fiber system) (Davis e Goldberg, 1957)

Il sistema agro-alimentare



Attività del sistema agro-alimentare

- **agricoltura** ⇒ attività rivolta alla coltivazione del suolo e all'allevamento degli animali
- **settore primario** ⇒ agricoltura, pesca, foreste
- **industria alimentare** ⇒ attività rivolta alla trasformazione di materie prime agricole e naturali in prodotti finiti destinati all'alimentazione umana
- **distribuzione** ⇒ attività di servizio rivolta al trasferimento dei prodotti alimentari dal produttore al consumatore, in modo da renderli disponibili nei luoghi e nei tempi desiderati dal consumatore
 - funzione logistica e di selezione
 - distribuzione all'ingrosso e al dettaglio
- **ristorazione** ⇒ attività rivolta alla preparazione dei pasti per il consumatore
 - ristorazione commerciale (canale HORECA)
 - ristorazione collettiva

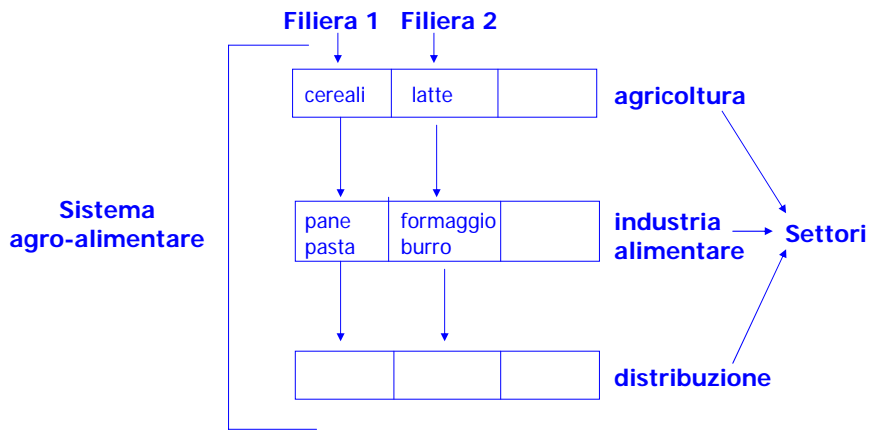
Caratteristiche sintetiche dei settori del SAA

	<i>Input</i>	<i>Agricoltura</i>	<i>Industria alimentare</i>	<i>Distribuzione</i>
<i>funzione</i>	fornire input	produrre materie prime e prodotti finiti	trasformare le materie prime agricole in prodotti finiti	offrire un servizio commerciale
<i>tipo di prodotto</i>	differenziato	omogeneo	differenziato	differenziato
<i>numerosità delle imprese</i>	bassa	alta	media	media
<i>dimensioni delle imprese</i>	grandi	piccole	piccole e grandi	piccole e grandi
<i>influenza sulla quantità di mercato</i>	si	no	si	si
<i>influenza sul prezzo</i>	si price maker	no price taker	si price maker	si price maker
<i>barriere all'entrata</i>	alte	basse	medie	medie
<i>importanza della pubblicità</i>	si	no	si	si
<i>forma di mercato</i>	oligopolio	libera concorrenza	concorrenza monopolistica	concorrenza monopolistica

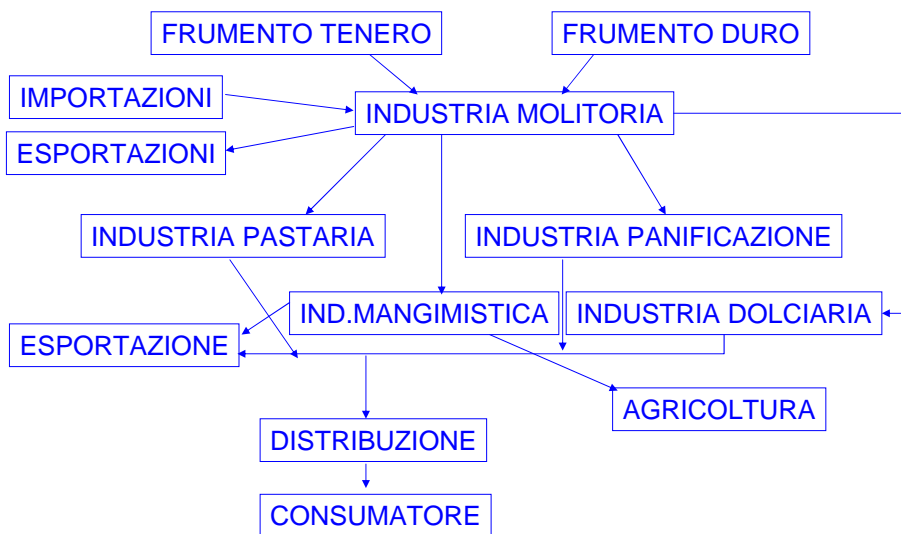
Definizione di filiera agro-alimentare

- **Filiera agro-alimentare:** individua gli itinerari seguiti dai prodotti agro-alimentari nell'apparato di produzione, trasformazione, distribuzione e i differenti flussi che vi sono legati (Malassis e Ghersi, 1995)
- Rappresenta una scomposizione del SAA in senso verticale, per per categorie di prodotto. Esempi di filiere sono costituiti da quelle dei cereali, del latte, della carne, del vino, ecc.
- **Settore:** insieme di imprese che svolgono attività e processi di produzione simili. Rappresenta una scomposizione del SAA in senso orizzontale. Esempi: settore agricolo, industria alimentare, distribuzione, ecc.

Sistema agro-alimentare, filiere e settori produttivi



Un esempio di filiera: La filiera del frumento



Filiera corta

- **Filiera corta** → rappresenta un insieme di "attività" messe in atto dall'impresa agricola che consentono di raggiungere un rapporto più o meno diretto fra il produttore e il consumatore → nella letteratura si rileva una certa sovrapposizione fra il concetto di **filiera corta** e quello di **vendite dirette**
- in genere filiera corta/vendite dirette comprendono **diverse tipologie** come:
 - vendita diretta aziendale (spacci e stand aziendali)
 - farmers market
 - vendita per corrispondenza
 - e-commerce
 - consegna a domicilio a singoli o a gruppi organizzati
 - trasformazione aziendale
 - raccolta diretta dei prodotti agricoli da parte del consumatore
 - fornitura di prodotti ai gruppi di acquisto
 - fornitura diretta dei prodotti alla ristorazione
 - distributori automatici di latte
 - (agriturismo)

Filiera corta

- **fattori che possono favorire filiera corta/vendita diretta**
 - disaccoppiamento → attenzione al mercato → recupero della dimensione imprenditoriale
 - globalizzazione → volatilità dei prezzi → ricerca di soluzioni per aumentare la redditività
 - evoluzione delle preferenze del consumatore → attenzione verso la provenienza dei prodotti, ecc.
 - cambiamenti legislativi (d.l. 228/01) e politiche di supporto
- **finalità nella gestione dell'impresa agricola**
 - recupero del **valore aggiunto** che alternativamente va ad altri operatori della filiera → aumento della redditività anche in imprese di ridotte dimensioni
 - contatto **diretto e personalizzato** → rapporto **fiduciario** → stabilità degli sbocchi
 - favorisce la qualificazione dei prodotti e la responsabilizzazione dei produttori

Filiera corta

- **fattori** che influenzano **preferenze del consumatore** (Carbone, 2004)
 - minor numero di passaggi dei prodotti attraverso intermediari → maggiore freschezza, proprietà sensoriali e nutrizionali
 - maggiore chiarezza sull'origine dei prodotti → conoscenza diretta dei produttori e delle zone di provenienza
 - rapporto fiduciario con il produttore → frequenza di acquisto → garanzia della qualità
 - contenimento dei prezzi
 - possibilità di sostenere le piccole imprese locali
- **l'impresa agricola** diviene un **soggetto attivo** nei confronti del consumatore → sapere cogliere le informazioni sul consumatore e riuscire a comunicare efficacemente
- necessità di **capacità imprenditoriali**, professionalità, garanzia degli standard di sicurezza alimentare, costruzione una **reputazione**

Filiera corta

- Alcuni dati sulla vendita diretta a livello internazionale
 - negli USA stanno assumendo un significativa importanza i farmers market → circa 4.000, fatturato intorno ai 900 milioni di euro, nel 2002 19.000 produttori agricoli hanno venduto i propri prodotti solo attraverso questo canale
 - anche nel Regno Unito 500 farmers market
 - in Francia il 15% delle aziende adottano il circuito breve
- Alcuni dati sulla vendita diretta a livello italiano (indagine Agri2000-Coldiretti; Gardini e Lazzarin 2007)
 - nel 2005 48.000 aziende agricole utilizzano le vendite dirette come canale professionale continuativo → fra il 2001 e il 2005 crescita del 25%
 - Le aziende agricole con vendita diretta rappresentano il 5% di quelle iscritte nelle camere di commercio
 - Maggiore incidenza nel Nord-ovest e nel centro → Toscana al primo posto seguita da Lombardia, Abruzzo e Emilia Romagna

Definizione di distretto agro-industriale

- **Distretto industriale marshalliano (DIM):** considera la variabile spaziale nei sistemi produttivi e le piccole-medie imprese specializzate in un determinato prodotto. Marshall (1927) parla di "concentramento di industrie specializzate in località particolari". Becattini (1989) parla di "un'entità socio-economica caratterizzata dalla compresenza attiva in un'area territoriale circoscritta, naturalisticamente e storicamente determinata, di una comunità di persone e di una popolazione di imprese industriali".
- **Distretto agro-industriale (DAI):** deriva dal DIM e considera la variabile spaziale nel sistema agro-alimentare, esaminando sistemi territoriali locali specializzati in un determinato prodotto agro-alimentare.

Definizione di distretto agro-industriale

- **Elementi fondamentali del distretto agro-industriale:**
 - area territoriale delimitata e specializzata in una produzione agro-alimentare
 - concentrazione territoriale di imprese di piccole e medie dimensioni operanti nelle diverse fasi della filiera
 - scomposizione del processo produttivo e forti relazioni fra imprese operanti nelle diverse fasi della filiera
 - significativa quota produttiva dell'area nel mercato nazionale o internazionale (competitività) e importanza dell'area nell'economia locale
 - particolare atmosfera sociale e disponibilità all'innovazione
- **Esempi di DAI:** parmigiano-reggiano, carni suine in provincia di Modena, riso, ecc.

Importanza del sistema agro-alimentare

Variabili per valutare l'incidenza del SAA nel sistema economico nazionale: valore aggiunto, occupazione, consumi

• Valore aggiunto del SAA

$$VA_{SAA} = VA_{input} + VA_{agr} + VA_{ia} + VA_{distr} + VA_{ristor}$$

$$I_{VASAA} = \frac{VA_{SAA}}{PIL} * 100$$

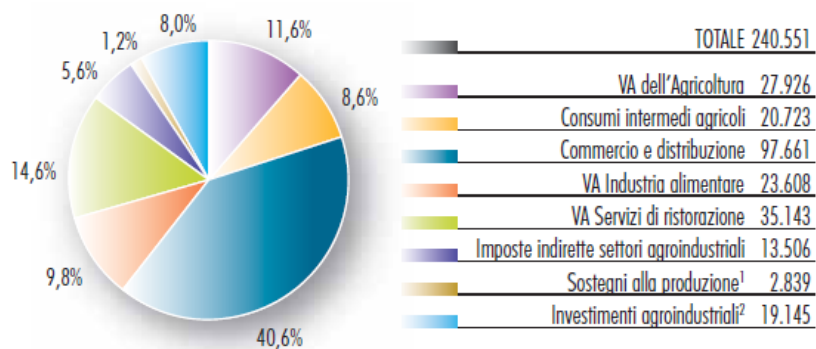
• Occupati del SAA

$$OC_{SAA} = OC_{input} + OC_{agr} + OC_{ia} + OC_{distr} + OC_{ristor}$$

$$I_{OCSAA} = \frac{OC_{SAA}}{OC_{TOTALI}} * 100$$

• Consumi alimentari

Principali componenti del sistema agroindustriale* ai prezzi di base (mio. euro), 2007



* Nell'agricoltura è compresa la silvicoltura e la pesca; nell'industria alimentare sono comprese le bevande e il tabacco.

¹ Importo riferito alle sovvenzioni per l'agricoltura sulla "produzione ed attività d'impresa"; la quota di sovvenzioni sui "prodotti agricoli", pari a 1.364 milioni di euro, è inclusa nel valore aggiunto agricolo ai prezzi di base.

² Stima su dati ISTAT.

Fonte: INEA 2008

Per il 2007, la dimensione economica del complesso agroalimentare viene stimata in circa 240 miliardi di euro, pari al 15,7% del PIL. Le

Recenti tendenze nei diversi settori del sistema agro-alimentare

Recenti tendenze nel settore agricolo

Funzioni dell'attività agricola

- produzione di materie prime e di prodotti finiti destinati all'alimentazione umana → industria alimentare e distribuzione
- produzione di materie prime e di prodotti finiti destinati a filiere produttive no food → filiera del legno-arredo, filiera tessile, filiera floro-vivaistica, filiera del tabacco, ecc.
- produzione di materie prime destinate alla mangimistica → filiera dei mangimi
- produzione di materie prime per filiere bio-energetiche → filiera del **bio-etanolo** e filiera del **bio-diesel** → importanza della valutazione per **destinazione alimentare o energetica** delle materie prime agricole
- gestione del territorio → servizi turistici e servizi ambientali → **esternalità positiva** o bene pubblico?

Recenti tendenze nel settore agricolo

Multifunzionalità dell'attività agricola

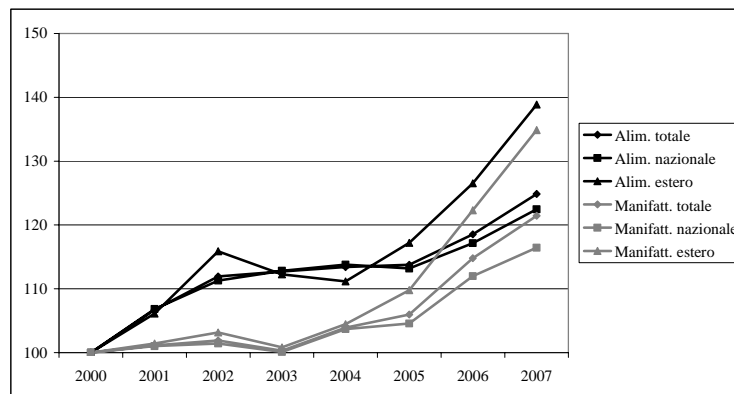
- prodotti
 - quantità
 - qualità
- servizi → turismo
- esternalità e beni pubblici
 - ambiente
 - territorio
 - paesaggio
 - benessere animale

Recenti tendenze nell'industria alimentare

Maggiore espansione nei mercati esteri

- l'industria alimentare si caratterizza come **anticiclica**
- nell'industria alimentare italiana si nota una crescita delle **esportazioni**, ma l'incidenza delle esportazioni sul fatturato (**113 miliardi euro nel 2007**) è pari al **16%**, inferiore a Francia e Germania

Indice del fatturato dell'industria alimentare e manifatturiera



Fonte: elaborazioni su dati ISTAT (banca dati CONISTAT)

Recenti tendenze nell'industria alimentare

Modello del bipolarismo strutturale

- nell'industria alimentare italiana si nota una prevalenza di **micro** (<10 addetti) e **piccole** (tra 10 e 50 addetti) imprese, da un lato, e di **grandi** (>250 addetti) imprese, dall'altro → vi sono poche imprese di medie dimensioni
- le due fasce di imprese mostrano un **equilibrio stabile**, cioè la possibilità di coesistenza, ma è necessario **differenziare le strategie**

strategie delle micro e piccole imprese

- mercati locali (opportunità interstiziali)
- prodotti di pregio → differenziazione sulla qualità → processi artigianali
- private label e dual branding
- primi prezzi
- distretti industriali

strategie delle grandi imprese e gruppi industriali

- economie di scala
- differenziazione sul branding → grandi marche
- processi di concentrazione
- diversificazione attività
- dual branding

Recenti tendenze nella distribuzione

Crescita della GDO

- in Italia circa il 60% della spesa domestica alimentare viene effettuata in super e ipermercati, il 6% nei minimarket, il 24% nel dettaglio tradizionale, il 4% nei discount e il rimanente 6% negli ambulanti e in altri canali (fonte Ismea-ACNielsen)
- i **supermercati** (superficie da 400 a 2.500 mq) dal 1970 ad oggi hanno mostrato una crescita molto forte dei punti vendita, della superficie media e dell'occupazione → nel 2007 sono 8.024
- anche gli **ipermercati** (superficie oltre i 2.500 mq) mostrano una forte crescita → nel 2007 sono 702

mancanza di equilibrio strutturale

- i punti vendita del **dettaglio tradizionale** mostrano una **forte contrazione** e negli ultimi quindici anni si sono dimezzati
- la **crescita della GDO** e la **diminuzione del piccolo dettaglio tradizionale** evidenzia la forte **competizione inter-tipo** nel settore e la **mancanza di un equilibrio strutturale** → le piccole imprese per sopravvivere devono **reformulare la loro strategia**

Recenti tendenze nella distribuzione

Crescita delle private label

- i prodotti con il marchio del distributore (dell'insegna o di fantasia) forniscono **margini di redditività maggiori** dei prodotti a marchio industriale → realizzati da imprese industriali mediante contratti e disciplinari di produzione → non si hanno i **costi di ricerca e sviluppo, marketing e pubblicità**
- i **prezzi** si posizionano nella fascia inferiore alle grandi marche, ma in altri paesi anche prezzi elevati → esempio di assortimento → prodotti di pregio, grandi marche, private label, altri marchi industriali, primi prezzi

diffusione degli standard qualitativi

- le grandi catene distributive tendono sempre più a **garantire la sicurezza e la qualità** dei prodotti, soprattutto per le private label e per i prodotti a filiera controllata → ortofrutticoli, carni, pesce
- si stanno diffondendo a livello internazionale degli standard che disciplinano le caratteristiche qualitative dei prodotti forniti → GlobalGAP, tracciabilità volontaria, ecc.

Recenti tendenze nella distribuzione

Espansione delle centrali di acquisto

- le grandi imprese della GDO tendono ad unirsi per effettuare in comune gli acquisti dei prodotti, pur mantenendo la propria autonomia → Centrali di acquisto → strutture che rivelano una **forte concentrazione** della GDO
- principali gruppi di imprese della distribuzione in Italia
 - **Centrale italiana** → Coop Italia, Despar, Sigma, il Gigante
 - quota mercato 21,6%, vendite 18 miliardi euro (2006)
 - **Centrale Conad** → Conad, Interdis, Standa-Rewe
 - quota mercato 18,5%, vendite 16 miliardi euro (2006)
 - **Esd Italia** → Selex, Esselunga, Agorà
 - quota mercato 15,3%, vendite 13 miliardi euro (2006)
 - **Auschan-Intermedia** → Aushan, Crai, Pam, Bennet, Lombardini
 - quota mercato 14,1%, vendite 12 miliardi euro (2006)
 - **Gruppo Carrefour** → Carrefour, Finiper
 - quota mercato 9,5%, vendite 8 miliardi euro (2006)

Recenti tendenze nella ristorazione

Ristorazione commerciale

- consumi non organizzati in una comunità
- forte espansione del canale Ho.re.ca. collegata all'aumento dei consumi extradomestici
- distinzione fra ristorazione commerciale tradizionale (ristoranti, trattorie, ecc.) e ristorazione veloce (bar, fast food, ecc.)
- crescita delle medie-grandi imprese con insegne note

ristorazione collettiva

- pasti rivolti ad una comunità di persone → massimo di lavoro nelle ore di erogazione del pasto → difficoltà di distribuire i carichi di lavoro
- diffusione della produzione esterna fornita da azienda specializzate → l'autoproduzione non è più conveniente
- distinzione fra fornitura diretta e fornitura indiretta del pasto attraverso i "buoni" pasto da fruire presso imprese della ristorazione commerciale → valutazione di convenienza

Recenti tendenze nella ristorazione

Fornitura diretta

- cucina tradizionale
 - pasti consumati in loco (mense "fresche")
 - pasti veicolati (cucine centralizzate)
- pasti precucinati (refrigerati, surgelati, ecc.)

segmentazione della ristorazione collettiva

- ristorazione aziendale → settore industriale e settore terziario → segmento saturo → variabile prezzo → tutte le tipologie di ristorazione a seconda della convenienza (cucina tradizionale con pasti in loco o veicolati, pasti precucinati, fornitura indiretta)
- ristorazione scolastica → variabile prezzo ma anche caratteristiche qualitative → diffusione dei pasti veicolati
- ristorazione ospedaliera → cucina tradizionale
- ristorazione in altre comunità → caserme, istituti religiosi, colonie
- catering e banqueting → congressi, eventi, ecc.

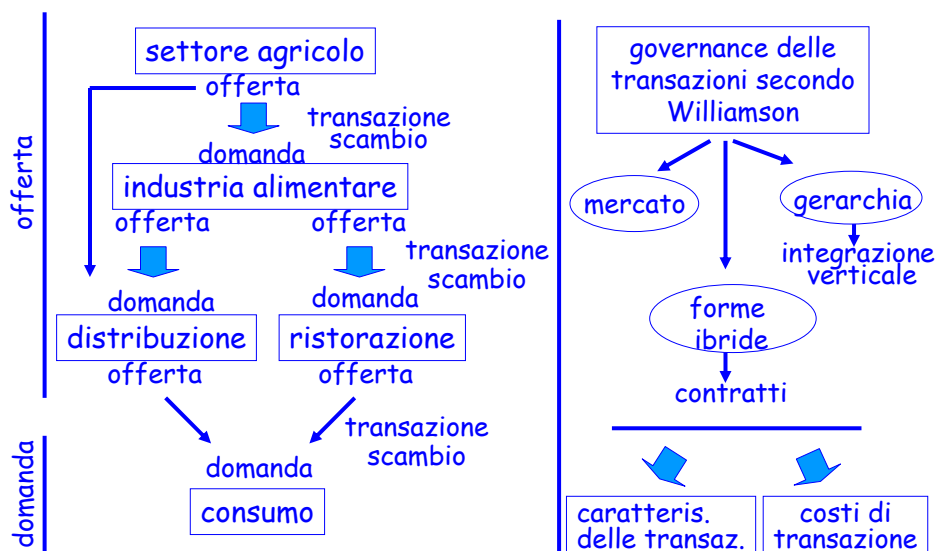
Recenti tendenze nella ristorazione

Caratteristiche salienti della ristorazione collettiva

- settore poco concentrato → ristorazione organizzata 10% del totale
- settore con diversi gruppi strategici → multinazionali, cooperative, gruppi nazionali, piccole imprese
- committenti pubblici → capitolato di appalto → concorso per assegnazione fornitura → variabile critica è il prezzo
- committenti privati → offerta con politiche di prodotto-servizio
- costi → lavoro è quello principale (fino al 60% del costo totale) seguito dal costo degli approvvigionamenti dei prodotti alimentari e dai trasporti

Le relazioni verticali fra i diversi settori del sistema agro-alimentare

Relazioni verticali nel sistema agro-alimentare



Strutture di mercato

Borsa merci (agricoltura - industria alimentare)

- prodotti non deperibili
- prodotto non è fisicamente presente
- contrattazione - quotazioni
- futures markets

Mercato ortofrutticolo (agricoltura - distribuzione)

- prodotto deperibile
- fisicamente presente
- contrattazione - quotazioni
- trasferimento del prodotto

Contratti

- Accordo tra due parti (produttore agricolo e trasformatore industriale) per l'acquisto del bene agricolo → viene stipulato prima che il prodotto sia realizzato e spesso prima che inizi il processo produttivo
- comparti in cui sono diffusi i contratti:
 - lattiero-caseario
 - zucchero
 - conserve di pomodoro
 - ortaggi surgelati
 - soia
- il contratto prevede una serie di condizioni → prezzo, quantità, caratteristiche qualitative, tempi e modalità di consegna, costi del trasporto, tempi di pagamento, penali

Accordi interprofessionali

- Accordi non vengono effettuati tra singoli imprenditori, ma tra le diverse **organizzazioni** dei produttori agricoli e degli industriali alimentari
- non sono obbligatori
- sono diffusi in diversi comparti e in particolare nel comparto del **latte**

Soccida

- Riguarda il comparto **zootecnico**
- una parte cede il bestiame, mentre l'altra parte svolge la funzione di allevatore, fornendo i fabbricati e le strutture per l'allevamento; la parte che ha fornito il bestiame si impegna a riacquistare il bestiame, pagandolo in funzione dell'incremento ponderale raggiunto
- stretto contatto tra agricoltura e industria

Associazioni di produttori

- Obiettivo di **concentrare l'offerta** → migliorare potere contrattuale dei piccoli produttori
- in Italia le associazioni dei produttori non risultano particolarmente diffuse, anche se vi sono alcune importanti realtà come ad esempio nel comparto ortofrutticolo

Cooperative agro-alimentari

- Le cooperative di trasformazione hanno la funzione di valorizzare le materie prime conferite dai soci
- i comparti in cui le cooperative sono maggiormente diffuse risultano essere quelli in cui si ha un maggiore collegamento fra agricoltura e industria, come: viti-vinicolo (cantine sociali), lattiero-caseario (caseifici sociali), oleario, ortofrutticolo, carni
- giudizio di convenienza per la trasformazione dei prodotti → valore di trasformazione

$$V_t = R_v - C_t$$

$$V_{tu} = p_{tu} = V_t / q_u$$

Integrazione verticale

- L'integrazione verticale in senso stretto si ha quando un'impresa opera in diverse fasi della filiera produttiva. Pertanto sia la fase agricola che la fase di trasformazione industriale vengono compiute all'interno della stessa impresa
- esempi più significativi: comparto viti-vinicolo, lattiero-caseario

Coordinamento verticale

- strutture di mercato
contratti, accordi, ecc.
cooperative
- + ↓ integrazione verticale

L'internazionalizzazione del sistema agro-alimentare

Il concetto di internazionalizzazione

- Per **internazionalizzazione delle imprese** si considera che l'ambito di azione dell'impresa non si limita a una sola realtà nazionale, ma si **estende a più paesi** → la presenza dell'impresa all'estero avviene mediante i prodotti dell'impresa stessa, mediante investimenti e altre modalità → le diverse modalità possono essere attivate nel medesimo tempo
- per **internazionalizzazione del mercato** ci si riferisce a un sistema economico aperto → paese in cui si realizzano **scambi internazionali** (in entrata e in uscita) di beni e di capitali, con barriere commerciali nulle o molto ridotte
- la **globalizzazione** dei mercati rappresenta un'estensione del concetto di internazionalizzazione

Modalità di internazionalizzazione

- commercio internazionale CI
 - presenza estera limitata al prodotto
 - ↓
 - flussi di import - export

- investimento diretto estero IDE
 - filiali commerciali | crescita interna
 - filiali produttive | crescita esterna
 - acquisizioni |

- accordi AC

Internazionalizzazione nel sistema agro-alimentare

	Agricoltura	Ind alim	Distribuzione
• commercio internazionale	si	si	no
• IDE			
filiali commerciali	no	si	si
filiali produttive	no	si	no
acquisizioni	(si)	si	si
• accordi	no	si	si

Finalità dell'internazionalizzazione

CI	<ul style="list-style-type: none">• espandere l'area di mercato• approvvigionamenti materia prima
IDE	<ul style="list-style-type: none">• espandere l'area di mercato• approvvigionamenti di materie prime• ridurre i costi del lavoro• ridurre i costi di trasporto• evitare politiche protezionistiche• evitare fluttuazioni monetarie• conoscere aspetti sociali, istituzionali, ecc
AC	<ul style="list-style-type: none">• ridurre costi di approvvigionamento• ridurre costi distribuzione• ridurre costi di R&S, logistici, ecc.

Modello di Heckscher-Ohlin

Ipotesi: prodotti non differenziati, mercati concorrenziali

dotazione di fattori produttivi di ciascun paese

risorse abbondanti
fattori poco costosi

risorse scarse
fattori costosi

↓
costo comparato

↓
vantaggio comparato

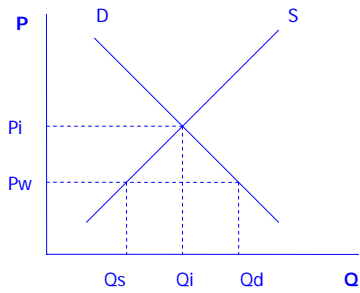
↓
specializzazione produttiva di un paese

↓
export

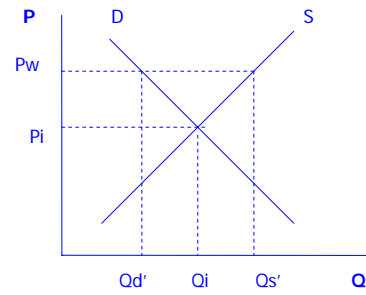
una nazione esporta i prodotti realizzati con i fattori più abbondanti ed importa i prodotti che devono essere realizzati con i fattori più scarsi e quindi più costosi (Venturini, 1989)

Modello di Heckscher-Ohlin

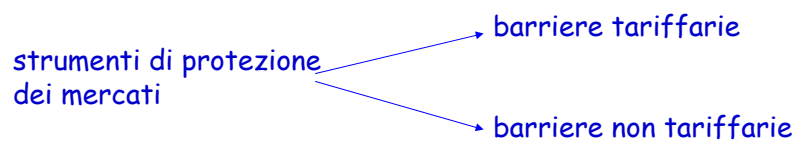
Paese importatore



Paese esportatore



Protezione dei mercati

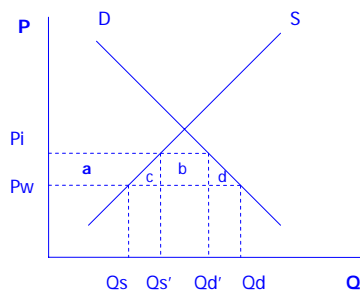


↓

General Agreement on Tariff and Trade (Gatt)
World Trade Organisation (Wto)

Internazionalizzazione, protezionismo e politiche di sostegno dei prezzi

Paese importatore



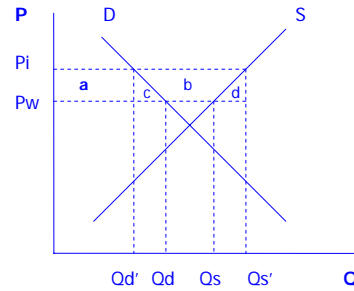
$$(-) \Delta CS = \text{area } (a + b + c + d)$$

$$(+) \Delta PS = \text{area } a$$

$$(+) \Delta TS = \text{area } b$$

Perdita netta (dead weight loss) = area c + d

Paese esportatore



$$(-) \Delta CS = \text{area } (a + c)$$

$$(+) \Delta PS = \text{area } (a + c + b)$$

$$(-) \Delta TS = \text{area } (c + b + d)$$

Perdita netta (dead weight loss) = area c + d

Valutazione degli scambi commerciali

• Saldo assoluto

$$SA_i = \text{Export}_i - \text{Import}_i$$

dove i = prodotto o settore

• Saldo normalizzato

$$EXP_i - IMP_i$$

$$SNI = \frac{EXP_i - IMP_i}{EXP_i + IMP_i}$$

valore min -1 --> solo import
valore max +1 --> solo exp

• Incidenza dell'import e dell'export sul valore della produzione

$$I_{imp} = \frac{IMP}{VdP} * 100$$

$$I_{exp} = \frac{EXP}{VdP} * 100$$

• Quota di mercato delle esportazioni (Export Market Share)

$$EMS_{ij} = \left(\frac{EXP_{ij}}{\sum_{j=1}^n EXP_{ij}} \right) * 100$$

dove

i = prodotto o settore j = paese n = paesi totali

Scambi commerciali agro-alimentari italiani

	Import	Export	Sn* (%)
<i>Cereali</i>	1.987	124	-88,3
<i>di cui da seme</i>	74	19	-59,3
<i>Legumi e ortaggi freschi</i>	731	899	10,3
<i>di cui da seme</i>	185	59	-51,4
<i>Legumi e ortaggi secchi</i>	101	25	-60,2
<i>Agrumi</i>	213	135	-22,3
<i>Fruita fresca</i>	957	2.088	37,2
<i>Fruita secca</i>	541	227	-41,0
<i>Vegetali filamentososi greggi</i>	157	6	-93,0
<i>Semi e frutti oleosi</i>	551	33	-88,6
<i>di cui da seme</i>	9	5	-26,3
<i>Cacao, caffè, tè, droghe e spezie</i>	919	47	-90,3
<i>Fiori e piante ornamentali</i>	396	537	15,0
<i>Tabacco greggio</i>	39	228	70,5
<i>Animali vivi</i>	1.302	47	-93,0
<i>di cui da riproduzione</i>	110	25	-63,0
<i>di cui da allevam. e da macello</i>	1.172	15	-97,4
<i>di cui altri animali vivi</i>	20	7	-49,1
<i>Altri prodotti degli allevamenti</i>	447	38	-84,3
<i>Prodotti della silvicoltura</i>	894	131	-74,4
<i>di cui legno</i>	494	9	-96,3
<i>Prodotti della pesca</i>	842	220	-58,5
<i>Altri prodotti</i>	212	158	-14,6
TOTALE SETTORE PRIMARIO	10.290	4.943	-35,1

2007 - Mio euro

Fonte: INEA

Scambi commerciali agro-alimentari italiani

	Import	Export	Sn* (%)
<i>Derivati dei cereali</i>	923	3.077	53,9
<i>di cui pasta alimentare</i>	45	1.542	94,4
<i>Zucchero e prodotti dolciari</i>	1.258	1.122	-5,7
<i>Carni fresche e congelate</i>	4.005	780	-67,4
<i>Carni preparate</i>	261	906	55,2
<i>Pesce lavorato e conservato</i>	2.838	326	-79,4
<i>Ortaggi trasformati</i>	776	1.381	28,0
<i>Fruita trasformata</i>	490	857	27,2
<i>Prodotti lattiero-caseari</i>	3.216	1.740	-29,8
<i>di cui latte</i>	714	12	-96,7
<i>di cui formaggio</i>	1.361	1.319	-1,6
<i>Oli e grassi</i>	2.284	1.391	-24,3
<i>Panelli, farine di semi oleosi</i>	1.063	219	-65,9
<i>Bevande</i>	1.420	4.650	53,2
<i>di cui vino</i>	345	3.459	81,9
<i>Altri prodotti dell'industria alimentare</i>	2.334	2.185	-3,3
TOTALE INDUSTRIA ALIMENTARE	20.868	18.633	-5,7
TOTALE BILANCIA AGROALIMENTARE	31.158	23.577	-13,9
<i>Tabacchi lavorati</i>	2.045	9	-99,1
TOTALE AGROINDUSTRIALE	33.203	23.585	-16,9

2007 - Mio euro

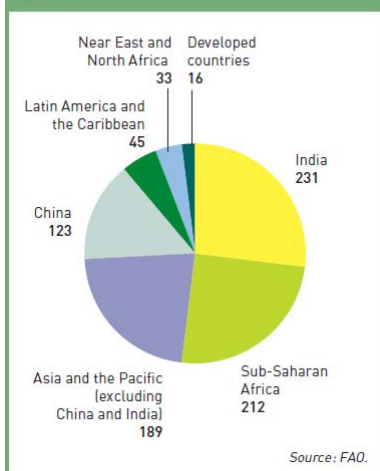
Fonte: INEA

* Sn = saldo normalizzato.

Le problematiche della sottonutrizione: aspetti economici della fame

Le dimensioni della fame nel mondo

Number of undernourished people in the world, 2003–05 (millions)



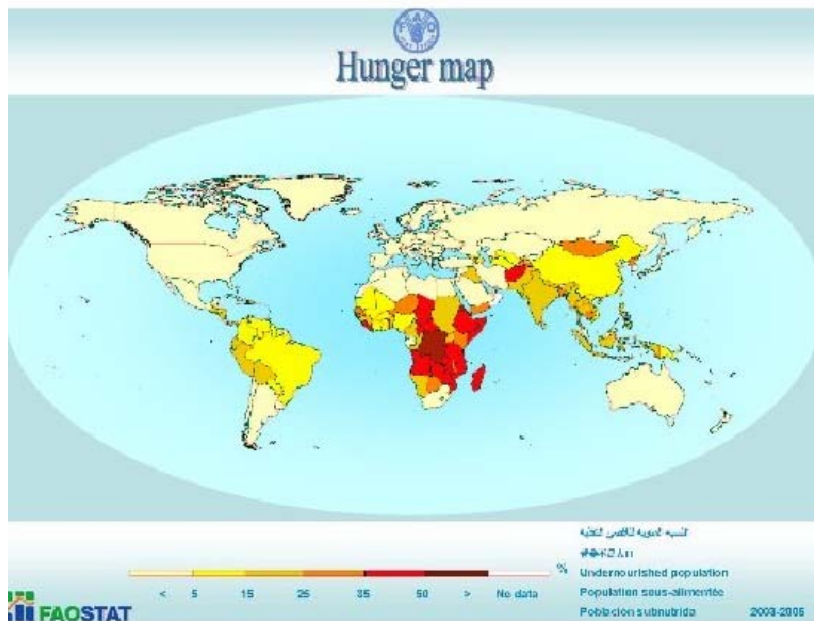
- 850 milioni di persone sottonutrite nel 2003-05 secondo la FAO, ma recenti stime indicano **923 milioni** nel 2007 → **aumento** pari a 80 milioni dal 1990-92
- rispetto alla popolazione mondiale (6.593 milioni nel 2006 secondo l'ONU) le persone sottonutrite rappresentano il 14%, ma esse costituiscono **più degli abitanti dell'UE-27** (493 milioni) e degli **USA** (304 milioni) **insieme**

Le dimensioni della fame nel mondo

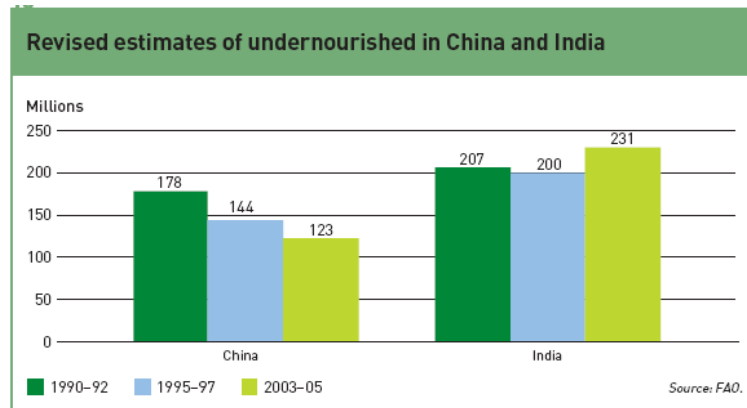
- La stragrande maggioranza delle persone sottanutrite si trova nei paesi sottosviluppati e in via di sviluppo → solo 16 milioni nei paesi sviluppati
- in **India e Cina** si localizzano 354 milioni di persone sottanutrite cioè il **42%** della popolazione mondiale sotto-alimentata → in Cina in particolare si stanno rapidamente riducendo questi numeri, mediante politiche di
 - aumento della produzione di alimenti
 - controllo demografico
- nell'**Africa sub-sahariana** si hanno 212 milioni di persone sottanutrite cioè il **25%** del totale
- negli **altri paesi asiatici** e del pacifico (oltre a Cina e India) si trovano 189 milioni di sottanutriti cioè il **22%**
- nei paesi dell'America latina e dei Caraibi si localizzano 45 milioni cioè il 5% del totale e poco meno dei Paesi del Nord Africa
- ma il quadro cambia molto se si considera l'incidenza della popolazione sottanutrita sul totale della popolazione di un Paese...

Popolazione sottanutrita

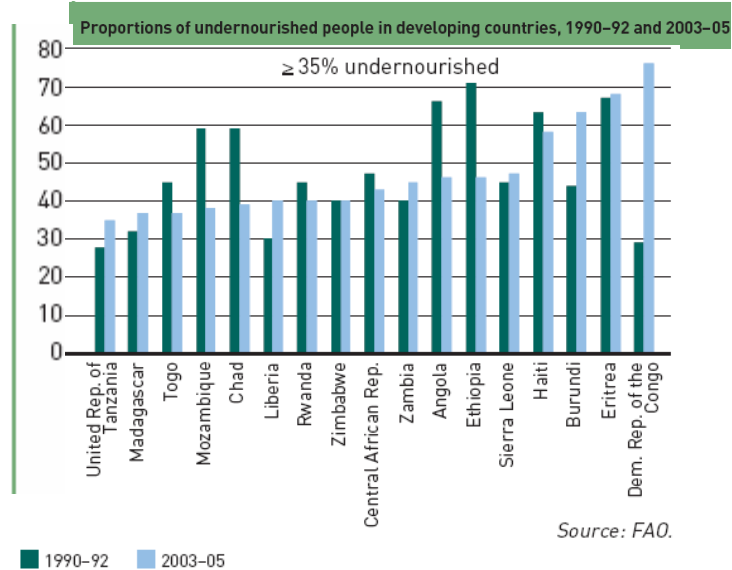
Undernourished Population (2003 - 2005)



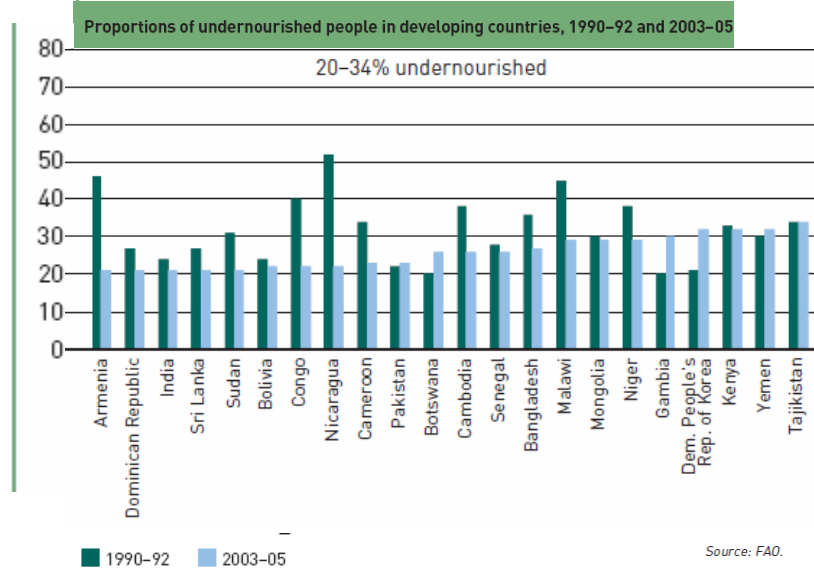
Popolazione sottanutrita in Cina e India



Paesi con più del 35% della popolazione sottanutrita

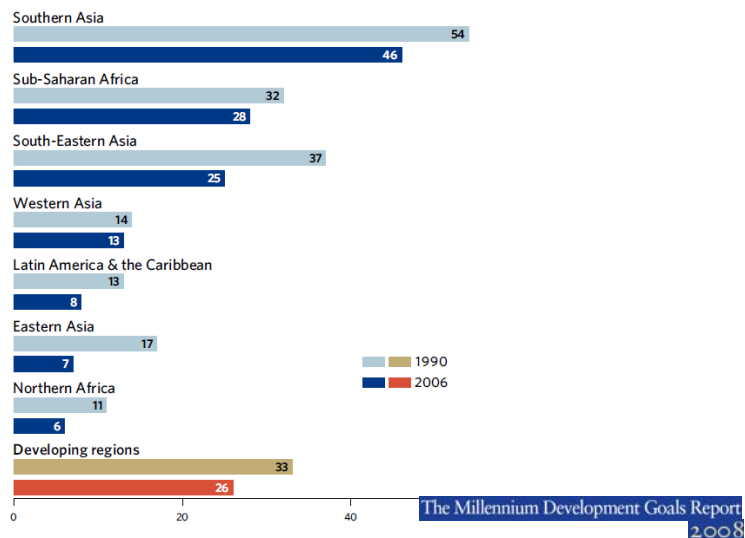


Paesi con 20-34% della popolazione sottotonutrita



Incidenza dei bambini sottopeso sulla popolazione

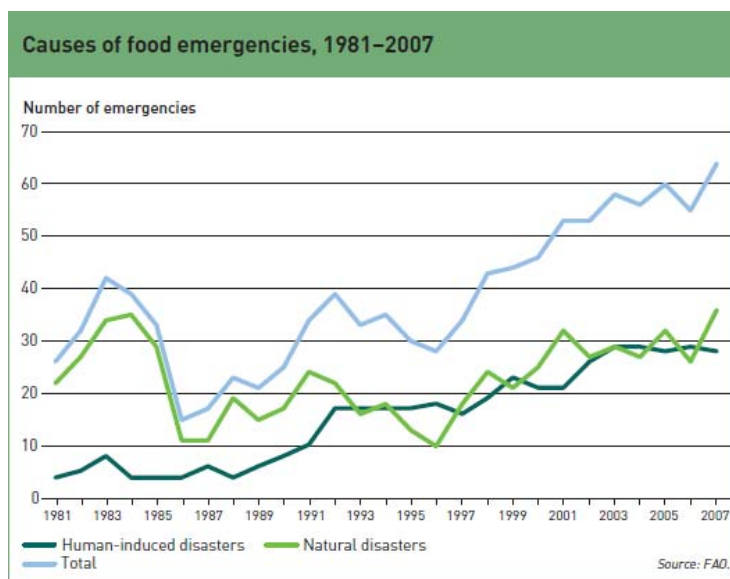
Proportion of children under age five who are underweight, 1990 and 2006 (Percentage)



Principali cause di emergenza alimentare

- Siccità e fenomeni naturali in genere rappresentano ancora una principale causa di emergenza alimentare
- cresce la responsabilità dei conflitti (in numerosi paesi africani le guerre civili in atto rendono difficile sia la produzione che l'accesso al cibo)
- nei PVS l'agricoltura rappresenta mediamente una parte significativa del GDP e una quota molto rilevante degli occupati totali
- i paesi in cui la popolazione sottanutrita supera il 35%, il valore della produzione agricola costituisce più del 30% del GDP (fonte FAO)

Principali cause di emergenza alimentare

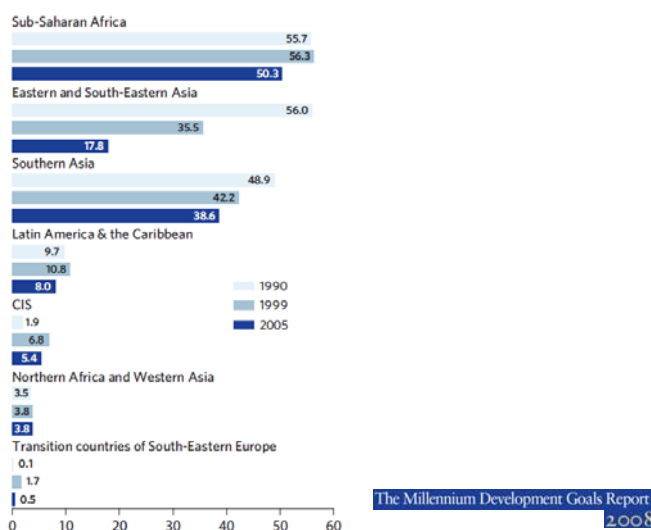


Alcune problematiche della fame nel mondo

- La disponibilità di alimenti pro capite è cresciuta nel tempo, nonostante il fortissimo aumento della popolazione nei PVS
- ciò si è verificato perché la produzione agricola mondiale è cresciuta ad una velocità maggiore di quella alla quale è cresciuta la popolazione
- il problema sta nei vincoli che impediscono l'accesso agli alimenti
- le problematiche sono prevalentemente collegate alla povertà
 - il 20% della popolazione mondiale vive con meno di 1 dollaro al giorno
 - più della metà vive con meno di 2 dollari al giorno
 - nel 1960 il reddito medio pro-capite nei paesi industrializzati era pari a 9 volte quello medio dei paesi dell'Africa Sub-Sahariana. Oggi è 18 volte!!

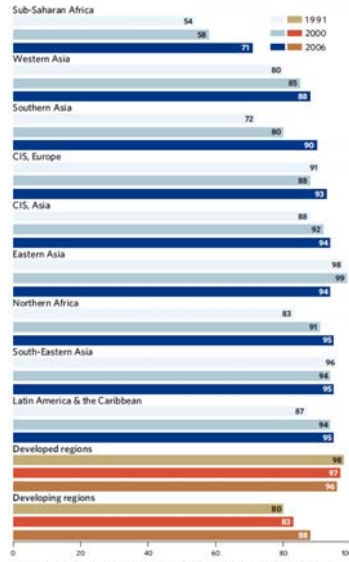
Incidenza delle persone che dispongono meno di 1,25 dollari al giorno

Proportion of people living on less than \$1.25 a day, 1990, 1999 and 2005 (Percentage)



Il ruolo dell'educazione primaria

Total net enrolment ratio in primary education*, 1990/1991, 1999/2000 and 2005/2006 (Percentage)



The Millennium Development Goals Report
2008

Le problematiche della sovranutrizione: aspetti economici dell'obesità

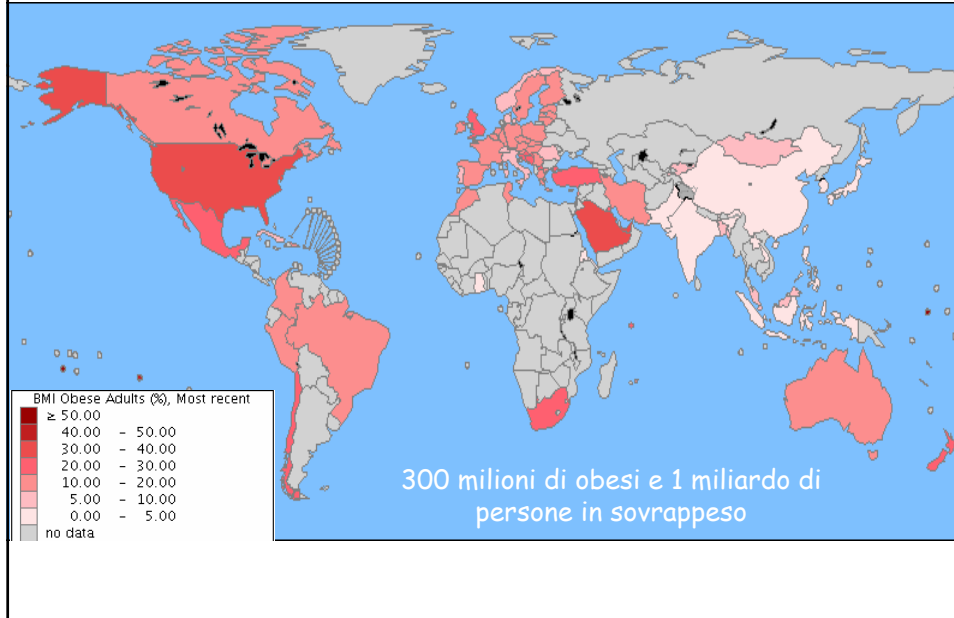
a cura della dott.ssa Alessia Cavaliere

Introduzione

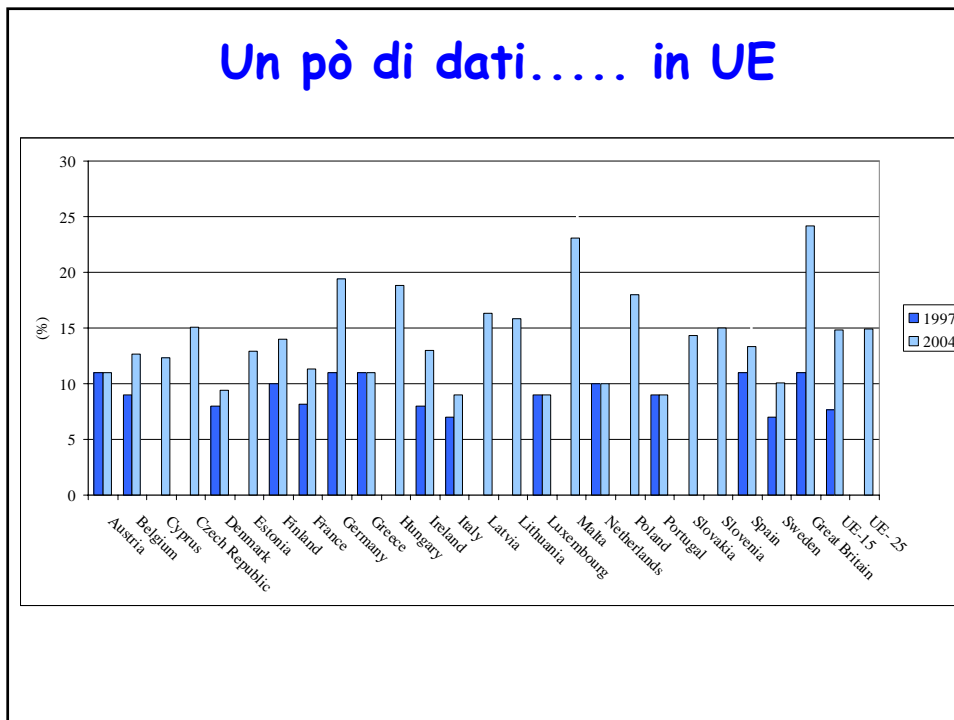
Il fenomeno sovrappeso-obesità è in rapida ed enorme espansione in tutto il mondo. L'obesità sta diventando un problema sanitario importante anche nei paesi in via di sviluppo nei quali la prevalenza di sovrappeso (BMI Body Mass Index >25) e di obesità (BMI>30) è ormai di tipo epidemico. Purtroppo dopo il fumo, **l'obesità rappresenta probabilmente il secondo grande fattore di rischio per la salute nell'era moderna (WHO, 2006).**

Il sovrappeso grave, o obesità, è uno dei maggiori fattori di rischio per lo sviluppo di molte patologie croniche quali: malattie cardiache e respiratorie, diabete mellito non-insulino dipendente o diabete di Tipo 2, ipertensione e alcune forme di cancro, come anche il rischio di morte precoce.

Un pò di dati..... nel Mondo



Un pò di dati..... in UE



Un pò di dati..... in Italia

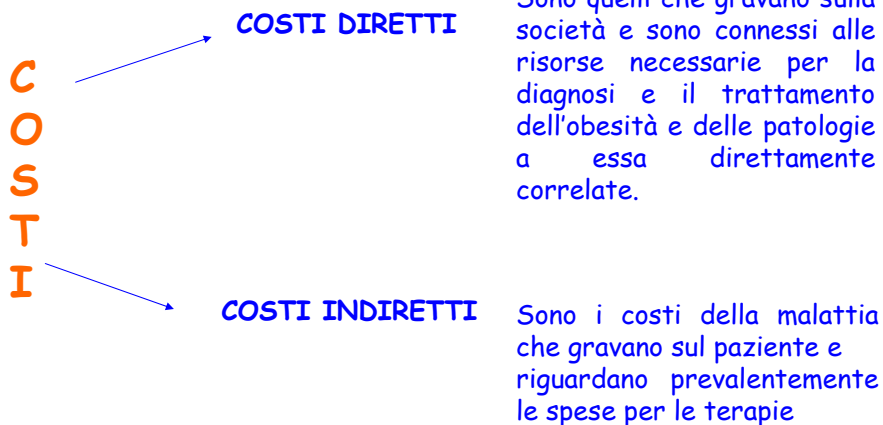


	<i>Normopeso</i>	<i>Sovrapeso</i>	<i>Obeso</i>
Piemonte	55,9	31,1	7,9
Valle d'Aosta	54,6	32,5	8,2
Lombardia	56,4	30,1	8,6
Trentino-Alto Adige	57,1	30,1	8,8
Veneto	53,2	33,2	9,6
Friuli-Venezia Giulia	54,6	33,9	8,2
Liguria	56,4	31,2	8,7
Emilia-Romagna	52,9	33,6	10,3
Toscana	56	31,3	8,7
Umbria	52,6	34,1	9,1
Marche	53,5	34,4	8,7
Lazio	53,5	34,6	9,2
Abruzzo	49,9	37,1	10,8
Molise	46,6	37,7	13,1
Campania	46,8	40,1	11,7
Puglia	47,9	38,2	11,5
Basilicata	47,9	36,3	13,3
Calabria	48	38	11,3
Sicilia	47,3	38,5	11,6
Sardegna	54,4	31,9	9,4
ITALIA	52,6	34,2	9,8

Ripartizione
geografica
secondo l'indice
di massa
corporea

Obesità ed Economia

L'obesità influenza pesantemente anche lo sviluppo economico e sociale.



Costi diretti

La maggior parte dei costi (più del 60%) sono diretti.

- incremento della spesa farmaceutica
- ricoveri ospedalieri
- visite mediche specialistiche
- indagini diagnostiche
- terapia farmacologica
- supporto psicologico



Indica quanto il sovrappeso e l'obesità siano i reali responsabili di una serie di gravi patologie che comportano una ridotta aspettativa di vita ed un notevole aggravio per il Sistema Sanitario Nazionale. L'Organizzazione Monetaria della Sanità (OMS) valuta che i costi diretti dell'obesità in Europa arrivino fino al **7% dei costi sanitari complessivi**

Costi indiretti

Ai costi diretti è necessario aggiungere i costi indiretti.

- Difficoltà a trovare un impiego o a mantenere buoni livelli di produttività,
- maggiori tassi di assenteismo sul lavoro,
- minore resa sul lavoro con conseguente discriminazione,
- maggiore frequenza di pensioni di disabilità,
- più elevati premi assicurativi,
- mancato riconoscimento di incentivi e premi produttività,
- mancati guadagni dovuti alla morte prematura.

Alcuni studi specifici valutano un ulteriore **3-4% per la componente indiretta.**

Quali le possibili cause?

- ❖ Predisposizioni costituzionali che facilitano l'aumento di peso.
- ❖ In seguito ai cambiamenti delle società da rurali a urbane → il dispendio energetico è in costante calo a causa dell'innovazione tecnologica che ha profondamente modificato le caratteristiche (e il costo energetico) dell'attività lavorativa e degli spostamenti.
- ❖ La rivoluzione tecnologica nella preparazione di cibi su scala industriale (il sottovuoto, congelamento) → un abbassamento della qualità.



Come risultato di queste innovazioni tecnologiche, allora la convenienza e i cibi pre- cotti sono cresciuti: questi prodotti presentano un'elevata densità calorica e non saziano l'appetito, inducendo a mangiare maggiori quantità e introdurre più calorie

❖ **Informazione e conoscenza.** Gli individui dovrebbero fare le loro scelte a proposito del consumo tenendo conto di massimizzare la loro utilità a lungo termine. C'è incertezza, invece, a proposito di quelli che sono i risultati a lungo termine rispetto a quelli che sono i sacrifici a breve termine: gusto, costi e convenienza. I consumatori che non si sanno limitare agiscono in maniera miope non tenendo conto del lungo termine.

❖ **Cause psicologiche.** Si può affermare che il soggetto obeso ha sviluppato una dipendenza da cibo, per molti aspetti (anche fisiologici) simile ad altri tipi di dipendenza come l'alcolismo o il tabagismo. La dipendenza da cibo può essere ancora più difficile da affrontare rispetto alle dipendenze "classiche", e non vi è alcuna difficoltà nell'approvvigionamento di tale sostanza. Il "motore" psicologico può essere più o meno determinante nell'origine della malattia, mentre è quasi sempre la causa principale della sua cronicizzazione

Il fallimento del mercato

L'equilibrio del mercato \longrightarrow raccordo tra la domanda e l'offerta

se il soggetto in soprappeso o l'obeso determina una spesa sanitaria per la società, e se questa spesa sanitaria non è pagata dal soggetto, questo implica un' esternalità negativa, ossia delle disutilità che il soggetto procura a terzi.



FALLIMENTO DEL MERCATO

L'intervento pubblico in situazioni di possibili fallimenti del mercato è di norma vantaggioso, proprio al fine di eliminare questo divario tra costo privato e costo sociale e riportare il mercato all'equilibrio

Come misurare i tassi di obesità

Recentemente l'OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità) ha fissato i nuovi criteri che permettono di classificare l'obesità in base al BMI (body mass index o Indice di Massa Corporea).

$$\text{IMC} = \frac{\text{massa}}{\text{altezza}^2}$$

Situazione peso	BMI
sottopeso	< 18,5
normopeso	Da 18,5 a 24,9
sovrappeso	Da 25 a 29,9
obeso	Da 30 a 34,9
gravemente obeso	Da 35 a 39,9
patologicamente obeso	>40

Quali sono le variabili socio-economiche che incidono su questa patologia

Diverse sono le variabili che vengono analizzate in letteratura:

- ❖ il genere,
- ❖ l'età,
- ❖ il reddito,
- ❖ il titolo di studi,
- ❖ occupazione,
- ❖ numero dei componenti familiari,
- ❖ dieta,
- ❖ fumo,
- ❖ attività fisica,
- ❖ la distribuzione geografica,

.....e molte altre che sembrano essere correlate con questa patologia.

Un'indagine in Italia

- ❖ Analisi mediante questionario telefonico realizzato ad hoc;
- ❖ Campione formato da circa 1000 consumatori lombardi statisticamente significativo;
- ❖ Modello econometrico utilizzato: BINARY LOGISTIC REGRESSION
- ❖ Variabile dipendente BMI → variabile binaria (assume valori 0 e 1)
 - sovrappeso grave e obesi (BMI >27) → valore 1
 - normopeso (18,5 < BMI < 25) → valore 0

$$\text{logit}(p_i) = \ln\left(\frac{p_i}{1-p_i}\right) = \alpha + \sum_j \beta_j X_{ji}$$

	Body Mass Index (BMI)	
	β	Sig.
α	-1,038	0,000
Socio-demographic and individual characteristics		
age	0,471	0,000
gender	0,715	0,000
work	0,348	0,208
education	-0,352	0,003
income	0,039	0,677
comp.family	-0,165	0,174
food knowledge	-0,156	0,142
Nutritional claims		
energy	-0,023	0,828
fat	0,075	0,529
sugar	0,186	0,122
sodium	-0,056	0,618
fibre- vitamin	-0,112	0,275
light	0,038	0,669
nutritional label	-0,051	0,587
Factors affecting purchasing behaviour of food products		
price	0,059	0,486
brand	0,077	0,328
flavour	-0,368	0,000
nutritional properties	-0,201	0,057
origin	0,139	0,156
traceability	-0,063	0,535
certification	0,086	0,379
Food safety attitude		
food safety	-0,147	0,231
ingredients	0,108	0,597
freshness	-0,563	0,238
expiry date	0,079	0,865
nutritional labelled information use	-0,011	0,957
Healthy life attitudes		
dietary habits	0,086	0,141
smoke	-0,042	0,613
Chi-Square (Sig. 0.000)	130,930	
Nagelkerke R Square	0,220	

Cosa è emerso?

Il campione è così suddiviso:

- il 58,16 % delle persone è in una condizione di normopeso,
- ben un adulto su tre (29,63 %) risulta in sovrappeso,
- il 7,81 % è obeso
- il restante 4,3 % è sottopeso

Un po' di risultati

- ❖ I risultati mostrano che la condizione di sovrappeso e obesità aumenta con l'**età**, specialmente tra la persone con più di 65 anni.
- ❖ Anche il **genere** è correlato con questa patologia: i tassi maggiori si registrano fra il genere maschile piuttosto che tra il genere femminile.
- ❖ Una relazione inversa emerge tra eccesso di peso e **livelli di istruzione**. Tra gli adulti con titolo di studio medio-alto (diploma o laurea) la percentuale degli obesi è piuttosto bassa, mentre sale la percentuale tra gli adulti con la licenza elementare o privi di titolo.
- ❖ Interessante è come esiste un inversa relazione tra i livelli di **Knowledge alimentare** e obesità. Sottolineando l'importanza di programmi di educazione alimentare per contrastare l'obesità.

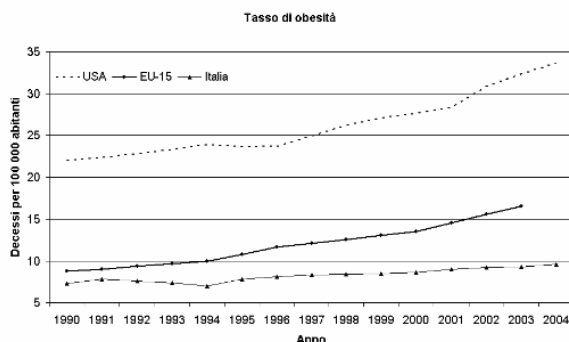
- ❖ Per quanto riguarda i **claims nutrizionali**, come "light", "basso contenuto energetico", "elevato tenore in fibra", "povero di grassi", "povero di sodio", non sono state trovate relazioni significative.
- ❖ Il **claim** "povero in zuccheri" mostra una relazione positiva e significativa con questa patologia. Probabilmente dovuto alla percezione del consumatore del link tra contenuto in zucchero dei cibi e obesità.
- ❖ Tra le variabili che riguardano i comportamenti d'acquisto, un'inversa e significativa relazione appare nei confronti del **sapore** e delle **proprietà nutrizionali**, sottolineando il basso interesse del consumatore obeso per questi attributi qualitativi dei prodotti alimentari.
- ❖ **Reddito** e **occupazione** non hanno mostrato coefficienti statisticamente significativi.

Relativamente alle **risorse economiche** della famiglia: possiamo notare come la percentuale maggiore, sia per quanto riguarda gli obesi, sia per i sovrappeso si colloca in una posizione in cui il bilancio delle risorse economiche della famiglia è negativo arrivando a stento alla fine del mese o comunque facendo attenzione alle spese, mentre le percentuali dei soggetti in eccesso di peso diminuisce se le disponibilità economiche della famiglia sono ritenute ottime o adeguate anche se questo tipo di discorso non è stato poi confermato da un punto di vista statistico.



ANALISI DESCRITTIVA

La prevalenza obesità e grande obesità appare più contenuta nella nostra popolazione nei confronti di Paesi ad analogo sviluppo economico.



Una chiave di lettura di tale divario va ricercata nell'elevata correlazione tra tasso di obesità e condizioni socio-economiche svantaggiate. Differenze nette vengono sottolineate tra i diversi ceti sociali. I gruppi a basso reddito, con minor livello d'istruzione sono le categorie maggiormente esposte a questo tipo di patologia. Sono quindi le fasce più colte e consapevoli della popolazione italiana quelle che riescono a difendersi meglio dal pericolo rappresentato dall'obesità.

Ricerche future

Si potrebbero studiare i costi sociali di questo fenomeno, in termini di costi diretti e costi indiretti, e quanto un obeso grava sull'economia del paese. Considerando che il problema tende ad essere più rilevante nelle aree con reddito pro-capite più basso, quindi i tassi maggiori di obesità emergono nelle regioni meridionali, si vorrebbe effettuare, mediante analisi empirica, un paragone tra un campione di consumatori della Lombardia e uno delle regioni meridionali.

Cosa fare?

Secondo le linee guida promosse dall'OMS

Per contrastare la tendenza all'obesità



"correggere le diete caratterizzate da un'eccessiva componente energetica rispetto ai fabbisogni, in particolare il consumo eccessivo di grassi saturi, sale e zucchero e l'insufficiente consumo di frutta, ortaggi e alimenti ricchi di fibre."

I potenziali strumenti di politica nutrizionale

Lo spettro delle misure adottabili è molto ampio e sempre più spesso si discute su strumenti più controversi:

- ❖ l'introduzione di tasse o sussidi sui nutrienti contenuti nei prodotti alimentari,
- ❖ campagne d'informazione per aumentare la conoscenza e la consapevolezza del consumatore,
- ❖ regolamenti pubblicitari per limitare la pubblicità di cibi insalubri specialmente quando riguardano i bambini,
- ❖ programmi di educazione nutrizionale nelle scuole,
- ❖ regolamenti di etichettatura specificando i livelli nutrizionali e segnalare nutrienti sani e non sani,
- ❖ informazioni nutrizionali sui menu,
- ❖ regolamentare gli Health claims,
- ❖ finanziare le ricerche epidemiologiche, comportamentali e cliniche,
- ❖ regolare la responsabilità delle aziende alimentari,
- ❖ fissare degli standards.

L'applicazione del regolamento relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari, che permetterà al consumatore di disporre di informazioni affidabili, veritiere e coerenti sulle caratteristiche nutrizionali dei prodotti alimentari, dovrebbe avvenire in modo tale da stimolare l'industria alimentare a rinnovare e a migliorare i propri prodotti

Una politica di incentivi, riduzione dei prezzi, alleggerimento fiscale e altri tipi di sovvenzioni, potrebbero essere preferibili ad un sistema di tassazione maggiorata dei prodotti calorici ("fat tax") che, in ultima analisi, penalizzerebbe le famiglie europee a più basso reddito. La cosiddetta "fat tax", infatti, calibrata per aumentare il prezzo degli alimenti con contenuto eccessivo di grassi saturi o altri nutrienti dannosi, discussa soprattutto negli Stati Uniti e in Inghilterra, rischia di essere uno strumento iniquo e di difficile implementazione. Uno strumento iniquo, perché andrebbe ad incidere maggiormente sulle fasce più povere della popolazione, per le quali la quota di spesa destinata all'alimentazione è più rilevante.

Alternative più interessanti, ma di difficile introduzione per la potenziale reazione dell'industria agro-alimentare, sono la tassazione a livello di input produttivi. Questo per forzare le aziende trasformatrici ad utilizzare in misura minore gli ingredienti meno sani o per fare introdurre sussidi a livello di commercio al dettaglio, per rendere meno costosi prodotti, quali frutta e verdura.

Provocatoria potrebbe sembrare la proposta di introdurre una "tassa sull'obesità". In un certo senso questa esiste già in alcuni paesi, dove le compagnie di assicurazione impongono premi più alti ad individui in sovrappeso, essendo questi considerati maggiormente a rischio per certi tipi di patologie. In una prospettiva analoga alcuni studiosi hanno proposto l'introduzione di incentivi e sgravi fiscali per gli individui, che dimostrano di intraprendere attività e spese mirate alla riduzione del proprio peso.

La lista di potenziali interventi politici è comunque nutrita e include misure di vario genere.

La situazione reale

In generale, i paesi del Nord-Europa sono quelli più avanzati nell'adozione di politiche nutrizionali, anche perché il problema dell'obesità è emerso anteriormente rispetto ai paesi mediterranei.

In **Inghilterra**, dove il tasso di obesità nel 2002 era al 22%, sono già in atto massicce campagne di informazione per aumentare il consumo di frutta e verdura e ridurre quello di sale, oltre a misure per migliorare l'alimentazione nelle mense scolastiche e a piani locali per promuovere l'attività fisica. Inoltre, verso la fine del 2004 è stato pubblicato un Libro Bianco che mira ad estendere l'intervento politico fino all'adozione di standard nutrizionali per i prodotti trasformati e ad un interessante schema di etichettatura che prevede una segnalazione "a semaforo", con etichette rosse per i cibi nutrizionalmente inadeguati, verdi per quelli più salutari e gialle per quelli a rischio.

In **Italia**, nonostante recentemente si sia osservata una maggiore sensibilità al problema soprattutto in risposta al preoccupante dato sull'obesità infantile, l'intervento politico rimane limitato.

Sebbene non esistano ancora statistiche ufficiali e coerenti a livello europeo, uno studio sui dati esistenti a livello nazionale sembrerebbe indicare l'Italia come il paese con il più alto numero di bambini sovrappeso per la fascia tra i 7 e gli 11 anni: secondo i parametri IOTF più di un bambino su tre (circa il 36%) ha un eccesso di massa corporea.

Il Piano Sanitario Nazionale prevede azioni informative e il monitoraggio dell'obesità. Sono state inoltre pubblicate e distribuite linee guida per un'alimentazione più sana, mentre altre misure provvedono a finanziare campagne informative televisive e a promuovere una serie di iniziative educative in circa 10000 scuole, con distribuzione di pacchetti informativi e l'organizzazione di una competizione a livello scolastico.

Previsione futura

L'Organizzazione Mondiale della Sanità, facendo riferimento a dei dati pubblicati nel 2005, ha formulato delle previsioni per il futuro: il numero totale di individui in sovrappeso nel 2015 sarà pari a **2,3 miliardi** e le persone obese raggiungeranno i **700 milioni**.

Parte terza
Analisi economica e politiche di
intervento per la sicurezza e la
qualità alimentare

Politiche agro-alimentari ed intervento pubblico

Classificazione delle politiche agro-alimentari

per il sistema e le filiere

politiche
agro-alimentari

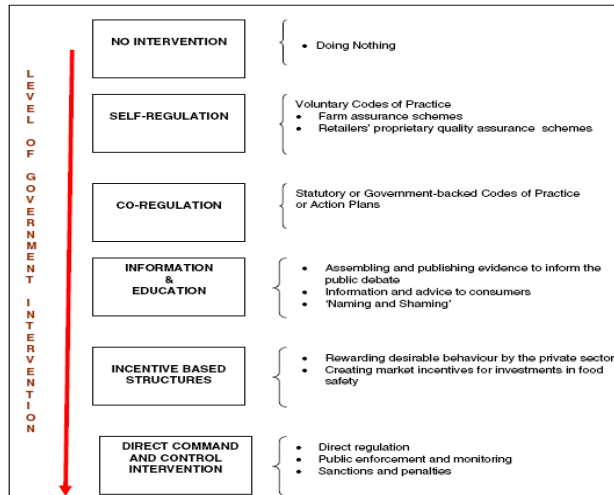
per i singoli settori

- politiche di food safety (sicurezza alimentare) --> etichettatura, standard, HACCP, rintracciabilità
 - politiche di food quality --> denominazioni di origine, agricoltura biologica, rintracciabilità, certificazione
 - politiche di food security --> crescita dell'offerta nei paesi in via di sviluppo
 - politiche per le relazioni verticali --> chain management, cooperative
 - politiche per il commercio internazionale
 - politiche alimentari per fasce più povere
-
- per il settore agricolo --> Pac
 - per l'industria alimentare --> es. antritrust
 - per la distribuzione --> es. licenze

Ruolo dell'intervento pubblico

Problematica generale per l'intervento pubblico: è meglio lasciare libere le imprese, dare precise indicazioni o rendere obbligatorie determinate misure

private standards or public intervention?



Problematiche economiche dell'etichettatura nutrizionale

Caratteristiche economiche dell'etichettatura nutrizionale

- l'etichettatura nutrizionale come intervento nel mercato → l'informazione nell'etichetta rappresenta un mezzo per
 - nel caso dell'impresa → *strategia di differenziazione* → comunicare al consumatore le caratteristiche del prodotto (attributi nutrizionali) → attributi search
 - nel caso di intervento pubblico → *politica comunitaria* → garantire che **non** ci siano **comportamenti opportunistici** e ristabilire l'efficienza del mercato
- è meglio lasciare libere le imprese, dare precise indicazioni o rendere obbligatoria l'etichettatura?

ATTRIBUTI NUTRIZIONALI

Sicurezza alimentare

Qualità

Caratteristiche economiche dell'etichettatura nutrizionale

- Nei paesi industrializzati le regolamentazioni sull'etichettatura nutrizionale sono differenziate
- negli USA l'applicazione del **National Labelling and Education Act** nel 1994 ha reso l'etichettatura nutrizionale **obbligatoria** per quasi tutti i prodotti alimentari confezionati, stabilendo specifici standards per la formulazione di queste informazioni (Golan et al., 2000; Nayga, 1996).
- nell'UE sia la tabella nutrizionale che le indicazioni nutrizionali sono ancora **volontarie**, ma in accordo con la Direttiva 90/496 se un'indicazione nutrizionale compare sull'etichetta o nella pubblicità **la tabella nutrizionale diventa obbligatoria**; la Direttiva 90/496 stabilisce alcune regole per la standardizzazione delle tabelle nutrizionali, ma le imprese sono piuttosto libere su come formulare queste informazioni

Caratteristiche economiche dell'etichettatura nutrizionale

- Nell'UE l'etichettatura nutrizionale è **volontaria** → il livello di accuratezza delle informazioni nutrizionali differisce da prodotto a prodotto.
- i nutritional claims possono trasformare **attributi credence** in **attributi search** → il consumatore può fare scelte più veloci e scegliere prodotti che più **corrispondono alle sue preferenze qualitative** (Hooker and Caswell, 1996)
- in etichetta possono esserci tante informazioni → è importante capire a **quale tipo di informazioni il consumatore è realmente interessato** quando sceglie un prodotto.
- l'introduzione di nutritional claims potrebbe determinare alcuni cambiamenti nel comportamento d'acquisto se l'informazione nutrizionale riportata in **etichetta è chiara, concisa, e comprensibile.**

Politica comunitaria per le problematiche nutrizionali

- **Regolamento 1924/2006** → obiettivo → garantire un alto livello di **tutela dei consumatori**, stabilendo un quadro giuridico nell'UE per i nutrition e gli health claims → assicurare la diffusione di una **corretta informazione** ai consumatori facilitando le scelte dei consumatori per i prodotti alimentari.
- le informazioni nutrizionali **non sono obbligatorie**
- se si vogliono inserire in etichetta specifiche indicazioni nutrizionali → è necessario riferirsi agli standards previsti per i **nutritional claims** → **standard pubblici di riferimento**
- se si inseriscono indicazioni nutrizionali è necessario inserire anche la **tabella nutrizionale**
- il regolamento stabilisce anche che la Commissione deve stabilire i **profili nutrizionali** specifici e le condizioni per l'uso delle indicazioni nutrizionali e sulla salute per gli alimenti

Nutritional claims previsti dal Reg. 1924/2006

- L'allegato del reg. 1924/2006 stabilisce una **lista dei nutritional claims permessi** e le relative condizioni che devono essere seguite per utilizzare queste indicazioni
- le indicazioni nutrizionali introdotte dal regolamento sono 24, che possono essere raggruppate in 9 categorie:
 - **calorie** (basso contenuto calorico, ridotto contenuto calorico, senza calorie → low energy, energy-reduced, energy-free);
 - **grassi** (a basso contenuto di grassi, senza grassi, a basso contenuto di grassi saturi, senza grassi saturi → low-fat, fat-free, low-saturated fat, saturated fat-free);
 - **zucchero** (a basso contenuto in zuccheri, senza zuccheri, senza zuccheri aggiunti → low sugar, sugar-free, with no added sugar);

Nutritional claims previsti dal Reg. 1924/2006

- **sodio** (a basso contenuto di sodio/sale, a bassissimo contenuto di sodio/sale, senza sodio o senza sale → low sodium/salt, very low sodium/salt, sodium-free or salt-free);
- **fibre** (fonte di fibre, ad alto contenuto in fibre → source of fibre, high fibre);
- **proteine** (fonte di proteine, ad alto contenuto di proteine → source of protein, high protein);
- **vitamine** (fonte di vitamine e/o minerali, ad alto contenuto di vitamine e/o minerali, contiene... → source of vitamins and/or minerals, high vitamins and/or minerals);
- **nutrienti** (contiene ..., a tasso accresciuto di ..., a tasso ridotto di ... → contains nutrients or other substances, increased nutrients, reduced nutrients);
- **leggero/light**
- **naturalmente/naturale** → naturally/natural.

I fattori determinanti dell'interesse del consumatore verso le informazioni nutrizionali

- Tali fattori determinanti dell'interesse e della lettura delle informazioni nutrizionali da parte del consumatore sono raggruppabili in 5 categorie:
- caratteristiche **socio-demografiche** e individuali → includono variabili come l'età, sesso, educazione, reddito, BMI, etc;
- attributi che riguardano il **comportamento d'acquisto** → includono variabili come prezzo, marca, sapore, origine del prodotto, tracciabilità, certificazione di qualità;
- attitudine ad una **vita sana** → rappresenta variabili come dieta equilibrata, sport, fumo, malattie connesse all'alimentazione;
- **conoscenza nutrizionale** e **risorse informative** → includono variabili come il livello di conoscenza e fonti d'informazione;
- attitudine ad un'**alimentazione sicura** → rappresenta variabili come l'attenzione ad un'alimentazione sicura, condizioni del packaging, l'attenzione agli ingredienti.

I risultati di un'indagine diretta

- analisi mediante questionario telefonico realizzato ad hoc
- campione formato da 1025 consumatori lombardi statisticamente significativo
- obiettivi:
 - esaminare il grado di interesse e di attenzione dei consumatori nei confronti della salubrità degli alimenti e delle problematiche nutrizionali
 - valutare in tale ambito i comportamenti dei consumatori
 - valutare la percezione dei consumatori sui *nutritional claims*
- l'indagine è stata finanziata dalla Regione Lombardia (Consiglio regionale - IReR)

I risultati di un'indagine diretta

Scopo → analizzare l'attitudine del consumatore verso l'**etichetta nutrizionale** e i "**nutritional claims**" e identificare le principali variabili di decisione

$$NI_j = f(IC, PBF, HLA, NKS, FSA)$$

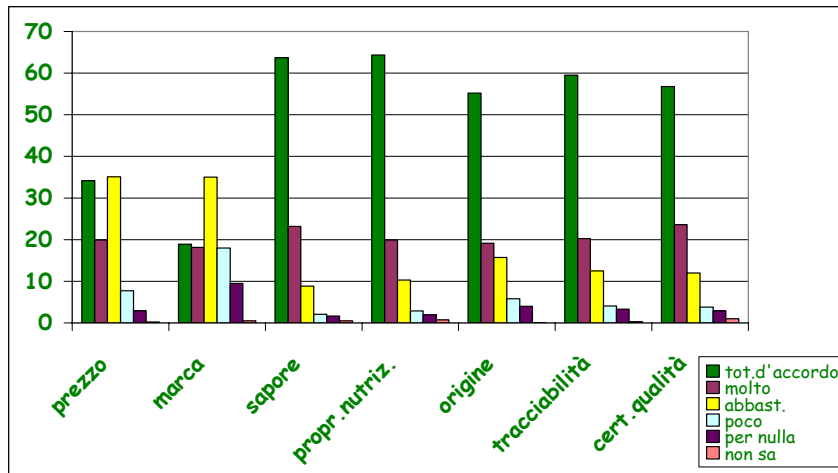
L'informazione nutrizionale (NI_j) è rappresentata da variabili dipendenti come :

- l'importanza dell'etichetta nutrizionale (NI1),
- l'uso dell'etichetta (NI2),
- le principali categorie di nutritional claims fornite del Reg. 1924/2006: basso contenuto energetico (NI3), basso tenore in grassi o senza grassi (NI4), basso tenore in zuccheri o senza zuccheri (NI5), basso sodio/sale o senza sodio (NI6), alto contenuto in fibre e vitamine (NI7), light (NI8).

NI: Nutrition Information,
IC: Socio-demographic and
indiv.characteristics
PBF: Purchasing behaviour

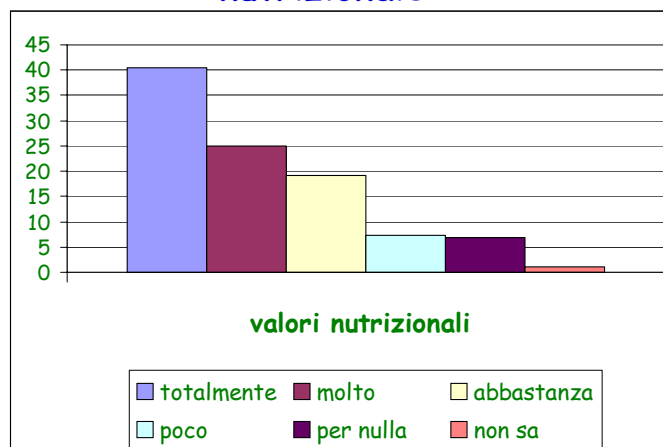
HLA: Healthy life attitude
NKS: Nutritional knowledge
and source of information
FSA: Food safety attitude

Attributi che influiscono sull'acquisto di un prodotto



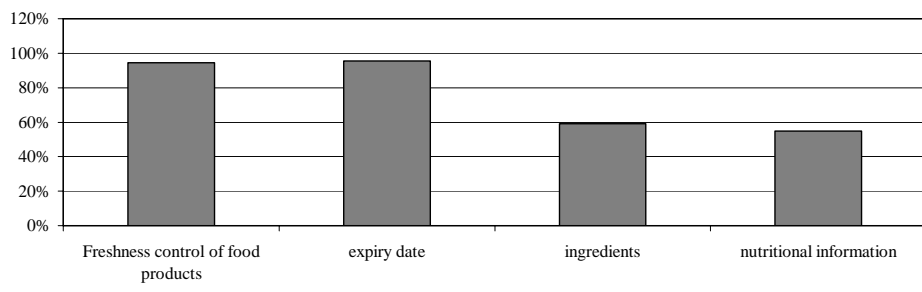
- Alto interesse del consumatore per gli attributi nutrizionali
- sapore (87%), segnali di qualità (80%) e origine (74%)

Importanza della presenza della tabella nutrizionale



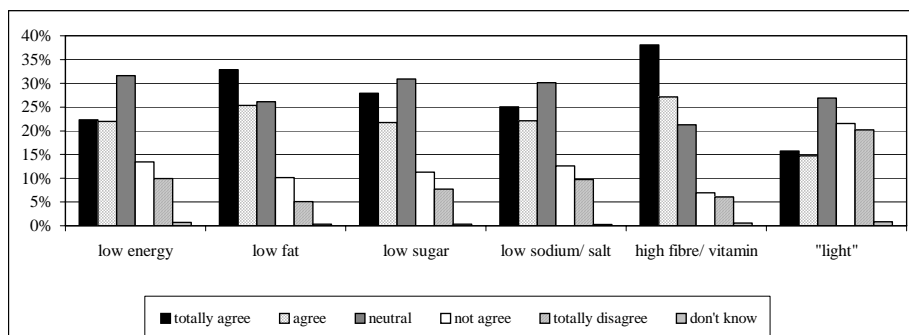
L'analisi ha rilevato un alto interesse del consumatore per la tabella nutrizionale, dato che la maggior parte dei consumatori considera la presenza di tale tabella un elemento importante per la scelta di un prodotto alimentare.

Elementi controllati nella scelta di un prodotto alimentare



- L'importanza data dagli intervistati alla tabella nutrizionale non determina che il consumatore legga tali informazioni
- altri elementi come le condizioni di freschezza e la data di scadenza sono controllati da la gran parte degli intervistati

Importanza dei nutritional claims



- Alto interesse degli intervistati verso i nutritional claims stabiliti dal Reg. 1924/2006
- differenti livelli di importanza fra le categorie dei nutritional claims
- grande interesse per i claims "high fibre/vitamin" e "low fat"
- il consumers rivela scarso interesse per i claims "light", "low energy" and "low sodium/salt".

Considerazioni conclusive

- regolamento 1924/2006 → le informazioni nutrizionali non sono obbligatorie, ma se si vogliono inserire in etichetta specifiche indicazioni nutrizionali è necessario riferirsi agli standards previsti per i **nutritional claims** → **standard pubblici di riferimento**
- significativa influenza sulle **strategie di differenziazione** e considerevoli **costi di adeguamento** per le imprese, con la necessità di disporre di competenze legislative → problematiche per le **piccole imprese**
- il consumatore percepisce le informazioni nutrizionali come di **rilevante interesse** per la scelta di un prodotto alimentare
- si nota una differenza fra la **percezione** e il **reale comportamento (lettura delle informazioni nutrizionali)**
- i **nutritional claims** vengono ritenuti importanti con una particolare rilevanza per quelli relativi alle vitamine e grassi
- i consumatori che utilizzano la tabella nutrizionale presentano differenti caratteristiche da quelli che preferiscono i claims → si nota una particolare categoria che è interessata alla **tabella nutrizionale** e a una serie di altri fattori legati alla **food safety**
- **riduzione dell'asimmetria informativa**

L'analisi economica della sicurezza alimentare

I concetti di qualità e di sicurezza alimentare

Qualità: concetto di difficile definizione univoca poiché basato sulla 'percezione' soggettiva. Considera sia attributi *intrinseci* (nutrizionali, sicurezza, organolettici, di processo) che *estrinseci*

Sicurezza alimentare: è un importante attributo del prodotto legato all'assenza di componenti *intrinseche* cui è associato un rischio di danno alla salute

Valore economico della sicurezza alimentare

fallimento del mercato della sicurezza alimentare

- » asimmetria informativa
- » costi "sociali" della sicurezza alimentare
- » divergenze fra rischio percepito e rischio reale
- » bene pubblico?



il prezzo e altri attributi estrinseci dei prodotti non sono un mezzo efficiente per regolare domanda e offerta



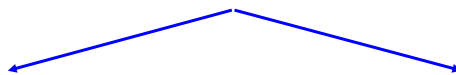
perdita di efficienza del sistema economico

- > intervento pubblico
- > **politiche per la sicurezza alimentare**

Valore etico della sicurezza alimentare

Sicurezza alimentare come attributo etico del prodotto

diritto per i consumatori



all'alimentazione "vitale"

all'alimentazione sicura



food security



food safety

equità del sistema economico --> intervento pubblico

- > politiche per
- food security
- food safety

Politiche per la sicurezza alimentare (food safety)

Obiettivi dell'intervento pubblico:

- ridurre l'asimmetria informativa tra produttori e consumatori
- garantire la salubrità degli alimenti

**Strumenti
dell'intervento
pubblico per la
sicurezza
alimentare**



La politica comunitaria per la sicurezza alimentare

L'evoluzione della politica comunitaria per la sicurezza alimentare

- **la nascita della Comunità (Trattato di Roma 1957)**
 - la creazione di un mercato comune → area di libero scambio
→ barriere tariffarie e non tariffarie
 - il principio di **libera circolazione delle merci** → concorrenza
- **gli anni '60 e '70**
 - le direttive di carattere verticale → standard comuni per la composizione e le produzioni
 - scarsa efficacia → unanimità del voto e tipologie alimentari molto elevate
- **gli anni '80**
 - le sentenze della Corte di Giustizia → 1979 il caso "Cassis de Dijon"
 - il principio del **mutuo riconoscimento** → i prodotti che rispettano i requisiti del paese in cui sono stati fabbricati devono essere ammessi anche negli altri paesi membri
- **gli anni '90**
 - le direttive di carattere orizzontale
 - la crisi BSE
- **gli anni duemila → il nuovo approccio**

I principi generali della politica comunitaria per la sicurezza alimentare

Base giuridica

- Libro bianco sulla sicurezza alimentare del 2000
- Regolamento 178/2002

Finalità

garantire un livello elevato di tutela della salute umana e degli interessi dei consumatori in relazione agli alimenti

Principi generali

- libera circolazione dei beni e concorrenza
- principio di precauzione
- strategia integrata → approccio sistemico → considerare l'intero sistema agro-alimentare (dai campi alla tavola) → i diversi operatori hanno una responsabilità primaria nella sicurezza alimentare
- analisi del rischio
- autorità sulla sicurezza alimentare

Sicurezza alimentare e analisi del rischio

- o risk assessment --> valutazione del rischio
 - analisi dell'informazione
 - Autorità alimentare
- o risk management --> gestione del rischio
 - principio di precauzione
 - normativa
 - Commissione, Parlamento, Consiglio
- o risk communication --> informazione sul rischio
 - dialogo con gli interessati
 - etichettatura e pubblicità
 - Autorità alimentare

Impostazione della politica comunitaria sulla sicurezza alimentare

Misure orizzontali → regolamento 178/2002 → general food law

- applicazione del libro bianco
- finalità: garantire un livello elevato di tutela della salute umana in relazione agli alimenti
- istituisce l'analisi del rischio
- istituisce l'Autorità europea per la sicurezza alimentare
- introduce la rintracciabilità

Misure verticali o specifiche

Quadro sintetico sulle misure della politica comunitaria per la sicurezza alimentare

Etichettatura

- direttive 2000/13, 2001/101, 2003/89
- regolamento 1830/2003 sugli organismi geneticamente modificati
- regolamento 1924/2006 sui nutritional claims

Standard

- igiene --> regolamenti 852/2004, 853/2004, 854/2004, 882/2004
- additivi --> direttiva 89/107
- residui e contaminanti --> regolamento 315/93
- ecc.

HACCP

- Regolamenti 852/2004 e 853/2004

Rintracciabilità

- Regolamenti 178/2002, 1760/2000

La nuova disciplina comunitaria sull'igiene dei prodotti alimentari

- **Regolamento 852/2004** sull'igiene dei prodotti alimentari
- **regolamento 853/2004** che stabilisce norme specifiche in materia di igiene per gli alimenti di origine animale
- **regolamento 854/2004** che stabilisce norme specifiche per l'organizzazione dei controlli ufficiali sui prodotti di origine animale destinati al consumo umano
- **regolamento 882/2004** relativo ai controlli ufficiali intesi a verificare la conformità alla normativa in materia di mangimi e di alimenti e alle norme sulla salute e sul benessere degli animali
- **direttiva 2004/41/CE** che abroga alcune direttive recanti norme sull'igiene dei prodotti alimentari e le disposizioni sanitarie per la produzione e la commercializzazione di determinati prodotti di origine animale destinati al consumo umano e che modifica le direttive 89/662/CEE e 92/118/CEE e la decisione 95/408/CE

La nuova disciplina comunitaria sull'igiene dei prodotti alimentari

Considerazioni sul regolamento 852/2004 sull'igiene dei prodotti alimentari

- stabilisce i principi generali in materia di igiene dei prodotti alimentari (strutture, locali, trasporti, ecc.)
- prevede l'adozione delle procedure del sistema HACCP
- è basato sulla strategia integrata per la sicurezza alimentare, ma esclude l'applicazione dell'HACCP alla produzione primaria (agricoltura)
- sostituisce la direttiva 93/43/CEE con il regolamento --> armonizzazione delle legislazioni nazionali
- rende obbligatoria l'adozione dei requisiti di igiene e dell'HACCP nell'intero mercato comunitario allargato --> Peco

L'analisi economica della tracciabilità e gli effetti sull'organizzazione verticale di filiera

Rintracciabilità

- Art. 18 del Reg. CE 178/2002)
È disposta in tutte le fasi della produzione, della trasformazione e della distribuzione la rintracciabilità degli alimenti e dei mangimi destinati alla produzione alimentare e di qualsiasi altra sostanza destinata o atta ad entrare a far parte di un alimento o di un mangime
- Norma UNI 10939
È la capacità di ricostruire la storia e di seguire l'utilizzo di un prodotto mediante identificazioni documentate, relativamente ai flussi materiali ed agli operatori di filiera;
- altri esempi: AFNOR V01 020, BSI 85:2000, ISO 22005:2005
- a seconda dei paesi sistemi di tracciabilità basati su
 - **standard privati** (es. ISO 22005:2005) → volontari → incentivi derivanti dal mercato
 - **regolamentazione pubblica** → obbligatoria

Sistemi di tracciabilità nell'Ue

Dopo Libro Bianco (COM(719)1999) nell'UE 2 livelli di tracciabilità



Sistemi di tracciabilità nell'Ue

Diverse tipologie di sistemi di tracciabilità in base a :

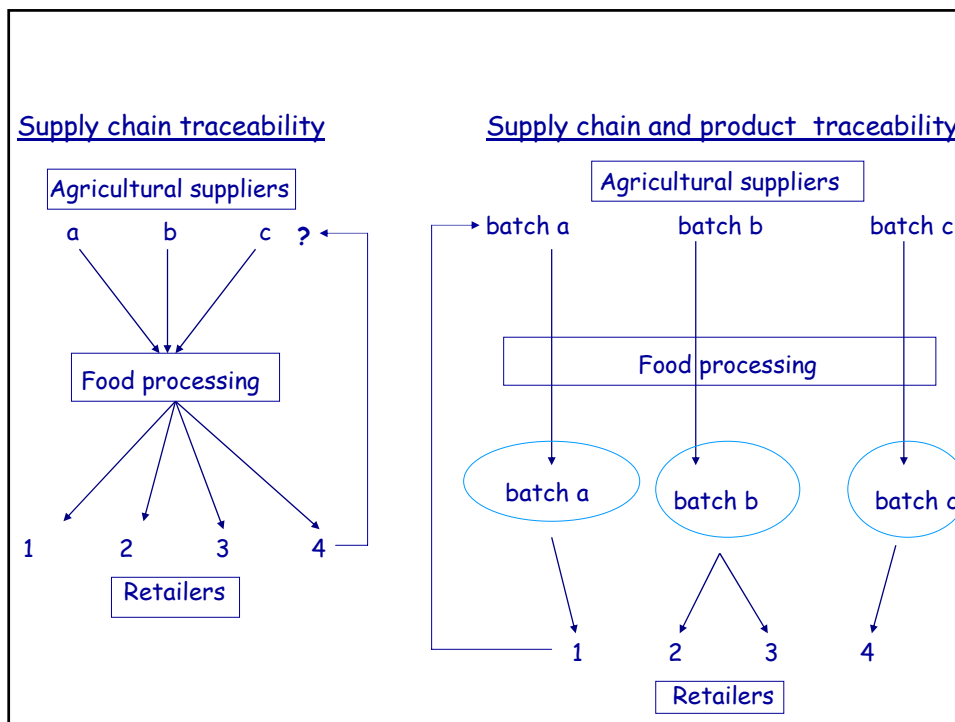
- ammontare di informazioni registrate
- settori e soggetti coinvolti
- la dimensione dell'unità tracciata

1. Tracciabilità di filiera → obbligatoria

Reg. 178/2002 registra i **fornitori** e i **clienti lungo la filiera** attraverso una specifica procedura documentale → insieme degli agenti → one step backward, one step forward



Tracciabilità a livello sia degli operatori della filiera (*supply chain traceability*) e sia della singola impresa (*product traceability*) → è possibile **ricostruire la storia** di un prodotto → rintracciare le singole materie prime agricole



Obiettivi dei sistemi di tracciabilità

- **tracciabilità obbligatoria**
 - migliorare la **sicurezza alimentare**
 - aumentare le **informazioni** sulla filiera a disposizione dell'autorità competente
 - favorire una maggiore **responsabilizzazione** degli operatori
 - ritirare dal mercato, gli eventuali prodotti non conformi → solo per reg. 1760/2002 nella filiera della carne bovina

Obiettivi dei sistemi di tracciabilità

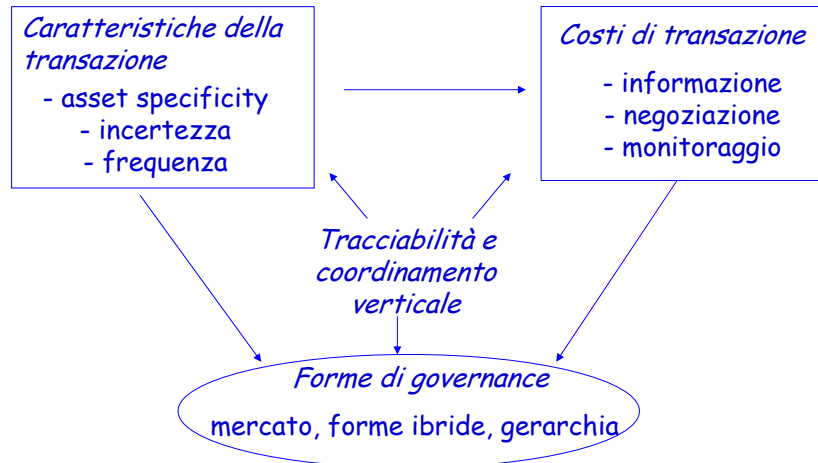
- **tracciabilità volontaria**
 - migliorare la **sicurezza alimentare** e riduzione del **costo delle non conformità** → in caso di non conformità si ritirano **solo** i lotti non conformi → migliore **gestione del rischio**
 - migliorare la **qualità** del prodotto
 - adozione di **disciplinari di produzione**
 - attribuzione di **specifiche responsabilità**
 - **differenziazione** del prodotto → origine delle materie prime
 - valorizzare l'immagine del marchio aziendale e ottenere un **premium price**
 - migliorare l'efficienza della supply chain management
 - adattamento alle esigenze della **GDO**

Effetti sul coordinamento verticale di filiera

- La tracciabilità volontaria modifica l'organizzazione verticale di filiera e i meccanismi di coordinamento
 - gestione dei lotti discontinui e disciplinari di produzione
- **centralizzazione** della gestione del sistema
 - azienda **leader** della filiera → scelta dello standard di riferimento e certificazione, **responsabilità** della conduzione del sistema, gestione del flusso di informazioni, redazione dei disciplinari, **selezione** delle imprese, istituzione dei **controlli** → imprese **industriali, cooperative, GDO**
- cambiamenti nei processi per i partner per gestione dei lotti
 - investimenti e costi di gestione del sistema → aumento della **bilateral dependency**
- **Accordi di filiera** formalizzati
 - specifici disciplinari, procedure per la gestione delle informazioni, modalità degli scambi, attribuzione delle responsabilità in caso di non conformità, istituzione controlli

Transaction Cost Economics

Nell'approccio *neoinstituzionale* → tracciabilità come *istituzione* (insieme di regole e procedure) che cambia l'organizzazione delle transazioni nelle filiere → cambia le modalità di *governance*



Transaction Cost Economics

- L'implementazione di un sistema di tracciabilità dovrebbe portare a
 - crescita dell'asset specificity → dovuto all'aumento della bilateral dependency
 - diminuzione del grado di incertezza
 - variazione dei costi di transazione, specie dei costi di monitoraggio
- tali cambiamenti favoriscono l'adozione di forme ibride → *governance* delle transazioni basata su accordi di filiera formalizzati
 - migliora la trasparenza e la responsabilità → per ridurre il rischio di inadempienze → incentivi di prezzo e supporto contrattuale

Risultati di un'indagine empirica

- Nell'UE è possibile individuare **due livelli di tracciabilità** → al **sistema cogente** si aggiungono i **sistemi volontari** → articolata gestione delle informazioni sui flussi di prodotto lungo la filiera, al fine di poter ricostruire il percorso dei prodotti
- **tracciabilità volontaria** determina una **complessiva riorganizzazione della filiera** → modifiche della *governance* dipendono da cambiamenti nell'organizzazione delle transazioni e dalle forme di *governance* esistenti in precedenza
 - nelle filiere dove erano diffusi **gli accordi verbali** si rileva un passaggio a **contratti formalizzati**;
 - nelle filiere in cui venivano già usati i contratti scritti si registra un **rafforzamento dei contratti** stessi prevedendo incentivi di prezzo;
 - nelle **imprese integrate verticalmente**, includendo le cooperative, non si notano modifiche sostanziali di *governance*, ma vi possono essere **cambiamenti nei processi** dovuti **all'adozione di specifici disciplinari**.

Risultati di un'indagine empirica

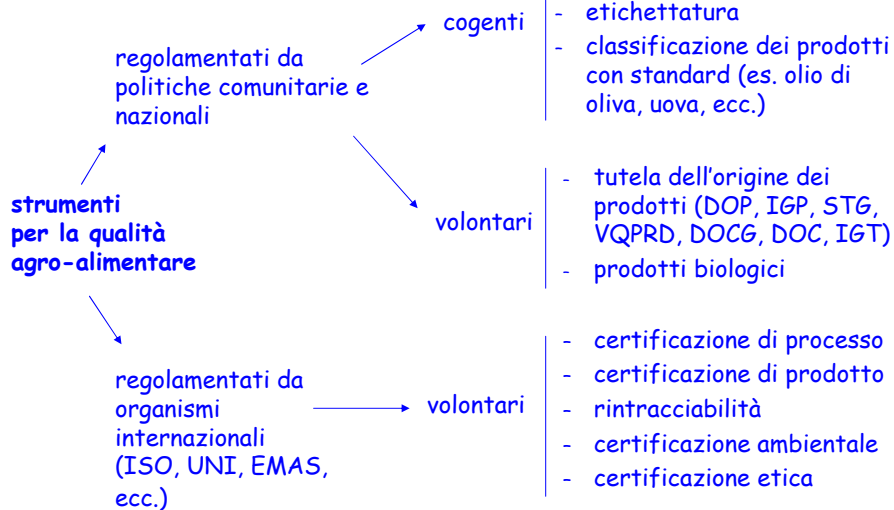
- L'adozione dei sistemi volontari di tracciabilità dipende dai **costi** per la messa in atto del sistema e dai **benefici** che si possono ottenere. Questi ultimi non riguardano solo il miglioramento della sicurezza alimentare, ma comprendono anche la **riduzione dei costi delle non conformità**, la **garanzia della qualità del prodotto**, il rafforzamento della reputazione del marchio, la maggiore efficienza negli scambi
- In ogni caso, la tracciabilità volontaria appare uno strumento con importanti valenze in termini di **coordinamento dei rapporti interni alla filiera**, quindi nelle relazioni *business to business*, al di là di come essa venga percepita dal consumatore.

L'analisi economica della qualità alimentare

Concetto economico di qualità alimentare

- Il **profilo qualitativo** dei prodotti alimentari è rivolto ad incontrare le preferenze di segmenti di consumatori → basato sulla 'percezione' soggettiva
- il profilo qualitativo è composto da
 - attributi *intrinseci* → nutrizionali, sensoriali, di funzione e di processo
 - attributi *estrinseci* → prezzo, marca, packaging, certificazione, ecc.
- la **differenziazione qualitativa** del prodotto è una scelta strategica dell'impresa → posizionamento competitivo sul mercato
- la "qualità" come bene "privato" → il mercato è efficiente
- c'è un **fallimento di mercato** collegato all'**asimmetria informativa** → comportamenti opportunistici delle imprese → politiche di intervento per migliorare la trasparenza

Classificazione delle politiche per la qualità agro-alimentare



Tutela dell'origine dei prodotti

- **Tipicità di un prodotto agro-alimentare** → prodotto legato ad una specifica area di produzione:
 - origine delle materie prime
 - processo produttivo tradizionale dell'area
- **Regolamenti 2081/92 e 2082/92**
 - DOP --> materie prime e processo produttivo legati all'area di origine del prodotto (Parmigiano reggiano)
 - IGP --> materie prime o processo produttivo sono fatti nell'area
 - STG --> fa riferimento a un processo (mozzarella)

Tutela dell'origine dei prodotti

- Una **DOP** o **IGP** deve essere richiesta da un'associazione di produttori e/o di trasformatori interessati al prodotto specifico (l'istruttoria sulla richiesta è condotta dallo stato membro)
- **Procedura per ottenere una denominazione:**
 - delimitazione dell'area
 - istituzione di un consorzio di tutela
 - disciplinare di produzione
 - pratiche inviate al ministero il quale invia la richiesta a Bruxelles
 - autorizzazione del marchio (DOP, ecc.)

Tutela dell'origine dei vini

normativa comunitaria:

VQPRD (vini di qualità prodotti in regioni determinate)
Vini da tavola con denominazione geografica
Vini da tavola (senza indicaz. geografiche)

normativa italiana:

DOCG (VQPRD europeo)
DOC (VQPRD europeo)
IGT (indicazione geografica tipica)
Vini da tavola (senza indicaz. geografiche)

Denominazione di Origine Protetta DOP

- **Per poter ricevere l'appellativo di denominazione d'origine devono sussistere 3 condizioni:**
 - Il prodotto deve essere originario di una regione, di un determinato luogo, di un paese
 - La produzione e/o elaborazione delle materie prime e la loro trasformazione fino al prodotto finito devono essere effettuate nell'area delimitata
 - Le particolari qualità e caratteristiche del prodotto devono derivare essenzialmente dall'ambiente geografico del luogo di origine

Indicazione Geografica Protetta IGP

- **Il legame con una specifica area geografica è garantito da almeno una delle fasi della sua preparazione.** Condizioni necessarie perché ad un prodotto venga apposta la denominazione sono:
 - Il prodotto deve essere originario di una regione, di un determinato luogo, o di un paese; tuttavia le materie prime possono provenire anche da un'altra regione
 - Almeno una delle fasi di produzione e/o trasformazione e/o elaborazione devono essere effettuate nell'area delimitata
 - Deve esistere un collegamento tra la qualità e/o la reputazione del prodotto e la regione da cui prende il nome

Le produzioni biologiche

- **Il Regolamento CEE 2092/91** definisce le condizioni da rispettare perché un prodotto agricolo o un prodotto alimentare possano essere offerti facendo riferimento al metodo di produzione biologico
- **il Regolamento CEE 1804/99** considera i prodotti dell'allevamento biologico
- i regolamenti definiscono i disciplinari per la produzione biologica
- iscrizione a un pubblico registro
- controlli da parte di enti accreditati dal Ministero delle politiche agricole

Gli effetti della sicurezza e delle qualità alimentare sul commercio internazionale

Problematiche internazionali

- Contrapposizione fra la crescente domanda di sicurezza alimentare e di attributi di qualità e il processo di liberalizzazione dei mercati
- le nuove istanze rappresentano nuove potenziali barriere di natura non tariffaria (barriere tecniche) alle importazioni → difficoltà di adeguamento alle normative da parte dei paesi in via di sviluppo
- attualmente gli accordi GATT-WTO che regolamentano questa complessa materia sono:
 - accordo sulle misure Sanitarie e Fitosanitarie (SPS)
 - accordo sulle Barriere Tecniche (TBT)
 - accordo sui diritti di proprietà intellettuale legati al commercio (TRIPS, art. 22-24)

Politiche per la sicurezza alimentare e misure per gli scambi internazionali

Misure per il mercato interno

- informazione / etichettatura
- standard
- HACCP
- rintracciabilità

Misure per gli scambi internazionali

import

- barriere tecniche

Politiche per la qualità e misure per gli scambi internazionali

Misure per il mercato interno

- informazione / etichettatura
- tutela dei prodotti tipici (DOP, IGP, STG, VQPRD, DOCG, DOC, IGT)
- certificazione
- tracciabilità
- agricoltura biologica

Misure per gli scambi internazionali

import

- barriere tecniche

export

- tutela dei prodotti tipici a livello internazionale

Accordo SPS

L'accordo sulle misure sanitarie e fitosanitarie (SPS) regola la legittimità di tali misure finalizzate a tutelare la vita e la salute dell'uomo, degli animali e delle piante.

Una misura è legittima quando:

- i) si basa su criteri scientifici (art. 2);
- ii) si basa su uno standard internazionale (art. 3);
- iii) in mancanza di questo, si basa su una valutazione scientifica del rischio (art. 5.1);
- ii) ha un effetto distorsivo minimo sul commercio;
- iii) è introdotta su base temporanea, quando le prove scientifiche rilevanti sono insufficienti (art. 5.7).

Accordo TBT

L'accordo sulle barriere tecniche disciplina la regolamentazione tecnica, gli standard di qualità e le procedure di certificazione di conformità.

Legittimità delle misure (art. 2):

- i) i prodotti importati devono subire lo stesso trattamento dei prodotti *simili* di origine nazionale;
- ii) ricorso a misure con impatto minimo sugli scambi;
- iii) la legittimità delle misure non è esclusivamente basata su informazioni scientifiche.

In ambito agro-alimentare, l'Accordo regola gli standard nutrizionali, di qualità, di etichettatura e di packaging