



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

DISEI
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE PER L'ECONOMIA
E L'IMPRESA

Economia dell'impresa agroalimentare (A-L)

Anno accademico 2019/20 - 2 sem.

Lezione n. 13 (08-04-2020)

Lezione registrata

EIAA A-L

103



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

Disclaimer

Il presente contenuto è stato prodotto per far fronte alle esigenze di didattica a distanza resasi necessarie per l'emergenza legata alla diffusione del virus COVID-19.

Il contenuto ha una finalità esclusivamente didattica, e viene rilasciato **in uso esclusivo agli studenti e alle studentesse del corso di laurea in Scienze dell'Economia dell'Università** di Firenze sotto licenza:

Creative Commons BY-NC-ND

Attribuzione – Non commerciale – Non opere derivate



Per l'attribuzione, l'autore del contenuto è: **Giovanni Belletti**

Firenze, marzo 2020

I margini di trasformazione e distribuzione e la posizione dell'agricoltura

I margini distributivi

Lo svolgimento delle funzioni che raccordano agricoltura e consumo comportano dei costi. Le imprese che svolgono tali funzioni devono essere remunerate.

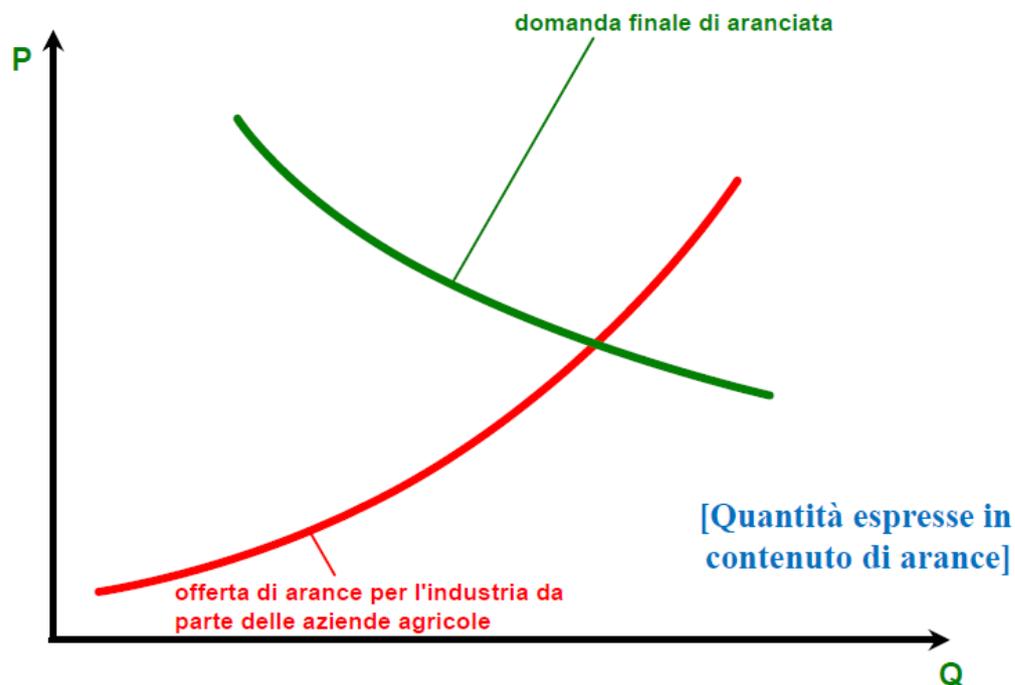
La figura rappresenta come si ripartisce tra i vari settori del sistema agroalimentare un dollaro speso dal consumatore medio americano all'inizio dello scorso decennio.



Prezzi all'origine, all'ingrosso e al dettaglio: i margini

Domanda (di prodotto finale) e offerta (di materia prima) non sono collegate tra loro → necessità di intervento di «settori intermedi»

Relazioni "verticali" di mercato

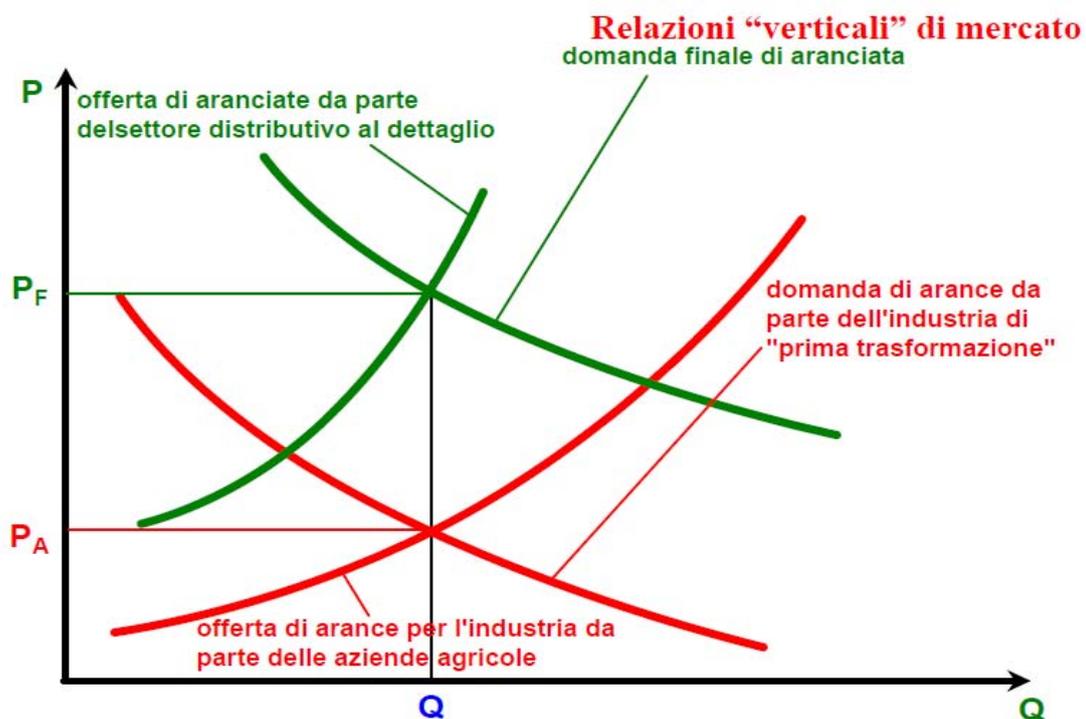


107

EIAA A-L

107

Prezzi all'origine, all'ingrosso e al dettaglio: i margini



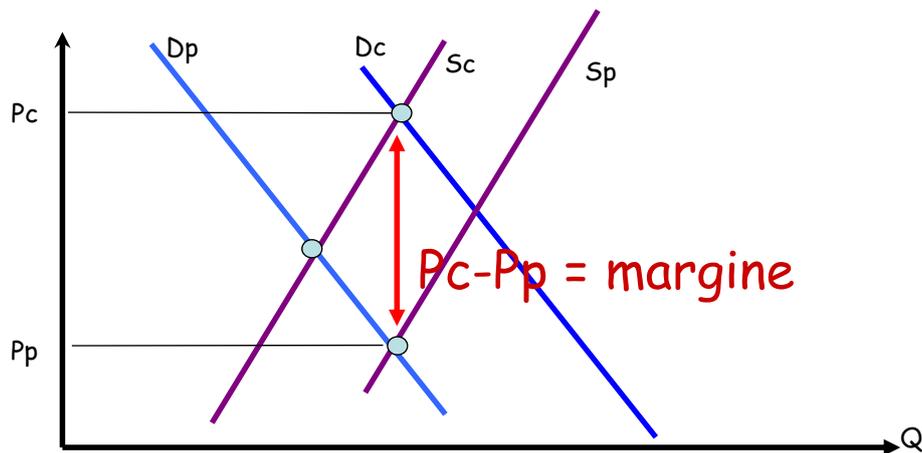
108

EIAA A-L

108

I margini distributivi

- Rimozione dell'ipotesi di canale diretto produzione-consumo: tra agricoltura e consumatore finale intervengono settori intermediari che forniscono i servizi richiesti dal consumatore finale.
- Il collegamento tra produzione e consumo è svolto dal settore della distribuzione e della trasformazione; tale attività è remunerata dal margine distributivo. Si ha:
 - Prezzo al consumo = Prezzo alla produzione + Margine
 - Prezzo alla produzione = Prezzo al consumo - Margine



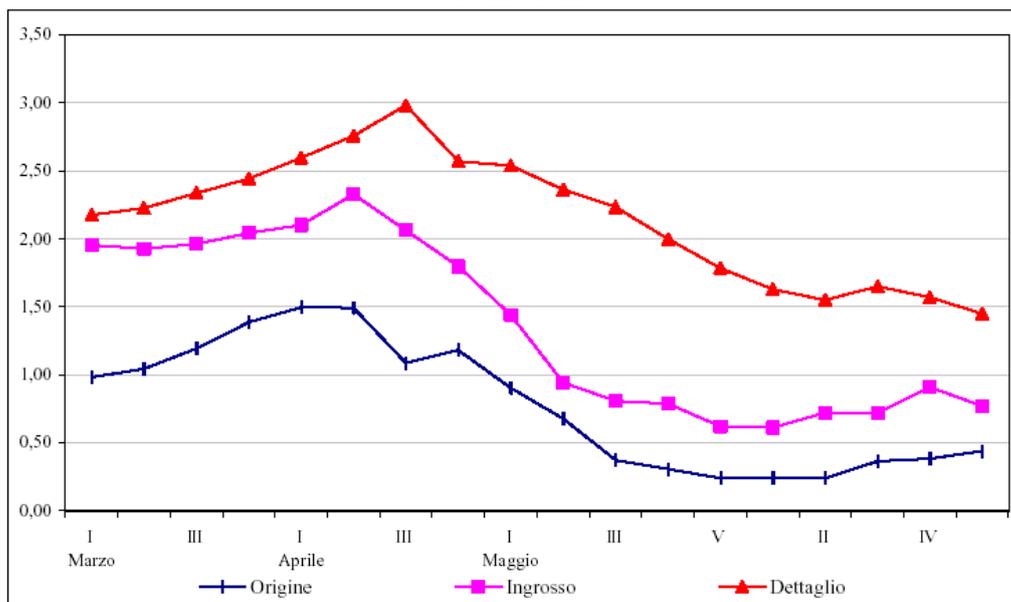
109

EIAA A-L

109

I margini distributivi

Pomodori



EIAA A-L

111

I margini distributivi

- Il **livello assoluto** del margine non è di per sé indicativo della inefficienza dei mercati
- Infatti la **specializzazione produttiva dell'agricoltura e la richiesta da parte dei consumatori di sempre nuovi servizi incorporati nel prodotto** determinano:
 - margini distributivi crescenti
 - diminuzione del valore aggiunto agricolo sul valore del prodotto al consumo.
- **Fattori che determinano** le caratteristiche dei margini:
 - **costo dei servizi aggiunti**, accanto ai tradizionali servizi di stoccaggio e trasporto assumono peso crescente:
 - servizi assicurativi per la garanzia della qualità;
 - servizi per una rapida preparazione degli alimenti;
 - servizi di vicinanza e facilitazione degli acquisti
 - **inefficienza** del sistema di intermediazione, trasformazione, commercializzazione
 - differente **potere di mercato** tra i contraenti
- Quando tutti i **mercati** collegati verticalmente lungo la filiera agroalimentare sono **concorrenziali**, allora il **margine distributivo è pari al costo marginale di produzione dei diversi servizi aggiunti al prodotto agricolo.**

EIAA A-L

114

Formazione dei margini distributivi

USDA United States Department of Agriculture
Economic Research Service

Home > Data Products > Price Spreads from Farm to Consumer > Background

Price Spreads from Farm to Consumer

Overview

- **Background**

Documentation

Summary Findings

Interactive Chart: Price Spreads and Food Markets

Background

Food processors, manufacturers, wholesalers, retailers, and foodservice providers transform raw agricultural commodities into convenient food products for American consumers to buy. Transportation, processing, and packaging are among the many marketing services provided. Value added to commodities through marketing services accounts for a substantial portion of consumer food prices.

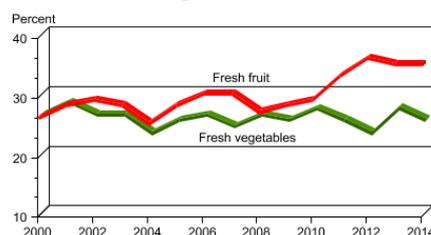
ERS compares the prices paid by consumers for food with the prices received by farmers for their corresponding commodities. ERS's goal is to inform policymakers, agriculture, and the general public about the value added to agricultural commodities by the food marketing system and to compare costs for marketing commodities with farm receipts. This data product reports these comparisons for a variety of foods sold through retail food stores such as supermarkets and supercenters.

Farm-to-consumer price spreads may increase or decrease over time with changes in the mix and prices of services required to transform raw agricultural commodities into consumer food products. Long-run trends therefore reflect a variety of underlying economic conditions, including changes in the technology used to process and distribute food as well as changes in the price of inputs, such as labor and energy.

USDA

<https://www.ers.usda.gov/data-products/price-spreads-from-farm-to-consumer/>

The farm share of fresh vegetables and fresh fruit



Source: Calculated by ERS, USDA, using data from the Bureau of Labor Statistics and USDA's National Agricultural Statistics Service.

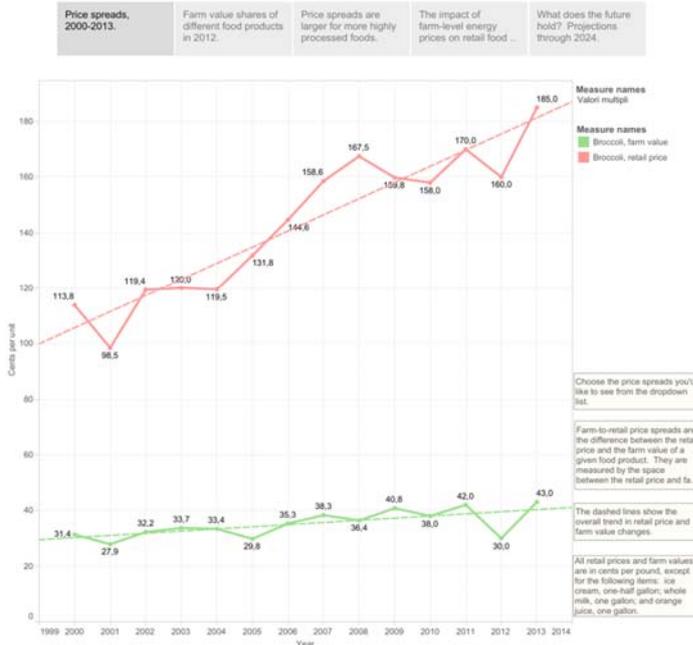
Data as of June 2016.

115

Formazione dei margini distributivi

USDA's Farm-to-Retail Price Spreads:

How Can They Be Used to Analyze Trends in U.S. Food Markets?



USDA

INTERACTIVE CHART

<https://www.ers.usda.gov/data-products/price-spreads-from-farm-to-consumer/interactive-chart-price-spreads-and-food-markets/>

← ESEMPIO DEI BROCCOLI

EIAA A-L

116

Formazione dei margini distributivi

Esempio di formazione del margine per i prodotti freschi su mercati concorrenziali

→ processo «a ritroso»: il prezzo è determinato per stadi successivi sulla base della domanda finale

Ipotesi di prodotto fresco deperibile e non stoccabile.

Saranno i dettaglianti che per primi stimeranno la quantità e qualità dei prodotti domandati dai consumatori e il prezzo che questi ultimi saranno disposti a pagare.

Una volta stabilito il loro margine di remunerazione, i dettaglianti effettueranno le loro richieste ai grossisti; si determinerà così il prezzo all'ingrosso, dato da:

- $\text{prezzo all'ingrosso} = \text{prezzo (stimato) al dettaglio} - \text{margine di dettaglio}$.

Nel caso in cui prezzo richiesto dal grossista e prezzo offerto dal dettagliante non coincidano, sarà il primo a dovere adeguare le proprie richieste in quanto si suppone che egli abbia già effettuato gli acquisti dagli agricoltori e che abbia necessità di vendere quanto acquistato.

Un meccanismo simile opererà nei rapporti tra agricoltore (che nel breve periodo non ha possibilità di aggiustare l'offerta alla domanda) e grossista, e quindi il prezzo alla produzione sarà dato da:

- $\text{prezzo alla produzione} = \text{prezzo (stimato) all'ingrosso} - \text{margine all'ingrosso}$.

Attraverso questo meccanismo a ritroso (in cui il prezzo di ogni fase è funzione del prezzo atteso della fase immediatamente a valle e del margine richiesto dall'operatore in essa presente) la domanda finale si incontra con l'offerta del settore agricolo.

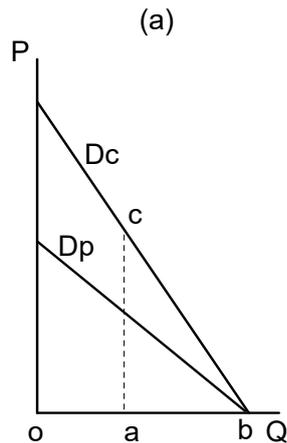
Il processo si realizza attraverso approssimazioni successive, in quanto i soggetti in esso impegnati non effettueranno sempre previsioni esatte.

EIAA A-L

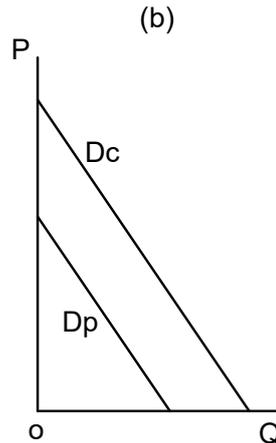
117

Tipologie di margini ed effetti sull'elasticità della domanda

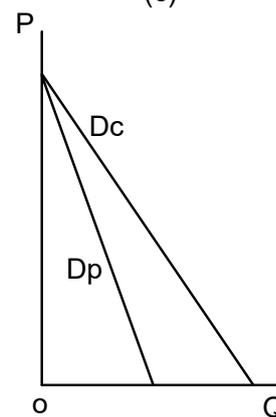
Margine proporzionale



Margine fisso



Margine inversamente proporzionale



Effetto **fisiologico** della presenza dei margini sulla elasticità della domanda:

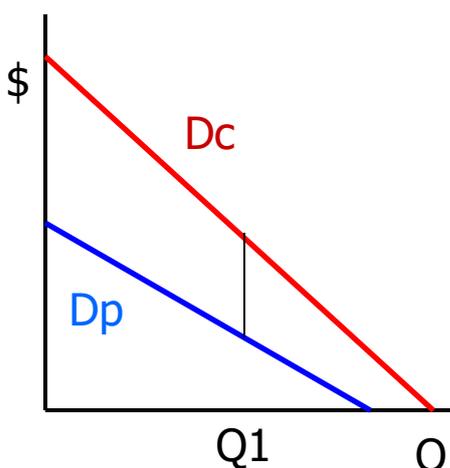
- per ogni livello di produzione, il valore dell'elasticità della domanda al livello della azienda agricola (quindi del produttore) sarà minore a quella della domanda del consumatore finale, salvo che questo sia proporzionale al prezzo alla produzione (caso A)
- di norma i margini non sono di tipo proporzionale (slide successiva)
- dunque **effetti negativi per gli agricoltori a fronte di aumenti di offerta, anche prescindendo da squilibri contrattuali (che sono molto frequenti)**

EIAA A-L

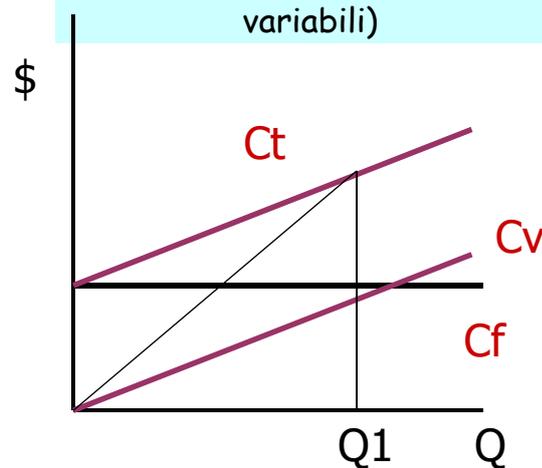
118

Elasticità della domanda alla produzione e al consumo

Margine unitario semiproporzionale al prezzo



Costo totale del settore di intermediazione (costi fissi + variabili)



Di norma i margini non sono di tipo proporzionale, ma semi-proporzionale, a causa della presenza di costi variabili nel sistema distributivo.

Infatti il **costo unitario del servizio reso comprende due componenti** (vedi figura):

- una **componente variabile**, riconducibile alla presenza di costi fissi aziendali di struttura (magazzini, automezzi, ecc.), che si ripartiscono sull'intera quantità commercializzata. In questo caso l'incidenza sul prezzo unitario di vendita sarà tanto minore quanto maggiori saranno le quantità commercializzate;
- una **componente fissa**, originata dalla presenza di costi aziendali proporzionali alle quantità commercializzate (ad esempio costi di imballaggio, trasporti, commissioni variabili ai rappresentanti, ecc.), e che incide sul prezzo unitario di vendita indipendentemente dalle quantità commercializzate.

EIAA A-L

119

Variazioni dei margini distributivi

Variazioni dei margini distributivi possono derivare da:

- cambiamenti nei prezzi dei fattori produttivi,
- cambiamenti dei servizi distributivi,
- modifiche tecnologiche che fanno cambiare la produttività dei fattori.

Nel breve e medio periodo, nei margini si possono avere oscillazioni dovute a:

- instabilità dei mercati dei fattori,
- instabilità della domanda finale,
- instabilità dell'offerta agricola.

Nel lungo periodo i margini:

- tendono a ridursi a causa del miglioramento tecnologico (efficienza),
- aumentano a causa della sempre maggiore richiesta di valore aggiunto al bene agricolo di base.

EFFETTI PATOLOGICI DEI MARGINI

I margini hanno effetti negativi sul settore agricolo legati alla loro semplice presenza.

Agli effetti negativi «fisiologici» se ne aggiungono altri **effetti di carattere "PATOLOGICO"**, legati a imperfezioni competitive lungo i mercati:

- Funzionamento reale delle filiere: squilibri contrattuali, posizioni dominanti
- Componente speculativa dei margini

Infatti spesso il **settore distributivo (e della trasformazione) non è concorrenziale**, pertanto vi è una debole reattività del prezzo al dettaglio a modifiche dei prezzi agricoli:

- se **diminuisce il prezzo** del prodotto agricolo il settore distributivo può non ridurre proporzionalmente il prezzo al dettaglio, aumentando il proprio margine e gli extraprofiti;
- se **aumenta il prezzo** del prodotto agricolo il settore distributivo può non aumentare proporzionalmente il prezzo al dettaglio, riducendo il margine e i profitti, pur di perseguire una politica di stabilità dei prezzi al dettaglio che difenda la quota di mercato.

La debole reattività dipende inoltre da una possibile carenza di flussi informativi lungo la filiera e dalla distanza temporale che separa l'acquisto della materia prima agricola dalla riscossione del prezzo al dettaglio.

EFFETTI PATOLOGICI DEI MARGINI

A parità di condizioni la non-concorrenzialità del settore distributivo aumenta il margine e riduce il prezzo agricolo → tale riduzione aumenta se il settore di trasformazione/distribuzione possiede anche un potere di monopsonio/oligopsonio.

Considerazioni:

- Il settore agricolo si avvantaggia di un settore distributivo concorrenziale ed efficiente → i ritardi del settore distributivo sono una causa dei bassi redditi dei produttori agricoli nelle economie arretrate. I programmi di sviluppo rurale dovrebbero promuovere l'efficienza del settore distributivo oltre che della produzione agricola;
- I processi di concentrazione dell'industria e dettaglio alimentare vanno valutati anche in termini di effetti negativi sui ricavi agricoli derivanti da posizioni di oligopsonio (che possono superare gli effetti positivi sul consumatore causate da maggiore efficienza);
- Gli agricoltori risentono di aumenti dei prezzi degli input del settore distributivo: es. maggiori costi di controllo per l'attuazione di normative, come quella sulla tracciabilità degli alimenti, possono causare un aumento del margine distributivo sopportato per lo più dal settore agricolo.
- **Numerose forme di reazione degli agricoltori: tra queste INTEGRAZIONE ORIZZONTALE E VERTICALE A VALLE E FILIERA CORTA**

EIAA A-L

123

Un caso «di cronaca»

Data:
lunedì 11.05.2015

Messaggero Veneto

Estratto da Pagina:
3

AGROALIMENTARE » LA BATTAGLIA DEI PREZZI

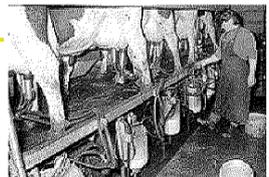
Paghiamo il latte 5 volte il costo Scatta l'indagine dell'Authority

Agli allevatori vengono riconosciuti 32 centesimi il litro, al supermercato può arrivare fino a 1,6 euro
Sotto accusa il potere contrattuale dell'industria e della grande distribuzione. Mille stalle a rischio in Fvg



La manifestazione del febbraio scorso di Coldiretti in piazza San Giacomo a Udine per protestare contro i prezzi alla produzione del latte

I NODI IRRISOLTI



II PICCOLO NON E' BELLO

Il problema degli allevatori è quello di avere aziende piccole e non consorziate per cui la capacità contrattuale nella filiera è ridotta



III LA COMPETIZIONE

Con la fine delle quote latte e dei prezzi calmierati si è scatenata la concorrenza da altri Paesi che ha portato a una forte riduzione dei prezzi d'acquisto



IV FILIERA NON EQUA

L'Authority garante della concorrenza vuole accertare se dietro la lievitazione dei prezzi non ci siano rapporti tra le parti che alterano le regole del mercato

EIAA A-L



“Paghiamo il latte 5 volte il costo”. Scatta l'indagine dell'Authority

Alla stalla viene pagato 32 centesimi, ovvero neanche 700 lire di vent'anni fa. Nel banco frigo del supermercato lo stesso litro di latte viene venduto tra 1,2 e 1,6 euro – un **prezzo**, quest'ultimo, riservato ai prodotti di alta qualità – con un ricarico, pertanto, che può arrivare a 5 volte in più. La differenza chi la intasca? E una delle risposte che l'indagine conoscitiva avviata dall'**Autorità garante della concorrenza e del mercato** intende accertare. L'indagine parte da alcune

considerazioni.

La prima è lo smantellamento del regime delle “quote latte” che di fatto ha aperto al libero mercato questo prodotto, ma che può anche aggravare «la volatilità dei prezzi» – scrive l'Authority nella delibera – e l'impatto che questo produce sugli allevatori italiani». La seconda riguarda prettamente il valore e la scarsa correlazione che c'è tra l'andamento del prezzo al consumo sia del latte che dei prodotti lattiero-caseari, e quello che viene riconosciuto al produttore, in calo costante negli ultimi mesi. Per contro i costi di produzione, invece, non calano. Il valore aggiunto della **filiera**, come denuncia da tempo Coldiretti, si concentrerebbe dunque esclusivamente nei settori della trasformazione del latte crudo e della grande distribuzione commerciale.

Il ruolo dell'Autorità scatta proprio qui, nelle dinamiche dei prezzi, soprattutto se fossero rilevabili dei problemi nelle dinamiche concorrenziali e di mercato dei diversi settori. Altro elemento che può avere gioco nel meccanismo, è la bassa concentrazione strutturale dell'offerta di materia prima (tanti allevatori di piccola e media dimensione che contrattano singolarmente i prezzi) un fattore in grado di generare uno squilibrio «nel potere di negoziazione nell'ambito delle relazioni commerciali tra agricoltori e latterie, favorendo è la tesi dell'**Authority** – l'adozione di condotte commerciali sleali». In sostanza coloro che hanno il potere in mano sono l'industria alimentare e la grande distribuzione che impongono i prezzi d'acquisto della materia prima.

Fonte: **Messaggero Veneto**

EIAA A-L

125

di Elena Del Giudice

► UDINE

Alla stalla viene pagato 32 centesimi, ovvero neanche 700 lire di vent'anni fa. Nel banco frigo del supermercato lo stesso litro di latte viene venduto tra 1,2 e 1,6 euro – un prezzo, quest'ultimo, riservato ai prodotti di alta qualità – con un ricarico, pertanto, che può arrivare a 5 volte in più. La differenza chi la intasca? È una delle risposte che l'indagine conoscitiva avviata dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato intende accertare. L'indagine parte da alcune considerazioni. La prima è lo smantellamento del regime delle “quote latte” che di fatto ha aperto al libero mercato questo prodotto, ma che può anche aggravare «la volatilità dei prezzi» – scrive l'Authority nella delibera – e l'impatto che questo produce sugli allevatori italiani». La seconda riguarda prettamente il valore e la scarsa correlazione che c'è tra l'andamento del prezzo al consumo sia del latte che dei prodotti lattiero-caseari, e quello che viene riconosciuto al produttore, in calo costante negli ultimi mesi. Per contro i costi di produzione, invece, non calano. Il valore aggiunto della filiera, come denuncia da tempo Coldiretti, si concentrerebbe dunque esclusivamente nei settori della trasformazione del latte crudo e della grande distribuzione commerciale.

Il ruolo dell'Autorità scatta proprio qui, nelle dinamiche dei prezzi, soprattutto se fossero rilevabili dei problemi nelle dinamiche concorrenziali e di mercato dei diversi settori. Altro elemento che può avere gioco nel meccanismo, è la bassa concentrazione strutturale dell'offerta di materia prima (tanti allevatori di piccola e media dimensione che contrattano singolarmente i prezzi) un fattore in grado di generare uno squilibrio «nel potere di negoziazione nell'ambito

delle relazioni commerciali tra agricoltori e latterie, favorendo è la tesi dell'Authority – l'adozione di condotte commerciali sleali». In sostanza coloro che hanno il potere in mano sono l'industria alimentare e la grande distribuzione che impongono i prezzi d'acquisto della materia prima.

L'indagine, inoltre, punta a capire e conoscere «le dinamiche contrattuali con cui si determinano le condizioni di acquisto e di vendita dei prodotti, i meccanismi di trasmissione dei prezzi lungo la filiera, la rilevanza, o meno, delle condotte tenute dagli operatori nella contrattazione delle condizioni di acquisto, l'effettivo grado di concorrenza tra operatori attivi nei diversi mercati collegati verticalmente nella filiera produttivo-distributiva».

«Ben venga l'indagine – è la considerazione di Renzo Livoni, presidente dell'Associazione allevatori del Friuli Venezia Giulia –. Il problema del prezzo del latte alla stalla non solo è grave, ma sta progressivamente peggiorando. Oggi le aziende che, come la mia, hanno stipulato accordi diretti buoni con l'acquirente, si vedono riconoscere 34 centesimi al litro, ma è un prezzo che, tempo, non riusciremo a reggere a lungo». Alle frontiere il latte che varca i confini non è solo made in Germany. Arrivano cisterne anche dall'Est Europa e con quali prezzi non è dato sapere. «I costi di gestione non sono compri-

mibili – ancora Livoni – a partire dai mangimi per passare a quelli sanitari, dall'energia elettrica all'acqua. Non possiamo permetterci di scendere al di sotto di una certa soglia». Il rischio sarebbe «produrre in perdita», e quindi è meglio chiudere.

Eppure, in assenza di strategie forti, altre stalle chiuderanno in Friuli Venezia Giulia dopo che sono passate da 15 mila di qualche decennio fa a mille. Tutto ciò nonostante la regione sia al top della qualità proprio nella produzione del latte, anche se detiene una quota modesta del mercato nazionale (il 2 per cento).

E dunque? Che fare per non soccombere? «Rimango convinto che sia necessario fare squadra, condividere un progetto forte di valorizzazione dei prodotti del territorio. Fino ad ora – conclude Livoni – il campanilismo ha prevalso e ha impedito di fare sistema. Spero che anche alla luce delle crescenti difficoltà, si possano superare i particolarismi e iniziare a lavorare a un progetto condiviso, alla valorizzazione delle eccellenze, per difendere il valore, anche economico, delle nostre produzioni».

GRUPPO EDITORIALE RISERVA

126

Un caso «di cronaca»

LE CONCLUSIONI DELLA AUTORITA' GARANTE PER LA CONCORRENZA E IL MERCATO

41. Sotto il profilo concorrenziale, le analisi svolte nell'ambito dell'indagine, pur confermando che il settore agricolo rappresenta l'anello più debole della catena di produzione del valore, quanto meno nella situazione in cui i singoli allevatori contrattino individualmente con l'industria, non sembrano evidenziare particolari elementi di criticità nei meccanismi di trasmissione delle oscillazioni dei costi nei settori a valle della filiera: nessuna componente della filiera stessa, infatti, sulla base delle dinamiche competitive e dei vincoli concorrenziali presenti nei rispettivi mercati di riferimento, appare in grado di generare e trattenere stabilmente extra-profitti a scapito degli operatori che operano nei mercati a monte dell'approvvigionamento. Un recentissimo studio citato nell'indagine, peraltro, indica come, alle attuali quotazioni del latte alla stalla, le intere filiere produttive e distributive relative ad alcuni prodotti derivati del latte non generino addirittura nessun valore, risultando il prezzo realizzato agli scaffali della GDO pari o inferiore a costi totali di trasformazione e distribuzione.

42. In particolare, nei mercati relativi ai prodotti derivati del latte, collocati immediatamente a valle della produzione agricola, nonostante la presenza di un grado di concentrazione più elevato rispetto a quello che caratterizza il settore a monte della produzione della materia prima, le dinamiche concorrenziali sembrano presentare un'articolazione e una vivacità accentuate, basandosi su un numero elevato di leve di competizione (differenziazione produttiva, innovazione di prodotto, posizionamento di prezzo, ecc.), tipiche dei settori industriali.

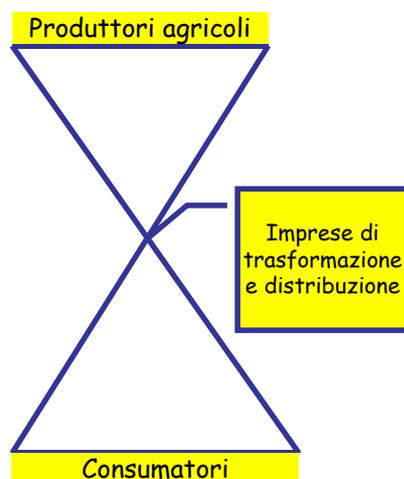
43. In tali mercati, peraltro, una significativa pressione sui prezzi viene esercitata sia dal forte *countervailing power* delle catene della GDO, presenti anche con i propri marchi privati, sia dalla considerevole presenza dei marchi esteri e dei marchi nazionali che utilizzano anche materia prima estera.

EIAA A-L

127

L'inferiorità contrattuale dell'agricoltura

Lo squilibrio di potere contrattuale dei produttori agricoli nei confronti dei venditori e degli acquirenti si collega all'esistenza di asimmetrie nel numero degli attori del processo di scambio (elevato numero e alla ridotta dimensione relativa delle imprese agricole, a fronte di un ridotto numero e alla grande dimensione relativa di imprese acquirenti prodotti agricoli e venditrici di fattori all'agricoltura)



La forma a clessidra utilizzabile per descrivere il mercato agroalimentare mostra:

- > che gli anelli deboli del mercato sono i produttori e i consumatori (tanti e piccoli) posti nei lati lunghi della clessidra;
- > che il potere di mercato (capacità di imporre i prezzi) è in mano alle imprese di trasformazione e soprattutto di distribuzione (poche e grandi) poste nel restringimento della clessidra

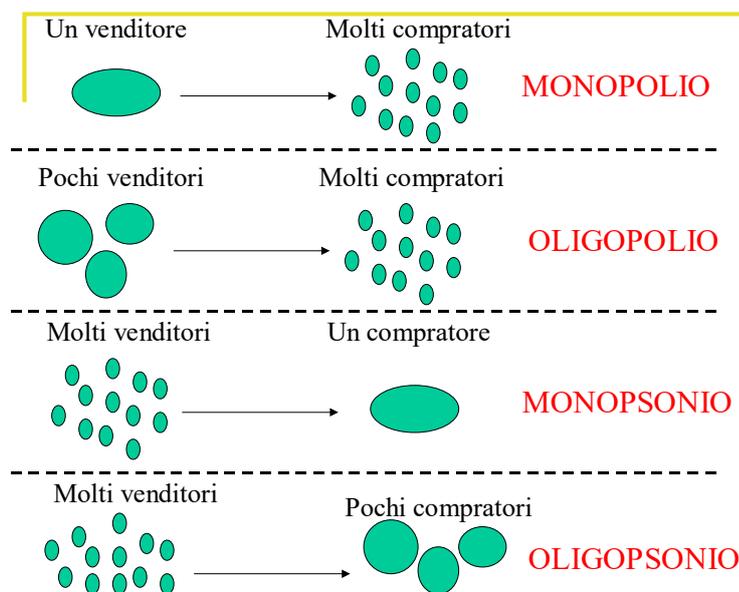
FATTORI AGGRAVANTI L'INFERIORITA' CONTRATTUALE:

- Difficoltà nella differenziazione del prodotto
- Deperibilità dei prodotti agricoli
- Riduzione costi di trasporto

EIAA A-L

128

Forme di mercato nel sistema agroalimentare



La dimensione economica è un elemento decisivo per numerosi aspetti.

Grandi dimensioni di impresa consentono:

- economie di scala e maggiori investimenti in innovazione che aumentino l'efficienza produttiva
- di esercitare un maggiore potere di mercato, limitando il numero di soggetti venditori (*Oligopolio e Monopolio*) e compratori (*Oligopsonio e Monopsonio*)

Dal questo punto di vista, il sistema agroalimentare, non solo in Italia, presenta una situazione particolarmente critica:

- Tantissimi produttori agricoli, di piccole e piccolissime dimensioni (1,2 milioni)
- Molte industrie alimentari di dimensione medio-piccola, anche se variabile per settore e zona (oltre 60 mila)
- Poche e grandi imprese della Distribuzione Organizzata (o Grande Distribuzione Organizzata, GDO): circa 8000 punti vendita tra supermercati e ipermercati. Primi 6 gruppi: (*Mecades, Coop Italia, ESD Italia,*

Rinascente/Intermedia, Gruppo Carrefour, Conad)= 75,6%

EIAA A-L

129

L'intervento pubblico

ESIGENZA DI STRUMENTI CORRETTIVI:

1) Intervento diretto dello Stato, in diverse forme:

- di tipo «curativo»: integrazioni dei prezzi agricoli alla produzione, sostegno ai redditi agricoli mediante pagamenti diretti...
- di tipo regolativo: ad es. antitrust ...

2) Sostegno a strategie di differenziazione del prodotto e segnalazione della qualità

Ad es. regime biologico; indicazioni geografiche (Dop - Igp - Doc ...)

3) Sostegno a forme di organizzazione degli agricoltori, ad es. Cooperazione tra agricoltori e Associazionismo agricolo, che hanno lo scopo di:

- mantenere in agricoltura il valore aggiunto della trasformazione agro-alimentare
- attutire l'effetto sulla domanda derivata della rigidità dei margini di intermediazione
- stabilire un potere di controbilanciamento

EIAA A-L

130



131

Time for questions

I margini distributivi

VERO O FALSO?

- Il margine distributivo è dato dalla differenza tra prezzo al consumo e prezzo al produttore agricolo ???
- Con margine unitario perfettamente proporzionale, il settore dell'intermediazione presenta solo costi fissi. ???
- Il margine unitario fisso non modifica il valore dell'elasticità della domanda al produttore ???
- L'aumento del margine distributivo normalmente comporta riduzioni di prezzo più marcate per il produttore agricolo che non aumenti di prezzo per il consumatore ???

I margini distributivi

VERO O FALSO?

- Il margine distributivo è dato dalla differenza tra prezzo al consumo e prezzo al produttore agricolo **VERO**
- Con margine unitario perfettamente proporzionale, il settore dell'intermediazione presenta solo costi fissi. **VERO**
- Il margine unitario fisso non modifica il valore dell'elasticità della domanda al produttore **FALSO**
- L'aumento del margine distributivo normalmente comporta riduzioni di prezzo più marcate per il produttore agricolo che non aumenti di prezzo per il consumatore **VERO**

I margini distributivi

DOMANDE

- Come si calcola il margine distributivo?
- Quali sono i principali tipi di margine distributivo?
- Se il settore di intermediazione ha solo costi fissi, che tipo di margine unitario abbiamo?
- Quali sono gli effetti di una riduzione del margine distributivo su produzione agricola e consumatore?
- Rappresentare graficamente un margine distributivo (di tipo fisso, oppure di tipo proporzionale al prezzo), discutendo sinteticamente i suoi effetti sulla rigidità della domanda alla produzione