



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

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

Economia dell'impresa agroalimentare (A-L)

Organizzazione, integrazione, impresa cooperativa

Anno accademico 2019/20 - 2 sem

GIOVANNI BELLETTI

Dipartimento di Scienze dell'economia e dell'impresa

Università di Firenze

Tel. 055 2759560

E-mail: giovanni.belletti@unifi.it

Lucidi delle lezioni

Rel. 13.05.2020



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. 22 (13-05-2020)

Lezione registrata

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 Economia aziendale 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

Contenuti del corso (3)

MODULO 3 - Sistema agroalimentare e filiere

1	Il sistema agroalimentare e le filiere agroalimentari
2	Le relazioni tra agricoltura, industria alimentare e distribuzione
3	I rapporti tra imprese nelle filiere: integrazione orizzontale e verticale e territoriale
4	L'impresa cooperativa e organizzazione economica degli agricoltori

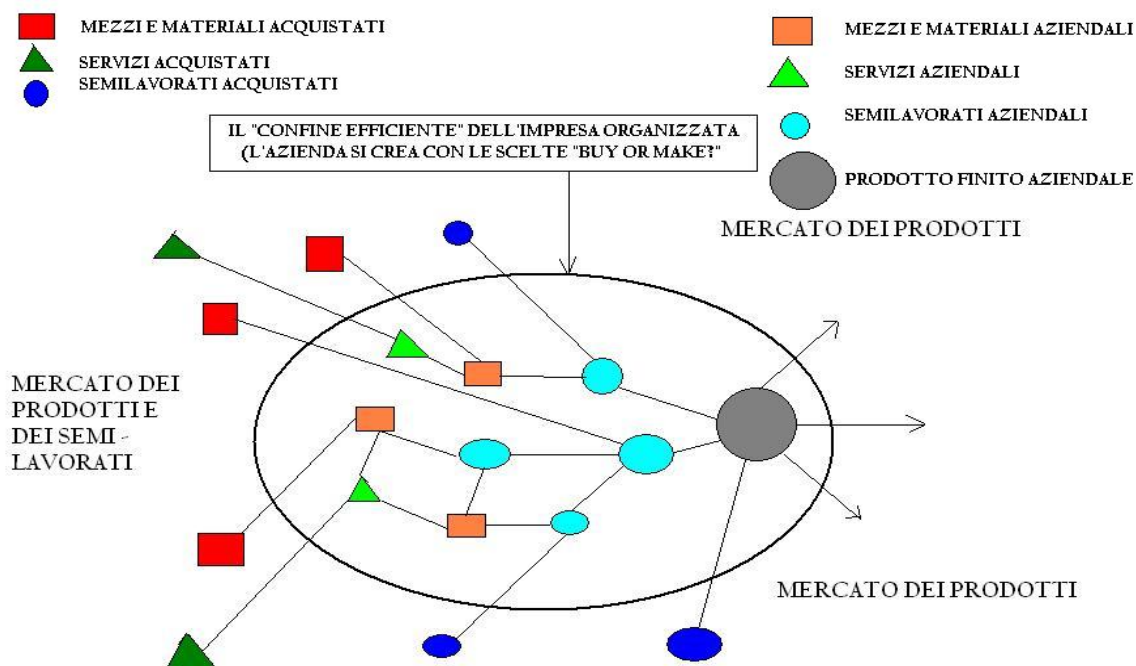


COORDINAMENTO ORIZZONTALE E VERTICALE NELLE FILIERE AGROALIMENTARI

La filiera, insieme al territorio, rappresenta il «luogo» dove l'impresa definisce la propria organizzazione ed entra in relazione con altri agenti.

Di seguito si analizzano in particolare le modalità di organizzazione all'interno delle filiere (rispetto agli scambi di fattori e di prodotti).

LO SPAZIO ECONOMICO INTERNO-ESTERNO: LA RICERCA DEL "CONFINO EFFICIENTE"



Specificità agricole e motivazioni del coordinamento

Numerose **problematiche** collegate alle SPECIFICITA' DEL SETTORE AGRICOLO:

- ✓ Dimensioni aziendali limitate:
 - difficoltà a disporre di fattori fondo in proprietà, in generale ad attivare determinate operazioni e/o ad utilizzare determinate tecniche produttive o forme di valorizzazione
 - offerta atomizzata → inferiorità contrattuale rispetto ai settori a monte e a valle
- ✓ Deperibilità del prodotto agricolo → rischio di "espropriazione della quasi-rendita"
- ✓ Vincolo localizzativo → difficoltà di accesso ai mercati in assenza di strutture di trasformazione/commercializzazione vicine e/o adeguate
- ✓ Volatilità dei mercati e variabilità dei prezzi → difficile accesso a forme di copertura del rischio di prezzo
- ✓ Vincoli allo sfruttamento dei fattori fondo → esigenza di specializzazione e semplificazione dell'attività aziendale
- ✓ Dimensione ridotta
↓

Forme adeguate di coordinamento tra agricoltori e acquirenti, e tra agricoltori, possono consentire:

- Aumento dell'**efficienza** e riduzione dei **costi di produzione**
 - Massimizzazione/ stabilizzazione del **prezzo** del prodotto agricolo
 - Riduzione del **rischio di prezzo e commerciale**
- **Possibile interesse dell'OPERATORE PUBBLICO:** eliminare distorsioni sui mercati

Coordinamento orizzontale e verticale

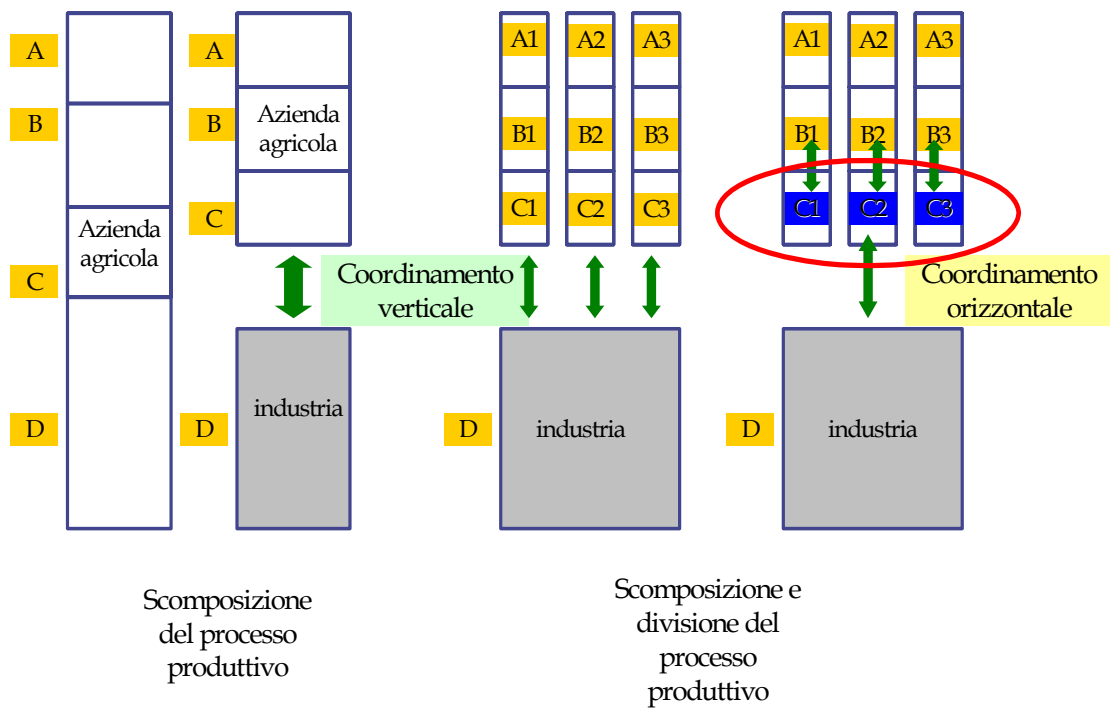
E' possibile distinguere due tipologie di coordinamento:

- a) il **coordinamento orizzontale**: riaccorpamento all'interno di un'unica unità decisionale di fasi "uguali" di processi produttivi precedentemente svolti da imprese autonome ("divise");
- b) il **coordinamento verticale**: allineamento di fasi distinte e contigue del processo produttivo attraverso accordi più o meno stretti tra unità decisionali autonome. Mediante il coordinamento verticale il soggetto integrante (ad es. una azienda agricola) assume lo svolgimento di una o più "nuove" funzioni che fino a quel momento non svolgeva, e che possono essere funzioni "a monte" (ad esempio produzione di sementi) o "a valle" (ad esempio trasformazione di un prodotto) rispetto all'attività che già veniva svolta dall'integrante. L'integrazione verticale dunque mira a un migliore coordinamento delle diverse fasi di un determinato processo produttivo agricolo e/o agro-industriale.

Le due forme sopra citate possono trovare una fusione nel **coordinamento circolare**, che consiste nella possibilità di realizzare contemporaneamente un riaccorpamento di fasi uguali allineandole alla fase precedente e/o successiva.

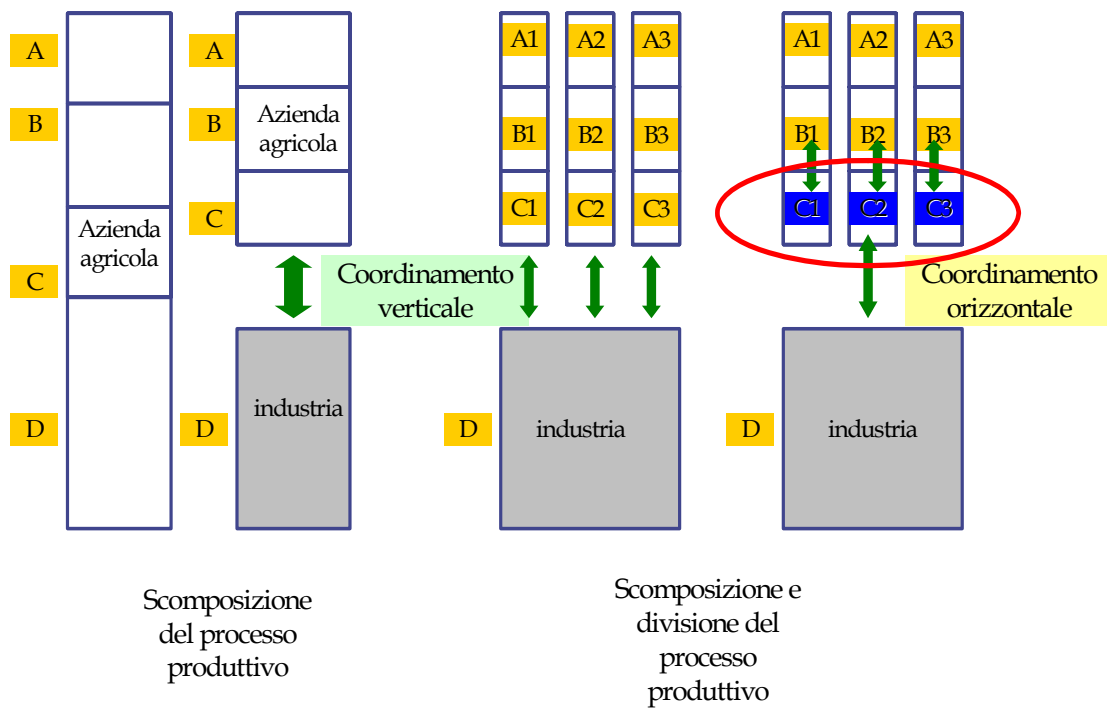
Un esempio di integrazione verticale è dato da un insieme di aziende agricole che unitariamente realizzano e gestiscono un impianto collettivo per la trasformazione dell'uva in vino, laddove prima di tale realizzazione le singole imprese vendevano individualmente la propria uva ad imprese private di vinificazione.

Coordinamento verticale e orizzontale



IL COORDINAMENTO VERTICALE

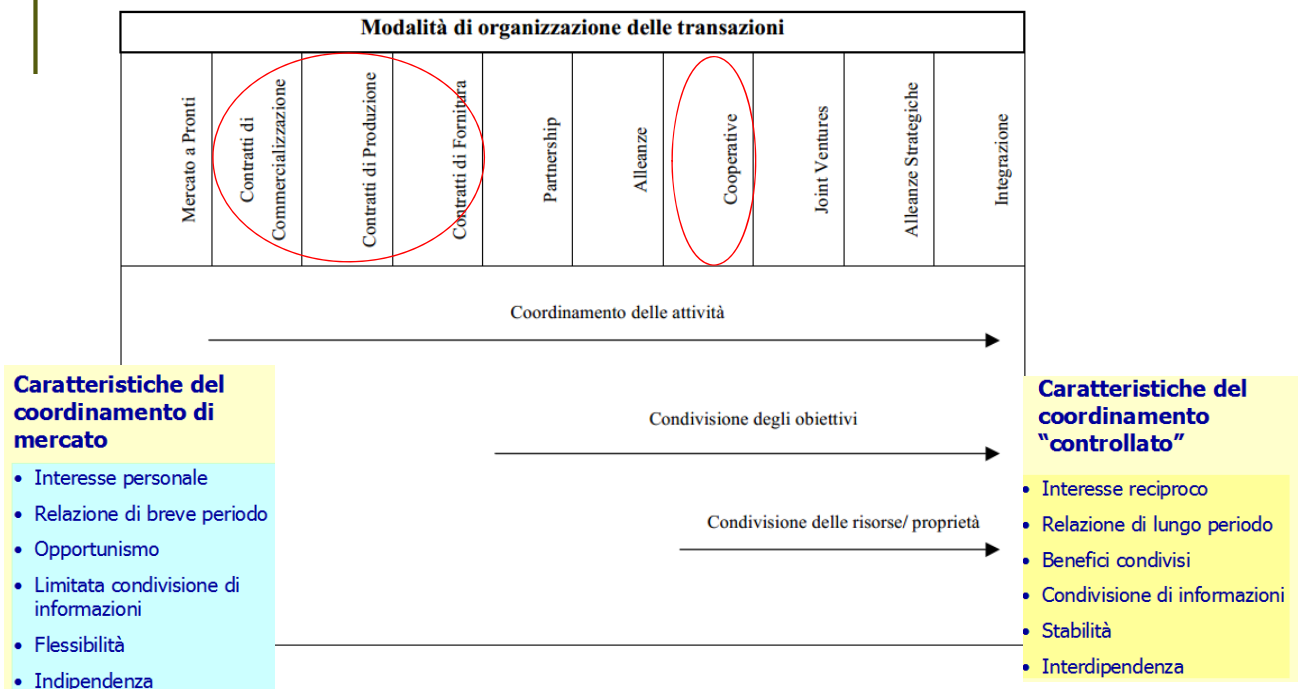
Coordinamento verticale e orizzontale



EIAA A-L

11

Modalità di coordinamento delle transazioni



EIAA A-L

12

Il mercato puro / a pronti / spot

Vi sono varie modalità per assicurare il coordinamento delle relazioni verticali tra imprese nel sistema agro-alimentare, la più "tradizionale" delle quali è rappresentata dal **MERCATO PURO**.

A) PRODOTTO OMOGENEO: le caratteristiche di qualità di processo e di prodotto sono facilmente riconoscibili dall'acquirente (che normalmente è la parte che dispone di un numero più limitato di informazioni), che non ha bisogno di ulteriori informazioni per procedere alla sua decisione di acquisto.

Standards and grades



B) IDENTITA' DELLE PARTI: l'identità delle parti che effettuano le transazioni non è rilevante, e la merce può essere scambiata "lì per lì", senza cioè precedenti incontri tra le parti per definire lo scambio

C) PREZZO: L'unica variabile rilevante per la decisione, oltre alle caratteristiche del prodotto, è il prezzo

18

EIAA A-L

18

Il mercato puro

Il mercato puro resta ancora oggi un modo di organizzare la produzione e la distribuzione di molti prodotti agricoli e alimentari.

In particolare il mercato puro è la forma di coordinamento verticale prevalente per le cosiddette "**commodities**", quali i cereali, o il caffè (con qualche eccezione, naturalmente)



TSUKIJI

EIAA A-L

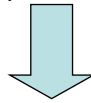
19

Il mercato puro può non essere lo strumento migliore

Tuttavia il mercato puro (scambio SPOT), che opera tramite la sola variabile del prezzo, non è sufficiente in determinate situazioni a permettere un coordinamento dello scambio del bene tra imprese distinte e verticalmente contigue.

Nei rapporti tra imprese agricole e imprese appartenenti ad altri settori (industria di trasformazione, grossisti, GDO) il **coordinamento verticale è sempre più importante e necessario** a causa dell'evoluzione del progresso tecnico, della struttura dei settori, delle richieste dei mercati intermedi e finali, in quanto:

- ✚ maggiore complessità e «precisione» della tecnologia dei processi produttivi
- ✚ aumento della differenziazione dei prodotti intermedi e finali
- ✚ introduzione di innovazioni di prodotto e di processo
- ✚ maggior velocità di cambiamento del contesto competitivo (mercati, imprese, tecnologia, normativa)



Aumenta la necessità di coordinare in maniera sempre più stretta i processi produttivi realizzati da imprese diverse all'interno di fasi contigue lungo la filiera per aumentare il grado di interdipendenza tra i centri decisionali delle unità produttive

La maggior esigenza di coordinamento

Maggior esigenza di coordinamento e di controllo di:

- ❑ **processi produttivi** (trattamenti fitosanitari, fertilizzazione, lavorazioni del terreno, epoche e tecniche di semina e di raccolta, condizionamento, conservazione, confezionamento, ecc.)
- ❑ **Impiego di fattori produttivi** (sementi, razze, antiparassitari, macchinari)
- ❑ **dimensione delle partite** di prodotto
- ❑ **omogeneità qualitativa** e specificazione della qualità delle partite
- ❑ tempi e modalità di **consegna**
- ❑ **servizi** incorporati (confezionamento, taglio, lavaggio, conservazione)
- ❑ **informazione**

A causa di questa evoluzione, il ricorso al mercato puro può non essere sufficiente per la realizzazione delle transazioni, e in particolare per l'«allineamento» dei processi produttivi tra più imprese verticalmente contigue

Si ricorre dunque a meccanismi intermedi tra il mercato e la gerarchia

Le motivazioni del coordinamento / integrazione

Il coordinamento verticale è una alternativa al **mercato a pronti (spot)**.

Il **mercato a pronti (spot)** è una forma di scambio caratterizzata da:

- Scambio immediato tra due soggetti, uno dei quali ha già prodotto il bene e sopporta dunque interamente il rischio per eventuali invenduti
- L'acquirente non concorre a definire gli attributi di qualità del bene scambiato
- Il prezzo e le condizioni di pagamento sono definite al momento dello scambio
- La transazione attuale non impegna transazioni future.

Il **coordinamento verticale** implica una **interdipendenza tra compratore e venditore**. Esso non richiede però una unità di proprietà (integrazione verticale).

Obiettivo del coordinamento verticale è il **surplus di coordinamento**, ovvero il **vantaggio complessivo per le parti che partecipano allo scambio derivante dalla gestione «in comune» di più attività produttive**. Il surplus può andare a vantaggio di uno solo, o di tutti i soggetti che partecipano allo scambio.

Il surplus di coordinamento è tanto più elevato quanto più :

- Elevata è la complessità delle transazioni
- Elevata è la difficoltà di codificazione delle informazioni
- Ridotta è la competenza dei fornitori.

Russo, 2010

EIAA A-L

22

Tipi di governance delle relazioni all'interno delle filiere

Secondo Gereffi, Humphrey e Sturgeon (*The Governance of Global Value Chains, Review of International Political Economy, Feb. 2005*) vi sono tre principali fattori esplicativi della modalità di organizzazione e di governo delle relazioni all'interno delle filiere.

1. Complessità delle transazioni:

deriva dalla difficoltà di trasferimento di conoscenze e informazioni relative a una specifica transazione, soprattutto per ciò che riguarda prodotto e specifiche di processo.

2. Difficoltà di codificazione delle informazioni

Adozione di norme tecniche (standard) che codificano le conoscenze e permettono relazioni chiare e a distanza fra i vari partner, consentendo i vantaggi propri della progettazione modulare.

Permette di conciliare un alto livello di differenziazione con uno scambio di informazioni limitato.

3. Livello di competenza dei fornitori

Capacità dei fornitori attuali e potenziali di rispondere ai requisiti della transazione: grado di specializzazione, livello di competenza in relazione alla domanda di prodotti.

IN BASE A QUESTI TRE PARAMETRI SI INDIVIDUANO DIFFERENTI TIPOLOGIE DI GOVERNANCE DELLE FILIERE STESSE.

EIAA A-L

23

La complessità delle relazioni all'interno delle filiere

Nelle filiere agroalimentari, anche a causa delle trasformazioni dell'Industria agroalimentare e del sistema distributivo, è presente una gamma molto articolata di soluzioni organizzative volte a regolare il funzionamento degli scambi attraverso **meccanismi intermedi tra il MERCATO e la GERARCHIA**. Alcuni esempi sono:

Tipologia di relazioni che intercorrono tra i membri:

- transazioni singole, scambi governati da variabili economiche;
- transazioni ripetute, scambi economici affiancati da pochi elementi relazionali;
- relazioni di lungo termine, rapporti consolidati ma basati sull'antagonismo e regolati dalla capacità delle parti di controllare il mercato;
- partnership, rapporti basati sulla fiducia, condivisione e dipendenza reciproca;
- alleanze strategiche, accordi di collaborazione in cui entrambe le parti investono;
- organizzazioni reticolari, relazioni fondate su partecipazioni societarie ed alleanze strategiche;
- integrazione verticale, realizzata da parte di un'azienda attraverso il controllo proprietario o contrattuale.

Luceri, 2006

Coordinamento verticale, integrazione, controllo

Alcune definizioni:

Coordinamento verticale: l'insieme di accordi (impliciti ed espliciti) volti ad assicurare che gli agenti economici responsabili di diverse fasi del processo produttivo e distributivo agiscano in maniera coordinata e più efficientemente di quanto farebbero se agissero indipendentemente. L'obiettivo del coordinamento verticale è pertanto la creazione di un *surplus di coordinamento*.

Integrazione verticale: è il consolidamento di fasi a monte (fornitori) e/o a valle (clienti) della catena del valore in una unica proprietà. In una filiera verticalmente integrata **lo stesso soggetto economico** organizza e gestisce più fasi della catena del valore. L'integrazione verticale è una forma di coordinamento verticale che si caratterizza per l'unitarietà della proprietà (che non è necessaria per altre forme di coordinamento come joint-ventures, reti, distretti, ecc.).

Controllo verticale: l'insieme dei meccanismi di coordinamento verticale attraverso i quali un soggetto economico si assicura che altri soggetti della filiera pongano in essere determinati comportamenti ritenuti di interesse. Il controllo verticale è finalizzato alla creazione e *all'appropriazione* di un surplus di coordinamento.

Russo, 2010

La gestione delle relazioni nelle filiere

Gli studi di Gereffi, Humphrey e Sturgeon hanno inoltre distinto tre tipi di rapporto di fornitura (*The Governance of Global Value Chains, Review of International Political Economy, Feb. 2005*):

- Fornitori di merci standardizzate, che offrono prodotti standard attraverso relazioni di mercato;
- Fornitori *prigionieri (captive)*, che producono merci non standard su specifiche del compratore per mezzo di macchinari dedicati;
- Fornitori *chiavi in mano*, che realizzano merci personalizzate per i clienti attraverso l'utilizzo di attrezzature flessibili.

Tipi di governance delle relazioni all'interno delle filiere

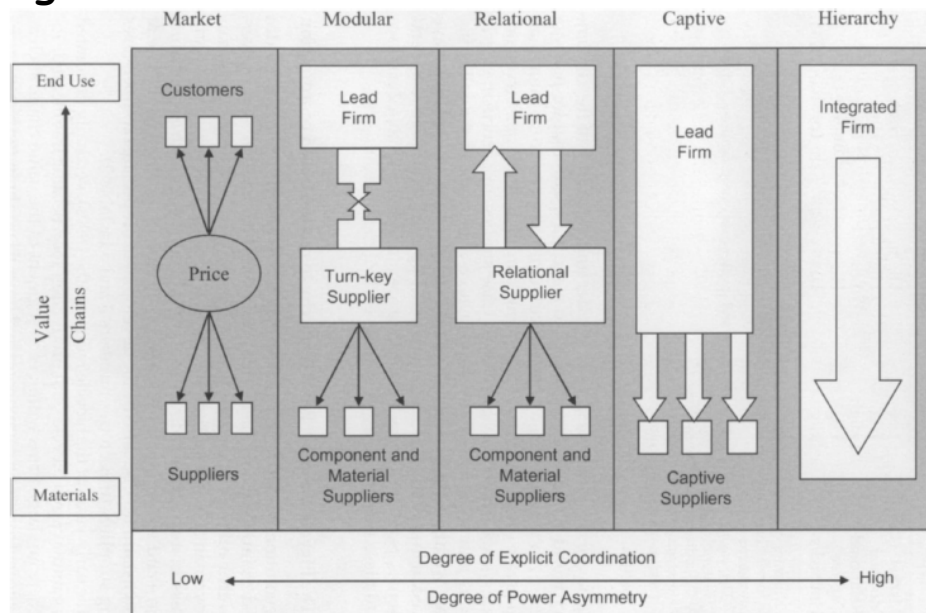


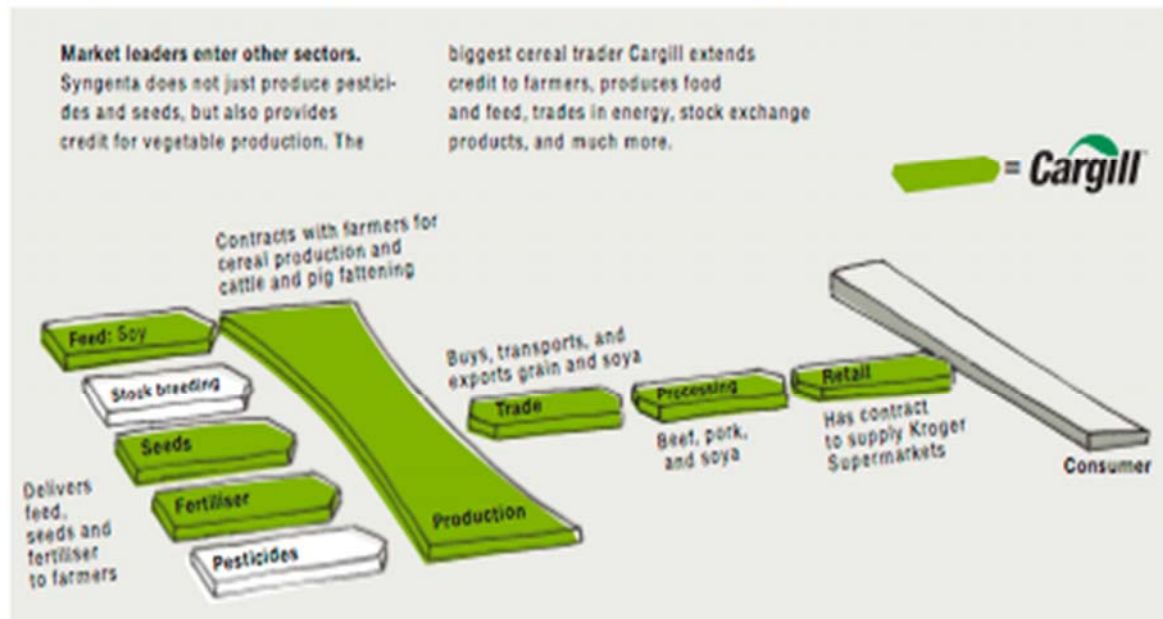
Figure 1 Five global value chain governance types.

I RAPPORTI DI POTERE ALL'INTERNO DELLE FILIERE:

- ➔ Nelle filiere captive e gerarchiche le imprese finali esercitano direttamente il potere sui fornitori
- ➔ Nelle filiere relazionali il potere fra le imprese è distribuito in modo più simmetrico, dato che entrambe le parti possiedono competenze importanti
- ➔ Nelle filiere modulari e di mercato le asimmetrie di potere rimangono basse

Forme di coordinamento verticale

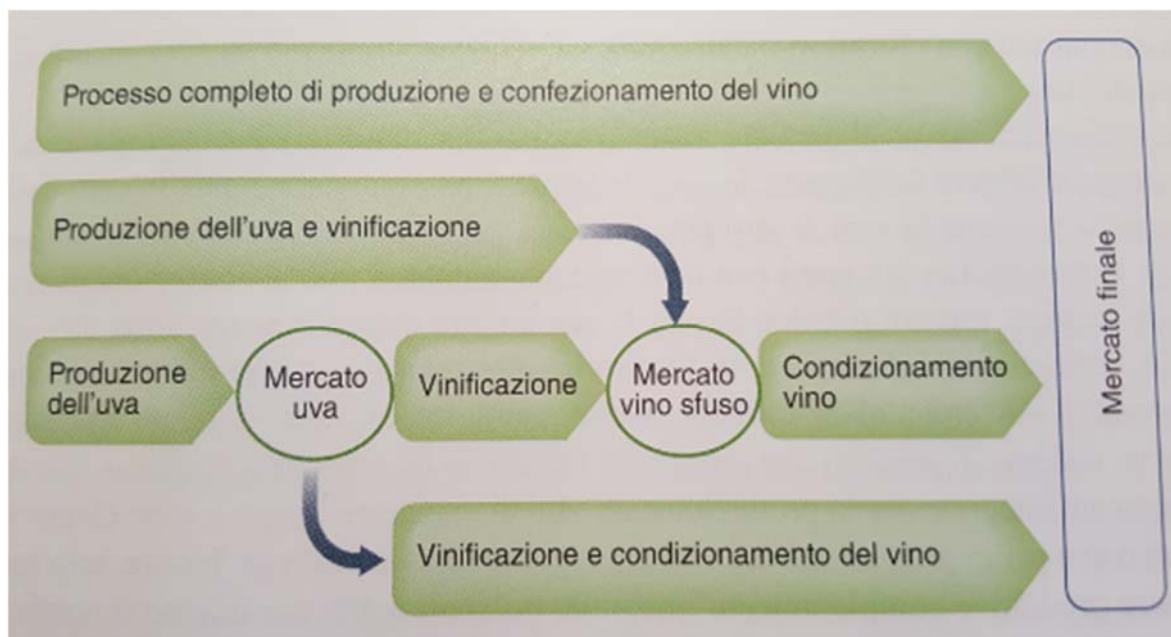
Cargill: Example of vertical integration



EIAA A-L

35

Forme di coordinamento verticale



36

EIAA A-L

36



Video:

<https://www.youtube.com/watch?v=SkaOYQQpKSM>

I CONTRATTI DI COLTIVAZIONE nel SISTEMA AGROALIMENTARE

I CONTRATTI DI COLTIVAZIONE

Nei rapporti tra agricoltura e imprese di trasformazione la forma di coordinamento più diffusa è quella del contratto di coltivazione, o contratto di integrazione verticale.

Vi è una crescente diffusione dei contratti di coltivazione in numerose filiere, in varie forme.

Definizione di contratto di coltivazione:

E' il contratto stipulato PRIMA DELL'ATTIVAZIONE DEL PROCESSO PRODUTTIVO tra produttori agricoli, singoli o associati, ed imprese di trasformazione (o distribuzione), singole o associate, mediante il quale:

- la parte agricola (INTEGRATO) si impegna a:

- a) realizzare le coltivazioni o gli allevamenti da cui deriva il prodotto oggetto di contrattazione, secondo le indicazioni e i criteri tecnici convenuti;
- b) consegnare tutta la produzione contrattata corrispondente alle norme di qualità stabilite.

- la parte industriale (INTEGRANTE) si impegna a:

- a) ritirare tutta la produzione oggetto del contratto corrispondente alle norme di qualità stabilite;
- b) corrispondere il prezzo determinato in base agli accordi.

Aspetti dei contratti di coltivazione

Aspetti essenziali

- ✚ momento della stipula (pre-semine, pre-raccolta)
- ✚ fissazione del prezzo o delle modalità per determinarlo
- ✚ fissazione delle quantità (o delle superfici a coltura)
- ✚ fissazione delle caratteristiche qualitative del prodotto
- ✚ soluzione delle controversie e penalità, possibilità di "uscita" anticipata

Aspetti accessori

- ✚ modalità di controllo (es. ispezioni in campo)
- ✚ specifiche sui fattori e sul metodo di produzione: sementi di varietà specifica, lavorazioni, raccolta, tempi e modalità di consegna, ecc.
- ✚ finanziamenti (anticipazioni, modalità di pagamento)
- ✚ Assistenza tecnica



Tipologie di contratti di coltivazione

A seconda del tipo di contenuti, si individuano due principali tipologie di contratti:

1) CONTRATTI DI COMMERCIALIZZAZIONE (*marketing contracts*)

→ interessano solo il **PRODOTTO**.

Il contratto impegna l'agricoltore al rispetto di alcune caratteristiche del prodotto (qualità, quantità), sui prezzi e sui tempi di consegna, ma non riguarda il modo con cui il prodotto stesso è stato realizzato.

Ciò comporta una ampia autonomia della parte agricola per quanto riguarda le decisioni tecniche e imprenditoriali-organizzative.

2) CONTRATTI DI PRODUZIONE o FORNITURA (*production contracts*)

→ l'integrante (industria) detta norme e specifiche anche sulle modalità di svolgimento del **PROCESSO** di produzione utilizzato dall'agricoltore.

Si possono distinguere due casi:

- **Production management contracts**: il contratto, oltre agli elementi "di mercato", contiene specifiche riguardo alle tecniche produttive da utilizzare (tempi e modalità di semina, trattamenti antiparassitari, modalità di raccolta e condizionamento, ecc.) senza prevedere l'utilizzo di specifici fattori.
- **Resource-providing contracts**: il contratto prevede specifiche ulteriori riguardo all'utilizzo di particolari **FATTORI** (es. sementi, antiparassitari, concimazioni) e di assistenza tecnica, forniti dalla stessa impresa integrante o da suoi incaricati. In questo caso la **dipendenza** dell'agricoltore dall'integrante è massima.

Alcuni dati Istat sulla commercializzazione

- ✚ Il **censimento Istat sull'agricoltura italiana del 2000** rileva anche le modalità di **collegamento delle aziende agricole col mercato**. I dati evidenziano un totale di oltre un milione e mezzo di aziende che dichiarano di commercializzare (in tutto o in parte) le proprie produzioni
- ✚ Gli organismi associativi assumono una particolare importanza per la commercializzazione dei prodotti aziendali
- ✚ Anche la vendita con vincoli ad imprese industriali e/o commerciali interessa una parte consistente delle aziende italiane, oltre 286 mila, pari al 18,1% delle aziende che commercializzano

Aziende agricole che commercializzano per modalità di commercializzazione dei prodotti aziendali

	Totale aziende	in %
Vendita diretta al consumatore	602.820	38,1%
Vendita con vincoli ad imprese industriali e/o commerciali	286.449	18,1%
Vendita senza vincoli contrattuali	816.357	51,6%
Vendita ad organismi associativi	451.551	28,5%
Totale aziende che commercializzano	1.583.391	100,0%

Fonte: elaborazioni su dati Istat

Alcuni dati Istat sulla commercializzazione

La vendita ad imprese industriali e/o commerciali sulla base di vincoli contrattuali è particolarmente **diffusa per i prodotti degli allevamenti**, ove interessa quasi il 70% delle aziende con allevamenti che commercializzano i propri prodotti; tale percentuale scende all'11,4% per i prodotti delle coltivazioni, e a valori ancora più bassi per le altre tipologie considerate.

Aziende agricole che commercializzano per modalità di commercializzazione dei prodotti aziendali e tipologia di prodotto commercializzato

	Coltivazioni	in %	Allevamenti	in %	Trasformati	in %	Forestali	in %
Vendita con vincoli ad imprese industriali e/o commerciali	138.854	11,4%	152.020	68,8%	5.620	1,3%	2.945	5,6%
Vendita diretta al consumatore	229.849	18,8%	60.310	27,3%	376.735	86,1%	37.110	70,3%
Vendita senza vincoli contrattuali	708.771	58,1%	105.829	47,9%	59.671	13,6%	16.431	31,1%
Vendita ad organismi associativi	396.670	32,5%	42.510	19,2%	32.233	7,4%	768	1,5%
Aziende che commercializzano	1.219.503	100,0%	220.834	100,0%	437.309	100,0%	52.767	100,0%

Fonte: elaborazioni su dati Istat

43

EIAA A-L

43

Alcuni esempi: contratto per uve Morellino di Scansano

CONTRATTO PRELIMINARE DI COMPRAVENDITA UVE

Fra le parti sottoscritte:

codice fiscale e Partita IVA _____

con sede in _____

nella persona del suo _____ Sig. _____
di seguito denominata semplicemente **Parte Promittente Acquirente o PPA**; e

codice fiscale e Partita IVA _____

con sede in _____

nella persona del suo _____ Sig. _____
di seguito denominata semplicemente **Parte Promittente Venditrice o PPV**;

si conviene e si stipula quanto segue:

- Promessa** - La PPA promette di acquistare dalla PPV, che promette di vendere, le uve prodotte nella vendemmia 2007 da vigneti iscritti all'albo del Morellino di Scansano appartenenti all'azienda della PPV descritte al successivo punto 2.
- Descrizione** - Quantità: q _____ - Provenienza: vigneto in località _____, fgl _____, part. _____, num _____ - Superficie: ha _____

EIAA A-L

44

CONTRATTO PRELIMINARE DI COMPRAVENDITA UVE

3. **Prezzo** - Il prezzo di vendita per quintale è pattuito in misura pari all'importo determinato sulla base delle caratteristiche dell'uva oggetto della compravendita, secondo i parametri della seguente tabella, approvata dal C.d.A. del Consorzio di Tutela del Vino Morellino di Scansano:

Uva STANDARD		€ 100,00	
Gradi BABO		€	
18,00/18,50		-15,00	
18,51/19,00		-10,00	
19,01/19,50		-5,00	
19,51/20,50		0,00	Standard
20,51/21,00		+2,5	
21,01/21,50		+5,00	
oltre 21,51		+7,5	
Acidità		€	
inferiore 4,50 o superiore 8,00		-4,50	

Polifenoli		€	
105,000/109,999		-15,00	
110,000/114,999		-7,00	
115,000/124,999		0,00	
125,000/129,999		+3,5	
oltre 130,000		+7,5	

4. **Impegni PPV** - La PPV garantirà che le uve proverranno esclusivamente da vigneti aziendali iscritte all'albo del Morellino di Scansano e che la resa ad ettaro di tali vigneti sarà inferiore o uguale alla resa massima prevista dal disciplinare pari a q.li 90/ha. La PPV garantirà inoltre che le uve rispetteranno i parametri minimi previsti dal nuovo Disciplinare per il Vino Morellino di Scansano D.O.C.G. e si impegna a consegnarle sane e non pigiate.
5. **Pagamento** - Le parti convengono che il pagamento delle merci avverrà con le seguenti modalità: _____
6. **Clausola conciliativa** - Qualsiasi controversia concernente il presente contratto o collegata allo stesso - comprese quelle relative alla sua interpretazione, validità, esecuzione e risoluzione - sarà sottoposta a conciliazione secondo la procedura prevista dallo Statuto-Regolamento della Camera Arbitrale e di conciliazione di Grosseto della Camera di Commercio di Grosseto. La conciliazione verrà condotta da un conciliatore indipendente nominato conformemente al suddetto Statuto-Regolamento. Le parti si impegnano a ricorrere alla conciliazione prima di iniziare qualsiasi procedimento giudiziale o arbitrale, e ciò indipendentemente dal valore della controversia..

Data _____

Firma della Parte Promittente Acquirente

Firma della Parte Promittente Venditrice

45

Alcuni esempi:
Mais AGRIOK
(norme tecniche
associate al
contratto)



CAPITOLATO PER LA COLTIVAZIONE DEL MAIS

Il contratto di coltivazione nasce nell'ottica di assicurare l'alta qualità del prodotto finale e salvaguardare l'ambiente attraverso la gestione delle differenti fasi di coltivazione

Tutte le aziende che già aderiscono al disciplinare 1257 Azione A1 rimarranno vincolate alle tecniche di detto disciplinare

CONCIMAZIONE

Rimane fondamentale effettuare analisi del terreno al fine di evidenziare i parametri dei singoli elementi nutritivi e integrare le carenze

In generale per produrre 100 quintali di Granella Secca occorrono:

- N kg/ha 250
- P₂O₅ kg/ha 115
- K₂O kg/ha 220

Normalmente i nostri terreni sono naturalmente dotati di potassio; quindi si prendono in considerazione gli altri due elementi che devono essere continuamente integrati nel terreno

- **N:** da 180 a 300 unità di azoto per ettaro a seconda della quantità della sostanza organica presente, delle irrigazioni che si prevedono di fare, dei quantitativi di granella o ceroso che si prevedono di produrre e dal ciclo breve o tardivo del mais. Questi quantitativi di azoto devono essere somministrati dal 30% al 50% in pre-semina e la restante parte alla 5^a - 6^a foglia localizzato alla sarchiatura.
- **P:** Il fosforo assicura un affetto starter alla germinazione delle piante e deve essere somministrato localizzato alla semina con una quantità che può variare dalle 45 alle 75 unità, generalmente.

In generale preferire fertilizzanti organo-minerali per la loro miglior efficienza nutrizionale, specie nei confronti del fosforo oppure sotto forma di perfosfato-triplo. Sono in corso prove sperimentali per ciò che riguarda la funzionalità dei concimi a lenta cessione.

SCelta DELL'IBRIDO

NON DEVONO ESSERE UTILIZZATI PRODOTTI GENETICAMENTE MODIFICATI (OGM) Utilizzo Q.C. SC. AgriOK. Registrare n° di lotto del seme. Utilizzare ibridi classe FAO <= 600 per la produzione di granella, mentre le classi 700 possono essere utilizzate solo per la produzione del trinciato.

GIUSTA EPOCA DI SEMINA

Seminare nel momento giusto è un momento fondamentale per avere successo nella cultura del mais. Questo momento si verifica quando le temperature del terreno rilevate al mattino, a circa 5 cm di profondità, si attestano attorno agli 8-10°C. La giusta profondità di semina non deve essere inferiore a 2,5 cm e non superiore a 4,5 cm.



LA DIFESA DEI PARASSITI

Utilizzare i moderni insetticidi applicati al seme che assicurano migliore localizzazione del principio attivo sia all'esterno che all'interno delle piante e una maggior sicurezza per l'operatore

- Imidacloprid (Gaucho)
- Fipronil (Regent)
- Thiamethoxam (Cruiser)
- Clothianidin (Poncho)
- Teflutrin (Force 20 CS)
- fungicidi e repellenti utilizzabili in concia:
 - Thiram
 - Metalaxyl-M
 - Fludioxonil
 - Captano
- Repellente per uccelli:
 - Antrachinone

STOCCAGGIO DELLA GRANELLA

La trebbiatura deve essere effettuata tra il 20% ed il 25% di umidità per non danneggiare la granella durante la fase di raccolta. E' indispensabile che la granella raccolta sia stoccata in maniera differenziata rispetto alle altre partite di mais che non sono coltivate con questo capitolato, avendo cura di farlo stare il prodotto nella pira il meno possibile (al massimo 36 ore) e portarlo all'essiccazione a breve giro di tempo onde evitare possibili formazioni di muffe. Lo stoccaggio deve essere effettuato in appositi silos e la granella deve essere conservata tramite l'utilizzo di CO₂ o a freddo. Tale metodologia è caratterizzata da un bassissimo impatto ambientale non comportando l'aggiunta di prodotti chimici.

DISERBO

Tabella dei prodotti autorizzati:

EPOCA	PRINCIPIO ATTIVO	% di principio attivo	Lt. o Kg/ha	es. di Nomi commerciali
Pre-semina	Glifosate	30,40	1,5-3	Glyphos /Roundup
	Glufosinate ammonio	11,33	4-7	Basta
Pre emergenza	Dimethenamide-P	63,9	1-1,5	Spectrum
	(S-Metolachlor+Terbutilazina)	28,9+17,4	3,5-4	PrimagramGold
	Isoxaflutole	4,27	1,2-1,7	Merlin Expert
	Flufenacet	60	0,8	Cadou Mais
	Pendimethalin	31,7	2	Most Micro / Stomp 330 E Lumax
	(Mesotrione + S-Metolachlor + Terbutilazina)	3,39+28,23 +16,94	4	
Post emergenza	Isoxaflutole	4,27	1,2	Merlin Expert
	Rimsulfuron	25	un trat 0,04-0,06 due trat 0,03-0,03	Titus
	Nicosulfuron	4	un trat 0,8-1,5 due trat 0,7-1	Ghibli
	Sulcotrione	26	1	Mikado
	Clopiralid	75	0,1-0,13	Lontrel 75 G
	Dicamba	21	0,8-1	Mondak 21S
		40,3	0,3-0,5	Aric 480 LS
	Fluroxipir	20,6	0,5-0,7	Starane 21
	Mesotrione	9,1	0,5-1	Callisto
	Prosulfuron + Dicamba	75+70	25+275	Peak & Mondak Mais
	(Florasulam+Fluroxipir)	0,1+14,57	1-1,2	Starane Gold
	(Foramsulfuron+Isoxadifen-etile)	2,33+2,33	2,5	Equip

Dosaggi variabili in funzione delle zone e comunque valutati con i tecnici Agronomi certificati.

AA A-L

47

Vantaggi e svantaggi dei contratti di coltivazione

	Vantaggi	svantaggi
Agricoltura	<p>Riduzione rischio commerciale Prezzo e collocamento certo:</p> <p>a) possibilità di specializzazione e di incremento rese per processi di apprendimento (economie di conoscenza, learning by doing), e</p> <p>b) possibilità di realizzare investimenti (se contratto pluriennale e con adeguate garanzie)</p> <p>Accesso a risorse: Informazione e conoscenza, assistenza tecnica, progresso tecnico, capitale (finanziamenti o anticipazioni)</p>	<p>Riduzione dell'autonomia imprenditoriale</p> <p>Impossibilità di beneficiare di andamenti di mercato favorevoli</p> <p>Incertezza sui risultati delle innovazioni nei fattori e nei processi (diverse tecniche di alimentazione del bestiame, trattamenti fitosanitari, tipo di macchine per la raccolta, ecc.) o di prodotto (nuove varietà, nuove colture, nuove razze animali, ecc.)</p>
Industria	<p>Sicurezza degli approvvigionamenti</p> <p>Programmazione delle lavorazioni e pieno utilizzo degli impianti</p> <p>Prezzo prefissato</p> <p>Possibilità di controllare la "qualità" degli approvvigionamenti</p>	<p>Costi amministrativi per l'attività di redazione e gestione dei contratti</p> <p>Costi di controllo per il rispetto dei contenuti</p> <p>Impossibilità di beneficiare di andamenti di mercato favorevoli</p>

Vantaggi e svantaggi dei contratti di coltivazione

Tabella 2 - Vantaggi e svantaggi per gli agricoltori

Quanto rilevanti sono i seguenti vantaggi e svantaggi per gli agricoltori? (da 0 a 5)	Media	Min	Max
Vantaggi			
Maggiore reddito della coltura grazie al prezzo più sicuro	3,2	1,0	5,0
Maggiore reddito della coltura grazie alla qualità del prodotto	3,4	1,0	5,0
Maggiore reddito della coltura grazie alla maggiore quantità prodotta	2,7	1,0	4,0
Maggiore sicurezza del reddito (meno rischi di fluttuazione)	4,4	3	5
Miglioramento della tecnica colturale e della professionalità, grazie all'assistenza tecnica	4,2	2	5
Maggiore stabilità delle "regole del gioco"	4,6	4	5
Svantaggi			
Minore libertà di speculazione	1,6	1	2
Maggiori costi di produzione	2,3	0	5

❑ Zanni G., Viaggi D. (2001), "I contratti di produzione per l'integrazione nella filiera del grano duro in Italia», Agriregionieuropa, anno 8, numero 30, pp.30-

Vantaggi e svantaggi dei contratti di coltivazione

Tabella 3 - Vantaggi e svantaggi per gli stoccatore

Quanto rilevanti sono i seguenti vantaggi e svantaggi per gli stoccatore?(da 0 a 5)	Media	Min	Max
Vantaggi			
Minori costi grazie alla migliore programmazione degli approvvigionamenti	3,2	2,0	4,0
Maggiori entrate grazie alla maggiore omogeneità e qualità dei lotti	3,4	2,0	5,0
Migliore selezione e fidelizzazione dei fornitori	3,4	1,0	5,0
Minori rischi finanziari legati alle fluttuazioni di mercato	3,9	2,0	5,0
Svantaggi			
Minore libertà di speculazione	2,9	1,0	5,0
Necessità di gravosi investimenti in strutture	3,0	2,0	5,0

❑ Zanni G., Viaggi D. (2001), "I contratti di produzione per l'integrazione nella filiera del grano duro in Italia», Agriregionieuropa, anno 8, numero 30, pp.30-

Tabella 5 - Vantaggi e svantaggi per i produttori di pasta

Quanto rilevanti sono i seguenti vantaggi e svantaggi per i produttori di pasta?(da 0 a 5)	Media	Min	Max
Vantaggi			
Maggiore sicurezza di continuità negli approvvigionamenti	4,4	3,0	5,0
Riduzione dei costi di trasporto della materia prima	3,3	2,0	4,0
Maggiore qualità della materia prima	4,0	2,0	5,0
Maggiore massa critica di prodotto italiano di qualità, da far valere in termini di <i>marketing</i> "made in Italy"	4,3	3,0	5,0
Maggiore tracciabilità delle forniture	4,6	4,0	5,0
Maggiore stabilità dei prezzi della materia prima	4,0	3,0	5,0
Svantaggi			
Minori possibilità di guadagno in regime di bassi prezzi della materia prima	3,1	2,0	5,0
Pesante concorrenza delle industrie che non applicano contratti di filiera, in caso di prezzi bassi della materia prima	3,4	2,0	5,0

Vantaggi e svantaggi dei contratti di coltivazione

❑ Zanni G., Viaggi D. (2001), "I contratti di produzione per l'integrazione nella filiera del grano duro in Italia», Agriregionieuropa, anno 8, numero 30, pp.30-

CASO DI STUDIO

➔ VEDI CONTRATTO DI SOCCIDA

Contratti nell'avicoltura industriale



Contratti nell'avicoltura industriale

Fonte: C. Russo, 2010

In questa sezione verrà illustrato l'esempio della gestione contrattuale nella filiera della carne avicola per mostrare l'importanza degli strumenti di controllo verticale per lo sviluppo economico del sistema agroalimentare. La grande diffusione della carne bianca a partire dagli settanta, che ha rivoluzionato le abitudini alimentari e ha imposto il pollo come alimento sano ed economico, non sarebbe stata possibile senza adeguate istituzioni contrattuali a supporto delle nuove tecnologie produttive.

La produzione di carne avicola sana ed economica richiede una struttura produttiva caratterizzata da ingenti economie di scala e da uno stretto controllo sulle caratteristiche qualitative degli animali. I progressi tecnologici hanno permesso di raggiungere questi obiettivi attraverso la realizzazione di allevamenti industrializzati di enormi dimensioni, la selezione genetica e l'ottimizzazione della dieta degli animali. Tuttavia, la fattibilità tecnica non implica necessariamente la fattibilità economica di un processo produttivo; nel caso in esame alcuni fattori oggettivi limitavano la possibilità di industrializzazione della filiera. Il principale problema consisteva nella impossibilità di trasportare polli vivi per lunghe distanze, di conseguenza gli allevamenti industrializzati dovevano essere situati in prossimità degli impianti di trasformazione. Questa circostanza creava un problema di *complementarietà*: gli allevatori non erano disposti a creare allevamenti industrializzati in assenza di un impianto di trasformazione nelle vicinanze e le imprese di trasformazione non erano disposte ad aprire impianti in assenza di allevamenti industrializzati. Inoltre, la gestione locale della produzione creava una forte *interdipendenza* fra le transazioni, poiché per produrre carne di qualità era necessario che tutti gli attori della filiera collaborassero e il comportamento opportunistico anche solo di uno di essi comportava il fallimento dell'intera filiera. Infine, gli investimenti di allevatori e trasformatori si caratterizzavano per una elevata *specificità*, visto che una volta realizzati non potevano essere destinati ad usi alternativi.

Contratti nell'avicoltura industriale

Complementarietà, interdipendenza e specificità degli investimenti hanno determinato l'impossibilità di organizzare la produzione industrializzata di carne di pollo mediante transazioni sul mercato a pronti e richiedono un forte coordinamento fra allevatori e trasformatori. L'affermarsi dei modelli industrializzati è stato possibile solo grazie ad uno specifico design contrattuale che consente una gestione efficiente delle transazioni. Uno schema semplificato di contratto tipo offerto dall'impresa di trasformazione agli allevatori è il seguente:

1. L'allevatore si impegna a costruire un allevamento industrializzato di dimensioni predefinite a fronte dell'impegno dell'impresa di trasformazione di costruire l'impianto e acquistare quantità prestabilite di polli vivi (*clausola di impegno reciproco*).
2. L'impresa di trasformazione si impegna a fornire all'allevatore i pulcini e il mangime necessario per l'attività di allevamento. L'allevatore si impegna a seguire dettagliati standard di produzione (*clausola di fornitura*).
3. Il prezzo di acquisto è determinato sulla base della *performance relativa* dell'allevatore rispetto ad un gruppo di allevatori con caratteristiche simili. Le dimensioni della performance sono legate al tasso di mortalità dei pulcini, alla media e alla varianza del peso dei polli (per evitare prodotti disomogenei), ed alle caratteristiche della carne (contenuto di grassi, residui di antibiotici, ecc.). Le varie dimensioni della performance sono trasformate in un *indicatore unico* attraverso un algoritmo ed un sistema di pesi. In questo sistema di remunerazione relativa (detta *a torneo*) ogni allevatore è inserito in un gruppo omogeneo e, alla fine del periodo di riferimento, chi ha ottenuto il valore più elevato dell'*indicatore unico* ottiene il prezzo più elevato per il prodotto, e gli altri allevatori ottengono un prezzo che decresce sulla base del "piazzamento" all'interno del torneo.

Contratti nell'avicoltura industriale

Il design contrattuale è finalizzato a superare i problemi di coordinamento della filiera. La *clausola di impegno reciproco* permette di risolvere la complementarità e, in parte, la specificità degli investimenti attraverso un esplicito accordo contrattuale. L'impegno reciproco permette alle parti di accedere alla transazione con una relativa sicurezza di recuperare nel tempo il valore degli investimenti; inoltre l'elevata entità degli investimenti richiesti per avviare la transazione costituisce una garanzia della serietà dell'impegno. Si noti come la clausola in esame caratterizzi la transazione come un accordo di lungo periodo con elevata frequenza.

Come nel precedente esempio della filiera ortofrutticola, anche per la filiera avicola il rispetto degli standard qualitativi costituisce elemento da considerare con attenzione. In questo caso il processo di referenziazione non è una soluzione efficiente per due motivi. In primo luogo, l'impresa di trasformazione può non essere in condizione di terminare il contratto con un allevatore inadempiente, poiché ha bisogno di fornitori geograficamente vicini. A differenza di quanto accade per la filiera ortofrutticola, in questo caso l'investimento del principale è specifico e la rescissione della transazione non è priva di costo. In secondo luogo, gli allevatori potrebbero non essere disposti ad investire in allevamenti industrializzati sapendo che in caso di contestazione sulla qualità il contratto verrebbe terminato anticipatamente (in altre parole, la referenziazione può essere incompatibile con il vincolo di razionalità individuale).

Contratti nell'avicoltura industriale

Per incentivare il rispetto degli standard qualitativi, il contratto tipo precedentemente descritto usa due strumenti: la riduzione del beneficio derivante dal comportamento opportunistico e il controllo dei risultati ex-post. La *clausola di fornitura* mira a garantire la qualità del prodotto finale e a ridurre l'incentivo a minimizzare il costo di produzione mediante l'impiego di input scadenti, fornendo direttamente alcuni mezzi di produzione. Tuttavia, alcuni input (ad esempio il riscaldamento o l'aerazione) non possono essere direttamente forniti dal principale oppure sono soggetti a consumo difficilmente stimabile a priori (ad esempio, gli antibiotici), pertanto la *clausola di fornitura* non può eliminare la discrezionalità dell'allevatore e il potenziale margine per comportamenti opportunistici.²³

Per incentivare ulteriormente il rispetto degli standard qualitativi, il contratto prevede controlli ex-post collegati con un sistema premiante basato sulle performance. Il meccanismo a *torneo* permette di distinguere, almeno in parte, fra fluttuazioni dei risultati dovute ad opportunismo e inefficienza da quelle causate da eventi al di fuori del controllo degli allevatori. Infatti, se i compensi fossero stati determinati in misura assoluta (cioè rispetto a standard definiti a priori) anziché relativa, gli allevatori sarebbero potuti essere penalizzati da eventi incontrollabili quali, ad esempio, epidemie o repentini cambiamenti di temperatura. Una misurazione assoluta, oltre a scoraggiare l'investimento iniziale degli allevatori, potrebbe essere anche poco incentivante poiché il premio o la sanzione possono essere applicati anche ad agenti efficienti. In un sistema di performance relativa, invece, l'allevatore è premiato se il suo risultato è migliore di quello dei suoi concorrenti. In questo modo, gli eventi catastrofici – che incidono su tutti i produttori – non incidono sul prezzo ottenuto al momento della consegna.

²³ In teoria inoltre gli allevatori potrebbero rivendere gli input ad alto valore forniti dal principale per sostituirli con prodotti più economici e lucrare la differenza. È importante rilevare come il design contrattuale debba minimizzare anche questi potenziali comportamenti disonesti, evitando al principale l'onere del controllo e la necessità di agire in sede giudiziaria contro le eventuali violazioni. Il design efficiente del contratto dovrebbe essere *self-enforcing*, cioè dovrebbe incentivare gli agenti ad agire nel modo voluto anche senza la minaccia di ricorrere al tribunale.

CASO DI STUDIO

L'industria pastaria e il controllo sulla qualità della materia prima



57

Il coordinamento verticale

Mercato del grano e contratti



- ❑ Il mercato nazionale del grano duro è caratterizzato da **un'offerta frammentata e polverizzata** che, insieme alla scarsa differenziazione del prodotto, rende spesso difficile il reperimento di grandi partite omogenee per caratteristiche specifiche.
- ❑ La **differenziazione degli stoccaggi**, per parametri qualitativi, è una condizione necessaria, anche se non sufficiente, per valorizzare al meglio le produzioni di grano e permettere a chi produce pasta di qualità di disporre della materia prima necessaria. L'approvvigionamento di grano di qualità è reso ancora più complesso dal generale abbassamento del tenore proteico a cui si sta assistendo negli ultimi anni.
- ❑ **L'obbligo di semente certificata**, come unica misura di salvaguardia della qualità non è sufficiente a controbilanciare la spinta negativa indotta da regolamenti comunitari che stimolano l'adozione di tecniche agronomiche non ottimali.
- ❑ La mancata differenziazione della materia prima e il generale abbassamento qualitativo della produzione nazionale, spingono le aziende di trasformazione ad **approvvigionarsi all'estero**, anche oltre i volumi necessari a sopperire il deficit quantitativo.
- ❑ Il mercato europeo è strutturalmente deficitario di grano duro. Tuttavia, se si riuscisse a fare in modo che il grano duro non venisse considerato come una **commodity**, ma come un prodotto di qualità, sarebbe allora possibile allontanare il grano duro italiano dalle logiche di mercato mondiale, che tendono inevitabilmente ad appiattire la qualità del prodotto.

58



Mercato del grano e contratti

- ❑ Il bacino di approvvigionamento di Barilla in Italia è costituito da tutto il territorio nazionale con esclusione delle Isole. Circa l'80% del grano duro lavorato da Barilla è italiano, di cui il 30% fornito nell'ambito di **contratti di filiera**.
- ❑ Nell'acquisto di grano duro, Barilla dà molta importanza al contenuto di **glutine** e di **proteine**. A tal fine, **Barilla impone a suoi fornitori degli standard** (anche sui mercati internazionali) che definiscono la politica degli acquisti dell'azienda.
- ❑ Per Barilla non esistono tipologie di grano, per varietà o provenienza, considerati "**migliori**": la bontà del prodotto deve essere sempre misurata in funzione della sua destinazione di utilizzo. Così se per fare pasta serve un grano duro con un livello elevato di proteine e di glutine, per esigenze di panificazione si devono preferire grani con un alto grado di glutine.
- ❑ La logica di scegliere sempre un grano adatto agli scopi di trasformazione ha portato **Barilla a creare varietà di grano** con caratteristiche che si adattano particolarmente alla produzione di pasta.
- ❑ Per un'azienda come Barilla, che trasforma ogni anno circa 600.000 tonnellate di grano duro, la conoscenza dei volumi e della qualità del grano duro disponibile sul mercato costituisce un elemento fondamentale per poter pianificare gli acquisti di materia prima. Per tale ragione, Barilla effettua ogni anno un campionamento puntuale (circa 300 campioni) della produzione italiana, per individuare le aree qualitativamente più interessanti dove concentrare la propria attenzione. Questa attività viene completata con un monitoraggio dei principali bacini produttivi europei e mondiali, per individuare partite omogenee con caratteristiche qualitative specifiche, tali da compensare le eventuali carenze del raccolto nazionale.

59



Mercato del grano e contratti

- ❑ Gli acquisti di grano duro svolti da Barilla in ambito nazionale sono regolati da contratti di filiera sviluppati con l'industria sementiera, gli stoccatore e i produttori agricoli.
- ❑ Circa 150.000 t. di grano duro sono prodotti con **sementi di esclusiva Barilla**, cioè con varietà che il produttore agricolo può coltivare solo con **contratto di coltivazione sottoscritto con Barilla**.
- ❑ Queste sementi, create in collaborazione con la Società Produttori Sementi di Bologna, forniscono un grano capace di soddisfare i requisiti richiesti da Barilla per la produzione di pasta.
- ❑ In questo caso, le varietà selezionate e coltivate non rispondono ad un'esigenza prettamente agronomica ma ad un'esigenza industriale.
- ❑ **Tutti i contratti di filiera sono accompagnati da un disciplinare di produzione che definisce le regole di coltivazione e soprattutto quelle di conservazione del prodotto.**
- ❑ Per quanto riguarda, le norme di coltivazione, queste si limitano ad indicare quali varietà di grano è possibile coltivare e le norme per una buona coltivazione e per il minimo impiego di antiparassitari.
- ❑ Mentre, per la conservazione, le norme sono molto più restrittive per evitare abbassamenti della qualità del prodotto a seguito di attacchi di muffe o parassiti prima che arrivi all'industria molitoria.

60



Mercato del grano e contratti

Nei contratti, i parametri qualitativi presi in esame sono suddivisi in tre gruppi:

- ❑ Per quanto riguarda l'aspetto **igienico-sanitario**, si richiede la massima attenzione alla salubrità della materia prima. I limiti, riguardano le infestazioni di insetti, le contaminazioni di muffe e i residui di pesticidi. L'impiego di questi ultimi è limitato da una lista di prodotti ammessi, mentre i valori massimi dei residui tollerati sono fissati sulla base delle legislazioni più restrittive in merito (italiana e USA)
- ❑ I **parametri tecnologici** più importanti sono: contenuto di proteine, colore giallo e qualità del glutine. Le caratteristiche genetiche determinano in gran parte la qualità del glutine e il colore giallo. Il contenuto proteico, invece, dipende anche dalle pratiche agronomiche adottate. Le varietà impiegate e l'adozione di una pratiche agronomica ottimale sono quindi fondamentali per garantire il raggiungimento dei valori fissati nei contratti
- ❑ Per i parametri **merceologici** (peso ettolitro, bianconatura, volpatura, scarti, ecc.) vengono definiti dei limiti di ricevibilità tali da salvaguardare l'efficienza della macinazione

61

CASO DI STUDIO

Contratti e qualità nel caffè in Repubblica Dominicana



62

Contratto caffè Rep.Dominicana

CONTRATO CAFE

Cta. No. _____ Fecha _____

Señores: BELARMINO RAMIREZ E HIJOS, C. por A. _____ KILOS
RNC 103-00318-4

Muy señores míos (nuestros):

Por la presente me(nos) es grato confirmarle la venta que le he(mos) hecho a Udes. consistente en la cantidad de _____
QQs netos de CAFE de buena calidad, sano, limpio, DULCE EN LA TAZA bueno para exportación tal como los exigen las leyes que rigen la materia, los cuales me (nos) comprometo (emos) y obligo (amos) a entregar puestos en sus almacenes al precio de RD\$ _____ los 50 kilos netos. RD\$ _____

cantidad en letras

quedando convenido que los sacos vacíos para el envase, son por cuenta de ustedes.

En virtud del presente contrato me(nos) comprometo(emos) a entrega la partida arriba indicada en el termino de _____ a más tardar, a partir de esta fecha pero en ningún caso después y en consecuencia, me(nos) hago(cemos) totalmente responsable(s) de cualesquiera perjuicios que pudiera ocasionarles la falta de entrega en el plazo convenido.

De Udes. muy atentamente

Vendedor

Por BELARMINIO RAMIREZ E HIJOS, C. por A. Cédula _____ Serie _____



L'INTERPROFESSIONE

Contratti di coltivazione e squilibri contrattuali

I contratti di coltivazione rappresentano una forma di integrazione verticale, spesso attivata da parte dei settori «clienti» dell'agricoltura (industria, grande imprese della distribuzione) allo scopo di conseguire i vantaggi del coordinamento.

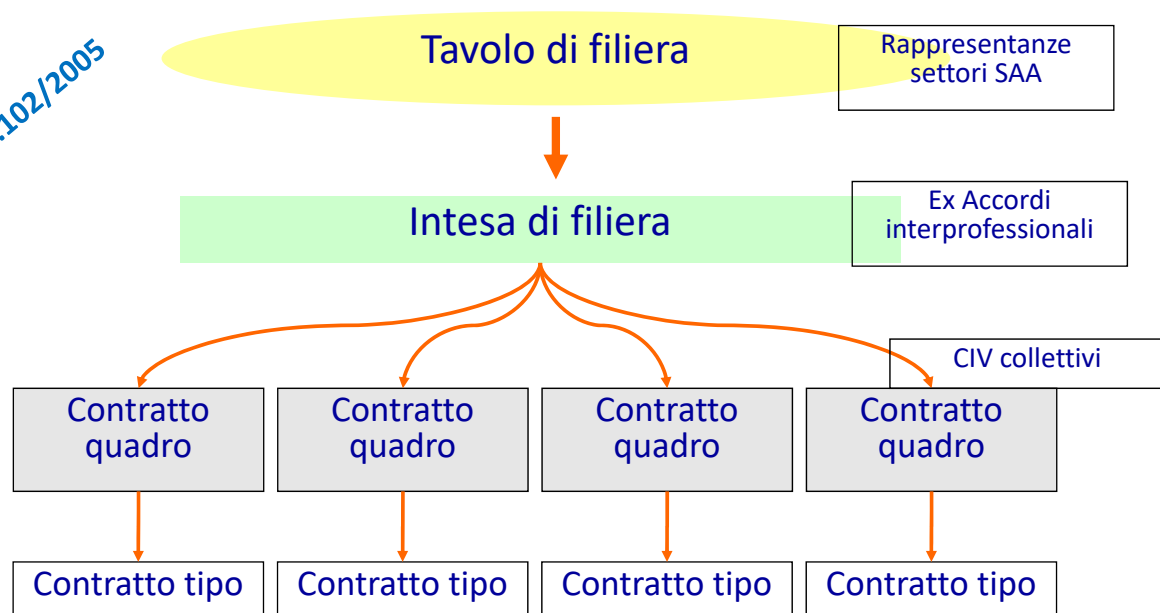
Di per sé i contratti di coltivazione non risolvono i problemi di inferiorità contrattuale degli agricoltori, anzi in taluni casi possono aggravarli.

Anche per questo in alcuni comparti gli agricoltori (e lo Stato) promuovono forme di **contrattazione interprofessionale che si realizza attraverso Intese di filiera:**

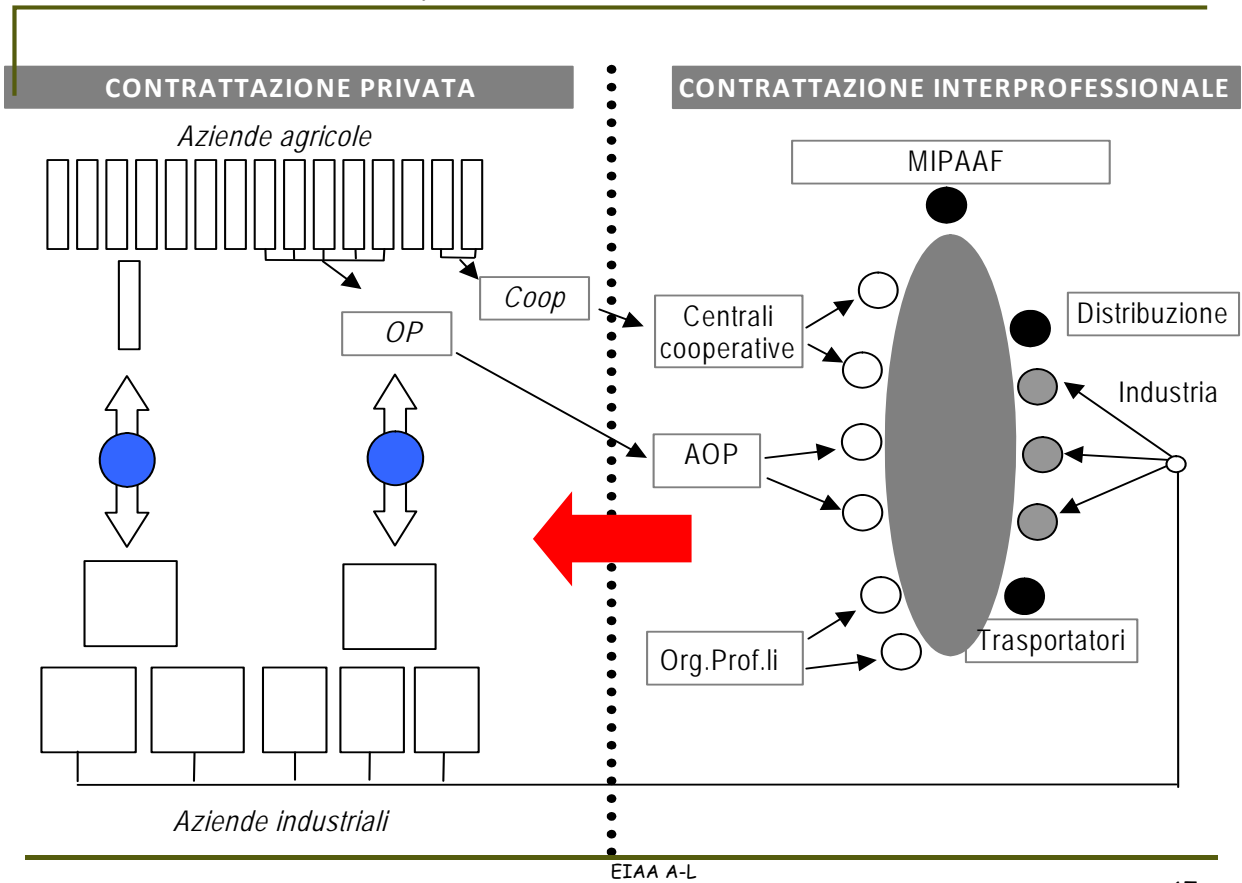
- i contratti di coltivazione vengono stipulati individualmente, ma nell'ambito di **ACCORDI QUADRO** stipulati da **organizzazioni rappresentative degli agricoltori** (associazioni di produttori) e degli utilizzatori dei prodotti agricoli, spesso con assistenza della parte pubblica
- in questo modo possibile riduzione dello squilibrio contrattuale

I rapporti verticali nella normativa nazionale

D.lgs. 102/2005



Interprofessione e contratti



67

I tavoli di filiera

Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 5 agosto 2005
Disposizioni per la costituzione dei tavoli di filiera. (GU n. 212 del 12-9-2005)



Art. 1. Costituzione dei tavoli di filiera

1. Al fine di pervenire alla stipula delle intese di filiera di cui all'art. 9, comma 1, del decreto legislativo n. 102/2005, il MIPAAF richiede, per la costituzione dei tavoli di filiera, agli organismi maggiormente rappresentativi a livello nazionale nei settori della produzione, della trasformazione, del commercio e della distribuzione dei prodotti agricoli e agroalimentari, l'indicazione della rappresentanza di filiera a livello nazionale per le seguenti filiere: a) ortofrutta; b) bieticolo-saccarifero; c) zootecnico; d) vitivinicolo; e) olivicolo; f) cerealicolo (ivi compreso il riso); g) tabacco; h) lattiero-caseario.

Le intese di filiera (Ex accordi interprofessionali)

INTESE PER L'INTEGRAZIONE DI FILIERA

Art. 9.

Intesa di filiera

1. L'intesa di filiera ha lo scopo di favorire l'integrazione di filiera e la valorizzazione dei prodotti agricoli e agroalimentari, tenendo conto degli interessi della filiera e dei consumatori. L'intesa può definire:

- azioni per migliorare la conoscenza e la trasparenza della produzione e del mercato;
- azioni per un migliore coordinamento dell'immissione dei prodotti sul mercato;
- modelli contrattuali compatibili con la normativa comunitaria da utilizzare nella stipula dei contratti di coltivazione, allevamento e fornitura;
- modalità di valorizzazione e tutela delle denominazioni di origine, indicazioni geografiche e marchi di qualità;
- criteri per la valorizzazione del legame delle produzioni al territorio di provenienza;
- azioni al fine perseguire condizioni di equilibrio e stabilità del mercato attraverso informazioni e ricerche per l'orientamento della produzione agricola alla domanda e alle esigenze dei consumatori;
- metodi di produzione rispettosi dell'ambiente.

69

EIAA A-L

69

Alcuni esempi: Accordo interprofessionale del latte

AGRISOLE

6-12 apr. 2007

ITALIA 5

Interprofessione

Con la regia di De Castro raggiunta l'intesa in Lombardia: circa 0,33 euro il litro

Latte, firmato l'accordo sul prezzo

Fissati premi e detrazioni in base a nuovi parametri di qualità – Soddisfatte le organizzazioni agricole

ROMA – L'accordo magari soddisfa pienamente solo qualcuno, ma intanto è stato firmato. E questo rappresenta un primo risultato. Dopo oltre quattro anni di «deregulation», di contratti spot sottoscritti a livello locale tra singoli gruppi di allevatori e imprese di trasformazione, e dopo un estenuante braccio di ferro che nei mesi scorsi, in vista della prossima campagna di commercializzazione, aveva già portato alla rottura delle trattative tra le parti e a una serie di manifestazioni di protesta e sit-in davanti agli stabilimenti.

Con l'intesa sul prezzo del latte alla stalla in Lombardia, raggiunta la settimana scorsa a Roma – con la mediazione del ministro delle Politiche agricole, Paolo De Castro, e del vicepresidente e assessore all'Agricoltura della Regione, Viviana Beccalossi – agricoltori e industria hanno dunque inaugurato una nuova stagione dell'interprofessione. «Un punto di riferimento per l'intero mercato del latte nazionale – ha commentato De Castro – che finalmente torna a lavorare in filiera. Una base indispensabile per affrontare le sfide del mercato e delle politiche comunitarie e continuare con forza a spingere sulla qualità».

Il pagamento differenziato in base alla qualità

(Parametri indicati nell'allegato 1 dell'accordo per la campagna 2007-08)

GRASSO (per linea centesimale)	<3,70 g/dl	-0,2065 euro x 1.000 litri (0,4 lire/litro)
	3,70-3,80 g/dl	Franchigia
	>3,80 g/dl	+0,2065 euro x 1.000 litri (0,4 lire/litro)
PROTEINE (per linea centesimale)	<3,25 g/dl	-0,4648 euro x 1.000 litri (0,9 lire/litro)
	3,25-3,30 g/dl	Franchigia
	3,30 g/dl	+0,4648 euro x 1.000 litri (0,9 lire/litro)
CARICA BATTERICA (x ml)	<30.000	+2,0658 euro x 1.000 litri (4 lire/litro)
	30.000-100.000	Franchigia
	>100.000	-5,1646 euro x 1.000 litri (-10 lire/litro)
CELLULE SOMATICHE (x ml)	<150.000	+5,1646 euro x 1.000 litri (10 lire/litro)
	150.000-300.000	+2,5823 euro x 1.000 litri (5 lire/litro)
	300-001-350.000	Franchigia
	350.001-400.000	-2,5823 euro x 1.000 litri (-5 lire/litro)
	>400.000	-5,1646 euro x 1.000 litri (-10 lire/litro)

«Da parte nostra – hanno commentato con una nota congiunta i presidenti di Coldiretti Lombardia, Nino Andena, della Cia lombarda, Mario Lanzi, e di Federlombarda, Francesco Bettini – rimarchiamo il fatto che, dopo quattro anni senza un prezzo di riferimento, finalmente con questo accordo i produttori hanno la possibilità di avere una certezza in più nella remunerazione del loro latte».

Soddisfazione è stata espressa anche da organizzazioni agricole e centrali cooperative nazionali. «L'accordo – ha osservato la Coldiretti – è stato raggiunto grazie all'impegno di tutta la filiera, delle istituzioni nazionali e territoriali e del pressing esercitato dalla nostra organizzazione insieme ad allevatori, consumatori e ambientalisti». «Ora – ha riferito Confagricoltura – i produttori lombardi possono procedere al perfezionamento dei contratti individuali di riferimento». «Un accordo importante – ha sottolineato la Cia – che può riaprire la stagione dei tavoli interprofessionali e dare impulso al settore lattiero-caseario contro il mercato selvaggio che in questi anni ha contribuito a diminuire il reddito

EIAA A-L

70

Il testo dell'intesa allevatori-industria

Articolo 1

(Prezzo)

Per ogni 1.000 litri di latte intero e genuino reso refrigerato alla stalla a +4°C nel rispetto delle prescrizioni della normativa igienico-sanitaria nazionale e comunitaria, per il periodo 1/4/2007-31/3/2008 verrà corrisposto il seguente prezzo: 331,56+Iva 10% (euro 33,16) = euro 364,72.

Articolo 2

(Termini di pagamento)

Il pagamento verrà effettuato entro 60 giorni dall'ultima consegna del mese.

Articolo 3

(Clausole particolari)

Qualora vengano concordate tra acquirente e produttore condizioni di temperatura di consegna diverse da +4°C, il prezzo del latte sarà conseguentemente modificato come segue:

- riduzione di euro 1,17752 per 1.000 litri +Iva 10% per consegne a +10°C;

- riduzione di euro 2,34471 per 1.000 litri +Iva 10% per consegne a +20°C.

Nel caso fossero richieste al produttore condizioni predefinite di temperature diverse da quelle indicate, la detrazione corrispondente sarà quella prevista per la temperatura indicata più vicina. Particolari alimentazioni del bestiame, servizi, condizioni di consegna e di pagamento, ulteriori parametri qualitativi, ove richiesti dall'acquirente saranno oggetto di accordi diretti tra acquirente e produttore.

Articolo 4

(Pagamento secondo qualità)

Al fine di incentivare il miglioramento qualitativo del latte e realizzare la più opportuna valorizzazione della produzione lombarda su tutti i mercati, le Parti si impegnano a porre in essere il sistema di pagamento differenziato del latte secondo qualità in base alla tabella parametrica di cui all'allegato 1.

Articolo 5

(Vigenza dell'accordo)

Il presente accordo entra in vigore il 1/4/2007 ed è valido sino al 31/3/2008.

EIAA A-L

71

Un esempio di contrattazione collettiva

Data:

sabato 27.04.2013

Il Sole **24 ORE**

Estratto da Pagina:

15

Strategie commerciali. Unaprol e Cno hanno siglato accordi col gruppo Sisa, lavori in corso con Auchan

Patto tra produttori di olio e Gdo

Le priorità: qualità garantita e stop a sottocosto e superpromozioni

Giorgio dell'Orefice

Tra produttori olivicoli e grande distribuzione organizzata «scoppia» la pace. Dopo anni di contrapposizioni - anche dure - arriva la svolta con le intese fra agricoltori e Gdo per incrementare le vendite di olio sugli scaffali. Le iniziative sono ancora alle prime fasi anche se si stanno diffondendo sul territorio nazionale. Il tema è delicato. Gli olivicoltori hanno spesso puntato l'indice contro le vendite di olio d'oliva a prezzi «stracciati» o addirittura sottocosto. Con quotazioni tanto basse da svilire il prodotto trascinando così al ribasso i redditi dei produttori. Si calcola infatti che oltre il 50% delle vendite in Italia

di olio d'oliva avvenga ormai in regime di promozione assimilando sempre più l'olio d'oliva a una qualsiasi commodity indifferenziata. Tra i primi ad aprire la nuova fase improntata alla collaborazione sono stati i produttori associati ad Unaprol - Consorzio olivicolo italiano e al Cno (Consorzio nazionale degli olivicoltori) che hanno stretto un accordo con i supermercati della catena Sisa di Veneto, Lombardia e Piemonte. Con una condizione prioritaria: escludere le promozioni basate solo sul prezzo.

«Dopo gli sforzi fatti per garantire tracciabilità e sicurezza alimentare ai consumatori e un giusto reddito ai produttori -

spiega il presidente dell'Unaprol, Massimo Gargano - offriamo alla grande distribuzione l'opportunità di sganciarsi dalla competizione fatta solo sui prezzi e di offrire ai consumatori più evoluti un prodotto che racchiude qualità, legame con il territorio e sostenibilità ambientale».

Le bottiglie vendute nelle scorse settimane in 36 supermercati della catena Sisa, sono state realizzate con un marchio e un packaging ad hoc da Unaprol e Cno. Il marchio è quello Fai (Filiera agricola italiana) e sugli scaffali sono approdate tre categorie di extravergine (delicato, medio e forte) messe in vendita a un prezzo medio di 4,5 euro per confezione da 0,75 litri.

«Con Sisa - spiega il direttore dell'Unaprol, Pietro Sandali - è stato stretto un accordo che ha disciplinato non solo la promozione ma anche il posizionamento delle bottiglie sugli scaffali e la tempistica di vendita. Un primo esperimento positivo e che sarà presto replicato. Stiamo infatti studiando un'iniziativa simile con i punti vendita della catena Iper». La campagna lanciata da Unaprol, Cno e Sisa non è rimasta un fatto isolato. Nei giorni scorsi il ministero per le Politiche agricole ha promosso un incontro per avviare un percorso analogo con Auchan. Ed è emersa la richiesta della Gdo di un intermediario che concentri l'offerta delle piccole produzioni ar-

tigianali. Un ruolo per il quale si è candidata l'azienda olearia umbra Farchioni. «Già svolgiamo questo compito per conto di Auchan per la Dop Umbria - ha spiegato il presidente Pompeo Farchioni - e abbiamo messo a punto uno strumento di diritto anglosassone che prevede il pagamento al produttore che conferisce le olive di un prezzo base (ancorato alle quotazioni di mercato) al quale verrà riconosciuta una royalty legata ai quantitativi effettivamente venduti. Per la Dop Umbria si partirà già dalla campagna 2013 ma siamo pronti a sviluppare, d'intesa con Auchan, l'iniziativa anche su vasta scala».

EIAA A-L

72

Contratti quadro e contratti tipo

Art. 10. Contratti quadro

1. Nell'ambito delle finalità di cui all'articolo 33 del Trattato istitutivo della Comunità europea e nei limiti di cui all'articolo 2, comma 1, del regolamento (CEE) n. 26/1962 del Consiglio, del 4 aprile 1962, e successive modificazioni, i soggetti economici di cui al capo I possono sottoscrivere contratti quadro aventi i seguenti obiettivi:

a) sviluppare gli sbocchi commerciali sui mercati interno ed estero, e orientare la produzione agricola per farla corrispondere, sul piano quantitativo e qualitativo, alla domanda, al fine di perseguire condizioni di equilibrio e stabilità del mercato;

b) garantire la sicurezza degli approvvigionamenti;

c) migliorare la qualità dei prodotti con particolare riguardo alle diverse vocazioni colturali e territoriali e alla tutela dell'ambiente;

d) ridurre le fluttuazioni dei prezzi ed assicurare le altre finalità perseguite dall'articolo 33 del Trattato sulla Comunità europea;

e) prevedere i criteri di adattamento della produzione all'evoluzione del mercato.

5. I contratti quadro stabiliscono il contratto-tipo, che deve essere adottato nella stipulazione dei contratti di coltivazione, allevamento e fornitura.



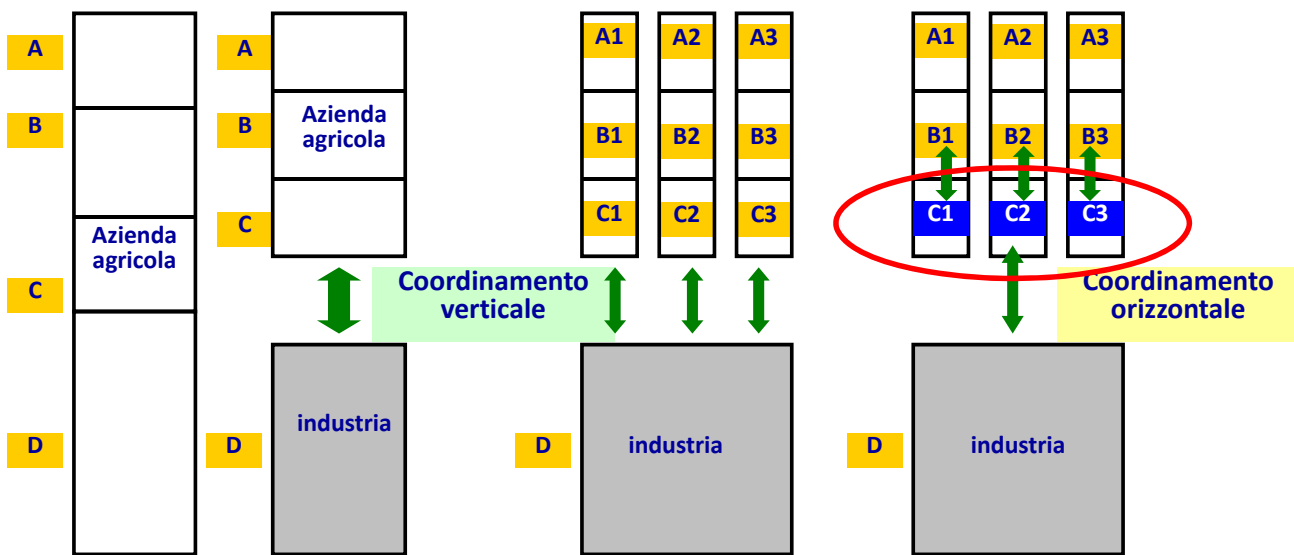
DOMANDE

- Coordinamento verticale e integrazione verticale
- Definire il contratto di coltivazione e illustrarne i principali contenuti
- Le principali tipologie dei contratti di coltivazione
- Vantaggi e svantaggi potenziali per l'agricoltura dei contratti di coltivazione

- Cosa sono gli organismi interprofessionali?
- Spiegare la differenza tra un contratto di coltivazione e un contratto-quadro

IL COORDINAMENTO ORIZZONTALE

Il coordinamento orizzontale



78

Obiettivi del coordinamento orizzontale

Il coordinamento orizzontale è tanto più necessario quanto maggiori sono le differenze di scala tra fasi verticalmente contigue del processo produttivo.

Le tendenze nel sistema agro-alimentare rendono sempre più necessario un rafforzamento delle forme di organizzazione economica dei produttori agricoli per fronteggiare l'aumento del potere contrattuale delle controparti (IAA e GDO) e realizzare una interazione organizzativa con i soggetti di grande dimensione.

OBIETTIVI DEL COORDINAMENTO ORIZZONTALE

EFFICIENZA
 realizzazione di investimenti con alta soglia minima di capitale; raggiungimento di economie di scala e di scopo; concentrazione dell'offerta di prodotto per esigenze qualitative e quantitative del mercato; offerta di assortimenti più completo; economie di costo negli approvvigionamenti di fattori di produzione

POTERE
 Aumento del potere contrattuale vs interlocutori a monte e a valle (controllo mercato, creazione di barriere all'entrata, imposizione regole nello scambio, ecc.)
 Aumento potere di lobbying vs istituzioni private e pubbliche, locali e non locali

79

Le forme del coordinamento orizzontale

Vi sono numerose modalità di organizzazione economica dei produttori agricoli che mirano a realizzare un coordinamento orizzontale (tra imprese che restano indipendenti), e talvolta una vera e propria integrazione orizzontale (le imprese agricole realizzano un nuovo soggetto economico che gestisce la nuova attività).

Le forme più diffuse di coordinamento orizzontale in agricoltura sono:

- ✚ **Le Organizzazioni di produttori** (prima denominate Associazioni di produttori). In agricoltura sono disciplinate da regolamenti comunitari specifici. Le OP sono state create per favorire l'aggregazione delle aziende agricole al fine di migliorare la commercializzazione delle produzioni
- ✚ **Le Cooperative e i Consorzi**. Sono società "particolari", a scopo mutualistico, regolate da una normativa speciale. Esistono varie tipologie operanti nel settore agricolo: le cooperative di conduzione e lavoro, le cooperative di servizio, le cooperative di trasformazione (cantine sociali, frantoi sociali, etc.), le cooperative di commercializzazione. I consorzi invece (art.2602 cc) sono entità che associano più imprese per svolgere in comune alcuni processi della combinazione economica complessiva.
- ✚ **Marketing Boards, Marketing orders, Marketing agreements**. Si tratta di esperienze associative particolarmente diffuse in tutti i paesi del mondo anglosassone

80

LE ORGANIZZAZIONI DEI PRODUTTORI

Le Organizzazioni di Produttori (OOPP)

Le OOPP nascono nel settore ortofrutticolo nel 1972 (si chiamavano associazioni di produttori) per volere della Comunità Europea e poi vengono "estese" a tutti i comparti produttivi nel 1978.

La Comunità Europea infatti vedeva nell'organizzazione economica dei produttori agricoli la soluzione per **umentare il potere contrattuale** degli agricoltori e controbilanciare il crescente potere delle imprese acquirenti (industria di trasformazione, grande distribuzione organizzata), attenuando l'eccessiva frammentazione del settore agricolo e spingendo gli agricoltori a svolgere una commercializzazione collettiva.

Le OOPP sono aggregazioni tra produttori agricoli che coltivano la stessa coltura o praticano la stessa attività di allevamento (le imprese appartengono alla stessa "filiera"). Sono quindi associazioni "di **prodotto**".



82

Le Organizzazioni di Produttori (OOPP)



Nell'UE sono oltre 11 milioni gli agricoltori, molti dei quali lavorano in aziende familiari relativamente piccole che operano indipendentemente l'una dall'altra. Per contro, vi è una concentrazione molto più elevata tra i trasformatori e i dettaglianti. Questa asimmetria nelle posizioni negoziali rende difficile per gli agricoltori difendere i loro interessi durante le negoziazioni con gli altri attori della catena di approvvigionamento.

Per **rafforzare il potere di contrattazione collettiva degli agricoltori**, l'UE sostiene coloro che desiderano collaborare nelle organizzazioni di produttori.

Le organizzazioni dei produttori (OP) o le associazioni di organizzazioni dei produttori (AOP) aiutano gli agricoltori a ridurre i costi di transazione e a collaborare alla trasformazione e alla commercializzazione dei loro prodotti.

Le organizzazioni di produttori rafforzano il potere contrattuale collettivo degli agricoltori:

- concentrando l'offerta
- migliorando la commercializzazione
- fornendo assistenza tecnica e logistica ai propri membri
- contribuendo alla gestione della qualità
- trasferendo le conoscenze.

83

Le Organizzazioni di Produttori (OOPP)

Reg. UE 1308/2013

Sezione 1 Definizione e riconoscimento

Articolo 152

Organizzazioni di produttori

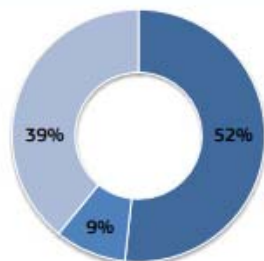
- c) perseguono una finalità specifica, che può includere almeno uno dei seguenti obiettivi:
- i) assicurare che la produzione sia pianificata e adeguata alla domanda, in particolare in termini di qualità e quantità;
 - ii) concentrare l'offerta ed immettere sul mercato la produzione dei propri aderenti, anche attraverso la commercializzazione diretta;
 - iii) ottimizzare i costi di produzione e la redditività dell'investimento in risposta alle norme applicabili in campo ambientale e di benessere degli animali e stabilizzare i prezzi alla produzione;
 - iv) svolgere ricerche e sviluppare iniziative su metodi di produzione sostenibili, pratiche innovative, competitività economica e sull'andamento del mercato;

- v) promuovere e fornire assistenza tecnica per il ricorso a pratiche colturali e tecniche di produzione rispettose dell'ambiente e a pratiche e tecniche corrette per quanto riguarda il benessere animale;
- vi) promuovere e fornire assistenza tecnica per il ricorso agli standard di produzione, per il miglioramento della qualità dei prodotti e lo sviluppo di prodotti con denominazione d'origine protetta, indicazione geografica protetta o coperti da un'etichetta di qualità nazionale;
- vii) provvedere alla gestione dei sottoprodotti e dei rifiuti, in particolare per tutelare la qualità delle acque, dei suoli e del paesaggio e per preservare o favorire la biodiversità;
- viii) contribuire a un uso sostenibile delle risorse naturali e a mitigare i cambiamenti climatici;
- ix) sviluppare iniziative nel settore della promozione e della commercializzazione;
- x) gestire i fondi di mutualizzazione di cui ai programmi operativi nel settore degli ortofrutticoli stabiliti all'articolo 31, paragrafo 2, lettera e) del presente regolamento e all'articolo 36 del regolamento (UE) n. 1305/2013
- xi) fornire l'assistenza tecnica necessaria all'utilizzazione dei mercati a termine e dei sistemi assicurativi.

Il coordinamento orizzontale

Le Organizzazioni di Produttori (OOPP)

FIGURE 2: Distribution of recognised POs between sectors



■ Fruit and vegetables
■ Milk and dairy products
■ Others

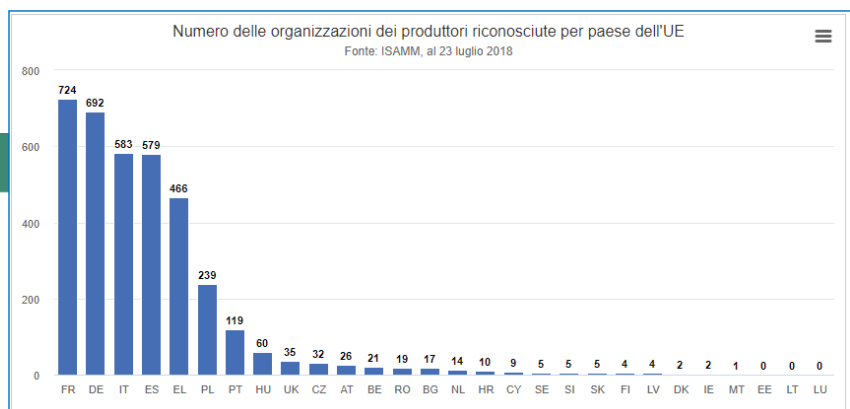
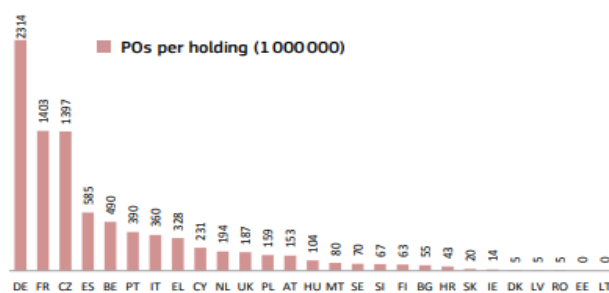


FIGURE 3.2: Relative frequency of recognised POs in the EU



Esempi di OOPP

CHI SIAMO

Asprocarme Piemonte è un'Organizzazione di produttori di carni bovine costituita nel 1985 e riconosciuta dalla Regione Piemonte nel 1986.

La missione dell'Organizzazione è di qualificare, promuovere, commercializzare e valorizzare le carni bovine prodotte dai soci. Svolgiamo diverse attività lungo tutta la filiera dall'assistenza tecnica negli allevamenti alla gestione della tracciabilità, la promozione delle carni e la ricerca / sperimentazione in collaborazione con università e enti di ricerca.

Vogliamo dare più trasparenza al settore dell'allevamento e della produzione di carne bovina per rafforzare il rapporto di fiducia con i consumatori.

In questo senso, Asprocarme Piemonte è stata per esempio una delle prime organizzazioni ad ottenere, dal Ministero delle Politiche Agricole, l'autorizzazione ad etichettare in forma volontaria le carni bovine per dare più informazioni al consumatore al momento dell'acquisto.

Detto in altri termini l'Asprocarme costituisce l'interfaccia dei produttori di carne bovina del Piemonte con il mercato.



La storia di As.Pro.Pat. Piemonte

Una storia dell'agricoltura piemontese



AS.PRO.PAT. Piemonte è nata a metà degli anni ottanta come Associazione Regionale tra i Produttori di patate. Nel 2001 ha cambiato la propria ragione sociale divenendo una società cooperativa e recentemente ha ottenuto il riconoscimento quale Organizzazione di Produttori. Sempre a partire dall'anno 2001 ha avviato l'attività di ricevimento, conservazione, condizionamento e commercializzazione di prodotti orticoli destinati al consumo fresco provenienti dagli oltre 100 soci. L'entità dei conferimenti di patate oggi raggiunge i 50.000 q/anno, per quanto riguarda il prodotto destinato alla trasformazione industriale e supera i 40.000 q/anno nel caso della produzione da avviare al mercato del fresco.

AS.PRO.PAT Piemonte è dotata di un magazzino di stoccaggio capace di 15.000 q, di una cella di frigoconservazione adatta a contenere fino a 10.000 q di prodotto e di un impianto di lavorazione della capacità di 300 q/giorno collocato in una struttura coperta di 2.500 metri quadrati. Le moderne linee di condizionamento, permettono la calibratura, la cernita, il lavaggio e, naturalmente, il confezionamento del prodotto nelle unità di vendita oggi più diffuse: dalle innovative borse da 1,5, 2,0, e 2,5 kg ai classici sacchi tricolore da 5,0 e 10,0 kg. AS.PRO.PAT. Piemonte, grazie all'esperienza delle aziende associate e alla competenza dei suoi operatori, garantisce la qualità e la provenienza dei propri prodotti. Inoltre quale membro fondatore dell'UNAPA (l'Unione Nazionale tra le Associazioni dei Produttori di Patate) sostiene attivamente le iniziative volontarie a tutela dei consumatori attraverso l'adesione al Sistema Qualità UNAPA e al Progetto di Rintracciabilità UNAPA.

Esempi di OOPP

6.000 produttori, riuniti in 50 cooperative distribuite nelle regioni ortofrutticole più vocate d'Italia: è questo il cuore pulsante della Organizzazione di Produttori Apo Conerpo, che con oltre 1.000.000 tonnellate di frutta e verdura commercializzate ogni anno, 91 strutture di lavorazione, 190 tecnici impegnati quotidianamente in sperimentazioni, assistenza e controlli di qualità su prodotti e sistemi di lavorazione, detiene la leadership europea nel settore dell'ortofrutta fresca.

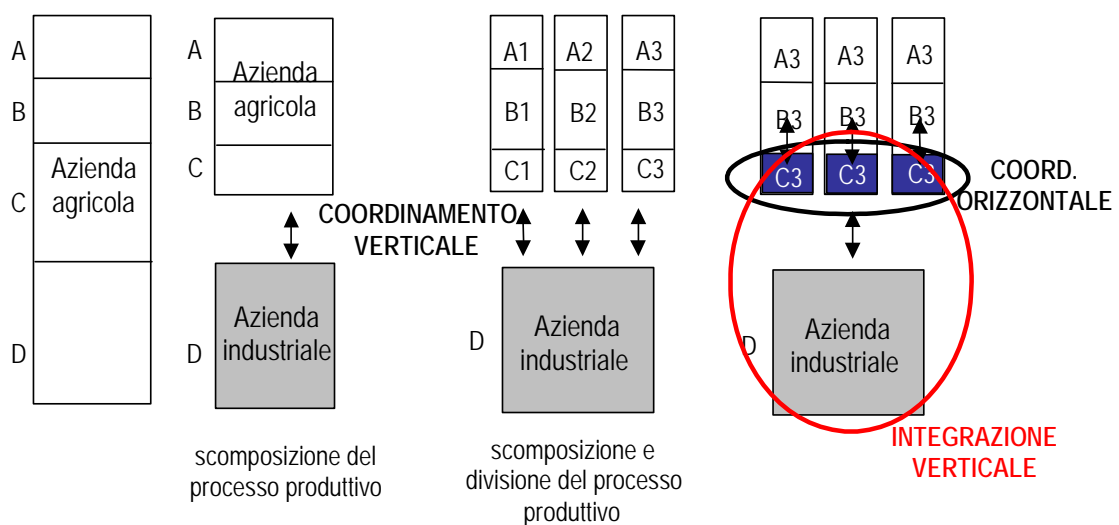
Ottenuti con le più moderne tecniche agronomiche, rispettose dell'ambiente e della salute, i prodotti della Organizzazione di Produttori Apo Conerpo offrono le massime garanzie di freschezza, sapore e grado di maturazione.

Partendo dall'impegno quotidiano di campagna, con i programmi integrati d'assistenza tecnica, fino ai servizi di logistica avanzata ed alla fitta rete di controlli qualità, ogni azione è finalizzata ad accrescere e garantire il livello superiore della qualità Apo Conerpo.



L'IMPRESA COOPERATIVA

Coordinamento orizzontale e integrazione verticale



L'impresa cooperativa realizza forme di **integrazione orizzontale** tra imprese agricole, spesso rivolte a sviluppare una **integrazione verticale**.

Impresa cooperativa e mutualità

La cooperativa è una forma particolare di **impresa** caratterizzata dal fatto di perseguire uno **SCOPO MUTUALISTICO** (in luogo del profitto).

La tipologia giuridica dell'impresa cooperativa è presente in tutti i Paesi.

Una cooperativa è un'impresa costituita da individui (persone o imprese) che si uniscono **volontariamente** per soddisfare i **propri bisogni** economici, sociali, culturali e le proprie aspirazioni attraverso la creazione di un'impresa a **proprietà comune, controllata democraticamente** e improntata alla **mutualità**:

- Cooperare → operare assieme ad altri per il soddisfacimento di un bisogno comune
- Mutualità → forma di aiuto scambievole che garantisce uguali diritti dopo aver adempiuto ad uguali doveri

La "**mutualità cooperativa**" ha, quindi, il significato della **libera collaborazione di più individui per il soddisfacimento di un fine comune** attraverso lo scambievole aiuto, realizzato mediante una parità di diritti e di doveri.

La cooperazione in agricoltura

Mediante la cooperazione gli agricoltori realizzano forme di integrazione orizzontale e/o verticale.

→ **Varie tipologie** di cooperative nel settore agricolo

→ **Ciascun tipo di cooperativa persegue lo scopo mutualistico in un modo suo proprio:**

NO: massimizzazione la remunerazione del capitale conferito dai soci

SI': minimizzazione dei prezzi pagati dai soci per i beni, fattori produttivi o servizi ricevuti oppure

SI': massimizzazione dei prezzi pagati ai soci per i prodotti o per i mezzi di produzione (compreso il lavoro) da essi conferiti.

Il raggiungimento di questi obiettivi dipende dalla efficienza con cui la cooperativa viene gestita, nonché dal grado effettivo di coinvolgimento dei soci.

Alcuni esempi di cooperative agricole italiane

La cooperazione in agricoltura: una realtà multiforme, per:

- natura e tipologia di attività svolta
- dimensioni
- forme di gestione
- ...

Alcuni esempi:

Conserve Italia → <http://www.conserveitalia.it/index.php>

Gruppo Italiano Vini → <http://www.gruppoitalianovini.com/lingue.htm>

Cantine Leonardo (Vinci) → <http://www.cantineleonardo.it/it/default.asp>

Chianti geografico → <http://www.chiantigeografico.it/metodo.html>

I vini di Maremma → <http://www.ivinidimaremma.it/>

Consorzio agrario di Firenze → <http://www.consorzioagrariofirenze.it>

Caseificio di Sorano → <http://www.caseificiosorano.it/>

Conserveitalia <http://www.conserveitalia.it/index.php>

Grande gruppo cooperativo, trasformazione ortofrutticola, grandi marche, proiezione internazionale

Video di presentazione <http://www.conserveitalia.it/index.php>

CONFEDERATIVE
CONFESSIONE COOPERATIVE ITALIANE

IL GRUPPO | PRODOTTI E FILIERA | I MARCHI | NEWS | CONTATTI | SERVIZI AGRONOMICI | AREA RISERVATA

Conserve Italia
DAI CAMPI DELLE NOSTRE COOPERATIVE

NOVITA'
Yoga
NETTARE DI MIRTILLO
CON IL 65% DI FRUTTA

NEWS
11 Marzo 2013
Nuova consumer promotion Yoga: in regalo con i succhi Yoga Optimum le card 3D con i personaggi Disney Pixar

1 Marzo 2013
Nuova consumer promotion Valfrutta incentrata su ecologia e natura con i cartoni animati della "Tribù dei Piedi Verdi"

I MARCHI
Valfrutta | Yoga | Derby | CIRIO
SEMAMET | Juver | De Rica | Jolly Colombani

SERVIZIO CONSUMATORI
Il numero verde di Conserve Italia è 800 88 50 30

LAVORA CON NOI
Compila il tuo curriculum vitae on line

LO SPOT DEL MESE
Cirio | Valfrutta
Nuova campagna promozionale guarda il video
Campagna pubblicitaria guarda gli spot

IL VIDEO ISTITUZIONALE guarda il video

©2008 CONSERVE ITALIA SOC. COOP. AGRICOLA - VIA PAOLO POGGI, 11 - SAN LAZZARO DI SAVENA (BO) - P. IVA 00708311204

Cooperativa di produzione vinicola (cantina sociale)

Contatti - Come raggiungerci Italiano - English - Deutsch

viniv ob obnaro
CANTINE LEONARDO DA VINCI

Home L'azienda Il gruppo Leonardo I vini News Enoturismo

La storia

Le Cantine Leonardo da Vinci nascono nel 1961 dalla volontà dei proprietari di trenta aziende agricole che decidono di associarsi per far fronte ai problemi sorti all'indomani dello sgretolamento del sistema mezzadriale. Si tratta di una società cooperativa che nel 1965 ha la sua prima vendemmia, alla quale segue la semplice trasformazione e vendita di vino sfuso. Nel 1971, poi, inizia anche la commercializzazione diretta di due prodotti in bottiglia: un bianco, il Collebello, e il Leonardo Chianti. Questo rosso ancora oggi è presente nella gamma dei vini prodotti. Negli anni seguenti, incoraggiati dai successi ottenuti, matura la decisione di ampliare l'offerta dei vini dirottando l'attenzione sui prodotti in bottiglia in generale, e su vini di qualità in particolare.

La sede centrale è, ancora oggi, quella storica, ristrutturata e ampliata. Le Cantine Leonardo si trovano, infatti, nel territorio comunale di Vinci, ad appena cinque chilometri dalla casa natale del genio Leonardo.

L'azienda, infatti, prende il nome da Leonardo da Vinci per rendere omaggio al grande intelletto di quello che è universalmente considerato un genio e per sottolineare un forte legame con il territorio, lo stesso che caratterizzava Leonardo, il cui cognome è legato proprio alla cittadina dove nacque il 15 aprile 1452.

Oggi le Cantine Leonardo da Vinci sono una cooperativa d'avanguardia, innovativa e moderna, che può contare sul lavoro e sulla produzione di uve conferite all'azienda da 160 soci.

EIAA A-L

114

Piccola cooperativa di trasformazione di latte ovino.

CASEIFICIO DI SORANO
HOME PRODOTTI LAVORAZIONE SORANO LO STAFF RICETTE



TEL: 0564 633002
FAX: 0564 633093
PARTITA IVA: 01269450530.
EMAIL: info@caseificiosorano.it
INDIRIZZO: Loc. la fraita, 54 58010 Sorano (Gr).
ISC. ALBO COOP.: A119413.



DICONO DI NOI:

LA NAZIONE dell'11 marzo 2008

ECONOMIA & FINANZA dell'11 marzo 2008

IL TIRRENO dell'11 marzo 2008

Il Caseificio Sociale è una cooperativa sorta nel 1963 per volontà di un gruppo di pastori della zona che volevano valorizzare la vocazione silvo-pastorale del territorio, la sua produzione rappresenta un'importante voce dell'economia locale.

Con il tempo il caseificio è cresciuto e con il nuovo stabilimento lavora **8 milioni** di litri di latte all'anno impiegando 35 dipendenti per un fatturato di **7 milioni** di euro.

Prodotto di punta, fra i freschissimi, è sicuramente lo **stracchino** perfetto equilibrio fra **gusto e freschezza**, frutto di una attenta lavorazione, ma soprattutto della completa assenza di additivi e conservanti e dell'impiego di solo **latte italiano**, qualità questa che viene garantita sull'intera produzione.



Il Presidente Luciano NUCCI

EIAA A-L

115

Cooperativa di servizi (acquisto e commercializzazione), oggi diversificata

Consorzio Agrario di Firenze
fondato nel 1889

Il Consorzio

Missione

Servire gli agricoltori

Il **Consorzio Agrario di Firenze** è una Cooperativa di agricoltori che opera sul territorio provinciale con 15 Agenzie periferiche.

Per gli agricoltori e le aziende agricole, il Consorzio è un partner affidabile e dinamico, in grado di offrire, alle migliori condizioni, la consegna di mezzi tecnici e di prodotti agronomici, l'assistenza specialistica, il ritiro e la commercializzazione delle produzioni. Il Consorzio offre oggi anche prodotti e servizi nelle aree finanziarie ed assicurative.

Per il Consorzio è importante esaudire tutti i bisogni ed i desideri dei soci, cercando anche di facilitare tutti i processi dalla pianificazione, anche burocratica, alla produzione, alla vendita.

EIAA A-L

116

TIPOLOGIE DI COOPERATIVE IN AGRICOLTURA

1) cooperative di acquisto collettivo

→ il socio è in posizione di «cliente» (sui generis) della cooperativa

- Integrazione orizzontale della fase di acquisto di determinati mezzi tecnici (quali sementi, antiparassitari, concimi, ma anche mezzi meccanici).
- Obiettivo: riduzione dello svantaggio derivante dal fatto che l'offerta di tali fattori produttivi è concentrata nelle mani di poche imprese di grandi dimensioni, e della conseguente appropriazione del reddito del produttore da parte dell'intermediazione commerciale.
- I soci delegano alla cooperativa l'acquisto dei fattori di produzione e possono ottenere migliori condizioni di prezzo e/o di pagamento anche "saltando" l'onere di alcune intermediazioni; inoltre controllo qualitativo dei mezzi tecnici acquistati e orientamento e assistenza tecnica ai soci.



EIAA A-L

117

2) cooperative di servizio

- il socio è in posizione di «cliente» (sui generis) della cooperativa
- Integrazione orizzontale della gestione di attività produttive, al fine del conseguimento di economie di scala rispetto alla gestione individuale.
 - La cooperativa si occupa della gestione in comune di mezzi meccanici (cooperative di meccanizzazione associata), e/o di attrezzature o impianti di trasformazione di prodotti agricoli (cooperative di trasformazione senza successiva vendita in comune).
 - La cooperativa mira a consentire al socio l'accesso a determinati servizi di tipo produttivo a migliori condizioni di quelle offerte sul mercato da imprese private.



3) cooperative di conduzione terreni

→ vari tipi: socio "fornitore" di mezzi produttivi (terra, lavoro)

3.a) Affittanze collettive (cooperative di lavoro agricolo):

- Gruppi di braccianti che prendono in affitto una grande proprietà terriera e ricevono un salario allineato alle tariffe sindacali vigenti; la cooperativa assume dunque direttamente la gestione di un'azienda agricola.
- I soci assumono la figura di dipendenti della cooperativa (soci-lavoratori), e lo scopo mutualistico viene perseguito offrendo ai soci condizioni di lavoro migliori rispetto a quelle ottenibili sul mercato (non solo salari più elevati, ma anche maggiore stabilità occupazionale e partecipazione diretta alla gestione dell'impresa cooperativa).

3.b) Cooperative di conduzione associata:

- Gruppi ristretti di proprietari fondiari che trovano più conveniente la lavorazione in comune dei loro terreni. In alcuni casi tutti i terreni dei soci vengono conferiti alla cooperativa, in altri la cooperativa è proprietaria solo delle attrezzature e del bestiame e prende in affitto il terreno dai soci corrispondendo loro un affitto basato sui canoni di legge.
- Operano in queste cooperative di conduzione diverse figure economiche: proprietari lavoratori, lavoratori non proprietari e proprietari non lavoratori.

4) coop. di commercializzazione collettiva

→ il socio è "fornitore" di merci

- Integrazione orizzontale della commercializzazione dei prodotti dei soci.
- Obiettivo: ridurre l'appropriazione del reddito del produttore da parte dell'intermediazione commerciale; consentire l'accesso a canali non accessibili individualmente ai soci.
- I soci sono "fornitori" della cooperativa, e mirano ad ottenere le migliori condizioni per il collocamento dei propri prodotti.
- Le cooperative spesso svolgono anche altre funzioni (conservazione del prodotto, imballaggio e classificazione qualitativa), tali da consentire un migliore adattamento della produzione dei soci alle condizioni di mercato e alle esigenze dei clienti.

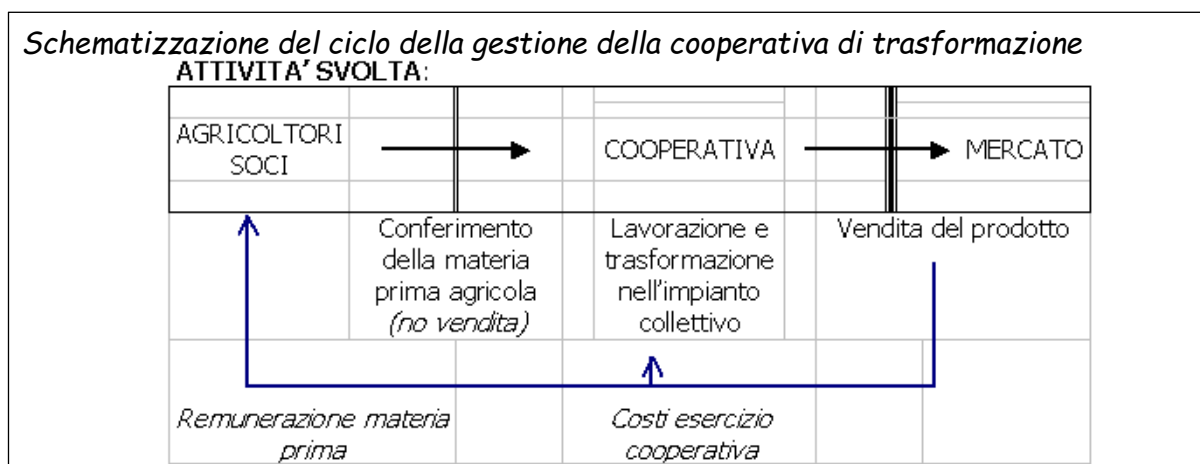
5) coop. di trasformazione e vendita

→ il socio è "fornitore" di materia prima

- Integrazione verticale a valle dell'attività di trasformazione di prodotti dei soci, e successiva commercializzazione collettiva dei prodotti ottenuti (uva → vino; latte → formaggi ; pomodoro → conserve ...).
- Obiettivi: ridurre l'appropriazione del reddito del produttore da parte dei settori a valle; consentire l'accesso a canali non accessibili individualmente ai soci; migliorare le condizioni di concorrenza nei settori a valle dell'agricoltura.
- I soci sono "fornitori" della cooperativa, e mirano ad ottenere le migliori condizioni per il collocamento dei propri prodotti (prezzo della materia prima, ma anche altre condizioni, tra cui la garanzia del collocamento)
- La cooperativa liquida ai soci un **prezzo** per la materia prima conferita, in relazione alla **quantità** e alla **qualità** delle materie prime conferite da ciascun socio
- **Più in generale** l'interesse dei soci è quello di ottenere le **migliori condizioni di vendita dei propri prodotti** (ad es. tempi di pagamento, continuità di collocamento, servizi connessi alla vendita quali orientamento delle produzioni, minimizzazione dei rischi).

Attività della cooperativa agricola di trasformazione

La cooperativa di trasformazione (CT) gestisce un impianto collettivo ove lavora e/o trasforma i prodotti agricoli consegnati dai soci, e commercializza su base collettiva i prodotti così ottenuti (uva → vino; latte → formaggi ; pomodoro → conserve ...).



EIAA A-L

122

L'obiettivo economico della cooperativa di trasformazione

Obiettivo economico della CT → massimizzare la "soddisfazione" dei soci come apportatori di materia prima

Principio di funzionamento della CT → massimizzare il valore di trasformazione del prodotto conferito (V_t), con:

$$V_t = \text{produzione di esercizio (Pe)} - \text{costi di esercizio (esclusi conferimenti)}$$

COSTI	RICAVI
COSTI DI ESERCIZIO (C_e)	PRODUZIONE DI ESERCIZIO (P_e)
<ul style="list-style-type: none"> - personale - materiali, energia - ammortamenti (macchine, attrezzature) - amministrativi e generali - eventuali materie prime <u>integrative</u> acquistate (no m.p. conferite) - ... 	Ricavi di vendita dei prodotti +/- Variazione delle scorte
VALORE DI TRASFORMAZIONE (V_t)	
<ul style="list-style-type: none"> - remunerazione del conferimento - remunerazione/rivalutazione del capitale sociale - autofinanziamento: accantonamento a fondo riserva (indivisibile) 	

EIAA A-L

123

Le cooperative: il valore di trasformazione

La massimizzazione del valore di trasformazione richiede spesso alla cooperativa:

- La **programmazione**, e a volte la fissazione di quote, delle quantità prodotte conferite allo stabilimento (per la saturazione degli impianti produttivi)
- La stipulazione di **impegni di conferimento**, o conferimento in esclusiva
- La fissazione di criteri di **remunerazione della qualità** del prodotto conferito dai soci per evitare comportamenti opportunistici e differenziare le produzioni sul mercato
- La regolazione dell'ingresso di nuovi **soci**
- (ma anche tenere in conto la **funzione sociale** della cooperazione, con meccanismi solidaristici tra soci)

124

EIAA A-L

124










125

DOMANDE

- Descrivere le Organizzazioni dei Produttori: definizione, obiettivi, tipologie, funzioni
- Dopo aver riportato i caratteri distintivi delle imprese cooperative, descriverne le tipologie
- La posizione del socio nelle diverse tipologie di cooperative
- Quali sono le funzioni delle cooperative di trasformazione?
- Che cos'è il valore di trasformazione e come si determina?

Vero o falso?

-  Migliorare la commercializzazione e concentrare l'offerta dei propri membri sono tra gli obiettivi delle Organizzazioni dei produttori. **VERO**
-  Le Organizzazioni dei Produttori riconosciute dall'UE possono ottenere esenzioni dalle norme dell'UE in materia di concorrenza per determinate attività. **VERO**
-  Le Organizzazioni dei Produttori non possono essere cooperative **FALSO**
-  La cooperativa è una forma particolare di impresa caratterizzata dal fatto di perseguire uno Scopo mutualistico (in luogo del profitto) **VERO**
-  L'obiettivo della cooperativa di trasformazione è la massimizzazione del profitto **FALSO**
-  Tra le tipologie di cooperative troviamo la cooperativa di conduzione e lavoro **VERO**
-  Il valore di trasformazione di una cooperativa si ottiene detraendo dal valore della produzione i costi di produzione delle aziende agricole socie **FALSO**