

---

DISPENSE PER IL CORSO DI MERCATI AGROALIMENTARI

di  
Valeria Sodano

INTRODUZIONE

Introduzione

L'economia dei mercati agricoli si occupa fondamentalmente del problema della determinazione dei prezzi dei prodotti derivanti dall'attività agricola. Tradizionalmente tale problema è stato affrontato utilizzando gli strumenti della microeconomia standard (neoclassica), in particolare il modello di mercato basato sulla legge della domanda e dell'offerta. Tale metodo di analisi è risultato in passato particolarmente proficuo nel caso dei mercati agricoli, perché questi, più di altri, presentavano i caratteri tipici dei mercati di concorrenza perfetta<sup>1</sup>, per i quali il modello offre i risultati migliori. In particolare la frammentazione della domanda e dell'offerta e la scarsa differenziazione della produzione sono stati da sempre i caratteri tipici riconosciuti per il settore agricolo.

In epoca recente la fisionomia del settore è cambiata radicalmente in rapporto ad alcuni cambiamenti tecnologici e organizzativi che hanno investito la sfera della produzione, della distribuzione e del consumo dei prodotti agricoli e alimentari.

Le caratteristiche del settore agroalimentare, intendendo con questo quel settore che assolve le funzioni alimentari di un paese, sono profondamente mutate in relazione ad alcune importanti fasi dello sviluppo delle economie occidentali.

Storicamente il settore che ha risposto ai bisogni alimentari è stato l'agricoltura e solo recentemente si è sviluppato il ruolo dell'industria e della distribuzione alimentare. Per grandi linee è possibile individuare le seguenti fasi nell'evoluzione del comparto alimentare.

- Una fase originaria dove la produzione e il consumo alimentare si presentavano esclusivamente su base locale con una dieta fortemente legata alle capacità produttive agricole di un territorio.
- Una fase di apertura commerciale caratterizzata dal progressivo aumento degli scambi di derrate di base a livello territoriale ancora circoscritto (i mercati medioevali e successivi) ed, in seguito, dall'apertura degli scambi internazionali relativamente a derrate speciali (spezie e affini) a partire dallo sviluppo dei grandi traffici marittimi nel sedicesimo secolo.
- Una fase di pre-industrializzazione del settore agroalimentare, che vede la progressiva specializzazione territoriale delle fasi di produzione e consumo alimentare, in connessione con la concentrazione urbana e la maggiore specializzazione produttiva connessa ai primi stadi della rivoluzione industriale a partire dal diciottesimo secolo. In tale fase nasce nella sua forma premoderna il settore della distribuzione alimentare aiutato dal progressivo sviluppo dei trasporti.

---

<sup>1</sup> Ricordiamo che un mercato concorrenziale è definito a partire dalle seguenti ipotesi: molti venditori e compratori che rispettano le ipotesi comportamentali del modello neoclassico; - informazione completa e uniformemente distribuita tra gli agenti; costi di transazione trascurabili; omogeneità e perfetta divisibilità dei prodotti; libertà di entrata e di uscita; i venditori e gli acquirenti sono price taker; assenza di rendimenti crescenti di scala. A tali ipotesi si possono aggiungere le ipotesi di assenza di beni pubblici e di esternalità. Le proprietà di un equilibrio concorrenziale sono le seguenti: 1- efficienza nella produzione (ogni prodotto è ottenuto al minimo costo consentito dalla tecnologia); 2- efficienza nel consumo o efficienza allocativa (uguaglianza tra prezzo di mercato e costo marginale di produzione); 3- profitti nulli; 4- la domanda uguaglia l'offerta (tutti i venditori e gli acquirenti ricevono e pagano lo stesso prezzo). Un sistema completo di mercati perfettamente concorrenziali assicura il raggiungimento di un ottimo paretiano vale a dire il raggiungimento dell'efficienza produttiva e distributiva nell'accezione di Pareto. L'efficienza produttiva nell'accezione paretiana è definita come quell'allocazione produttiva che, data la tecnologia esistente e la quantità prodotta degli altri beni, non consente di ricevere una quantità maggiore di un prodotto riallocando le medesime quantità di fattori della produzione. L'efficienza allocativa in senso paretiano è quell'allocazione tale per cui non è possibile redistribuire i beni in modo tale da accrescere l'utilità di almeno un individuo senza che al contempo diminuisca il benessere di almeno un altro individuo. Il concetto di mercato concorrenziale è particolarmente rilevante per l'economia neoclassica. La tradizione economica neoclassica definisce il problema economico fondamentale come l'allocazione efficiente di risorse date e identifica nella concorrenza il meccanismo più efficiente per risolverlo.

- Una fase di allargamento degli scambi su base prevalentemente regionale che risponde all'affermarsi dell'assetto moderno del rapporto città-campagna e alle esigenze di divisione del lavoro e organizzazione socio-economica richiesti dalla fase di sviluppo industriale delle economie occidentali.
- Una fase di modernizzazione caratterizzata da: -la diffusione su larga scala delle tecniche industriali di conservazione e trasformazione degli alimenti (nasce la moderna industria alimentare); la spinta industrializzazione dell'agricoltura con l'introduzione su larga scala della chimica e della meccanizzazione; -un progressivo aumento degli scambi internazionali con la tendenza ad una specializzazione territoriale della produzione; -l'affermazione dei consumi di massa.
- Una fase di terziarizzazione e internazionalizzazione.
- L'attuale fase di transizione caratterizzata dalla coesistenza di fenomeni contraddittori: la globalizzazione dei consumi e la difesa dei prodotti tipici; la ricerca del basso costo e della differenziazione; la concentrazione della GDO e l'e-commerce; l'estrema industrializzazione del settore agricolo (con la chimica affiancata dalla biotecnologia) e lo sviluppo dell'agricoltura biologica.

L'effetto più evidente sui mercati agricoli della recente evoluzione del sistema agroalimentare è stata la progressiva dipendenza del settore agricolo dal settore distributivo ed il progressivo allontanamento della fase di consumo finale da quella produttiva per i beni agricoli. Si è perso il carattere tradizionale di polverizzazione della domanda rivolta all'agricoltura ed il prodotto agricolo ha cambiato sovente natura trasformandosi da bene di consumo finale in bene intermedio. In rapporto a tali cambiamenti si sono sviluppati due nuovi campi di analisi dell'economia dei mercati agricoli: l'analisi del potere di mercato nel settore distributivo e l'analisi dei rapporti verticali nel sistema, vale a dire l'analisi delle forme organizzative utilizzate per la regolazione degli scambi tra i diversi stadi della catena agroalimentare. Per affrontare tali problemi l'economia dei mercati agricoli ha dovuto aggiungere agli strumenti microeconomici tradizionali alcuni modelli mutuati dalla moderna teoria dell'organizzazione industriale ed alcune teorie organizzative di stampo sociologico.

Nel corso passeremo in rassegna la teoria tradizionale dei prezzi agricoli, passeremo poi all'analisi dei margini distributivi, per arrivare ad introdurre l'analisi delle strategie del settore distributivo e delle relazioni verticali.

## CAPITOLO I LA DOMANDA AGRICOLA

### 1.1. Il modello generale e l'equilibrio di mercato.

L'economia dei mercati agricoli si occupa fondamentalmente dell'analisi della determinazione dei prezzi dei prodotti agricoli. Un approccio per analizzare tale problema è quello suggerito dall'analisi economica standard attraverso l'impiego del modello di mercato. Tale modello suggerisce che il prezzo di un bene è determinato dall'equilibrio di mercato, definito come quella soluzione di scambio tale che né gli acquirenti, né i venditori abbiano incentivo a modificare le proprie scelte di acquisto e di vendita. Perché un tale equilibrio esista la soluzione trovata deve essere tale da soddisfare simultaneamente sia gli acquirenti che i venditori.

Alla base del modello di mercato vi è la teoria della domanda e dell'offerta che descrive il processo attraverso il quale il mercato trova il punto di equilibrio. L'equilibrio di mercato è raggiunto quando il prezzo è tale che la quantità offerta di un particolare bene uguaglia la quantità domandata. Il grafico 1 illustra tale condizione. Data una curva di offerta di mercato  $S$  e una curva di domanda di mercato  $D$ , la condizione di equilibrio determina un prezzo  $P_0$  con una quantità scambiata del bene pari a  $Q_0$ . Ricordiamo che la curva di domanda individuale è data dal luogo dei punti delle quantità domandate per ogni livello del prezzo che consentono al consumatore di essere in equilibrio, vale a dire di massimizzare la propria funzione di utilità soggetta al vincolo di bilancio. Parimenti la curva di offerta del singolo produttore è data dal luogo dei punti delle quantità offerte per ogni livello del prezzo che consentono al produttore di massimizzare la propria funzione obiettivo. La curva di domanda (di offerta) di mercato è data dalla somma orizzontale delle curve di domanda (di offerta) individuali di tutti i consumatori (produttori) presenti sul mercato.

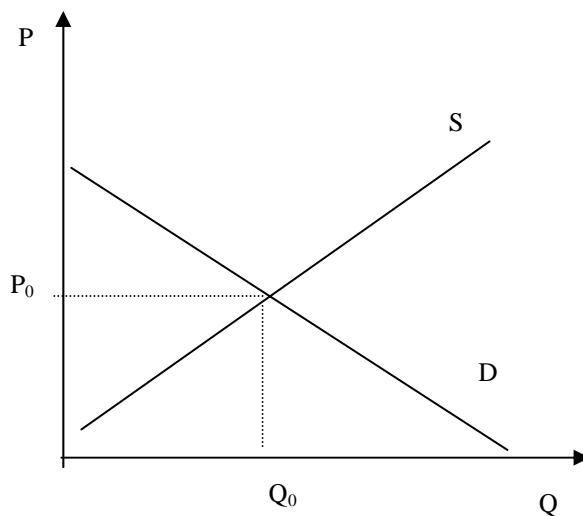


Grafico 1 Equilibrio di mercato

### 1.2. Richiami teorici sulla derivazione della curva di domanda

La funzione di domanda di un consumatore per un particolare bene mette in relazione la scelta ottima, che si traduce nella quantità domandata di un particolare bene, con i diversi valori di prezzi e di reddito.

Ipotizzando per semplicità di esposizione che il paniere di consumo sia composto da due soli beni,  $x_1$  e  $x_2$ , se  $m$  rappresenta il reddito del consumatore e  $p_1$  e  $p_2$  i prezzi dei beni, la funzione di domanda per il bene 1 è espressa da:

$$x_1(p_1, p_2, m)$$

La quantità domandata del bene 1 sarà tale da rendere massimo il grado di soddisfazione del consumatore, ipotizzando che questo derivi dal consumo di quantità positive dei due beni in esame e che il reddito  $m$  venga utilizzato interamente nell'acquisto dei due beni. La quantità consumata di ognuno dei beni dipenderà dalla preferenza ad esso accordata relativamente all'altro bene e dalla disponibilità di spesa dato il reddito ed i prezzi dei due beni. Preferenze diverse si traducono in funzioni di domanda diverse. Pertanto quando osserviamo una particolare relazione tra prezzi e quantità consumate o tra prezzi e reddito dobbiamo ricordare che tale relazione è valida solo per quella particolare struttura delle preferenze alla quale si riferisce.

Il problema generale così esposto viene affrontato dalla teoria del consumatore in modo da trovare una formalizzazione dello stesso tale da renderlo facilmente trattabile sul piano analitico. La strada seguita è quella di effettuare alcune ipotesi sulla forma delle preferenze, in modo da trovarne una rappresentazione numerica (la funzione di utilità) che a sua volta abbia caratteristiche tali che il problema di ottimizzazione delle scelte del consumatore sia risolvibile a livello analitico.

La teoria della domanda marshalliana considera un consumatore le cui preferenze obbediscano ad alcune ipotesi fondamentali (le preferenze sono asimmetriche, negativamente transitive, monotone, convesse e continue) e ipotizza che il comportamento di acquisto di tale consumatore derivi dalla soluzione del seguente problema fondamentale del consumatore: scegliere il paniere di consumo  $X = x_1, x_2, \dots, x_n$  che risulta migliore in base alle preferenze, sotto il vincolo che il costo totale di  $X$  non ecceda il reddito del consumatore.

Le preferenze di un consumatore possono essere descritte da una funzione di utilità (che nel seguito indicheremo genericamente con  $U$ ), che mette in relazione il "grado di soddisfazione" del consumatore per ogni possibile insieme di beni consumati. Le funzioni di utilità di tipo ordinale non fanno altro che associare un numero ad ogni possibile paniere di consumo in modo tale che ai panieri preferiti siano associati numeri più elevati. Perché le relazioni di preferenza ammettano una rappresentazione numerica, devono essere soddisfatte alcune condizioni. In particolare, se l'insieme  $X$  su cui la relazione di preferenza è definita è finito, allora la relazione di preferenza ammette una rappresentazione numerica se e solo se essa è asimmetrica e negativamente transitiva. Data una qualsiasi funzione di utilità, una sua qualunque trasformazione monotona rappresenterà le stesse preferenze. Funzioni di utilità "trattabili" sul piano analitico e che esprimano alcuni importanti assunti teorici fanno riferimento a relazioni di preferenze che rispettano le ipotesi fondamentali sopra richiamate.

Un importante indicatore per l'analisi economica derivato dalle funzioni di utilità è il saggio marginale di sostituzione. Definita l'utilità marginale associata al bene 1 come:  $UM_1 = \frac{\Delta U}{\Delta x_1}$ , l'utilità marginale associata

al bene 2 come:  $UM_2 = \frac{\Delta U}{\Delta x_2}$ , Il saggio marginale di sostituzione, che indica il saggio al quale un

consumatore è disposto a sostituire il bene 2 con il bene 1, è dato dalla pendenza della curva di indifferenza  $\frac{\Delta x_2}{\Delta x_1}$ . Notando che in base alla definizione di utilità marginale  $\Delta x_1 = \frac{\Delta U}{UM_1}$  e  $\Delta x_2 = \frac{\Delta U}{UM_2}$  il saggio

marginale di sostituzione risulta pari a:

$SMS = \frac{\Delta x_2}{\Delta x_1} = \frac{UM_1}{UM_2}$ . Si noti che il saggio marginale di sostituzione ha segno negativo in quanto la

pendenza della curva di indifferenza è negativa (al crescere della quantità consumata di un bene si dovrà consumare una quantità minore dell'altro bene affinché il livello di utilità resti invariato), tuttavia per convenzione lo si indica in positivo (sottintendendo che ci si riferisca ai valori assoluti delle grandezze che lo definiscono).

Relativamente al problema fondamentale del consumatore si dimostra che:

Se le preferenze soddisfano tre delle ipotesi di base della teoria del consumatore (sono asimmetriche, negativamente transitive e continue), o equivalentemente se esse sono rappresentate da una funzione continua  $U$ , allora:

Il problema del consumatore possiede almeno una soluzione per tutti i vettori dei prezzi strettamente positivi e per ogni livello di reddito non negativo.

Esposizione della domanda marshalliana facendo uso delle derivate

Una volta costruita una rappresentazione numerica delle preferenze, vale a dire la funzione di utilità, aggiungendo una ulteriore ipotesi, quella della differenziabilità della funzione di utilità, è possibile formulare il problema del consumatore come un problema di ottimizzazione vincolata: massimizzare la funzione di utilità sotto il vincolo del bilancio e di quantità e prezzi positivi. Tale problema può essere risolto attraverso il moltiplicatore di Lagrange. A tal fine è necessario supporre che  $U$  sia differenziabile. Un interessante risultato della soluzione di tale problema è che il rapporto delle utilità marginali è uguale al rapporto tra i rispettivi prezzi.

Teoria della domanda e statica comparata

Un esercizio standard nella teoria della domanda del consumatore è quello di chiedersi come tale domanda vari al variare di parametri come i prezzi ed il reddito. Tale esercizio è più semplice se ipotizziamo che il problema ammetta una unica soluzione, il che è vero se le preferenze sono strettamente convesse. Indichiamo tale soluzione con  $x(p, Y) = (x_1(p, Y), \dots, x_K(p, Y))$ ; in altre parole  $x_j(p, Y)$  è l'ammontare del bene  $j$  che viene acquistato dal consumatore quando il vettore dei prezzi è  $p$  e il reddito a sua disposizione è  $Y$ . Alcuni importanti quesiti ai quali l'analisi di statica comparata permette di rispondere sono i seguenti.

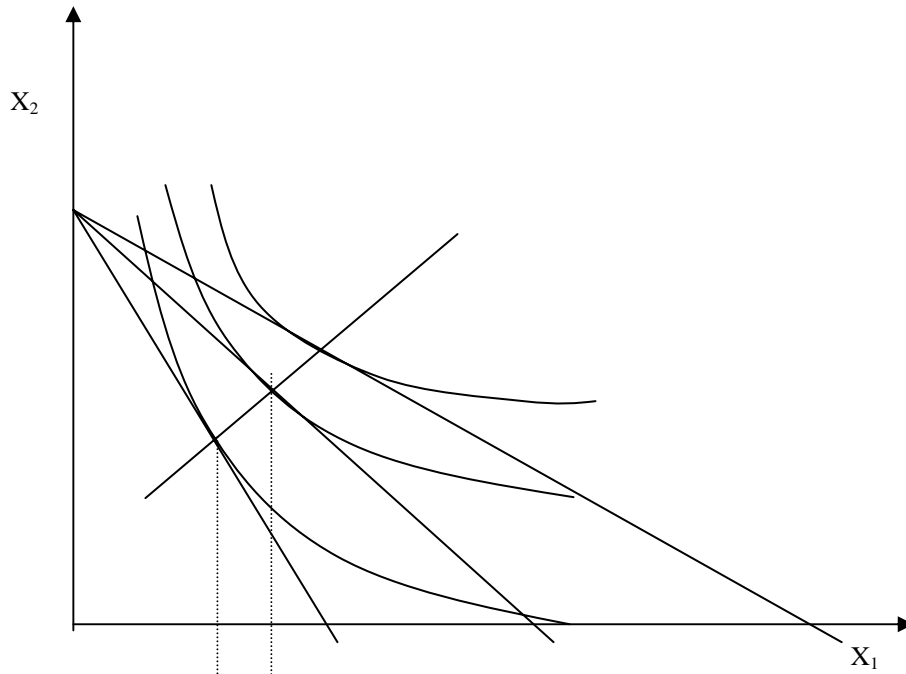
- 1) Come varia  $x_j(p, Y)$  al variare di  $p_j$ , se gli altri elementi del problema rimangono invariati? (analisi delle linee prezzo consumo e definizione di bene normale e di Giffen)
- 2) Come varia  $x_j(p, Y)$  al variare di  $p_i$ , con  $i \neq j$  se gli altri elementi del problema rimangono invariati? (analisi degli effetti di prezzo incrociati).
- 3) Come varia  $x_j(p, Y)$  al variare di  $Y$ , se gli altri elementi del problema rimangono invariati? (analisi dei sentieri di espansione del reddito o curve di Engel; definizione di beni ordinari, inferiori e di lusso).

Si parla di statica perché si pensa ad aggiustamenti istantanei del consumatore; è come se si confrontasse il comportamento di due consumatori identici in due situazioni differenti. Tali esercizi di statica comparata sono usati per valutare il comportamento del consumatore in relazione a diversi valori assunti dai parametri del modello (ad esempio come varierà la domanda di sigarette se si impone una tassa al consumo?).

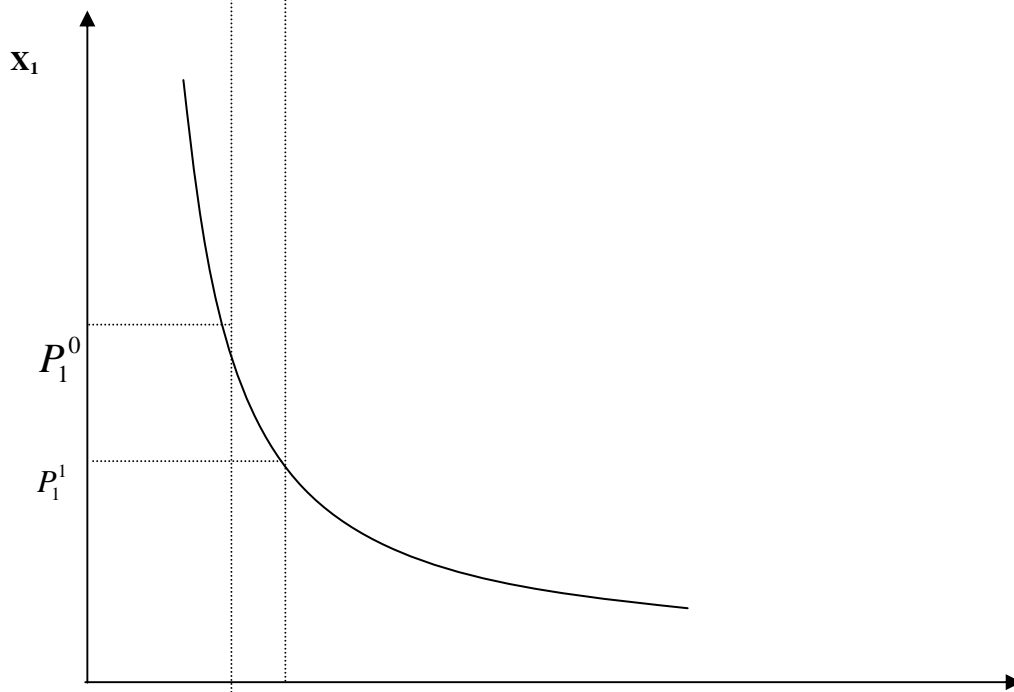
Dalla funzione di domanda individuale è possibile derivare la curva di domanda individuale, che mette in relazione la quantità acquistata del singolo bene con il prezzo dello stesso, considerando i prezzi degli altri beni ed il reddito come parametri. Per un paniere composto da due soli beni la curva di domanda individuale si può derivare graficamente dalla linea prezzo-consumo (si veda la figura 2a). Tale linea è data dal luogo dei punti delle soluzioni di equilibrio del problema del consumatore per diversi valori del prezzo del bene, *coeteris paribus*<sup>2</sup>. Riportando su di un grafico i diversi valori delle quantità richieste in corrispondenza dei diversi prezzi si ha la curva di domanda che rappresenta la quantità domandata in funzione del prezzo (si

<sup>2</sup> Un cambiamento del prezzo di uno dei due beni provoca un cambiamento della pendenza della curva isoreddito e lo spostamento del punto di equilibrio sulla nuova curva di indifferenza tangente alla nuova curva isoreddito. Per beni normali ad una diminuzione del prezzo del bene 1 si avrà un aumento del consumo del bene 1. Tale aumento è dato dalla somma dell'aumento della domanda dovuto all'effetto sostituzione e dell'aumento dovuto all'effetto reddito (equazione di Slutsky). Dall'equazione di Slutsky per i beni normali si ha la legge della domanda: se la domanda di un bene aumenta all'aumentare del reddito, la domanda di quel bene dovrà diminuire all'aumentare del suo prezzo. L'effetto di sostituzione che indica la variazione della domanda al variare del prezzo mantenendo costante il potere di acquisto è noto come effetto di sostituzione di Slutsky. L'effetto di sostituzione che indica la variazione della domanda al variare del prezzo mantenendo costante l'utilità è noto come effetto di sostituzione di Hicks e la curva di domanda ottenuta mantenendo costante l'utilità è nota come curva di domanda di Hicks (o compensata).

veda la figura 2b). Finchè la curva di domanda ha inclinazione negativa ha senso parlare di funzione di domanda inversa, intendendo con questa la funzione di domanda nella quale il prezzo è considerato funzione della quantità. Per ogni livello della domanda del bene 1 la funzione di domanda inversa indica quale debba essere il prezzo del bene 1 perché il consumatore scelga un dato livello di consumo. La figura 2b rappresenta la funzione di domanda diretta o quella inversa, a seconda del punto di vista scelto; si noti infatti che per convenzione anche nella rappresentazione della curva di domanda diretta si usa porre sull' asse verticale il prezzo e su quello orizzontale la quantità.



Graf.2a – Linea prezzo consumo



Graf. 2b – Curva di domanda individuale per il bene  $X_1$

La forma della funzione di domanda è legata alla forma delle preferenze.

Riassumendo, la funzione di domanda dell' $i$ -esimo consumatore per il bene  $j$  è ottenuta dalle condizioni del primo ordine di massimizzazione della funzione di utilità, assumendo che siano soddisfatte le condizioni del secondo ordine:

$$D_{ij} = D_{ij}(p_1, p_2, \dots, p_m, y_i)$$

Il consumatore reagirà a cambiamenti nei prezzi e nel reddito, cambiando le quantità domandate, in modo da mantenere l'uguaglianza tra il saggio marginale di sostituzione e il rapporto dei prezzi per ogni coppia di beni (rispettando il vincolo del bilancio).

Dalle funzioni di domanda individuali si deriva la funzione di domanda aggregata per il bene  $j$  sommando le singole funzioni individuali:

$$D_j = \sum_{i=1}^n D_{ij}(p_1, \dots, p_j, \dots, p_m, y_i)$$

La funzione di domanda aggregata conserva alcune proprietà delle funzioni di domanda individuali. Ad esempio se queste sono continue, anche la domanda aggregata è continua. Si noti tuttavia che la continuità delle funzioni individuali è una condizione sufficiente ma non necessaria per la continuità della domanda aggregata. Anche l'omogeneità è una proprietà ereditata dalle funzioni individuali. Al contrario, altre proprietà non sono conservate. Perciò la teoria neoclassica del consumatore non pone restrizioni sul comportamento aggregato, in generale.

Tenendo costanti tutti i prezzi  $p_k$ , per  $k \neq j$ , ed il reddito  $y_i$ , è possibile isolare il comportamento del consumatore sul mercato  $j$ -esimo e considerare la quantità di  $j$  domandata dal consumatore  $i$ -esimo in funzione solo del proprio prezzo:

$$D_{ij} = D_{ij}(p_j)$$

Si definisce la curva di domanda aggregata per il bene  $j$  la somma delle quantità domandate dagli  $n$  consumatori per ogni prezzo di  $j$  (trattando i prezzi degli altri beni ed il reddito come parametri):

$$D_j = \sum_{i=1}^n D_{ij}(p_j)$$

Se le funzioni di domanda individuali sono monotonicamente decrescenti, anche la funzione di domanda aggregata è monotonicamente decrescente. La forma e la posizione della curva di domanda aggregata cambiano se cambiano i valori assunti dai parametri nella (1). Anche un cambiamento nella distribuzione del reddito, anche nel caso in cui il reddito aggregato rimanga invariato, fa spostare la curva di domanda aggregata. Graficamente la curva di domanda aggregata è data dalla somma orizzontale delle curve di domanda individuali.

### Cambiamenti nella domanda

Si distingue tra cambiamenti nella quantità domandata, dati dai movimenti lungo la curva, e cambiamenti della domanda, dovuti a spostamenti della curva di domanda.

La posizione e la forma della curva di domanda sono influenzate da quattro gruppi di fattori:

- Dimensione della popolazione e composizione per fattori che influenzano le abitudini di consumo (età, area geografica, occupazione, ecc.).
- Reddito e distribuzione del reddito.
- Prezzi e disponibilità di altri beni e servizi.
- Gusti e preferenze dei consumatori.

Questi fattori vengono spesso chiamati determinanti della domanda e sono costanti per una specifica realizzazione della domanda, ma tendono a modificarsi nel tempo, facendo variare la posizione della curva di domanda. Si distingue tra spostamenti paralleli della curva e cambiamenti strutturali. Ipotizzando una funzione di domanda lineare  $Q = \alpha - \beta P + \gamma Y$ , un cambiamento strutturale deriva dalla modifica di uno o più dei parametri  $\beta, \gamma$ . Generalmente per analizzare graficamente gli effetti di un cambiamento di alcune determinanti della domanda si ipotizza che i parametri rimangano invariati, in modo da spostare parallelamente la curva (in risposta ad esempio ad un aumento della popolazione o del reddito disponibile).



### 1.3.L'elasticità della domanda

Ai fini pratici è utile conoscere come varia la quantità domandata di un bene in risposta a variazioni delle diverse variabili che spiegano il comportamento di acquisto e che sono riassunte nella funzione di domanda.

$$D(q_i) = D(p_i, p_1, \dots, p_{n-i}, Y, e_i)$$

Tale funzione esprime la relazione che per un determinato gruppo di consumatori, caratterizzati da una determinata struttura della preferenze ed una particolare distribuzione del reddito vi è tra quantità acquistata del bene  $i$ , il prezzo del bene  $i$ , i prezzi degli altri  $n-i$  beni e il reddito ( $Y$ ). La variabile  $e$  esprime l'influenza di tutti gli altri fattori non richiamati esplicitamente nella relazione.

L'indicatore utilizzato per descrivere la reazione della domanda alle variazioni delle diverse variabili esplicative è l'elasticità, definita come rapporto percentuale tra variazione della domanda e variazione di una variabile esplicativa del comportamento di acquisto. Si distingue tra elasticità rispetto al prezzo, elasticità incrociata ed elasticità rispetto al reddito.

#### Elasticità di prezzo

È il rapporto tra la variazione percentuale della domanda associata ad una variazione percentuale del prezzo.

Per una variazione del prezzo dal livello  $P_0$  al livello  $P_1$  si ha:

$$E_p = \frac{\frac{Q_0 - Q_1}{Q_0 + Q_1}}{\frac{P_0 - P_1}{P_0 + P_1}} = \left( \frac{Q_0 - Q_1}{Q_0 + Q_1} \right) \left( \frac{P_0 + P_1}{P_0 - P_1} \right)$$

In generale se si indica con  $\Delta P$  una generica variazione del prezzo, l'elasticità di prezzo è definita come:

$$E_p = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} = \left( \frac{\Delta Q}{\Delta P} \right) \left( \frac{P}{Q} \right)$$

in termini ancora più generali per una funzione  $Q = f(P)$ , l'elasticità è data dal rapporto tra la pendenza della curva e il rapporto tra il prezzo e la quantità domandata in un dato punto  $(\bar{Q}, \bar{P})$ :

$$E_p = (dQ/dP) \left( \bar{P}/\bar{Q} \right)$$

Tranne che per alcune particolari forme della funzione di domanda<sup>3</sup>, il valore dell'elasticità varia lungo la curva di domanda, entro un intervallo che va da 0, quando la variazione di prezzo è infinitamente grande, a meno infinito, quando la variazione di prezzo è nulla. Per convenzione si dice che se l'elasticità di prezzo è inferiore a 1 (in valore assoluto) la domanda è inelastica, se è uguale a 1 (in valore assoluto) la domanda è ad elasticità costante, se è maggiore di 1 (in valore assoluto) è elastica.

Una interessante relazione è quella esistente tra elasticità di prezzo e ricavo totale. Se la domanda è elastica esiste una relazione inversa tra prezzo e ricavo totale, mentre se la domanda è inelastica avviene il contrario, il ricavo diminuisce al diminuire del prezzo ed aumenta all'aumentare del prezzo. Per molti prodotti agricoli la domanda è inelastica rispetto al prezzo e una stagione favorevole, con una maggiore produzione e prezzi minori, si traduce in ricavi minori.

#### Elasticità rispetto al reddito

L'elasticità rispetto al reddito misura la variazione percentuale della domanda rispetto ad una variazione percentuale del reddito, tenuti costanti gli altri fattori che influenzano la domanda. Seguendo la medesima notazione utilizzata per l'elasticità di prezzo:

<sup>3</sup> Tali forme includono: 1) una linea perfettamente orizzontale; 2) una linea verticale; 3) una funzione potenza del tipo  $Q = \alpha P^\beta$ ; 4) una iperbole equilatera  $QP = \beta$  o  $Q = \beta(1/P)$ , nel qual caso  $E = -1$ .

$$E_Y = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta Y}{Y}} = \left( \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \right) \left( \frac{Y}{Q} \right)$$

Per i beni alimentari l'elasticità di reddito è generalmente positiva, ma tende a decrescere all'aumentare del livello del reddito. Tale relazione inversa tra reddito ed elasticità è legata alla legge di Engel per la quale all'aumentare del reddito diminuisce la quota di spesa relativa dedicata ai beni alimentari. Per alcuni generi alimentari che si configurano come beni inferiori, tipo il pane comune, l'elasticità al reddito può essere negativa in quanto ci si aspetta che all'aumentare della disponibilità di spesa le fonti alimentari povere vengano sostituite con quelle definite ricche. La relazione inversa tra elasticità e reddito è particolarmente evidente quando la domanda viene espressa in quantità, mentre risulta meno evidente quando viene espressa in valore. Ci si aspetta infatti che all'aumentare progressivo del reddito un consumatore sostituisca le fonti energetiche povere (ad esempio carboidrati) con quelle ricche (carne e pesce), ma nel contempo migliorerà il livello qualitativo delle fonti povere per le quali il volume di spesa diminuirà relativamente poco rispetto alle quantità consumate. Ad esempio ridurrà del 30% la quantità consumata di pane a favore di altri generi alimentari, ma ridurrà la spesa in pane solo del 5% poichè sostituirà il pane comune col pane speciale e/o acquistato presso punti vendita che offrono maggiori servizi, come un più ampio assortimento o la consegna a domicilio.

Il valore dell'elasticità della domanda dei beni alimentari rispetto al reddito è usualmente utilizzato come indicatore del benessere economico (o del grado di sviluppo) raggiunto da una società; tanto minore è l'elasticità tanto più ricca è una società. A conferma di tale affermazione si guardino i valori delle elasticità al reddito per beni alimentari di paesi a diverso livello di reddito medio procapite riportati in tabella. Tali elasticità sono state stimate da Regmi et al. (2001) a partire da dati del 1995 relativi a 99 paesi aggregati in tre gruppi: a basso reddito, vale a dire con un reddito procapite inferiore al 15% di quello statunitense; a reddito medio, con un reddito procapite compreso tra il 15% e il 50% di quello degli Stati Uniti; ad alto reddito, con un reddito procapite superiore al 50% di quello degli Stati Uniti. La quota della spesa per consumi totali dedicata ai generi alimentari è pari al 47% per il primo gruppo, al 29% per il secondo gruppo e al 13% per il terzo gruppo di paesi. Si noti come l'elasticità al reddito per beni alimentari sia molto maggiore (0,73) nei paesi poveri rispetto a quelli ricchi (0,29) e come la differenza sia più ampia per quelle categorie di prodotti, quali il pesce e i prodotti caseari, tipici di una alimentazione ricca.

## Elasticità rispetto al reddito

	<i>Reddito basso</i>	<i>Reddito medio</i>	<i>Reddito alto</i>
<i>Beni alimentari</i>	0.73	0.58	0.29
<i>Cereali</i>	0.56	0.41	0.19
<i>Carne</i>	0.82	0.65	0.33
<i>Pesce</i>	2.77	0.92	0.43
<i>Prodotti caseari</i>	0.93	0.71	0.35
<i>Grassi ed olii</i>	0.58	0.43	0.21
<i>Ortofrutticoli</i>	0.66	0.53	0.27
<i>Altri alimenti</i>	0.80	0.63	0.32
<i>Numero di paesi</i>	32	41	26

Fonte: Regmi et al., 2001

L'elasticità incrociata

L'elasticità incrociata misura la variazione percentuale nella domanda del bene in risposta ad una variazione percentuale del prezzo del bene j.

$$E_{ij} = \frac{\frac{\Delta Q_i}{Q_i}}{\frac{\Delta P_j}{P_j}} = \left( \frac{\Delta Q_i}{\Delta P_j} \right) \left( \frac{P_j}{Q_i} \right)$$

Quando tale variazione è positiva si dice che i beni sono sostituti, mentre se è negativa si parla di beni complementari. Se l'elasticità incrociata è nulla i beni sono indipendenti. Tali relazioni tra segno dell'elasticità incrociata e grado di sostituibilità e complementarietà dei beni sono vere solo se quella parte della variazione della domanda in risposta a modifiche dei prezzi nota come effetto reddito è trascurabile. Infatti anche se due beni sono sostituti un aumento del prezzo del bene i può portare da un lato all'aumento della domanda del bene j, ma dall'altro ne può provocare anche una diminuzione, che deriva dalla diminuzione del potere di acquisto complessivo del consumatore. Pertanto se l'effetto reddito è maggiore dell'effetto sostituzione l'elasticità incrociata sarà negativa anche in caso di beni sostituti. Nel caso dei beni alimentari generalmente i singoli beni incidono poco sui volumi di spesa complessivi dei consumatori. Pertanto l'effetto reddito tende ad essere trascurabile rispetto a quello di sostituzione ed una elasticità incrociata positiva segnala una relazione di sostituibilità.

Dal punto di vista concettuale l'elasticità incrociata è un utile strumento di analisi e può servire a delimitare i confini di un mercato. Per esempio, per capire di quanto il mercato delle mele annurche sia peculiare ed in qualche modo separabile rispetto a quello delle mele in generale, si può indagare sul valore dell'elasticità incrociata rispetto al prezzo delle altre varietà di mele. Se tale valore è prossimo allo zero possiamo ipotizzare che effettivamente esista un mercato particolare delle mele annurche. Capire di quanto un mercato sia distante da quello di prodotti più o meno affini è molto importante per gli operatori, in quanto consente di individuare meglio i propri diretti concorrenti, e di elaborare politiche di marketing indirizzate ai consumatori che manifestano un particolare interesse verso il proprio prodotto. Tuttavia sebbene importante sul piano concettuale, l'elasticità incrociata è di difficile determinazione, a causa dei problemi di stima sia di tipo teorico (per stimare l'elasticità incrociata è necessario ricorrere alla stima di sistemi di equazioni complessi, risolvibili solo con l'imposizione di notevoli restrizioni) che empirico (come la completezza e la coerenza dei dati disponibili) e pertanto risulta di poco aiuto sul piano pratico.

## Esempi di elasticità stimate

Tabella 1

Stima dell'elasticità di spesa calcolata ai valori medi<sup>4</sup>

	Spagna	UK	Danimarca	Francia	Italia
Cereali	0.69 (3.53)	0.48 (3.24)	0.85 (4.80)	0.78 (2.37)	0.47 (2.90)
Carne	1.43 (7.53)	1.20 (6.40)	1.32 (7.22)	1.01 (3.50)	1.50 (6.20)
Pesce	0.85 (2.54)	0.76 (1.75)	0.61 (2.13)	1.20 (2.50)	0.92 (1.90)
Latte/uova	0.71 (3.20)	0.98 (3.80)	1.15 (5.60)	1.11 (3.85)	0.56 (2.15)
Frutta/ortaggi	0.95 (4.53)	1.08 (4.45)	0.68 (3.96)	0.92 (2.65)	0.98 (3.32)
Olio/Grassi	0.40 (1.50)	0.85 (5.25)	0.54 (2.80)	0.36 (0.86)	0.61 (1.70)

Fonte: Rosa, 1998.

A conferma della legge di Engel quasi tutti i prodotti esaminati presentano elasticità inferiori all'unità, con valori particolarmente bassi per i prodotti poveri (cereali) e/o caratteristici di una dieta tradizionale (oli e grassi, prodotti il cui consumo tende a ridursi con le tendenze moderne di consumo a ridotto apporto calorico). La carne è l'unico prodotto con elasticità superiore all'unità in tutti i paesi, con valori particolarmente elevati per quei paesi come l'Italia e la Spagna che ancora non hanno raggiunto l'elevato consumo medio europeo di carne. Un aspetto importante che emerge dai dati è il valore relativamente elevato dell'elasticità trovato in alcuni paesi per alcuni prodotti tradizionali. E' il caso ad esempio dei cereali in Danimarca, della frutta e ortaggi in UK e dei derivati del latte in Danimarca, Francia e UK. La spiegazione va ricercata nei processi di rinnovamento dell'offerta di tali prodotti sui mercati "ricchi", con l'introduzione di prodotti ad elevato livello di servizio incorporato ed altamente differenziati, anche attraverso la creazione di tipologie di nicchia.

In tabella 2 sono riportate le elasticità dirette di prezzo ottenute dallo stesso studio.

Tabella 2

Elasticità dirette di prezzo calcolate sui valori medi<sup>5</sup>

	Spagna	UK	Danimarca	Francia	Italia	Media
Cereali	-0.38 (-8.2)	-0.18 (-4.4)	-0.55 (-9.7)	-0.51 (-5.9)	-0.58(-10.5)	0.44
Carne	-0.85 (-9.5)	-0.47(-12.3)	-0.87 (-8.7)	-0.84(-11.4)	-0.95(-10.2)	0.80
Pesce	-0.75 (-7.2)	-0.48 (-5.7)	-0.65(-10.8)	-0.43 (-5.2)	-0.54 (-5.6)	0.57
Latte/uova	-0.51 (-7.1)	-0.31 (-5.09)	-0.89(-10.9)	-0.74 (-7.6)	-0.48 (-5.1)	0.59
Frutta/ortaggi	-0.45 (-5.3)	-0.38 (-9.7)	-0.55 (-6.1)	-0.75 (-7.5)	-0.68 (-5.9)	0.56
Olio/Grassi	-0.31 (-3.8)	-0.2 (-5.7)	-0.31 (-3.6)	-0.25 (-3.9)	-0.4 (-4.3)	0.29

Fonte: Rosa, 1998.

E' evidente la generale rigidità della domanda di prodotti alimentari tradizionali come quelli analizzati nello studio. Solo la carne conserva una certa elasticità, a conferma dell'importanza che la sua quota di spesa assume sulla spesa totale. La rigidità deriva sia dal fatto che la spesa per tali prodotti incide poco sul bilancio delle famiglie (scarsa reazione ad aumenti del prezzo), sia dal livello di saturazione che tali consumi hanno raggiunto (scarsa reazione a diminuzioni di prezzo). Si può supporre che una domanda elastica sia ormai prerogativa di prodotti alimentari ad alto valore aggiunto e/o speciali (prodotti di nicchia ad elevato prezzo unitario) e dei prodotti consumati nell'ambito dei pasti fuori casa.

<sup>4</sup> Il valore in parentesi è l'errore standard.

<sup>5</sup> Il valore in parentesi è l'errore standard

## Capitolo II L'offerta agricola

### II.1. Richiami teorici sull'offerta dei prodotti agricoli

Una curva di offerta individuale mostra la quantità di un determinato bene che un produttore è disposto ad immettere sul mercato per ogni livello del prezzo, data una determinata tecnologia ed i prezzi dei fattori produttivi. Ipotizzando una tecnologia che impiega un unico fattore produttivo, descritta dalla funzione di produzione  $q = f(x)$ , un produttore che voglia massimizzare il proprio profitto immetterà sul mercato per determinati livelli del prezzo  $p_q$  una quantità di prodotto tale che  $PM_x = p_x/p_q$ , dove  $PM_x = dq/dx$  è la produttività marginale del fattore x,  $p_x$  è il prezzo del fattore, e  $p_q$  il prezzo dell'output.

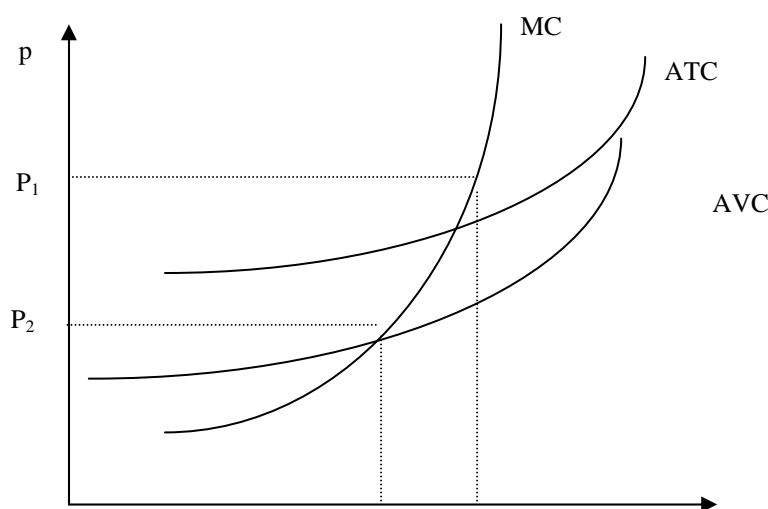
#### Esempio

Si assuma che l'output sia una funzione quadratica di un unico input. La funzione di produzione sarà data da:  $q = a + bx + cx^2$ , il prodotto marginale sarà pari a:  $dq/dx = b + 2cx$ . Un uso ottimale delle risorse implica  $dq/dx = b + 2cx = p_x/p_q$ . Dato  $p_x$ , e conoscendo i parametri a, b e c della funzione di produzione, si possono trovare i diversi livelli di input di equilibrio in relazione a diversi valori di  $p_q$ , sostituirli nella funzione di produzione ed ottenere l'output di equilibrio per i diversi prezzi, vale a dire la curva di offerta.

La produttività marginale è in relazione inversa con il costo marginale ed infatti un modo alternativo per individuare il livello di output che massimizza il profitti è quello di scegliere per un dato prezzo il livello di output che determina l'uguaglianza tra costo marginale e ricavo marginale. La razionalità economica di tale uguaglianza è molto esplicita, il produttore immetterà un'ulteriore unità di output sul mercato fino a quando il costo sostenuto per produrre tale unità sarà coperto dal ricavo aggiuntivo che la vendita di tale unità consente.

In figura 1 sono rappresentate le funzioni di costo marginale, medio variabile e medio totale.

Figura 1



In un mercato concorrenziale il ricavo marginale è uguale al prezzo di mercato perché per ipotesi il singolo produttore non può influenzare il prezzo. Per l'uguaglianza tra ricavo marginale e costo marginale dato il prezzo  $p_1$  l'offerta di equilibrio sarà pari a  $q_1^*$ . Per un livello del prezzo

$p_2$  l'offerta di equilibrio sarà  $q_2^*$ . E' evidente che la curva del costo marginale rappresenta la curva di offerta del produttore, naturalmente considerando il tratto nel quale è conveniente rimanere sul mercato, vale a dire fino a quando il ricavo marginale e il costo marginale sono maggiori del costo medio variabile. Se i costi medi variabili sono maggiori di  $p_q$ , all'impresa conviene non produrre affatto, poichè i ricavi derivanti dalla vendita dell'output non coprono nemmeno i costi variabili di produzione. Non producendo nulla l'impresa dovrebbe comunque sostenere i costi fissi, ma eviterebbe le ulteriori perdite pari alla differenza tra il prezzo ed il costo medio variabile.

Analogamente a quanto visto per la curva di domanda, anche la curva di offerta di mercato è ottenuta dalla somma orizzontale delle curve di offerta individuali.

Anche per l'offerta un importante indicatore economico è l'elasticità rispetto al prezzo, che misura il cambiamento percentuale della quantità offerta in risposta al cambiamento percentuale del prezzo, tenuti costanti gli altri fattori che influiscono sulla quantità offerta:

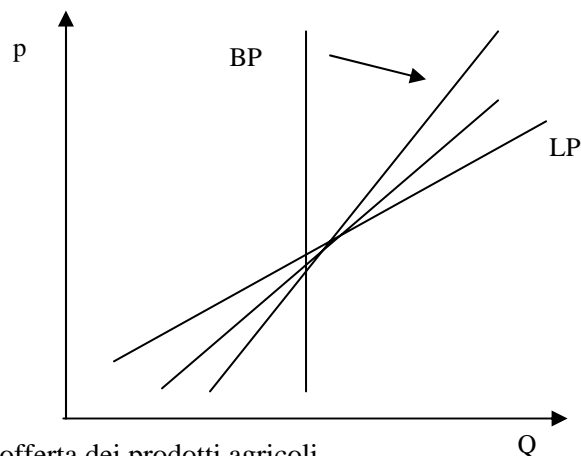
$$E_s = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} = \left( \frac{\Delta Q}{\Delta P} \right) \left( \frac{P}{Q} \right)$$

Poiché un aumento del prezzo determina un aumento dell'offerta il segno dell'elasticità è positivo. Se l'elasticità è pari a zero l'offerta è fissa e non vi è alcuna reazione a modifiche del prezzo, si dice che l'offerta è perfettamente inelastica. Se l'elasticità è compresa tra zero e uno si parla di offerta inelastica. Se è superiore all'unità si parla di offerta elastica.

La curva di offerta di mercato indica le diverse quantità di equilibrio in rapporto ai diversi prezzi. Spostamenti lungo la curva tuttavia non possono avvenire in modo istantaneo, poiché tra le decisioni di produzione e l'ottenimento dell'output intercorre un certo periodo di tempo. In agricoltura tale periodo può essere particolarmente lungo come nel caso delle produzioni annuali o, ancora di più, per le produzioni arboree. Nel settore industriale si ha generalmente una certa flessibilità dovuta al diverso sfruttamento della capacità produttiva di un impianto, ma oltre certi limiti modifiche della quantità offerta possono avvenire solo con nuovi impianti, o aggiustando la dimensione di quelli esistenti. Si usa pertanto attuare una distinzione tra curva di offerta di breve periodo, quando si considerano i problemi di aggiustamento della produzione, e curve di lungo periodo, quando si ipotizza che l'aggiustamento sia possibile.

In figura 2 sono raffigurate diverse curve di offerta a secondo della possibilità di aggiustamento. Si usa raffigurare le curve di lungo periodo meno inclinate di quelle di breve periodo, in quanto per pari variazioni dei prezzi descrivono una più ampia risposta della quantità offerta.

Figura 2



#### I cambiamenti nell'offerta dei prodotti agricoli

Nel tempo l'offerta dei prodotti agricoli cambia. Tutti i fattori che determinano un cambiamento dell'offerta, al netto dell'effetto dei cambiamenti di prezzo (vale a dire considerando il prezzo costante nel tempo), vengono detti "shifters" dell'offerta ed il loro effetto viene generalmente descritto con uno spostamento della curva di offerta.

Alcune importanti cause dei cambiamenti dell'offerta sono:

(a) Cambiamenti nei prezzi dei fattori produttivi.

- (b) Cambiamenti nella remuneratività di impieghi alternativi delle risorse impiegate
- (c) Cambiamenti nella tecnologia, con modifiche sia della produttività, che dei costi.
- (d) Cambiamenti dei prezzi delle produzioni congiunte (ad esempio un cambiamento dei prezzi).
- (e) Modifiche istituzionali, come ad esempio vincoli imposti ai livelli produttivi o alle tecnologie.

Si distingue generalmente tra spostamenti paralleli della curva e cambiamenti strutturali. Data una generica funzione di offerta  $q = \alpha + \beta p_q - \gamma x$

una funzione di produzione statica assume come fissati il livello di input  $x$  impiegato e il valore dei coefficienti  $\alpha, \beta, \gamma$ . Il solo cambiamento del livello dell'input sposta il livello dell'equazione di un ammontare costante e provoca uno spostamento parallelo della curva di offerta. La modifica del prezzo dell'input, modificandone il livello di impiego, determina anch'essa uno spostamento della curva. Un aumento del prezzo del fattore produttivo determina uno spostamento a sinistra, mentre una diminuzione determina uno spostamento a destra. Una diminuzione percentuale del prezzo del fattore unita ad una stessa diminuzione percentuale del prezzo del prodotto lascia invariato il livello dell'output in quanto lo spostamento verso il basso lungo la curva di offerta (in risposta al cambiamento del prezzo del prodotto) è compensato dallo spostamento parallelo della curva (in risposta al cambiamento del prezzo del fattore). La figura 3 illustra una tale situazione.

Se cambiano i parametri dell'equazione o la forma funzionale si ha una modifica strutturale della curva di offerta.

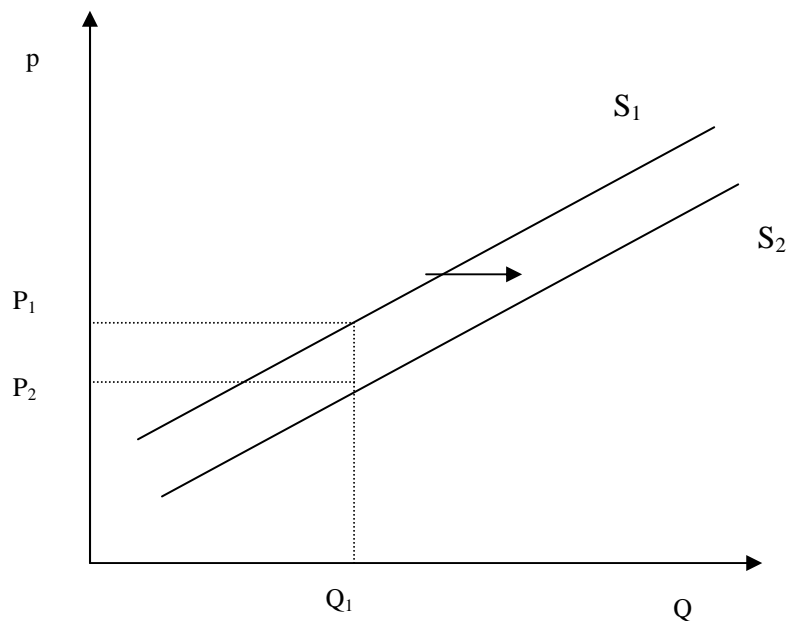


Figura 3

Le più importanti cause di modifiche strutturali dell'offerta sono i cambiamenti tecnologici, cambiamenti nel numero e nella dimensione delle imprese, modifiche organizzative e gestionali, fattori istituzionali.

Nella realtà l'offerta dei prodotti agricoli è influenzata anche da molte variabili di natura casuale e socio-culturale. Particolari andamenti climatici, oltre ad incidere sulle rese delle produzioni in corso, influenzano le decisioni produttive future. Il costo opportunità di alcune risorse spesso è determinato non solo da fattori economici (il prezzo e la produttività in usi alternativi) ma anche da fattori sociali, cognitivi e culturali. Il riferimento alle tradizioni agricole di un territorio, la specializzazione del lavoro familiare in base a ruoli sociali codificati più che in base alle capacità e ai fabbisogni, la resistenza culturale all'introduzione di nuove tecniche, e così via, possono influenzare l'offerta agricola in modo difficilmente prevedibile a partire dall'analisi economica tradizionale. Tali fattori tendono ad incidere maggiormente nelle realtà agricole meno

moderne ed industrializzate e andrebbero presi in seria considerazione nelle analisi dell'offerta volte a misurare gli effetti di interventi governativi nei paesi in via di sviluppo.

La tabella 1 riporta i valori dell'elasticità dell'offerta di carne bovina stimati attraverso un modello econometrico ad equazioni simultanee (Canali, Moro, 1988), che considera come variabili endogene: la quantità di vitello offerta (macellazioni), il numero di vacche macellate, il numero e il peso medio alla macellazione dei vitelloni. Sono determinati invece esogenamente il peso medio delle vacche macellate e la quantità offerta di carne di manze. La funzione di offerta stimata per le vacche da latte indica che il numero delle vacche macellate dipende dalle seguenti variabili: il prezzo del latte, il prezzo del mangime per vacche da latte, il prezzo dei vitelli vivi, il prezzo di intervento delle carni bovine. Tale risultato è coerente con la teoria che, come abbiamo visto, indica tra le variabili che influenzano l'offerta di un bene non solo il prezzo del bene e dei fattori, ma anche il prezzo dei beni collegati (nell'esempio i beni collegati alle vacche macellate sono due prodotti congiunti, i vitelli vivi e il latte) e da fattori istituzionali (il prezzo di intervento). Il modello utilizza dati trimestrali riferiti al periodo 1975-1985. Nell'equazione stimata per l'offerta, da cui sono derivate le elasticità riportate in tabella, le variabili indipendenti sono inserite con un ritardo di un periodo (un trimestre). Il modello stimato rientra nella tipologia dei modelli di stima diretta dell'offerta, dinamici e ad equazioni simultanee.

Tabella 1. Offerta di carne bovina (numero di vacche macellate): elasticità di breve e lungo periodo

Variabili	Elasticità media di breve periodo	Elasticità media di lungo periodo
Prezzo del latte	-0.363	-0.76
Prezzo di vitelli	-0.513	-1.07
Prezzo di intervento	0.33	0.68
Prezzo del mangime	0.47	0.98

I risultati empirici sono coerenti con la teoria, in quanto le elasticità di lungo periodo sono maggiori di quelle di breve (con un coefficiente di aggiustamento apri a 0.48) ed i segni sono coerenti con l'influenza che le diverse variabili hanno sull'offerta.

### II.3. La dinamica dei prezzi agricoli

Nel tempo i prezzi agricoli tendono a cambiare, in risposta sia a spostamenti delle curve di domanda e di offerta, che a fattori causali e a deviazioni dall'equilibrio di mercato. Inoltre a causa di fattori specifici legati ai cicli biologici ed alle caratteristiche di limitata conservabilità di molte derrate agricole, i prezzi possono presentare particolari regolarità nelle fluttuazioni temporali. Quando si analizza la dinamica dei prezzi agricoli, si separano in genere tre tipi di movimenti: la stagionalità, la ciclicità, il trend.

La stagionalità è presente quando la forma (pattern) dell'andamento dei prezzi osservata nell'arco di un anno si mantiene simile di anno in anno. Per poter osservare la stagionalità bisogna disporre di dati mensili o, meglio ancora giornalieri. Si esaminano ad esempio i dati mensili dei prezzi delle pesche sul mercato campano per un arco di cinque anni. Tali dati sono disponibili solo per i mesi maggio-ottobre, periodo della disponibilità del prodotto. Anche se i livelli assoluti dei prezzi differiscono di anno in anno, nei tre anni si riscontra lo stesso tipo di andamento, prezzi molto elevati a inizio campagna, minimi nei mesi di luglio e agosto e tendenti all'aumento nuovamente a settembre e a ottobre. In questo caso la stagionalità è dovuta alla diversa disponibilità del prodotto durante l'anno. Ad inizio campagna sono presenti sul mercato le prime produzioni delle varietà precoci e degli ambienti di coltivazione più temperati, il prezzo è elevato sia per la scarsa quantità offerta sia per un effetto "primizia" che fa sì che i consumatori desiderino consumare, e quindi sono disposti a pagare molto, un prodotto che non consumano da alcuni mesi. Durante i mesi di massima disponibilità il prezzo cala sia per l'elevato volume di offerta sia perché il prodotto entra in competizione con le altre frutta estive, anch'esse abbondanti in questo periodo. A fine campagna il prezzo sale a causa dei ridotti volumi di offerta ma spesso non raggiunge i livelli di inizio campagna, sia perché non è più presente l'effetto primizia, sia perché il prodotto, spesso sottoposto a conservazione forzata, si presenta di qualità ridotta. Per altri prodotti stoccabili per periodi limitati di tempo, ma che non superano il periodo corrente di produzione, l'andamento stagionale assume forme diverse. Per alcuni prodotti, come le patate e le cipolle, che sono raccolti in un periodo ristretto dell'anno, ma, grazie allo stoccaggio, sono presenti sul mercato tutto l'anno, il prezzo tende a crescere durante l'anno in funzione (crescente) del costo di stoccaggio.



In questo caso la vendita del prodotto è distribuita durante l'anno secondo la relazione che vi è tra la differenza del prezzo atteso e il prezzo corrente e il costo dello stoccaggio. Un commerciante stoccherà il prodotto fino a che si aspetta che i benefici ritraibili dallo stoccaggio siano maggiori o uguali al costo dello stesso. Se  $p_f$  è il prezzo futuro atteso e  $p_c$  il prezzo attuale, e  $M$  il costo dello stoccaggio tra i due periodi, in equilibrio in un mercato perfettamente concorrenziale si ha che  $p_f - p_c = M$ . I costi dello stoccaggio includono vari elementi: il costo dei magazzini, spese energetiche, assicurazioni, il premio per il rischio di un'inaspettata caduta del prezzo e così via. Generalmente quando ci si avvicina al raccolto successivo i commercianti tendono a sbarazzarsi della merce residua e si ha una caduta del prezzo.

La dinamica dei prezzi nel tempo è caratterizzata dalla presenza di cicli quando si osserva la ripetizione di un particolare andamento registrato per una certa durata temporale (la lunghezza del ciclo), comunque superiore all'anno (per una durata inferiore all'anno si ripresenterebbe l'andamento stagionale prima descritto). Generalmente in economia i cicli sono generati da una risposta ritardata degli operatori a cambiamenti di prezzo o di altre variabili. Il modello più semplice che esamina la formazione di un ciclo, è il modello della ragnatela (cobweb modello) dove i prezzi e le quantità sono considerati come legati in modo recursivo in una catena causale, supponendo che la risposta dell'offerta sia ritardata rispetto alla manifestazione di un dato prezzo.

Si ipotizza che al tempo  $t$  gli agricoltori definiscono il volume della produzione, che sarà disponibile sul mercato al tempo  $t+1$ , sulla base dei prezzi correnti ( $p_t$ ). In ogni periodo si suppone che tutta l'offerta sia immessa sul mercato e che il prezzo venga determinato dalla uguaglianza tra la domanda e l'offerta (perfettamente rigida) del periodo. Il modello ovviamente si adatta ai prodotti deperibili per i quali non vi è quella seppur limitata flessibilità dell'offerta che deriva dalla possibilità di stoccaggio. Se in una campagna le sfavorevoli condizioni climatiche conducono ad una scarsità dell'offerta si avrà un innalzamento dei prezzi. Il prezzo elevato al tempo  $t$  condurrà ad maggiore offerta al tempo  $t+1$ , che provocherà una caduta del prezzo al tempo  $t+1$  (che provocherà una diminuzione del prezzo al tempo  $t+2$ , che provocherà un aumento del prezzo al tempo  $t+2$ , che provocherà un aumento dell'offerta al tempo  $t+3$ .....). Quello che si verifica è una oscillazione dei prezzi da un anno all'altro intorno a quello che dovrebbe essere l'equilibrio di mercato determinato dall'incontro della domanda e dell'offerta di medio-lungo periodo. Tale oscillazione può essere costante, divergente (col passare del tempo il prezzo si allontana sempre di più dal punto di equilibrio), convergente (dopo un certo numero di periodi dal tempo in cui si è verificato l'evento eccezionale, il prezzo tende a ritornare al valore di equilibrio. Dallo studio analitico del teorema della ragnatela, così come da un attento esame dell'analisi grafica si dimostra che: a) si ha un andamento costante del ciclo quando le curve di domanda e di offerta hanno la stessa inclinazione; b) si ha un ciclo divergente quando l'elasticità dell'offerta è maggiore di quella della domanda; c) si ha un andamento convergente dei prezzi quando l'elasticità della domanda è maggiore di quella dell'offerta.

Una rappresentazione molto generale e semplificata del modello della ragnatela è data dal seguente sistema di tre equazioni:

$$\begin{aligned} Q_t^s &= \delta + \gamma P_{t-1} && \text{equazione dell'offerta} \\ Q_t^s &= Q_t^d && \text{condizione di equilibrio del mercato (market clearing)} \\ P_t &= \alpha - \beta Q_t^d && \text{equazione (inversa) della domanda} \end{aligned}$$

Ponendo il prezzo sugli assi verticali, le pendenze delle curve di domanda e di offerta sono:

$$\begin{aligned} \frac{dP}{dQ} &= -\beta && \text{per la domanda} \\ \frac{dP}{dQ} &= \frac{1}{\gamma} = \gamma^{-1} && \text{per l'offerta} \end{aligned}$$

Le condizioni della pendenza per i tre tipi di ciclo saranno:

$$\begin{aligned} |-\beta| &> |\gamma^{-1}| && \text{ciclo divergente} \\ |-\beta| &< |\gamma^{-1}| && \text{ciclo convergente} \\ |-\beta| &= |\gamma^{-1}| && \text{ciclo continuo.} \end{aligned}$$

L'andamento di lungo periodo dei prezzi agricoli (il trend) è determinato principalmente da tre fattori: il cambiamento tecnologico, che incide sulla produttività e sui costi di produzione; le modifiche dei gusti e delle preferenze dei consumatori, che influenza la propensione a pagare per diverse categorie di beni; l'andamento generale dell'inflazione.

### Capitolo 3 I margini distributivi e la domanda derivata

#### 3.1 LA BOLLETTA DELLA DISTRIBUZIONE E LA MISURA DEI COSTI DI DISTRIBUZIONE

La domanda rivolta al settore agricolo è derivata dalla domanda al dettaglio per beni alimentari. Per essere resi disponibili al consumo finale i prodotti agricoli subiscono vari processi di trasformazione (nella forma, nel tempo e nello spazio) e necessitano di una serie di servizi di facilitazione degli scambi (ad esempio servizi creditizi e di assicurazione). Il percorso seguito dai prodotti agricoli per incontrare la domanda finale costituisce il canale distributivo, che può essere definito sia in base alle funzioni assolte (vale a dire come l'insieme dei processi di trasformazione e di produzione dei servizi aggiunti al prodotto agricolo), sia in base ai soggetti coinvolti (vale a dire come l'insieme degli operatori, appartenenti a diversi settori produttivi, che gestiscono i processi di trasformazione e di offerta dei servizi).

La spesa alimentare finale al netto dei ricavi del settore agricolo può essere interpretata come l'insieme dei costi della distribuzione dei prodotti agricoli. Essa costituisce il ricavo del settore distributivo, inteso come l'insieme dei settori che operano lungo il canale distributivo. I costi di distribuzione tendono a crescere con l'avanzare dello sviluppo economico in quanto consumatori sempre più ricchi, e sempre più impegnati in attività che rendono scarso il tempo da dedicare alla preparazione dei pasti, richiederanno una maggiore varietà di prodotti e di servizi aggiunti. Tali servizi vanno da servizi assicurativi per la garanzia della qualità, ai servizi di *convenience* (per una rapida preparazione degli alimenti), ai servizi di vicinanza e facilitazione degli acquisti.

In uno stadio di sviluppo non molto avanzato, nell'ambito di una economia rurale primitiva, i costi di distribuzione possono comprendere solo il lavoro e il tempo dedicati dal singolo produttore per vendere il proprio prodotto nel più vicino mercato. Invece, nei sistemi agro-alimentari complessi delle economie avanzate il prodotto agricolo viene stoccato, condizionato, trasportato e trasformato più di una volta prima di raggiungere il consumatore finale.

L'USDA effettua una stima annuale dei costi di distribuzione. Tali costi sono misurati a partire dalla definizione di "bolletta della distribuzione" (*marketing bill*), vale a dire la differenza tra il valore all'agricoltura dei beni alimentari prodotti internamente e il costo totale sostenuto dai consumatori americani per l'acquisto di beni alimentari. Così intesa la bolletta della distribuzione offre una stima dei costi associati alla trasformazione ed alla distribuzione all'ingrosso e al dettaglio degli alimenti offerti dagli agricoltori statunitensi sul mercato interno (la spesa per i prodotti di importazione è esclusa dal computo del *marketing bill*).

Attraverso la definizione di *marketing bill* la spesa per consumi alimentari viene separata in due componenti: la componente agricola (*farm value*) e i costi di distribuzione (*marketing bill*).

Negli USA nel 2000 le due componenti ammontavano circa, rispettivamente, al 20% e all'80% del valore complessivo dei consumi alimentari. La voce costi di distribuzione comprende anche il valore dei consumi alimentari per i pasti consumati fuori casa. Tale valore negli USA ha raggiunto nel 1999 circa il 48% dell'intera spesa per consumi alimentari, mostrando una notevole crescita rispetto al 1990 quando era pari al 44%.

La scomposizione del singolo dollaro speso per consumi alimentari (*food dollar*) nelle sue diverse componenti di spesa offre una efficace descrizione del *marketing bill*. Come si vede dalla tabella 1, che riporta la descrizione del *food dollar* per il 1999, la bolletta per la distribuzione copre circa l'ottanta per cento dell'intera spesa alimentare americana, mentre solo il venti per cento va a retribuire il settore agricolo. La maggiore voce di costo della bolletta è rappresentata dal lavoro (il 39% del *food dollar*), seguita dai costi di confezionamento (l'8% del *food dollar*), dai costi di trasporto (il 4%) e dai costi per l'energia, i profitti, la pubblicità, e altre voci minori.

Nel 1999 negli USA il cosiddetto *marketing bill* risultava costituito dalle seguenti voci di costo:

Tabella 1 Food dollar, 1999

Voci di costo	food dollar (%)
Beni agricoli	20

Lavoro	39
Confezionamento	8.0
Trasporto	4.0
Energia	3.5
Profitti	4.0
Pubblicità	4.0
Deprezzamento	3.5
Rendite	4.0
Interessi	2.5
Riparazioni	1.5
Tasse	3.5
Altri costi	2.5

Fonte: USDA's Economic Research Service

La composizione del *marketing bill* mette in evidenza il ruolo del tutto marginale che oramai riveste il settore agricolo nel settore agro-alimentare delle economie avanzate.

La composizione della bolletta della distribuzione varia col progredire dello sviluppo economico. Nella tabella 2 è riportata la composizione della bolletta della distribuzione degli USA stimata per il 1980, il 1990, il 1995 e il 1999.

Tabella 2 Composizione del *marketing bill*

	1980	%costi	1990	%costi	1995	%costi	1999	%costi	90/99
Lavoro	81.5	44.6	154.0	44.8	196.6	45.7	240.1	48.4	56
Con fez.	21.0	11.4	36.5	10.6	48.2	11.6	50.9	10.3	39
Trasporto	13.0	7.1	19.8	5.7	22.3	5.3	25.2	5.2	27
Energia	9.0	4.9	15.2	4.4	18.6	4.4	21.8	4.4	43
Profitti lordi	9.9	5.4	13.2	3.8	19.5	4.6	26.2	5.4	98
Deprez.	7.8	3.9	17.1	4.9	19.8	4.7	23.8	4.9	39
Pubblicità	7.3	4.2	16.3	4.7	18.9	4.5	22.6	4.6	39
Interessi netti	3.4	1.8	13.5	3.9	11.6	2.7	15.2	3.2	13
Rendita netta	6.8	3.7	13.9	4	19.8	4.7	23.9	4,8	72
Riparazioni	3.6	1.9	6.2	1.8	7.9	1.9	9.5	0.6	53
Tasse	8.3	4.5	15.7	4.6	19.1	4.5	21.5	4.4	37
Altri costi	11.1	6.1	22.2	6.5	20.3	4.9	17.2	3.0	
Totale costi	182.7	100	343.6	100	415.7	100	497.9	100	45
Produz. Agr.	81.7		106.2		113.8		120.5		13
Tot. spesa al.	264.4		449.8		529.5		618.4		37

Fonte: USDA's Economic Research Service

I principali cambiamenti avvenuti nel ventennio 1980-1999 riguardano: la forte diminuzione del peso del valore della produzione agricola sul valore totale dei consumi alimentari, passato dal 31% del 1980 al 19% del 1999; la diminuzione del peso del costo per trasporti, passato dal 7.1% al 5.2%, a dimostrazione della maggiore razionalizzazione della logistica; l'aumento del peso del lavoro, dal 44.6% al 48%, che evidenzia la sempre maggiore presenza di servizi inglobati nei beni alimentari; l'aumento delle voci profitti, interessi netti e rendita netta, che evidenziano la discreta redditività del settore alimentare. Si noti anche il peso, abbastanza sostenuto, delle spese in pubblicità durante l'intero ventennio, cosa che fa pensare ad un settore a probabile struttura oligopolistica<sup>6</sup>.

L'analisi della composizione e dell'ampiezza della bolletta della distribuzione offre informazioni sulla tipologia dei consumi alimentari (a più o meno valore aggiunto), sull'efficienza del processo distributivo (le singole voci di costo potrebbero essere troppo elevate a causa dell'uso inefficiente delle risorse) e sulla concorrenzialità del settore distributivo (le singole voci di costo potrebbero essere troppo elevate a causa dell'estrazione di extraprofitti da parte di alcuni operatori).

<sup>6</sup> Ricordiamo che il livello della spesa in pubblicità è considerato nell'analisi tradizionale dell'organizzazione industriale uno dei principali indicatori di un settore non concorrenziale.

L'analisi comparata della bolletta della distribuzione di paesi diversi può offrire anche utili informazioni sulle differenze strutturali e di comportamento dei sistemi agro-alimentari nazionali. La differenza del peso relativo del settore agricolo misura il grado di sviluppo economico del paese. L'incidenza dei costi di trasporto offre informazioni sull'efficienza del sistema logistico. La diversa quota dei profitti e degli interessi netti misura il grado di capitalizzazione e la redditività del settore. Il diverso peso del lavoro fornisce indicazioni sul diverso assortimento dei consumi alimentari e/o sul diverso costo del lavoro e struttura fiscale. Comparando i diversi pesi delle singole voci di costo dei diversi paesi possono essere evidenziati i punti di forza e di debolezza che determinano la competitività dei sistemi agro-alimentari nazionali.

I dati dettagliati raccolti dall' USDA per gli Stati Uniti non sono purtroppo disponibili in altri paesi. In particolare in Europa una stima accurata dei margini distributivi e della struttura della bolletta della distribuzione è pressoché impossibile. I dati nazionali sono limitati e difficilmente confrontabili e le statistiche Eurostat non offrono informazioni specifiche. Affermazioni diffuse come quelle sull'arretratezza del sistema distributivo italiano, sull'efficienza logistica del sistema francese, o sul rapido ammodernamento del sistema spagnolo, non possono essere verificate in modo rapido e diretto. Allo stesso modo è difficile monitorare la convergenza dei sistemi agro-alimentari dell'UE e studiare strumenti di intervento per promuovere l'adattamento dei singoli sistemi alla crescente integrazione economica e politica dell'UE.

L'analisi del costo della distribuzione è particolarmente rilevante per le economie meno avanzate in quanto consente agli organismi di assistenza e sviluppo agricolo di individuare eventuali strozzature nel processo distributivo che causano serie diminuzioni dei ricavi degli agricoltori e del benessere dei consumatori. Si noti infatti che un aumento dei costi di distribuzione si traduce in parte in un aumento del prezzo finale e in parte in una diminuzione del prezzo agricolo, come sarà chiarito nei paragrafi successivi che offrono una analisi formalizzata del margine distributivo.

Una guida redatta da Andrew Shepherd per il "Marketing and Rural Service" della FAO<sup>7</sup>, rivolta alle organizzazioni di assistenza allo sviluppo rurale, spiega in dettaglio come sia possibile stimare i costi della distribuzione per i prodotti agricoli a basso grado di trasformazione.

In una economia poco sviluppata, con ancora una vasta componente rurale, le principali voci di costo comprendono:

- Costi di preparazione della produzione per il mercato. Tali costi si riferiscono a tutte quelle operazioni di pulitura, selezione e scarto che vengono effettuate per immettere il prodotto nel canale distributivo. Tali operazioni possono essere effettuate dallo stesso produttore o, più frequentemente, dal primo intermediario del settore distributivo.

- Costi di confezionamento. Per affrontare il percorso distributivo i prodotti agricoli sono generalmente confezionati in un qualche modo. L'organizzazione del prodotto in scatole e cassette rende più agevoli le operazioni di trasporto, rendendo la merce più maneggevole, proteggendola da eventuali danneggiamenti e facilitando lo stoccaggio e la vendita da parte dei dettaglianti. Uno stesso prodotto può essere confezionato più volte lungo il canale distributivo. Il produttore può portare il prodotto in sacchi al mercato e il grossista può stoccarlo in grosse casse per poi rivenderlo al dettagliante in cassette di ridotta dimensione.

- Costi di manipolazione (*handling costs*). Lungo il canale distributivo il prodotto viene maneggiato diverse volte, richiedendo l'impiego di manodopera: il prodotto viene caricato sui camion all'uscita dall'azienda agricola, viene scaricato e separato all'arrivo al mercato, viene caricato sui camion dei commercianti all'ingrosso, tolto dalle confezioni e selezionato dagli intermediari successivi, nuovamente confezionato e caricato per il trasporto al dettagliante e da questi liberato dalle confezioni, selezionato e riposto sul banco di vendita.

- Costi di trasporto. Quando il costo è calcolato come prezzo unitario pagato al trasportatore tali costi sono facili da calcolare. Tuttavia spesso è il produttore o l'intermediario commerciale a gestire le attività di trasporto cosicché il costo unitario di trasporto per la merce deve essere stimato considerando la ripartizione di voci diverse quali il salario pagato al conducente, il costo del combustibile, il costo capitale del veicolo, la spesa per tasse e assicurazioni, e così via.

- Perdite di prodotto. Durante il percorso lungo il canale distributivo il prodotto subisce notevoli perdite a causa di danneggiamenti dovuti ad una non corretta manipolazione, disidratazione, privazione delle foglie (come nel caso di cavoli), e così via. Le perdite sono generalmente calcolate in termini di riduzione del peso della merce. Una attenta valutazione delle cause delle perdite è importante per valutare l'efficacia e l'adeguatezza del canale distributivo.

<sup>7</sup> Si visiti il sito: <http://www.fao.org/inpho/vlibrary/u8770e/U8770E02.htm>.

- Costi di immagazzinamento e stoccaggio (*storage costs*). L'immagazzinamento serve ad allungare il periodo di disponibilità del prodotto. Esso è conveniente solo quando il prezzo di vendita dopo l'immagazzinamento è superiore a quello precedente all'immagazzinamento e se tale differenza serve almeno a compensare il costo di immagazzinamento.

- Costi di trasformazione. Includono i costi imputabili direttamente al processo di trasformazione. Per essere addebitati correttamente all'unità di prodotto agricolo tali costi devono tener conto di due elementi, del tasso di conversione del prodotto agricolo in prodotto trasformato e dell'eventuale esistenza di sottoprodotti del processo di trasformazione. Ad esempio il tasso di conversione della soia in olio di soia è circa del 18% ed un sottoprodotto commerciabile è la farina di soia. Il tasso di conversione del mais in farina di mais è del 65-80%, con la crusca come sottoprodotto. Il principale ostacolo nella stima dei costi di trasformazione è generalmente la reticenza delle imprese di trasformazione a divulgare le informazioni riservate sulla propria struttura dei costi.

- Costi per il fattore capitale. Tali costi dipendono strettamente dal livello del tasso di interesse. Essi includono varie voci come ad esempio: il costo del denaro necessario per acquistare il prodotto e immagazzinarlo; il costo capitale di magazzini, mezzi di trasporto ed altri investimenti capitali; il costo per il deprezzamento degli investimenti capitali.

Nei seguenti riquadri vengono riportati due esempi di calcolo dei costi di imballaggio e di trasporto per una derrata alimentare.

#### IL CALCOLO DEI COSTI DI IMBALLAGGIO

Si assuma che delle arance siano imballate in cassette di legno da 20 kg. Tali cassette con riparazioni occasionali possono essere usate per dieci trasporti. Una cassetta costa 10\$, le riparazioni e i lavaggi durante il ciclo di utilizzo costano 2\$ e ogni trasporto a vuoto per il ritorno della cassetta nell'area di produzione delle arance costa 1\$.

Il costo di imballaggio per viaggio è pari a:

(costo originale più le spese di riparazione) diviso il numero di viaggi, più il costo di trasporto a vuoto=  
 $(\$10+\$2)/10$  viaggi+ $\$10$   $\$2.20*20$  kg.

pari a:

$\$2.20/20\text{kg}=\$0.11$  per kg.l

#### IL CALCOLO DEI COSTI DI TRASPORTO

Si assuma che dei pomodori siano trasportati utilizzando un camion con  $40\text{m}^3$  e con un costo di noleggio di \$500. Un container di  $0.2\text{m}^3$  contiene 8 kg di pomodori .

Il costo di trasporto per container e per kg di pomodori è pari a:

$\$500/(40\text{m}^3/0.2\text{m}^3)=\$2.50$  per container

$\$2.50/8\text{kg}=\$0.3125$  per chilogrammo.

### 3.2- IL MARGINE DISTRIBUTIVO E LA STIMA DELLA DOMANDA DERIVATA

Un indicatore che descrive la posizione economica del settore agricolo all'interno del canale commerciale è il cosiddetto margine distributivo (o margine commerciale).

Il margine distributivo (*marketing margin, or farm-to-retail price spread*) è definito dalla differenza tra il prezzo al dettaglio ed il prezzo pagato agli agricoltori per un particolare prodotto agricolo (pesata per un coefficiente di trasformazione che tiene conto dell'effettivo peso in quantità del bene agricolo primario rispetto al bene alimentare finale). Alternativamente il margine commerciale viene espresso come rapporto tra i due prezzi (*farm value share of retail price*).

L'USDA offre una stima del margine distributivo annuale per 40 voci di spesa alimentare negli Stati Uniti. L'indicatore del margine denominato *farm-to-retail spread* è calcolato come differenza tra il prezzo medio (tra diversi negozi campione) al dettaglio dei 40 beni alimentari e il valore all'azienda agricola (vale a dire come prezzo ricevuto dagli agricoltori) di una quantità equivalente di materia prima agricola. La formula generale del *farm to retail spread* è data da  $M = P_r - (Q_f / Q_r)P_f$ , dove il termine in parentesi è il fattore di conversione per calcolare la quantità equivalente di materia prima agricola per unità di prodotto finale. Il

rapporto  $Q_f / Q_r$  è costante nel caso di funzione di produzione dei servizi distributivi a coefficienti fissi ed elasticità di sostituzione costante. Nella realtà tale rapporto non solo tende a cambiare nel tempo in risposta a innovazioni di processo e di prodotto, ma può presentare anche notevoli cambiamenti nel breve periodo in risposta a variazioni nelle scorte e a cambiamenti dei prezzi relativi degli input della funzione di produzione dei servizi distributivi. I dati dell'USDA presuppongono un'elasticità di sostituzione costante nel medio periodo ma variabile nel lungo periodo, in quanto i coefficienti di conversione vengono periodicamente rivisti al fine di tener conto dei reali cambiamenti intervenuti. Il margine viene anche descritto nei termini del valore percentuale del prodotto agricolo equivalente sul valore finale del bene alimentare.

La tabella 3 riporta il valore del margine distributivo (nelle due forme del *farm-to-retail spread* e del *farm value share of retail price*) calcolato negli anni 1997, 1998 e 1999 per alcuni importanti generi alimentari.

Tabella 3 Valore del margine distributivo

	<i>Farm value share of retail price</i> (percent)			<i>Farm-to-retail-spreads</i> (dollars)		
	1997	1998	1999	1997	1998	1999
Uova, qual.A, 1 doz.	57	52	47	0.46	0.50	0.51
Latte, ½ gal.	37	41	39	1.00	0.96	1.03
Carne suina, 1lb.	39	25	25	1.52	1.82	1.82
Formaggio, natural cheddar, 1lb.	36	39	32	2.05	2.16	2.56
Limoni, 1lb.	25	25	23	0.94	0.90	1.02
Mele, red delicious, 1lb.	21	19	21	0.72	0.76	0.71
Lattuga, 1 lb.	22	18	18	0.54	0.62	0.55
Succo di arancia conc. surgelato, 12 fl.	35	32	35	0.84	0.81	0.84
Broccoli surgelati, cut, 1 lb.	20	18	20	0.98	0.93	0.98
Pomodori in scatola, 303 can	7	9	7	0.52	0.51	0.52
Zucchero, 1 lb.	33	32	31	0.28	0.28	0.29
Pane, 1 lb.	6	5	4	0.82	0.82	0.85
Corn flakes, 18-oz. Box	5	7	5	1.88	1.76	1.88

Fonte: USDA's Economic Research Service

La domanda a livello del settore agricolo deriva dalla somma della domanda per consumi interni, delle esportazioni e delle scorte. Si dice che è una domanda derivata in quanto deriva dalla domanda per beni alimentari rivolta agli operatori finali della filiera agro-alimentare (dettaglio, ristorazione privata e pubblica).

Dal livello e dal tipo di domanda alimentare deriva la curva di domanda che sui mercati agricoli determina il prezzo di equilibrio.

Previsioni errate di domanda possono provocare una pianificazione sbagliata della produzione, con effetti negativi sui prezzi e sulla redditività.

Shock dal lato della domanda determinano oscillazioni dei prezzi che insieme a quelle provocate dall'incertezza sulla produzione, contribuiscono al rischio di prezzo sopportato dagli agricoltori.

Un modo molto semplificato per esaminare la domanda tenendo conto dell'intermediazione degli operatori a valle del settore agricolo è quello dell'analisi dei margini distributivi, dove il margine distributivo è definito come la differenza di prezzo che esiste tra prodotto alimentare e prodotto agricolo di base.

A livello molto semplificato è possibile derivare la curva di domanda al settore agricolo a partire dall'analisi della domanda al dettaglio per un particolare bene agricolo (Helmberger, Chavas, 1996, cap. 5).

Si effettuino le seguenti ipotesi semplificatrici:

- assenza di ritardi temporali tra produzione agricola e produzione del bene finale;
- assenza di incertezza lungo il canale di marketing;
- esistenza di un unico settore lungo il canale distributivo;
- mercati di concorrenza perfetta.

Si consideri la seguente funzione del profitto per una impresa che opera nel settore distributivo:

$$\pi = p_r q_r - \sum_{i=1}^k v_i x_i - pq - TFC \quad (1)$$

$p_r$  = prezzo al dettaglio  
 $p$  = prezzo all'azienda agricola  
 $q_r$  = output venduto al dettaglio  
 $q$  = output venduto all'azienda agricola  
 $v_i$  = prezzo dell'input  $i$ ,  $i = 1, 2, \dots, k$   
 $x_i$  = quantità dell'input  $i$

Tra  $q_r$  e  $q$  esiste una relazione  $q_r = \delta q$ , dove  $\delta$  è il fattore di conversione che misura il tasso di trasformazione del prodotto agricolo in prodotto finale, con  $0 \leq \delta \leq 1$ .

Per semplicità si assuma  $\delta = 1$

La (1) può essere allora riscritta come:

$$\pi = (p_r - p)q - \sum_{i=1}^k v_i x_i - CFT \quad (2)$$

La differenza  $p_r - p$  rappresenta il margine distributivo che altro non è che il prezzo che il settore distributivo riceve per i servizi offerti (raccolta, pulizia e selezione, trasformazione, trasporto e commercio al dettaglio).

Nell'ipotesi che il settore distributivo sia concorrenziale e che tutte le imprese siano uguali si definiscano le seguenti funzioni dei costi:

$$\text{costi totali variabili} = CVT = aq + bq^2$$

$$\text{costo marginale} = CM = a + 2bq \quad (3)$$

$$\text{costo medio variabile} = CMV = a + bq$$

La funzione del profitto sarà data da:

$$\pi = (p_r - p)q - (aq + bq^2) - CTF \quad (4)$$

La condizione per la massimizzazione del profitto implica  $(p_r - p)^* = CM$

Se il numero totale di imprese del settore distributivo è pari ad  $m$  si ha che la quantità totale offerta dal settore distributivo è:  $Q = mq$

La funzione di offerta aggregata ( $CM'$ ) del settore è:

$$a + 2b \frac{Q}{m} = CM' \quad \text{e posto } b' = \frac{b}{m}:$$

$$a + 2b'Q = CM' \quad (5)$$

Nel grafico 1a è rappresentata la domanda al dettaglio e la curva di offerta aggregata di servizi commerciali da parte del settore distributivo,  $S_m = CM'$ .

Sottraendo verticalmente l'offerta di breve periodo  $CM'$  per i servizi commerciali alla domanda al dettaglio ( $D_r$ , detta domanda primaria) si ottiene la domanda di breve periodo rivolta all'azienda agricola ( $D$ , detta domanda derivata). Nel grafico 1b è riportata la domanda al dettaglio  $D_r$ , la domanda rivolta al settore agricolo  $D$  e l'offerta di breve periodo del settore agricolo  $S$ , considerata come data. Il punto di intersezione tra la curva di offerta agricola  $S$  (detta offerta primaria<sup>8</sup>) e di domanda agricola  $D$  determina il prezzo di

<sup>8</sup> L'offerta derivata è data dall'offerta del bene alimentare sul mercato al dettaglio e deriva dalla somma dell'offerta primaria e dell'offerta di servizi distributivi.



equilibrio concorrenziale  $p_c$  sul mercato agricolo. Dato che  $\delta = 1$  e di conseguenza  $q = q_r$ , il punto di incontro tra la curva  $S$  e la curva di domanda al dettaglio  $D_r$  determina il prezzo di equilibrio concorrenziale sul mercato al dettaglio  $p_{rc}$ , riportato sia nel grafico 1a che in quello 1b. La differenza tra i due prezzi definisce il margine  $p_{rc} - p_c$ , che all'equilibrio deve essere pari al costo marginale del settore distributivo, come mostra il grafico 1a.

I grafici 1a e 1b della figura 1 possono essere utilizzati per analizzare gli effetti di uno spostamento delle curve  $S$ ,  $S_m$  o  $D_r$  sull'equilibrio dei mercati alla produzione e al dettaglio. Ad esempio l'analisi grafica mostra come uno spostamento verso l'alto della curva  $S_m$ , dovuto ad esempio all'aumento del prezzo di uno dei fattori di produzione dei servizi commerciali (ad esempio un aumento del costo del lavoro), determini nel breve periodo uno spostamento verso il basso della curva di domanda al settore agricolo  $D$ , una diminuzione del prezzo  $p_c$  ed un aumento del margine. Nel medio-lungo periodo i produttori agricoli reagiranno a tale diminuzione del prezzo con una contrazione dell'offerta, con uno spostamento verso sinistra della curva  $S$ . Lo spostamento a sinistra della curva  $S$  determina un aumento sia del prezzo alla produzione  $p_c$  che di quello al dettaglio  $p_{rc}$  con una riduzione del margine distributivo. Uno spostamento a destra della curva di domanda al dettaglio  $D_r$ , conseguente ad esempio alla maggiore richiesta del prodotto in esame derivante dalla caduta congiunturale della richiesta di un bene strettamente sostituto<sup>9</sup>, determina nel breve periodo un aumento sia del prezzo del bene al dettaglio che di quello agricolo con un effetto netto sul margine che dipenderà dall'aumento relativo dei due prezzi. Se i due prezzi aumentano proporzionalmente il margine rimane invariato. Se il prezzo al dettaglio aumenta più che proporzionalmente rispetto a quello agricolo il margine aumenta. Se i costi marginali  $CM'$  del settore distributivo sono costanti, le curve  $D$  e  $D_r$  sono parallele e quando la curva  $D_r$  subisce uno spostamento parallelo a destra i prezzi al dettaglio e all'agricoltura aumentano dello stesso ammontare e il margine rimane invariato.

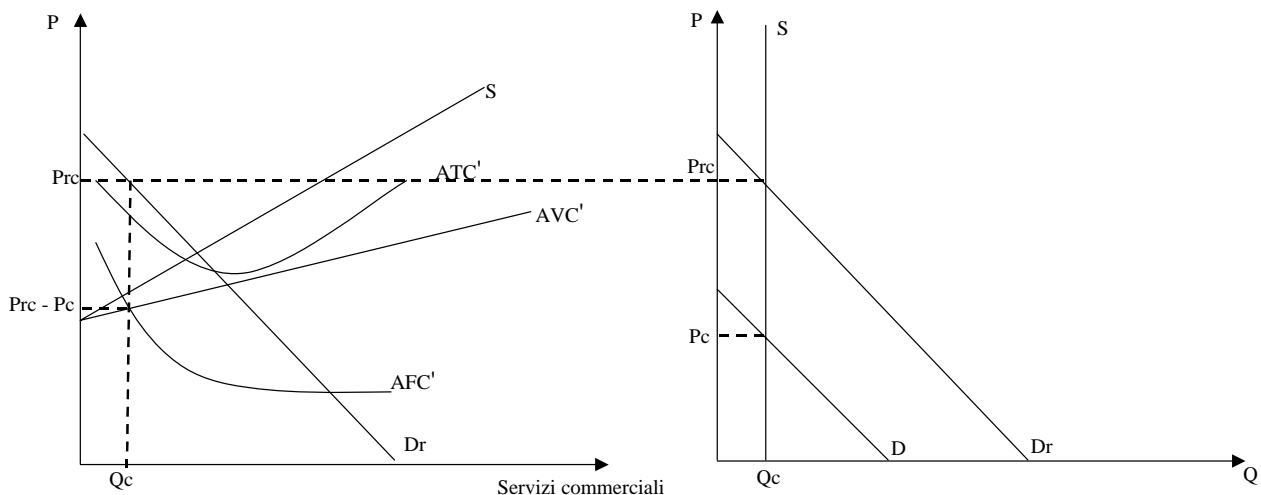


Fig. 1a e 1b – La derivazione della curva di domanda all'agricoltore (domanda derivata)

Oltreché graficamente, la derivazione della curva di domanda all'agricoltura a partire dalla curva di domanda al dettaglio e dalla funzione dei costi del settore distributivo può essere ottenuta analiticamente. In tal caso non è necessario imporre  $\delta = 1$ , ma si può assumere che nel passaggio da materia prima agricola a bene di consumo finale una parte  $(1 - \delta)q$  del prodotto vada persa. In altri termini sia:  $0 \leq \delta \leq 1$ .

Il profitto è definito allora come:

$$\pi = p_r \delta q_r - (aq + bq^2) - pq - TFC$$

e ricordando che  $q_r = \delta q$ :

$$\pi = (\delta p_r - p)q - (aq + bq^2) - TFC$$

<sup>9</sup> Si pensi ad esempio all'aumento della domanda di carne avicola avutasi nel periodo di massimo allarme per la BSE, come risposta al crollo della domanda di carne bovina.

il profitto ora è massimo quando la differenza  $\delta p_r - p$ , vale a dire il margine  $MM$ , uguaglia i costi marginali.

Considerando l'offerta aggregata, il profitto è massimo quando:

$$\delta p_r - p = a + 2b'Q$$

Tale ultima espressione definisce l'eguaglianza all'equilibrio tra il margine distributivo e l'offerta di servizi commerciali. Utilizzando tale eguaglianza, insieme 1) all'espressione che definisce il margine, 2) all'espressione della curva di domanda al dettaglio e 3) all'espressione che mette in relazione la quantità di materia prima agricola con la quantità di prodotto finale, si ottiene il seguente sistema di quattro equazioni a quattro variabili endogene,  $Q_r$ ,  $MM$ ,  $p_r$ ,  $p$ .

$$\begin{aligned} Q_r &= \delta Q && \text{rapporto di conversione tra la materia prima agricola e il prodotto finale} \\ MM &= \delta p_r - p && \text{definizione del margine} \\ MM &= a + 2b'Q && \text{offerta di servizi commerciali} \\ p_r &= d - eQ_r && \text{domanda al dettaglio} \end{aligned}$$

passando alla forma ridotta del modello si ha:

$$\begin{aligned} p &= \delta d - a - (2b' + e\delta^2)Q \\ p_r &= d - e\delta Q \end{aligned}$$

La prima equazione della forma ridotta definisce la curva di domanda al settore agricolo, vale a dire la curva  $D$  del grafico 1b, che con la precedente analisi grafica avevamo ottenuto come differenza tra la curva  $D_r$  e la curva  $Sm$ . Data esogenamente la quantità  $Q$  offerta dal settore agricolo, il modello permette di determinare  $p$  e  $p_r$ , dato  $\delta$ , il margine  $MM$  e la quantità offerta al dettaglio  $Q_r$ .

Si dimostra che, quando il prodotto agricolo non ha possibili sostituti nel processo che conduce al prodotto finale, per ogni livello di prezzo l'elasticità della domanda a livello agricolo è inferiore rispetto a quella al dettaglio.

Sia  $E_r$  l'elasticità della domanda al dettaglio e  $E_Q$  quella all'agricoltura.

$$E_Q = \left| \frac{\partial Q}{\partial p} \frac{p}{Q} \right| < E_r = \left| \frac{\partial Q}{\partial p_r} \frac{p_r}{Q} \right|$$

Poiché  $p_r = d - e\delta Q$ , si ha:

$$\begin{aligned} Q &= \frac{d}{e\delta} - \frac{p_r}{e\delta} \\ \frac{\partial Q}{\partial p_r} &= -\frac{1}{e\delta} \\ E_r &= \frac{\partial Q}{\partial p_r} \frac{p_r}{Q} = -\frac{1}{e\delta} \frac{p_r}{Q} = -\frac{d - e\delta Q}{e\delta Q} = 1 - \frac{d}{e\delta Q} < 0 \end{aligned}$$

Inoltre poiché  $p = \delta d - a - (2b' + e\delta^2)Q$ , si ha:

$$\begin{aligned} Q &= \frac{\delta d - a - p}{2b' + e\delta^2} \\ \frac{\partial Q}{\partial p} &= -\frac{1}{2b' + e\delta^2} \\ E_Q &= \frac{\partial Q}{\partial p} \frac{p}{Q} = -\frac{1}{2b' + e\delta^2} \frac{p}{Q} = -\frac{\delta d - a - (2b' + e\delta^2)Q}{(2b' + e\delta^2)Q} = 1 - \frac{\delta d - a}{(2b' + e\delta^2)Q} < 0 \\ E_Q &= 1 - \frac{\delta d - a}{(2b' + e\delta^2)Q} < 0 > E_r = 1 - \frac{d}{e\delta Q} < 0 \end{aligned}$$

è facile dimostrare che  $|E_Q| < |E_r|$  o, equivalentemente, che  $E_Q > E_r$ .

Un modo alternativo di dimostrare la relazione tra le due elasticità è il seguente:

dalla definizione di elasticità si ha:  $\frac{dQ}{Q} = E_r \frac{dp_r}{p_r}$

sostituendo tale espressione nella definizione di elasticità della domanda agricola si ha:

$E_Q = E_r \frac{dp_r}{p_r} \frac{p}{dp}$  e per una stessa variazione dei prezzi agricoli e al dettaglio ( $dp_r = dp$ ) si ha:

$$E_Q = E_r \frac{p_r}{p}$$

poiché il prezzo agricolo è inferiore a quello al dettaglio il rapporto tra i due prezzi è un numero inferiore all'unità e pertanto  $|E_Q| < |E_r|$ .

### 3.3 ALTRI ASPETTI DELL'ANALISI DEI MARGINI DISTRIBUTIVI

Riassumendo, il prezzo agricolo dipende dall'offerta primaria e dalla domanda derivata. La domanda derivata può cambiare a causa di un cambiamento della domanda primaria e/o del margine distributivo. Una diminuzione del prezzo ricevuto dagli agricoltori può essere conseguenza sia di un eccesso di offerta, sia di una riduzione della domanda primaria, sia di un aumento dei margini distributivi (come si è visto le più usuali condizioni di elasticità relativa dell'offerta agricola e di sostituibilità dei fattori di produzione del settore distributivo fanno sì che l'aumento del margine si traduca in una diminuzione del prezzo agricolo relativamente maggiore dell'aumento del prezzo al dettaglio).

L'analisi dei margini distributivi è essenziale per comprendere i nessi tra mercato agricolo e mercato finale. Nell'ipotesi di un settore distributivo concorrenziale il livello del margine è determinato dal livello dei costi del settore distributivo, a sua volta connesso al tipo di servizi offerti, alla tecnologia utilizzata per la loro produzione ed al livello dei prezzi degli input utilizzati.

In condizioni di mercati non concorrenziali il margine distributivo non dipende esclusivamente dai costi del servizio distributivo. Se il settore distributivo è in condizioni di monopolio ed il settore agricolo in concorrenza perfetta il margine sarà pari al margine di concorrenza più la differenza tra il prezzo al dettaglio di monopolio e di concorrenza:

$$MM^m = MM^c + (p_r^m - p_r^c)$$

Pertanto a parità di condizioni situazioni di monopolio determinano un aumento del margine e in condizioni "usuali" una riduzione del prezzo agricolo. Se oltre al potere di monopolio il settore distributivo possiede anche un potere di monopsonio, tale riduzione sarà probabilmente maggiore a causa del markdown del monopsonista.

Si può pertanto concludere che i produttori agricoli si avvantaggiano di un settore distributivo concorrenziale ed efficiente e sono i primi a risentire di eventuali aumenti dei prezzi degli input del settore distributivo. Tale risultato conduce a tre importanti considerazioni:

- I rischi di monopolio degli attuali processi di concentrazione dell'industria e del dettaglio alimentare in atto nei paesi avanzati, dovrebbero essere valutati attentamente in termini di effetti negativi sui ricavi agricoli, che potrebbero addirittura superare gli effetti negativi sul benessere dei consumatori.
- I ritardi del settore distributivo costituiscono una causa non trascurabile dei bassi redditi dei produttori agricoli nelle economie arretrate. I programmi di assistenza e di sviluppo rurale dovrebbero pertanto promuovere l'efficienza non solo a livello della produzione agricola ma anche del settore distributivo.
- Quando si introducono cambiamenti istituzionali che inducono modifiche nei costi della distribuzione andrebbero valutati, ed eventualmente bilanciati con opportune misure di sostegno, gli effetti negativi sui redditi degli agricoltori. Un esempio può essere quello della normativa per la garanzia della qualità. I maggiori costi di controllo e di amministrazione per l'attuazione di normative, quali ad esempio quella sulla tracciabilità degli alimenti, potrebbero provocare un aumento del margine distributivo sopportato prevalentemente dal settore agricolo.

Lo studio comparato dei margini distributivi a livello internazionale può offrire molteplici elementi conoscitivi dello stadio e del tipo di sviluppo dei diversi sistemi agroalimentari. A livello europeo ad esempio un'analisi comparata dei margini potrebbe aiutare a comprendere la posizione dei singoli sistemi

agro-alimentari nazionali nell'ambito dell'Unione, per meglio bilanciare le politiche agroalimentare e ideare politiche di riequilibrio. Una tale analisi sarebbe altresì utile per valutare più attentamente le conseguenze sui singoli sistemi agroalimentari da ogni ulteriore allargamento dell'UE. Ad esempio gli agricoltori dei nuovi Paesi membri potrebbero avvantaggiarsi di un sistema distributivo più moderno, mentre gli spostamenti delle curve di domanda e di offerta primarie derivanti dall'allargamento possono provocare modifiche del margine e dell'elasticità relativa delle curve di domanda e di offerta derivate, con effetti notevoli sugli equilibri di entrambi i mercati agricolo e finale.

Nonostante l'utilità dello studio comparato dei margini, questo è difficilmente attuabile. Ricordiamo infatti che a parte gli USA che effettuano periodiche stime dei margini, gli altri paesi, compresi quelli dell'Unione Europea, non effettuano analoghe rilevazioni ed anche i dati più comunemente disponibili sul sistema agroalimentare non consentono stime attendibili dei margini. I dati più difficilmente accessibili sono quelli relativi ai costi della distribuzione ed ai coefficienti di conversione, per aggregati di prodotti al dettaglio, tra prodotto agricolo e prodotti finali.

I modelli proposti per l'analisi dei margini hanno evidenziato come questi tendono a cambiare a causa di cambiamenti della curva di domanda al dettaglio, della curva di offerta dei servizi distributivi e della curva di offerta dei prodotti agricoli. Ulteriori cambiamenti sono indotti dal cambiamento di fattori istituzionali, dalle modifiche nella struttura dei mercati (potere di mercato) e dai cambiamenti organizzativi lungo la filiera agroalimentare. Importanti cambiamenti istituzionali possono riguardare la normativa per la sicurezza alimentare, la legge sulle cooperative e le organizzazioni dei produttori, la legislazione per la certificazione dei prodotti. Tali elementi possono essere trattati all'interno dei modelli proposti semplificando gli effetti di tali fattori istituzionali nei termini di variabili esogene.

Il potere di mercato è stato diffusamente analizzato dalla letteratura sui margini distributivi, modificando il modello di base in modo da includervi i test per la misura del potere di mercato nella forma discussa nel capitolo sull'analisi del potere di mercato. In una recente rassegna della letteratura Wohlgemant (Wohlgemant, 2001) offre una ampia trattazione sia delle varie formulazioni del modello di base che degli adattamenti per la stima del potere di mercato.

I cambiamenti organizzativi sono invece difficilmente trattabili all'interno dei modelli fin qui discussi. Quando il livello di integrazione lungo il canale distributivo aumenta si ha il passaggio da una gestione degli scambi basata esclusivamente sull'uso del mercato ad una gestione degli scambi che utilizza contratti di vario tipo e forme di collaborazione tra gli operatori più o meno formali. Contratti di lungo periodo per l'acquisto della materia prima agricola con ordini e pagamenti della merce differiti anche di molti mesi rispetto alla campagna di commercializzazione effettiva; la costituzione di cooperative di secondo grado per la trasformazione e la vendita dei prodotti agricoli; la formazioni di consorzi e gruppi di acquisto ai vari livelli della filiera; la costituzione di joint ventures per la gestione comune di attività di comunicazione o di ricerca e sviluppo; sono tutti esempi di cambiamenti organizzativi capaci di incidere sui margini distributivi.

Generalmente una integrazione contrattuale tra agricoltura e settore distributivo tende a ridurre il margine, a causa di una gestione più efficiente degli scambi. La costituzione di cooperative di trasformazione riduce il margine in quanto a parità di costi di trasformazione e di prezzi al dettaglio il margine contributivo degli agricoltori risulta più elevato del prezzo di mercato. Altre forme di collaborazione tra imprese lungo il canale tendono ad aumentare o a ridurre il margine a seconda che siano il potere di mercato o l'efficienza e l'innovazione tecnologica ad essere sviluppati. Poiché tali cambiamenti organizzativi deviano l'analisi dello scambio dai modelli di equilibrio di mercato fin qui proposti, il loro effetto sui margini distributivi può essere analizzato solo utilizzando altri strumenti di analisi. Tali strumenti, alcuni dei quali sono introdotti nel capitolo 9, vanno dall'economia neoistituzionale agli approcci di analisi più prettamente istituzionalisti per l'analisi dell'organizzazione economica.

#### CAPITOLO 4

#### IL POTERE DI MERCATO

##### 4.1 MONOPOLIO E POTERE DI MERCATO

Quando una impresa può influenzare il prezzo che riceve per il proprio prodotto si dice che ha un potere di monopolio<sup>10</sup>, o potere di mercato. Un'impresa che ha un potere di mercato fissa il prezzo al di sopra del livello concorrenziale, vale a dire al di sopra del costo marginale. Una impresa che esercita un potere di mercato può conseguire profitti positivi, ma può anche conseguire profitti nulli, come nel caso in cui vi siano costi fissi abbastanza elevati.

Quando il mercato non opera in maniera ottimale vi è un costo per la società detto deadweight loss, (perdita secca o perdita netta). La perdita secca è data dalla differenza tra la somma del surplus del consumatore e del produttore<sup>11</sup> in situazione di equilibrio concorrenziale, e la somma dei due surplus in una situazione non concorrenziale caratterizzata da una quantità scambiata inferiore a quella di equilibrio. Nel grafico 1 il triangolo ABC rappresenta il surplus totale in equilibrio concorrenziale, dato dalla somma del surplus del consumatore  $ABp^e$  e il surplus del produttore  $CBp^e$ . Se la quantità scambiata si riduce a  $Q^*$ , si avrà un prezzo  $p^*$ , al quale corrispondono nuovi livelli del surplus del produttore e del consumatore, pari rispettivamente a  $CEDp^*$  e  $ADp^*$ . La perdita di surplus totale è pari a  $EDB$ . Si noti che oltre alla perdita complessiva di surplus l'allontanamento dall'equilibrio concorrenziale determina una redistribuzione del surplus dal consumatore al produttore, nella misura del quadrato  $DFp^e p^*$ .

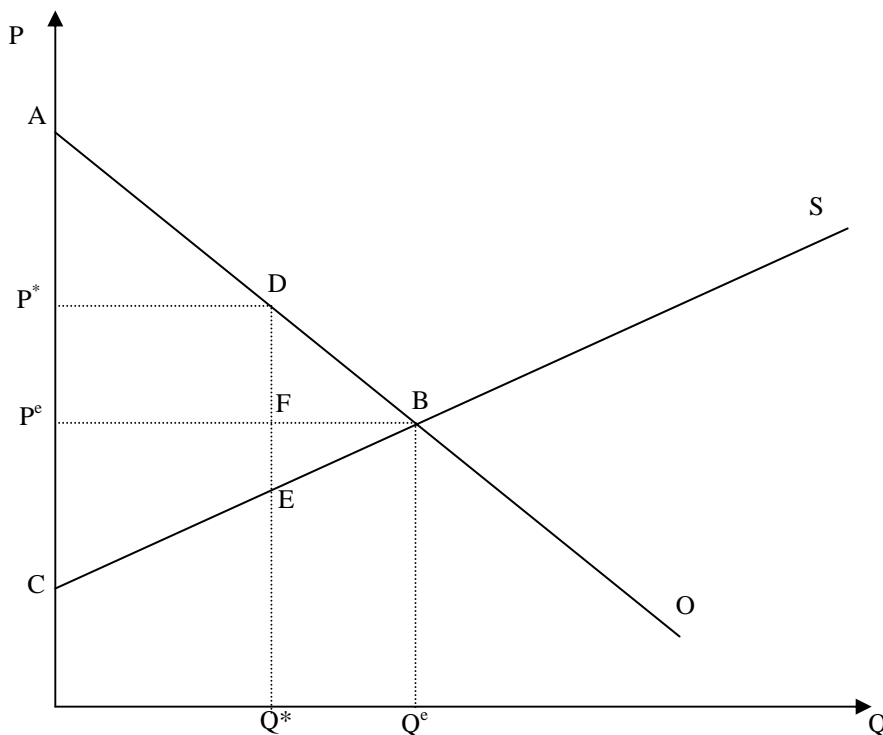


Figura 1 –Perdita netta di monopolio

<sup>10</sup> I due termini, potere di monopolio e potere di mercato sono spesso utilizzati in modo interscambiabile. A rigore sarebbe opportuno limitare la dizione potere di monopolio a quei casi in cui il potere di mercato è esercitato da una impresa che è anche l'unica ad essere presente sul mercato, vale a dire ai casi appunto di monopolio. Il potere di mercato può essere esercitato al contrario anche da imprese che operano in contesti oligopolistici o di concorrenza monopolistica.

<sup>11</sup> Ricordiamo che il surplus del consumatore è dato, per un dato prezzo, dall'area al di sopra del prezzo di mercato e al di sotto della curva di domanda, mentre il surplus del produttore è dato dall'area al di sotto del prezzo e al di sopra della curva di offerta.

#### 4.1.1 Il monopolio

Nel caso del monopolio è facile misurare il potere di mercato a partire dalle condizioni di equilibrio. All'equilibrio il monopolista uguaglia il ricavo marginale al costo marginale:

$$MR=MC \quad (1)$$

Se  $pQ$  è il ricavo totale, il ricavo marginale, definito come il cambiamento nel ricavo totale che deriva dalla vendita di una unità aggiuntiva del bene, sarà dato da:

$$MR = \frac{d(pQ)}{dQ} = p + \frac{dp}{dQ}Q = p\left(1 + \frac{1}{\varepsilon}\right) \quad (2)$$

dove  $\varepsilon = \frac{dQ}{dp} \frac{p}{Q}$  è l'elasticità della domanda.

In figura 2 è rappresentata la perdita di benessere in una situazione di monopolio e ipotizzando costi marginali costanti. L'area ACB misura la perdita detta deadweight loss e l'area EADC misura i profitti del monopolista<sup>12</sup>. La parte sottostante della figura evidenzia anche la relazione che vi è tra profitti e ricavo marginale. I profitti crescono fino a quando il ricavo marginale è maggiore del costo marginale e sono massimi quando il ricavo marginale è pari al costo marginale; si annullano in corrispondenza dell'equilibrio concorrenziale, quando il ricavo totale è uguale al costo totale (verificare). Il ricavo marginale a sua volta è positivo fin tanto che la curva di domanda è elastica ( $\varepsilon < -1$ ) ed è negativo quando la curva di domanda è inelastica ( $-1 < \varepsilon < 0$ ).

Sostituendo la (2) nella (1) si ha:

$$\frac{p - MC}{p} = -\frac{1}{\varepsilon} \quad (3)$$

La relazione trovata evidenzia come il markup (vale a dire la differenza tra il prezzo e il costo marginale in rapporto al prezzo, detto indice di Lerner) che un monopolista può applicare dipende solo dall'elasticità della domanda con la quale il monopolista si confronta. Più la domanda è elastica minore è il markup, e il potere di mercato, che il monopolista può esercitare. Si noti che al diminuire dell'elasticità della domanda cresce anche la perdita secca associata al monopolio. La relazione tra perdita netta ed elasticità della domanda può essere rappresentata graficamente facendo ruotare la curva di domanda in modo che rimanga invariata la quantità di equilibrio di monopolio e concorrenza ma che per tali quantità di equilibrio l'elasticità sia minore per la nuova curva. In figura tre si vede come la perdita netta associata alla curva di domanda ruotata D' pari a ABE sia maggiore di quella associata alla curva originaria D, pari a ABC.

Vi sono vari modi in cui si crea e si mantiene un monopolio. Generalmente un monopolio esiste o perché le economie di scala sono così elevate che il raggiungimento della scala minima efficiente implica la presenza di una unica impresa (monopoli naturali); o perché il monopolista ha particolari conoscenze che gli permettono di "lavorare meglio" rispetto ai potenziali entranti; o perché il monopolista ha il controllo esclusivo di alcuni fattori produttivi (possessione di una risorsa naturale unica o sfruttamento dei brevetti); o perché il monopolista è tale in base a vincoli istituzionali (monopolio di stato). La legislazione sui brevetti incentivando la ricerca di soluzioni tecniche che siano sfruttabili unicamente dalle imprese che registrano il brevetto incentiva e promuove i monopoli. La difesa dei diritti di proprietà intellettuale è spesso giudicata vantaggiosa per il bene comune, in quanto incentiva la ricerca e lo sviluppo tecnologico. Tuttavia va notato che gli incentivi alla ricerca si perdono nei primi anni di sfruttamento del brevetto, in quanto non vi è la minaccia di altre imprese ed ancora non è necessario trovare il nuovo prodotto che sostituirà il vecchio alla scadenza del brevetto. Inoltre rimane la questione di fondo che gli obiettivi di ricerca delle imprese private rispondono all'obiettivo primario di massimizzazione dei profitti e non del benessere sociale. Innovazioni che potrebbero avvantaggiare una gran parte della popolazione vengono sostituite da innovazioni che rispondono ai bisogni di un limitato numero di persone capaci però di pagare prezzi elevati. L'industria farmaceutica è un caso tipico di tale distorsione. Mentre all'oggi esistono farmaci costosissimi per la cura di

<sup>12</sup> Se in un mercato vi è la possibilità di conseguire i profitti misurati dall'area ACDE, allora le imprese competeranno per assicurarsi una posizione di monopolio ed accedere a tali profitti. La spesa per l'uso delle risorse necessarie ad ottenere una posizione di monopolio viene detta rent seeking (Carlton e Perloff, pag 107) e le imprese sono dette avere un comportamento di tipo rent seeking. Si noti che nel caso dei comportamenti rent seeking la perdita di benessere dovuta al monopolio deve includere non solo l'area ABC, ma anche quella parte di ACDE che rappresenta la quota di profitti del monopolista utilizzata per coprire i costi dell'attività di rent-seeking.

malattie rare presenti nei paesi ricchi, non esistono farmaci per malattie come la malaria e la febbre di Dengue che affliggono grandi fette della popolazione dei paesi più poveri del mondo.

Un monopolista spesso mantiene il proprio potere disincentivando l'entrata di nuove imprese sul proprio mercato, vale a dire attuando strategie di deterrenza all'entrata. Spesso il costo sostenuto per tale pratica strategica viene considerato come un'altra fonte di inefficienza dei monopoli, da sommare alla fonte primaria costituita dall'esercizio del potere di mercato. Infine va ricordata un'altra fonte di inefficienza del monopolio chiamata *x-inefficiency* (Leibenstein, 1966). Quando una impresa su di un mercato concorrenziale opera in modo inefficiente, il confronto con le imprese più efficienti (e capaci pertanto di operare a costi minori) la spingerà fuori dal mercato. Un'impresa monopolistica al contrario può rimanere sul mercato anche se produce a costi elevati, e continuando a ottenere profitti positivi.

I profitti positivi non sono necessariamente associati alla presenza di monopoli. Vi possono essere imprese che conseguono profitti positivi pur non esercitando un potere di monopolio. Ciò può accadere quando nel computo dei profitti ricadono le rendite associate al possesso di alcuni fattori produttivi (ad esempio un proprietario terriero che si comporta come *price taker* può conseguire dei profitti positivi che derivano dal possesso di un elevato capitale fondiario). Nel breve periodo un monopolista può conseguire profitti negativi, ad esempio se una brusca caduta della domanda lo costringe ad abbassare il prezzo, il monopolista rimarrà sul mercato anche se il livello dei guadagni è tale che gli investimenti di tipo *sunk* (vale a dire irrecuperabili) offrono una rendita inferiore a quella competitiva. Riassumendo, il comportamento monopolista è caratterizzato da una impresa che riceve un prezzo superiore al costo marginale. Nel lungo periodo una impresa concorrenziale consegue profitti nulli mentre una impresa monopolista consegue profitti che al limite sono nulli. Nel breve periodo entrambe le imprese possono conseguire profitti positivi, nulli o negativi.





figura 3

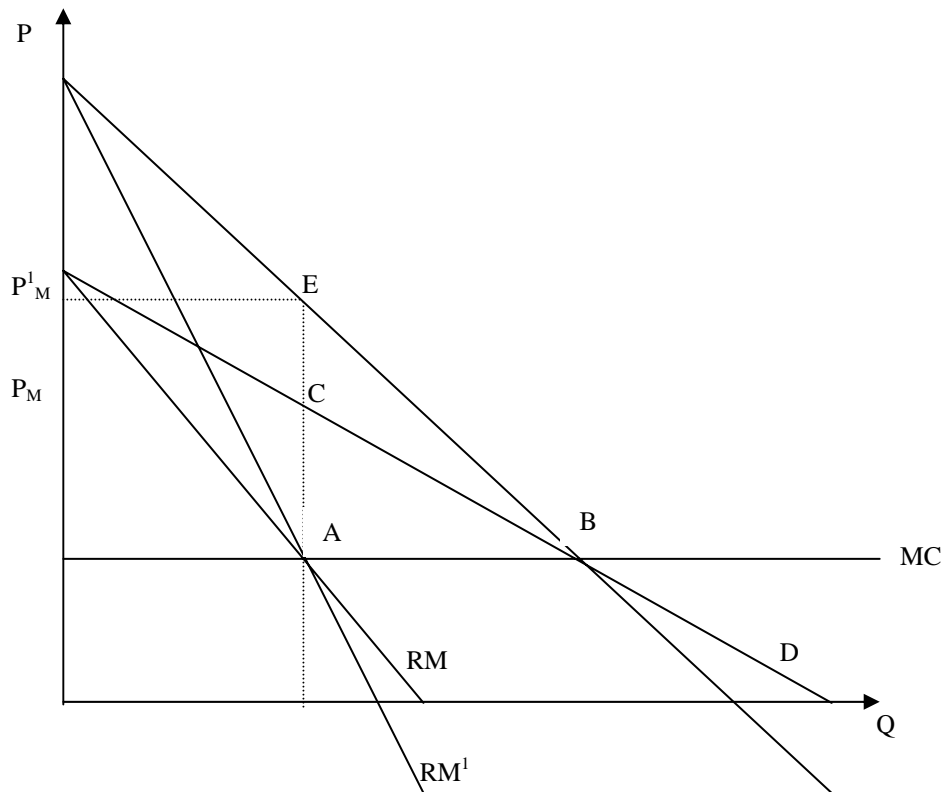


Figura 3 – Relazione tra perdita secca di monopolio ed elasticità della domanda

## 4.2 OLIGOPOLIO E POTERE DI MERCATO

In una industria le imprese possiedono un potere di mercato quando possono fissare un prezzo per i loro prodotti superiore al costo marginale<sup>13</sup>. Un monopolista può esercitare un potere di mercato completo, mentre un produttore che opera in un mercato concorrenziale ha potere di mercato nullo. Nella generalità dei casi le imprese possiedono un potere di mercato relativo, vale a dire che possono fissare un prezzo alquanto superiore al costo marginale ma comunque inferiore al prezzo di monopolio. Le forme di mercato intermedie tra la concorrenza e il monopolio sono generalmente indicate come oligopoli<sup>14</sup>. Le ipotesi base dei modelli di oligopolio sono che sul mercato vi siano un numero finito di imprese e che le decisioni delle singole imprese siano in un qualche modo interdipendenti.

In questa sezione trattiamo il modello di oligopolio alla Cournot generalmente utilizzato per l'analisi del potere di mercato negli studi empirici. Il modello di Cournot è quello che ha avuto maggiori sviluppi sia teorici che applicativi, in special modo per quel che riguarda le applicazioni al sistema agroalimentare. Altri noti modelli di oligopolio sono il modello di Bertrand, il modello di Stackelberg, i modelli ad equilibrio cooperativo. A tali modelli dedichiamo solo un rapido cenno, rimandando il lettore ai manuali standard di microeconomia ed economia industriale per una più ampia trattazione degli stessi.

Nel suo modello Bertrand (1883) criticò il modello di Cournot evidenziando come le imprese potessero far riferimento non tanto alle quantità ma ai prezzi fissati dai propri rivali. Per un mercato a prodotto omogeneo con due sole imprese ogni impresa fissa inizialmente un prezzo molto elevato. In seguito ogni impresa si accorge che abbassando di poco il proprio prezzo può catturare l'intera domanda. Entrambe le imprese tenderanno pertanto a tagliare progressivamente i prezzi fino ad arrivare ad un equilibrio del mercato equivalente a quello competitivo. Stackelberg (1934) propose un modello di duopolio detto leader-follower dove si ipotizza che una impresa (il follower) si comporti come nella competizione alla Cournot e l'altra (il leader) massimizzi il proprio profitto dato il comportamento della prima. Nel modello originario di Stackelberg non viene stabilito a priori quale delle imprese assuma il ruolo di leader. In realtà è possibile dimostrare che se nessuna delle due imprese opta per uno dei due ruoli il mercato sperimenterà una condizione di disequilibrio. Al contrario se una delle due imprese opta per uno dei due ruoli si avrà un equilibrio caratterizzato da un livello della produzione intermedio tra quello di equilibrio competitivo e la soluzione del modello di duopolio alla Cournot.

Una variante del modello di Stackelberg è il modello di oligopolio a impresa dominante, dove si assume che i followers invece di avere un comportamento alla Cournot si comportino come imprese competitive. L'impresa leader agisce invece come un monopolista parziale, fissando il prezzo che massimizza i propri profitti data la quota di mercato coperta dall'offerta dei follower. Maggiore sarà la quota di mercato delle imprese follower, minore sarà il potere di mercato dell'impresa leader.

Nei modelli ad equilibrio cooperativo si parte dall'ipotesi che in un mercato caratterizzato da un numero limitato di imprese queste possono decidere di cooperare anziché competere. Una volta compresa la forte interdipendenza delle proprie decisioni, le imprese possono decidere di dividersi in modo concordato il mercato, quando tale decisione porta a profitti maggiori che nel caso della competizione. In tal caso si dice che le imprese colludono formando un cartello che di fatto agisce come un monopolista. La stabilità di un cartello dipende da fattori extra-economici, quale il grado di fiducia reciproca dei partecipanti. Quando una delle imprese defeziona dagli accordi presi, abbassando il prezzo col fine di aumentare la propria quota di mercato, le altre imprese tenderanno ad imitarla, portando ad un fallimento del cartello. Generalmente dopo un periodo di instabilità si apre una nuova fase di trattative, con il raggiungimento di un nuovo accordo collusivo.

La possibilità di formazione di un cartello dipende da un insieme di fattori di varia natura, tra i quali non ultimo quello legato al quadro delle normative antitrust. L'analisi economica ha sottolineato le seguenti condizioni che generalmente tendono a favorire la collusione: l'omogeneità delle condizioni di costo e di

---

<sup>13</sup> Se il potere di mercato è esercitato sui mercati a monte allora le imprese possono pagare un prezzo per i propri input inferiore al costo marginale.

<sup>14</sup> La forma di mercato denominata concorrenza monopolistica è una forma di mercato intermedia caratterizzata da alcune particolari caratteristiche. Con alcune semplificazioni tuttavia, essa può essere ricondotta ai modelli generali di oligopolio. Per una discussione dei modelli di concorrenza monopolistica si veda il capitolo ?.

domanda delle singole imprese; il buono stato della domanda; l'esistenza di informazione completa; tecnologia stabile; stabilità del mercato.

#### 4.2.1 Il duopolio alla Cournot

Nella formulazione più semplice del modello di Cournot si assume che sul mercato operino due sole imprese (duopolio), che la variabile decisionale delle imprese sia la quantità da produrre e che ogni impresa nel definire la quantità di output che le consenta di massimizzare il profitto consideri l'output dell'altra impresa come un dato. Si ipotizzi:

1. che le due imprese producano un prodotto omogeneo;
2. che le due imprese abbiano costi marginali uguali e costanti pari a  $c$ ;
3. che la domanda di mercato sia data dalla funzione lineare  $p = \alpha - \beta x$ .

L'offerta totale del mercato  $x$  sarà dato dalla somma della quantità offerta dall'impresa 1,  $x_1$ , e della quantità offerta dall'impresa 2,  $x_2$ .

L'impresa 1 vuole massimizzare la propria funzione di profitto data da:

$$\pi_1 = px_1 - cx_1$$

Condizione necessaria per la massimizzazione del profitto è che la derivata prima sia nulla:

$$\frac{d\pi_1}{dx_1} = p + x_1 \frac{dp}{dx} \left( 1 + \frac{dx_2}{dx_1} \right) - c = 0^{15} \quad (1)$$

Il termine  $dx_2/dx_1$  è concettualmente molto importante. Esso viene detto variazione congetturale dell'impresa 1 e misura la variazione dell'output dell'impresa 2 attesa dall'impresa 1 in risposta ad una variazione al margine del proprio output. L'ipotesi fondamentale del modello di Cournot è che tale termine sia nullo. In altre parole si ipotizza che l'impresa 1 si aspetta che l'impresa 2 non cambierà la propria offerta ( $x_2$ ) in risposta ad una variazione del proprio output ( $x_1$ ); e corrispettivamente l'impresa 2 si aspetta che l'impresa 1 non cambierà la propria offerta ( $x_1$ ) in risposta ad una variazione del proprio output ( $x_2$ )<sup>16</sup>.

Come per l'impresa 1, la condizione necessaria alla massimizzazione del profitto dell'impresa 2 ( $\pi_2 = px_2 - cx_2$ ) è data da:

$$\frac{d\pi_2}{dx_2} = p + x_2 \frac{dp}{dx} \left( 1 + \frac{dx_1}{dx_2} \right) - c = 0 \quad (2)$$

Ponendo le variazioni congetturali di entrambe le imprese pari a 0 ( $\frac{dx_1}{dx_2} = \frac{dx_2}{dx_1} = 0$ ), ricordando che

$dp/dx = -\beta$ , e sommando le due equazioni precedenti, si ottiene:

$$p + x_1(-\beta) - c + p + x_2(-\beta) - c = 0 \quad (3)$$

La (3) può essere riscritta come:

$$2p - \beta(x_1 + x_2) - 2c = 0 \quad (4)$$

E ricordando che  $x_1 + x_2 = x$ , la (4) diventa:

<sup>15</sup> La derivazione della funzione del profitto è ottenuta applicando oltre alla regola di derivazione di prodotto di funzioni, quella di derivazione di funzione di funzione. Si noti infatti che  $p = p(x); x = x_1 + x_2$ . Per la regola di derivazione di

funzione di funzione (date due funzioni  $z=g(x)$  e  $y=f(x)$ ),  $\frac{dz}{dx} = \frac{dy}{dx} \frac{dz}{dy}$ , si ha che  $\frac{dp}{dx_1} = \frac{dp}{dx} \left( \frac{dx_1}{dx_1} + \frac{dx_2}{dx_1} \right)$ .

Pertanto:

$$\frac{d\pi_1}{dx_1} = \frac{dp}{dx_1} x_1 + p \frac{dx_1}{dx_1} - c \frac{dx_1}{dx_1} = \frac{dp}{dx} \left( \frac{dx_1}{dx_1} + \frac{dx_2}{dx_1} \right) x_1 + p - c = \frac{dp}{dx} x_1 + \frac{dp}{dx} \frac{dx_2}{dx_1} x_1 + p - c = \frac{dp}{dx} x_1 \left( 1 + \frac{dx_2}{dx_1} \right) + p - c$$

<sup>16</sup> Si noti ovviamente che le attese delle imprese possono non corrispondere alla vera reazione di una impresa al cambiamento dell'offerta da parte del rivale.

$$2(p - c) - \beta x = 0 \quad (5)$$

Sostituendo  $p$  con l'espressione della curva di domanda e riordinando i termini si ottiene l'offerta di equilibrio del mercato:

$$x = \frac{2(\alpha - c)}{3\beta} \quad (6)$$

Il prezzo di equilibrio si ricava sostituendo il valore dell'output nell'espressione per la curva di domanda:

$$p = \alpha - \beta \frac{2(\alpha - c)}{3\beta} = \alpha - \frac{2(\alpha - c)}{3} = \frac{3\alpha - 2\alpha - 2c}{3} = \frac{\alpha - 2c}{3} \quad (7)$$

Le equazioni trovate rappresentano le soluzioni di equilibrio del mercato assumendo la massimizzazione del profitto e variazioni congetturali nulle per entrambe le imprese.

Sia il prezzo che l'output assumono valori intermedi da quelli assunti in caso di monopolio e concorrenza perfetta.

Si noti infatti che un monopolista sceglierà un livello di produzione e di prezzo tale da eguagliare il costo marginale al ricavo marginale:

$$RM = dRT/dx = \alpha - 2\beta x = c$$

da cui

$$x_m = \frac{\alpha - c}{2\beta};^{17} \quad p_m = \alpha - \beta \frac{\alpha - c}{2\beta} = \frac{2\alpha - \alpha + c}{2} = \frac{\alpha + c}{2}$$

In concorrenza perfetta l'equilibrio si raggiunge quando il prezzo è uguale al costo marginale

$$p_c = c$$

Nel caso in esame si ha che

$$c = \alpha - \beta x$$

per cui il livello dell'output di concorrenza è

$$x_c = \frac{\alpha - c}{\beta}$$

Nel nostro esempio un monopolista produce un mezzo dell'output prodotto in concorrenza, mentre i duopolisti "di Cournot" ne producono due terzi (un terzo ciascuno).

E' possibile dimostrare che in un oligopolio alla Cournot con  $n$  imprese si avranno un livello dell'output e del prezzo pari rispettivamente a:

$$x = \frac{n(\alpha - c)}{(n + 1)\beta}$$

$$p = \frac{\alpha + nc}{n + 1}$$

Al crescere di  $n$  il livello dell'output aumenta, mentre il prezzo diminuisce. Per  $n$  che tende all'infinito la soluzione del modello di Cournot tende all'equilibrio di concorrenza.

Il modello di Cournot è stato criticato per l'ipotesi di variazioni congetturali nulle. A parte l'arbitrarietà di tale ipotesi, è stato anche notato come l'ipotesi sia in contraddizione stessa con le reali reazioni delle imprese suggerite dal modello. Il modello infatti assume implicitamente un aggiustamento delle imprese verso soluzioni di equilibrio, aggiustamento effettuato variando l'output da parte di entrambe le imprese. Al contrario l'assunto di variazioni congetturali nulle richiede che l'output del rivale sia fisso quando si considerano le scelte della singola impresa.

<sup>17</sup> Si noti che l'output del monopolista è la metà di quello di concorrenza in quanto con una curva di domanda lineare la curva del ricavo marginale ha una pendenza doppia di quella della domanda.

POTERE DI MERCATO E DISCRIMINAZIONE DI PREZZO

Tipi ed effetti della discriminazione

Quando una impresa (o un gruppo di imprese) offre un prodotto a consumatori (o gruppi di consumatori) diversi a prezzi diversi, si dice che l'impresa pratica una politica di discriminazione del prezzo, o, equivalentemente, che utilizza un metodo di determinazione del prezzo di tipo non uniforme.

La propensione a pagare per un determinato prodotto generalmente varia da consumatore a consumatore in rapporto sia alle diverse preferenze, sia al diverso livello del reddito. Quando un prodotto viene immesso sul mercato con un prezzo unico (prezzo uniforme) i consumatori la cui disponibilità a pagare supera il prezzo acquisteranno il prodotto, mentre quelli con una disponibilità a pagare inferiore rinunceranno. I consumatori che maggiormente beneficerebbero dall'acquisto saranno quelli per i quali il prezzo è inferiore alla propria disponibilità a pagare. Ricordiamo che il beneficio derivante dal fatto che alcuni consumatori possano acquistare il prodotto ad un prezzo inferiore al prezzo che sarebbero comunque disposti a pagare per quel particolare prodotto (vale a dire che pagano un prezzo inferiore al proprio prezzo di riserva), costituisce di fatto il surplus del consumatore. Un produttore che attua una politica di discriminazione del prezzo è in grado di fissare prezzi più alti per quei consumatori con una maggiore disponibilità a pagare. Si distingue il caso di una discriminazione perfetta, o di primo grado, dai casi di discriminazione di secondo e terzo grado. Nel caso di discriminazione di primo grado il produttore può imporre a ciascun consumatore un prezzo pari al massimo prezzo al quale questi è disposto ad acquistarlo, un prezzo cioè pari al prezzo di riserva del singolo consumatore. La quantità massima immessa sul mercato sarà pari a quella per la quale non esistono più consumatori con un prezzo di riserva superiore al costo marginale del produttore. La discriminazione di primo grado produce un equilibrio pari a quello di concorrenza in termini di efficienza (la quantità scambiata è la medesima), ma con una diversa distribuzione del surplus dello scambio, del quale si appropria interamente il produttore (poiché ogni consumatore paga un prezzo pari al proprio prezzo di riserva, il surplus del consumatore sarà nullo). In figura 1 è rappresentata una curva di domanda tale che ogni consumatore voglia acquistare una sola unità del bene e tale che ogni consumatore abbia un prezzo di riserva diverso. Sulla curva di domanda in corrispondenza di ogni quantità unitaria del bene si troverà un consumatore<sup>i</sup>. Ponendo sulle ordinate la disponibilità a pagare<sup>ii</sup> si avrà che spostandosi da sinistra verso destra lungo la curva si troveranno i consumatori con una disponibilità a pagare via via ridotta.

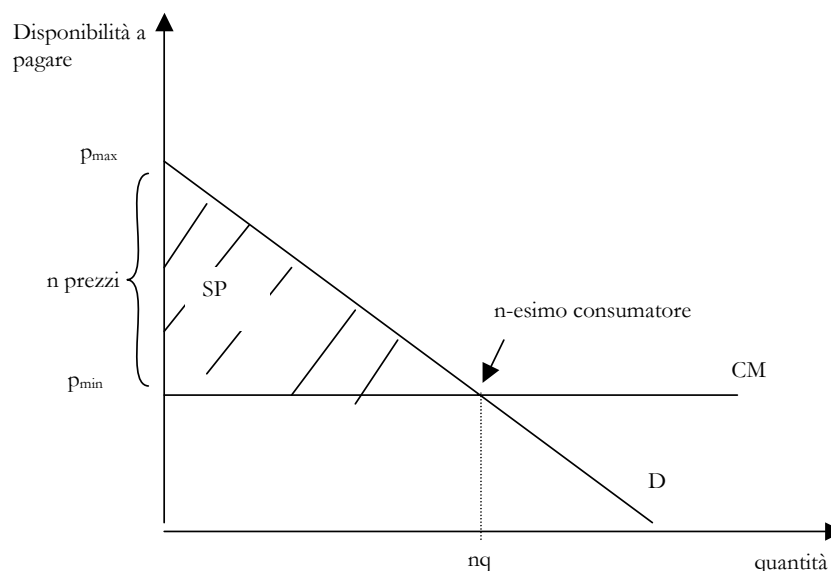


Figura 1 Discriminazione di primo grado

Il produttore venderà a tutti quei consumatori che sono disposti a pagare un prezzo superiore al costo marginale di produzione; pertanto verranno vendute  $n$  unità del bene agli  $n$  consumatori posti sul tratto della curva di domanda che si trova al di sopra del costo marginale. Ad essi verranno praticati  $n$  differenti prezzi (a partire da un prezzo massimo per il consumatore posto sul punto della curva di domanda inversa che incrocia l'asse delle ordinate, fino a un prezzo minimo per il consumatore posto sul punto della curva di domanda che incrocia la curva dei costi marginali) pari proprio alle rispettive disponibilità a pagare. Dalla figura si vede come la quantità di equilibrio sia pari a quella di concorrenza perfetta, mentre il surplus del consumatore sia nullo ed il surplus del produttore sia pari all'area tratteggiata. Ovviamente all'unico prezzo di equilibrio della concorrenza perfetta si sostituiscono gli  $n$  diversi prezzi praticati agli  $n$  consumatori disposti ad acquistare il bene, con un profitto positivo dell'impresa.

La pratica di una politica di discriminazione dei prezzi richiede quattro elementi essenziali:

- Diversa disponibilità a pagare da parte dei consumatori.
- Assenza di arbitraggio. I consumatori ai quali viene offerto un prezzo inferiore non devono avere la possibilità di rivendere il bene ai consumatori ai quali viene offerto un prezzo maggiore. L'arbitraggio può essere difficile a causa di elevati costi di transazione e di trasporto degli eventuali scambi tra diversi consumatori, o può essere scoraggiato dalle imprese con opportune clausole contrattuali che accompagnano la vendita del bene, come l'esplicito divieto di rivendere il bene o l'offerta di servizi aggiunti quali l'offerta di assistenza e garanzia solo al compratore originario. Alcuni beni, come i servizi, sono per loro natura poco suscettibili a pratiche di arbitraggio.
- Conoscenza da parte dell'impresa dei prezzi di riserva dei consumatori. Le imprese con elevati investimenti in marketing hanno maggiori possibilità di praticare con successo politiche di discriminazione dei prezzi<sup>iii</sup>.
- Possesso di potere di mercato da parte dell'impresa. L'impresa che pratica la discriminazione deve essere in grado di imporre prezzi superiori al costo marginale e pertanto per definizione possiede un potere di mercato.

Nella discriminazione di prezzo di terzo grado il produttore discrimina tra gruppi di consumatori, e non più tra singoli consumatori. Quando i consumatori sono separabili in gruppi omogenei al loro interno in base ad un qualche parametro (il che rende i gruppi identificabili e raggiungibili da parte del produttore) ma con una diversa propensione a pagare media per un determinato prodotto, il produttore può imporre ai due gruppi prezzi diversi. In particolare imporrà un prezzo maggiore al gruppo caratterizzato da una bassa elasticità della domanda al prezzo ed un prezzo minore al gruppo con una elasticità più elevata

Un commerciante che vende in una zona "ricca" della città e dove vi sono scarse alternative di scelta, può imporre prezzi elevati. Un aumento relativo del prezzo per una specialità gastronomica reperibile solo in un negozio in una ristretta area pedonale del centro non costituirà certo un deterrente all'acquisto per l'acquirente a medio alto reddito che vive nei dintorni. Una succursale dello stesso negozio posta più in periferia si confronterà con consumatori relativamente più poveri, meno attratti da prodotti "speciali" che rispondono a bisogni di status e convivialità e con una maggiore varietà di negozi alternativi a cui rivolgersi. Per poter vendere adeguati volumi di prodotto a tali consumatori il negoziante dovrà praticare prezzi più bassi. In termini analitici la discriminazione di terzo grado è descritta nel modo seguente.

Sia  $Q$  la quantità domandata di un particolare prodotto,  $C$  il costo marginale costante di produzione,  $p$  il prezzo. Si indichino con 1 e 2 i due gruppi di consumatori caratterizzati da un diverso valore dell'elasticità. Il problema del produttore monopolista è quello di massimizzare la funzione del profitto data da:

$$(p_1 - C)Q_1(p_1) + (p_2 - C)Q_2(p_2) = \pi$$

Si noti che la quantità domandata dal gruppo di consumatori 1 dipende solo dal prezzo ad essi praticato  $p_1$  e non dal prezzo  $p_2$  praticato all'altro gruppo, e ciò coerentemente con l'ipotesi di impossibilità di arbitraggio.

Dall'analisi del monopolio svolta in precedenza sappiamo che le condizioni di massimizzazione del profitto implicano che il ricavo marginale relativo ad ogni gruppo di consumatori sia pari al costo marginale:

$$MR_1 = C$$

$$MR_2 = C$$

Sempre dall'analisi del monopolio svolta in precedenza sappiamo che le due ultime espressioni possono essere riscritte come:

$$\frac{p_1 - C}{p_1} = -\frac{1}{\varepsilon_1}$$

$$\frac{p_2 - C}{p_2} = -\frac{1}{\varepsilon_2}$$

dove  $\varepsilon_1, \varepsilon_2$  sono le elasticità della domanda relative al gruppo 1 e 2 dei consumatori.

Si noti che la discriminazione di terzo grado determina un output inferiore a quello di concorrenza e superiore-uguale-inferiore a quello di monopolio. Se l'output è uguale a quello del monopolio semplice questo è comunque da preferire poiché la discriminazione di prezzo determina come effetto negativo aggiuntivo una inefficiente ripartizione degli acquisti tra i consumatori.

Il consumatore ad alto prezzo potrebbe acquistare una unità aggiuntiva del bene pagando al consumatore a basso prezzo un prezzo leggermente superiore al prezzo basso ma inferiore al prezzo alto che risultava superiore al valore marginale attribuito dal consumatore a prezzo alto all'unità aggiuntiva.

Ciò significa che in presenza di arbitraggio il consumatore a prezzo alto consuma una unità in più e quello a prezzo basso una unità in meno, ma con un aumento per entrambi del valore complessivo dello scambio. Generalmente la discriminazione di terzo grado porta ad un aumento del benessere quando determina un volume degli scambi superiore a quello del monopolio semplice.

La discriminazione di secondo grado include tutte quelle pratiche di determinazione non lineare del prezzo, vale a dire che la spesa totale di un consumatore per l'acquisto di un prodotto non aumenta in modo proporzionale (linearmente) con la quantità acquistata. L'esempio tipico di discriminazione di secondo grado è la cosiddetta tariffa in due parti che si ha quando viene fissato un pagamento fisso indipendente dalla quantità acquistata insieme con un pagamento (prezzo) proporzionale alla quantità acquistata. Un esempio è dato dal prezzo di noleggio di un'autovettura dove viene richiesto un prezzo base al quale si aggiunge un pagamento proporzionale ai chilometri percorsi. Anche le tariffe telefoniche che prevedono un canone fisso ed un prezzo unitario per telefonata sono un esempio di tariffa in due parti.

La tariffa in due parti agisce in due modi: da un lato determina un prezzo di acquisto superiore per i consumatori a elasticità inferiore. Il consumatore che effettua poche telefonate paga un prezzo unitario per telefonata maggiore del consumatore che effettua molte telefonate.

Se il consumatore che effettua poche telefonate chiede comunque di usufruire del servizio telefonico ciò implica che ha una bassa elasticità al prezzo. I consumatori che effettuano poche telefonate e che decidono di non richiedere il servizio per l'alto costo della telefonata unitaria, avranno invece una elevata elasticità (e dovrebbero pertanto essere caricati di un prezzo inferiore). Dall'altro lato i consumatori che effettuano molte telefonate ricevono una sorta di sconto per ogni telefonata aggiuntiva, in quanto il prezzo unitario tende a diminuire al crescere delle telefonate. Se a tale riduzione del prezzo reagiscono incrementando le telefonate sono caratterizzati da una elevata elasticità ed è "corretto" pertanto caricarli di un prezzo inferiore. Ma tra i consumatori che effettuano molte telefonate ci sono anche coloro caratterizzati da una scarsa elasticità, che effettuerebbero le telefonate anche in presenza di un prezzo unitario elevato; in questo caso caricarli di un prezzo basso è una scelta sbagliata.

È ovvio in questo esempio che se il produttore potesse identificare i consumatori con elasticità elevata e quelli con elasticità bassa potrebbe effettuare una discriminazione, sicuramente più vantaggiosa, di terzo grado.

In assenza di informazioni precise, ma sapendo comunque che la domanda è caratterizzata da gruppi con diverse propensioni a pagare, l'unica scelta è quella della discriminazione di secondo tipo, dove il problema fondamentale è la fissazione della tariffa di base fissa e del prezzo proporzionale al consumo che diano i migliori risultati in termini di profitti. Una dimostrazione analitica della derivazione dell'ottima tariffa in due parti si trova in Carlton e Perloff (pag 484-491) al quale si rimanda per un approfondimento dell'argomento.

## LA MISURA DEL POTERE DI MERCATO E LA CONCENTRAZIONE INDUSTRIALE

L'esercizio del potere di mercato, ossia la possibilità da parte delle imprese di imporre un prezzo superiore al costo marginale, devia il sistema economico dalle soluzioni di ottimo paretiano previste dal modello standard. Le perdite in termini di efficienza e di equità associate al potere di mercato sono alla base delle politiche di regolamentazione dei mercati di tipo antitrust. Le politiche antitrust, presenti in ogni paese ad economia capitalistica avanzata, prevedono una stretta sorveglianza di quei mercati a elevato rischio di un eccesso di potere di mercato, impedendo eccessive concentrazioni e pratiche collusive da parte delle imprese.

Gli interventi di tipo antitrust sono guardati con sospetto dagli operatori e dagli analisti "liberisti" che si oppongono a qualsiasi tipo di intervento sui mercati. Ricordiamo che la regolamentazione del mercato si oppone alle prescrizioni liberiste del modello standard che suggerisce all'operatore pubblico l'unica funzione di "garante" dei diritti di proprietà e del quadro "minimo" istituzionale di riferimento nel quale operano gli attori economici. Perché gli interventi antitrust siano accettati dall'opinione pubblica di orientamento ultraliberista, ormai attualmente prevalente nei paesi occidentali, è necessario che vi sia una forte evidenza empirica dell'eventuale eccesso di potere di mercato e degli effetti distorsivi che questo può produrre. La possibilità di misurare correttamente il potere di mercato diviene un aspetto cruciale dell'accettabilità sociale delle politiche antitrust e quindi della praticabilità di efficaci politiche della concorrenza.

La misura diretta del potere di mercato, attraverso la stima del margine prezzo-costi, implica la conoscenza esatta della curva di domanda e della funzione dei costi di ogni singola impresa. Entrambe queste informazioni sono difficili da ottenere. La conoscenza della curva di domanda individuale dell'impresa presuppone la conoscenza non solo della curva di mercato complessiva, ma anche della ripartizione di questa tra le imprese operanti nel settore (vale a dire che bisognerebbe conoscere la preferenza accordata dai consumatori alle diverse imprese e la disponibilità a pagare per le diverse marche). La conoscenza della funzione dei costi presuppone l'accesso a informazioni riservate dell'impresa difficili da ottenere in quanto sono informazioni che posseggono un elevato valore strategico in rapporto sia alle relazioni con i clienti che con i concorrenti. Generalmente pertanto è necessario affidarsi a misure indirette del potere di mercato.

I due principali approcci utilizzati per la stima del potere di mercato sono:

- ❖ l'analisi della concentrazione, nell'ambito del paradigma struttura condotta performance (nel seguito SCP);
- ❖ la stima dell'elasticità congetturale, nell'ambito dei modelli econometrici proposti dalla nuova economia dell'organizzazione industriale (nel seguito NEIO).

### **Il paradigma S-C-P e la misura della concentrazione**

La concentrazione di un mercato è definita con il grado in cui l'offerta del bene scambiato sul mercato è concentrata nelle mani di poche grandi imprese. Minore è il numero di imprese che offre la gran parte (una quota elevata) del bene e più si dice che il mercato è concentrato. Un mercato dove, ad esempio, l'80% del fatturato è prodotto da due imprese è più concentrato di un mercato dove l'80% del fatturato è prodotto da tre imprese. A partire da questa definizione molto generale di concentrazione è possibile costruire diverse misure della concentrazione che danno risultati a volte difficilmente confrontabili. In particolare vi sono indicatori che danno una misura assoluta della concentrazione e indicatori che danno informazioni sul grado di disuguaglianza della distribuzione dell'offerta nel settore<sup>18</sup>.

Per comprendere le possibili differenze tra misure alternative della concentrazione è utile fare riferimento alla curva di concentrazione rappresentata in figura 1. Sull'asse delle ordinate è riportata la percentuale cumulata dell'output del settore, e sull'asse delle ascisse il numero delle imprese ordinate per ordine decrescente. Poiché le imprese sono riportate in ordine decrescente la curva di concentrazione si presenta

---

<sup>18</sup> Ricordiamo che nell'ambito dell'economia industriale i termini mercato, settore e industria sono utilizzati come sinonimi. Rimandiamo ai manuali di economia industriale (tra i manuali disponibili in lingua italiana, ricordiamo: [Tirole](#), [Cabral](#), [Sherer](#), [Ross](#), [Carlton Perloff](#), [Grillo Silva](#)), per una discussione sui problemi teorici ed empirici di definizione ed identificazione di un singolo settore-mercato-industria. Ci limitiamo qui a ricordare che un settore (industria-mercato) è identificabile e circoscrivibile a partire da diversi parametri tra i quali i principali sono il grado di elasticità incrociata della domanda per i diversi beni (marche) offerte sul mercato ed il grado di interdipendenza delle scelte delle diverse imprese. Pertanto n imprese appartengono allo stesso mercato quando l'elasticità incrociata della domanda rivolta ad una impresa rispetto al prezzo dei prodotti delle altre imprese è elevata e quando ogni impresa presente sul mercato riconosce le altre n-1 imprese come propri diretti concorrenti.



concava dal basso e poiché sulle ordinate è riportata la percentuale cumulata il limite della curva è dato dal valore 100. Se la curva di concentrazione di un settore (ad esempio il settore A nella figura 1) giace al di sopra di quella di un altro settore (ad esempio il settore B nella figura 1) vuol dire che tale settore (A) è più concentrato dell'altro. Al contrario quando due curve si intersecano, come quella del settore B e C nella figura 1, non è evidente quale sia il settore a concentrazione maggiore. In tal caso per poter operare un confronto è opportuno utilizzare un sistema di pesi che dia maggiore significato ad una parte o l'altra della curva. Nella figura ad esempio se si scelgono dei pesi che attribuiscono maggior valore alla parte della curva definita per la prime 10 imprese (considerando che nel grafico le due curve si intersecano in corrispondenza della decima impresa), il settore B sarà considerato più concentrato rispetto a quello C. Quando si usano indicatori sintetici della concentrazione ciò che accade è che ognuno di essi dà un peso diverso alle diverse imprese nella definizione della concentrazione.

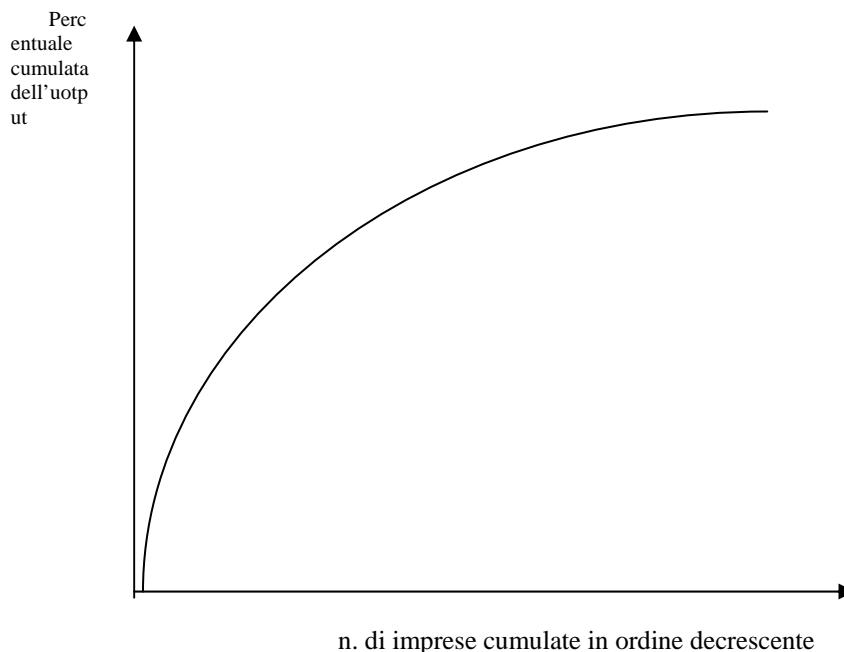


Figura 1

Tra gli indicatori della concentrazione i più frequentemente utilizzati sono: l'indice di concentrazione, l'indice di Hirschman-Herfindhal, gli indicatori di ineguaglianza.

L'indice di concentrazione è definito come la quota dell'output totale del settore offerta dalle prime  $r$  imprese dove  $n$  è un numero arbitrario:

$$C_r = \frac{\sum_{i=1}^r x_i}{x} = \sum_{i=1}^r s_i \quad \text{dove } x \text{ rappresenta l'output totale dell'industria e } x_i \text{ l'output della } i\text{-esima impresa.}$$

Un indice di concentrazione pari a 0.80 per  $r=3$  indica che le prime tre imprese del settore offrono l'80% dell'output totale del settore.

L'indice di concentrazione è particolarmente efficace per la semplicità di calcolo e di interpretazione, tuttavia ha due limiti fondamentali. Il primo è l'arbitrarietà con la quale viene scelto il numero di imprese sulle quali calcolare l'indice. Per un particolare settore l'indicatore potrebbe assumere un valore di 0.4 se calcolato sulle prime tre imprese e di 0.75 se calcolato sulle prime cinque imprese, evidenziando una concentrazione relativamente bassa nel primo caso ed elevata nel secondo. Il secondo limite risiede nel fatto

che dà informazioni solo su di una parte della curva di concentrazione. Ad esempio un indice  $C_4=0.3$  evidenzia una bassa concentrazione, tuttavia in un settore dove la restante quota dell'output non si ripartisce uniformemente tra le restanti  $n-4$  imprese, si avrà una concentrazione superiore rispetto ad un settore dove l'output sia ripartito più uniformemente.

L'indice di Hirschman-Herfindhal, a differenza del precedente, tiene conto di tutte le imprese presenti sul mercato, essendo definito come la somma dei quadrati delle quote di produzione di tutte le imprese del settore:

$$H = \sum_{i=1}^n (x_i/x)^2 = \sum_{i=1}^n s_i^2$$

Le misure di ineguaglianza della concentrazione sono costruite indipendentemente dal numero assoluto di imprese presenti sul mercato. Così come gli indicatori di concentrazione prima esaminati sintetizzano le informazioni contenute nella curva di concentrazione, gli indici di ineguaglianza riassumono le informazioni della curva di Lorenz.

La curva di Lorenz è costruita ponendo sull'asse delle ordinate la percentuale cumulata dell'output dell'industria, e sull'asse delle ascisse la percentuale cumulata delle imprese a partire dalla più piccole (in luogo del numero delle imprese utilizzato nella curva di concentrazione). La curva si presenta concava e giace sotto la diagonale principale. La diagonale principale rappresenta la situazione in cui le imprese sono della stessa dimensione, infatti su di essa l'y per cento delle imprese offre l'y per cento della produzione per ogni  $0 < y < 1$ . La diagonale principale pertanto rappresenta il valore minimo di disuguaglianza e tanto più una curva si allontanerà da essa tanto più il settore che rappresenta sarà caratterizzato da una elevata disuguaglianza nella dimensione delle imprese. Tanto maggiore ovviamente è la disuguaglianza tanto maggiore è il grado di concentrazione.

Gli indicatori di ineguaglianza maggiormente utilizzati sono il coefficiente di variazione  $c$  precedentemente definito e l'indice di Gini. Con riferimento alla figura 2 l'indice di Gini misura il rapporto tra l'area tratteggiata e l'area del triangolo OST e assume valori compresi tra 0 e 1. Più ampia è l'area tratteggiata e maggiore è l'indice di Gini, maggiore è il grado di disuguaglianza.

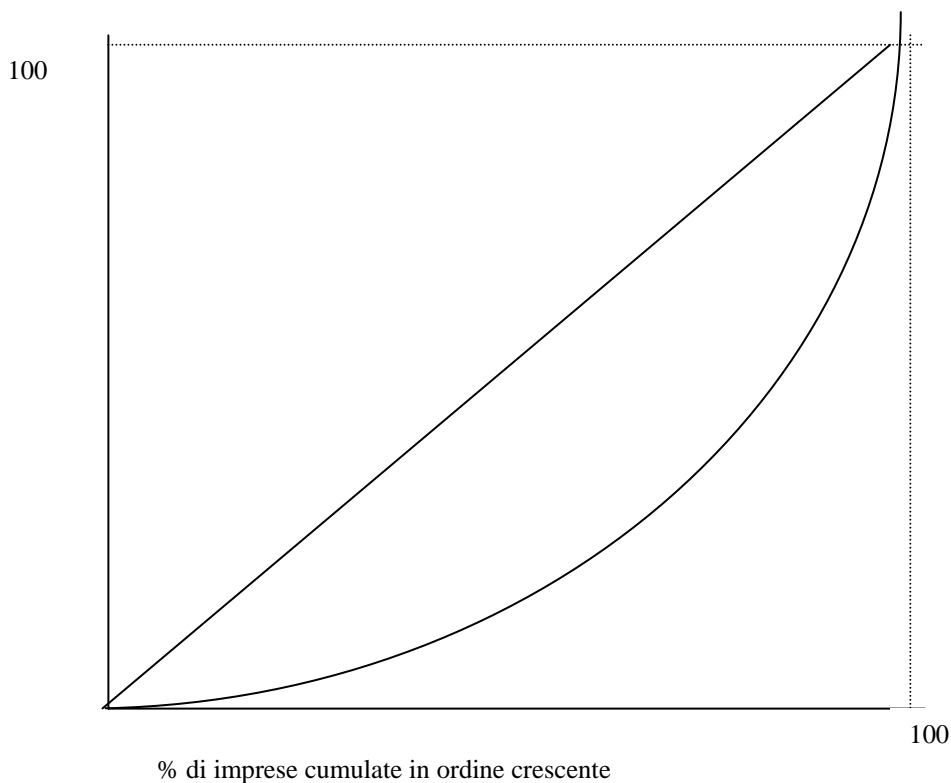


Figura 2

La concentrazione di un settore viene generalmente correlata al potere di mercato. Più elevata è la concentrazione di un settore, maggiormente ci si aspetta che le imprese, in particolare le più grandi, siano in grado di esercitare un potere di mercato. Tale affermazione non trova sempre riscontro nei modelli di concorrenza imperfetta dell'economia politica tradizionale. L'esempio più evidente è il duopolio alla Bertrand, dove una elevata concentrazione del settore (un  $C_2$  pari a 1) si associa all'assenza di potere di mercato. Al contrario il modello generalizzato di Cournot con concorrenza nelle quantità predice un aumento del margine prezzo-costi man mano che cresce il numero delle imprese ed aumenta il grado di concentrazione calcolato attraverso l'indice di Herfindhal. Ciò che si può affermare è che di fatto non ci sono basi teoriche valide che ci permettano di accettare una regola generale di correlazione positiva tra concentrazione e potere di mercato.

La consuetudine a correlare la concentrazione con il potere di mercato nasce da un approccio di analisi prevalentemente empirico dell'economia industriale che privilegia gli aspetti istituzionali del sistema economico ed utilizza un metodo induttivo che a partire dallo studio dei casi permette di disegnare schemi di analisi più generali. Tale approccio trova la sua maggiore esemplificazione nel paradigma struttura-condotta-performance<sup>19</sup>. Tale paradigma nato principalmente a partire dal lavoro di Mason e successivamente di Bain, ha rappresentato e rappresenta tuttora per molti studiosi il corpo centrale dell'economia industriale.

Il paradigma struttura condotta performance assume che date alcune caratteristiche del sistema (le cosiddette condizioni di base relative alla domanda, ai costi e alla tecnologia) in un dato settore si determinano delle condizioni strutturali che influenzano il comportamento (la condotta) delle imprese, che a sua volta determina i risultati del settore.

La struttura di un mercato è descritta a partire da un insieme di indicatori: il grado di concentrazione, il livello di differenziazione della produzione, la presenza di barriere all'entrata, il grado di integrazione verticale, il livello di diversificazione conglomerale.

Il paradigma assume che data una particolare caratterizzazione della struttura, le imprese tenderanno a seguire una determinata "condotta". In definitiva il modello permette di inferire quale sarà il comportamento delle imprese, in termini di definizione degli obiettivi, scelte strategiche e pratiche competitive, a partire dalle informazioni sulla struttura. La condotta delle imprese determina a sua volta i risultati (la performance) del settore, sia a livello della singola impresa che in termini complessivi. Tra i possibili indicatori della performance ricordiamo l'efficienza, il livello di profittabilità, la capacità di crescita e di sviluppo tecnologico.

Negli anni sessanta e settanta si sono sviluppati due filoni di ricerca empirica basati sul paradigma SCP, l'uno relativo allo studio dei casi, e l'altro agli studi econometrici su dati cross section. Gli studi econometrici su dati cross section hanno avuto l'obiettivo principale di testare l'esistenza della correlazione tra indicatori della performance e indicatori della struttura utilizzando dati relativi a più settori industriali. La correlazione più frequentemente testata è stata quella tra i profitti delle imprese e la concentrazione industriale. L'esistenza nella maggioranza dei casi di una correlazione positiva tra tali variabili è stata spiegata ipotizzando che una elevata concentrazione permetta la fissazione di prezzi superiori al costo marginale e conduca pertanto a elevati profitti. Di qui la "regola" diffusamente accettata che una elevata concentrazione sia associata ad un elevato potere di mercato da parte delle imprese.

A partire principalmente dalla fine degli anni settanta sono stati sottolineati due importanti limiti del paradigma SCP, l'eccessivo orientamento empirico e la staticità dell'approccio. Riguardo al primo limite le critiche hanno evidenziato l'incapacità del modello di fornire un quadro teorico generale all'interno del quale interpretare le diverse evidenze empiriche. Con riferimento alla staticità del modello è stato sottolineato come esso non permetta di analizzare le complesse dinamiche del mondo reale, dove i dati presupposti esogeni dal modello (come la tecnologia e i costi) sono di fatto endogeni e dove le relazioni tra struttura, strategie e performance non sono unidirezionali ma bidirezionali e con effetti di feedback e recursività. Si pensi ad esempio a come alcuni caratteri della struttura come le barriere all'entrata siano determinati spesso proprio dalle strategie delle imprese e come ancora le strategie, come ad esempio un elevato sforzo in ricerca e innovazione, possano cambiare le condizioni di base relative ai costi ed alla tecnologia.

---

<sup>19</sup> Il termine anglosassone è structure-conduct-performance. In italiano è noto alternativamente come struttura-condotta-performance, o struttura-strategie-risultati.

## L'ORIGINE DELLA NORMATIVA ANTITRUST

Gli ordinamenti giuridici dei paesi industrializzati contengono, in misura più o meno ampia, un insieme di norme destinate a proteggere il funzionamento del mercato concorrenziale, che costituiscono la cosiddetta normativa antitrust. Il termine antitrust deriva dalla prima applicazione che tale tipo di normativa ebbe nel diciannovesimo secolo negli Stati Uniti. Nella seconda metà di tale secolo negli USA le imprese si espansero enormemente attraverso il ricorso alla raccolta pubblica di risparmio, vale a dire trasformandosi da imprese individuali (private firms) in società per azioni (public companies). Simultaneamente si diffuse la pratica del conferimento, da parte degli azionisti che operavano sullo stesso mercato, del capitale di tali imprese a società fiduciarie, i trust, che provvedevano alla gestione delle partecipazioni. Tale pratica portò al formarsi di forti concentrazioni di capitali e al nascere di pratiche concordate tra le varie imprese che facevano riferimento alla stessa trust.

L'eccessivo potere di mercato dei trust su di alcuni mercati, con l'attuazione di aggressive politiche per l'eliminazione dei concorrenti (sia le piccole imprese indipendenti che i concorrenti potenziali) suscitarono una crescente preoccupazione pubblica circa il rispetto di uno dei pilastri del patto costituzionale americano: la difesa della libertà dell'impresa e dell'iniziativa privata. Dopo diversi dibattiti e proposte di intervento, nel 1888 il senatore Sherman presentò una proposta di regolamentazione dei trust, approvata nel 1890 come Sherman Act. Lo Sherman Act, tuttora alla base della normativa americana antitrust, considera gli atti restrittivi della concorrenza come violazioni penali, contro cui i privati e lo stato possono ricorrere di fronte ai tribunali federali, ai diversi livelli, fino alla Corte suprema. Lo Sherman Act è stato integrato attraverso l'emanazione di leggi successive, tra le quali di particolare rilievo il Clayton Act del 1914, il Robinson-Putman Act nel 1936 e l'Hart-Scott-Rodino Act del 1976<sup>20</sup>.

La diversa struttura economica dei paesi europei e le vicende politiche che ne hanno caratterizzato la storia della prima metà del ventesimo secolo<sup>21</sup> hanno condotto ad una tardiva applicazione del principio di difesa della concorrenza. Le basi per una vera e propria legislazione antitrust furono poste solo col trattato di Roma che nel 1957 definiva la nascita della comunità europea<sup>22</sup>. La differenza fondamentale dell'approccio europeo rispetto a quello americano è il tipo di responsabilità prevista per le imprese che infrangono la legge, di tipo penale negli Stati Uniti e civile in Europa (dove oltretutto la responsabilità ricade sull'impresa e non su singoli individui).

Gli articoli 85 e 86 del trattato originario, rinumerati come 81 e 82 nel trattato di Amsterdam, definivano principi analoghi nella sostanza a quelli dello Sherman Act relativamente ai temi degli accordi tra imprese e all'abuso di posizione dominante. I vari stati della Comunità hanno recepito nel tempo le disposizioni comunitarie attraverso atti legislativi nazionali. La legge italiana a tutela della concorrenza, n. 287 del 1990, aderisce pienamente alle disposizioni comunitarie nel rispetto dell'articolo 41 della Costituzione (che tutela la libertà di iniziativa economica) e contiene alcuni articoli specificamente rivolti a limitare l'area di monopolio legale, che in Italia si manifesta principalmente nella forma di monopolio pubblico. L'emanazione della legge in Italia è stata tardiva rispetto al resto dell'Europa anche perché ha dovuto attendere l'abbandono da parte del ceto dirigente del Paese di quella politica di difesa dei gruppi industriali nazionali ancora in auge durante gli anni ottanta.

## PRINCIPI, AMBITI DI APPLICAZIONE E DIFFICOLTÀ DI INTERPRETAZIONE DELLA NORMATIVA ANTITRUST

La normativa antitrust mira a controllare quelle politiche di impresa capaci di limitare in misura non trascurabile la concorrenza su di un particolare mercato. La limitazione della concorrenza fa riferimento a tre dimensioni fondamentali:

<sup>20</sup> Per una sintesi del percorso legislativo americano ed europeo, oltreché per una discussione complessiva sul significato e le modalità di applicazione delle normative antitrust, si veda il volume di Pera (2001), da cui è tratto parte del materiale presentato in questa sezione. Per una trattazione dei modelli di analisi teorica alla base della normativa antitrust si rimanda al classico volume di Viscosi, Vernon e Harrington (1995).

<sup>21</sup> Jacquemin (2001) ricorda come i cartelli siano stati promossi e protetti nei regimi totalitari in quanto significavano un più semplice controllo centralizzato dell'economia ed una limitazione della libertà privata. I regimi nazista e fascista promossero i cartelli, ma anche i difensori del comunismo ne hanno sempre sottolineato l'importanza come forma organizzativa intermedia nel passaggio dal sistema di mercato a quello pianificato.

<sup>22</sup> La Gran Bretagna, la Germania e la Francia possedevano disposizioni in materia precedenti al trattato di Roma datate rispettivamente al 1948, al 1948 e al 1945.

- Le restrizioni poste all'entrata di nuove imprese sul mercato e l'abuso di posizione dominante. Come si è visto l'esercizio del potere di mercato da parte di una impresa è reso possibile dalla presenza nel settore di barriere all'entrata. Le norme antitrust definiscono il tipo e il livello delle barriere ammesse. Le imprese leader che detengono elevate quote di mercato possono tentare di monopolizzare un settore, vale a dire che possono abusare della propria posizione dominante, costringendo con il proprio "peso economico" sia i clienti che i fornitori ed concorrenti più deboli a rispettare accordi e regole (formali e informali) che ne limitano la libertà di iniziativa economica.

- Le concentrazioni. Una concentrazione si ha quando due o più imprese precedentemente indipendenti vengono poste sotto il controllo di un medesimo soggetto. Fusioni, acquisizioni, integrazione verticale sono tutti esempi di concentrazione. Le concentrazioni rappresentano uno sviluppo fisiologico delle economie di mercato e rispondono ad esigenze diverse, alcune pro-competitive (ricerca di una maggiore efficienza attraverso lo sfruttamento di economie di scala e di scopo e/o l'acquisizione di saperi e tecnologie sviluppati da altre imprese), altre anti-competitive (crescita della dimensione e della quota di mercato per scopi monopolistici). Scopo della legislazione antitrust è di limitare le concentrazioni capaci di indurre modifiche nella struttura di un mercato tali da rendere nel tempo possibili comportamenti anticoncorrenziali.

- Le collusioni. Alcune imprese possono stringere accordi (formali o informali) con i quali si impegnano a seguire un determinato comportamento. Tali accordi possono interessare imprese che competono sullo stesso mercato di vendita (accordi orizzontali) o imprese che competono su mercati di vendita diversi lungo una determinata filiera produttiva (accordi verticali). Gli accordi orizzontali vanno dalla tradizionale formazione di cartelli per la fissazione del prezzo e la divisione del mercato a tipi di accordi più complessi e sfumati sul tipo delle pratiche concordate (esempi: escludere particolari clienti per salvaguardare una configurazione del settore particolarmente conveniente; ritardare l'introduzione di una innovazione per sfruttare ulteriormente le potenzialità di profitto del prodotto maturo). Gli accordi di tipo verticale sono vari e vanno dalle tradizionali forme di restrizione verticale<sup>23</sup> a forme contrattuali recenti (come le slotting allowances<sup>24</sup>) e a tipi diversi di pratiche concordate (esempi: l'uso di particolari tecniche di promozione per l'acquisizione di informazioni sul comportamento dei consumatori). Tutti i tipi di accordi collusivi (sia formali che informali) sono condannati dalla normativa antitrust ogni qualvolta ne venga accertato l'effetto anticompetitivo insieme alla intenzionalità delle parti. Entrambi questi elementi risultano spesso difficili da valutare. L'effetto anticompetitivo in molti casi, come negli accordi verticali ed in alcuni tipi di pratiche concordate, è difficile da stimare a causa di alcuni elementi, come un elevato grado di differenziazione che indeboliscono il rapporto tra potere di mercato e livello di concentrazione. Inoltre esso si sovrappone spesso ad un effetto "efficienza" la cui presenza per la normativa europea bilancia in parte gli effetti anticompetitivi e può essere sufficiente, entro certi limiti, ad escludere l'intervento dell'autorità antitrust. L'elemento della intenzionalità è ancora più problematico. La teoria dei giochi non competitivi ha dimostrato ripetutamente come le imprese possano allinearsi rispetto ad una determinata politica (ad esempio fissare lo stesso prezzo e non intraprendere una strategia di guerra dei prezzi) senza stringere accordi, ma come semplice risultato di equilibrio di una interazione di tipo non cooperativo. A volte l'elemento dell'intenzionalità può essere provato solo con indagini approfondite ad hoc, come nel caso dei produttori di vitamine, il cui accordo di prezzo concordato fu scoperto attraverso l'uso di una videocamera spia nascosta in una lampada in una stanza di albergo dove erano riuniti alcuni amministratori di imprese giapponesi, americane ed europee.

La legislazione antitrust è lo strumento di elezione della politica per la concorrenza (competition policy) intrapresa da un governo e la forma che essa assume è strettamente connessa agli obiettivi di tale politica. Gli obiettivi generali della competition policy sono almeno tre: la diffusione del potere economico privato e la

<sup>23</sup> Si veda il capitolo

<sup>24</sup> Le slotting allowances sono quote fisse pagate dalle imprese di trasformazione ai dettaglianti affinché questi ultimi stocchino prodotti nuovi per il periodo di prova del nuovo prodotto. Sebbene il pagamento di tale tassa per l'introduzione dei nuovi prodotti possa essere accusato di produrre effetti anticompetitivi (sia a livello orizzontale perché ostacola le politiche di innovazione del prodotto da parte delle imprese con ridotte disponibilità finanziarie, sia a livello verticale, perché aumenta i costi di cambiamento (switching costs) del proprio distributore da parte delle imprese di trasformazione che pagano la tassa), l'evidenza empirica di tale effetto è scarsa. Per una discussione sugli effetti anticoncorrenziali delle slotting allowances si veda Sullivan, 1997.

protezione della libertà e dei diritti individuali, entrambi elementi che possono essere messi in pericolo dall'esistenza di monopoli e cartelli; la disincentivazione della concorrenza sleale, attuata attraverso pratiche abusive quali coercizione, discriminazione, rifiuto alla vendita, boicottaggi e cartelli; l'eliminazione degli effetti di inefficienza e di perdita di benessere dei consumatori associati alle pratiche di monopolio.

In definitiva la competition policy difende la concorrenza in generale, ma difende anche l'interesse di specifici gruppi di attori, quali i consumatori e le imprese più deboli. La legislazione antitrust può assumere diverse forme a secondo soprattutto della priorità data ai diversi obiettivi. La legislazione europea mira soprattutto alla difesa della concorrenza in generale ed alla salvaguardia del surplus del consumatore, mentre la legislazione statunitense presta maggiore attenzione alla difesa dei singoli concorrenti ed alle pratiche sleali (Jacquemin, 2001).

## Capitolo 5

### L'analisi del coordinamento verticale

Per coordinamento verticale ci si riferisce all'insieme dei modi attraverso cui vengono gestiti gli scambi e coordinati i comportamenti strategici lungo il canale distributivo agroalimentare. Nel capitolo sui margini distributivi è stato illustrato il percorso, più o meno lungo e complesso, che i prodotti agricoli devono seguire per raggiungere la domanda finale. Imprese appartenenti a diversi settori partecipano al processo di produzione e di scambio che dà origine al prodotto alimentare finale a partire dal bene agricolo di base.

Immaginando una filiera di produzione costituita da diverse fasi di processo tecnologicamente separabili, si ha che a livello di ogni interfaccia tecnologicamente separabile si attiva un processo di scambio che vede l'output prodotto nella fase a monte entrare come input nella fase produttiva a valle. Se le due fasi separabili lungo la filiera sono gestite dalla stessa impresa (organizzazione) lo scambio viene gestito all'interno di tale impresa attraverso i meccanismi organizzativi scelti dalla stessa. Se al contrario le due fasi sono gestite da imprese diverse queste dovranno trovare un accordo su come effettuare lo scambio.

Ogni processo di scambio lungo la filiera è caratterizzato da una dimensione tecnica (la definizione delle caratteristiche tecniche del prodotto e del processo materiale di scambio), una dimensione strategica (data dal valore strategico dello scambio, ossia dalla sua importanza nell'influenzare le diverse strategie di impresa per l'ottenimento del vantaggio competitivo), una dimensione economica (relativa alla determinazione dei costi e dei profitti più direttamente monetizzabili associati allo scambio) ed una dimensione organizzativa-istituzionale (relativa alle formule contrattuali utilizzate dalle controparti per la definizione dei reciproci impegni e garanzie).

L'analisi del coordinamento verticale abbraccia lo studio di tutte le problematiche connesse al fluire del bene agroalimentare lungo il canale distributivo (o filiera agroalimentare), focalizzandosi sullo studio delle modalità di gestione degli scambi intesi in modo molto ampio a partire dalle quattro dimensioni ora ricordate.

La letteratura economico-agraria ha affrontato il problema del coordinamento verticale a partire dagli anni settanta, in relazione soprattutto a due temi di indagine: l'analisi comparata di sistemi agroalimentari di paesi diversi, per l'individuazione dei fattori di competitività sul mercato mondiale; l'analisi del ruolo e della posizione strategica dell'agricoltura nelle diverse fasi di sviluppo dei mercati agroalimentari. Relativamente al primo tema è stata sottolineata l'importanza di un buon coordinamento verticale per la competitività di un sistema agroalimentare. Una efficiente gestione degli scambi e della logistica riduce i costi di distribuzione, mentre un buon livello di comunicazione facilita gli accordi collaborativi tra le imprese ed allarga l'orizzonte delle strategie possibili per l'ottenimento del vantaggio competitivo. Un buon coordinamento verticale può contrastare il "naturale" processo di marginalizzazione del settore agricolo all'interno del sistema. Infatti la minimizzazione dei costi distributivi riduce il margine e la divaricazione tra mercato agricolo e finale, mentre un maggiore coordinamento strategico e l'instaurarsi di rapporti collaborativi tra imprese offre migliori opportunità di innovazione e valorizzazione della produzione anche a livello del settore agricolo. Durante gli anni novanta l'analisi del coordinamento verticale ha assunto sempre maggiore rilievo, poiché ha offerto gli strumenti metodologici e concettuali per l'analisi dei fattori di sviluppo emergenti dei sistemi agroalimentari moderni: il rapido tasso di innovazione tecnologica (soprattutto informatica), gli accelerati processi di consolidamento e globalizzazione, e la rapida ascesa del dettaglio nella leadership strategica del settore.

Quando si tiene conto del canale distributivo l'analisi dei mercati agricoli deve essere condotta tenendo conto di tutta la filiera produttiva. Prima di raggiungere il consumatore finale il prodotto agricolo subisce una serie di modificazioni nel tempo (tecniche di conservazione e condizionamento), nello spazio (trasporto e movimentazione) e fisiche (processi di trasformazione).

Si può pensare all'intero percorso come ad un processo produttivo (di beni e servizi) composto da varie fasi tecnologicamente separabili. Nei punti in cui tali fasi o stadi produttivi sono adiacenti lungo la catena verticale si ha uno scambio di risorse tra fase a monte e fase a valle. Tale scambio può essere gestito in vari modi:

- 1- All'interno di un'unica organizzazione produttiva (integrazione verticale).
- 2- Utilizzando il mercato a pronti. Lo scambio avviene attraverso un processo di compravendita vicino a quello ipotizzato dal modello di concorrenza perfetta. Compratori anonimi scelgono indipendentemente l'uno dall'altro quanta merce comprare da qualsivoglia dei venditori anonimi presenti sul mercato tenendo conto unicamente del prezzo. Il prezzo si forma istantaneamente sul mercato grazie ad un meccanismo di scoperta del prezzo assimilabile ad un'asta con informazione perfetta e gratuita. Il contratto di compravendita è un contratto a pronti che definisce esclusivamente il prezzo e la quantità.
- 3- Attraverso la stipulazione di contratti di compravendita di breve o lungo periodo che definiscono un particolare tipo di accordo tra un particolare compratore e venditore.
- 4- Con la formazione di cooperative di secondo grado che gestiscono la fase a valle attraverso il conferimento del prodotto da trasformare da parte dei soci stessi.

L'analisi delle modalità attraverso le quali le imprese poste in stadi adiacenti della filiera entrano in contatto e organizzano gli scambi prende il nome di analisi del coordinamento verticale all'interno del sistema agro-alimentare. Tale analisi assume particolare rilievo quando il sistema presenta caratteri tali da far sì che il mercato risulti sempre meno conveniente nella gestione degli scambi.

L'analisi del coordinamento verticale può essere condotta a partire da tre prospettive:

- 1- l'analisi del fallimento del mercato, che aiuta a capire perché il mercato a volte funzioni male;
- 2- l'analisi dell'integrazione verticale, che focalizza l'attenzione sugli incentivi che determinano il passaggio alla gestione nell'ambito di una unica impresa di due fasi adiacenti;
- 3- l'analisi dei costi di transazione, che si propone di individuare la forma organizzativa migliore per la gestione di uno scambio a partire dalla stima comparata dei costi di transazione.

### Fallimento del mercato

Si dice che il mercato fallisce quando non riesce a guidare le scelte degli operatori in modo da garantire un'allocazione ottimale delle risorse.

Esistono almeno tre importanti fattori che determinano il fallimento del mercato: imperfezione del mercato; impossibilità per il prezzo di sintetizzare tutte le informazioni rilevanti necessarie per lo scambio (problemi informativi); esistenza di beni pubblici.

Imperfezioni del mercato. Dall'analisi dei modelli di monopolio, di oligopolio e di concorrenza monopolistica si è visto come quando alcuni operatori detengono un potere di mercato l'equilibrio che si forma sul mercato può non garantire una allocazione ottimale delle risorse. In alcuni casi l'equilibrio stesso risulta indeterminato e non è possibile valutare gli effetti dell'imperfezione del mercato sull'allocazione delle risorse. Nel caso del monopolio bilaterale il forte potere di mercato delle controparti determina l'impossibilità della scoperta di un prezzo di equilibrio. Nel caso del doppio monopolio l'inefficienza causata dalla successione di due monopoli lungo il canale distributivo spinge gli operatori a gestire lo scambio senza

far ricorso al mercato ma utilizzando diverse soluzioni organizzative, come l'integrazione verticale o contrattuale.

Problemi informativi. Nel modello di concorrenza perfetta si ipotizza che gli operatori abbiano accesso istantaneamente e senza costo alle informazioni necessarie per prendere in modo ottimale le proprie decisioni. Nel mondo reale vi può essere un'elevata richiesta di informazioni. Ad esempio un bene in un particolare mercato raramente è omogeneo ed i compratori tenderanno di avere informazioni sulle caratteristiche del singolo bene. I venditori possono attuare politiche diverse in termini di prezzo, assicurazione del prodotto, modalità di consegna e pagamento della merce e pertanto gli acquirenti tenderanno di conoscere le offerte del singolo venditore. Per ottenere le informazioni rilevanti gli acquirenti dovranno sopportare un costo, il costo di ricerca delle informazioni e se tale costo è molto elevato la ricerca si fermerà prima che gli acquirenti dispongano delle informazioni necessarie ad effettuare la scelta ottimale. Oltre a tale problema di costo e incompletezza delle informazioni vi è poi un problema di asimmetria informativa. Alcuni operatori detengono delle informazioni cosiddette riservate, alle quali cioè gli altri operatori non possono avere accesso. Tali operatori possono usare le proprie informazioni riservate per guidare il mercato verso un equilibrio che li avvantaggi rispetto agli altri operatori. Se un operatore conosce la superiorità informativa della propria controparte nel processo di scambio, pur di non effettuare scelte svantaggiose può decidere di non vendere (comprare) la merce. I problemi informativi conducono frequentemente all'incompletezza dei mercati, vale a dire che alcuni beni non verranno offerti nonostante che il costo di produzione risulti inferiore al prezzo che i consumatori sarebbero disposti a pagare.

Beni pubblici. Si definiscono beni pubblici quei beni caratterizzati da una duplice proprietà: il loro godimento da parte di un individuo addizionale non costa nulla; è difficile o impossibile escludere individui dalla loro fruizione. Il mercato non assicura l'offerta di tali beni o ne determina una offerta insufficiente. Tipici esempi di beni pubblici sono la difesa militare e l'illuminazione stradale. L'informazione, ad esempio quella offerta da un'impresa tramite mezzi di comunicazione di massa sul corretto utilizzo di un bene, presenta spesso le caratteristiche di un bene pubblico. L'impresa che offre l'informazione non può impedire che di essa si avvantaggino anche i clienti delle imprese concorrenti. In questo caso l'offerta di informazione produce anche una esternalità positiva per le imprese concorrenti.

#### INTEGRAZIONE VERTICALE

Quando due fasi adiacenti e tecnologicamente separabili che si trovano lungo una filiera produttiva vengono gestite e controllate nell'ambito di un'unica organizzazione produttiva si parla di integrazione verticale. L'analisi dell'integrazione verticale mira a spiegare quali sono i fattori (incentivi) che spingono verso la gestione congiunta di due fasi produttive in luogo del trasferimento di beni da una fase all'altra attraverso uno scambio di mercato.

Esistono tre importanti tipi di spiegazioni per l'integrazione verticale che guardano al processo focalizzando l'attenzione su particolari aspetti di esso: il determinismo tecnologico, l'incompletezza dei contratti, i costi di transazione.

Il determinismo tecnologico agisce quando l'integrazione verticale consente di sfruttare eventuali economie di scala e/o di gamma alle quali il mercato non consente di accedere. In genere le economie di scala che si vengono a creare con lo sviluppo dei mercati (una maggiore domanda determina la possibilità di sfruttare i risparmi di costo che si hanno con l'aumento della scala produttiva) spingono verso processi di disintegrazione e rappresentano pertanto un ostacolo all'integrazione verticale. Le economie di gamma agiscono in senso opposto. Dati due processi produttivi  $y_1=f(x)$ ,  $y_2=f(z)$  vi è un'economia di gamma quando  $c(y_1) + c(y_2) > c(y_1, y_2)$ ; vale a dire che la produzione congiunta dei due beni determina un costo inferiore rispetto alla produzione tramite processi separati.

Quando il mercato non assicura la scoperta di un prezzo di equilibrio che dia un adeguato incentivo di partecipazione allo scambio sia ai venditori che agli acquirenti, a causa di problemi informativi ed assicurativi, la stipula di un contratto che impegni le parti al rispetto di determinate azioni, può correggere le distorsioni del mercato. Se esiste un contratto perfetto e completo, vale a dire capace di descrivere tutte le possibili contingenze e ad impegnare credibilmente le parti ad eseguire determinate azioni per ogni contingenza, un tale contratto si sostituirà al mercato nella gestione dello scambio. Tuttavia se i contratti effettivamente possibili lasciano rilevanti elementi di indeterminatezza sulle reazioni delle parti ai possibili eventi (si dice che sono contratti incompleti), alcuni partecipanti allo scambio possono non accettarlo. In tal caso l'unica alternativa al mercato (oltre alla rinuncia allo scambio) è l'integrazione verticale.



Una transazione si ha ogniqualvolta un bene viene scambiato lungo un'interfaccia tecnologicamente separabile. Una transazione è caratterizzata da una componente materiale (il bene e gli operatori che partecipano allo scambio) e da una componente immateriale (le regole e le procedure attraverso le quali lo scambio viene eseguito). Affinché la transazione possa avere luogo devono essere sostenuti dei costi, detti appunto costi di transazione, che si aggiungono ai costi di produzione nella definizione delle funzioni obiettivo degli operatori. Il mercato verrà sostituito da una forma alternativa di regolazione dello scambio ogniqualvolta tale forma di regolazione (ad esempio un contratto o l'integrazione verticale) permetterà alle parti (o ad almeno una di esse) di risparmiare parte dei costi di transazione. Tra i costi di transazione più comuni ricordiamo i seguenti:

- i costi di ricerca delle informazioni;
- i costi di assicurazione contro comportamenti sleali;
- i costi di assicurazione contro eventi imprevedibili;
- i costi contrattuali ex-ante, che si sostengono prima della stipula del contratto (in generale i costi di negoziazione e di ricerca del contratto ottimale);
- i costi contrattuali ex-post, che si sostengono durante l'esecuzione del contratto (in generale i costi di controllo, salvaguardia e revisione del contratto).
- 

#### *. L'IMPRESA COME ISTITUZIONE*

Negli ultimi trenta anni si è consolidata una nuova visione di impresa che ha reso possibile la ridefinizione di alcuni problemi tradizionali dell'analisi economica, quali lo studio della dimensione di impresa e dell'integrazione verticale, l'analisi del fallimento del mercato e lo studio comparato dei sistemi economici. Tale nuova visione di impresa muove le mosse da uno degli articoli (Coase, 1937) forse tra i più citati negli ultimi trenta anni in molti settori della letteratura economica (come l'economia industriale, la sociologia economica, le discipline manageriali ed organizzative).

Nel lavoro del 1937 Coase si pose l'obiettivo di rendere la teoria dell'impresa tradizionale più realistica, vale a dire nelle parole dell'autore capace di "trovare riscontro nell'idea di impresa che ha l'uomo della strada", salvaguardando nel contempo la possibilità di utilizzare gli strumenti tradizionali dell'analisi economica ed in particolare il concetto di sostituzione al margine.

Coase parte dalla constatazione che l'economia ortodossa ritiene che il sistema economico sia coordinato dal meccanismo dei prezzi: gli individui scelgono e agiscono individualmente, guidati dal sistema economico. Le scelte individuali sono "automaticamente" coordinate dal sistema dei prezzi e non si pone la necessità di sviluppare strutture organizzative per il coordinamento del sistema. Tuttavia, prosegue Coase, questa visione contrasta con la realtà economica dove è ben visibile il ruolo organizzativo delle imprese. All'interno di una impresa l'allocazione delle risorse non è attuata sempre in base al rapporto tra i prezzi relativi. Se un lavoratore si sposta dal reparto A al reparto B non è perché si sia verificato un cambiamento dei prezzi relativi, ma perché gli è stato ordinato di farlo. Quindi nel sistema economico agiscono processi di pianificazione per la risoluzione di problemi di coordinamento che non possono essere risolti dai movimenti dei prezzi.

Coase ricorda che alcuni economisti avevano già in precedenza sottolineato il fenomeno: Marshall aveva introdotto l'organizzazione come il quarto fattore di produzione; Clark attribuiva all'imprenditore la funzione di coordinamento; Knight aveva introdotto la figura dei managers con il compito di coordinare le attività dell'impresa; Robertson aveva osservato come si trovino "isole di potere consapevole in questo scenario di cooperazione inconsapevole, come grumi di burro che coagulano in un sacchetto di fior di latte". Nessuno di tali autori tuttavia aveva posto esplicitamente la domanda sul perché fosse necessaria una attività organizzativa laddove il mercato dovrebbe assicurare un coordinamento pressoché perfetto.

L'obiettivo di Coase è proprio quello di eliminare il vuoto che esiste nella teoria economica fra l'ipotesi (fatta per taluni obiettivi) che le risorse siano allocate attraverso il meccanismo dei prezzi e l'ipotesi (fatta per altri scopi) che l'allocazione dipenda dall'imprenditore/coordinatore. L'obiettivo in altre parole è quello di rispondere alla domanda del perché nasce l'impresa, ed in particolare l'impresa di grandi dimensioni dell'epoca della produzione di massa<sup>iv</sup>, in un'economia di scambio specializzata.

Coase offre una risposta a tale domanda tanto semplice (in quanto si avvale di categorie economiche tradizionali), quanto geniale (in quanto apre la strada ad una revisione profonda della teoria dell'impresa e del mercato). La risposta è che non sempre il governo tramite mercato è senza costo. Quando il costo d'uso

del mercato per il governo di una transazione diviene più elevato del costo d'uso della burocrazia d'impresa, questa si sostituisce al mercato nel governo della transazione.

In definitiva la nascita della funzione organizzativa dell'impresa è dovuta principalmente all'esistenza dei costi d'uso del mercato, mentre l'espansione dell'impresa è limitata dai rendimenti decrescenti dell'attività organizzativa svolta dall'imprenditore (o in altri termini dai costi d'uso della burocrazia interna). Una impresa tenderà ad espandersi fino a che i costi di organizzare una transazione in più all'interno dell'impresa diventano uguali ai costi di effettuare la stessa transazione mediante uno scambio sul mercato aperto, o ai costi di organizzare una impresa diversa.

Il problema di analisi fondamentale è allora quello di confrontare il costo d'uso del mercato con quello della gerarchia di impresa. Da un lato è necessario individuare le circostanze che rendono costoso l'uso del mercato (Coase fa riferimento ai costi della transazione, intesi genericamente come tutti quei costi associati alla definizione delle modalità e all'esecuzione dell'atto di scambio, come ad esempio la definizione, l'esecuzione e la salvaguardia del contratto di compravendita). Dall'altro bisogna stimare i costi interni dell'impresa di regolazione della transazione; ciò è possibile solo se si supera la visione neoclassica dell'impresa come funzione di produzione e si introduce quella di impresa come organizzazione.

Il lavoro di Coase è seminale per la teoria dell'organizzazione in quanto pone le basi per il successivo approfondimento della teoria dei contratti, della teoria dell'integrazione verticale, della teoria dei costi di transazione, dell'analisi organizzativa interna dell'impresa, della teoria dei diritti di proprietà. Infatti Coase:

- Individua nella transazione una unità di analisi fondamentale, aprendo la strada alla successiva economia dei costi di transazione formulata da Williamson.
- Pone l'accento sui meccanismi contrattuali, introducendo da un lato all'immagine successivamente divenuta famosa dell'impresa come "*nexus of contracts*", e dall'altro alla teoria contrattuale dell'integrazione verticale.
- Sottolinea l'importanza dello studio delle burocrazie, lanciando un ponte fra gli studi di sociologia organizzativa e quelli classici di teoria dell'impresa.
- Mostra come il problema dell'integrazione verticale sia in realtà quello della definizione dei confini di impresa più efficaci per la soluzione del problema organizzativo attraverso l'integrazione mercato-burocrazia.
- Introduce il dubbio sull'importanza delle ipotesi sulla distribuzione dei diritti di proprietà ai fini della determinazione dell'ottima allocazione delle risorse.

L'insegnamento di fondo del lavoro di Coase e che è alla base di tutti gli sviluppi teorici e metodologici che esso ha prodotto è che l'impresa non è una funzione tecnica di produzione, secondo la definizione implicita dell'economia standard, ma è fundamentalmente una istituzione e come tale deve essere analizzata. Il campo di studio della teoria dell'impresa si sposta pertanto da quello della teoria della produzione a quello della teoria organizzativa, vale a dire dell'analisi istituzionale.

#### ALCUNE DEFINIZIONI E CHIARIMENTI TERMINOLOGICI

Prima di passare all'introduzione degli approcci di analisi organizzativa utili per lo studio dei problemi di coordinamento all'interno del sistema agroalimentare, è utile sgombrare il campo da alcune ambiguità terminologiche, richiamando i significati comuni che si danno ad alcuni termini e sottolineando le specifiche definizioni che utilizziamo nel seguito.

I termini su cui è necessario fare chiarezza sono organizzazione, istituzione, piano, burocrazia-gerarchia. Di seguito diamo alcune definizioni molto generali di tali termini, ricordando che tali definizioni sono solo alcune delle definizioni offerte da un campo disciplinare e da un corpo di letteratura, quello organizzativo, quanto mai variegato e complesso.

In economia il termine organizzazione viene usato soprattutto con riferimento all'analisi dell'organizzazione economica (vale a dire all'analisi di come vengono gestite e coordinate le attività di produzione, scambio e distribuzione delle risorse economiche). A riguardo si distinguono due tipi ideali di organizzazione economica: il mercato, tipico dei sistemi liberali; la burocrazia pubblica, tipica dei sistemi socialisti. Si fa riferimento poi alle economie miste, quali sono generalmente quelle dei paesi occidentali avanzati, quando l'ingerenza pubblica nell'economia (tale ingerenza si ha sia quando il settore pubblico diviene attore economico come nei monopoli statali, sia quando gli interventi di regolamentazione economica sono tali da "vincolare" il mercato come nel caso ad esempio dei beni pubblici) è tale da modificare sostanzialmente i meccanismi di mercato in alcuni settori. La letteratura sui sistemi economici

comparati distingue tra sistema liberale (quando la funzione organizzativa è affidata al mercato) e pianificato (quando la funzione organizzativa è affidata al piano, cioè a direttive gerarchiche che risolvono in modo autoritario il problema di scelta di ciascun soggetto).

In sociologia organizzazione è sinonimo di burocrazia, con riferimento sia alle burocrazie pubbliche che private, relativamente a diversi fini e funzioni. Tra le istituzioni private ricordiamo in primo luogo quelle economiche come le imprese. Una definizione generale di burocrazia in tale ambito disciplinare potrebbe essere la seguente: “il complesso dei funzionari che, articolati in varie categorie gerarchiche, svolgono nello stato le funzioni della pubblica amministrazione. Per estensione l’insieme dei funzionari di un ente, di un organismo, anche non statale.” Il termine burocrazia cominciò a entrare nell’uso alla fine del diciottesimo secolo, prima in Francia e poi in Germania, in concomitanza con l’espansione crescente dell’apparato amministrativo pubblico e fu usato per tutto il diciannovesimo secolo con connotati peggiorativi, che ancora oggi emergono nel linguaggio comune quando ci si riferisce alle inefficienze delle amministrazioni pubbliche. L’uso del termine burocrazia per indicare specificamente la tipologia organizzativa tipica dell’impresa industriale fu introdotto in maniera esplicita da Weber nella sua opera “Economia e Società” del 1922 (Weber, 1961) ed è rimasto nell’uso comune della sociologia organizzativa.

A partire dalla loro definizione più generale le organizzazioni economiche sono entità artificiali all’interno delle quali e attraverso le quali le persone interagiscono al fine di raggiungere obiettivi economici individuali e collettivi. Il sistema economico consiste appunto di un insieme di persone e organizzazioni di livello inferiore collegate tra di loro dalle organizzazioni di livello superiore. L’organizzazione di livello più elevato è naturalmente l’intero sistema economico. A livello successivo si collocano le unità generalmente indagate dalla teoria organizzativa: le società di capitale, le società di persone, le imprese individuali, i sindacati dei lavoratori, le agenzie governative, le università, le chiese e le altre organizzazioni formali. Vi sono poi le organizzazioni informali, dove il coordinamento tra le azioni individuali avviene grazie a meccanismi particolari non codificati, come la condivisioni di valori, credenze, atteggiamenti (un esempio in campo economico sono alcuni tipi di relazioni che si instaurano nei sub-sistemi economici di natura distrettuale o il coordinamento informale che prevale all’interno di alcune imprese dove è forte la condivisione culturale).

Una definizione di organizzazione più generale, ma anche più rigorosa, parte dal concetto di istituzione. Una definizione generale di istituzione che si adatta all’analisi dei problemi organizzativi è la seguente (Grillo, Silva, 1989, pag.50)<sup>v</sup>:

«Una regola di comportamento su cui concordano tutti i membri della società, che specifica il loro comportamento in date situazioni ricorrenti, e che è rispettata spontaneamente o fatta rispettare da qualche autorità. Questo concetto è talvolta inteso in senso restrittivo, intendendo le convenzioni e le norme di comportamento economico e anche morali, viste come sostegni o anche sostituti delle leggi. In senso più ampio questa definizione contiene tuttavia ogni forma di regola, formalizzata o non, che coordina il rapporto tra soggetti.»

In base a tale definizione le istituzioni nascono al fine di coordinare azioni e comportamenti di un gruppo di soggetti, vale a dire per fini organizzativi. Di qui la sovrapposizione tra il termine istituzione e organizzazione e la riduzione dell’analisi organizzativa ad analisi istituzionale. Il bisogno di coordinamento nasce quando vi è interdipendenza tra i piani di scelta dei diversi soggetti. L’istituzione (vale a dire una particolare struttura organizzativa) restringe l’orizzonte di scelta dei soggetti. Un modo per esemplificare i problemi di coordinamento e la nascita delle istituzioni è di utilizzare la teoria dei giochi. Il problema più banale è quello di coordinamento, esemplificato dal restringimento di una strada a senso unico. In tal caso l’istituzione che nasce è la regola di comportamento “se il semaforo è rosso mi fermo, se il semaforo è verde proseguo”. Il dilemma del prigioniero evidenzia come in un gioco dove la soluzione di equilibrio è subottimale, in un orizzonte di lungo periodo quando il gioco è ripetuto possano nascere delle istituzioni implicite, informali, del genere: “coopero se l’altro giocatore la volta precedente ha cooperato, defeziono se l’altro giocatore ha defezionato” (regola del “*tit for tat*”; Axelrod, 1988).

Le istituzioni economiche nascono col fine di coordinare le attività di produzione, scambio, consumo. In tal senso il mercato e le imprese sono istituzioni e pertanto la loro analisi rientra nell’analisi generale delle istituzioni intese, in base alla definizione data, come organizzazioni. Un problema fondamentale dell’analisi organizzativa diviene allora il seguente: come mai in una economia di mercato accanto alla mano invisibile del mercato e dei prezzi esiste la mano visibile (Chandler, 1977) delle imprese con le loro burocrazie?

Più in generale la teoria organizzativa studia perché in relazione ad un dato problema di coordinamento prevalga una forma organizzativa anziché un’altra e come sia possibile valutare la performance economica di

istituzioni alternative. Essa studia anche la sistematica delle istituzioni, attraverso la caratterizzazione di tutte le forme intermedie di organizzazione tra i tipi estremi del mercato e della gerarchia.

Un'ultima precisazione riguarda il tipo di sistema economico, per lo studio del quale si è sviluppata l'analisi organizzativa a cui facciamo riferimento, vale a dire il sistema capitalistico. In primo luogo vogliamo sottolineare che benché nel linguaggio comune i termini economia di mercato e capitalismo siano usati talora come sinonimi, essi non possono essere considerati tali. Con economia di mercato ci riferiamo ad un sistema economico dove la funzione organizzativa è assolta dal mercato. Con capitalismo ci riferiamo ad un sistema economico caratterizzato da un'ampia e sistematica applicazione di capitale alla produzione e insieme dalla scissione della proprietà dei mezzi di produzione dal lavoro. Con la dizione liberista ci si riferisce in genere ad un sistema economico basato sulla difesa della libera iniziativa privata e sulla difesa della concorrenzialità dei mercati. Un sistema capitalistico è generalmente di orientamento liberista ma non è una pura economia di mercato in quanto l'istituzione principale di tale sistema, la grande impresa capitalistica, rappresenta una forma organizzativa alternativa al mercato per il coordinamento delle attività di produzione e di scambio. Ricordiamo a tal proposito che Coase annovera tra gli obiettivi della sua analisi sulla natura dell'impresa, quello di gettare le basi per una teoria della pianificazione liberale poiché elementi di pianificazione esistono anche in un sistema liberale ma in a "*competitive system there is an optimal amount of planning*".

Un sistema capitalistico in quanto non governato solo dal mercato concorrenziale non assicura necessariamente il raggiungimento dell'ottimo paretiano previsto dalla teoria dei mercati concorrenziali. Tuttavia, suggerisce in definitiva Coase, se vi è una adeguata dose di liberismo, si raggiungerà quel grado ottimale di pianificazione che avvicinerà comunque il sistema alle soluzioni di massimo. In altri termini la società, e specialmente quella parte di essa che non detiene il fattore capitale, può dormire sonni tranquilli in quanto la mano visibile dell'impresa, vale a dire la mente perfetta degli imprenditori-capitalisti, può guidare comunque il sistema verso la massima efficienza ed equità. Seguendo questo ragionamento ovviamente i confini tra i termini sistema capitalistico e sistema di mercato svaniscono e rimane solo la forza taumaturgica del liberismo, che poi, sempre nel linguaggio comune viene assimilato alla più semplice parola libertà. Il risultato è che nel linguaggio comune e nell'ideologia dominante si accetta l'equazione: capitalismo = mercato = efficienza = equità = libertà. Bisognerebbe invece ricordare che un sistema capitalistico si fonda, oltre che sul mercato, sui nuclei capitalistici, luoghi di accentramento e gestione dei capitali. Uno di questi luoghi sono le imprese che, come ha evidenziato Coase, nel loro compito di fatto sostituiscono il mercato nell'allocazione delle risorse.

Ricordiamo ancora una volta come Coase faccia notare che le decisioni riguardo alle risorse interne alle imprese (che vanno dalle materie prime alla forza lavoro ai capitali finanziari e così via) vengano prese non utilizzando il segnale del prezzo e lo strumento dello scambio ma attraverso decisioni consapevoli e soggettive (isole di potere consapevole) prese dall'imprenditore. Ora se l'imprenditore e l'impresa sono le figure astratte ipotizzate dal modello di concorrenza perfetta il mercato funziona ancora su quasi tutti i fronti del sistema economico. Ma se si prendono in considerazione le imprese reali dove l'imprenditore non ha una razionalità perfetta, dove il fattore umano non può essere ridotto ad un fattore tecnologico qualsiasi, dove può esistere la separazione tra proprietà e controllo, dove le tecnologie "buone" sono molteplici e così via, si vede che accanto al mercato e alla burocrazia pubblica esiste un terzo polo organizzativo, l'impresa ed in particolare la grande impresa industriale del capitalismo avanzato.

La conclusione è che l'analisi dei sistemi economici capitalistici, soprattutto per fini normativi, non può fondarsi sulla visione semplificata, (e troppo spesso usata acriticamente da un certo liberalismo politico ossessionato dal liberismo economico), di un sistema guidato dalla mano invisibile del mercato e "vegliato" da una rigorosa politica di laissez-faire, ma deve essere fondata sull'analisi comparata delle istituzioni economiche che operano al loro interno. Solo rinunciando alla divinizzazione del mercato e riportandolo sulla terra, vale a dire a fianco delle altre istituzioni economiche che operano nei sistemi capitalistici, è possibile valutare e correggere il funzionamento dei sistemi economici reali. L'analisi organizzativa, intesa, nel significato più ampio datone da Williamson (1985), come analisi comparata delle istituzioni economiche del capitalismo, diviene pertanto una componente indispensabile dell'analisi economica.

Nell'analisi dei mercati agricoli e del sistema agroalimentare la prospettiva organizzativa è particolarmente attraente in quanto consente di rispondere a molti quesiti ai quali il modello standard non offre risposte esaustive:

- Quali sono gli effetti di politiche di vendita differenti (contratti di fornitura, vendita diretta al settore al dettaglio, vendita mediante mediatori, vendita sui mercati all'ingrosso, ecc.) sul settore agricolo?
- Come influenzano lo sviluppo del settore le strategie dell'industria e del commercio alimentare?

- Quale grado di integrazione (disintegrazione) tende a conseguire il sistema agroalimentare al proprio interno e nei confronti del sistema economico?
- Il settore agricolo tende a conservare una specificità tecnologica e organizzativa nei confronti del settore industriale?
- Perché i mercati di alcuni prodotti agricoli tendono a conservare una struttura concorrenziale mentre altri tendono verso altre strutture e forme organizzative?

Come influenzano il reddito agricolo e lo sviluppo del settore le diverse modalità di coordinamento verticale all'interno del sistema?

### *L'ECONOMIA DEI COSTI DI TRANSAZIONE*

Con la denominazione “economia dei costi di transazione” si fa riferimento alla teoria dell'organizzazione economica elaborata da Williamson durante tutto il corso del suo lavoro scientifico e compiutamente sistematizzata in una delle sue opere fondamentali “The Economic Institutions of Capitalism. Firms, Markets, Relational Contracts” pubblicata nel 1986.

L'obiettivo di Williamson è quello di formulare una teoria adatta a comprendere le istituzioni economiche del capitalismo, ed in particolare (come recita il titolo dell' opera appena citata) delle tre istituzioni fondamentali che regolano la gran parte delle relazioni di scambio nei sistemi capitalistici: l'impresa, il mercato, il contratto relazionale. La teoria di Williamson mira a fornire un'analisi comparata di tali istituzioni, vale a dire a definire quali siano le motivazioni ed i meccanismi che fanno sì che l'una o l'altra delle istituzioni emerga come “forma di governo” in un determinato momento e per una particolare relazione di scambio.

L'economia dei costi di transazione adotta un approccio microanalitico nello studio dell'organizzazione economica ed integra i diversi risultati ottenuti in tre campi di studio, il diritto, l'economia e le scienze organizzative. Essa pertanto viene sviluppata a partire da un approccio di ricerca di tipo interdisciplinare (Williamson, 1987, 69) che ne testimonia i maggiori legami, rispetto ad altri settori del neo-istituzionalismo quali l'economia dei contratti, con la corrente più propriamente istituzionalista<sup>vi</sup>.

Il risultato fondamentale dell'economia dei costi di transazione è che la scelta tra diverse strutture organizzative (o forme di governo) di una relazione avviene in base al criterio di “economizzazione” dei costi, comprendendo insieme ai costi di produzione anche quelli di transazione.

I tratti essenziali dell'economia dei costi di transazione possono essere sintetizzati nei seguenti punti.

- La transazione rappresenta l'unità di analisi fondamentale di una teoria dell'organizzazione economica. “Una transazione ha luogo quando un bene o servizio vengono trasferiti attraverso un raccordo separabile sotto il profilo tecnologico” (Williamson, 1987, p. 69). Una transazione è descritta da un componente materiale o hardware costituita da 1) il bene o servizio oggetto dello scambio, 2) le parti coinvolte nello scambio, 3) i mezzi fisici utilizzati per effettuare lo scambio, ed una componente immateriale o software data dalle regole e le procedure seguite per effettuare lo scambio (ad esempio il contratto di compravendita).
- Ogni transazione può essere descritta a partire da tre caratteristiche fondamentali denominate le dimensioni della transazione. La prima dimensione è l'incertezza, che deriva dall'impossibilità per le parti coinvolte nella relazione di individuare tutte le caratteristiche rilevanti dello scambio e di prevedere i possibili esiti futuri della relazione. L'incertezza dipende principalmente da tre elementi: incompletezza e asimmetria informativa; razionalità limitata degli operatori; natura stocastica di alcuni eventi. La seconda dimensione è la frequenza, definita come il numero di volte nell'unità di tempo che una determinata transazione ha luogo. La terza dimensione è la specificità delle risorse, che si riferisce al fatto che una volta avviata una particolare relazione le risorse utilizzate nella relazione assumono un valore “specifico” per quella particolare relazione; vale a dire che il loro utilizzo al di fuori della relazione determina una perdita economica da parte di una o entrambe le controparti. Il tipico esempio di specificità delle risorse è dato dal caso in cui in un rapporto di fornitura di un bene intermedio, il fornitore adatti il proprio prodotto alle esigenze specifiche del proprio cliente, sostenendo degli investimenti specifici, recuperabili solo in parte in caso di modifica del partner commerciale.
- Gli agenti economici che partecipano alle relazioni di scambio sono caratterizzati da due importanti tratti comportamentali: la razionalità limitata e l'opportunismo. La razionalità limitata,

nell'accezione originaria di Simon alla quale Williamson fa riferimento, si riferisce ai limiti cognitivi propri degli esseri umani che fanno sì che gli agenti economici quasi mai massimizzino le loro funzioni obiettivo (così come postulato dalla teoria neoclassica) ma raggiungano altresì dei risultati "soddisfacenti" che in quanto tali pongono il sistema in equilibri che non soddisfano le condizioni di ottimo. L'opportunismo è definito da Williamson come una forma forte di egoismo che fa sì che gli agenti economici non solo perseguano i propri personali obiettivi senza curarsi del benessere altrui, ma lo facciano anche "con furbizia", cercando di appropriarsi di ogni guadagno aggiuntivo derivante dallo sfruttamento di eventuali condizioni di debolezza relativa dei propri partner commerciali. Un esempio di comportamento opportunistico è lo sfruttamento di informazioni riservate da parte di un agente per l'ottenimento di maggiori vantaggi economici nel corso di una relazione. Un acquirente di un prodotto intermedio, per il quale il fornitore ha effettuato investimenti specifici che lo vincolano alla relazione, può dichiarare un profitto atteso inferiore a quello realmente stimato per imporre al fornitore un prezzo inferiore a quello suggerito nel contratto. Si noti che l'introduzione del concetto di opportunismo stravolge l'intero assetto di base dell'economia neoclassica poiché contrappone l'ipotesi un comportamento strategico e di interdipendenza dei piani di decisione a quella di atomismo e di indipendenza delle scelte degli attori economici.

- La forma di governo (vale a dire le regole e le procedure utilizzate per effettuare lo scambio o in altri termini il particolare *setting* organizzativo della transazione; o, in altre parole ancora, la particolare istituzione che regola la transazione) migliore per una particolare transazione è quella che permette di minimizzare i costi di governo della transazione, o costi di transazione. Williamson (1987, p.91) identifica i costi di transazione con i costi di gestione del sistema economico, che rappresentano l'equivalente economico dell'attrito nei sistemi fisici. Esistono tre principali tipologie di costi di transazione. Una prima tipologia riguarda quei costi (prevalentemente di tipo informativo e assicurativo) che derivano dalle condizioni di "fallimento" del mercato causate dall'incompletezza e dall'asimmetria informativa e/o dalla razionalità limitata e dal comportamento opportunistico degli agenti. Una seconda tipologia è data dai costi derivanti dalla natura idiosincratca dello scambio tra controparti legate da esigenze e comportamenti altamente specifici, come ad esempio i costi associati ad investimenti non recuperabili effettuati da una parte per partecipare alla relazione. Una terza tipologia è data dai costi di contrattazione, distinguendo tra costi ex-ante (prima della sottoscrizione dell'accordo) ed ex-post (in fase di esecuzione del contratto). I costi ex-ante sono i costi da sostenere per delineare, contrattare e salvaguardare un accordo, mentre i costi ex-post riguardano quei costi di adattamento e di riallineamento degli incentivi che possono sopraggiungere nel corso di una relazione, nonché i costi per redimere eventuali controversie e di controllo e garanzia degli impegni assunti.
- Il livello dei costi di transazione per ogni forma organizzativa è in relazione con le dimensioni della transazione. Generalmente i costi di transazione per ogni forma organizzativa tendono a crescere all'aumentare della specificità delle risorse, della frequenza e dell'incertezza.

L'esempio paradigmatico di applicazione dell'economia dei costi di transazione ai problemi organizzativi è quello del problema della scelta del *make or buy* da parte di una impresa, vale a dire la scelta tra l'integrazione verticale (integrarsi a monte e produrre in proprio un particolare bene intermedio) e il mercato (acquistare il prodotto sul mercato), o in altri termini la scelta tra l'impresa e il mercato come forma di governo di una transazione.

Sia dato un mercato di un bene intermedio e si assuma che la specificità delle risorse sia la dimensione rilevante per la determinazione dei costi di transazione. Si indichino con:  $k$  un indicatore della specificità delle risorse;  $\beta(k)$  i costi di governo della transazione nel caso dell'uso della burocrazia (integrazione verticale);  $M(k)$  i costi di governo della transazione nel caso dell'uso del mercato. La figura mostra come le funzioni  $M(k)$  e  $\beta(k)$  (assunte per semplificazione come rettilinee), siano entrambe funzioni crescenti di  $k$ ; tuttavia per una specificità delle risorse nulla  $M(k)$  è pari a zero, mentre  $\beta(k)$  assume un valore positivo pari a  $\beta_0$ . Inoltre i costi associati all'uso del mercato crescono più rapidamente all'aumentare del grado della specificità delle risorse rispetto a quelli associati all'uso della burocrazia di impresa.

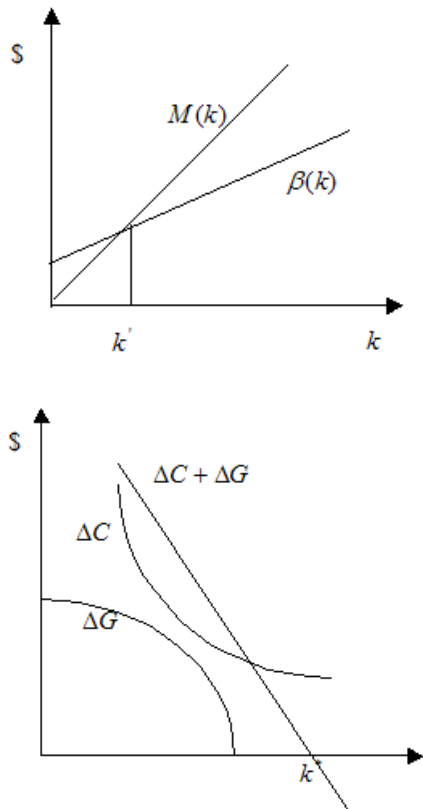


Figura 1 – La teoria dei costi di transazione e le scelte del make or buy

Vi sarà pertanto un valore  $k'$  per il quale  $M(k) = \beta(k)$ , e dopo il quale i costi d'uso del mercato sono sempre superiori a quelli della burocrazia. Si considerino poi i costi di produzione del bene e si assuma che siano sempre minori nel caso di uso del mercato rispetto al caso di integrazione verticale. Il grafico riporta le curve  $\Delta G$  e  $\Delta C$  che indicano, rispettivamente, la differenza tra i costi di transazione associati all'uso della burocrazia e del mercato e la differenza tra i costi di produzione associati all'uso della burocrazia e del mercato. Il valore per cui la somma delle curve  $\Delta G$  e  $\Delta C$  si annulla identifica il livello di specificità delle risorse  $k^*$  per il quale è conveniente sostituire la gerarchia di impresa all'uso del mercato per il governo della transazione, secondo il criterio di economizzazione previsto dall'economia dei costi di transazione.

---

## CAPITOLO 6

### IL MERCATO AGROALIMENTARE MONDIALE: UN QUADRO DESCRITTIVO

#### 6.1. Introduzione

Per avere una visione, anche se solo introduttiva, delle attuali tendenze e problematiche del mercato agro-alimentare mondiale, è bene ricordare alcuni dati caratteristici della domanda e dell'offerta di prodotti alimentari a livello mondiale.

Il primo dato caratteristico è la profonda diversità nella connotazione e definizione stessa di bene alimentare che esiste tra paesi ricchi e paesi poveri. La teoria del marketing definisce un prodotto, ed il relativo mercato, in base ai bisogni del consumatore che il prodotto è in grado di soddisfare. Nei paesi a elevato livello di sviluppo, USA e UE in primo luogo, il consumo di beni alimentari è oramai da tempo legato più al soddisfacimento dei bisogni cosiddetti secondari (quali quelli di convivialità, di status, edonistici) che al soddisfacimento dei bisogni primari (di fame e sicurezza). Nei paesi poveri invece al primo posto vi è il soddisfacimento del fabbisogno energetico giornaliero. In tali paesi l'assunzione di una dose sufficiente di calorie è un bisogno che ancora si antepone a quello dell'adeguatezza delle caratteristiche nutrizionali degli alimenti, vale a dire la presenza in questi di adeguati livelli di quegli elementi nutrizionali necessari per mantenere l'organismo in buona salute.

Il secondo importante dato caratteristico è la distribuzione geografica dei bacini di produzione e consumo di prodotti alimentari. Ancora una volta il mondo si divide in due grandi blocchi: quello dei paesi ricchi, con un elevato grado di autosufficienza alimentare, e quello dei paesi poveri, fortemente dipendenti dall'esterno.

Il terzo dato caratteristico è la crescente asimmetria nel potere di mercato e nella ripartizione del valore aggiunto tra le diverse componenti (settori produttivi) del sistema agroalimentare: fornitori di input per l'agricoltura, settore agricolo, commercio (all'ingrosso e al dettaglio), industria alimentare e ristorazione (foodservice). Gli equilibri e la struttura organizzativa tra tali componenti si sono rapidamente evoluti nel corso degli ultimi decenni, in primo luogo sotto la spinta dell'evoluzione tecnologica.

Il quarto dato caratteristico riguarda il ruolo crescente di una istituzione come il WTO nella regolazione del mercato agro-alimentare mondiale. Tale istituzione nonostante le profonde differenze esistenti tra i paesi ricchi e poveri prevede per entrambi le stesse regole, in nome di un principio di liberalizzazione degli scambi che non tiene conto delle profonde asimmetrie nelle strutture produttive generate anche dalle passate (ed in parte ancora presenti) forti politiche protezionistiche dei paesi ricchi.

Il primo paragrafo di questo capitolo offre alcuni dati relativi alla dimensione e alla struttura del mercato agroalimentare mondiale. Il secondo paragrafo presenta i principali elementi caratteristici dell'evoluzione della struttura del sistema, evidenziando la complessità dell'analisi delle attuali tendenze organizzative. Il terzo paragrafo illustra alcuni dati relativi alla dimensione del commercio mondiale di prodotti alimentari ed al grado di autosufficienza alimentare di alcuni importanti blocchi di paesi. Il quarto paragrafo spiega il ruolo e le funzioni del WTO, sottolineandone i possibili effetti negativi sulle potenzialità di sviluppo dei sistemi agro-alimentari dei paesi poveri.

#### 6.2 Dimensione e struttura del mercato alimentare mondiale

Il mercato alimentare mondiale ha un valore di circa \$ 5,000bn valutato ai prezzi al dettaglio, e di circa \$ 3,300 bn valutato ai prezzi all'industria (comprendendo il settore del foodservice). Nei paesi sviluppati il mercato dei prodotti alimentari confezionati si trova nella fase di maturità, con una crescita annua dell'1-2 per cento, pari alla crescita demografica. Nei paesi al più basso livello di sviluppo il sostenuto tasso di crescita demografica, il basso tasso di crescita economica mantiene comunque bassa la crescita della domanda alimentare, specialmente quella diretta ai prodotti a maggiore valore aggiunto. Nel prossimo futuro il maggiore sviluppo della domanda alimentare mondiale è atteso nelle regioni asiatiche del pacifico e nel Sud America, che presentano il più elevato potenziale di crescita (a patto, ovviamente, che non si ripetano



con sistematicità crisi della portata di quelle che hanno colpito qualche anno fa l'est asiatico e più recentemente l'America Latina).

Il mercato agro-alimentare mondiale è dominato da alcune grandi multinazionali che coprono elevate quote del mercato mondiale. L'elevata concentrazione sia dell'industria che del commercio alimentare, presente in tutti i paesi avanzati, fa sì che di fatto il controllo dell'offerta alimentare mondiale, e soprattutto dei prodotti trasformati e confezionati sia nelle mani di un numero ristretto di gruppi societari (e di fatto nelle mani di pochi uomini<sup>25</sup>). La tabella 1 riporta le prime 26 imprese multinazionali che operano nel settore agro-alimentare, con i rispettivi volumi di vendita al 1999

Tab. n° 1 - Le prime imprese multinazionali del settore alimentare

Imprese	Valore delle vendite totali (\$bn)	Valore di mercato (\$bn)
Philip Morris (USA)	56	112
Nestlé (Eur.)	50	77
Unilever (Eur.)	50	67
Diageo (USA)	30	34
Conagra (USA)	24	13
PepsiCo (USA)	21	43
Sara Lee (USA)	20	25
Coca-Cola (USA)	19	142
RJR-Nabisco (USA)	17	8
Danone (Eur.)	16	19
Eridiana-Beghin-Say (Eur.)	11	5
Heinz (USA)	9	19
Campbell Soup (USA)	8	23
Bestfoods (USA)	8	14
Kellog (USA)	7	13
Cadbury-Schweppes (USA)	7	2
Tate & Lyle (USA)	7	2
Associated British Foods (Eur.)	7	9
General Mills (USA)	6	11
Ajinomoto	6	5
Quaker Oats (USA)	5	8
Suedzucker	5	2
Hershey	4	9
Ralston-Purina	4	9
Parmalat	4	2
Wrigley	2	9

Fonte: Financial Times (2000)

Si noti che la somma del valore delle vendite delle prime 10 multinazionali ammonta a circa il 10% del valore totale del mercato agro-alimentare mondiale (compreso il settore del foodservice nel quale tali multinazionali non operano). Si noti inoltre che spesso il valore di mercato di queste imprese supera di gran lunga il valore del volume delle vendite, come nel caso della Coca-Cola con un valore di mercato di \$142bn e della Philip Morris, con un valore di circa \$112bn. Ciò indica da un lato che la redditività nel settore è elevata e dall'altro che il potere economico di queste imprese è spesso di gran lunga più grande di quanto si possa desumere dal solo valore del fatturato.

<sup>25</sup> Intesi come genere maschile e non genere umano in generale. Ricordiamo infatti che anche nei paesi democratici avanzati, le posizioni di maggiore potere all'interno delle imprese, così come in molte altre istituzioni pubbliche e private, sono ricoperte in larghissima maggioranza da uomini. In molti paesi a basso livello di sviluppo l'esclusione delle donne dalle istituzioni pubbliche e private è pressoché totale e frequentemente esse sono escluse dal godimento di alcuni importanti diritti civili. Con riferimento ai mercati agricoli ricordiamo che in tali paesi uno dei principali vincoli all'ammodernamento delle strutture produttive è l'esclusione delle donne (che sono i principali soggetti lavoratori del settore agricolo) dal diritto della proprietà privata e dall'accesso alle fonti di credito.

Il settore agro-alimentare europeo non presenta un elevato grado di concentrazione. Alle prime cinque imprese europee nel settore dell'industria alimentare e delle bevande si deve solo il 19% della produzione totale. In alcuni settori e paesi tuttavia la concentrazione è più elevata. In tabella 2 è riportato l'indice di concentrazione  $C_3$  stimato per dieci paesi europei e per diverse categorie di prodotto per il 1999.

Tab. n° 2 -  $C_3$  (indice di concentrazione a tre imprese) per paese e per categoria merceologica nel settore alimentare

	IRL	Norv.	Fin.	Svezia	DN	I	F	S	UK	D	Media
Alimenti per l'infanzia	98	100	100	100	99	96	93	54	78	>86	91
Zuppe in scatola	100	96	85	75	91	>50	84	na	79	41	87
Gelati	na	100	84	85	90	73	52	84	45	72	76
Caffè	91	69	72	71	70	60	100	na	74	67	75
Yoghurts	69	100	na	90	99	36	67	73	50	76	70
Snacks cioccol.	95	75	74	na	39	93	61	79	74	na	7
Pet foods	98	na	80	84	>40	64	73	53	77	87	79
Cereali colazione	92	70	na	52	70	88	70	82	65	67	73
The	96	81	90	63	64	80	82	62	52	55	72
Snacks	72	88	70	80	78	71	50	56	73	48	68
Carbonates	85	90	>50	62	na	60	69	79	55	60	71
Burro	na	100	na	na	100	na	32	na	65	<30	65
Pasta	83	64	97	82	61	51	57	65	37	49	65
Piatti pronti surg.	na	76	na	63	na	90	62	39	39	65	62
Pane conf.	<85	88	44	47	59	88	70	96	58	9	59
Biscotti	83	67	73	51	41	<55	61	53	42	50	58
Pesce scat.	na	68	70	72	49	68	43	33	na	na	55
Acqua min.	na	na	100	74	70	37	na	31	14	21	50
Succhi frutta	na	51	70	50	65	62	26	38	35	46	48
Verdure scat.	na	61	68	47	50	36	29	na	na	na	47
media	89	79	79	69	69	67	63	61	56	55	68

L'ultima riga della tabella, che riporta i valori medi dell'indice di concentrazione per singolo paese, evidenzia le forti differenze tra i diversi paesi. Irlanda, Norvegia e Finlandia hanno un'industria alimentare molto concentrata con un  $C_3$  superiore a 78, al contrario Germania, Regno Unito, Spagna e Francia presentano valori inferiori a 64. Svezia, Danimarca e Italia presentano un grado di concentrazione intermedio. L'ultima riga, che riporta i valori dell'indice di concentrazione medi per singola categoria di prodotto, evidenzia la forte concentrazione di alcuni settori, primi tra tutti gli alimenti per l'infanzia, le zuppe in scatola, i gelati, il caffè, lo yogurth.

La tabella 3 riporta i nomi delle imprese leader per categoria di prodotto e per paese. Da notare che a parte i cibi per animali e i gelati dove Mars e Unilever rispettivamente dominano nella maggioranza dei paesi considerati, per le altre categorie merceologiche le imprese leader variano abbastanza tra paese e paese. Il settore del commercio al dettaglio si presenta anch'esso abbastanza frammentato.

Tabella n° 3 - Imprese leader per paese e per categoria merceologica

	Uk	IRL	DMK	FIN	NW	SW	FR	D	I	S
Alimenti infanzia	Heinz	Numico	Numico	Valio	Nestlé	Sempre	Danone	Nestlé	Heinz	Nestlé
Biscotti	UB	Danone	UB	UB	Orkla	Orkla	Danone	Bahlsen	Barilla	Nabisco
Cereali colazione	Kellogg	Kellogg	Kellogg	Kellogg	Kellogg	Kellogg	Kellogg	Kellogg	Kellogg	Kellogg
Burro	Anchor	Na	MD	Valio	Norske	Arla	Besnier	Na	Giglio	Na

			Foods		Mejeri						
Pesce scatola	Heinz	Boyne ValleyGR	Orkla	Orkla	Orkla	Orkla	Saupiquet	Appel&fr.	Trinity Alim.	Cons. Garavillas	
Zuppe scatola	Heinz	Campbell	Campbell	Nestlé	Heinz	Nestlé	Campbell	Heinz	Knorr	Na	
Verdure scatola	Na	Na	Dagrofa	Bonduelle	Agil	Nordquist	Bonduelle	Bonduelle	Cirio	SAAL	
Carbonates	Coca-Cola	Coca-Cola	Na	Hartwall	Coca-Cola	Coca-Cola	Coca-Cola	Coca-Cola	Coca-Cola	Coca-Cola	
Snacks cioccolata	Candbury	Candbury	Mars	Frazer Suklaa	KJS	Cloetta	KJS	Na	Ferrero	Nestlé.	
Caffè	Nestlé	KJS	Sara Lee	Paulig	Kaffeindustri	KJS	KJS	KJS	Lavazza	Nestlé	
Piattipronti surgelati	Unilever	Golden Valey	Nestlé	Na	Orkla	Nestlé	Nestlé	Gruppe Nordstem	Unilever	Pycasala Cocin.	
Succhi frutta	Del Monte	Na	MDFoods Carlsberg	Marli	Orkla	Arla	Rea Vergers	.Eckes-Gran	Parmalat	Juvere	
Gelati	Unilever	Unilever	Unilever	Valio	Diplom	Unilever	Unilever	Unilever	Unilever	Nestlé	
Acqua minerale	Danone	Na	Carlsberg Dansk/	Hartwall	Ringnes	Pripps	Na	VHMulen	Nestlé	Danone	
Pasta	Nestlé	Allegro	Supermark	Barilla	Nestlé	Barilla	Paribas Aff. Ind.	Chef Dieroff	Barilla	Gruppo Gallo	
Pet foods	Mars	Mars	Mars	Mars	Mars	Mars	Nestlé	Mars	Mars	Purina	
Snacks	UB	Tayto	Orkla	Estrella	Maarud	KJS	Bahlsen	Bahlsen	Unichips	Snack Vent.	
The	Tetley	Unilever	Sara Lee	ABF	Unilever	Unilever	Unilever	Teekanne	Na	Sara Lee	
Pane confezion.	Allied Bakeries	Brennan's	Schulstad	Oululainen	Orkla	Pagen	Artal	Wendeln	Barilla	Bimbo	
Yoghurts	muller	Glanbia	MD Foods	Valio	Norske Mejerier	Arla	Danone	Nestlé	Sita-Yomo	Danone	

La tabella 4 riporta i nomi delle prime cinque catene che operano in alcuni paesi europei. Solo Carrefour e Tesco sono presenti in più di un paese, a prova del fatto che il grado di concentrazione complessivo europeo sia basso<sup>26</sup>.

Tab. n° 4 - Le prime cinque imprese del commercio al dettaglio per paese

France	Germany	Ireland	Italy	Netherlands	Spain	UK
Carrefour	Rewe	Dunnes	Co-op Italia	Ahold	Euromadi/Vima	Tesco
Intermarché	Edeka	Tesco	La Rinascente	Superunie	IFA	Sainsbury's
Promodés	Aldi	Musgrave	GS (Benetton)	De Boer Unigro	Espanola	Asda (Wall-Mart)
Leclerc	Metro	BWG	Conad	Vendex	Promodés	Safeway

<sup>26</sup> Per il dettaglio alimentare non sono disponibili stime dell'indice di concentrazione.

Auchan	Tengelmann	Superquinn	Esselunga	Aldi	Carrefour Auchan	Somerfield/ Kwiksave
--------	------------	------------	-----------	------	---------------------	-------------------------

Negli Stati Uniti l'industria alimentare si presenta notevolmente più concentrata. Nel 1995 le prime 20 imprese davano conto del 52% del valore aggiunto dell'intero settore e del 70% delle spese totali in pubblicità.

Il settore del commercio al dettaglio alimentare è anch'esso molto concentrato. La concentrazione è particolarmente elevata se stimata su base regionale. La tabella 5 riporta il valore stimato dell'indice  $C_4$  per l'intero territorio e per quattro grandi aree del paese per il 1998. Mentre calcolato sull'intero territorio l'indice presenta un valore di 31,7, a livello regionale assume valori sempre superiori, con punte massime in Florida ( $C_4=87,7$ ) e in California ( $C_4=69,8$ ).

Tab. n° 5 - Indice di concentrazione per regioni USA

Regione (popolazione)	$C_2$	$C_4$	$C_8$
California (32 mi.l)	46.5	69.8	na
Florida (14.6 mil.)	70.0	87.7	na
Nordest (57.6 mil.)	30.4	41.3	na
Alto midwest (34.1 mil.)	23.3	34.0	na
USA	19.7	31.7	44.0

La tabella 6 riporta le vendite e le rispettive quote sul totale per il 1998 delle prime 20 catene di distribuzione che operano negli USA. Le prime due catene, Kroger e Albertsons/American, presentano volumi di vendite di molto superiori alle altre catene presenti nella lista.

Tab. n° 6 - Le prime 20 catene di supermercati in USA

Rank	Catena	Vendite (\$bn)	Quota
1	Kroger	43.1	10.8
2	Albertson/American	35.7	8.9
3	Safeway/Vons	25.0	6.2
4	Ahold	23.4	5.8
5	Winn-Dixie	13.9	3.5
6	Wal-Mart	12.8	3.2
7	Publix	12.1	3.0
8	A&P (Tengelmann)	10.5	2.6
9	Food Lion (Delhaize)	10.2	2.5
10	Meijer	8.6	2.1
11	H.E. Butt	6.9	1.7
12	ShopRite (Wakefern)	5.2	1.3
13	Shaw's (Saisbury's)	4.2	1.0
14	Supervalu	4.1	1.0
15	Giant Eagle	4.0	1.0
16	Fleming	3.5	0.9
17	Hannaford (Sobey's)	3.4	0.8
18	Hy Vee	3.2	0.8
19	Penn Traffic/Grand Union	2.8	0.7
20	Randall's	2.5	0.6

Il settore del foodservice in una accezione allargata comprende la ristorazione e gli intermediari commerciali specializzati nelle attività di approvvigionamento degli stessi, nonché quegli operatori specializzati nell'offerta di prodotti freschi e semipreparati di forma, dimensione e confezione adattate alle particolari richieste dei ristoratori. Negli USA il settore è in rapido sviluppo a causa del sempre minor tempo speso dalle unità familiari per la preparazione di cibo; tale tempo era di circa due ore e mezzo giornaliero nel 1950 e di soli trenta minuti nel 1999. Nonostante la rapida crescita anche negli USA il settore del foodservice

è ancora altamente frammentato. Tranne poche grandi catene, quali la Sysco e la McDonalds, nel settore della ristorazione operano in prevalenza piccole imprese indipendenti. Sia l'industria che la distribuzione hanno effettuato alcuni timidi tentativi di entrare nel settore del foodservice. La forte differenza delle competenze richieste e la scarsa standardizzazione del settore, che rende particolarmente aleatorie le caratteristiche della domanda, hanno tuttavia scoraggiato ulteriori tentativi di diversificazione. L'evoluzione più probabile è che la ristorazione seguirà una strada, probabilmente accidentata, di riorganizzazione e consolidamento e che alcune catene particolarmente innovative della distribuzione (già forti nei comparti del fresco e dei cibi pronti da asporto e/o che già hanno sperimentato tecniche di vendita personalizzate) riusciranno comunque ad appropriarsi di una quota considerevole del mercato.

### 6.3 Le fasi di sviluppo del sistema agro-alimentare

Durante l'ultimo ventennio il settore agroalimentare ha attraversato fasi di profondo cambiamento che ne hanno ridisegnato la struttura e gli assetti competitivi interni. Al fine di comprendere i cambiamenti recenti e le dinamiche in atto è utile avere un quadro retrospettivo dell'evoluzione del settore. Rasmey (2000) individua quattro successive fasi di sviluppo dei sistemi agroalimentari dei paesi a sviluppo avanzato nel corso dell'ultimo secolo:

1. la fase della prima competizione;
2. la fase del consolidamento nazionale;
3. la fase dell'internazionalizzazione;
4. la fase della globalizzazione.

I tratti caratteristici di ciascuna delle quattro fasi sono descritti da Rasmey rispetto a sei fattori: la struttura, la dimensione geografica delle attività di impresa, l'ambiente competitivo, il controllo della catena agroalimentare, il grado di sviluppo dell'orientamento al marketing, lo sviluppo della domanda. I quattro periodi non rispettano una precisa cronologia, in quanto per diversi settori e regioni le fasi di sviluppo hanno avuto una durata diversa. Grossolanamente, nel caso americano, si possono riferire i primi due periodi alla prima metà del secolo e i secondi due alla seconda metà. In Europa lo sviluppo del settore è stato del tutto simile a quello americano, ma con ritardi più o meno accentuati, lievi nel caso tedesco e inglese, forti nel caso italiano.

La fase della prima competizione individua un settore dove imprese di piccola e media dimensione operano su scala locale. Il settore agricolo e commerciale sono caratterizzati da una elevata concorrenzialità. Le imprese dell'industria alimentare utilizzano raramente politiche di marca e l'orientamento generale è verso prodotti scarsamente differenziati rivolti ad una domanda alimentare ancora non satura sul piano quantitativo ed estremamente importante per il bilancio delle famiglie che utilizzano fino al 50% del proprio reddito disponibile per i consumi alimentari. Il settore leader della filiera è decisamente quello del commercio all'ingrosso.

La fase detta del consolidamento nazionale è caratterizzata da una crescita della dimensione media delle imprese industriali che espandono le proprie aree di vendita all'intero territorio nazionale, sviluppando politiche di marca sostenute da elevati sforzi pubblicitari. La domanda, grazie all'aumento del reddito familiare medio, inizia ad indirizzarsi verso i servizi di "convenience" aggiunti al bene alimentare primario. Il settore del commercio all'ingrosso continua a detenere un elevato potere di controllo della filiera.

Nella fase dell'internazionalizzazione la struttura del settore assume la forma che ancora oggi presenta in molti paesi: una sorta di oligopolio a frange, con poche grandi imprese industriali e grandi catene distributive, ed una miriade di piccoli produttori e distributori. Le imprese maggiori espandono la propria sfera di attività ben oltre i confini nazionali. L'ambiente competitivo è caratterizzato dalla leadership delle grandi imprese industriali che, con il capitale di marca in proprio possesso, detengono un forte potere contrattuale nei confronti sia dei consumatori finali che dei dettaglianti. Le politiche di marca sono al centro delle strategie di marketing ed il controllo della filiera è senza dubbio esercitato dalle imprese che posseggono le grandi marche nazionali. La domanda inizia a registrare alcuni profondi cambiamenti che spingono il sistema verso la fase di sviluppo successiva: la domanda per consumi alimentari, ormai di scarso peso sul valore dei consumi totali, è rivolta sempre più agli aspetti "qualitativi" dei prodotti, mentre cresce rapidamente la domanda per pasti consumati fuori casa (rivolta quindi al settore del foodservice) e l'abitudine ad effettuare gli acquisti presso i grandi centri commerciali.

La quarta fase, denominata di globalizzazione, è caratterizzata da un forte aumento della concentrazione sia nel settore industriale che della distribuzione. Le grandi imprese industriali operano ormai su scala

globale (sono cioè presenti sia in termini di vendita che di stabilimenti e filiali commerciali in un numero elevato di paesi). Le maggiori catene della grande distribuzione iniziano la loro fase di internazionalizzazione, investendo oltre i confini nazionali. L'ambiente competitivo è caratterizzato in questa fase dalle aggressive politiche di marketing del grande dettaglio organizzato. La massiccia diffusione delle marche commerciali riduce drasticamente il potere contrattuale dell'industria nei confronti dei propri clienti e determina, insieme ai vantaggi competitivi che derivano dall'uso delle nuove tecnologie dell'informazione<sup>27</sup>, il passaggio della leadership della filiera al settore distributivo. La spesa per acquisti di prodotti alimentari presso il dettaglio è stazionaria, o addirittura in calo, mentre aumenta notevolmente la spesa per pasti consumati fuori casa e cibi da asporto in negozi tradizionali.

L'ultima fase descritta è la fase che attualmente stanno sperimentando gli USA ed i paesi europei. Alcune tendenze, come l'aumento dei pasti consumati fuori casa e la pervasività dei grandi centri commerciali sono fenomeni ancora poco presenti in alcune regioni europee. I dati che sicuramente accomunano i sistemi agroalimentari cosiddetti moderni sono: il fortissimo potere del dettaglio organizzato; il continuo aumento della concentrazione ad ogni livello della filiera; il difficile ruolo del foodservice, settore tradizionale ancora altamente frammentato, esposto ad una rapida crescita della domanda. La capacità del settore industriale e del dettaglio di diversificare la propria sfera di attività entrando nel mercato del foodservice, sarà molto probabilmente l'elemento che modificherà nuovamente la struttura e gli equilibri competitivi del sistema.

Nel complesso si può affermare che i principali attori del settore alimentare sono attualmente i dettaglianti ed il *foodservice*, mentre l'industria mostra poche potenzialità di crescita. Il “*consumer pull*” ha sostituito già da tempo il *manufacturer push* nella guida delle dinamiche organizzative e strategiche della *food supply chain*. Fino agli anni '80 le politiche di *product branding* da parte della grande industria alimentare hanno influenzato la struttura e la strategia dei settori a monte e a valle attraverso il vincolo della lealtà alla marca del consumatore. Attualmente i soggetti che influenzano maggiormente il sistema sono i dettaglianti, che grazie soprattutto alle nuove tecnologie dell'informazione, sono in grado di “controllare” in modo consistente il comportamento di acquisto.

Il settore che crescerà maggiormente nei prossimi anni è quello del *foodservice*, attualmente molto meno concentrato dell'industria e del dettaglio, ma già attraversato da interessanti dinamiche di consolidamento. Un altro importante attore sarà il settore della cosiddetta industria per la vita, vale a dire quei gruppi derivanti dall'integrazione, più o meno parziale e più o meno formale, di imprese operanti in settori tradizionalmente separati, come quello chimico, farmaceutico e sementiero, e che ora sono accomunate dalla sfida delle nuove tecnologie della bioingegneria. Gli alimenti geneticamente modificati potrebbero essere solo uno degli esempi delle innovazioni, derivanti da tali attività, che investiranno il settore agro-alimentare nel prossimo futuro.

### 2.3 Le attuali tendenze del sistema agro-alimentare

Nei prossimi anni il settore alimentare sperimenterà una sempre maggiore integrazione internazionale. Le imprese del settore per vivere con successo questa ulteriore fase di globalizzazione dovranno tener conto dei seguenti elementi:

- Il bisogno di una progettualità strategica ampia e di lungo periodo.
- Lo slancio verso i mercati dell'Est e dei paesi in via di sviluppo.
- Il cambiamento tecnologico e l'innovazione tanto nella distribuzione che nella preparazione degli alimenti.
- L'impatto prorompente dello sviluppo del *foodservice*.
- L'approfondirsi delle dinamiche di ristrutturazione e consolidamento.
- L'entrata di nuovi importanti attori capaci di guidare le strategie dell'intero sistema, come ad esempio l'industria della scienza della vita.
- I processi di diversificazione del settore del dettaglio in nuovi mercati.

---

<sup>27</sup> Alcune importanti innovazioni come lo scanner, l'EDI (*electronic data interchange*) e l'ECR (*efficient consumer response*) che si sono diffuse all'interno del sistema a partire dalla seconda metà degli anni ottanta, hanno agevolato il settore distributivo più che quello industriale. La gestione degli approvvigionamenti, la gestione delle scorte e dei magazzini, hanno offerto alla distribuzione notevoli vantaggi di costo, mentre l'uso degli scanner data e di efficaci sistemi di comunicazione tra i diversi punti vendita hanno creato per la distribuzione preziosissime fonti di informazioni sul comportamento dei consumatori, permettendo l'uso di una moltitudine di efficaci politiche di marketing.

Nella attuale fase di sviluppo il sistema agroalimentare sta cercando nuove forme di integrazione nell'ambito dell'intero sistema economico e socioculturale sperimentando una varietà di nuove forme organizzative al proprio interno. Dalle classiche politiche di integrazione orizzontale e verticale, che hanno disegnato in passato le mappe del potere economico e strategico all'interno del sistema, si è passati a politiche di coordinamento dinamiche basate su accordi quasi-informali, come le alleanze strategiche e le reti di impresa. Gli elementi che attualmente guidano l'evoluzione organizzativa del sistema sono almeno tre:

- Le innovazioni nel campo dell'informazione e della comunicazione, con forti implicazioni sia sul piano pratico-organizzativo (ad esempio l'aumentata efficienza operativa nella gestione degli approvvigionamenti e delle scorte derivanti dall'uso di strumenti quali l'EDI -*electronic data interchange*-), che su quello politico-contrattuale (quando l'informazione è la principale risorsa del sistema, l'accesso alle tecnologie per il suo controllo diviene l'elemento critico di successo delle imprese).
- Le innovazioni in campo bioingegneristico. Le specie vegetali geneticamente modificate sono solo un piccolo assaggio delle future applicazioni economiche delle scoperte della bioingegneria in campo alimentare. L'impatto sui consumi e sugli equilibri di forza all'interno del sistema sarà elevato e a tutt'oggi ancora imprevedibile.
- Le dinamiche del consumo alimentare. Alcuni dei trend che hanno caratterizzato il settore per un lungo periodo si stanno esaurendo. È difficile prevedere le priorità del consumatore occidentale della prossima generazione. Via via che le scoperte mediche e biomolecolari indicano nuove proprietà nutrizionali e terapeutiche delle diverse diete alimentari, il consumatore tende a riadattare la propria dieta in modo anche drastico, secondo schemi solo in parte prevedibili.

Con il consumatore al proprio centro e con il potenziale rivoluzionario delle tecnologie informatiche e biogenetiche il sistema sta cambiando rapidamente configurazione. Per focalizzare le maggiori linee di cambiamento è utile la rappresentazione di Kinsey (2001) che ci invita a pensare al sistema agroalimentare sempre meno come una catena e sempre più come una ragnatela con le attività di consumo al proprio centro. In figura 1 è riportata la visione classica del sistema in termini di doppia catena, la catena dell'offerta (*supply chain*) e la catena della domanda (*demand chain*), rappresentate rispettivamente con frecce scure e chiare. Questa rappresentazione mette in risalto la dimensione dello scambio ad ogni stadio della catena, con le attività di approvvigionamento (domanda da parte dell'acquirente) e di vendita (offerta da parte del venditore) quali costituenti essenziali dei nodi della catena. Lo scambio lungo la catena agro-alimentare, benché in un contesto anche allargato di analisi organizzativa come quello dei costi di transazione, viene rappresentato entro i limiti tradizionali degli incentivi legati alla redditività economica di breve periodo.

In figura 2 è riportata una rappresentazione del sistema agro-alimentare basata sul concetto di ragnatela. Alla dimensione verticale dell'organizzazione viene affiancata la dimensione orizzontale ed alla raffigurazione strutturale viene sostituita quella funzionale, ottenendo catene circolari legate da nodi posti lungo raggi che convergono verso il centro di una rappresentazione sferica ideale. Ognuno dei dodici raggi della figura rappresenta una funzione (o attività) necessaria al sistema per il mantenimento della propria integrità: aggiungere valore ai prodotti grezzi (pulitura, confezionamento, conservazione, ecc.); aggregazione e stoccaggio dei prodotti per la vendita; controllo della sicurezza e della qualità degli alimenti; smaltimento dei rifiuti e riciclaggio; addestramento e professionalizzazione della forza lavoro; innovazione tecnologica; raccolta e trattamento delle informazioni; sviluppo della scienza e delle tecnologie di base; servizi finanziari e credito; controllo delle attività anticompetitive per la difesa della libertà di mercato; attività agricole per la produzione di beni agricoli e prodotti della zootecnia; attività di trasporto. Le lettere maiuscole poste lungo i raggi indicano ognuna uno degli attori coinvolti nell'espletamento delle dodici funzioni di base: consumatori (C), dettaglianti (R), operatori del *foodservice* (FS), grossisti (W), trasformatori industriali (M), produttori di ingredienti diversi per i prodotti alimentari (I), agricoltori (F), industrie di prodotti per l'agricoltura (S), agenzie governative (G), intermediari commerciali e trasportatori (H), banche (B), università (U), laboratori scientifici (L), media (TV). Se un particolare attore si trova su di un raggio, allora può svolgere la funzione rappresentata da quel raggio. I consumatori posti al centro della ragnatela possono svolgere, in parte, la maggioranza delle funzioni di base. Anche le imprese industriali possono assolvere molte funzioni, mentre altri attori come le banche si limitano ad una o due funzioni specifiche. Se un operatore si trova su più raggi, ciò significa che ha integrato al proprio interno le attività che servono per adempiere la funzione rappresentata dal raggio. Pertanto un operatore posto su molti raggi ha raggiunto un elevato livello di integrazione verticale. Le linee che uniscono tra di loro i raggi indicano la presenza di forme organizzative orizzontali, alleanze strategiche, consorzi, cooperative, fusioni. Quando la ragnatela assume l'aspetto di un insieme di cerchi concentrici ben definito il sistema ha raggiunto un elevato livello di integrazione, ciò da un

lato facilita l'espletamento di alcune funzioni, come i controlli di qualità e la tracciabilità degli alimenti, e lo sfruttamento delle diverse economie di scopo e di scala. Dall'altro lato l'eccessiva integrazione può avere effetti anticoncorrenziali, poiché una così elevata integrità strutturale del sistema limita la possibilità di entrata di nuovi attori al proprio interno, e rappresenta un ambiente ideale per la costituzione e il mantenimento di poli ad elevato potere economico e strategico.

Il mantenimento di un giusto equilibrio strutturale, che permetta l'efficiente espletamento delle funzioni primarie ma che preservi la libertà di mercato e la capacità dell'espletamento di alcune funzioni "pubbliche", quali la difesa della salute dei consumatori e dell'ambiente, è uno dei problemi più importanti affrontati dall'operatore pubblico in tema di regolamentazione del sistema agro-alimentare. I sistemi dei paesi a sviluppo più avanzato tendono ad essere fortemente integrati, ma questo si accompagna ad un eccessivo potere di mercato e alla carente offerta di beni pubblici. D'altro canto nelle economie meno avanzate la debolezza organizzativa del sistema è fonte di inefficienze e scarsa competitività sui mercati internazionali. In paesi come l'Italia dove la configurazione del sistema è ancora in fase di evoluzione l'intervento nel settore dovrebbe puntare a fornire incentivi alla concentrazione e alla integrazione, nell'ambito di una efficace politica antitrust e garantendo nel contempo l'offerta dei beni pubblici ritenuti primari.

#### Un esempio delle dinamiche strategiche e strutturali in atto nei moderni sistemi agro-alimentari Il caso della life science industry

Le recenti scoperte in campo genetico e biotecnologico hanno determinato lo sviluppo di un nuovo settore per l'offerta di biotecnologie in agricoltura, in particolar modo semi con materiale geneticamente modificato per la coltivazione di piante più produttive, a ridotta richiesta di input o con tratti migliorati. La ricerca in tale campo richiede investimenti elevatissimi e ciò ha portato a vistosi fenomeni di consolidamento nei settori che sono entrati nel nuovo mercato. È nata la cosiddetta industria della scienza della vita che sviluppa biotecnologie applicate sia al settore farmaceutico che agricolo.

Alla base dello sviluppo del nuovo settore (e dei processi di concentrazione) vi sono le norme per l'appropriabilità dei risultati delle attività di ricerca e sviluppo, vale a dire la legge per la difesa dei diritti di proprietà intellettuale (*intellectual property rights*, IPR). Esempi di IPR sono i brevetti (*patents*) delle innovazioni, i diritti di autore (*copyrights*) per i prodotti editoriali, i certificati per la protezione della varietà delle piante (*plant variety protection certificates*, PVPCs).

Gli IPR da un lato sostengono il mercato per le innovazioni, dall'altro, dando un elevato potere di mercato alle imprese, possono condurre alle inefficienze tipiche del monopolio. Inoltre una difesa eccessiva degli IPR può disincentivare ulteriori investimenti nella ricerca.

Una volta che una impresa ha acquisito i diritti di proprietà su di una innovazione particolarmente attraente sul piano economico, esistono incentivi per una cessione dell'uso dell'innovazione tramite l'offerta di licenze. In alternativa una delle imprese concorrenti al fine di accedere all'innovazione può acquisire l'impresa detentrica del IPR, con una conseguente maggiore concentrazione del settore.

Tra il 1995 e il 1998 circa 68 imprese sementiere sono state acquistate o hanno stretto accordi di *joint venture* con grandi imprese multinazionali fino a quel momento operanti nel settore farmaceutico e chimico. Per le imprese chimiche già operanti nel settore agricolo (per esempio nel settore dei concimi chimici) l'acquisizione di imprese sementiere rispondeva a bisogni di complementarità. Ma per le imprese farmaceutiche l'entrata nel settore delle sementi ha rappresentato una assoluta novità. La combinazione delle attività di ricerca e sviluppo biotecnologico nei settori farmaceutico e agricolo ha dato vita all'industria cosiddetta di scienza della vita (*life science industry*). Le attuali imprese operanti in tale nuovo settore derivano dalla riconfigurazione di grandi imprese multinazionali del settore chimico e farmaceutico che:

- hanno dimesso alcune attività tradizionali e a domanda stagnante;
- hanno acquisito le start-up del settore biotecnologico diffuse negli anni ottanta;
- hanno acquisito compagnie sementiere;
- hanno acquisito piccole imprese di *plant-breeding*;
- hanno acquisito o si sono fuse con altre imprese con interessi di mercato simili ai propri;
- hanno sviluppato rapporti di collaborazione e costituito *joint ventures* con altre imprese per effettuare il massimo sforzo di ricerca e sviluppo nelle nuove tecnologie.

Alla fine degli anni ottanta molte imprese della *life science industry* hanno disinvestito nel settore sementiero, a volte cancellando acquisizioni non ancora perfezionate. Un motivo sembra essere stato l'elevata incertezza circa il reale valore commerciale delle biotecnologie agricole, vista la resistenza dei



consumatori e le politiche di alcuni distributori nei riguardi dei prodotti geneticamente modificati. Un altro motivo può essere stata la crescente attenzione rivolta dalle autorità antitrust al nuovo settore ed ai fenomeni di concentrazione in atto. Il settore sementiero è stato da sempre molto concentrato. In USA nel 1998 il C4 era pari a 67 per il granturco, al 49% per la soia e all'87% per il cotone.

La tabella 1 riporta illustra le azioni di consolidamento intraprese al 1998 dalle principali imprese del settore biotecnologico.

Tab. n° 7 - Attività di consolidamento intraprese dalle 10 imprese più attive nel settore delle biotecnologie

Società	Mergers	Acquisizioni	Joint Ventures	Altre	Totale
Monsanto(USA)	1	15	4	17	37
AgriBiotech(USA)	1	30	0	5	36
Novartis(Switz.)	3	21	1	0	25
AgrEvo/Aventis(Germany)	2	15	3	2	22
AstraZeneca (UK)	0	14	1	1	16
Limagrin (France)	0	15	0	1	16
Empresas La Moderna/Savia(Mex)	1	10	0	5	16
Rhone-Poulec Agro(FR.)	3	6	2	2	13
DuPont (USA)	0	3	2	8	13
Dekalb Genetics (USA)	0	11	0	0	11

Tra gli eventi più importanti precedenti al 1998 ricordiamo i seguenti:

- Nel 1996 la fusione di Novartis con Giba-Geigy e sandoz Chemicals;
- Nel 1998 la fusione che ha creato AstraZeneca;
- Nel 1989 la fusione di Bristol Meyers con Squibb.

Tra il 1999 e il 2001 si sono susseguiti altri eventi determinanti per la struttura del settore, tra i quali i seguenti:

- Novartis e AstraZeneca formano una nuova società la Syngenta alla quale cedono le attività dei prodotti per l'agricoltura. Syngenta dovrebbe essere una delle maggiori società che operano nel settore dei prodotti per l'agricoltura, con un fatturato annuale superiore ai \$7billion, un giro d'affari superiore a quello di Aventis.
- DuPont e Dow si dichiarano interessate a vendere le proprie divisioni agricoltura.
- BASF acquisisce American Cyanamid che aveva acquistato la divisione di chimica per l'agricoltura dall'American Home Products nel giugno del 2000.
- Monsanto rafforza la sua posizione nel settore farmaceutico mentre si accinge a liberarsi di alcune divisioni legate all'agricoltura.
- AstraZeneca, Novartis e American Home Products che insieme nel 2000 controllavano il 26% del mercato globale di prodotti per l'agricoltura decidono di vendere le proprie divisioni agricoltura per focalizzarsi sul settore farmaceutico.

#### 6.4. Il commercio agroalimentare e la posizione dei paesi poveri

Tra il 1960 e il 1999 la popolazione mondiale è più che raddoppiata arrivando agli attuali circa 6 miliardi di persone delle quali solo 1,5 miliardi circa residenti nei paesi sviluppati. Nello stesso periodo l'offerta di cibo è cresciuta in modo più che proporzionale rispetto alla popolazione permettendo di passare ad una disponibilità alimentare giornaliera pro-capite di 2420 kcal nel 1958 ad una disponibilità di 2808 kcal nel 1999. Una tale crescita dell'offerta alimentare è stata resa possibile dall'incredibile sviluppo tecnologico delle attività agricole e di trasformazione alimentare, con l'uso di varietà più produttive e di efficaci metodi di concimazione e di antiparassitari, oltre ovviamente ad un uso intensivo di acqua ed energia (uso intensivo che risulta attualmente non più sostenibile sul piano degli equilibri ambientali). Nonostante i successi nella produzione alimentare nello stesso periodo non si è avuto un apprezzabile miglioramento delle condizioni alimentari dei paesi più poveri del pianeta. Le 2800 kcal che in media ogni abitante della terra ha a

disposizione sono in realtà ripartite in modo estremamente ineguale, passando dalle 3750 calorie dell'americano medio alle 2100 calorie del cittadino della Nord Korea, dove circa la metà della popolazione è sottanutrita. Attualmente nel mondo ogni giorno migliaia di persone muoiono di fame e un bambino su tre nei paesi in via di sviluppo è malnutrito. Nel 1998 sono morte per fame 30 milioni di persone e solo in Africa ogni anno muoiono circa 500000 donne di parto a causa delle precarie condizioni di salute determinate dalla sottoalimentazione. Mentre per sottanutrizione ci si riferisce ad una assunzione di calorie e di componenti alimentari ridotta rispetto all'effettivo fabbisogno dell'organismo, per malnutrizione si intende una situazione in cui l'apporto calorico può essere sufficiente ma sussiste comunque una carenza nutrizionale rispetto ad alcune sostanze necessarie per il mantenimento dell'organismo in buona salute. La carenza di vitamina A nella dieta di molti abitanti dei paesi poveri determina ad esempio migliaia di casi di cecità infantile all'anno. Il ridotto apporto di proteine animali determina ritardi nello sviluppo ed una immunodeficienza cronica in molte regioni del sud del mondo. L'attuale scienza della nutrizione indica in 40gr l'assunzione giornaliera minima di proteine animali che permettono all'organismo di mantenere la propria massima integrità funzionale. Nel 1999 l'assunzione pro-capite giornaliera di proteine animali variava da un minimo di 3gr. Nel Burundi ad un massimo di 76 grammi in Francia. Il raggiungimento di un consumo di 40gr. di proteine animali nei paesi in via di sviluppo richiede un aumento enorme, ed attualmente non possibile, della produzione agricola. La produzione ideale di cereali necessaria per fornire alla popolazione mondiale una dieta pro-capite di 2900 calorie e 40 grammi di proteine animali è di circa 420 chili pro-capite annui. La produzione di cereali pro capite media nel periodo 1980-2000 è stata di circa 340 chili. Anche se non è in grado di assicurare l'apporto ottimale, tale produzione potrebbe comunque consentire di raggiungere la soglia di 20 grammi pro-capite di proteine animali (Gilland, 2002). La tabella che segue evidenzia come molti paesi siano ancora al di sotto di tale soglia. Inoltre non bisogna mai dimenticare che il dato medio pro capite per un paese povero offre una stima ottimistica della situazione reale, in quanto l'estrema sperequazione dei redditi in tali paesi fa sì che la maggior parte della popolazione si collochi molto al di sotto del valore medio.

Tab. n° 8 - Consumo medio procapite di proteine animali (in gr.)

Consumo	La maggioranza dei paesi più popolosi
0-10 gr.	Bangladesh, Nigeria, Ethiopia, Rep. Dem. Del Congo, Burma
10-20 gr.	India, Indonesia, Vietnam, Egitto, Iran
20-30 gr.	Cina, Pakistan, Filippine, Turchia, Tailandia
30-40 gr.	Messico, Ucraina, Corea del sud, Arabia Saudita
40-50 gr.	Brasile, Russia, Romania, Malesia
50-60 gr.	Giappone, Germania, Regno Unito, Polonia, Canada
60-70 gr.	Italia, Spagna, Argentina, Australia
70-80 gr.	Stati Uniti, Francia, Olanda

Fonte: Gilland, 2002

Ricordiamo inoltre che mentre la rivoluzione verde ha permesso un aumento sorprendente della produzione cerealicola durante gli anni sessanta e settanta, la produzione si è poi successivamente stabilizzata, iniziando anzi a declinare durante gli anni novanta a causa delle crisi produttive registrate nell'ex blocco dell'Unione Sovietica. Pertanto mentre la crescita della popolazione segue un inesorabile trend di crescita (anche se sussistono molte incognite sulla velocità della crescita) la produzione di cereali sembra avviarsi verso un livello stazionario e minaccia addirittura di ridursi a causa del progressivo cambiamento climatico che mette a rischio importanti aree produttive e della tragica mancanza di acqua che affligge in modo ormai cronico molte regioni povere<sup>28</sup>.

La principale causa della cronica insufficiente disponibilità di cibo della maggioranza della popolazione mondiale non risiede tuttavia nei limiti delle risorse e della capacità produttiva agricole, bensì nel basso potere d'acquisto di tale popolazione che si traduce nell'impossibilità di accesso alle risorse alimentari. Il famoso economista indiano Amartya Sen<sup>29</sup> è stato tra gli studiosi che tra i primi ed in modo particolarmente

<sup>28</sup> E' stato stimato che entro il 2025 circa 50 paesi con una popolazione di circa 3 miliardi di persone, avranno problemi di approvvigionamento idrico.

<sup>29</sup> Uno degli ultimi saggi divulgativi di questo autore (Sen, 2000) si concentra con un linguaggio molto chiaro e accessibile anche al lettore non specializzati sul nesso che esiste tra fame, sviluppo economico e democrazia. Il messaggio di fondo è che lo sviluppo della democrazia è la sola via alla lotta contro la fame. Si deve trattare tuttavia di una democrazia a 360 gradi

incisivo ha cercato di spiegare la fame nel mondo in termini di impossibilità di accesso alle risorse, e non più in termini di dotazioni di risorse naturali di un paese. Tutto il suo lavoro è ruotato intorno al concetto di *entitlements*, vale a dire di quei titoli (diritti di proprietà, diritti politici, diritti informali e formali basati su leggi e convenzioni nazionali e locali) che permettono al singolo individuo l'accesso ai generi di consumo di prima necessità. Ad esempio in molti in via di sviluppo i limitati diritti civili concessi alle donne le rendono particolarmente esposte alla povertà ed alla sottoalimentazione e con loro i bambini e le bambine in primo luogo.

La produzione di derrate alimentari è concentrata nei paesi sviluppati il che vuol dire che i paesi poveri devono acquistare parte del cibo necessario da questi ultimi. La tabella seguente riporta i dati relativi alla popolazione ed alla produzione di cereali per i paesi sviluppati (*more-developed countries*, MDCs) e per quelli poveri (*less-developed countries*, LDCs) per il 1999. I paesi a maggiore sviluppo (MDCs) includono generalmente: USA, Canada, Europa, Giappone, Nuova Zelanda. Nella tabella che segue sono stati considerati facenti parte dei MDCs anche Sud Corea, Taiwan, Singapore e Israele.

Tab. n° 9 - Produzione di cereali e popolazione, 1999

	MDCs	LDCs	Mondo
Popolazione (milioni)	1261	4742	6003
Aree a cereali (Mha)	232	439	671
Produzione di cereali (Mt)	859	1218	2140
Produttività (kg/ha)	3700	2770	3094
Popolazione per ha di cereali	5.4	10.8	8.95
Produzione di cereali procapite (kg.)	681	257	346

Fonti: USBC, 2001; FAOISTAT, 2001.

L'esportazione netta di cereali dai paesi sviluppati verso i paesi meno sviluppati è ammontata nel 1999 a 101 milioni di tonnellate. Tale flusso di esportazioni è pari solo al 24% del GET (*global equalization transfer*), vale a dire del trasferimento necessario per consentire una equiparazione globale della disponibilità, e questo illustra chiaramente l'ineguale detenzione e controllo delle risorse alimentari tra paesi poveri e ricchi.

Nelle tabelle che seguono sono riportati i bilanci alimentari per il 2000 di alcune regioni del mondo, alcune molto sviluppate, USA e UE, ed altre meno sviluppate, India, Africa, Eritrea. È importante notare come le regioni sviluppate abbiano un alto grado di autosufficienza alimentare, in quanto il consumo interno dei prodotti alimentari essenziali<sup>30</sup> è soddisfatto dalla produzione interna. Al contrario i paesi meno sviluppati presentano un più o meno elevato grado di dipendenza dall'esterno. Si noti in particolare la dipendenza dell'Africa per i cereali, con una produzione annua di 108541000 t. ed un fabbisogno di 157218000 tonnellate. L'India, che ha raggiunto un grado di sviluppo abbastanza elevato, almeno in alcune regioni del paese, presenta un elevato grado di autosufficienza alimentare. Si noti tuttavia che tale autosufficienza è basata su di una alimentazione estremamente povera con consumi medi annui di prodotti animali, frutta e verdura estremamente bassi, come evidenzia il confronto tra le disponibilità pro-capite di questi alimenti per l'India e per i paesi a elevato sviluppo (UE, USA). Si noti infine l'estremo bisogno alimentare di paesi molto poveri quali l'Eritrea, dove alla forte dipendenza dall'esterno per i cereali si accompagna un consumo pressoché nullo di prodotti animali, frutta e verdura.

che coinvolga le istituzioni formali ma anche quelle informali e che sia presente senza discriminazioni in tutti i paesi del mondo. A tal proposito Sen sottolinea come anche in un paese a democrazia avanzata come gli USA, il persistere di istituzioni informali come una cultura di discriminazione nei riguardi della popolazione nera, determini forti squilibri nell'accesso alle risorse primarie. Ancora agli inizi degli anni novanta un cittadino afroamericano degli Usa aveva una speranza di durata media della vita molto inferiore a quella di un compatriota bianco, ma sorprendentemente molto inferiore a quella di un cittadino di un paese in via di sviluppo come la Cina o la regione indiana di Kerala. In quel periodo la sopravvivenza maschile a 75 anni riguardava l'84% dei maschi bianchi americani, il 74% dei maschi cinesi, il 72% dei maschi del Kerala, e solo il 67% dei maschi neri americani.

<sup>30</sup> Per prodotti alimentari essenziali facciamo riferimento a quei prodotti necessari per una corretta alimentazione umana, cereali in primo luogo, e poi carne, pesce, latte, verdure, legumi, frutta. Si noti che laddove l'UE e gli USA sono importatori netti, le importazioni o riguardano prodotti "non necessari" (bevande alcoliche, spezie, eccitanti) o riguardano prodotti essenziali ma che eccedono di gran lunga i quantitativi necessari al fabbisogno minimo individuale.

Tab. n° 10 - Bilanci alimentari dell'EU (15), 2000 (valori espressi in 1000 metric tons)

	OFFERTA INTERNA					UTILIZZAZIONE INTERNA						
	Produzione	Import	Var. scorte	Esport.	Totale	Alim animale	Semi	Per trasf.	Sprechi	Altri usi	Alim. umana	Kg/anno persona
Cereali (escl. birra)	216077	47071	1893	77437	187605	118202	5810	11740	3514	5086	43259	114.8
Radici amidacee	50050	23041	227	12156	61161	15489	2877	5294	3752	4074	29677	78.8
Zucchero	116110	73	825	26	116981	1403	0	112265	194	3120	0	0.0
Legumi	4256	2832	16	1392	5711	4156	270	0	126	1	1318	3.5
Semi oleosi	25220	25172	912	6506	44799	2004	131	40672	342	274	1379	3.7
Oli vegetali	11727	11594	-154	9405	13763	105	0	142	6	5816	7915	21.0
Verdure	56284	16395	-588	17832	54798	2101	12	0	6445	98	46175	122.6
Frutta	60435	36932	81	26202	71846	104	0	24849	4000	371	43779	116.2
Stimolanti	0	5826	153	2834	3145	0	0	15	21	1	3132	8.3
Spezie	15	258	0	112	161	0	0	0	0	0	165	0.4
Bev. Alc.	51812	7735	-914	10941	47692	0	0	2802	135	1625	43130	114.5
Carne	35898	8908	106	10459	34453	7	0	108	9	111	34225	90.9
Frattaglie	2047	478	7	910	1621	7	0	0	2	9	1649	4.4
Grassi animali	7863	2746	104	2946	7766	515	0	129	43	1918	5209	13.8
Latte	125942	36574	736	47779	115474	17831	0	37	616	5248	91742	243.5
Uova	5201	691	0	778	5114	0	393	0	77	10	4639	12.3
Pesce	7579	15326	166	9682	13390	3415	0	-222	0	319	9879	262

Tab. n° 11 - Bilanci alimentari degli USA, 2000 (valori espressi in 1000 metric tons)

	OFFERTA INTERNA					UTILIZZAZIONE INTERNA						
	Produzione	Import	Var. scorte	Export.	Totale	Alim animale	Semi	Per trasf.	Sprechi	Altri usi	Alim. umana	Kg/anno persona
Cereali (escl. birra)	339892	6758	-2759	88993	254897	169085	3273	43125	47	7258	32167	113.6
Radici amid.	23926	2517	-300	1963	24181	392	1281		1761	1621	19126	67.5
Zucchero	62283	0		14	62269		1654	60615				
Legumi	1534	213	95	571	1271	3	49		0		1231	4.3
Semi oleosi	84913	1539	316	28536	58231	3091	2701	48233	2538	248	1420	5.0
Oli vegetali	10829	1827	251	1968	10938			0	29	3677	7437	26.3
Verdure	37261	4733		3999	37995	189		0	2217		35630	125.8
Frutta	32600	15985	0	8000	40586			3746	1481	0	35345	124.8
Stimolanti	4	2534	0	332	2206			0			2206	7.8
Spezie	6	192	0	21	177						177	0.6
Bev. Alc.	30879	3908	0	1104	33683					4782	28901	102.0
Carne	37661	2020	-16	4853	34812	19		0		131	34663	122.4
Frattaglie	1398	58	0	559	897	727					171	0.6
Grassi animali	6895	265	34	1765	5429	1483		52	75	1979	1841	6.5
Latte	76067	5077	-1451	1896	77796	549		0		3507	73489	259.5
Uova	5000	7	0	102	4905		668		108		4129	14.6
Pesce	5206	3280	50	1490	7046	805	168	0		14	6059	21.4

Tab. n° 12 - Bilanci alimentari dell'India, 2000 (valori espressi in 1000 metric tons)

	OFFERTA INTERNA					UTILIZZAZIONE INTERNA						
	Produzione	Import	Var. riserve	Esport.	Totale	Alim animale	Semi	Per trasf.	Sprechi	Altri usi	Alim. umana	Kg/anno persona
Cereali (escl. birra)	192389	103	-	2765	178983	1809	10581	80	6390	117	160005	158.6
Radici amidacee	33007	11	0	51	32967		2200	0	4650	1	26114	25.9
Zucchero	299230	0		1	299229	2692	19749	263322			13465	13.3
Legumi	13417	353		245	13524	1116	692		448		11268	11.2
Semi oleosi	32006	8	281	552	31742	1556	1026	21715	1100	2	6418	6.4
Oli vegetali	6199	4612	155	296	10670					2177	8493	8.4
Verdure	68059	13	0	576	67496			0	4403		63094	62.5
Frutta	48571	264	0	306	48529			15	6603		41920	41.5
Stimolanti	1103	16	0	428	690			0	13		679	0.7
Spezie	2256	36	0	213	2079				72		2007	2.0
Bev. Alc.	4251	5	0	87	4169					2475	1694	1.7
Carne	4850	0		301	4549			0			4549	4.5
Frattaglie	575			0	575						575	0.6
Grassi animali	2188	8	0	6	2189	1				177	2014	2.0
Latte	81790	11	0	339	81462	12405		0	2754	0	66634	6.0
Uova	1783	0	0	68	1715		53		178		1484	1.5
Pesce	5352	71	1	406	5017	395				78	4544	4.5

Tab. n° 13 - Bilanci alimentari dell'Africa, 2000 (valori espressi in 1000 metric tons)

	OFFERTA INTERNA					UTILIZZAZIONE INTERNA						
	Produzione	Import	Var. scorte	Esport.	Totale	Alim animale	Semi	Per trasf.	Sprechi	Altri usi	Alim. umana	Kg/anno persona
Cereali (escl. birra)	108541	45455	5377	2195	157178	19370	3209	3146	14176	1454	115863	146.5
Radici amidacee	163788	734	-	356	162986	6716	12989	-8	37953	1503	103930	131.4
Zucchero	90561	1	6	6	90562	308	1781	80952	1897	2310	3315	4.2
Legumi	8087	869	303	147	9112	591	731		951	0	6843	8.7
Semi oleosi	17156	1132	546	1182	17652	29	822	10944	887	1014	4005	5.1
Oli vegetali	5311	3666	364	740	8602			5	35	1934	6653	8.4
Verdure	45514	1146	21	1123	45557	144		0	4450	10	4111831	52.0
Frutta	58279	528	45	3791	55061	2500		5558	5521	25	41526	52.5
Stimolanti	3930	483	232	3353	1292			0	94	351	856	1.1
Spezie	629	55	3	87	601				22	6	577	0.7
Bev. Alc.	2w4970	324	-25	550	24720			213	1065	288	23447	29.7
Carne	11139	836	39	189	11825	1		0		26	11845	15.0
Frattaglie	1183	9.4	0	1	1275	0				46	1229	1.6
Grassi animali	491	320	11	41	780	23			0	184	592	0.7

Latte	26556	4449	74	387	30691	1250	1	1261	291	27936	35.3	
Uova	2068	28	0	7	2089		197	0	144	5	1742	2.2
Pesce	6282	2142	14	1382	2878	774			0	62	6242	7.9

Tab. n° 14 - Bilanci alimentari dell'Eritrea, 2000 (valori espressi in 1000 metric tons)

	OFFERTA INTERNA					UTILIZZAZIONE INTERNA						
	Produzione	Import	Var. scorte	Esport.	Totale	Alim animale	Semi	Per trasf.	Sprechi	Altri usi	Alim. umana	Kg/anno persona
Cereali (escluso birra)	169	284	115	3	566	10	16	25			514	140.6
Radici amidacee	125				125	4		6			114	31.3
Zucchero		4	004								4	1.2
Legumi	48	3		0	51	6		3			43	11.7
Semi oleosi	20		0	1	20	1	15	1			3	0.9
Oli vegetali	5	8			13						13	3.6
Verdure	28	11			39			3			36	9.8
Frutta	4				4						3	0.9
Stimolanti	0			0								0
Spezie	1				1						1	02
Bev. Alc.	76	0			76						76	20.8
Carne	30	0			30						30	8.4
Frattaglie	7				7						7	1.8
Grassi animali	2				2						2	0.4
Latte	68	15			83			3			80	21.7
Uova	2				2						1	0.4
Pesce	7										7	1.8

### 6.5 IL MERCATO AGROALIMENTARE E LE REGOLE DEL WTO

Si è visto come il mercato agroalimentare mondiale sia caratterizzato da una accentuata spinta alla globalizzazione, vale a dire che le imprese che vi operano si confrontano sempre più in un'arena competitiva che travalica i confini del singolo paese. Il citato rapporto Rasmey colloca la globalizzazione tra i cinque fattori chiave con i quali si devono confrontare le attuali e le future strategie delle imprese (gli altri fattori chiave sono: *convenience*, configurazione, innovazione, concentrazione).

Il termine globalizzazione è utilizzato in modo molto generico per indicare l'elevata interdipendenza che attualmente esiste tra le diverse economie nazionali. In parte la globalizzazione ha a che fare con la crescita del volume delle transazioni internazionali, ma è sbagliato ridurre il fenomeno alla crescita degli scambi. Come notato da molti studiosi, la quota relativa del valore degli scambi commerciali internazionali sul prodotto interno dei diversi paesi attualmente non è particolarmente elevata rispetto al passato. Il commercio internazionale negli anni novanta non è stato molto più grande, come quota del prodotto mondiale, rispetto al secolo precedente. Ad esempio negli USA nel 1993 la spesa per importazioni è stata pari all'11 per cento del reddito lordo interno, contro un valore dell'8% nel 1890 (Krugman, 1997, pag. 157).

Le economie nazionali sono interdipendenti non in virtù dei flussi di commercio internazionale, ma soprattutto in virtù delle strategie delle grandi imprese multinazionali. Agli inizi degli anni ottanta le dinamiche competitive interne a molti settori produttivi portarono ad una elevata concentrazione ed al conseguente bisogno delle imprese di espandere il proprio mercato di riferimento. La ricerca di nuovi mercati da colonizzare, il perseguimento di strategie di vantaggio di costo ottenuto con la delocalizzazione degli impianti in paesi a minor costo della manodopera e con ridotti standard ambientali, il processo di finanziarizzazione teso a sfruttare le opportunità di rendita offerte dalla riconfigurazione dei mercati finanziari su scala internazionale, hanno portato le grandi imprese ad operare, sia in termini di attività di vendita che di investimento e finanziamento, in qualsiasi parte del mondo offrisse loro le migliori

opportunità. Mano a mano che il raggio di azione delle grandi imprese transnazionali si è diffuso oltre il paese di origine, queste hanno chiesto (e ottenuto) alle istituzioni nazionali e sopranazionali garanzie via via maggiori sulla propria libertà di azione. Il rischio di impresa aumenta con l'aumentare delle turbolenze e dell'instabilità del quadro di riferimento istituzionale e pertanto le grandi imprese da sempre si sono assicurate posizioni eccellenti come lobby e gruppi di pressione capaci di influire sulle scelte di politica economica e sociale dei governi. In un contesto "globale" le grandi imprese hanno sostenuto e "guidato" lo sviluppo di organismi internazionali capaci di stabilizzare il quadro di riferimento istituzionale ed orientarne le regole a favore delle attività dei grandi capitali. In parte il WTO è il frutto di tali dinamiche e la sua istituzione ha segnato effettivamente il passaggio ad una economia globale largamente intesa, vale a dire dove la dimensione globale (e sopranazionale) domina formalmente e di diritto su quella locale (e nazionale).

In definitiva, aumento degli scambi commerciali, raggio di azione sopranazionale delle grandi imprese, cessione ad una organizzazione sopranazionale della politica commerciale da parte dei singoli stati nazionali, sono i principali elementi che denotano il fenomeno della globalizzazione. A tali tre elementi ne va tuttavia aggiunto un quarto, quello della standardizzazione dei modelli di consumo (e insieme ad essi dei modelli culturali e di organizzazione sociale) indotto dalle strategie produttive e di marketing delle grandi imprese transnazionali.

Vista nei suoi quattro aspetti caratteristici la globalizzazione si presenta come fenomeno molto più complesso, e dagli effetti molto più vari e imprevedibili, rispetto al bengodi proclamato da tanta stampa conservatrice che ne esalta i soli aspetti di liberalizzazione e sviluppo degli scambi commerciali. Effettivamente la liberalizzazione e lo sviluppo degli scambi commerciali non possono che portare un beneficio netto complessivo ai paesi che vi partecipano. Il commercio internazionale è fatto di scambi reciprocamente vantaggiosi. La teoria economica standard ci insegna che in un mondo di mercati perfettamente concorrenziali la libertà degli scambi (assenza di barriere al commercio) determina un aggiustamento delle economie nazionali, dettato dallo sfruttamento dei propri vantaggi comparati, verso posizioni di equilibrio a benessere maggiore rispetto all'equilibrio raggiungibile da un insieme di economie chiuse. Malauguratamente nel mondo reale esistono ben pochi mercati perfettamente concorrenziali e ancor meno paesi "perfettamente" aperti agli scambi (senza contare quei beni, come i beni pubblici, per i quali neanche il mercato concorrenziale si presenta come strumento ottimale di regolazione), sicché ogniqualvolta si modifichi una qualche regola del commercio internazionale, anche con obiettivi liberisti, gli effetti sul benessere possono essere i più diversi e spesso negativi per alcuni paesi.

A questo punto del discorso inizia a divenire comprensibile perché tanti osservatori da sempre abbiano invitato i governi ed i cittadini tutti ad essere maggiormente critici nei confronti della globalizzazione e a guardare con sospetto al miraggio di una globalizzazione e liberalizzazione degli scambi buona per tutti e per tutte le occasioni. Da questo sguardo critico al fenomeno della globalizzazione è nato un movimento internazionale, che fa capo a diverse organizzazioni, tra le quali ATTAC è una delle più note, denominato comunemente come "movimento no-global". L'obiettivo del movimento è quello di ostacolare una deriva ultraliberista dei maggiori paesi occidentali che, in nome dei presunti benefici della globalizzazione, rischia di portare ad un aggravamento delle principali piaghe che affliggono l'umanità, prime fra tutte la fame e il degrado ambientale<sup>31</sup>.

---

<sup>31</sup> La terza grande piaga è l'accentuarsi delle disparità nella distribuzione del reddito e nelle possibilità di accesso alle risorse tra i diversi abitanti del pianeta, vale a dire la sempre maggiore distanza tra ricchi e poveri. Tale divario in realtà non è considerato come un fatto negativo dall'economia standard e dai sostenitori del liberismo. Ricordiamo infatti che il principio di equità dell'economia standard non tiene conto delle disparità di reddito ma solo del principio di efficienza dato dal vincolo che ogni risorsa riceva una remunerazione pari alla propria produttività marginale. Una nuova posizione di equilibrio è preferibile a quella data se determina il miglioramento di almeno uno dei partecipanti senza diminuire quello degli altri. Vale a dire che se una nuova regola del WTO permette ai paesi ricchi di aumentare del 30% il proprio reddito lasciando invariato il reddito dei paesi poveri (compresi i trenta milioni di persone che ogni anno muoiono di fame) ogni cosa sta andando per il meglio, nel rispetto dell'efficienza, dell'equità, e della giustizia. Al contrario, se una regola del WTO permette di aumentare il reddito dei paesi poveri del 30% riducendo quello dei paesi ricchi dell'1%, tale regola è giudicata iniqua e inefficiente da parte dei liberisti. Per i sostenitori del movimento no-global una qualsiasi nuova regola dovrebbe garantire un miglioramento della posizione dei paesi poveri e ciò in nome di un principio etico fondamentale connaturato alla natura più profonda dell'essere umano che promuove i valori dell'altruismo e della solidarietà. Tali valori per i sostenitori del liberismo non sono altro che forme di sentimentalismo contrarie alla logica scientifica delle "leggi" economiche. Gli stessi liberisti in genere nelle discussioni pubbliche non avendo il coraggio di affermare la "naturale" ed inevitabile morte per fame di parte dell'umanità, indicano, con una buona dose di demagogia, nella politica e negli aiuti umanitari una possibile soluzione di tali problemi, escludendo tout court l'economia dalle possibili cause e soluzioni.

## Teorie standard del commercio internazionale

La teoria dei vantaggi comparati di Ricardo è basata su un modello in cui, dati rendimenti di scala costanti, le differenze di produttività del lavoro nelle diverse attività sono conseguenza o della differenza nella tecnologia adottata o della differente qualità del fattore lavoro.

Il modello Heckscher-Ohlin (1933) risale alle determinanti dei vantaggi comparati: le differenze internazionali nelle dotazioni relative di fattori di produzione.

Questa teoria, secondo la quale ogni paese tende a specializzarsi nella produzione ed esportazione dei beni che incorporano in misura relativamente maggiore i fattori produttivi relativamente più abbondanti, porta, come la teoria ricardiana, alla dimostrazione che il libero scambio conduce al massimo benessere di tutti i paesi e garantisce l'equilibrio delle bilance commerciali.

Obiezioni alla teoria standard:

- Ipotesi irrealistiche.
- Come il modello neoclassico, per cui le dotazioni iniziali sono date, tale teoria spiega l'equità senza tener conto di alcuna "teoria etica".

Il WTO (World Trade Organization) o OCM (Organizzazione del Commercio Mondiale) nasce nel 1994 con il trattato di Marrakech che costituisce insieme il documento della nascita ufficiale del WTO e l'atto finale dell'Uruguay Round, l'ultima serie di negoziati (iniziata nel 1986) del Gatt. Il GATT (General Agreement on Tariffs and Trade, o accordo generale sulle tariffe doganali ed il commercio) fu istituito nel 1948<sup>32</sup> ed ha costituito un tavolo di contrattazione multilaterale permanente per la riduzione progressiva dei diritti doganali sui prodotti di manifattura. In 45 anni i paesi membri ed i loro esperti, riunitisi in occasione di round o cicli successivi di negoziati (Kennedy, Tokyo, Uruguay, ecc.) sono riusciti ad abbassare le tariffe doganali del 40-50%, fino ad una soglia del 4-5%.

Il trattato di Marrakech nelle sue oltre seicento pagine definisce statuto e funzionamento della nuova organizzazione per il commercio mondiale e pone in una sola volta, e con rare eccezioni, tutti i campi dell'attività umana sotto il condizionamento immediato o programmato della nuova organizzazione. Il WTO segna un passaggio epocale nelle politiche di commercio internazionale, e nella politica internazionale in generale, grazie a due elementi: le norme definite dal WTO sono coercitive per una particolare materia rispetto alle norme nazionali (e il WTO definisce sanzioni e procedure di applicazione delle stesse in caso di defezione); rispetto al GATT, che si occupava delle attività manifatturiere, il WTO estende il suo campo di azione a pressappoco tutte le attività umane. Questi due elementi fanno del WTO una istituzione sopranazionale con ampi diritti di regolamentazione delle economie nazionali.

Le attività del WTO che attualmente conta circa 140 paesi membri sono state inaugurate il primo gennaio 1995 negli ex uffici del GATT a Ginevra.

Gli organi istituzionali del Wto comprendono:

- Una Segreteria composta da 533 persone, che svolge funzioni di carattere tecnico.
- Un Direttore Generale, in carica per tre anni.
- Una Conferenza Ministeriale, composta dai rappresentanti di tutti i paesi membri, che si riunisce almeno ogni due anni (la Conferenza definisce l'ordine del giorno dei negoziati e può istituire gruppi di lavoro permanenti su particolari temi).
- Un Consiglio Generale, composto da rappresentanti permanenti (ambasciatori) dei paesi membri a Ginevra, che ha la facoltà di creare comitati e gruppi di lavoro permanenti.

Il potere decisionale spetta alla Conferenza Ministeriale. Questa tuttavia non fa che ratificare le proposte redatte dal consiglio generale. Poiché la partecipazione alle attività del Consiglio Generale da parte dei paesi

---

<sup>32</sup> John Maynard Keynes, l'artefice della Banca mondiale e del FMI, aveva preparato prima della sua morte (1946) il terreno per un'organizzazione internazionale del commercio (ITO). Gli statuti dell'ITO furono effettivamente negoziati e la Carta dell'Avana, che li promulgava, fu firmata da 56 paesi in occasione di una conferenza internazionale tenutasi a Cuba nel 1947/48. Gli Stati Uniti tuttavia rifiutarono di ratificarla. Ciò che sopravvisse fu solo il capitolo IV di questa carta, che è il noto GATT (General Agreement on Tariffs and Trade, o accordo generale sulle tariffe doganali ed il commercio).



più poveri è fortemente limitata dagli alti costi di mantenimento degli ambasciatori permanenti a Ginevra<sup>33</sup>, tali paesi usufruiscono limitatamente di quella partecipazione democratica alle trattative prevista sulla carta. Come notano alcuni critici del WTO, nonostante le decisioni del WTO rispondano alla regola del consenso e nonostante che le votazioni siano gestite sulla base del principio un paese una voce, nei fatti ogni decisione finora presa non è stato altro che la ratifica di decisioni prese di comune accordo dal “quadrilatero”, ovvero i paesi più potenti: Canada, Giappone, UE, USA (George, 2002). Una maggiore consapevolezza del proprio ruolo decisionale da parte di alcuni paesi sta tuttavia modificando una tale posizione di forza del quadrilatero, come hanno dimostrato i recenti eventi di Cancun.

Gli accordi del WTO hanno tutti come obiettivo la liberalizzazione del commercio mondiale aprendo le frontiere ed abbattendo le barriere, ed applicando a tutte le attività il principio della concorrenza e le leggi del mercato. L'intera attività del WTO si svolge nel rispetto assoluto dei sette principi di base:

- nessuna eccezione (ogni decisione si applica indistintamente ad ogni paese ed in ogni situazione)
- liberalizzazione progressiva e crescente (fino ai servizi anche di base come sanità e istruzione)
- trasparenza (i membri sono tenuti ad informare tempestivamente il WTO di qualsiasi disposizione interna che possa ripercuotersi sul commercio internazionale; tale principio si traduce di fatto in una forte limitazione della sovranità nazionale)
  - il principio della nazione più favorita e definizione dei prodotti simili (ogni paese deve trattare allo stesso modo i “prodotti simili” esportati da un altro paese membro, vale a dire che non può essere favorito un particolare paese fornitore- sono esclusi solo i prodotti di detenuti-)
  - trattamento nazionale non discriminante (ai fornitori interni deve essere riservato un trattamento pari a quello per i fornitori esterni; tale principio si traduce in una limitazione delle scelte di politiche specifiche).
    - diritti antidumping (i paesi minacciati da politiche di dumping possono applicare tasse compensatrici –diritti antidumping- alla frontiera)
    - eliminazione delle quote (applicato anche al paese esportatore).

Una rappresentazione chiara degli scopi dell'organizzazione si trova nella pagine di apertura del sito internet del WTO, come risposta alla domanda “cosa è il WTO?”:

“L'organizzazione mondiale per il commercio (WTO) è la sola organizzazione globale internazionale che tratta delle regole del commercio tra le nazioni. Al suo cuore vi sono gli accordi del WTO, negoziati e firmati dalla maggioranza delle nazioni operanti nel commercio internazionale e ratificati dai parlamenti di tali nazioni. L'obiettivo (delle attività del WTO) è di aiutare i produttori di beni e servizi, gli esportatori e gli importatori a gestire le proprie attività.” (WWW.....).

Da tale definizione emerge chiaramente come il WTO, benché sia una istituzione dotata di poteri normativi avallata da governi democratici e con poteri di ampissima scala che spaziano tra tutte le attività umane e gran parte dei paesi, abbia come fine ultimo solo quello di proteggere gli interessi economici di una esigua parte della popolazione (produttori, importatori ed esportatori). D'altronde il WTO è l'unica organizzazione internazionale che non fa riferimento nel proprio statuto alla difesa e al sostegno dei diritti umani.<sup>34</sup> Sulla base di tali considerazioni un vasto movimento internazionale si oppone alla eccessiva libertà di azione del WTO. Le motivazioni più largamente condivise per una limitazione dei poteri del WTO sono ben riassunte nei seguenti nove punti tratti dal sito internet di una organizzazione internazionale non governativa (Global Exchange; [www. Globalexchange.org](http://www.Globalexchange.org))

<sup>33</sup> Almeno 36 paesi non hanno ambasciatori permanenti al WTO. Fra i fattori che penalizzano la piena partecipazione al tavolo delle trattative da parte dei paesi più poveri va citato inoltre lo svantaggio proveniente dall'uso di lingue ufficiali che non sono quelle di origine. Benché il WTO riconosca tre lingue ufficiali (inglese, spagnolo e francese), la lingua che predomina è l'inglese.

<sup>34</sup> Il commento di Susan Gorge a tal proposito è particolarmente istruttivo: “nel 1994 Marrakech è stato teatro di un gioco di prestigio. Centotrentadue paesi si sono riuniti per concludere uno dei cicli di negoziati del GATT, l'Uruguay Rounds. Quando sono entrati nella sala i centotrentadue paesi rappresentavano il Gatt, organo creato dalle Nazioni Unite, ma ne sono usciti nelle fattezze del Wto, organo commerciale completamente indipendente dalle Nazioni Unite. Nell'accordo che istituisce il Wto l'ONU viene semplicemente abbandonata, dimenticata. Quest'omissione autorizza il Wto a considerarsi come avulso dal corpo dottrinale dell'ONU, poiché la sua vocazione è puramente commerciale e non dipende quindi dal diritto internazionale. Concretamente significa che il Wto non risponde né alla Carta né alla Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo, né al Patto dei diritti economici, sociali e culturali, né alla Carta dei diritti e doveri economici degli stati” (George, 2002, p37). George fa notare inoltre che dal momento che il Wto non fa parte delle nazioni Unite, il Dbr di fatto elabora una propria specifica giurisprudenza al di fuori delle regole e dei vincoli dettati dalle esistenti norme di diritto internazionale.

1. IL WTO serve unicamente gli interessi delle società multinazionali. Il WTO non assicura una partecipazione paritaria di tutti i paesi e di tutte le organizzazioni interessate alle trattative. Al contrario tiene esplicitamente conto del parere dei gruppi multinazionali, come dimostra il fatto che la rappresentanza USA nel WTO si serva come organismo consultivo del “Industry Sector Advisory Committees”.

2. il WTO è una corte parziale (stacked court). Nella nomina degli esperti e dei giudici deputati alle decisioni non vi è nessuna sorveglianza sui possibili conflitti di interesse.

3. il WTO calpesta i diritti umani e i diritti dei lavoratori. Norme sui diritti dei lavoratori emanate da singoli governi sono considerate barriere agli scambi e pertanto dichiarate illegali. Allo stesso modo penalità inflitte ad imprese che non rispettano i diritti umani sono considerate illegali in quanto non essendo i diritti umani commerciabili non rientrano nella sfera di competenza del WTO.

4. il WTO è dannoso per l'ambiente. Molte regolamentazioni in campo ambientale sono vietate perché considerate forme di barriere non tariffarie. Di fatto il WTO toglie ai governi locali la maggioranza degli strumenti utilizzabili per la gestione di una politica ambientale.

5. il WTO è causa di morte. Le stringenti normative in tema di diritti di proprietà limitano il diritto dei governi nazionali di produrre e vendere a prezzi accessibili farmaci ed altre tecnologie salvavita.

6. l'adesione al WTO da parte di molti paesi è avvenuta in modo non democratico. Nel caso degli USA l'adesione al WTO ha comportato la modifica di molte leggi che dovrebbero essere modificate dopo pubblica discussione e votazione alle camere. Ciò è stato possibile attraverso l'uso capzioso di una procedura ammessa nella sottoscrizione degli accordi internazionale, detta del Fast Track, che richiede una rapida approvazione del Congresso e non permette emendamenti.

7. il WTO danneggia i processi di sviluppo locale e penalizza i paesi poveri. Politiche locali tese a favorire uno sviluppo endogeno favorendo i produttori locali e/o sostenendo particolari settori strategici sono giudicate illegali dal WTO. In tal modo i paesi poveri non possono utilizzare alcune pratiche, come il sostegno alle industrie nascenti, il cui largo uso in passato ha favorito lo sviluppo dei paesi ricchi. In definitiva le nazioni che in passato sono cresciute grazie a spinte politiche protezionistiche sono ora in grado, attraverso l'azione delle multinazionali, di sfruttare i vantaggi comparati dei paesi più poveri, che nel contempo non possono sperare in politiche di incentivi per una crescita interna.

8. il WTO accresce le ineguaglianze. Dall'inizio dell'attività del WTO si è accresciuto il divario tra paesi ricchi e poveri, attualmente il 20% della popolazione mondiale utilizza circa il 90% delle risorse mondiali.

9. il WTO limita la sovranità nazionale e la possibilità dei singoli paesi di attuare politiche tese al pubblico interesse.

I giudizi critici sul WTO, condivisi da un numero sempre crescente di osservatori - tra i quali non ultimo il premio Nobel per l'economia Joseph Stiglitz (Stiglitz, 2002)-, hanno portato alla creazione sul sito internet del WTO di una sezione dedicata alle risposte che l'organizzazione offre alle critiche più frequenti. Il messaggio fondamentale è che i cittadini ed i paesi tutti non potranno che ricevere enormi vantaggi dal WTO e che pertanto devono affidarsi completamente al potere “illuminato” del suo establishment.

Dal 1995 ad oggi il WTO ha siglato accordi che hanno grande influenza sulla vita economica e sociale dei paesi membri. Gli accordi più importanti sono comunemente richiamati con le sigle che derivano dal titolo dell'accordo in lingua inglese. Tra i più “famosi” ricordiamo: Gatt 94; Gats (general agreement on trade and service); Aoa (Agreement on Agriculture, Accordo sull'agricoltura); Trips (trade related aspects of intellectually property rights); Trims (trade related investment measures); Tbt (technical barriers on trade, o accordo sugli ostacoli tecnici al commercio), Dsm (dispute settlement mechanism), accordo sulle regole e le procedure che amministrano la risoluzione delle controversie<sup>35</sup>.

Gli effetti di tali accordi sul settore agroalimentare sono vari e molteplici<sup>36</sup>. Il maggiore impatto proviene indubbiamente dall'Accordo sull'agricoltura, dal Tbt, e dal Trips.

L'accordo sull'agricoltura è stato siglato a Marrakech nel 1994. L'agricoltura insieme al settore tessile e aeronautico ha beneficiato da sempre di clausole speciali in deroga alle regole generali del GATT<sup>37</sup>. Il WTO

<sup>35</sup> Con tale accordo è stato istituito il Il Dbr, l'organo di risoluzione delle controversie, che incarna il potere coercitivo dell'organizzazione (George, 2002, pp 34-43).

<sup>36</sup> Per un esame del contenuto e degli effetti dei diversi accordi rimandiamo all'ampia pubblicistica prodotta in materia. Due volumi disponibili in lingua italiana, in particolare, offrono una approfondita trattazione della storia e del funzionamento del WTO, entrambi con forti accenti critici nei confronti dei suoi effetti: Gorge (2002), Wallach L., Sforzi M., 2001.

<sup>37</sup> L'articolo XI(2)(a) del GATT siglato nel 1947 afferma che proibizioni alle esportazioni e restrizioni possono essere applicate temporaneamente “al fine di prevenire o diminuire i danni di penuria di derrate alimentari o di altri prodotti essenziali al paese esportatore”.

regola il commercio dei prodotti agricoli con un accordo speciale che benché parta dai principi generali degli altri accordi, prevede una serie di eccezioni. Lo speciale status legale dell'agricoltura nel WTO deriva principalmente dal riconoscimento dell'importanza politica dell'autosufficienza alimentare di un paese. Il trattato sull'agricoltura fissa come obiettivi generali la riduzione delle tariffe e il divieto delle sovvenzioni alle esportazioni, ma elenca una serie di casi e situazioni in cui gli stati<sup>38</sup> possono fissare un certo grado di sostegno.

Le misure di sostegno interno sono classificate in diversi tipi (scatole blu, gialle e verdi) a secondo del grado di accettabilità dei possibili effetti sul commercio. In una prima fase gli strumenti economicamente neutrali (retirement grants, aiuti in occasione di disastri naturali e aiuti ambientali) furono classificati nella scatola verde, e gli altri tipi di sostegno con un impatto sul mercato nella scatola gialla. Relativamente agli strumenti della scatola gialla i paesi membri si impegnavano a ridurli gradualmente fino ad eliminarli nell'arco di sei anni. Una tale classificazione obbligava l'UE a eliminare completamente il regime di aiuti diretti sui quali si fonda l'intera politica agricola comunitaria. Al fine di difendere tale politica l'UE è riuscita a ottenere una parziale deroga alle regole definite attraverso l'introduzione della scatola blu. Questa definisce alcuni tipi di aiuti diretti (in genere tali aiuti sono quelli pagati ai produttori soggetti a vincoli e limitazioni di produzione) non soggetti a limitazioni.

L'accordo sull'agricoltura avrebbe dovuto condurre ad una diminuzione drastica del livello di sostegno complessivo, pur salvaguardando la libertà dei governi di intervenire in materie ritenute "di primaria importanza" (come l'ambiente, la difesa di culture locali, la sicurezza alimentare e così via). Di fatto mentre i paesi meno sviluppati hanno sperimentato i primi danni provenienti dalla deregolamentazione, subendo la concorrenza dei sistemi agroalimentari forti, i paesi maggiormente sviluppati, USA e UE in primo luogo, hanno continuato ad accrescere il proprio grado di sostegno con misure più o meno indirette che hanno spesso saputo aggirare le regole imposte dal WTO.

Attualmente vi sono posizioni contrastanti all'interno del WTO. I gruppi di pressione più potenti sono da un lato gli USA<sup>39</sup> e il gruppo di Cairns (formato da quindici paesi esportatori e rappresentante soprattutto l'agribusiness e i grandi proprietari terrieri) e dall'altro lato il gruppo formato dall'UE, la Corea del Sud, la Norvegia, la Svizzera e il Giappone. I paesi del primo gruppo sono orientati ad una agricoltura produttivistica ad alto impatto energetico e ambientale e premono per una completa deregolamentazione del settore e liberalizzazione degli scambi. Il secondo gruppo difende il principio di multifunzionalità dell'agricoltura, in base al quale regolamentazioni e restrizioni del commercio devono essere consentite quando servono a perseguire obiettivi economici e sociali che provengono dall'applicazione del suddetto principio di multifunzionalità (Gorge, 2002 p42-43).

Vi sono chiari segnali che la posizione del primo gruppo sarà quella vincente. Molte delle deroghe ai principi generali del WTO che permettono nell'ambito dell'accordo sull'agricoltura ai governi di esercitare una certa sovranità in campo alimentare ed ambientale sono attualmente minacciate non dalla revisione di questo, ma dalle regole definite nell'ambito di altri accordi. Ad esempio l'accordo sulla difesa della proprietà intellettuale (TRIPS) contiene molte clausole che fanno diretto riferimento al settore agroalimentare, oltre a porre la basi per un aumento del divario del potere economico tra i diversi paesi attraverso la definizione della brevettabilità degli organismi viventi (piante e animali ottenute con tecniche di ingegneria genetica)<sup>40</sup>. L'accordo sull'applicazione delle misure sanitarie e fitosanitarie (SPS Agreement)<sup>41</sup> limita il ricorso a molte

<sup>38</sup> Ai paesi meno sviluppati è generalmente consentito un grado di sostegno maggiore.

<sup>39</sup> L'attuale posizione degli USA è in stridente contrasto con quella assunta negli anni cinquanta nell'ambito del GATT. Nel 1952 l'Olanda condannò le restrizioni degli USA sulle importazioni di latte sulla base dei precedenti accordi GATT. La minaccia da parte degli USA di ritirarsi dal tavolo delle trattative non solo convinse l'Olanda a non applicare le sanzioni previste, ma consentì agli USA, tramite la definizione di deroghe ad hoc agli accordi preesistenti, di continuare a praticare restrizioni alle importazioni di un elevato numero di prodotti tra i quali il latte, lo zucchero e le arachidi. Tutto ciò evidenzia come effettivamente i più forti difensori attuali del liberismo siano quei paesi che hanno costruito la loro forza economica su un elevato grado di protezionismo ed ora desiderano esercitare tale forza su qualsivoglia mercato, liberi da qualsiasi vincolo che limiti le loro esportazioni e/o investimenti diretti all'estero derivante da una politica di sostegno allo sviluppo endogeno da parte dei paesi più deboli.

<sup>40</sup> Il volume di Vandana Shiva (2001) premio nobel per la pace offre una disamina approfondita del significato e dei possibili effetti dei Trips sull'assetto economico e sociale dei singoli paesi e sugli equilibri economici e politici internazionali.

<sup>41</sup> Una conseguenza generale degli accordi che riguardano le barriere non tariffarie è l'impossibilità quando necessario di definire politiche ambientali e sociali adeguate alla specificità del paese.

barriere non tariffarie utilizzate per fini di politica ambientale e di sicurezza alimentare<sup>42</sup>. L'accordo sui servizi (GATS) limita le possibilità di intervento nazionale per la salvaguardia dell'offerta di servizi, anche in ambito agricolo e alimentare, giudicati di primario interesse pubblico. In definitiva la dipendenza dell'accordo sull'agricoltura dalle disposizioni via via definite nell'ambito di altri accordi ne mina nel tempo la specificità ed il particolare status legale nell'ambito del WTO, costringendo i paesi a rinunciare, in un modo o nell'altro, all'attuazione di una politica agricola e alimentare coerente con i bisogni del proprio stadio di sviluppo, nonché con le particolari esigenze politiche locali, e con i valori etici derivanti dalla propria specificità culturale. Inutile sottolineare che le regole definite dal WTO saranno coerenti con le necessità economiche e politiche e con i valori etici dei paesi più forti che siedono al tavolo delle trattative.

---

<sup>i</sup> La curva di domanda discreta è approssimata in figura da una rappresentazione grafica continua.

<sup>2</sup> Per funzione di domanda inversa si intende la funzione di domanda nella quale il prezzo è considerato funzione della quantità. Per ogni livello della domanda del bene  $x_1$ , la funzione di domanda inversa rappresenta quale deve essere il prezzo del bene  $x_1$  perché il consumatore scelga quel livello di consumo.

Ricordiamo che la scelta ottima di un consumatore che deve decidere le quantità ottimali da acquistare di due beni  $x_1$  e  $x_2$

implica che il saggio marginale di sostituzione sia pari al rapporto dei prezzi  $|MRS| = \frac{p_1}{p_2}$ , da cui si deriva  $p_1 = p_2 |MRS|$ .

Se  $p_2=1$  si ha che in corrispondenza del livello ottimo di domanda il prezzo del bene 1 è uguale al saggio marginale di sostituzione, cioè alla quantità del bene 2 alla quale il consumatore è disposto a rinunciare per ottenere una quantità leggermente superiore del bene 1. In questo caso la funzione di domanda inversa misura semplicemente il valore assoluto del saggio marginale di sostituzione. Se il bene 2 è la moneta a disposizione per l'acquisto degli altri beni il saggio marginale di sostituzione rappresenta la disponibilità marginale a pagare per il bene 1 (in quanto altro non è che la quantità di moneta che il consumatore è disposto a distogliere da usi alternativi per acquistare una unità aggiuntiva del bene 2) ed il prezzo  $p_1$ , in base all'uguaglianza precedente, ne è una misura. Nella rappresentazione della funzione di domanda inversa è pertanto possibile, quando ciò si renda utile ai fini del particolare problema analizzato, indicare sull'asse delle ordinate al posto del prezzo la disponibilità a pagare.

<sup>3</sup> Si noti che la segmentazione del mercato, la differenziazione della produzione e la discriminazione del prezzo sono frequentemente facce della stessa medaglia. La conoscenza delle caratteristiche del mercato e l'individuazione di opportune variabili di segmentazione permettono una differenziazione della produzione e della comunicazione che consentono spesso anche la realizzazione di pratiche di discriminazione del prezzo, più o meno evidenti.

<sup>iv</sup> L'impresa che è al centro dell'analisi di Coase è la grande corporation americana, di gran lunga l'istituzione fondamentale della società americana. La grande corporation nasce dalla fase di sviluppo industriale americano che inizia negli anni venti e si protrae per tutto il ventesimo secolo e che poggia sul binomio concentrazione-diversificazione e sul consolidamento della struttura organizzativa decentrata multi-divisionale, che sostituisce la struttura integrata multi-funzionale tipica della grande impresa dell'inizio del secolo. Per comprendere a fondo il nesso che vi è tra evoluzione storica dell'impresa e rinnovamento della teoria è indispensabile la lettura del classico libro di Chandler del 1962, dove i nessi tra strategie di sviluppo del capitalismo americano e struttura organizzativa delle imprese sono analizzati in un contesto di analisi storica integrata da spunti di analisi economica, sociologica e antropologica. Il dato fondamentale che emerge dal lavoro di Chandler è proprio la progressiva diffusione dell'impresa quale strumento organizzativo alternativo al mercato (ed ovviamente anche allo Stato) nel sistema economico americano.

<sup>v</sup> Si rimanda al capitolo due di tale testo per una analisi più completa del concetto di istituzione e di adattamento di tale concetto agli studi di economia industriale.

<sup>vi</sup> L'istituzionalismo è, tra gli approcci teorici alternativi, quello maggiormente distante dall'approccio tradizionale. Si veda a riguardo il prospetto posto alla fine del capitolo.

---

<sup>42</sup> La regolamentazione in tema di salute e ambiente si traduce spesso in vincoli alle importazioni, sottoforma di richiesta di specifici standard di prodotto, che vengono interpretati come barriere tecniche (non tariffarie) al commercio. Per una stima dell'effetto delle barriere tecniche sul commercio agroalimentare tra USA e EU si veda Weyerbrock, Xia, 2000. La recente legge europea in tema di sicurezza degli alimenti contiene alcuni articoli, come quello che introduce la tracciabilità (art.15, capitolo I, regolamento europeo 178/2002), obbligatoria per tutti i prodotti alimentari, che potranno ricevere critiche da parte di quei paesi che vedranno ostacolate le proprie esportazioni verso l'UE e che interpretano tali norme come barriere non tariffarie.