

tema	INCREMENTARE LA COMPETITIVITÀ
	martedì 09/01/2018, Sala Wolf, Provincia di Trento
coordina	Massimo Pasqualini
esperto	Umberto Martini (Università Studi di Trento)
partecipanti	Fabrizio Dagostin, Ilenia Garniga, Riccardo Molignoni, Mauro Pancheri, Alessandro Dalpiaz, Massimo Tomasi, Luigi Stefani, Graziano Molon, Claudio Valorz, Umberto Pichler, Riccardo Forti, Cinzia Cainelli, Paolo Gerevini, Giulia Bruscajin, Antonio Pedron, Mario Chemolli, Rina Borgogno, Luigi Stefani
sintesi	Biancamaria Lunelli (Umst), Michele Rizzo (Serv. Agricoltura)

Introduce l'incontro Massimo Pasqualini, propone il programma dei lavori, anticipando il calendario delle seguenti sedute.

L'obiettivo è quello di produrre un documento strategico condiviso, che sarà presentato nella riunione plenaria, al fine di realizzare un progetto complessivo in sintonia con le linee guida e le strategie scaturite durante i processi partecipativi dei tavoli tematici. Il documento verrà pubblicato sul sito <https://agricolturadomani.provincia.tn.it>

SUGGERIMENTI PER LA DISCUSSIONE

Il Professor Martini intende stimolare la riflessione dei partecipanti attraverso l'analisi "Swot", acronimo delle parole inglesi Strengths (forze), Weaknesses (debolezze), Opportunities (opportunità), Threats (minacce). Questo strumento è usato comunemente da coloro che si occupano di strategie di impresa.

Il percorso sarà strutturato in quattro incontri; la riflessione di ciascuno verterà su un tema diverso, identificato ogni volta da una parola chiave.

Le parole chiave in questione sono:

- **competitività** (discussione odierna)

- **territorio/ territorialità** (23/01/18)

Attenzione al concetto di "made in": le questioni legate al certificato di provenienza, soprattutto per quanto concerne la produzione agricola, costituiscano un fattore di primaria importanza.

- **green economy**, (06/02/18)

In quali termini, nel prossimo futuro, la green economy può entrare a far parte del vocabolario del mondo dell'agricoltura trentina.

Si tratta una tendenza di grande rilevanza, che riguarda il mercato in senso lato, non solo dei prodotti agricoli ma in termini generali.

- **mercato**, (20/02/18)

Un'agricoltura attenta alle dinamiche del mercato (quali prodotti, verso quali consumatori, attraverso quali canali di vendita)

INTRODUZIONE AL TEMA “ COMPETITIVITÀ”

Essere competitivi, nel linguaggio delle organizzazioni economiche delle imprese, significa pervenire ad una posizione sul mercato che consenta all'organizzazione di impresa, (consorzio, associazione, istituzione) di raggiungere, nel medio-lungo termine, gli obiettivi desiderati.

Non si parla necessariamente di profitto - obiettivo sintetico che si associa ad un' impresa (ad es. una società di capitali) - bensì di obiettivi generali che hanno a che fare con la crescita e la soddisfazione dei soggetti coinvolti (ad es. la realizzazione, nel mondo cooperativo, di obiettivi più ampi che hanno a che fare con il territorio in senso lato).

Quello della competitività non è un obiettivo statico; il concetto di competitività ha una fortissima evoluzione nel tempo; è per sua natura un concetto dinamico, che dipende da due grandi questioni sulle quali la singola organizzazione può fare ben poco: l'andamento generale del mercato del settore e il comportamento dei concorrenti.

In altri termini:

- Cosa fanno gli altri?
- Come affrontano i cambiamenti dei mercati, dei settori, delle tecnologie?
- Come anticipano o interpretano, meglio di noi, i modelli di consumo, gli stili di vita, gli atteggiamenti e le opinioni dei consumatori?
- Come riescono ad interagire con i grandi cambiamenti a cui stiamo assistendo nel mondo della distribuzione?

Il settore della distribuzione, anche nel mondo dei prodotti alimentari, ha subito un cambiamento radicale negli ultimi dieci anni, in termini di organizzazione, dimensione e potere di mercato.

Alcune domande possono essere d'aiuto nella misurazione e nella comprensione il grado di competitività:

- Quali sono le sfide che in questo momento propone il mercato?
- Come ci si posiziona rispetto ai concorrenti (livello nazionale o sovranazionale)?
- Quali elementi condizionano punti di forza e debolezze?
- Come possono essere amplificati i punti di forza e ridotte le debolezze?

SINTESI DEI PUNTI EMERSI NELLA DISCUSSIONE

MINACCE (fattori esterni sfavorevoli)

I costi per la riconversione degli impianti di alcuni prodotti agricoli trentini (melo, vite) sono piuttosto elevati; tali impegni possono essere sostenuti solo attraverso un piano di ammortamento che si sviluppi in non meno di 15-20 anni, supportato da un ciclo produttivo favorevole. Ciò pone l'azienda agricola trentina in difficoltà rispetto alle richieste del mercato mondiale, in costante ricerca di nuovi prodotti e gusti, seguendo mode e tendenze. Il passaggio ad una produzione biologica, ad esempio, può costituire un impegno economico eccessivo, che comporta, sovente, un cambio varietale e mancati

redditi si protraggono per diversi anni. Questo lavoro di rado viene adeguatamente riconosciuto dal punto di vista economico.

Incertezza normativa

- Le modifiche normative possono imporre nuovi vincoli;
- La tendenza del legislatore europeo a trattare il vino alla stregua degli altri alimenti, facendone così venir meno le peculiarità;
- La legislazione europea tende a omogeneizzare le normative, penalizzando le produzioni locali e favorendo le aziende di grandi dimensioni;
- All'aumento progressivo dei costi di produzione, dovuti a continui adeguamenti di norme amministrative (sicurezza, certificazioni..), non corrisponde un coerente adeguamento del prezzo finale.
- L'incertezza normativa (anche aspetti pratici e banali – etichette);
- La contraddittorietà di alcune normative;
- Il frazionamento delle competenze disorienta il produttore;
- Velocità di reazione della macchina amministrativa;

Variazioni climatiche e nuovi elementi patogeni

- Le repentine variazioni climatiche, nonostante una tempestiva programmazione e un presidio capillare del territorio, rendono difficoltosa la gestione dei rischi derivanti dalle eccessive e perduranti precipitazioni;
- Il contesto climatico influisce in maniera sempre più determinante sulle produzioni.
- Le molteplici aggressioni di specie aliene (insetti) provenienti dai paesi asiatici provocano una drastica riduzione delle produzioni frutticole;
- Il movimento delle persone e delle merci è una potenziale minaccia per la salute del patrimonio zootecnico, colpito da patologie considerate debellate o sconosciute;
- Gli eventi climatici e la presenza di nuove specie aliene costituiscono aspetti su cui concentrare l'attenzione: ricerca e innovazione trovano ampi spazi per intervenire;

Nuove tendenze

- Il consumatore muta rapidamente il suo gusto personale mentre il settore non è in grado soddisfare tali esigenze e di proporre tempestivamente nuovi prodotti;
- Le nuove tendenze dei consumatori, che sposano l'esclusione di qualsiasi alimento proveniente da specie animale (vegetariani, vegani, animalisti), influenzano i consumi;

Fattori esterni

- Lo sviluppo di attività zootecniche in paesi emergenti ha consentito l'immissione sul mercato mondiale di prodotti a prezzi sempre più competitivi rispetto alle produzioni del mercato nazionale;

- Riduzione degli sbocchi commerciali a causa del forte aumento delle produzioni nell'area del mercato europeo e in un contesto mondiale, con il conseguente calo del prezzo al produttore;
- L'agitazione dei mercati incide in maniera pesante su tutti i settori: la chiusura del mercato russo prima e quella di almeno tre mercati nordafricani nell'ultimo anno, ha determinato in pochi mesi una riduzione pari al 10% del potenziale di esportazione del settore agricolo italiano.
- L'internazionalizzazione della sfida economica: oggi vi è la necessità di presentarsi sul mercato mondiale e il settore della mela si appropria ad un centinaio di mercati; questo comporta nuove sfide, come quella di negoziare e confrontarsi con la burocrazia e la lentezza della macchina amministrativa internazionale. Tutto ciò aggiunge costi al processo produttivo.
- 15.000 miliardi è il fatturato della distribuzione internazionale, di fronte a quello che rappresenta invece il mercato italiano; quello dell'aggregazione dei canali distributivi sembra, oramai, un percorso ineluttabile;
- Nuovi attori si affacciano al mercato mondiale a prezzi estremamente competitivi, un mercato che richiede servizi aggiuntivi attraverso gli addetti all'agricoltura, ma che mal si concilia con la dinamica dei costi; bisogna cercare strade che possano razionalizzare questo aspetto o potenziare il valore finale del prodotto;
- La difficoltà di sensibilizzare i produttori e la collettività su temi quali i condizionamenti che provengono da scenari distanti da noi e quelli che sono gli sforzi dei settori produttivi.

Formazione

- Un approccio generale più indirizzato alla "sensibilità" che alla "razionalità" nell'affrontare i problemi; sono necessari strumenti d'informazione più incisivi e strategici che sappiano far cogliere al consumatore le sfumature che ci distinguono dal resto del mondo produttivo e che ci consentono comunque di raggiungere obiettivi di tutto rispetto, seppur con tempi diversi da quelli che ci può aspettare;
- Distanza (gap) tra obiettivi pratici dei produttori e ricerca scientifica;

OPPORTUNITÀ (fattori esterni favorevoli)

Relatore:

Una grande opportunità per il settore agricolo potrebbe essere legata al fatto che in Trentino sono molti i giovani che si stanno formando per sviluppare attività innovative nel settore. Se si pensa all'agricoltura solo come ad una faticosa attività di produzione che richiede impegno tutto l'anno, potrebbe risultare poco attrattiva. Questo può cambiare se la si associa ad attività diverse, ed esempio il turismo. Al centro-sud è sono state aperte molte strutture abitative e masserie; queste attività sono spesso gestite da persone molto giovani che vantano nella maggior parte dei casi una formazione avanzata.

Molti giovani agricoltori europei presentano questo tipo di formazione, soprattutto in campo scientifico e tecnologico. Le competenze acquisite vengono poi applicate e garantiscono nella maggior parte dei casi un "salto" di qualità rispetto alla concorrenza.

Il Professor Martini sottolinea la necessità di puntare sulla formazione dei giovani, soprattutto in un territorio come il Trentino, dove ancora è presente una versione positiva di ciò che è "terra".

Territorio

- Operare in un territorio di montagna è un valore aggiunto, un elemento distintivo da sfruttare.
- La corretta gestione del territorio attraverso un'adeguata sostenibilità ambientale (oltre alle produzioni di qualità): il Trentino ha una forte immagine da spendere in merito. Ci sono risorse naturali e forza intrinseca del territorio.
- Il territorio montano costituisce un elemento distintivo rispetto alla maggior parte dei territori produttivi nel mondo, spendibile attraverso il legame del marchio territoriale.
- Il territorio trentino, oltre ad essere riconosciuto a livello nazionale come un luogo spendibile da un punto di vista naturalistico/ambientale, si distingue come un'area di ricerca e di sviluppo. Esiste però un deficit nel campo della comunicazione: gli sforzi messi in campo nel settore viticolo, con riferimento all'uso di prodotti fitosanitari, ad esempio, non ha uguali, Ci sono ampi spazi per un'informazione ampia e capillare.
- La vicinanza tra strutture amministrative e singole imprese crea dialogo e opportunità. La fortuna dei piccoli territori è la possibilità di creare un dialogo con le istituzioni.
- L'Attività agrituristica trentina, sostenuta dalla legge del '73, ha "fatto scuola" in Italia. Le attuali 500 aziende presenti sul territorio possono certamente raddoppiare; le potenzialità sono rappresentate peraltro da un territorio più "dolce" rispetto a quello Altoatesino. Esiste la possibilità di essere ambasciatori dell'intero comparto agricolo in quanto negli agriturismi sono rappresentati i prodotti di moltissime aziende del Trentino.
- La sostenibilità e la qualità del prodotto, attraverso il principio di vocazionalità, deve essere legato al territorio, unico nel suo genere.
- Le risorse naturali disponibili consentono di sfruttare energie rinnovabili.
- Forte senso di legalità, diffuso non solo fra gli attori del settore ma in generale.
- Il patrimonio di valori legati alla storia del territorio potrebbero essere messi a servizio del sistema produttivo.

Formazione

- La presenza di Istituti di ricerca (Istituto San Michele e Università degli Studi di Trento) promuovono la ricerca e l'informazione.
- La vicinanza con i centri di ricerca può essere un'opportunità che garantisce differenziazione e distinguibilità sul mercato.

Turismo

- Cresce l'attività extra-alberghiera e la varietà delle proposte offerte (anche sfruttando settori collaterali come le fattorie didattiche); l'opportunità è costituita dallo spazio di crescita del settore, anche creando sinergie con le strutture cooperative.
- Settore turismo locale molto forte che potrebbe assorbire gran parte delle produzioni del settore.

Rapporti istituzionali

- Il rapporto tra mondo produttivo e pubblica amministrazione in Trentino semplifica il confronto e il dialogo, rispetto ad un livello superiore come quello nazionale.

Qualità produzione agricola

- La capacità di valorizzare le colture attraverso la meccanizzazione delle aree collinari e di montagna (l'unico modo per salvare questo tipo di coltura).
- Opportunità di valorizzare la qualità del lavoro.
- Aumentare la stimolazione e l'incremento dell'organizzazione alla base di ogni azienda, già di buon livello sul territorio;

DEBOLEZZE (fattori interni sfavorevoli).

Carenze strutturali

- Carenze strutturali legate al territorio: pochi i terreni di proprietà delle aziende zootecniche, che coltivano appezzamenti costituiti da numerose porzioni, dislocati su numerosi comuni e sovente su pendii disagiati.
- Frammentazione delle aziende.
- Difficoltà di adeguare il territorio a un'agricoltura di precisione.
- Un'inadeguata pianificazione della gestione del territorio e degli insediamenti produttivi, in aree vergini, possono provocare squilibri idrologici, con derivazione di grandi masse di acque piovane immesse direttamente nei canali di scolo e pericolose ripercussioni nei confronti dei bacini di contenimento. E' necessaria una regia più attenta al territorio e al monitoraggio degli insediamenti produttivi, delle pavimentazioni, delle coperture e delle vasche di laminazione, che possono ridurre il rischio di inondazione.
- Uso poco razionale, in alcune aree della Provincia, dell'acqua disponibile; è necessaria una pianificazione degli invasi e la realizzazione di nuovi impianti di irrigazioni a goccia, capaci di ridurre i consumi, specie nei periodi climatici difficili.

Ricambio generazionale

- Turn over (i giovani imprenditori sono scoraggiati perché costretti ad affrontare un peso economico di partenza eccessivamente oneroso).
- A causa dell'età avanzata, alcuni agricoltori rinunciano ad investire nell'innovazione. Gli imprenditori più dinamici piantano varietà che rendono di più perché maggiormente richieste dal mercato, altri invece rinunciano alla conversione dei loro impianti proprio perché scoraggiati dalla loro età anagrafica.

Formazione

- L'imprenditore agricolo è carente nel recepire con tempestività le giuste informazioni provenienti dal settore informativo, con potenziale preclusione all'accesso di opportunità economiche provenienti dalla Comunità Europea.
- L'imprenditore agricolo è ancora poco formato, informato ed interessato dal punto di vista amministrativo e contabile.

- Lacunosa presa di coscienza, da parte dell'imprenditore agricolo, degli aspetti burocratici dell'azienda. Disinteresse degli agricoltori nei confronti delle attività di carattere amministrativo e tendenza a delegare questioni formali e sostanziali del fascicolo aziendale e della documentazione in generale. Bisogna sostenere la formazione e l'informazione affinché possano acquisire sufficiente autonomia e corretta consapevolezza.

Programmazione

- Il settore zootecnico provinciale non è ancora riuscito a darsi un obiettivo strategico definito.
- La passata programmazione è stata pensata su singole realtà, non a livello di sistema, con lo svantaggio di aver finanziato strutture e mezzi senza le dovute discriminazioni.

PUNTI DI FORZA

Sistema organizzativo e relazioni

- Cooperazione (aggregazione) tra produttori, privati, pubblica amministrazione. Si crea una sinergia che diviene un vero e proprio punto di forza, ineluttabile per il futuro;
- Confronto continuo con soggetti che difendono il territorio (es. protezione civile), c'è una forte specializzazione dei compiti;
- Interventi sul territorio finanziati dalla Provincia;
- Il fattore organizzativo dei consorzi è molto forte;

Formazione

- Giovani che frequentando scuole specializzate (Istituto Agrario, laureati) tornano in azienda creando il sufficiente ricambio generazionale;
 - Le scuole di formazione professionale;
 - Collaborazione con la ricerca (previsioni del tempo);
 - Cultura e musei, presenze per far conoscere la produzione e l'immagine del prodotto trentino.
- Conoscenza del territorio - conoscenza specializzata .

Gestione della risorse

- Acqua;
- L'opportunità per il settore zootecnico di poter diversificare la propria attività attraverso l'agriturismo, esercitata sia in valle che nelle malghe, con una nuova spinta verso l'alpicoltura.

CONCLUSIONI (PROPOSTE)

- Sono presenti elementi di convergenza piuttosto precisi che potrebbero facilitare l'identificazione di precise aree di interesse a chi volesse costruire una politica agricola per l'agricoltura di domani.
- Sono stati identificati abbastanza chiaramente elementi di minaccia, opportunità, forza e debolezza. Si ricorda che quello che sarà discusso nei prossimi incontri potrà essere innestato da quanto già detto.
- In poco meno di due ore è stata fatta un'analisi a 360 gradi di quella che è la situazione dell'agricoltura trentina.
- La cosa che più ha colpito è che sia stata evidenziata la scarsa preparazione di alcuni imprenditori agricoli. Emerge la consapevolezza di dover puntare molto sulla formazione degli stessi.
- Il Trentino ha la fortuna di avere molti giovani formati (scolasticamente e con formazione universitaria) che si stanno avvicinando al mondo agricolo. La loro preparazione consentirà loro di fare delle scelte ponderate e darà loro possibilità anche sul piano economico. E' quindi necessario investire di più nella formazione di carattere generale, affinché i nuovi imprenditori possano esserlo non solo di nome ma anche di fatto.