

Soccida, relazioni verticali nella filiera statunitense

Negli ultimi anni gli Usa hanno assistito a profondi mutamenti che hanno portato alla graduale concentrazione nel settore dell'allevamento suinicolo

di **Raffaele Giannelli***

Il settore suinicolo statunitense è cambiato drasticamente negli ultimi anni. La filiera ha assistito ad un processo di concentrazione (vedi tabella) e di graduale spostamento verso una sempre maggiore coordinazione e integrazione verticale. Tale cambiamento scaturisce da una rivisitazione dei collegamenti tra gli attori della filiera. Si passa dall'utilizzo dei mercati spot a una filiera sempre più integrata verticalmente tramite contratti di produzione e di vendita (vedi figura).

Come hanno argomentato Bossen C., J.D. Lawrence, G. Grimes (July 2004. "Production and Marketing Characteristics of U.S. Pork Producers-2003") i contratti di vendita sono meno vincolanti dei contratti di produzione.

A seconda di come si stabilisce il prezzo, i contratti di vendita si dividono a loro volta in: formula prezzo, cost plus, price window e price floor. È importante specificare che la formula prezzo è un contratto definito di accesso al mercato (ossia, si as-



sicura la vendita dei prodotti, ma non si riduce il rischio di prezzo, come vedremo più avanti) mentre gli ultimi tre sono contratti definiti di condivisione del rischio.

La formula prezzo ha come riferimento un prezzo base che di solito è il prezzo di mercato o una previsione del prezzo futuro. La Gipsa (*The Grain Inspection, Packers and Stockyards Administration*) riporta circa 80 prezzi

base, includendo, ad esempio, prezzi regionali o nazionali o anche medie pesate di prezzo tra varie aziende. Il prezzo base può essere determinato prendendo come riferimento la media pesata del prezzo dei suini con 49%-51% di parte magra nella zona dello Iowa-Southern Minnesota.

Il problema della formula prezzo è che essa varia al variare del prezzo di mercato e, quindi, non



garantisce ai produttori una protezione dal rischio delle fluttuazioni di prezzo. Tuttavia, garantisce al produttore l'accesso sicuro al mercato per tutta la durata del contratto (Hayenga, M., T. Schroeder, J. Lawrence, D. Hayes, T. Vukina, C. Ward, and W. Purcell. May 2000. "Meat Packer Vertical Integration and Contract Linkages in the Beef and Pork Industries: An Economic Perspective").

I contratti cost-plus...

I contratti con prezzo cost-plus hanno un prezzo base funzione del costo dei mangimi. Il costo dei mangimi solitamente include il prezzo di mais e soia riportati nel Chicago Board of Trade (Cbot). Gli accordi stabiliti con cost-plus hanno un prezzo minimo definito "floor" che rappresenta la soglia minima di prezzo, quindi viene garantito un margine al di sopra dei costi standard di produzione.

Nei contratti molto spesso si prevede una condivisione del vantaggio nel caso in cui il prezzo di mercato sia maggiore del prezzo contrattato. Tale vantaggio, però, non viene subito elargito (Schroeder, T.C., J. Mintert, and E. Berg. January 2004. "Valuing Market Hogs: Information and Pricing Issues") ma viene messo a disposizione in forma di credito.

I contratti con price window so-

*Laureato in Economia del Sistema Agro-alimentare presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore, ha svolto un anno presso l'University of Connecticut (Usa) approfondendo il mercato suinicolo statunitense

no molto simili ai contratti cost-plus, ad eccezione del fatto che impongono anche un limite massimo al prezzo. Quando il prezzo di mercato dei maiali rientra nel range stabilito nel contratto, questi sono venduti al prezzo di mercato. Se il prezzo è fuori range, il produttore e il trasformatore possono dividere la differenza tramite una formula prestabilita (di solito 50:50).

Tali contratti non eliminano del tutto il rischio di prezzo, tuttavia mitigano le fluttuazioni di mercato (Schroeder, T.C., J. Mintert, and E. Berg. January 2004. "Valuing Market Hogs: Information and Pricing Issues").

... e quelli price-floor

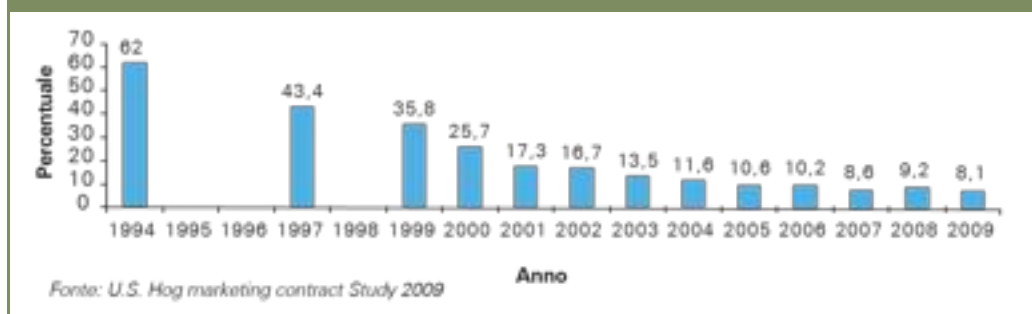
Un'altra variazione dei contratti cost-plus sono i contratti con price floor. Come si può intuire dal nome, tali contratti stabiliscono un prezzo minimo che l'allevatore riceverà. Tuttavia, se il prezzo sale oltre una soglia prestabilita il trasformatore tratterà una percentuale che verrà utilizzata se il prezzo dovesse scendere sotto il prezzo "floor". In un certo senso, l'allevatore "paga" il trasformatore per ga-

Produzione di maiali (anno/grandezza azienda) (%)

Grandezza azienda (migliaia di capi all'anno)	1988	1991	1994	1997	2000	2003	2006
meno di 1	32	23	17	5	2	1	1
1-2	19	20	17	12	7	8	5
2-3	11	13	12	19	5		
3-5	10	12	12	19	7	4	3
5-10	9	10	12	19	10	9	6
10-50	12	13	13	16	18	19	21
50+	7	9	17	37	51	59	65

Fonte: Lawrence, Grimes 2007

Percentuale di maiali venduti tramite mercato spot



Fonte: U.S. Hog marketing contract Study 2009

rantirgli un prezzo minimo (Hayenga, M, N. Harl, and J. Lawrence. January 2000. "Impact of Increasing Production or Marketing Contract Volume on Access to Competitive Markets").

Il contratto di produzione è un accordo (di solito decennale) tra un'azienda di trasformazione e un allevatore, che lega quest'ultimo a specifiche pratiche di allevamento. Le diverse fasi

di produzione del suino possono essere legate singolarmente a un contratto (ad esempio, contratti relativi alla fase di riproduzione o di ingrasso). Tutti i contratti di produzione hanno

L'ITALIA, PATRIA DI CELEBRI DOP, FA STORIA A SÉ

Il "modello" statunitense è replicabile in Italia? La diversità tra il mercato italiano e il mercato americano non permette di poter calare appieno il modello nella nostra realtà.

Si è visto come negli Usa il passaggio ad una filiera più integrata abbia portato ad un aumento della qualità della carne. Ciò assume significato poiché la filiera suinicola negli Stati Uniti non è vincolata da parametri di qualità, come nel caso italiano (disciplinari dop).

Infatti in Italia l'applicazione dei disciplinari per la produzione di dop permette già di avere standard qualitativi elevati. Fa eccezione il caso del suino leggero per il quale si potrebbe intravedere l'applicabilità del

modello americano. Tuttavia, la percentuale ridotta di capi di suino leggero nella totalità della produzione di carne, fa perdere di senso una modifica strutturale così importante.

Non si trascuri il problema dell'aumento di potere della gdo in termini di distribuzione del valore aggiunto. L'Anas (Associazione nazionale allevatori di suini) analizzando la valorizzazione del suino pesante nel 2009 afferma che su un euro che il consumatore spende, solo 15,9 centesimi andranno all'allevatore, mentre 50 centesimi andranno alla gdo.

A questo proposito ritengo che, introducendo i contratti nella filiera italiana la retribuzione dell'allevatore potrebbe essere, non solo più stabile, ma anche più equa, senza considerare i vantaggi aggiuntivi di riduzione del rischio e miglioramento della posizione finanziaria dello stesso che, contemporaneamente, perderebbe però il suo ruolo di imprenditore.

CARCASSE MAGRE E RUOLO DEL CONSUMATORE

Anche il consumatore gioca un ruolo importante in questo cambiamento, essendo sempre alla ricerca di convenienza (e quindi di prezzi più bassi) e, allo stesso tempo, di maggiore qualità.

Dopo gli anni '90 aumenta la richiesta da parte del consumatore di carne magra. Le aziende di trasformazione rispondono migliorando il controllo sulla parte magra, in modo da ottenere sempre più suini conformi alle esigenze di mercato (Barkema and M. Cook 1993). Le griglie relative alla valutazione della carcassa propongono bonus molto alti (Martinez, S.W., and K. Zering. 2004. "Pork Quality and the Role of Market Organization") per carcasse magre e di conseguenza l'incentivo per i produttori è molto alto.

La misurazione della parte magra (Milgrom, Paul, and John Roberts. 1992. *Economics, Organization and Management*, Prentice-Hall, Inc.) potrebbe essere, tuttavia, un problema a livello di costo in quanto valutare e quantificare ogni carcassa ha un costo elevato.

Con i contratti di vendita tali costi possono essere ridotti (Plain, R. March 2000. "Structural Change in the Pork Industry: What It means for Hog Prices, Meat Consumption and the Future of Family Farms") grazie agli accordi contrattuali che permettono di effettuare soltanto dei controlli campione, anziché su ogni singolo capo.

Altra considerazione va fatta sul ruolo dell'allevatore: egli non dovrà fare scelte strategiche, non dovrà minimizzare i costi poiché i mangimi gli vengono forniti dall'azienda di trasformazione con cui firma il contratto e non dovrà assumersi nessun tipo di rischio. L'unica mansione a cui deve adempiere è portare i capi a un determinato peso, come stabilito nel contratto.

Di conseguenza, l'allevatore perde quasi del tutto il ruolo di imprenditore (Morgan, J.B., G.C. Smith, J. Cannon, F. McKeith, and J. Heavner. April 6, 1994. "Pork Distribution Audit Report. Pork Chain Quality Audit") e diventa un dipendente del contraente. Ciononostante la tendenza, secondo Marvin L. Hayenga (professore dell'Iowa University), è che nel tempo aumenteranno i contratti di produzione verso sempre una maggiore integrazione verticale.

due componenti principali: la divisione delle responsabilità e il metodo usato per determinare la retribuzione dell'allevatore. Quest'ultimo fornisce terra, strutture, servizi come elettricità e acqua, lavoro, gestione dei reflui e smaltimenti di eventuali animali morti.

L'allevatore ha piena responsabilità nell'adempire alle leggi locali e nazionali circa l'ambiente, gestione dei reflui e smaltimento degli animali morti. L'azienda di trasformazione fornisce animali, mangime, medicazioni e personale specializzato (ad es. veterinario).

Metodi di retribuzione

Il trasformatore decide anche il volume di produzione sia in termini di tempo sia in termini di densità degli animali. Esistono tre metodi di retribuzione dell'allevatore:

1) base per peso più bonus: il bonus riflette misurazioni di efficienza come ad esempio l'indi-

ce di conversione dei mangimi; 2) base per animale più bonus per efficienza: in questo caso per efficienza si intende la riduzione delle perdite a causa di morte o uniformità;

3) pagamento per spazio per suino per anno (comune nel Midwest).

Molti dei contratti di produzione hanno un pagamento minimo garantito e un pagamento in caso di calamità (il trasformatore non pagherà nel caso in cui la causa della calamità è 100% attribuibile all'allevatore).

I metodi di retribuzione più comuni sono i primi due. Considerando un contratto molto semplice relativo alla fase di ingrasso del maiale, il bonus è basato sulla differenza tra l'indice di conversione dei mangimi dell'allevatore e l'indice standard. Se l'indice dell'allevatore è performante riceverà un bonus (National Pork Producers Council (Nppc). 2000a. "Guide to Contracting: Marketing" Des

Moines, IA: Nppc).

Gestione dell'offerta, gestione del rischio, assicurazione di quantità e qualità sono le motivazioni principali (Barkema and M. Cook, 1993) dell'utilizzo di questi tipi di contratti.

Il mercato spot

Il mercato spot risulta essere meno flessibile (Barkema and M. Cook 1993) in un settore caratterizzato da nuova specializzazione tecnologica e dove l'importanza nella gestione del "timing" della filiera risulta essere fondamentale. Inoltre, la specificità degli investimenti (soprattutto in ambito genetico) crea incentivi a organizzarsi (Meeker, Sonka 1994 "Pork chain quality audit" Progress report, Nppc) con un livello di coordinazione maggiore.

Nell'industria delle carni suine, la maggior parte dei contratti tra produttori e aziende di trasformazione è direttamente correlata (Martinez, S.W., and K. Ze-

ring. 2004. "Pork Quality and the Role of Market Organization") al prezzo del mercato spot. Tuttavia, quest'ultimo risulta essere un indicatore di mercato meno attendibile (Mary K. Muth et al. 2005 "Spot and Alternative Marketing Arrangements in the Livestock and Meat Industries") a causa della riduzione dei volumi delle contrattazioni.

Per lo stesso motivo aumenta l'abilità dei grandi acquirenti e venditori di manipolare (Schroeder, T.C., J. Mintert, and E. Berg. January 2004. "Valuing Market Hogs: Information and Pricing Issues") il mercato spot.

Ad eccezione del caso in cui si riesca a trovare un'alternativa, i produttori e le aziende di trasformazione andranno alla ricerca (Martinez Steve W, K. Smith, K. Zering. 1997. "Vertical coordination and consumer welfare: the case of the pork industry") di un sempre maggior controllo del mercato per mezzo dei contratti.