



**PSR**  
2014 2020

**LOMBARDIA**  
L'INNOVAZIONE  
METTERADICI



**Regione  
Lombardia**

Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

## **Il Sistema Agro-alimentare della Lombardia**

*Innovazione e crescita sostenibile per il nuovo decennio*

Milano, marzo 2020

Intervento

### **L'ESPERIENZA DELLE FILIERE AGRO-ALIMENTARI LOMBARDE: AZIONI E REAZIONI**

*Prof. Daniele Rama, Università Cattolica del Sacro Cuore*



**Regione  
Lombardia**

# Tradizionali strategie di successo dell'agro-alimentare lombardo

- Dato il mercato nazionale asfittico (e in calo per diversi prodotti animali), ha puntato per la crescita sull'export con ottime performance

# Tradizionali strategie di successo dell'agro-alimentare lombardo

- Dato il mercato nazionale asfittico (e in calo per diversi prodotti animali), ha puntato per la crescita sull'export con ottime performance
- Leva fondamentale il Made in Italy, spesso accoppiato dalla Dop

# Tradizionali strategie di successo dell'agro-alimentare lombardo

- Dato il mercato nazionale asfittico (e in calo per diversi prodotti animali), ha puntato per la crescita sull'export con ottime performance
- Leva fondamentale il Made in Italy, spesso accoppiato dalla Dop
- Posizionamento di prezzo-qualità alto o medio-alto

# Tradizionali strategie di successo dell'agro-alimentare lombardo

- Dato il mercato nazionale asfittico (e in calo per diversi prodotti animali), ha puntato per la crescita sull'export con ottime performance
- Leva fondamentale il Made in Italy, spesso accoppiato dalla Dop
- Posizionamento di prezzo-qualità alto o medio-alto
- Sinergia con i settori della cultura e del lusso

# Tradizionali strategie di successo dell'agro-alimentare lombardo

- Dato il mercato nazionale asfittico (e in calo per diversi prodotti animali), ha puntato per la crescita sull'export con ottime performance
- Leva fondamentale il Made in Italy, spesso accoppiato dalla Dop
- Posizionamento di prezzo-qualità alto o medio-alto
- Sinergia con i settori della cultura e del lusso
- Requisito di base: solidità strutturale

# Ma oggi lo scenario sta profondamente cambiando

- ❖ Sorgere dei neoprotezionismi

# Ma oggi lo scenario sta profondamente cambiando

- ❖ Sorgere dei neoprotezionismi
- ❖ Rallentamento dei motori di crescita della domanda mondiale



# Ma oggi lo scenario sta profondamente cambiando

- ❖ Sorgere dei neoprotezionismi
- ❖ Rallentamento dei motori di crescita della domanda mondiale
- ❖ Crescita delle ineguaglianze

# Ma oggi lo scenario sta profondamente cambiando

- ❖ Sorgere dei neoprotezionismi
- ❖ Rallentamento dei motori di crescita della domanda mondiale
- ❖ Crescita delle ineguaglianze
- ❖ Preoccupazione per impatto ambientale e benessere animale

# Ma oggi lo scenario sta profondamente cambiando

- ❖ Sorgere dei neoprotezionismi
- ❖ Rallentamento dei motori di crescita della domanda mondiale
- ❖ Crescita delle ineguaglianze
- ❖ Preoccupazione per impatto ambientale e benessere animale
- ❖ Insostenibilità dello spreco alimentare

# Ma oggi lo scenario sta profondamente cambiando

- ❖ Sorgere dei neoprotezionismi
- ❖ Rallentamento dei motori di crescita della domanda mondiale
- ❖ Crescita delle ineguaglianze
- ❖ Preoccupazione per impatto ambientale e benessere animale
- ❖ Insostenibilità dello spreco alimentare
- ❖ Peso crescente, nel concetto di qualità, degli aspetti salutistici e di sicurezza

# Ma oggi lo scenario sta profondamente cambiando

- ❖ Sorgere dei neoprotezionismi
- ❖ Rallentamento dei motori di crescita della domanda mondiale
- ❖ Crescita delle ineguaglianze
- ❖ Preoccupazione per impatto ambientale e benessere animale
- ❖ Insostenibilità dello spreco alimentare
- ❖ Peso crescente, nel concetto di qualità, degli aspetti salutistici e di sicurezza
- ❖ Informazione (social) fuori controllo, valorizzazione dei prodotti “senza” (inclusi veg) percepiti come sani e salubri

# Che si aggiungono a:

- ✓ Crescente potere dei grandi gruppi distributivi (spesso trainanti i prodotti nazionali)

# Che si aggiungono a:

- ✓ Crescente potere dei grandi gruppi distributivi (spesso trainanti i prodotti nazionali)
- ✓ Forte instabilità dei mercati

# Che si aggiungono a:

- ✓ Crescente potere dei grandi gruppi distributivi (spesso trainanti i prodotti nazionali)
- ✓ Forte instabilità dei mercati
- ✓ Domanda di trasparenza delle supply chain e blockchain



# Per non perdere vantaggio competitivo l'agro-alimentare lombardo deve tra l'altro:

- ❖ Riempire il concetto di qualità di contenuti nuovi (sicurezza, salubrità, rispetto dell'ambiente ...)
  - protocolli sul benessere animale per il latte
  - parziale sostituzione del mais con altri seminativi meno esigenti in acqua

# Per non perdere vantaggio competitivo l'agro-alimentare lombardo deve tra l'altro:

- ❖ Rafforzare la struttura e la coesione delle filiere
  - circuiti di approvvigionamento per i vegetali di IV gamma
  - crescita del peso della cooperazione nel latte
  - *filiera di trasformazione nell'a.a. lombardo*

# Per non perdere vantaggio competitivo l'agro-alimentare lombardo deve tra l'altro:

- ❖ Migliorare il rapporto prezzo/qualità (maggiore efficienza e produttività)
  - produzione standard per ettaro più del doppio della media nazionale e più del quadruplo della media UE

# Per non perdere vantaggio competitivo l'agro-alimentare lombardo deve tra l'altro:

- ❖ Sviluppare strumenti di mitigazione della volatilità dei mercati
  - fondi mutualistici: latte, pomodoro
  - riso: sostituzione tra Indica e Japonica

# Per non perdere vantaggio competitivo l'agro-alimentare lombardo deve tra l'altro:

- ❖ Segmentare il mercato (consolidare la presenza nella fascia del lusso, rafforzarsi nella fascia media)  
- vino

# Per non perdere vantaggio competitivo l'agro-alimentare lombardo deve tra l'altro:

- ❖ Generare e distribuire informazione
  - ?

# Per non perdere vantaggio competitivo l'agro-alimentare lombardo deve tra l'altro:

- ❖ ... senza dimenticare lo sviluppo dei consumi interni (ruolo delle politiche)

GRAZIE DELL'**ATTENZIONE** !