
Consumi, prezzi, innovazione e competitività: quale Impresa?

ATTI DEL **5**  **forum di CDO**
Agroalimentare

Compagnia
delle Opere
CDO Agroalimentare

FrancoAngeli

Compagnia
delle Opere
CDO Agroalimentare

ATTI DEL **5** forum di CDO
Agroalimentare

Consumi, prezzi, innovazione e competitività: quale Impresa?

Palace Hotel - Milano Marittima
18-19 gennaio 2008

con il Patrocinio di
Ministero delle Politiche Agricole
Alimentari e Forestali
Facoltà di Agraria - Università di Perugia
Facoltà di Agraria - Università di Bologna
Regione Emilia-Romagna
Regione Lombardia
Regione Sicilia

FrancoAngeli

Con il patrocinio di

Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali
Facoltà di Agraria - Università di Perugia
Facoltà di Agraria - Università di Bologna
Regione Emilia-Romagna
Regione Lombardia
Regione Sicilia

Con il contributo di



Bayer CropScience
Il vostro partner per crescere



BROKERS
E CONSULENTI
ASSICURATIVI

copyright © 2008 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni specificate sul sito www.francoangeli.it

1° Sessione	pag.	9
Consumi, prezzi e mercati: il contesto in cui Opera l'impresa		
Introduzione	»	10
Saluto all'apertura dei lavori di <i>Tiberio Rabboni</i> (Assessore Agricoltura, Regione Emilia-Romagna)	»	13
Moderatori <i>Angelo Frascarelli</i> (Docente di Economia e Politica Agraria, Università di Perugia) <i>Camillo Gardini</i> (Presidente CDO Agroalimentare)		
<i>Introduzione al tema:</i> Il contesto in cui Opera l'impresa agroalimentare di <i>Angelo Frascarelli</i> (Docente di Economia e Politica Agraria, Università di Perugia)	»	16
Il futuro delle commodities di <i>Stefano Serra</i> (Amministratore Unico Info Granarie Srl)	»	20
L'evoluzione dei consumi alimentari in Italia di <i>Stefano Galli</i> (Responsabile Marketing ACNielsen)	»	39
Mercato e competitività nel settore lattiero caseario di <i>Marco Lucchini</i> (Presidente Consorzio AgriPiacenza Latte)	»	55
I fattori di competitività nel settore delle commodities di <i>Pierluigi Guarise</i> (Direttore Generale CALV Soc. Coop.)	»	60
Internazionalizzazione dei modelli distributivi e rapporti con la produzione agroalimentare di <i>Francesco Pugliese</i> (Direttore Generale Conad Italia)	»	73

L'innovazione organizzativa in un'azienda familiare di <i>Anastasia Accattoli</i> (Titolare Casa Vinicola Accattoli)	pag.	86
L'innovazione distributiva tra qualità e nuove Esigenze dei consumatori di <i>Oscar Farinetti</i> (Presidente Eataly Spa)	»	97
5 domande al Ministro dell'Agricoltura di <i>Paolo De Castro</i> (Ministro delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali)	»	106
2° Sessione Il fattore organizzazione: collaborare per competere	»	117
Moderatori <i>Simone Pizzagalli</i> (Consigliere Delegato CDO Agroalimentare) e <i>Camillo Gardini</i> (Presidente CDO Agroalimentare)		
Saluto all'apertura dei lavori di <i>Dario Cartabellotta</i> (Direttore Generale Ass. Agricoltura Regione Siciliana)	»	119
<i>Introduzione al tema:</i> L'organizzazione per la competitività nel sistema agroalimentare di <i>Ezio Castiglione</i> (Direttore ISMEA, Roma)	»	122
Una compagnia come fattore per la crescita imprenditoriale di <i>Lorenzo Isani</i> (Titolare Azienda agricola Isani)	»	126
Collaborazione e innovazione per la crescita competitiva di <i>Dino Donato Bellussi</i> (Presidente Florabella)	»	135

Collaborazione e innovazione per la crescita competitiva	pag.	151
di <i>Gian Luigi Quagelli</i> (Presidente Consorzio Tutela Mele di Valtellina)		
Comunicazione integrata e competitività	»	166
di <i>Paola Sidoti</i> (Resp. Rapporti con Istituzioni e Filiera, Bayer CropScience Srl)		
Un'impresa agroalimentare in Kazakhstan	»	175
di <i>Sergio Fratarcangeli</i> (Direttore Tecnico Mlecni Put)		
L'impresa agricola aggregata	»	183
di <i>Luca Pomaro</i> (Resp. Commerciale Coop. I Pioppi)		
Il mercato negli USA per le imprese agroalimentari	»	187
di <i>Bruno Montesano</i> (Partner Nuove Sales LLC)		
Saluto	»	196
di <i>Guido Tampieri</i> (Sottosegretario Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali)		
Conclusioni	»	201
Come costruire una collaborazione tra imprenditori		
di <i>Raffaello Vignali</i> (Presidente Compagnia delle Opere Nazionale)		

1° Sessione

Consumi, prezzi e mercati:
il contesto in cui Opera l'impresa

5° Forum CDO Agroalimentare

Introduzione

di Camillo Gardini
Presidente CDO Agroalimentare

Benvenuti al 5° Forum di CDO Agroalimentare. Ringrazio tutti per avere aderito alla nostra proposta. Il Forum è un evento unico nel panorama agroalimentare italiano, come unico e peculiare è il contributo dell'associazione CDO Agroalimentare.

Un imprenditore poco tempo fa mi diceva: “È difficile fare impresa, sembra che nelle relazioni prevalga il cinismo, l'interesse particolare, il tiro basso. Ognuno è attento a portare a casa per se e vi è una diffusa tentazione al disimpegno. È importante per me una compagnia come quella di CDO Agroalimentare perché vedo che è nata ed esiste innanzitutto per aiutare la persona”.

Ecco perché il Forum è un evento unico: a tema, infatti, non vi sono le PMI ed i fatturati ma, innanzitutto, le persone che rischiano, che scommettono, che investono e, come i “calabroni”, volano anche se per le leggi della fisica non dovrebbero volare.

L'Italia è “tenuta in piedi” da questi “calabroni”, uomini e donne di buona volontà che, pur in contesto difficile come quello odierno, lavorano, costruiscono, sviluppano, creano occupazione.

Il Ministro, che sentiremo, tutte le volte che ci incontra ci chiede di fare questo: raccontare queste storie che pochi conoscono e sono le nostre storie.

La cosa più grande che nella vita possa accadere è avere la speranza che ciò che il nostro cuore chiede possa accadere. Non una speranza eterea e da sognatori, ma fondata su una concretezza di fatti e persone. Senza una speranza che sostiene il presente non si costruisce il futuro!

La cosa grande dunque che può accadere in questi due giorni è che possa rinnovarsi una speranza attraverso fatti che documentano che questo è possibile. Per questo ringrazio INNANZITUTTO tutti i relatori e voi partecipanti perché assieme “costruiremo” questo 5° Forum.

Gli obiettivi operativi del forum. Come già è stato comunicato, vi sono tre grandi obiettivi operativi che noi mettiamo a verifica del lavoro del Forum: si viene al Forum per imparare. Un tema viene analizzato e affrontato in profondità. Quest'anno il tema affrontato è il contesto in cui l'impresa si debba muovere, così mutevole e spesso imprevedibile, e come l'impresa si possa organizzare.

Si viene al Forum per incontrare esperienze. Attraverso le testimonianze di ben venti relatori potremmo conoscere delle modalità operative ed esempi utili dai quali trarre indicazioni e spunti per migliorare e rendere più efficace il nostro lavoro.

Si viene al Forum per fare rete. La nostra vita ed il nostro lavoro è fatto di relazioni. La formula del Forum residenziale e con due mezze giornate, vuole favorire le relazioni e gli scambi di opportunità e bisogni.

Obiettivo finale: essere maggiormente consapevoli della realtà del nostro lavoro (“noi puntiamo tutto sulla libertà di ciascuno”).

Condizioni della partecipazione: Il Forum è organizzato da CDO Agroalimentare, in collaborazione con il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, Alma Mater Studiorum – Università di Bologna, Università degli Studi di Perugia, Regione Emilia-Romagna, Regione Siciliana, Regione Lombardia. Il Forum non è un convegno, bensì una occasione di confronto dialettico: i relatori non propongono dottrine o teorie, ma sono chiamati a raccontare la loro esperienza con cui tutti si possono confrontare. Nel forum tutti i partecipanti sono attori, non solo i relatori.

I relatori sono facilitatori dei temi con i quali dobbiamo e vogliamo confrontarci, per i quali i relatori sono tra i massimi esperti a livello nazionale;

Il metodo del forum prevede tre momenti: relazioni di base (Frascarelli, Serra e Galli); relazioni di esperti/operatori, che sul tema assegnato ci porteranno la loro esperienza; due domande brevi dopo ogni relazione con risposta immediata del relatore; Il forum è un momento di lavoro interattivo.

Il Forum rappresenta l'incontro annuale di CDO Agroalimentare che si prefigge, per la particolare natura dei contributi apportati dai relatori e per formula organizzativa, di sostenere la crescita delle capacità imprenditoriali degli attori del settore. Per fare una “grande impresa” infatti occorre che l'imprenditore sia animato da un “grande ideale”.

Senza un grande ideale, capace di dare entusiasmo e creatività al lavoro dell'imprenditore può accadere, e purtroppo spesso accade, che l'imprenditore trovi più vantaggioso vendere l'azienda con un grave impoverimento economico e sociale.

Il Forum di CDO Agroalimentare è un evento di alta formazione che documenta, attraverso il racconto di esperienze di diversa tipologia, la possibilità di una crescita per le imprese del nostro Paese.

CDO Agroalimentare vuole infatti, attraverso la sua attività associativa nei confronti di oltre 4000 imprese, sostenere innanzitutto la passione per una imprenditorialità capace di tenere desta una dimensione ideale nello specifico tecnico di ogni singola attività.

Saluto all'apertura dei lavori

di Tiberio Rabboni

Assessore Agricoltura, Regione Emilia-Romagna

Considero questo appuntamento annuale una delle occasioni più importanti e più interessanti per riflettere sul nostro settore. Si ricevono spesso non solo stimoli ma anche indicazioni operative concrete su cui poi poter ritornare nel corso della nostra attività. L'argomento che avete scelto per questa edizione 2008 mi sollecita alcune considerazioni. In particolare vorrei ragionare su quello che dal mio osservatorio appare come il doppio paradosso del mondo agricolo.

Abbiamo alle spalle il 2007, un'annata agraria sicuramente interessante, almeno l'Emilia-Romagna ha registrato dati interessanti. La PLV è aumentata di circa il 10% rispetto al 2006, questo nonostante alcune colture in alcuni comparti fondamentali, per altro l'Emilia-Romagna a causa dell'andamento stagionale, clima, della siccità abbiano registrato un calo di quantità prodotta. L'aumento del valore della produzione è legato quindi all'aumento dei prezzi che non solo recuperano ciò che si è perso con la minore produzione ma addirittura registrano un balzo in avanti di quasi dieci punti rispetto all'anno precedente.

Tuttavia se interpelliamo gli agricoltori, non sono contenti e non sono soddisfatti, non è andato così il loro reddito anzi, in diversi casi registrano una flessione del reddito rispetto all'anno precedente e qui c'è il primo paradosso che è legato al fatto che sono aumentati molto i costi energetici, dei concimi, degli agrofarmaci, delle sementi e più in generale i costi dei mezzi tecnici. Un'indagine presso i consorzi agrari e presso le principali reti di vendita alle imprese agricole ci raccontano di aumenti che vanno al 20 al 60-70% in più rispetto all'anno precedente e questo probabilmente è la causa che taglia il reddito. Un'annata apparentemente buona, un numero a due cifre è un numero importante, che tuttavia dal punto di vista del reddito agricolo non si può considerare tale. Qui c'è un primo paradosso.

Il secondo paradosso è il fatto che, mentre l'agricoltore fa i conti in tasca e vede che non gli è rimasto molto di questa buona annata agricola, l'agricoltura è sul banco degli imputati per il lievitare dei prezzi finali al consumo, più o meno impropriamente, ma questo abbiamo assistito nelle settimane e nei mesi scorsi e quindi c'è una morsa da un lato i prezzi al consumo finale che aumentano. È una sorta di boomerang che torna all'azienda agricola, poi naturalmente i gruppi della grande distribuzione che chiedono o impongono sconti, riduzioni di prezzi, e dall'altro lato l'aumen-

to dei costi di produzione. Siccome stiamo parlando del reddito degli agricoltori e se non c'è reddito, se si ripete nel corso del tempo una situazione insoddisfacente, l'attività imprenditoriale in quanto tale viene messa in discussione perché viene a mancare il presupposto, credo che convenga interrogarsi su questo paradosso.

Come uscirne? Ritengo si debba far sì che le aziende agricole guardino a monte e a valle. A valle, ciò che succede dopo che il prodotto è uscito dalle aziende agricole e si incammina verso il consumatore finale.

Nei giorni scorsi ho ricevuto l'esito di un'indagine condotta sulle imprese delle principali filiere alimentari. Leggendo i dati dei bilanci depositati presso il tribunale, emerge una situazione che parla da sola. Nel settore del vino, se il valore del fatturato agricolo vale 100 il valore finale diventa 330, nella filiera del pomodoro da industria se il fatturato agricolo vale 100 il valore finale diventa mediamente 667, se guardiamo alla filiera del pane, naturalmente parliamo del grano per quello che riguarda l'impresa agricola, se facciamo 100 il valore del fatturato agricolo il valore finale del pane diventa 1158.

Quindi è evidente che qui c'è un tema. Effettivamente questo incremento del valore è legato a dei servizi, a delle prestazioni, a delle attività, ma non vi è dubbio che esista una filiera da analizzare puntualmente e sicuramente da riorganizzare, cercando in questa riorganizzazione una quota di partecipazione al valore che si crea più significativa per le imprese agricole, se poi guardiamo a monte, cioè ai costi di produzione con i quali l'azienda deve lavorare, io penso che ci siano due situazioni sulle quali bisogna riorganizzare ed intervenire.

Il primo è l'incidenza che hanno i costi che prima ho richiamato, e in Italia c'è un'incidenza relativamente più alta rispetto ad altri paesi, costi energetici, dei mezzi tecnici, ecc. Il che chiama evidentemente l'innovazione a misurarsi con la necessità di fare una buona agricoltura con meno mezzi tecnici e chiama il sistema delle imprese agricole a spalmare meglio l'impatto di questi costi, ottimizzandoli. Il modo per ottimizzarli è quello di essere più organizzati, e mi ricordo l'iniziativa sulla quale insiste da tempo Camillo Gardini, che è l'agricoltura di gruppo. Ma non c'è solo questo, certi investimenti di tecnologia oggi si ammortizzano solo su superfici che sono, dieci o venti volte la media di superficie delle nostre imprese. Poi c'è, dato specifico italiano, un costo della burocrazia, lo dico io che faccio l'assessore in una regione che non ha regione.

C'è un costo della burocrazia che altre imprese di altri paesi non hanno perché è la burocrazia che viene reclamata dai soggetti pubblici ed è anche una burocrazia privata. Per quello che riguarda la burocrazia reclamata dai soggetti pubblici, noi siamo dentro un meccanismo che penso nel 2013 ver-

rà superato che è quello di un sistema capillare di controllo imposto dall'Unione Europea, perché non si fida.

Ma io penso che dovremmo darci l'obiettivo di automatizzare la burocrazia, noi per quella piccola parte che riguarda attività di pagamenti. La nostra agenzia regionale, lo abbiamo già fatto e lo stiamo facendo, vuole arrivare alla fine di quest'anno alla firma digitale, ma questo riguarda il passaggio dei soldi e non riguarda la documentazione burocratica che deve produrre l'azienda e da questo punto di vista l'obiettivo che dobbiamo dare a noi stessi e oggi pomeriggio al ministro e quello di arrivare ad automatizzare le procedure a carico delle aziende con l'obiettivo di un registro unico aziendale che integri tutte gli adempimenti che toccano all'azienda.

Se si ovvia al supporto digitale o telematico che integri e unifichi tutto il sistema dei controlli, io credo che già con queste cose oltre che sul tema dell'innovazione, dell'internazionalizzazione sui temi di filiere competitive e sui temi dell'identità delle nostre produzioni, noi potremo risolvere questo doppio paradosso a cui assistiamo e che mette in discussione la continuità di molte imprese.

Introduzione al tema

di Angelo Frascarelli

*Docente di Economia e Politica Agraria, Università di Perugia
Dipartimento Scienze Economico-estimative e degli alimenti*

Quella che chiamiamo relazione di base cercheremo quest'anno di farla in tre. Nella prima parte cercheremo di inquadrare il tema, nella seconda cercheremo di capire come gli imprenditori si devono muovere in questa situazione. Siamo al quinto Forum, abbiamo affrontato nei vari anni diversi temi. Il tema del mercato è stato quello centrale, e quest'anno vorremmo porre l'attenzione su un aspetto che è quello del cambiamento. Se dobbiamo documentare quello che è avvenuto nell'ultimo anno, dobbiamo documentare uno scenario di fortissimo cambiamento, di fortissima evoluzione, ma non c'era prima? Certo che c'era anche prima, però non così. Due anni fa ragionavamo sulla crisi dei prezzi; pensate a quello che è successo nel frattempo. Vi è stato un cambiamento enorme, ci sono produzioni che hanno registrato incrementi di prezzo impressionante e ci sono produzioni, come i suini, che vivono ora una crisi molto forte.

I consumi: siamo sempre abituati a considerare i consumi alimentari a "domanda rigida", come ci insegnano all'università. Poi invece vediamo che ci sono evoluzioni molto forti e quindi anche su questo vorremmo riflettere. C'è una situazione di cambiamento, cerchiamo di capirne almeno due aspetti: il primo, quello delle commodities, con Stefano Serra, Amministratore Unico della InfoGranarie Srl di Bologna; il secondo, quello dei consumi alimentari finali, con Stefano Galli, Responsabile Marketing AC-Nielsen.

In questo scenario come si deve muovere dell'imprenditore? Il mio compito è di affrontare nella mia relazione i cambiamenti che sono in atto. La globalizzazione dei mercati è una cosa che conosciamo tutti, ma non è mai stata così evidente come in quest'ultimo anno. Sapevamo da almeno dieci anni che sarebbe esplosa la domanda alimentare. Il problema era capire quando questa domanda si sarebbe effettivamente attivata?

Oggi sembra che sia iniziata, con cifre impressionanti. È impressionante pensare che il PIL della Cina sta crescendo al ritmo del 10% all'anno, un paese che ha 1.300.000.000 di persone! Potete immaginare cosa significhi a livello globale.

I dati sono solamente un assaggio per evidenziare i cambiamenti a livello mondiale. Ad esempio aumenta la domanda di prodotti agricoli per uso energetico. L'aumento di domanda di energia, che ormai negli ultimi anni è

emerso in maniera impressionante, ha creato nuove politiche anche in paesi che prima si erano dichiarati contrari, come gli Stati Uniti. Si pensi che il presidente Bush, in una notte, ha deciso di cambiare la propria politica sulle energie rinnovabili ed ha attivato una domanda di prodotti agricoli verso le agroenergie impressionante. Anche in Italia stiamo andando nella medesima direzione. Con la nuova finanziaria è stata data un'incentivazione impressionante al settore delle agroenergie e, quindi, a mio avviso nei prossimi anni sarà uno degli argomenti su cui discuteremo di più, con conseguenze per chi fa zootecnia e non solo. Ne sono preoccupato e farò più avanti una domanda in tal senso a Stefano Serra.

Anche i cambiamenti climatici sono una delle cause dell'aumento dei prezzi dei cereali, poiché hanno determinato forti riduzioni della produzione soprattutto in alcune aree del mondo. C'è, inoltre, sempre a livello internazionale, una forte speculazione finanziaria sui prodotti agricoli. Ma c'è sempre stata? Anche questo lo chiederemo a Serra. Mai come in quest'ultimo anno, la finanza internazionale ha iniziato a investire sui prodotti agricoli. In questo ambito l'Organizzazione mondiale del commercio ha lanciato negli ultimi anni una forte liberalizzazione, ma di questo nessuno sembra più preoccuparsi. La trattativa è naufragata, non ci sono particolari novità, non si sa neanche se si andrà avanti.

Cambiano anche le regole del settore, le normative. Gli addetti all'agricoltura sanno che è stata lanciata dall'Unione Europea una nuova stagione di riforma della PAC che doveva essere solamente un controllo del suo stato di salute, ma che sta introducendo delle innovazioni molto forti. Nel 2008 e 2009 si farà una verifica del bilancio dell'Unione Europea: 50 miliardi di euro all'agricoltura attraverso la PAC. Sappiamo bene che questo appuntamento è decisivo per capire come l'Unione europea considererà l'agricoltura nelle proprie prospettive, tenendo conto che oggi si sta, in ambito comunitario, acquisendo una consapevolezza sempre maggiore verso altre politiche: la ricerca, l'immigrazione, la difesa, l'innovazione.

Sempre in ambito normativo, c'è una nuova OCM vino, ci sono normative ambientali molto stringenti. Pensate alla "direttiva nitrati", che non è una novità, ma esiste dal 1991, anche se i lombardi pensano che sia una novità. Una situazione per cui le normative ambientali, indipendentemente dal fatto che si ottenga una proroga di sei mesi, un anno, un anno e mezzo, comunque rimangono uno degli obiettivi dell'Unione Europea, come quello di un equilibrio tra agricoltura e ambiente.

Sul fronte dei mercati agroalimentari, i più dinamici oggi sono quelli internazionali, dove il Made in Italy è sempre più apprezzato.

Tuttavia, per penetrare i mercati lontani noi abbiamo bisogno di un'organizzazione, di una struttura che la maggior parte delle imprese italiane non hanno o fanno fatica ad avere.

Sul mercato interno c'è un aumento fortissimo della competizione tra imprese. Ho avuto modo di visitare un'impresa agrituristica nel bolognese che parlava male delle altre imprese agrituristiche che stanno nascendo. Lui, che è nato qualche anno fa, si rende conto che aveva investito su un settore innovativo e oggi anche in questo settore c'è una concorrenza fortissima. Quindi, c'è un aumento della concorrenza a livello orizzontale, ma anche a livello verticale. A livello verticale perché la grande distribuzione si concentra sempre di più, ormai veicola il 70% dei consumi alimentari e di conseguenza esercita una pressione competitiva fortissima sulla trasformazione e sull'agricoltura.

C'è un'evoluzione dei consumi alimentari che si stanno orientando verso la qualità, verso i prodotti tipici. Ma, è altrettanto vero che i prodotti cosiddetti "*time saving*", quelli che fanno risparmiare tempo in cucina, crescono quattro volte di più. Allora cosa cerca questo consumatore? Come si evolvono i consumi alimentari? Qual è il ruolo dei consumatori? Recentemente, in un articolo scritto da Gianluca Bagnara, si diceva che nella catena del valore oggi l'informazione acquisisce un valore fortissimo, determinante per il successo dell'impresa. Quindi, qual è il ruolo dell'informazione dei consumatori? Come lo si può giocare?

In uno scenario di così grandi cambiamenti il punto di partenza per il futuro dell'agricoltura, dell'agroalimentare e delle imprese è il fattore umano. Faccio un esempio: se dobbiamo andare a Roma ad una velocità di 90 km/h, posso guidare anch'io. Ma se dobbiamo andare a Roma in tre ore ci vuole Schumacher. Quindi, in una situazione di questo tipo non sono tanto importanti le strutture, il capitale fisico, come normalmente l'imprenditore è abituato a pensare. Vi è invece bisogno che tutti gli imprenditori diventino tanti Schumacher, tante persone capaci di guidare al meglio l'impresa. Così veloci da saperla indirizzare ogni volta si prospetti un cambiamento. Questo a mio avviso è il compito che noi abbiamo nello svolgimento di questo Forum, cioè quello di far crescere l'imprenditore.

In questa situazione però non è detto che l'imprenditore sia sempre sufficiente. È una situazione che richiede l'impegno di tutto il sistema. Quando non è sufficiente il fatto che l'imprenditore sia un bravo driver, è necessario allora che anche tutte le componenti del sistema, la politica in primis, acquisiscano una consapevolezza, una responsabilità e facciano sistema.

Si può essere un bravo imprenditore anche nella Napoli dei rifiuti di oggi, si può essere il miglior imprenditore per le giuste previsioni dei mercati, dei consumi, ma non si può riuscire a decollare in quella situazione.

Io sostengo che il fattore più importante sia il fattore umano, ma non dimentichiamoci che non basta la capacità dell'imprenditore. C'è bisogno che tutte le componenti dell'agroalimentare italiano facciano sistema. Quindi da Stefano Serra ci faremo spiegare quale sarà il futuro delle commodities, quali sono state le ragioni dell'impennata dei prezzi del grano dell'ultimo anno, dato che non si è mai verificata nella storia dell'agricoltura europea un'impennata così forte.

Un'impresa su quali prezzi tra grano, mais, soia deve fare il proprio budget per i prossimi anni? Data l'imprevedibilità del mercato, quali fattori possono aiutare a prevederli? Quali devono essere le fonti informative di un imprenditore che opera nel settore delle *commodities*?