



# Impegno a tutto campo per sostenere l'agroalimentare

**D**i fronte alla pandemia del Covid-19, è opportuno interrogarsi sui suoi contraccolpi in un comparto strategico come l'agroalimentare, dove peraltro assisteremo a effetti fortemente asimmetrici.

Sul piano temporale l'asimmetria deriva dal carattere anticiclico del settore food: effetti immediati meno forti che in altri comparti; più consistenti nel medio-lungo periodo, con una ripresa ritardata e possibili contraccolpi strutturali. Riguardo alle componenti della filiera, a breve il danno è relativamente modesto per l'agricoltura e l'industria di trasformazione; nullo o addirittura positivo per la grande distribuzione; pesantissimo per il piccolo commercio e la ristorazione. Alcune imprese avranno guadagni consistenti e non effimeri, come quelle che fanno commercio online, dove l'aumento del fatturato a breve termine potrebbe consolidarsi in una maggiore abitudine agli acquisti alimentari online.

Un recentissimo *instant report* dell'Ismea racconta in tempo reale come la filiera agroalimentare stia tenendo bene, con qualche eccezione nei comparti la cui domanda è per forza di cose ridotta o addirittura azzerata: le imprese florovivaistiche, la filiera del pesce fresco, i prodotti di alta gamma, in particolare vino di qualità, venduti soprattutto nel canale della ristorazione. Dal lato dell'offerta, bisognerà valutare l'impatto sui costi (produzione, logistica, lavoro...) e qui l'agricoltura avrà problemi anche in tempi abbastanza ravvicinati: si pensi alla raccolta di prodotti ortofrutticoli, affidata a manodopera stagionale, per lo più straniera, che sarà meno reperibile e per la quale lieviteranno i costi per garantire la sicurezza dei lavoratori.

Anche l'effetto sui prezzi sarà molto differenziato. Prescindendo dalle variazioni di prezzo di singoli prodotti dovuti allo shock iniziale, più generalizzato e persistente sarà l'impatto sul commercio internazionale, derivante dai maggiori costi della logistica a lungo raggio, ma anche dai maggiori

controlli doganali o dalla chiusura delle frontiere. Si assisterà all'aumento dei prezzi dei prodotti di importazione, frutto di minore disponibilità sul mercato interno, e alla riduzione dei prezzi di quelli esportati, per i quali ci sarà eccesso di offerta. Da un lato, subiranno perdite le imprese che trasformano beni importati, acquistabili a prezzi più alti, nonché quelle orientate all'export, che svenderanno l'eccesso di offerta; dall'altro potrebbero guadagnare i produttori nazionali di beni importati, grazie a una minore concorrenza sul mercato interno. Ma di fronte a una riduzione degli scambi il saldo sarà negativo, specie per le componenti più integrate con le catene globali del valore.

Un discorso a parte merita il made in Italy, che potrebbe subire un danno strutturale difficile da recuperare, sia per la minore domanda mondiale di prodotti che nel mondo sono in larga parte consumati nella ristorazione, sia per l'incentivo a produrre all'estero falso made in Italy o prodotti italian sounding, derivante dalle difficoltà di importazione di veri prodotti italiani. Senza contare il vuoto di domanda di made in Italy che si creerà in Italia con il collasso del turismo.

Tutto ciò impone un sostegno senza precedenti: per difendere la nostra agricoltura, per non perdere le posizioni che il nostro made in Italy ha faticosamente conquistato nel mondo e per evitare che la crisi si risolva in una ennesima svendita all'estero delle nostre imprese migliori. Anche in campo agroalimentare la ricetta giusta è il *whatever it takes*, cioè mettere in campo tutto quello che serve senza timore di sbagliare per eccesso, ma con approcci nuovi: sussidi, credito, cassa integrazione, esenzioni fiscali sono strumenti utili su cui non bisogna lesinare, ma non bastano. Di fronte alla crisi epocale che incombe bisogna interrogarsi – non solo tra economisti – su strategie integrate e concertate a livello intersettoriale e sovranazionale, per ripensare profondamente il nostro posto in un mondo che sarà diverso da quello che conosciamo. ●