



Una rete nel futuro delle imprese

[DI ANGELO FRASCARELLI]

Il mercato sempre più competitivo angustia ogni imprenditore agricolo, soprattutto in questo periodo di caduta dei prezzi e di eccesso di offerta in quasi tutti i settori.

Come uscire da questa situazione?

C'è un'evidenza. L'impresa che resiste meglio alla competitività del mercato è l'impresa pluriattiva, diversificata, integrata, aperta alle innovazioni, ricca di relazioni, coordinata a monte e a valle, con una attiva vita associativa; in sintesi, l'impresa che ha una fitta rete di relazioni.

Il mercato uccide chi è isolato. Le reti servono per difendersi dai "pescecani" del mercato.

Fino a ieri era possibile sfruttare l'arte dell'arrangiarsi, anche individualmente. Era possibile adattarsi ai prezzi garantiti dalla Pac. Oggi non è più così! La politica non è più in grado di tutelare l'imprenditore dalla caduta dei prezzi.

In questa situazione, l'imprenditore isolato, colui che vende i suoi prodotti sul mercato spot, cercando un grossista o un acquirente al momento della raccolta, non ha futuro.

La produzione deve essere programmata in funzione delle necessità degli acquirenti intermedi e dei consumatori. Il passaggio dal campo allo scaffale è diventato estremamente complesso e richiede livelli di informazione, di organizzazione, di innovazione e di efficienza molto più elevati rispetto al passato. Anche la filiera corta richiede programmazione e organizzazione.

Cosicché il mercato seleziona le capacità organizzative e penalizza gli agricoltori che non hanno sviluppato capacità di dialogo con gli operatori della filiera, con le nuove formule distributive, con i detentori delle innovazioni.

In sintesi, occorre individuare i propri bisogni e costruire reti di imprese.

Mi capita spesso di incontrare produttori del sud Italia che lamentano le difficoltà del mercato, soprattutto nel settore del grano duro, dell'uva da tavola, dell'uva da vino, dell'ortofrutta, dell'olio di oliva. Ma un imprenditore isolato che produce in una piccola azienda, in quantità limitata e di pezzatura e qualità variabile, se è un isolato, non ha futuro. È costretto a subire il prezzo di mercato e

la prepotenza del grossista di turno.

In molte situazioni, l'agricoltore ha risposto a questo problema associandosi in una cooperativa. Può non bastare. L'agricoltore può essere isolato anche aderendo ad una cooperativa, se questa è semplicemente l'unione delle debolezze dei singoli agricoltori. La cooperativa deve sviluppare capacità relazionali, partecipative ed organizzative; ed è responsabilità dei singoli la condivisione del progetto di sviluppo della cooperativa.

C'è una strada da seguire, seppure difficile: la creazione di reti orizzontali (tra imprenditori dello stesso settore, anche se concorrenti, verticali (clienti e fornitori) e trasversali (tra imprenditori, soggetti istituzionali, partner locali, Università, agenzie turistiche, imprese del commercio, dell'artigianato, ecc.).

L'iniziativa deve partire dai bisogni dell'imprenditore agricolo; non può essere delegata.

La rete ha tanti vantaggi: consente all'imprenditore di programmare meglio la sua attività, di accedere più facilmente alle innovazioni, di carpire idee nuove, di comprendere le esperienze che meglio si adattano alla propria impresa, di esaminare le esperienze positive e rigettare quelle negative.

Gli imprenditori di successo hanno quasi sempre imparato o copiato un'idea da un altro imprenditore.

Ogni imprenditore deve cercare, girare, analizzare e incontrare questi esempi positivi, per innovare la capacità organizzativa della propria impresa. Il primo passo è quello di andare alla caccia di esempi positivi da imitare.

L'individualismo e la contrapposizione sono i veri nemici dell'agroalimentare. Le reti sono la risposta, anzi la necessità, per costruire il futuro. Le testimonianze di tanti imprenditori lo dimostrano, anche in questo periodo di crisi.