



# Turchia: un nuovo competitor nel settore lattiero-caseario

**ALBERTO MENGHI**  
Crpa Spa,  
Reggio Emilia



In questo Paese la produzione di latte ha registrato un incremento del 107% negli ultimi dieci anni. **Preoccupa l'aumento produttivo dei formaggi, che possono fare concorrenza a quelli mediterranei.**

**L**a produzione mondiale di latte fatica a seguire la crescita della domanda del prodotto e dei suoi derivati.

La conferma è giunta dalla quattordicesima conferenza Ifcn (*International farm net comparison on dairy - www.ifcndairy.org*), che si è tenuta a Tekirdag, in Turchia, all'inizio di giugno: vi hanno preso parte ricercatori ed economisti del settore provenienti da 43 Paesi nei quali si produce l'88% del latte mondiale. Per l'Italia era presente il Centro ricerche produzioni animali di Reggio Emilia a cui, oltre che all'Ifcn, è possibile richiedere il report annuale pubblicato dal network (*Dairy report 2012*), che comprende le analisi economiche a livello globale e le informazioni sui singoli Paesi.

La crescita della domanda è legata alla combinazione di due fattori: l'aumento costante della popolazione e del consumo pro capite, basato soprattutto sul raggiungimento di un maggiore benessere e di più cospicue disponibilità economiche dei cittadini dei Paesi emergenti.

Dei 20 milioni di tonnellate di latte richieste in più ogni anno, 12 sono legati all'aumento del consumo, i restanti all'incremento della popolazione.

*Fare i conti con la crescita e la volatilità dei prezzi*

Questi differenti ritmi di crescita hanno determinato, negli ultimi mesi, l'innalzamento sul mercato mondiale delle quotazioni del prezzo del latte, che però non si è ancora tradotto in un aumento dei prezzi a livello nazionale.

Se da un lato nel lungo periodo ci si può aspettare un tendenziale incremento dei prezzi, a breve ci si troverà sempre di più a fare i conti con il problema della volatilità, che fa oscillare le quotazioni dall'alto in basso molto rapidamente, soprattutto in funzione del livello degli stock dei prodotti lattiero-caseari nei vari Paesi.

La capacità che le singole aziende avranno di gestire questa volatilità rappresenterà in futuro uno degli elementi chiave per la competitività.

D'altra parte sono proprio i Paesi emergenti che, consapevoli delle possibilità di realizzare profitti nel settore, incentivano la produzione anche con sussidi pubblici, poiché non hanno limiti alla produzione (quote), né al finanziamento diretto alle produzioni agricole, come invece avviene nell'Unione europea. A volte queste operazioni hanno successo, in altri casi emergono forti dif-

ficoltà, considerando la complessità di gestire le aziende da latte in aree dove la produzione non è radicata o dove è difficile muovere un sistema di tipo imprenditoriale con un elevato numero di animali e di input.

### *Differenze e affinità con la realtà italiana*

La conferenza di inizio giugno si è tenuta in Turchia proprio perché questo Paese in pochi anni ha incentivato e incrementato la produzione di latte a ritmi molto elevati, passando dagli 8,4 milioni di tonnellate nel 2002 ad oltre 17 milioni nel 2012, con un incremento del 107% in soli dieci anni. La produzione totale nel 2002 era al di sotto di quella Italiana, ora è nettamente superiore. Si tratta di un fenomeno interessante, perché avviene in un Paese con caratteristiche climatiche molto simili a quelle del sud Italia, dove invece la produzione si sta drammaticamente riducendo.

Un'altra grande differenza consiste nel numero di aziende da latte presenti, che in Turchia sono circa 1 milione - delle quali il 94% ha un numero di vacche inferiori a 25 - mentre in Italia circa 37 mila. La strategia di incrementare la produzione grazie ad investimenti in stalle di grandi dimensioni si è quindi basata su una tradizione produttiva di allevamento molto diffusa sul territorio.

Il dato più impressionante, che deve maggiormente preoccuparci, è l'incremento produttivo dei formaggi, che solo nell'ultimo anno ha messo a segno un +8%. La Turchia, come l'Italia, grazie alla moltitudine di territori e popolazioni differenti ha un patrimonio di circa 200 diversi tipi di formaggi, che possono entrare in diretta competizione con le nostre produzioni mediterranee poiché si rivolgono alla stessa tipologia di consumatori.

Inoltre possono trovare ampi spazi produzioni locali nuove come ad esempio l'*ayran*, una bevanda dissetante a base di yogurt, acqua e sale che nel 2012 ha visto aumentare la produzione del 10%. Incrementi resi possibili soprattutto da quando, in aprile 2013, le industrie lattiero-casearie turche, dopo uno stop durato 13 anni, hanno ottenuto dall'Ue il via libera alle esportazioni verso i 27 Paesi membri. Non si tratta di un elemento trascurabile, vista la presenza, soprattutto in Germania, di numerose comunità turche che costituiscono un mercato potenziale molto elevato, in grado di erodere quote di mercato a prodotti e formaggi provenienti da altri Paesi del Mediterraneo come il nostro. Per la varietà di prodotti, la posizione strategica e i contatti con il mondo arabo, la Turchia nei prossimi anni si pre-

para a giocare un ruolo chiave nel settore lattiero-caseario europeo e mediterraneo.

### *Determinante la scelta del modello aziendale*

In questo quadro, però, occorre analizzare il modello aziendale che i Paesi emergenti scelgono per produrre latte e far fronte all'aumento della domanda mondiale. In quelli "non vocati" il modo più rapido, nell'ottica di ottenere profitti, è investire ingenti capitali nella costruzione di stalle di grandi dimensioni, dalle 500 vacche in su, e puntare alla produzione intensiva, che richiede forti input e deve ottenere buoni output. Questa tipologia di aziende deve garantire buoni margini in grado di remunerare tutti i fattori di produzione, e anche profitti per l'imprenditore superiori a quelli che si potrebbero ottenere con investimenti analoghi, proprio perché lo stimolo principale è il profitto.

Spesso gli imprenditori che investono in tali attività lo fanno assieme ad altre forme di business





che spaziano in vari settori. Vengono soprattutto attratti dagli incentivi statali, ma poi devono valutare se nel medio periodo conviene continuare a restare nel comparto oppure dismettere facilmente l'attività. Si può infatti ritenere che con la stessa rapidità con cui una produzione cresce possa ridimensionarsi, se le condizioni del mercato non sono favorevoli.

Pertanto il modello europeo e italiano basato maggiormente sull'azienda familiare ha capacità di adattamento

e resistenza alle avverse condizioni di mercato maggiori rispetto alle aziende di carattere prettamente imprenditoriale.

Allo stesso modo risulta competitivo il modello neozelandese, basato sul pascolo e su bassi investimenti (recinzioni e sale di mungitura) ed input produttivi: in questo caso, anche se le produzioni unitarie non sono elevate, la scarsa dipendenza dal mercato dei foraggi e dei mangimi permette di gestire meglio la volatilità dei mercati. ■