

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA
FACOLTA' DI SCIENZE STATISTICHE

CORSO DI LAUREA IN STATISTICA, ECONOMIA E FINANZA



TESI DI LAUREA

GLI INCREMENTI NEL PREZZO DEL PANE
IN ITALIA NEI PRIMI MESI DEL 2008
UN'ANALISI QUANTITATIVA

Relatore: Ch.mo Dott. Paola Valbonesi

Laureando: Massimo Simioni

ANNO ACCADEMICO 2008-2009

Indice

1 Introduzione	5
2 I mercati internazionali del grano	7
2.1 La situazione mondiale	7
2.2 La situazione italiana.....	13
3 Il pane	17
3.1 Il prodotto e la sua importanza.....	17
3.2 Cosa sta succedendo in Italia	18
3.3 Il prezzo calmierato	23
4 Un'analisi quantitativa	29
4.1 L'obiettivo e i dati	29
4.2 L'analisi	30
4.3 Fattori strutturali che facilitano la collusione	32
4.4 Riflessioni sul comportamento collusivo	35
4.5 Sfruttando il problema di massimizzazione del profitto.....	38
4.6 Il ruolo delle aspettative	40
5 Conclusioni	43
Bibliografia	45
Fonti (siti internet consultati)	46

1 Introduzione

A partire dal mese di giugno del 2007 le quotazioni del grano (e con esso quello di molti altri cereali) hanno subito degli aumenti mai visti in precedenza; questo fatto ha avuto ripercussioni anche nel nostro paese ed in modo particolare sul prezzo di uno dei prodotti maggiormente diffusi nelle nostre tavole: il pane.

Nell'elaborato si cercherà di analizzare se gli aumenti del prezzo del grano e di altri input, come ad esempio costi energetici o risorse umane, possano giustificare pienamente i rincari subiti nel frattempo dal prodotto pane.

La prima sezione è dedicata ad una discussione riguardo i mercati internazionali del grano. Saranno delineati i vari motivi per cui il cereale ha avuto un aumento di valore così forte sui mercati internazionali e sarà poi discussa la situazione italiana all'interno del mercato mondiale delle granaglie.

Nella seconda sezione viene presentato un quadro riguardo l'importanza del prodotto pane in Italia: la sua grandissima diffusione nel paese, le polemiche mediatiche che seguono ogni suo aumento più o meno consistente di prezzo ed infine i dibattuti tentativi di accordo per un prezzo calmierato a favore dei consumatori avvenuti in varie zone d'Italia.

Nell'ultima sezione del presente lavoro si esamina, attraverso un esempio quantitativo, quale parte dell'aumento del prezzo del pane nell'ultimo anno sia effettivamente imputabile all'aumento dei costi di produzione complessivi e quale invece non sia attribuibile allo stesso. La presenza di uno scarto fra aumento effettivo ed aumento atteso porta ad un'analisi delle possibili cause. Nello sviluppare l'esempio sono stati utilizzati dati messi a disposizione dall'Unione Regionale Panificatori della Lombardia.

2 I mercati internazionali del grano

2.1 La situazione mondiale

Rimasto stabile per circa vent'anni, segnati solo da qualche leggero ribasso nel corso degli anni novanta, il prezzo del grano ha iniziato la sua salita nel corso dell'estate 2006. Dopo circa un anno di lievi rialzi la situazione è definitivamente esplosa nell'estate del 2007, portando il prezzo del cereale a far segnare il suo massimo storico a febbraio 2008 con una quotazione al Chicago Board of Trade, punto di riferimento del commercio internazionale di materie prime agricole, di 30 € cent per chilogrammo.

La causa di questo aumento non è facilmente delineabile, ma c'è una serie di fattori che certamente hanno contribuito all'evolversi di questa situazione: l'aumento della domanda da parte dei paesi in forte sviluppo, la spinta alla produzione di biocarburanti, una speculazione su base mondiale operata dagli stessi Stati produttori.

Paesi emergenti come Cina ed India, pur avendo già aumentato la produzione interna di grano (+6 per cento per la Cina nel 2008), continuano a chiedere al mercato internazionale quantitativi sempre maggiori del cereale, facendo così variare i prezzi in maniera significativa a livello mondiale. Emblematico è il caso dell'India, che, nonostante il prezzo in forte ascesa del grano, ha già fatto sapere di aver aumentato le sue stime di

importazione per il 2008 da 3,8 a 5,4 milioni di tonnellate (la produzione mondiale di frumento è di circa 590 milioni di tonnellate).

Nel grafico sotto riportato, che mostra l'andamento del prezzo del grano alla Borsa di Chicago, è possibile vedere chiaramente gli aumenti nelle valutazioni del bushel¹ di grano durante lo scorso anno. La crescita è diventata molto elevata ed incessante a partire dal giugno 2007.

GRAFICO 1: ANDAMENTO DEL PREZZO DEL GRANO ALLA BORSA DI CHICAGO (2007/2008)



Fonte: MFGlobal Analysis. Unità di misura sono i centesimi di dollaro per bushel di grano.

Tornando ai Paesi in forte sviluppo, qui la ricchezza crescente ha fatto aumentare principalmente la domanda di carne, facendo salire di conseguenza anche quella di cereali per alimentare gli animali. Nel 1985 il cinese medio consumava circa 20 chilogrammi di carne all'anno, ora ne consuma più di 50 chili. In Cina la domanda di questo bene dovrebbe essere vicina alla stabilità ma dietro ad essa altre Nazioni stanno

¹ Nota: 1 bushel = 27,2 kilogrammi. Il bushel è la misura standard di commercio del grano

arrivando: se si prendono i Paesi in forte sviluppo come un unico insieme, si può vedere come il consumo di cereali sia stabile ormai dal 1980, mentre la domanda di carne sia raddoppiata.

Se per qualche Paese l'aumento delle importazioni di grano è per motivi principalmente alimentari, bisogna anche riconoscere che in molte altre parti del mondo ciò è dovuto a recenti politiche energetiche che favoriscono la produzione di bioetanolo e di biodiesel. L'Unione europea ha fissato l'ambizioso obiettivo di sostituire con ecocombustibili, entro il 2020, almeno il 10 per cento della benzina e del gasolio consumati dal parco macchine attivo. Ma è soprattutto il traguardo fissato dagli Stati Uniti (35 miliardi di galloni di etanolo l'anno entro il 2017, sei volte la produzione attuale, un quarto dei consumi totali di benzina) ad avere scatenato la corsa. Con un singolare paradosso: la massa di investimenti messi in moto, nell'agricoltura e nell'industria ha senso solo agli attuali livelli di prezzo del petrolio. *"La ricerca dell'indipendenza energetica - notano Ford Runge e Benjamin Senauer, due studiosi americani - ha già reso l'industria dipendente da alti prezzi del greggio"*².

Tralasciando la discussione relativa all'efficienza delle politiche energetiche, è senza dubbio interessante capire gli effetti che la loro attuazione ha avuto sulle coltivazioni. Gli economisti del Fondo Monetario Internazionale discutevano già a luglio 2007 di come l'impennata dei prezzi da primavera fosse senz'altro sorprendente e di come l'etanolo avesse prodotto uno shock macroeconomico a livello mondiale. Il biocarburante oggi più diffuso si fa in Brasile con la canna da zucchero e, nel resto del mondo, processando le pannocchie di granturco. L'attrazione esercitata sugli agricoltori dall'aumento del prezzo del mais - o comunque dalle previsioni di domanda

² Nota: Runge-Senauer (2007). <http://www.foreignaffairs.org/20070501faessay86305/c-ford-runge-benjamin-senauer/how-biofuels-could-starve-the-poor.html>.

in crescita esponenziale - per far fronte alla produzione di etanolo, li sta portando a cambiare coltivazione, riducendo fortemente la produzione di altri prodotti.

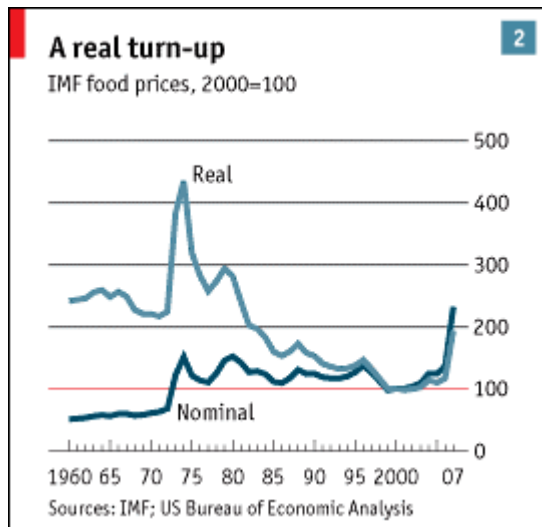
Risulta più conveniente produrre mais o girasoli (da cui si ricava l'altro ecocarburante, il biodiesel) che, ad esempio, grano. Ed oltre all' aumento dei prezzi di tutti i cereali si è arrivati anche alla situazione paradossale in cui nemmeno il granturco basta più sia per il suo tradizionale uso alimentare sia per la produzione di biocarburanti.

Il mais ha un posto di assoluto rilievo nella catena alimentare, soprattutto negli Stati Uniti, il più grande mercato del mondo per il cibo. Su circa 45 mila prodotti reperibili in un supermercato americano, più di un quarto contiene mais: pannolini, sacchi della spazzatura, dentifrici, fiammiferi, batterie, fino al luccichio sulle copertine delle riviste. E poi c'è la carne.

Se questa situazione di aumento dei prezzi dei cereali sui mercati internazionali ha colpito un Paese come il nostro soprattutto con il rincaro di pasta o pane, dando vita ad una situazione pesante ma non drammatica (questi prodotti risultano ancora di gran lunga più economici rispetto ad altri presenti sulle nostre tavole), lontani dal ricco Occidente può essere una tragedia. Il World Food Programme, l'organizzazione Onu per gli aiuti alimentari, dichiara di non essere più in grado, all'attuale livello dei prezzi internazionali, di mantenere i suoi programmi. La stessa organizzazione ha stimato che se i prezzi del cibo aumentano di un terzo, riducono lo standard di vita del 3 per cento nei paesi ricchi e del 20 per cento in quelli veramente poveri.

In questo grafico elaborato dall'Fmi e dal U.S. Bureau of Economic Analysis e pubblicato sul sito dell'*Economist* è evidente quanto i prezzi del cibo siano aumentati nell'ultimo anno.

GRAFICO 2: CONFRONTO TRA PREZZO NOMINALE E REALE DEL CIBO DAGLI ANNI '60 AD OGGI.



Fonte: http://www.economist.com/opinion/displaystory.cfm?story_id=10252015. "The Economist" (da Fondo Monetario Internazionale).

L'International Food Policy Research Institute di Washington ha calcolato che la sola corsa dell'agricoltura ai biocarburanti, da qui al 2010, farà crescere i prezzi del granturco del 20 per cento, della soia del 26 per cento, del grano dell'11 per cento, della manioca (il cibo base in Africa e in Sud America) del 33 per cento. Del doppio o del triplo giungendo al 2020. A questi prezzi, stimano ancora Runge e Senauer (2007), il numero delle persone che, nel mondo, soffrono la fame, invece di scendere a 600 milioni nel 2025, come ci si aspettava, sarà del doppio, 1 miliardo e 200 milioni. Runge e Senauer (2007) fanno un calcolo anche più brutale: riempire il serbatoio di un fuoristrada solo di etanolo richiede oltre 200 chili di granturco, ovvero il fabbisogno di calorie di una persona per un anno.

Un altro dato significativo circa la produzione è il seguente relativo al Brasile: data la massiccia riconversione delle coltivazioni di grano in barbabietola da zucchero per la produzione di bioetanolo, si è giunti nel 2007 ad un aumento del 40 per cento delle importazioni di grano.

Molti analisti pensano però siano altre le cause di un aumento così significativo del prezzo del grano, puntando il dito principalmente su manovre speculative attuate dagli Stati produttori. La strategia dei produttori sarebbe quella di preservare le riserve di materie prime, alla luce della corsa record dei prezzi, tagliando quindi l'export.

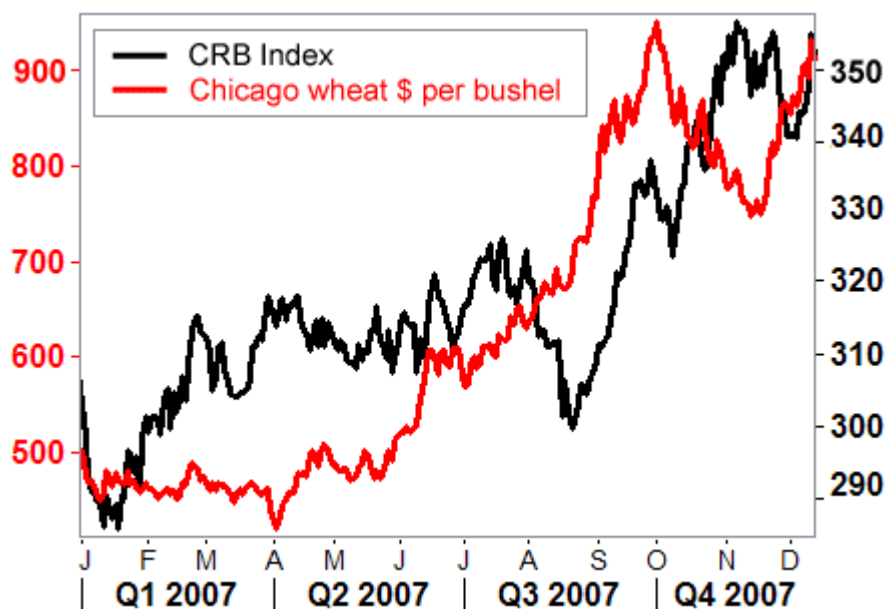
Giocando sull'elementare legge economica secondo cui in presenza di forte domanda e scarsa offerta il prezzo del bene è destinato a salire, alcuni produttori starebbero intenzionalmente evitando di vendere il grano presente nelle loro riserve, in modo tale da poter realizzare maggiori guadagni in futuro, quando il prezzo sarà più alto.

Probabilmente anche investitori e speculatori esterni hanno influito su questa situazione. Come detto, la borsa di Chicago è il più grande mercato del mondo del frumento, ed è proprio al Chicago Board of Trade che vengono stipulati i contratti a termine o futures. L'unità di misura del frumento adottata in questa Borsa è il bushel. Il contratto standard stabilito dal Cbot ha il taglio fisso di 5.000 bushel.

Con un singolo contratto standard si riescono quindi a comprare 136 tonnellate di frumento. Non è impossibile pensare che diversi grandi speculatori privati siano massicciamente intervenuti sul mercato comprando decine di migliaia di contratti a termine o futures, portando così ad una corsa generale all'acquisto e ad un aumento incontrollato dei prezzi.

Nel grafico 3 in seguito riportato, tratto dal sito web dell'agenzia Reuters, si può vedere il confronto fra l'andamento del prezzo del grano confrontato e l'andamento dell'Indice CRB, ricordando che entrambi i prezzi sono stabiliti alla Borsa di Chicago (da Wikipedia.org: *“CRB Index è un indice sulle commodity. È stato concepito per fornire rappresentazioni accurate per investimenti a lungo termine sulle materie prime grazie ad un algoritmo di calcolo chiaro e specifico”.*)

GRAFICO 3: INDICE CRB E COSTO BUSHEL DI GRANO



Fonte: Reuters Blog. Il grafico rappresenta a destra (nero) i punti dell'Indice CRB, a sinistra (rosso) il costo in centesimi di dollaro americano di un bushel di grano come da quotazione a Chicago.

2.2 La situazione italiana

Risulta abbastanza difficile estrapolare l'Italia dal contesto mondiale e parlarne in piena autonomia, essendo il nostro Paese, al pari degli altri, parte di una situazione generale in cui l'esiguità delle scorte e la difficoltà ad incrementarle dipendono anch'esse dall'andamento mondiale dei prezzi dei cereali. Prezzi che aumenteranno nella misura in cui aumenterà la richiesta mondiale.

Nello specifico risulta che nel corso dell'ultimo anno il mercato di Foggia, punto di riferimento a livello nazionale per il commercio delle granaglie, ha seguito senza sostanziali differenze gli aumenti di prezzo verificatisi al Chicago Board of Trade.

Nel nostro Paese la coltivazione del grano ha perso via via fascino ed importanza agli occhi degli agricoltori: se fino agli anni '80 la produzione di grano era simbolo di potere e Stati Uniti e Russia si confrontavano anche dalla quantità di grano prodotta, con l'Italia che era tra i maggiori produttori mondiali, la situazione odierna è ben diversa, vedendoci costretti ad importare quasi il 50 per cento del nostro fabbisogno.

Il punto più basso della produzione si è toccato tra il 2003 e il 2007, in seguito all'ultima riforma della Politica agricola comune (Pac) del 2003, che aveva innescato una vera e propria "fuga" dal grano duro slegando gli incentivi comunitari dalla produzione. Il 2008 sembra però l'anno giusto per un'inversione di tendenza, essendo divenuto ormai impossibile per gli agricoltori resistere alle sirene di listini balzati a livelli due volte e mezzo più alti rispetto a dodici mesi fa. Proprio questo è il caso del grano, materia prima di cui il mondo sembra essere rimasto a secco con l'Italia, primo importatore mondiale, che rischia di pagare il prezzo più alto per questa crisi d'offerta.

Sembra quindi scattata una "corsa alle semine" per l'anno corrente, con le stime rese note dall'Istituto di servizi per il mercato agricolo e alimentare (Ismea) che prevedono per il grano duro un aumento delle superfici del 18,2% e del 14% per il frumento tenero. Da 1,4 milioni di ettari coltivati nel 2007 si passerebbe così quest'anno a poco meno di 1,7 milioni. Le previsioni dell'Istat risultano ancora più ottimistiche, con proiezioni che indicano una crescita degli investimenti a grano duro superiore al 20 per cento. Si tratta di un sostanziale ritorno ai livelli precedenti all'ultima riforma della Pac del 2003.

Anche in Europa le previsioni sono tutte in rialzo, e ciò è dovuto principalmente alla decisione dell'Unione Europea di rendere coltivabile il 10 per cento in più di terreno rispetto al 2007. Questo incremento è stato possibile grazie alla scelta di Bruxelles di abolire temporaneamente il vincolo

del “set-aside” (la messa a riposo dei terreni) proprio per rispondere alla carenza d’offerta di grano sui mercati.

Queste sembrano senza dubbio buone premesse, ma è necessario sottolineare che è comunque presente una difficoltà oggettiva nel prevedere quale effetto potrà avere la crescita delle superfici coltivate nazionali (e continentali) sulla corsa dei prezzi nei mercati internazionali, visto che andranno prima di tutto verificate le rese produttive. Anche se l’effetto sui listini è tutto da decifrare, si ritiene che in ogni caso questo incremento della produzione avrà effetti positivi a livello nazionale perlomeno sull’approvvigionamento. E’ il quotidiano *Il Sole 24ORE* a fornire un chiaro esempio a supporto di quanto appena detto: la crescita più marcata delle semine a grano duro è prevista in Emilia-Romagna, regione chiave per l’approvvigionamento di un colosso della pasta come il gruppo Barilla, che lo scorso anno ha triplicato i contratti di fornitura di grano duro con i produttori locali, garantendosi un quantitativo di circa 100mila tonnellate, pari a quasi un terzo dell’intera produzione regionale.

3 Il pane

3.1 Il prodotto e la sua importanza

Il pane è un prodotto alimentare che si ottiene cuocendo al forno un impasto di farina, solitamente di frumento, e acqua, condito con sale e fatto lievitare. Ha un posto fondamentale nella tradizione occidentale come componente primaria dell'alimentazione, ed il termine stesso può diventare sinonimo di *cibo* o di *nutrimento*, non necessariamente fisico.

Nel nostro paese la legge ne stabilisce chiaramente le caratteristiche e le eventuali denominazioni con il Decreto del Presidente della Repubblica n.502 del 30 Novembre 1998 (*E' denominato "pane" il prodotto ottenuto dalla cottura totale o parziale di una pasta convenientemente lievitata, preparata con sfarinati di grano, acqua e lievito, con o senza aggiunta di sale comune*).

Attraverso alcuni numeri tratti da una pubblicazione¹ dell'associazione "Sos Consumatori" è possibile capire l'importanza del prodotto-pane in Italia:

- 12,3 % del totale della spesa per consumi alimentari
- 248 euro la spesa media annua pro capite, pari a 0,68 cent al giorno
- 250 le tipologie di pane prodotte

¹ Nota: http://www.sosconsumatori.it/pane_italia.htm

- Il 96,9% dei consumatori vuole il pane fresco
- L'89,6% dei consumatori mangia il pane tutti i giorni
- Il 72,7% dei consumatori lo compra nei panifici
- Il 60,8% della popolazione consuma il pane al pasto
- 53.358 le aziende panificatrici
- 6 miliardi il fatturato annuo
- 3 milioni 200 mila le tonnellate prodotte in un anno
- 250 mila sono gli addetti del settore, 35 mila i fornai
- Negli ultimi 5 anni i forni sono cresciuti del 22,7%

Vista l'importanza di questo bene nella vita quotidiana e la dimensione del suo mercato, non sorprende il fatto che questioni come aumenti di prezzo, presunte discussioni fra fornai per il costo del bene o decisioni isolate di calmierarne il prezzo aprano estesi dibattiti.

3.2 Cosa sta succedendo in Italia

Nel nostro Paese l'inflazione a marzo 2008 ha toccato il 3,3 per cento, un valore massimo rispetto agli ultimi 12 anni. Nello stesso periodo il prezzo del pane ha fatto segnare un aumento del 13,2 per cento, quindi quasi 10 punti percentuali in più rispetto al generale aumento dei prezzi.

Questo dato potrebbe sembrare logico pensando agli straordinari aumenti del prezzo del grano sui mercati internazionali, ma non è esattamente così. Come già accennato in precedenza il costo della farina incide per circa un 15 per cento nel prezzo finale del pane, facendo sorgere qualche dubbio su questa vigorosa impennata del costo del prodotto.

L'associazione Coldiretti denuncia un aumento del prezzo di 20 volte dal chicco di grano alla pagnotta. Un contadino guadagna circa 17 cent per un chilogrammo di frumento, ed il pane prodotto con un chilo di grano può costare al consumatore anche più di 3 euro. Chi ne guadagna in tutto questo?

Le associazioni dei consumatori denunciano una forbice troppo larga tra il costo iniziale degli input e quello finale dell'output, e sottolineano come il prezzo alto di molti prodotti alimentari al consumatore sia da attribuire ad una catena distributiva troppo lunga. Si può però obiettare che se per prodotti come frutta e verdura questo è un motivo certamente valido, nel caso del pane il discorso appare diverso, essendo per tale bene necessario un intenso lavoro di trasformazione. Oltre al lavoro manuale del fornaio c'è da mettere nel conto anche l'ulteriore passaggio del grano al mulino (qui il contadino vende il suo frumento, e qui la farina viene macinata, valutata e prezzata).

Il valore di mercato della farina si stabilisce utilizzando il cosiddetto "fattore W", indice che determina la capacità di panificabilità. La farina comprata dai fornai, quella con un fattore W soddisfacente per un buon pane, costa loro all'incirca fra i quaranta e i sessanta cent al chilo. Pensando che con un chilo di farina si ottiene un chilo di pane (e anche qualcosa in più) si capisce però il perché dell'alzarsi di molte critiche indirizzate alla categoria dei fornai per i prezzi alti del prodotto.

In qualche caso si è addirittura arrivati a parlare di collusione. Motta (2006) definisce il comportamento collusivo come una situazione dove i prezzi fissati dalle aziende sono più alti di un certo "benchmark" competitivo; la collusione coincide con un esito (il prezzo) e non con lo specifico percorso attraverso cui si è arrivati a tale esito. Tale comportamento può essere presente sia quando le aziende agiscono organizzando un vero e proprio

cartello (collusione esplicita), sia quando agiscono in un modo puramente non-cooperativo (collusione tacita).

Gli effetti della collusione nei prezzi sui consumatori è ben evidenziata dal caso delle compagnie petrolifere relativamente alla determinazione del prezzo dei carburanti, un prezzo che aumenta in misura uguale per ogni marchio (nel nostro caso dovrebbe essere per ogni forno), rendendo quasi un miraggio quel prezzo concorrenziale che dovrebbe teoricamente essere garantito da un libero mercato. Nel caso del cartello del petrolio l'esperienza del passato dimostra che alla diminuzione del costo delle materie prime non fa seguito una diminuzione tempestiva e proporzionata dei prezzi al dettaglio, che invece tendono sempre ad aumentare celermente in caso di variazione positiva del prezzo della risorsa prima: è risultato spesso evidente – anche recentemente - come il prezzo della benzina sia veloce a salire quando il petrolio cresce, mentre molto lento a scendere quando il petrolio scende, e con percentuali nettamente differenti nelle due variazioni. Tale tendenza sembra ormai evidente anche nel mercato delle materie agricole e le associazioni degli agricoltori sono convinte che nella forbice dei prezzi alla produzione e al consumo ci sia abbastanza spazio per recuperare le diseconomie e garantire una adeguata remunerazione agli agricoltori, senza aggravare i bilanci delle famiglie.

Non la pensano di certo così i fornai, che fanno quadrato in tutto il Paese a difesa della legittimità del loro operato ed oltre al costo della farina lamentano altri oneri sempre più gravosi. Nello specifico, questi costi aggiuntivi risultano essere connessi ai salari dei lavoratori notturni (che possono arrivare anche a 2500 euro mensili), le continue spese per i controlli di qualità e sicurezza, le imposte, le spese per la contabilità e, nella maggior parte dei casi, anche per gli affitti.

E' senza dubbio innegabile che i costi per gli addetti del settore siano molteplici, risulta però singolare il fatto che tutti gli aumenti delle spese si

siano concentrati proprio nell'ultimo anno, nello stesso periodo in cui il prezzo del grano è schizzato alle stelle.

Di certo il mezzo secolo che ci separa dalla fine degli anni '50 sembra lontano anni luce. All'epoca il contadino pagava il pane di tutto un anno con il frumento, quasi a pari e patta; ora la situazione sarebbe impensabile, con la farina che incide nel costo finale per non più del 10 per cento.

Un altro problema segnalato dai fornai, e che si può definire assolutamente figlio dei nostri giorni, è quello della pezzatura. Se viene fatto un pane da un chilo, la "resa", che è la quantità d'acqua che rimane dopo la cottura, è del 20 per cento (con un chilo di farina se ne avrebbero insomma 1,20 di pane). Le pezzature però si fanno sempre più piccole (e su un pezzo di 100 grammi la resa è del 3 o 4 per cento), altrimenti si incontrano grosse difficoltà nella vendita. Figli dell'usa e getta, nelle nostre città risulta quasi impensabile il comprare una pagnotta grande e magari la metà metterla a conservare nel "freezer", con risparmio di denaro e, perché no, anche di tempo dedicato agli spostamenti. Si compra solo quello che serve per la giornata, ossia molto poco essendo le famiglie sempre meno numerose, e possibilmente questa pochezza deve essere di varie tipologie (fino a metà anni '70 c'erano tre tipi di pane, ora sono decine). "Sono stato in Puglia, ho visto che tre operai cuocevano dieci quintali di pane. Tutto uguale, a pezzi di un chilo e anche due. Qui, con queste miniature, un operaio cuoce un quintale di pane in una notte"; questo è lo sfogo del titolare di una catena di forni a Mantova e provincia in un'intervista al quotidiano *La Repubblica*.

Nell'Italia centro-meridionale il pane è solitamente fatto senza sale e le pagnotte sono molto grandi. Questo tipo di pezzatura permette, oltre ai vantaggi produttivi e quindi economici sottolineati dal fornaio mantovano nell'intervista, una capacità di conservazione maggiore del prodotto (non diventa rafferma e da buttare già il giorno dopo), altro fattore che contribuisce a determinare un prezzo del pane più basso in certe zone del nostro Paese. Queste caratteristiche non sono però sufficienti a spiegare le

enormi differenze sul prezzo al chilo che si possono trovare in differenti zone d'Italia.

Se al Nord, infatti, i consumatori pagano in media quasi 25 cent di € per una rosetta, al Sud il prezzo scende del 30 per cento, a 15 cent. La distanza tra Nord e Sud non si riduce neppure se si prendono in considerazione i prezzi di un chilogrammo di pane casereccio: nelle regioni settentrionali costa oltre il 40 per cento (3 €/Kg) in più rispetto a quelle meridionali (1,75 €/kg).

Ecco una piccola tabella riassuntiva riguardo ai prezzi nei maggiori capoluoghi italiani (l'indagine in questo caso è di Coldiretti):

TABELLA 1: Il prezzo del pane nelle diverse città (euro/chilo) ²

TORINO	2,43
MILANO	3,56
BOLOGNA	3,43
ROMA	2,26
NAPOLI	1,90
BARI	2,20
PALERMO	2,55

Fonte: Elaborazioni Coldiretti su dati Osservatorio prezzi a Gennaio 2008

Su queste differenze pesa certo il diverso costo della vita che si incontra di città in città (determinato da differenti affitti o da certe spese che in determinati comuni possono essere direttamente a carico del forno), ma che la differenza tra massimo e minimo nel range dei prezzi sia superiore al 100 per cento fa sicuramente pensare.

² Nota: http://www.coldiretti.it/docindex/cncd/informazioni/236_08.htm

Inoltre, sapendo che i prezzi vengono solitamente fissati dalle associazioni commercianti su scala provinciale, lascia ancor più perplessi il fatto che i prezzi possano variare anche di mezzo euro tra una provincia ed un'altra sua confinante (in provincia di Catania il pane costa 2 € al chilogrammo e in provincia di Caltanissetta costa 2,5 €), essendo questa una situazione in cui le differenze dovrebbero essere minime.

3.3 Il prezzo calmierato

In molte zone del nord Italia, lì dove l' aumento del prezzo del pane si era fatto maggiormente sentire, più voci avevano sostenuto l'idea di un calmieramento del prezzo del prodotto in modo da poter favorire la spesa dei consumatori. A Padova, in Emilia-Romagna ed in Liguria è stata tentata con più o meno successo questa via.

Padova

Ciò che si è verificato a Padova a cavallo dei mesi di marzo ed aprile 2008 è stato molto singolare. Il tutto ha avuto inizio quando quarantacinque panifici di città e provincia hanno deciso di varare l'iniziativa "pane condiviso", consistente nella vendita del pane comune a circa mezzo euro al chilogrammo in meno rispetto al prezzo abituale. Questa decisione ha immediatamente portato alla reazione dell'Ascom (l'associazione regionale che include la maggior parte dei commercianti al dettaglio, panificatori compresi), che accusava i fornai "ribelli" di far sorgere nelle menti dei consumatori idee non conformi alla realtà, ad esempio quella che il pane costi troppo, o che certi panifici se ne approfittino dei consumatori.

Ha avuto avvio così un continuo botta e risposta fra le associazioni che difendono l'iniziativa "pane condiviso", ossia Adusbef, Codacons e Consorzio Panificatori Padovani e quelle che giudicano la proposta non consona o addirittura non legittima, in cui troviamo Ascom, Federpanificatori di Padova e Unione dei Panificatori Regionale. Queste ultime sostengono, attraverso le dichiarazioni del vicepresidente di Ascom Padova, anch'esso fornaio, che *"non si può ribassare più di tanto il prezzo del pane perché, in un solo anno, i prezzi delle materie prime sono cresciuti anche del 100 per cento ed è aumentato, con ritmo esponenziale, pure il costo del nostro personale e dei servizi collegati alla produzione, tra cui luce, gas, acqua e carburante. Comunque il pane a prezzo minore lo potremmo vendere anche noi (aderenti all'Ascom), ma è la gente che vuole un pane di qualità superiore e quindi di un certo prezzo"*. Il pane protagonista dell'iniziativa è pane di filiera e quindi di qualità leggermente inferiore a quello solitamente negli scaffali dei forni artigianali. Questo è ovviamente a conoscenza dei clienti, che però sembrano molto apprezzare l'iniziativa: il pane condiviso risulta esaurito nei negozi già alle 10 del mattino.

Sembra sia stata anche depositata una denuncia all'antitrust nei confronti degli operatori promotori dei ribassi, colpevoli di aver fatto cartello. In ogni caso questi si dicono assolutamente tranquilli perché avrebbero inviato, a suo tempo, progetti, loghi e una rassegna stampa per informare sia il responsabile del settore agroalimentare dell'antitrust, sia il garante dei prezzi dell'iniziativa intrapresa. L'iniziativa legale forse non avrà seguito ma viene da pensare che sarebbe stato senz'altro un caso più unico che raro nell'ambito della difesa dei consumatori, dove la colpa degli indagati sarebbe stata quella di far pagare un bene troppo poco.

Emilia-Romagna

Per sei mesi, dall'inizio del mese di marzo 2008, i consumatori dell'Emilia-Romagna potranno trovare pane comune a un euro al chilo in tutti i punti vendita Coop e Conad. E' stata infatti siglata un'intesa tra la Regione e le

associazioni delle cooperative Ancd (Associazione nazionale cooperative tra dettaglianti) e Accda (Associazione cooperative di consumatori del distretto adriatico).

Secondo le dichiarazioni dell'assessore regionale al Commercio, Guido Pasi, *“la proposta l'abbiamo fatta a tutti i gruppi della grande distribuzione e ci sarebbe piaciuto coinvolgere tutti, all'unanimità. Ma vista la necessità e l'urgenza di un'iniziativa come questa, che vuole andare incontro alle fasce più deboli del mercato, abbiamo deciso di partire con chi ci è stato, sperando che anche altri vogliano poi unirsi a noi. Non è un'iniziativa chiusa.”*

Il prodotto in questione è il pane comune e l'accordo riguarda un solo tipo, in un pezzo intero da un chilo. Da Coop e Conad assicurano che dei margini di guadagno, seppur risicati, restano. Le due catene di distribuzione tengono a sottolineare come si tratti soprattutto di una iniziativa sociale, in particolare dalla Coop, dove il pane comune a un euro al chilo è già venduto da oltre due anni.

Nell'ottobre 2007 a Bologna l'assessore alle Attività Commerciali Maria Cristina Santandrea, che aveva proposto ai fornai di vendere il pane artigianale a 2,49 euro al chilo si era sentita rifilare un secco «no, grazie» dall'associazione Panificatori: nessuna discesa in campo ufficiale, ma ogni fornaio era rimasto libero di partecipare alla campagna. Dei 180 associati in provincia, solo due avevano risposto sì alla proposta. L'iniziativa di portare sulle tavole dei bolognesi un pane a prezzi più ragionevoli non era quindi affatto piaciuta ai panificatori.

In Emilia-Romagna sono stati quindi due in pochi mesi gli appelli lanciati dalle istituzioni locali alla categoria dei fornai, ma in entrambi i casi l'idea del pane calmierato non ha ottenuto molto successo.

Liguria

Ad Imperia, dopo una campagna di protesta dei consumatori di Assoutenti, alcuni fornai si sono autoimposti il prezzo di 2 euro al chilo per il pane

comune senza grandi elaborazioni e ingredienti aggiuntivi: è un ribasso consistente in una provincia in cui lo stesso tipo di pane mediamente oscilla tra i 3 euro e 20 e i 3 euro e 50. Qualcosa di analogo è successo anche a La Spezia.

Anche in Liguria la proposta del governo regionale fatta nell'Aprile 2008 riguardo ad un calmiere per quattro mesi non ha suscitato l'entusiasmo dei panificatori ed, oltretutto, ha fatto sorgere qualche ruggine fra gli stessi fornai. La risposta del presidente dei panificatori genovesi, Pier Luigi Canobbio, è stata piuttosto dura sia con la Regione (accusata di far certe proposte in piena campagna elettorale) che con i panificatori delle altre province ai quali predica attenzione agli accordi sui prezzi bassi, perché i cartelli violano la norma dell'antitrust. Quest'ultima è in pratica la stessa accusa mossa ai promotori di "pane condiviso" a Padova e provincia ma su questo punto Furio Truzzi, presidente regionale Liguria di Assoutenti, ironizza: *"saremmo curiosi di vedere la prima condanna dell'antitrust perché si abbassano i prezzi del pane. Siamo convinti che il 99 per cento dei consumatori porterà la propria solidarietà ai condannati. Ciò detto, noi siamo convinti che i motivi del rincaro vadano ricercati in primo luogo nei prodotti petroliferi e nei costi dell'energia: invece di prendersela con chi abbassa i prezzi, i panettieri farebbero bene a mettere nel mirino le grandi imprese dell'energia e a chiedere che vengano sterilizzate le tasse sui prodotti petroliferi"*. Il problema energetico si sta effettivamente facendo sentire in modo forte ovunque, ed in questo la produzione del pane non si differenzia dagli altri prodotti.

Nella descrizione delle situazioni delineatesi in varie parti del paese possiamo trovare una sorta di filo conduttore: le istituzioni sono spesso arrivate a chiedere ad alta voce un prezzo più basso del prodotto per venire incontro alle esigenze dei consumatori trovando solo qualche volta una

risposta positiva. I fornai che hanno deciso di attuare questa politica di calmieramento del prezzo hanno accettato di produrre un bene di qualità leggermente inferiore (pane di filiera) da vendere ad un prezzo più basso, con il risultato di vedersi rivoltare contro tutte le associazioni di categoria più forti e con più affiliati.

Se i motivi che hanno spinto una parte dei produttori a contenere il prezzo sembrano chiari (favorire i consumatori), i motivi della parte di produttori schieratasi più o meno decisamente contro tali iniziative paiono più difficili da comprendere. La difesa della produzione di un pane “di qualità” e il voler mantenere certi privilegi di categoria sembrano quelli più condivisi tra i produttori contrari al prezzo calmierato.

4 Un'analisi quantitativa

4.1 L'obiettivo e i dati

Come anticipato nell' introduzione, l'obiettivo di questa sezione è di capire quale parte dell'aumento dei prezzi del pane nell'ultimo anno sia effettivamente imputabile all'aumento dei costi complessivi di produzione. La regione sui cui dati verrà sviluppata l'analisi è la Lombardia¹.

Utilizzando i dati sulle diverse voci di spesa e sull'aumento dei prezzi di ciascuna nell'ultimo anno si potrà determinare, con una semplice somma pesata, di quanto sia aumentato il costo di produzione complessivo e mettere poi in relazione tale aumento con l'aumento effettivo del prezzo del pane.

I dati sul peso delle diverse voci di costo (materie prima, energie, affitti, mano d'opera) sono stati forniti dall'Unione Regionale dei panificatori lombardi, estratti da un'elaborazione risalente a marzo 2008.

L'effettivo aumento di prezzo di ciascuna voce è invece pubblicato dall'Istat.

¹ Nota: Sono state contattate varie associazioni regionali e provinciali per avere i dati (l'idea iniziale quella di fare un lavoro in cui la disaggregazione territoriale fosse la più ampia possibile). Alla fine, fra qualche rifiuto immediato e qualche promessa andata a vuoto, l'unica associazione a rispondere alle richieste è stata quella della regione Lombardia, che ha gentilmente fornito i dati derivanti da uno studio per analisi interne (redatto nel Marzo 2008).

Verrà utilizzato l'indice dei prezzi alla produzione (nello specifico solo le variazioni percentuali rispetto all'anno precedente verranno prese in considerazione).

I dati analizzati sono su base regionale mentre i dati sugli aumenti degli input sono su base nazionale, così come pubblicati dal sito dell'Istat; questa è una precisazione doverosa in quanto potrebbero essere presenti delle discrepanze che, come fatto notare anche nel seguito dell'elaborato, possono portare all'elaborazione di risultati che contengono un certo margine d'errore.

4.2 L'analisi

Nei dati fornitici dall'Unione Panificatori i pesi percentuali delle varie voci rispetto al totale risultano così distribuiti (riferimento un chilogrammo di pane in una produzione giornaliera di circa 230 chilogrammi), come riportati in TABELLA 2.

TABELLA 2: Prezzi degli input nella produzione del pane

VOCE DI PREZZO	COSTI ASSOLUTI	PESO %
Materie prime	€ 0,59	17,08 %
Costo del lavoro	€ 1,38	40,24 %
Energie	€ 0,15	4,43 %
Spese e affitti	€ 0,52	15,15 %
Attrezzature	€ 0,42	12,26 %
Utile imprenditore	€ 0,31	8,92 %
Interessi sugli investimenti	€ 0,07	1,93 %

Fonte: Unione Regionale Panificatori Lombardia

La voce “Utile imprenditore” nella nostra analisi non verrà considerata direttamente. Essendo l’utile la differenza tra il prezzo di vendita ed il costo totale a carico del produttore possiamo svolgere l’analisi considerando le altre voci (che risultano effettivamente “di costo” per il fornaio); l’eventuale scarto percentuale tra la variazione reale e attesa rifletterà quindi un aumento dell’utile stesso nell’arco dell’ultimo anno.

La variazione percentuale degli “Interessi sugli investimenti” rispetto all’anno precedente verrà considerata nulla. Questa ipotesi, fatta anche per una certa difficoltà riscontrata nel reperire i dati necessari per la categoria, appare molto vicina alla realtà e riguarda in ogni caso una percentuale veramente esigua del costo totale.

La voce “Materie prime” cui si fa riferimento nel caso in esame è la farina, componente pressoché totale del prodotto pane. I dati forniti dall’Associazione panificatori Lombardia ci dicono che il peso di tale voce è del 17 per cento mentre da altre fonti consultate questa percentuale risultava essere compresa fra il 10 ed il 15 per cento (queste fonti erano associazioni consumatori o agricoltori). Nell’analisi si lavorerà con i dati così come ricevuti dai panificatori lombardi.

Gli aumenti percentuali rispetto a marzo 2007 risultano i seguenti:

TABELLA 3: Aumenti percentuali degli Input nella produzione del pane (2007/2008)

VOCE DI COSTO	AUMENTI PERCENTUALI
Materie prime	+ 35,8 %
Costo del lavoro	+ 3,2 %
Energie	+ 16,8 %
Spese e affitti	+ 6,1 %
Attrezzature	+ 3,6 %
Interessi sugli investimenti	+ 0 %

Fonte: Istat

Attraverso la somma pesata dei diversi aumenti percentuali si giunge alla conclusione che l'incremento del prezzo del pane dovuto ai costi di produzione complessivi è del 9,5 per cento.

Possiamo concludere che, essendo stato l'aumento del prezzo del pane a marzo 2008 del 13,2 per cento, un 3,7 per cento degli aumenti dell'ultimo anno resta sostanzialmente inspiegato.

I dati necessari a questo tipo di analisi sono purtroppo stati forniti dalla sola associazione panificatori della regione Lombardia ed è doveroso ammettere che un lavoro svolto con maggiore disaggregazione territoriale, com'era nelle prime intenzioni, avrebbe potuto portare sicuramente a dei risultati più interessanti. Nonostante ciò alcune riflessioni sono sicuramente possibili, soprattutto se si cerca di analizzare questa differenza fra inflazione reale ed aumento del prezzo atteso alla luce della teoria economica.

4.3 Fattori strutturali che facilitano la collusione

Motta (2006) presenta una panoramica dei fattori strutturali che teoricamente portano ad una facilitazione nel comportamento collusivo.

Concentrazione. Minore è il numero di partecipanti ad un dato mercato più facile sarà per loro coordinare il proprio comportamento. Quindi, a parità di altri fattori, più piccolo è il numero di aziende in un mercato più probabile sarà la collusione.

Inoltre, in un mercato dove operano molte imprese e dove ha luogo un accordo di cartello, se un'azienda rompe tale accordo e abbassa i prezzi di vendita otterrà profitti talmente alti che anche la più aspra delle sanzioni farà fatica ad eliminare i guadagni straordinari ottenuti nel periodo di deviazione.

Se ne deduce allora che minore è il numero di aziende presenti, minore sarà l'incentivo a rompere l'accordo collusivo.

Entrata. Più basse sono le barriere d'entrata in un mercato, più difficile sarà mantenere dei prezzi collusivi. In caso di accordo collusivo già esistente un'azienda che entra nel mercato potrebbe attuare una politica aggressiva di ribasso dei prezzi, scombinando tutti gli accordi precedentemente presi dalle altre aziende partecipanti. Anche aziende che entrano ed accettano di partecipare ad un accordo collusivo giocheranno, a lungo andare, contro il mantenimento dello stesso: la concentrazione diverrà via via più grande e prima o poi la collusione diverrà insostenibile (fattore visto sopra).

Partecipazioni o altri collegamenti fra concorrenti. Se una compagnia ha partecipazioni in una concorrente, anche senza controllarla, le possibilità di collusione saranno più alte. Se il rappresentante di una compagnia è seduto nel Consiglio di Amministrazione di un'azienda rivale sarà più facile coordinare i prezzi e le politiche di mercato. Anche se una compagnia ha partecipazioni in un'azienda ma non ha parola nelle sue politiche di mercato, il solo fatto di possedere una parte di essa riduce in ogni caso la competizione fra le due imprese.

Regolarità e frequenza degli ordini. Ordini di acquisto regolari facilitano la collusione poiché un ordine inaspettatamente grande potrebbe incentivare la rottura dell'accordo collusivo per realizzare così grandi profitti. Anche un'alta frequenza degli ordini aiuta la collusione: se gli ordini arrivano a grandi intervalli di tempo un'azienda ha maggiori incentivi a rompere l'accordo collusivo perché la sanzione prevista inizierà solo in un futuro sufficientemente lontano.

Potere dei compratori. Un compratore forte può avere la capacità di stimolare la competizione fra i venditori e concentrando i suoi ordini può arrivare a far rompere dei rapporti collusivi esistenti.

Elasticità della domanda. L'elasticità della domanda influenzerà il livello del prezzo massimo di collusione. Ci saranno meno ragioni di preoccuparsi riguardo ad una possibile collusione se l'elasticità della domanda è alta.

Evoluzione della domanda. Una domanda stabile può aiutare a sostenere la collusione perché accresce il grado di osservabilità di un mercato. In un mercato caratterizzato da frequenti shocks di domanda o da grande incertezza potrebbe essere difficile capire se le scarse vendite sono dovute alla variabilità della domanda o all'abbassamento dei prezzi da parte di aziende rivali.

Omogeneità del prodotto. La teoria non è molto chiara riguardo a questo punto, però persone che lavorano "sul campo" come giudici, autorità anti-trust e professionisti spesso ritengono sia più facile raggiungere accordi collusivi con prodotto omogenei che con prodotti differenti tra di loro.

Simmetria. La simmetria è classificata come fattore che facilita la collusione, è infatti intuitivo comprendere come persone che sono in una posizione simile possano trovare più facilmente un accordo che soddisfi entrambe. Se le aziende sono molto simili, i loro incentivi a rompere gli accordi collusivi e alle sanzioni saranno più allineati e la collusione potrà essere sostenuta più facilmente.

Contatti Multi-Market. Con "contatti Multi-Market" si intende che le aziende si incontrano in più di un mercato; ci sono evidenze empiriche secondo cui questo tipo di situazione aiuterebbe un comportamento collusivo. I contatti Multi-Market diminuiscono le asimmetrie del mercato e, rendendo gli

incentivi delle varie aziende più simmetrici, aiutano l'attuarsi di comportamenti collusivi.

Inventari e Rimanenze. Sia la teoria che le evidenze empiriche sono ambigue riguardo a questo punto. Non è ancora chiaro se le rimanenze aiutino od ostacolino eventuali comportamenti collusivi poiché se da una parte grandi quantità di prodotto giacenti in magazzino sono un grosso incentivo a deviare da comportamenti collusivi, dall'altra parte potrebbero portare a sanzioni più severe da parte di altre aziende rivali che si trovano nella stessa situazione frenando quindi l'impulso di rompere l'eventuale accordo.

4.4 Riflessioni sul comportamento collusivo

In una situazione ideale la nostra media pesata sarebbe dovuta risultare pari al 13,2 per cento, uguale all'aumento del pane nel periodo marzo 2007 – marzo 2008, non lasciando quindi spazio ad ulteriori congetture. Questo scarto di quasi 4 punti percentuali lascia invece aperte le porte ad altri ragionamenti e la domanda che sorge spontanea è a chi giovi questa differenza. Dal momento che il pane è un prodotto artigianale, la risposta più ovvia sembra quella che vede gli artigiani stessi, ossia i fornai, trarre vantaggio dalla discrepanza percentuale e questo è in definitiva quanto sostengono da mesi le associazioni consumatori.

Frank (1999) sottolinea come le determinanti dell'elasticità della domanda rispetto al prezzo siano molteplici: attraverso l'analisi di tali determinanti si può capire perché il pane possa essere considerato bene a domanda sostanzialmente rigida.

Uno di questi fattori è la possibilità di sostituzione; i prodotti che possono sostituire il pane sono numerosi (grissini, cracker, pane confezionato). Questi articoli sono però stati oggetto di aumenti di prezzo, essendo il grano materia prima anche nel loro caso, quindi la sostituzione non risulterebbe vantaggiosa. Altro elemento da considerare, collegato al discorso della sostituzione, è il tempo: dei beni hanno una domanda più elastica nel lungo rispetto che nel breve periodo, soprattutto i beni un cui diverso utilizzo portano differenze sostanziali nelle abitudini della propria vita. Questo non è il nostro caso, perché deviare il percorso una mattina ed andare al supermercato a comprare dei grissini piuttosto che dal fornaio a comprare del pane fresco non provoca grossi cambiamenti nel proseguo della giornata. In questo caso è fondamentale piuttosto la nostra abitudine, e se si è sempre mangiato pane fresco di giornata il decidere di consumare grissini non sarà certo una scelta salutata con entusiasmo, nonostante l'utilità dei due prodotti sia pressoché identica.

Il determinante fondamentale rispetto alla domanda cui vogliamo rispondere sembra infine essere la quota della spesa totale del consumatore: quanto più piccola è la quota della spesa complessiva destinata ad un certo bene, tanto meno elastica sarà la sua domanda. Prendendo ad esempio una famiglia di 4 persone ed una sua ipotetica spesa di circa 2,5 Euro al giorno per il pane (circa 700 grammi), possiamo concludere che la domanda sarà costante nonostante piccoli aumenti percentuali del prezzo. La cosa è certamente diversa quando questi aumenti colpiscono voci di spesa molto più consistenti come ad esempio le tasse universitarie o le assicurazioni auto.

Dopo aver passato in rassegna questi fattori risulta evidente come il pane si possa effettivamente considerare un bene a domanda abbastanza rigida.

I consumatori continuano a comprare quindi lo stesso ammontare di pane, anche se il suo costo è aumentato consistentemente. Questo aumento di prezzo può essere legato ad una politica collusiva di cui prima si discuteva.

Per legge sono punibili in modo diretto gli accordi espliciti ma nella maggior parte dei casi la via con la quale si arriva a colludere è tacita, quindi assolutamente non-cooperativa. In questi casi è molto difficile per la legge punire i responsabili in quanto le prove effettive sono scarse se non nulle. La collusione tacita può essere quindi vista come una sorta di “concorrenza debole”: i prezzi sono più alti di un determinato “benchmark” competitivo ma nessun componente del mercato si adopera per stabilire un prezzo più basso. Ipotesicamente un esercizio potrebbe abbassare il prezzo, vendendo di conseguenza il bene in quantità maggiori (a parità di servizio i consumatori vanno dove si spende meno); un agire di tal tipo potrebbe però portare ad un ribasso generalizzato dei prezzi, situazione in cui il guadagno per tutti i componenti di un determinato mercato sarebbe minimo. Da questo esempio risulta evidente come la collusione tacita possa non essere poi così rara, portando guadagni maggiori a tutti gli esercizi.

Nel paragrafo 4.3 sono stati discussi i vari fattori strutturali che facilitano la collusione e alcuni di essi sembrano essere coerenti con il nostro caso. L'evoluzione della domanda è uno di questi: essendo il pane un bene a domanda sostanzialmente rigida (come discusso precedentemente) ci possono essere dei vantaggi per chi offre il prodotto.

Altro fattore che sembra adattarsi al caso in questione è l'omogeneità del prodotto; tralasciando i gusti personali, in virtù dei quali il pane di un determinato fornaio può essere più buono di un altro, il prodotto è certamente omogeneo in alcune tipologie base come pane comune, pane al latte, pane all'olio e il comportamento collusivo può risultare quindi agevolato.

Anche voci come potere del compratore e regolarità e frequenza degli ordini si adeguano al nostro caso poiché per quanto riguarda il mercato del pane difficoltà dovute alla forza del compratore non sembrano accreditabili (a meno di prese di posizione da parte di associazioni dei consumatori, ma forse in questi casi il clamore mediatico supera di gran lunga la possibilità di un'azione concreta a favore dei prezzi); inoltre, la collusione tacita

sembrerebbe invece favorita da regolarità e frequenza dell'ordine dato che il consumatore si reca dal panettiere praticamente ogni giorno comprando grosso modo sempre le stesse quantità.

4.5 Sfruttando il problema di massimizzazione del profitto

Date le premesse, è possibile utilizzare la formula che si ottiene dalla condizione del primo ordine del problema di massimizzazione del profitto dell'impresa (dati salario, tecnologia, capitale e funzione di domanda) per analizzare in modo più approfondito la questione.

Si ha:

$$P(1 - 1/\epsilon_{YP}) * f(K,L) = W$$

dove P è il prezzo, ϵ l'elasticità, $f(K,L)$ la tecnologia ($=Y$) con K capitale fissato e L lavoro, W infine il salario che l'impresa assume come dato.

In generale l'equazione è derivata per il caso di un solo fattore variabile di produzione, il lavoro. Nel caso del pane abbiamo visto che ci sono diversi fattori e la totalità di questi ha visto un aumento del loro costo

In precedenza si era parlato di comportamenti collusivi, e questa può di certo essere una delle cause dello scostamento fra l'aumento del prezzo e l'aumento effettivo dei costi di produzione. Risulta opportuno analizzare le possibili variazioni di ogni singola componente dell'equazione per avere un quadro definito.

Se si guarda alla tecnologia $Y = f(K,L)$ con capitale fissato un motivo per cui tale scostamento potrebbe essere giustificato è l'aumento del costo del lavoro. Nel corso dei mesi che vanno da marzo 2007 a marzo 2008 tale aumento è stato del 3,2 per cento, come messo in luce nella tabella relativa agli aumenti percentuali tratti dai dati Istat. Questo incremento è però già

stato calcolato nella somma pesata dei diversi aumenti percentuali, non dandoci quindi motivi per credere che la parte inspiegata di differenza proporzionale fra aumento effettivo del costo di produzione e aumento dei prezzi sia dovuta a questo fattore.

Osservando ancora la prima parte dell'equazione vediamo che un incremento del prezzo potrebbe essere dato da una domanda che si fa più rigida con l'aumentare del prezzo. Questa ipotesi non sembra realistica. Sappiamo che se il prezzo del pane aumenta a causa dell'aumento del prezzo dei cereali non è solo il pane che diventa più caro, ma anche i suoi sostituti; a questo punto si potrebbe pensare che qualche individuo sia spinto a chiedere pane al livello di sussistenza e se così fosse la domanda potrebbe diventare rigida. Immaginare una parte abbastanza significativa di consumatori italiani spinti verso livelli di consumo del pane di sussistenza appare però irrealistico: sembra possibile scartare anche questa possibile chiave di lettura.

Altre cause che giustificerebbero la situazione che si è presentata potrebbero essere la presenza di decreti governativi o di grosse economie di scala. Se la prima può essere subito messa da parte (non ci sono decreti riguardanti il pane o i fornai nel corso dell'anno preso in questione), la seconda merita sicuramente qualche riflessione più approfondita. Un'economia di scala permette, raggiunto un certo livello di produzione, di produrre quantità maggiori del bene senza vedere per questo aumentare i costi. Nel caso del pane ciò potrebbe essere vero, basti pensare ad esempio all'energia consumata per scaldare i forni: una volta in funzione, che la cottura sia di 100 o di 1000 pagnotte non farà sostanzialmente cambiare l'importo della bolletta energetica. Questo ragionamento sembra a prima vista effettivamente in grado di spiegarci qualcosa a riguardo di quello cui siamo interessati; i costi di produzione potrebbero essere più contenuti rispetto all'aumento del prezzo proprio grazie a questo fattore. I dati riportati nella tabella precedente sono dati sui costi medi e sul loro aumento; se i costi marginali fossero aumentati di più dei costi medi, allora non ci sarebbe

bisogno di pensare a comportamenti collusivi per spiegare perché il prezzo sia aumentato più che proporzionalmente rispetto ai costi medi. In presenza di economie di scala ciò potrebbe succedere. Tuttavia anche un'altra cosa deve essere detta: in presenza di economie di scala sono solite sorgere grandi aziende che, producendo in modo massiccio, riescono a cogliere profitti notevoli. Il pane risulta invece essere ancora un prodotto tipicamente artigianale, con una miriade di forni che producono un quantitativo abbastanza limitato ogni giorno. La non-presenza di grossi produttori può essere dovuta a difficoltà nella distribuzione, ma questa ipotesi trova il tempo che trova se si pensa ad esempio alla rete di rivendita presente in tutta Italia. Forse la vera motivazione è che questa economia di scala è sì presente, ma i suoi effetti sono talmente ridotti che difficilmente può essere vista come vera una risposta alle questioni cui stiamo cercando di rispondere nella nostra analisi.

Possiamo dedurre che i vari fattori analizzati grazie alla formula di massimizzazione del profitto d'impresa non sembrano portare novità nella nostra analisi, e nemmeno le altre soluzioni proposte come i decreti governativi o la presenza di economie di scala.

4.6 Il ruolo delle aspettative

In economia il termine "aspettativa" indica l'attesa dei soggetti economici a fronte di un evento o di un comportamento che può influire sulle loro decisioni.

Le aspettative possono essere determinanti della domanda e dell'offerta individuale misurando ciò che i soggetti economici si attendono riguardo alla variazione del livello dei prezzi: sono quindi un misuratore di inflazione

attesa nel breve periodo (nel lungo periodo le varie componenti ritornano ai loro tassi naturali azzerando anche il ruolo delle aspettative).

Con Mankiw (2002) possiamo introdurre il concetto, economicamente ancor più rilevante, di “aspettative razionali” che è la teoria secondo la quale gli individui utilizzano in maniera ottimale le informazioni di cui dispongono, incluse quelle relative alle politiche perseguite dal governo, nel prevedere il futuro. L'ipotesi di aspettativa razionale è spesso utilizzata per sostenere l'inutilità di talune scelte di politica economica (gli operatori modificano il loro comportamento rendendo inutili gli interventi degli organi centrali di controllo dell'economia).

Contro questo filone si sono tradizionalmente schierati i teorici delle asimmetrie informative, secondo cui sono irrealistiche le ipotesi circa la disponibilità omogenea di informazioni e la capacità di elaborarle da parte di tutti gli individui.

Il ruolo delle aspettative potrebbe essere stato fondamentale anche nel nostro caso: un aumento del prezzo del pane maggiore del previsto può essere stato dettato dal timore di rialzi futuri degli input che i forni utilizzano nel loro lavoro quotidiano.

I primi mesi del 2008 sono stati segnati da aumenti continui e senza precedenti del prezzo del greggio, fattore che ha probabilmente portato a temere costi sempre maggiori per quanto riguarda le spese energetiche necessarie nella produzione del pane. Anche la grande volatilità del prezzo del grano in quegli stessi mesi potrebbe aver contribuito ad aumentare le incertezze della categoria dei fornai che ha così deciso di “ripararsi” anticipando tali probabili aumenti e scaricandoli in un aumento più elevato del prezzo del pane.

Le aspettative di continua crescita dei prezzi delle materie energetiche e del grano potrebbero aver contribuito quindi alla spinta verso l'alto in modo consistente del prezzo del bene finale, anche in considerazione della rigidità della domanda di tale bene.

Anche la posizione delle associazioni di panificatori favorevoli alla politica del prezzo calmierato potrebbe essere letta in relazione a questa ipotesi riguardante le aspettative razionali. Un prezzo molto competitivo sul tipo di pane più comune può essere visto come incentivo a non rompere un eventuale accordo collusivo: l'aspettativa che qualcuno possa abbassare il prezzo (precedentemente concordato) del prodotto per trarne maggiori guadagni potrebbe aver portato questi artigiani alla proposta di stabilire fin da subito un prezzo contenuto, almeno per il pane di filiera.

5 Conclusioni

La grande crescita dei prezzi dei cereali a livello mondiale ha creato delle situazioni critiche in diverse parti del pianeta. In Italia questa situazione ha portato all'aumento dei prezzi dei generi alimentari e, nello specifico, di un prodotto molto diffuso, derivato dalla lavorazione del grano, come il pane. Le conseguenze nei paesi poveri del pianeta sono state certo ben più gravi rispetto al mondo industrializzato, con milioni di persone ridotte alla fame e con le associazioni internazionali sempre più in difficoltà nel far pervenire aiuti.

Le cause di questi aumenti nei prezzi sono molteplici e tra le più significative troviamo una domanda di cereali che si fa sempre più consistente da parti dei paesi in via di forte sviluppo, l'uso dei cereali per produrre i biocarburanti (definiti dal consigliere generale della FAO Jacques Diouf all'ultimo congresso romano dell'istituzione *“un crimine contro la fame nel mondo”*) ed una grossa speculazione in atto a livello mondiale su questi prodotti.

Nel nostro paese grosso clamore mediatico ha suscitato l'aumento del prezzo del pane, un prodotto fra i più consumati in assoluto. Differenze di prezzo spesso anche del 100 per cento fra diverse regioni, iniziative di calmieramento del prodotto sovente non andate a buon fine, polemiche fra associazioni fornai e consumatori (spesso anche fra fornai stessi) e indagini di Antitrust e procure sono state tutt'altro che infrequenti negli ultimi mesi.

Da un'analisi condotta in questo elaborato su aumento del prezzo al dettaglio e aumento del costo per il produttore è risultato uno scostamento di quasi 4 punti percentuali fra i due valori. Tuttavia, è doveroso far rilevare qui che l'analisi condotta è limitata (dati Regione Lombardia) e potrebbe presentare un margine di errore non indifferente. Ciò detto, tale analisi è comunque una buona base per cercare di capire le cause per cui questa differenza sia effettivamente presente. Nello specifico, a partire dai risultati empiricamente trovati, con l'aiuto della teoria economica si sono analizzati i vari fattori rilevanti. Si è arrivati ragionevolmente a scartare elasticità, tecnologia o possibili economie di scala come fattori determinanti questa sorta di squilibrio e come unici fattori in grado di spiegare tale scarto sono rimasti il comportamento collusivo da parte degli artigiani e motivazioni basate sull'ipotesi di aspettative razionali.

La collusione tacita è più diffusa di quanto sembri e raramente si riesce a giungere a capo della questione essendo le prove relative ai comportamenti degli agenti spesso scarse se non addirittura nulle. Ugualmente difficile è quantificare il ruolo che hanno giocato in questo caso le aspettative, ossia quanto la categoria possa essersi "riparata" da eventuali aumenti futuri degli input con aumenti di prezzo nell'immediato.

Forse i fornai, con il parafulmine di un aumento straordinario del valore del grano e con l'effettivo timore di un suo ulteriore rincaro, hanno calcolato un po' troppo la mano in fatto di aumenti di prezzo del prodotto finito, anche in considerazione della rigidità della domanda, finendo per ottenere molte (scomode) attenzioni da associazioni consumatori e mass-media.

Bibliografia

Robert H. Frank (1999). Microeconomia. McGraw Hill.

N. Gregory Mankiw (2002). Principi di economia. Zanichelli.

Massimo Motta (2004). Competition Policy. Cambridge.

C. Ford Runge, Benjamin Senauer (2007). How biofuels could starve the poor. University of Minnesota, published by the Council of Foreign Relations.

C. Ford Runge, Benjamin Senauer (2008). How ethanol fuels the food crisis. University of Minnesota, published by the Council of Foreign Relations.

Fonti (siti internet consultati)

www.agcm.it

www.coldiretti.it

www.corriere.it

www.economist.com

www.ilsole24ore.com

www.istat.it

www.mfglobal.com

www.repubblica.it

<http://blogs.reuters.com/us/>

www.sosconsumatori.it

www.wikipedia.org

Un ringraziamento al professor Paolo Vanin per avermi suggerito l'argomento, seguito per buona parte del lavoro ed essersi interessato degli sviluppi anche a distanza.

Naturalmente un ringraziamento anche alla professoressa Paola Valbonesi per la disponibilità dimostrata nell' "accollarsi" l'onere di questa tesi e per aver contribuito con molti spunti interessanti alla realizzazione finale dell'elaborato.