

## IL GRUPPO AGRO SEVILLA E LA SFIDA DEL MERCATO AMERICANO<sup>1</sup>

Agro Sevilla era stata fondata in Andalusia nel 1977 come cooperativa di secondo grado<sup>2</sup> e nel 2017 era già il produttore, l'imballatore e l'esportatore di olive più grande al mondo, oltre che uno dei principali distributori di olio d'oliva in Spagna. Agro Sevilla era diventata un punto di riferimento globale in materia di olive da tavola. Dal 1994 si era guadagnata il titolo di primo esportatore spagnolo nel settore.

Costituita a partire da un'organizzazione di cooperative agrarie, Agro Sevilla controllava ognuna delle fasi del processo di trasformazione delle olive e dell'olio d'oliva: dalla coltivazione alla raccolta delle olive e alla loro trasformazione, distribuzione e commercializzazione del prodotto finito, il che gli garantiva di avere un'attentissima tracciabilità e un maggior controllo di qualità su ogni fase della catena di produzione, dal primo all'ultimo anello.

A settembre del 2017 Agro Sevilla comprendeva 12 cooperative e più di 4.000 soci agricoltori, con cui raggiungeva una produzione annuale superiore alle 80.000 tonnellate di olive. Olive che esportava in più di 70 paesi in tutto il mondo per un fatturato aggregato di 192 milioni di euro nel 2016 (di cui 188 relativi alle olive). Grazie a questi volumi la cooperativa si posizionava in testa alla classifica mondiale nel settore delle olive da tavola.



Diversi analisti motivavano l'arrivo di Donald Trump alla Casa Bianca il 20 gennaio del 2017 con la difesa dell'industria americana dalle importazioni dall'estero, causa di cui il

<sup>1</sup> Caso del Dipartimento di Ricerca di San Telmo Business School, Spagna. Scritto dal Professor Miguel Ángel Llano Irusta, di San Telmo Business School. Destinato all'uso in aula e non come gestione, appropriata o meno, di una situazione specifica.

Copyright © aprile 2018, Fundación San Telmo. Spagna.

È vietata la riproduzione totale o parziale del presente documento, la sua archiviazione e/o trasmissione in tutti i suoi formati, elettronico, meccanico, fotocopiato, registrato senza l'autorizzazione esplicita e scritta di Fundación San Telmo. Per richiedere copie del presente documento o richiedere l'autorizzazione a usare questo caso di studio, si prega di mettersi in contatto con il Dipartimento di Edizione dei Casi al numero +34 954975004 o scrivendo al seguente indirizzo: [casos@santelmo.org](mailto:casos@santelmo.org).

<sup>2</sup> Cooperativa i cui soci sono altre cooperative.

Presidente si era sempre fatto paladino. Il suo slogan “*America First*”, prima l’America, rappresentava un messaggio protezionista che aveva fatto tremare fin da subito i principali partner commerciali degli Stati Uniti. Fra questi, la Spagna era diventata uno dei campi di battaglia più importanti e temuti dall’industria agroalimentare americana.

Nello specifico, le olive nere da tavola spagnole prodotte nelle Comunità Autonome di Andalusia ed Extremadura – un prodotto comunissimo nel tipico *fast food* americano – erano il primo prodotto estero di cui due aziende californiane si volevano sbarazzare. Con l’accusa di concorrenza sleale, la Casa Bianca sosteneva che queste fossero vendute negli USA a un prezzo inferiore rispetto a quello del mercato europeo.

Il 22 giugno del 2017 le due principali aziende americane produttrici di olive nere, Musco Family Olive e Bell-Carter Foods, avevano presentato ricorso al Dipartimento del Commercio statunitense attraverso la *Coalizione per il Commercio Equo e Solidale delle Olive Mature*. Le accuse si basavano sulle presunte pratiche di *dumping*<sup>3</sup> e sull’esistenza di sovvenzioni europee che facevano sì che le olive americane risultassero meno competitive.

L’aspetto contraddittorio della situazione era che il ricorso non era stato presentato contro gli altri esportatori europei, come Grecia e Portogallo, ma solamente contro la Spagna, il principale produttore di olive nere da tavola. “*In tutto il settore c’è aria di forte preoccupazione. Viene messo in discussione il modello europeo di aiuti applicato a tutti gli agricoltori attraverso la PAC (Politica agricola comune). Se i diritti antidumping e anti-sovvenzioni prendessero davvero forma, creerebbero un pericoloso precedente per tutti i prodotti sovvenzionati tramite i fondi dell’Unione Europea*”, affermava il Segretario Generale dell’Associazione degli Esportatori e Industriali di Olive da Tavola (Asemesa), Antonio de Mora.

Nel 2016 la Spagna aveva esportato circa 32 milioni di kg di olive nere negli USA, il che equivaleva a 70 milioni di euro secondo i dati di Asemesa. In pratica il ricorso poteva minare l’export delle olive nere, che rappresentavano il 10% del totale dell’export spagnolo e il 40% di quello destinato agli USA (il resto erano olive verdi).

L’intero settore cercava in tutti modi di far comprendere alla Casa Bianca che le sovvenzioni non erano rivolte alle olive né a nessun prodotto specifico, bensì agli agricoltori in virtù del fatto che svolgevano quella precisa attività. Inoltre tali sussidi godevano dell’approvazione dell’Organizzazione Mondiale del Commercio. Se il ricorso avesse avuto il suo seguito in seno al Dipartimento del Commercio degli USA, l’esportazione di olive spagnole negli Stati Uniti, principale importatore di questo prodotto, sarebbe stata compromessa. Questa era l’allerta lanciata da alcune fonti del settore.

---

<sup>3</sup> *Dumping*: vendere negli USA lo stesso prodotto a un prezzo inferiore rispetto a quello del mercato interno; nel caso di Agro Sevilla, che non vendeva in Spagna, veniva preso come riferimento il mercato italiano.

Il settore spagnolo delle olive da tavola stava attraversando un momento cruciale per il suo futuro. Con un mercato interno altamente consolidato e senza cambiamenti imminenti di portata rilevante, le esportazioni svolgevano un ruolo decisivo nell'attività dei produttori. E fra tutti i mercati esteri quello statunitense era la chiave di volta, con il suo 23% sul totale delle esportazioni di olive da tavola provenienti dalla Spagna. Gli USA erano quindi la prima destinazione di questo prodotto e si delineavano come un mercato con ulteriore potenziale di crescita. In un contesto del genere, il ricorso presentato era come uno scacco matto alla Spagna, il primo paese al mondo per produzione di olive da tavola.

In merito al ricorso, Antonio de Mora commentava: *“Il ricorso per dumping può condizionarci molto negativamente, in quanto se venisse meno l'export di olive nere verso gli USA per dieci anni, smetteremmo di esportare 700 milioni di euro nel peggiore dei casi e si verrebbe a creare un forte squilibrio nel settore, tale da indurre nuovi paesi concorrenti a occupare una posizione di rilievo nel mercato statunitense”*.

*“Le indagini sono per ora ferme alla fase iniziale di raccolta delle informazioni. Vi saranno risoluzioni preliminari a partire da novembre 2017 e definitive a luglio 2018. Ci siamo coordinati fin da subito con le istituzioni europee, quelle spagnole e andaluse per reagire nel modo più adeguato. Penso che stiamo facendo un buon lavoro, tuttavia avremo bisogno anche di una risposta politica da parte dell'UE. Le aziende segnalate dal Dipartimento del Commercio statunitense per portare avanti le indagini sono Ángel Camacho, Agro Sevilla e Aceitunas Guadalquivir. Ciò nonostante, l'intero settore sarà interessato direttamente o indirettamente, in quanto le misure tariffarie verrebbero applicate a tutte le esportazioni e la chiusura del mercato comporterebbe un forte squilibrio nell'intero settore”*.

Asemesa, insieme alla Segreteria di Stato per il Commercio, al Ministero di Agricoltura, all'Assessorato all'Agricoltura dell'Andalusia e alla Commissione Europea, era già armata fino ai denti, sommersa di pratiche, pronta a ingaggiare i migliori avvocati e a pianificare viaggi a Washington. Si stavano preparando a intraprendere la battaglia legale più dura che i produttori di olive ricordassero, in quanto dal suo esito sarebbe dipesa la sopravvivenza dell'importantissimo *business* dell'oliva spagnola. Nel 2017 gli Stati Uniti erano un mercato di fondamentale importanza per le olive nere provenienti dalla Spagna. Se tale export fosse andato perduto, alcune aziende non avrebbero saputo dove piazzare gran parte della loro produzione. In alcuni casi, come per Agro Sevilla, l'eventuale eccesso di produzione avrebbe superato il 20% del totale; avrebbero dovuto ricollocare il prodotto vendendolo ad altri acquirenti, cosa non facile. *“Non puoi pensare di accrescere il possibile consumo perso negli USA trovando un nuovo sbocco dall'oggi al domani in un'altra parte del mondo”*, affermava José Ignacio Montaña, Direttore Generale di Agro Sevilla.