

# Economia dei Mercati Agro-Alimentari

(a.a. 14/15)

**Esame (2 febbraio 2015)**

---

1. (15 p.) Si consideri il mercato del caciocavallo e si ipotizzi che esso sia caratterizzato dall'esistenza di tre soli "attori": le imprese zootecniche produttrici di latte, le imprese di "trasformazione" del latte in caciocavallo ed i consumatori del caciocavallo.

Siano:  $P_F = 300 - 2 Q_F$ , la domanda di caciocavallo (in kg) da parte dei consumatori;

$P_A = 10 + 2 Q_A$ , l'offerta di latte (in lt.) da parte dei produttori;

$\lambda = 2$ , il coefficiente tecnico di "trasformazione" del latte in caciocavallo, cioè che siano necessari 2 lt. di latte per produrre un kg di caciocavallo;

4 il costo unitario delle imprese per "trasformare" latte in un kg di caciocavallo (si tratta del costo aggiuntivo rispetto a quello del latte).

Si determini l'equilibrio di mercato in condizioni di concorrenza perfetta. Si derivino: la quantità di caciocavallo acquistata dai consumatori, la quantità di latte prodotta dagli agricoltori e venduta da questi alle imprese di "trasformazione", il prezzo del latte e quello del caciocavallo.

Si ipotizzi ora, invece, che il settore della "trasformazione" sia caratterizzato dall'esistenza di un ristretto numero di imprese che agiscono in regime di oligopolio applicando un mark-up del 10%. Si determini l'equilibrio di mercato in questo caso e si derivino: la quantità di caciocavallo acquistata dai consumatori, la quantità di latte prodotta dagli agricoltori e venduta da questi alle imprese di "trasformazione", il prezzo del latte e quello del caciocavallo, ed il profitto complessivo ed unitario (per kg di caciocavallo) delle imprese di "trasformazione".

Si ipotizzi ora, invece, che il settore della "trasformazione" sia caratterizzato dall'esistenza di un'unica impresa in grado di esercitare il ruolo di monopsonista/monopolista. Si determini l'equilibrio di mercato in questo caso e si derivino: la quantità di caciocavallo acquistata dai consumatori, la quantità di latte prodotta dagli agricoltori e venduta da questi alle imprese di "trasformazione", il prezzo del latte e quello del caciocavallo, ed il profitto complessivo ed unitario (per kg di caciocavallo) delle imprese di "trasformazione".

**Nome e Cognome** \_\_\_\_\_ **Matricola** \_\_\_\_\_

**Nome e Cognome** \_\_\_\_\_ **Matricola** \_\_\_\_\_

2. (18.p) **Per ciascuna delle affermazioni che seguono si dica se essa è vera o falsa e, nel caso in cui si ritenga che essa sia falsa (o vera solo in parte) perché (sinteticamente); nel caso in cui un'affermazione non sia vera per più di una ragione, bisognerà indicarle tutte! Le risposte errate non danno luogo ad alcuna penalizzazione.**
1. A parità di altre condizioni, se sia la domanda che l'offerta del prodotto sono stagionali e la domanda è minore nei mesi in cui anche la produzione è minore, allora la variabilità dei prezzi è maggiore rispetto alla situazione in cui la domanda non cambia nel corso dell'anno.  
 Vero     Falso
  
  2. In condizioni di incertezza sui prezzi, un produttore amante del rischio produrrà di meno rispetto ad un produttore che operi in condizioni di certezza con un prezzo pari a quello atteso in condizioni di incertezza.  
 Vero     Falso
  
  3. Nel 2011 la superficie dei punti vendita del settore distributivo per 1000 abitanti in Calabria era la più bassa tra quelle del Mezzogiorno continentale e inferiore a quella media italiana.  
 Vero     Falso
  
  4. Il consumo medio annuo pro capite di zucchero in Italia nel 2008 era pari a poco più di 10 chilogrammi, un valore minore di quello relativo al Regno Unito, alla Bulgaria alla Romania ed alla Francia.  
 Vero     Falso
  
  5. A parità di altre condizioni, le elasticità in valore assoluto delle funzioni di domanda dei prodotti alimentari rispetto al prezzo dello stesso bene decrescono al crescere del reddito del paese.  
 Vero     Falso

6. L'elasticità incrociata dell'offerta di un prodotto rispetto al prezzo di un fattore impiegato nella sua produzione è positiva e tende ad essere maggiore in valore assoluto tanto minore è il peso del costo per l'uso di quel fattore sul costo di produzione complessivo.  
 Vero    Falso
7. In un mondo in cui esistono due soli beni l'effetto dell'aumento del prezzo di uno dei due beni (tutto il resto rimanendo invariato) è una diminuzione del consumo del bene il cui prezzo è aumentato e l'aumento del consumo del bene il cui prezzo è rimasto invariato; l'utilità del consumatore aumenta.  
 Vero    Falso
8. Un'efficace servizio di assistenza tecnica che faciliti l'adozione di innovazioni tecnologiche da parte delle imprese determina vantaggi per i consumatori e per le imprese "innovatrici", mentre determina svantaggi per le imprese "imitatrici" e "ritardatarie".  
 Vero    Falso
9. Un'innovazione tecnologica nel settore della trasformazione industriale che determina uno spostamento parallelo verso il basso della funzione di offerta genera vantaggi per le imprese di questo settore che introducono l'innovazione, fa aumentare il benessere dei consumatori del prodotto finale e fa diminuire i profitti delle imprese che operano nei settori a monte ed a valle.  
 Vero    Falso
10. Il peso del valore aggiunto del settore dell'agricoltura, della silvicoltura e della pesca sul valore aggiunto complessivo in Italia tra il 1970 ed il 2012 è diminuito, passando da circa il 9% a circa il 2%; quello dell'industria, invece, è diminuito dal 40% a circa il 25%.  
 Vero    Falso

11. Il Body Mass Index (BMI) è un indicatore di obesità definito come il rapporto tra il peso espresso in kg ed il quadrato dell'altezza espressa in metri. Viene definito obeso un individuo il cui BMI è maggiore di 20. In Italia nel 2009 la percentuale degli obesi sulla popolazione è pari a meno della metà di quella degli Stati Uniti e dell'Australia. In Calabria l'incidenza di obesi e sovrappeso sulla popolazione adulta è di poco al di sopra della media, mentre la percentuale dei bambini di terza elementare obesi e sovrappeso è significativamente più bassa della media nazionale.
- Vero  Falso
12. Un prodotto dell'agricoltura convenzionale può benissimo non contenere residui chimici (fertilizzanti, anticrittogamici, etc.). Infatti, circa il 64% dei campioni di prodotti ortofrutticoli analizzati nel 2010 in Italia nel corso di attività di controllo è risultata del tutto priva di residui. Inoltre, il 35% circa ne conteneva in quantità al di sotto delle soglie previste dalle norme, e meno dell'1% è risultato irregolare, poiché ne conteneva quantità superiori a quelle massime consentite.
- Vero  Falso
13. Nel maggio del 2014 i prodotti che in Europa avevano ricevuto il riconoscimento DOP e IGP erano circa 2400. Tra i prodotti IGP ci sono anche il Caffè de Colombia ed il the Darjeeling, che non sono prodotti dell'Unione Europea. L'Italia ha circa 260 prodotti DOP e IGP. La Calabria ha 15 prodotti DOP o IGP, compresi il Limone di Rocca Imperiale, il Pomodoro di Belmonte, la Liquirizia di Calabria, l'Olio "Alto Crotonese", la Cipolla rossa di Tropea e la Patata della Sila.
- Vero  Falso
14. Nel 2012 della spesa complessiva delle famiglie italiane per i consumi alimentari circa il 22% era relativo al solo consumo di carni, seguiti da ortaggi e patate (20% circa della spesa) e dal pesce (12%).
- Vero  Falso
15. Tra gli inizi degli anni '90 e gli inizi di questa decade nell'Asia Orientale (che comprende la Cina) il numero delle persone malnutrite è cresciuto, passando da 279 milioni a 325.
- Vero  Falso

16. Un prodotto biologico è un prodotto che non contiene residui di sostanze (anticrittogamici, fertilizzanti, antiparassitari, etc.) ottenute con procedimenti di sintesi chimica.  
 Vero  Falso
17. L'elasticità incrociata dell'offerta di un prodotto rispetto al prezzo di un fattore impiegato nella sua produzione è positiva e tende ad essere maggiore in valore assoluto tanto minore è il peso del costo per l'uso di quel fattore sul costo di produzione complessivo.  
 Vero  Falso
18. GLOBALGAP è una certificazione privata relativa agli standard che devono essere soddisfatti dai fornitori della GDO di prodotti agricoli trasformati.  
 Vero  Falso