

Piano di formazione continua - Protocollo n. 64

finanziato da

foragri

Avviso 01/2016



COLTIVARE LA FORMAZIONE

APPROFONDIMENTO n. 2

I SISTEMI ALTERNATIVI DI VENDITA

Numerose indagini dedicate all'analisi della Filiera Corta trattano il rapporto produttore-consumatore finale, analizzando nel dettaglio gli aspetti della qualità del prodotto, del rapporto qualità-prezzo, della produzione a chilometro zero, della tipicità e della tecnica di coltivazione biologica.

Per **Filiera corta** si intende l'insieme delle tipologie di commercializzazione dei prodotti alimentari, che intendono ridurre o eliminare gli intermediari fra i produttori agricoli e i consumatori. I prodotti che passano attraverso la filiera corta sono comunemente definiti dalla località o da un produttore specifico. Da un lato si può distinguere le forme di vendita in cui è presente un **produttore individuale** e, dall'altro, quelle in cui **più produttori sono aggregati** in consorzio e/o associazione (rete).

Quando è presente **un solo produttore** possiamo distinguere due tipi di consumatori: quello coinvolto attivamente nel processo produttivo agricolo e quello non coinvolto. Il tipo di vendita più diffuso è quella in cui il cliente non è coinvolto con il processo produttivo ed in esso riconosciamo le seguenti forme:

- consumatore che acquista i prodotti direttamente presso l'azienda;
- vendita con strutture mobili (camioncino, *roulotte*, tenda) sulla strada confinante con l'azienda, o ambulante in aree urbane. Vendita che può essere permanente o limitata durante il periodo di raccolta dei prodotti, a partecipazioni a sagre, manifestazioni locali, feste private;
- negozio fuori dall'area dell'azienda agricola;
- distributori automatici in sede fissa, tra i quali, per esempio, quelli del latte crudo;
- vendita diretta organizzata;
- consumatore che acquista/consuma i prodotti presso le strutture di turismo rurale;
- *farmers markets*, eventi periodici locali, almeno una volta al mese, all'aperto, riservati ai produttori della zona interessata;
- consegna del prodotto a domicilio del consumatore, o dei gruppi;
- gruppi di acquisto solidale (GAS). organizzazioni di consumatori che acquistano i prodotti direttamente dal produttore, o da gruppi di produttori organizzati con piccole/medie piattaforme, beneficiando di una forte riduzione sul prezzo;
- consumatore *on-line*.

Le forme di vendita in cui il cliente è coinvolto attivamente con il processo produttivo agricolo sono le seguenti:

- reti di produttori e consumatori, che consistono nella collaborazione tra comunità rurali ed urbane e aziende agricole;
- consumatore che partecipa alla raccolta dei prodotti, tra i quali, in particolare, quelli che richiedono un'elevata quantità di lavoro per unità di superficie e una limitata abilità di raccolta ("coglierlo da solo");
- comunità che sostengono l'agricoltura.

Le principali forme di vendita basate sull'**aggregazione di produttori** (consorzio associazione, rete) consistono nella vendita associata dei prodotti attraverso un negozio (bottega) localizzato presso un mercato urbano e/o ai gruppi di acquisto solidali Gas.

Infine, esistono altri produttori molto meno formali, per esempio:

- l'orto e la condivisione dei prodotti con i vicini di casa:

- la raccolta e la caccia;
- la spigolatura.

Il canale di vendita corta si distingue perché prevede, dal produttore al consumatore, almeno un passaggio intermedio. Il produttore individuale vende al piccolo dettagliante di generi alimentari, ai negozi specializzati, alle cooperative di consumatori, alla ristorazione privata e a quella pubblica (scuole, ospedali, mense delle istituzioni pubbliche) e al settore alberghiero (*hotel*, ristorazione nelle varie accezioni, *catering*, *self-service*, ecc.).

In generale, da parte del produttore agricolo la filiera corta nasce dall'opportunità di aumentare il reddito. Quest'opportunità si dimostra utile soprattutto quando l'agricoltore non riesce ad ampliare la superficie coltivabile e i capitali aziendali, tra i quali, in particolare, la mandria, e dispone, relativamente al fabbisogno per soddisfare le necessità aziendali, di una abbondante quantità di lavoro.

Nella filiera lunga, nella maggior parte dei casi, il produttore agricolo vende prodotti per i quali non ha alcuna capacità di fissazione del prezzo. Con la vendita diretta i produttori trattengono il valore aggiunto dei prodotti venduti, incassano un margine commerciale per unità di prodotto venduto estremamente più alto rispetto alla vendita della materia prima all'industria agroalimentare. Ovviamente, la quantità vendibile direttamente è nettamente inferiore a quella che può acquistare il trasformatore o il commerciante. In generale, le aziende che vendono direttamente sono caratterizzate dalla presenza di agricoltori propensi alle innovazioni e sono localizzate nelle vicinanze di un mercato, per esempio in zone periurbane o in prossimità di aree o strade molto frequentate.

I tipi di aziende che possono beneficiare maggiormente dei sistemi di vendita alternativi sono quelli in cui è possibile trasformare le materie prime agricole in alimenti finali e familiari. La trasformazione in azienda e la vendita diretta valorizzano l'eccesso di lavoro che, altrimenti, non troverebbe un impiego altrettanto remunerativo. In generale, l'azienda che decide di trasformare e di vendere direttamente si assume elevati rischi tecnici e di mercato. Il risultato economico, infatti, dipende dal livello di competenza tecnica dell'attività di trasformazione e dall'abilità commerciale: il primo aspetto necessita di elevate specifiche competenze professionali ed un ammontare di lavoro proporzionato al livello di trasformazione, un conto è vendere frutta ed un altro è vendere latte, carne fresca, insaccati e formaggi.

E' importante chiarire che la trasformazione aziendale e la vendita diretta sono una nuova attività d'impresa autonoma e indipendente che si aggiunge, a quella agricola. Infine, soprattutto per le piccole aziende, anche l'eventuale scarsa quantità e variabilità di offerta dei prodotti nel tempo può rappresentare un problema. Per le aziende di maggiori dimensioni produttive (caratterizzate da un indirizzo produttivo specializzato e che impiegano manodopera salariata) la vendita diretta rappresenta una nuova attività di impresa che comporta, a causa dell'impiego di lavoro salariato, elevati costi di produzione. Queste aziende trovano più conveniente continuare, attraverso la specializzazione produttiva, a ridurre il costo di produzione del loro prodotto principale e/o entrare in rete con altri produttori agricoli, per gestire insieme una "bottega", o una rete di vendita, attraverso la quale vendere il loro prodotto principale. In prospettiva, nel nostro paese, grazie ai benefici a favore dei produttori agricoli e dei consumatori, la filiera corta probabilmente tenderà a consolidarsi.