

ALLEGATO N. 1

QUESTIONARIO PER LA RILEVAZIONE DELLE STRUTTURE DI LAVORAZIONE E CONSERVAZIONE DEI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI

Quadro 1 - Dati generali

TIPO DI SEZIONE PRIVATA <input type="checkbox"/> COOPERATIVA <input type="checkbox"/> ALTRO <input type="checkbox"/>			ANNO DI COSTRUZIONE <input type="checkbox"/> FINO AL 1960 <input type="checkbox"/> DAL 1961 AL 1970 <input type="checkbox"/> DAL 1971 AL 1990 <input type="checkbox"/> DAL 1961 AL 1990 <input type="checkbox"/> DAL 1991 AL 1995 <input type="checkbox"/> DOPO IL 1990		
ANNO DI ESCLUSIONE DELL'ULTIMA RISTRUTT. TECNOLOGICA [][][][][]			ANNO DI APPROV. DELL'ULTIMO CONTRIBUTO COMUNITARIO [][][][][]		
NUMERO DEGLI STABILIMENTI IN REGIONE _____			DI PROPRIETÀ <input type="checkbox"/> NON DI PROPRIETÀ <input type="checkbox"/>		
NUMERO DEGLI STABILIMENTI FUORI REGIONE _____			DI PROPRIETÀ <input type="checkbox"/> NON DI PROPRIETÀ <input type="checkbox"/>		
SI EFFETTUANO ATTIVITÀ PER CONTO TERZI?					
NO <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/>		PER SOLA CONSERVAZIONE DI <input type="checkbox"/> → PERCENTUALE _____ % SUL TOTALE PRODOTTO	
SI UTILIZZANO CELLE FRIGORIFERE IN CONTO TERZI?					
NO <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/>		→ MC. _____	
SOLO PER GLI IMPIANTI COOPERATIVI (CON RIFERIMENTO ALL'ANNO RILEVATO)					
NUMERO SOG. COMPENSI IN REGIONE N. _____		NUMERO ALTRI SOG. FUORI REGIONE N. _____		NUMERO SOG. COMPENSI FUORI REGIONE N. _____	

Quadro 2 - Strutture

CAPACITÀ COMPLESSIVA DI FRIGDCONSERVAZIONE (ESCLUSO IL RIUTILIZZO) MC. [][][][][][]	
PRESENZA DI LABORATORI ANALISI: TERRENI <input type="checkbox"/> RESIDUI <input type="checkbox"/> ALTRO <input type="checkbox"/>	
SI EFFETTUANO PREPARAZIONI DI PRODOTTI MISCELATI IV e V GAMMA (INSALATE MISTE, MINISTRON DI VERDURE, ECC.)? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
SE <input checked="" type="checkbox"/> SI, CAPACITÀ DI LAVORAZIONE L/ORA _____	

Quadro 3 - Addetti

FAMILIARI N. _____ DIRIGENTI E IMPIEGATI FISSI N. _____ OPERAI FISSI N. _____ OPERAI AVVENTORI N. _____
 NUMERO TOTALE LAVORATORI COMUNITARI _____ NUMERO TOTALE LAVORATORI EXTRA-COMUNITARI _____

DISTRIBUZIONE MANODOPERA NEI MESI DELL'ANNO

MESE	GIORNATE LAVORATE DA PERSONALE FISSO	ORE LAVORATE DA AVVENTORI	MESE	GIORNATE LAVORATE DA PERSONALE FISSO	ORE LAVORATE DA AVVENTORI
GENNAIO			LUGLIO		
FEBBRAIO			AGOSTO		
MARZO			SETTEMBRE		
APRILE			OTTOBRE		
MAGGIO			NOVEMBRE		
GIUGNO			DICEMBRE		
TOTALE					

Quadro 4 - Prodotti trattati

PRODOTTO	APPROVVICINAMENTO		SEBECCHI		ALTRE INFORMAZIONI	
	fonti/abete	modalità	%	tipo	%	%
Pesche		da soci conferenti in regione		consorzio di grado superiore al piano		
Mazzarine		da soci conferenti fuori regione		mercato confederato alla produzione		A) TRASPORTI prodotto trasportato su gomma
Perecchie		acquistati su mercati in regione		mercato confederato all'ingrosso		consigne affittuate su camion di proprietà
Pere		acquistati su mercati fuori regione		altri centri ortofruticoli		consigne affittuate con imprese di trasporti locali
Miele		acquistati all'ingrosso da paesi U.E.		industrie alimentari di proprietà		consigne affittuate con imprese di trasporti nazionali
Albicocche		acquistati all'ingrosso da paesi extra U.E.		industrie alimentari sul mercato		consigne affittuate con imprese di trasporti estere
Suolme		provenienti da aziende agricole di proprietà		distribuzione organizzata		consigne dove l'impresa di trasporto è controllato dal cliente
Ciliegie		Totale	100%	mercato all'ingrosso		consigne in franchigia
Fragole				mercato all'ingrosso		
Acidonia				distribuzione al consumatore		
Agumi				catena (distribuzione e consumo)		
Frutta esotica				altri operatori (non AGEA ecc.)		
Uva da tavola				paesi extra UE/UE		
Frutti di bosco				paesi extra UE/UE		B) MARCHE IDENTIFICAZIONE E CERTIFICAZIONE prodotto venduto con marchio proprio commerciale
Banane						prodotto venduto con marchio del cliente (ex marchio della GDO)
Altra frutta						prodotto venduto con marchio Di certificazione
Meloni						di cui: prodotto certificato biologico
Concomeri						prodotto certificato di lotta fitofaga
Pomodori						prodotto certificato di origine e specie (Dop, Igp, m. collettivo)
Patate						prodotto con alta certificazione di prodotto
Cipolle						
Asparagi		il prodotto conferito è:	%			C) MISCELATI DI CEREALIZZAZIONE
Legumi		commerciale				prodotto consegnato sfuso
Altri ortaggi		magliata e disciplinare prod. integrata				prodotto consegnato confezionato/veicolato
Fiori di		biologico				prodotto consegnato prezzato
Totale	0	Totale	100%	Totale	100%	prodotto quarto gamma

Quadro 5 - Certificazioni e organizzazione aziendale

L'IMPRESA E' IN POSSESSO	NO	SI	IN CORSO DAL
DELLA CERTIFICAZIONE HACCP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
DELLA CERTIFICAZIONE UNI EN ISO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
DELLA CERTIFICAZIONE EMAS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____

L'IMPRESA HA PROGRAMMATO PER I PROSSIMI ANNI INVESTIMENTI FINALIZZATI A RIORGANIZZARE / INNOVARE

I PROCESSI PRODUTTIVI (impianti, frigoriferi, ecc.)	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>
I PRODOTTI (p.e. IV gamma)	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>
LA RETE COMMERCIALE	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>
L'ATTIVITA' PROMOZIONALE	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>
L'ATTIVITA' LOGISTICA	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>

Quadro 6 - Impianti

A) LINEE DI LAVORAZIONE DEL PRODOTTO			C) LINEE DI CONFEZIONAMENTO DEL PRODOTTO		
RIBALTA CASSE	NUM.		RAPID PACK	NUM.	
RIBALTA BINS	NUM.		RIEMPICASSE	NUM.	
VASCA DI PRELAVAGGIO	NUM.		RIEMPI BINS	NUM.	
TAVOLI DI CERNITA	NUM.		PESATRICI	NUM.	
CERNITA CON STRUMENTAZIONE A FIBRE OTTICHE	NUM.		BOLLINATRICI	NUM.	
SPAZZOLATRICI	NUM.		VASSOIATRICI	NUM.	
CALIBRATRICI MECCANICHE	NUM.		CONFEZIONATRICI RETINATRICI	NUM.	
CALIBRATRICI A PESO	NUM.		REGGETTATRICI O AVVOLGIRETE	NUM.	
CALIBRATRICI OTTICHE (COLORE)	NUM.		PALLETIZZATORI AUTOMATICI	NUM.	
POTENZIALITA' ORARIA	Q.LI		D) TRASPORTI		
POTENZIALITA' GIORNALIERA	Q.LI		CARRELLI CON MOTORE ELETTRICO	NUM.	
B) IMPIANTI PER LA CONSERVAZIONE E LA MATURAZIONE			CARRELLI CON MOTORE A SCOPPIO	NUM.	
			TRANSPALLETS ELETTRICI	NUM.	
CELLE IN ATMOSFERA CONTROLLATA	N.	MC.	AUTOMEZZI FRIGORIFERI	NUM.	
CELLE IN REFRIGERAZIONE NORMALE	N.	MC.	AUTOMEZZI NON REFRIGERANTI	NUM.	
<i>di cui in assorbimento di etilene</i>	N.	MC.	SUPERFICIE COPERTA	MQ.	
HYDROCOOLER E/O VACUUMCOOLER	N.	MC.	SUPERFICIE SCOPERTA	MQ.	
ALTRI IMPIANTI DI PRE-RAFFREDDAMENTO	N.	MC.	TOTALE SUPERFICIE	MQ.	

ALLEGATO N. 2

PROSPETTO DI ANALISI STANDARD DEL SETTORE ORTOFRUTTICOLO

Questo prospetto di analisi del settore è stato effettuato elaborando i dati presenti nella banca dati relativa alle imprese che operano nel comparto ortofrutticolo. Esso segue una struttura dove vengono innanzitutto presentati: uno schema di riclassificazione di stato patrimoniale, uno schema di riclassificazione di conto economico ed una selezione di indici di analisi bilancio. In questo caso l'elaborazione non è riferita ad una sola impresa tra quelle inserite in banca dati, ma si riferisce al complesso delle imprese che ricadono nel gruppo oggetto di analisi.

Tale gruppo comprende solo le aziende presenti in banca dati per tre anni consecutivi ed aventi in comune il settore di attività e la natura giuridica. La significatività e la rappresentatività del gruppo di aziende di volta in volta considerate sono legate alla completezza della banca dati e, quindi, al continuo lavoro di arricchimento e di aggiornamento della stessa.

Entrando nel merito delle elaborazioni, si sottolinea come i valori riportati per ogni voce di bilancio rappresentino la media dei valori assunti dalle stesse voci nei casi considerati. L'obiettivo informativo è quello di permettere una valida analisi di bilancio, al fine di valutare lo "stato di salute" dell'"azienda-settore".

I valori vengono riorganizzati e presentati in due schemi di riclassificazione sintetica: uno riferito allo stato patrimoniale ed uno riferito al conto economico.

Successivamente viene proposta una serie di rapporti indicativi per l'analisi di bilancio: tali rapporti sono calcolati sulla base degli aggregati riclassificati. La selezione di indici proposta corrisponde ad una scelta, basata sui criteri di essenzialità ed immediatezza dell'informazione fornita, tra gli indici di uso più frequente nell'analisi di bilancio.

L'obiettivo di questo prospetto è quello di fornire elementi utili per formulare una valutazione approfondita del settore ortofrutticolo locale, in particolare arrivare a definirne:

- l'espansione o la contrazione economica;
- le dinamiche strutturali e di investimento in atto;
- la redditività dell'attività di produzione e/o commercializzazione di prodotti ortofrutticoli.

I dati utili a sviscerare il primo di tali punti sono presentati nella tabella 1. Allo scopo di evidenziare la crescita o il declino del settore viene preso come indicatore di riferimento il valore della produzione ortofrutticola totale ed il layout dello schema punta ad evidenziarne la tendenza. Indicazioni sull'evoluzione vengono fornite sia dall'accostamento dei valori registrati in ciascuno degli esercizi considerati, sia dal calcolo di due misure sintetiche: la variazione complessiva registrata nell'intervallo temporale considerato ed il tasso

di variazione medio annuo. Una volta stabilito il segno dell'andamento di settore, il confronto della dinamica del valore di produzione totale con la dinamica con del valore di produzione medio per azienda aiuta ad evidenziare ed a "pesare" eventuali fenomeni di concentrazione produttiva.

La tabella 2 fornisce invece utili indicazioni sulle relazioni tra le tendenze economiche che interessano il comparto e tendenze di investimento. Vengono prese come variabili di riferimento: i ricavi di vendita, i costi ed il valore delle immobilizzazioni e, come nella tabella precedente, lo schema della elaborazione punta ad evidenziare le evoluzioni delle grandezze nel tempo. Così strutturata la tabella evidenzia l'eventuale presenza di processi di ristrutturazione tra le aziende del settore ed inoltre ne suggerisce le possibili cause ed i possibili effetti.

Lo schema 3 ha una funzione informativa di approfondimento delle tendenze di investimento a medio lungo termine, evidenziando verso quali tipi di impiego si indirizzano le risorse delle imprese locali. Oltre ad evidenziare un eventuale consolidamento delle scelte di immobilizzo o un "cambiamento di rotta", il layout della tabella permette anche di valutarne anno per anno la composizione. Entrambi questi aspetti vengono descritti in forma più sintetica ed immediata dal grafico "Composizione degli immobilizzi" (*fig. 1*).

La tabella 4 evidenzia le dinamiche relative all'economicità del settore. Essa pone infatti a confronto l'evoluzione dei ricavi con l'evoluzione dei costi ed i dati in essa presentati possono essere ragionevolmente interpretati come indicativi solo di fasi congiunturali positive o negative. La medesima tabella propone anche dati utili a definire la composizione dei costi dell'azienda e come questa si modifichi negli esercizi considerati. Vengono infatti presentate le variabili: costi per materia prima, costi per servizi e spese e costi per personale.

I grafici presentati successivamente nel prospetto sono tutti riferiti a dati contenuti nella tabella 4 e puntano ad evidenziare:

1. grafico "Situazione delle vendite": presenta, in una visione estesa a tutti gli esercizi considerati, il volume di vendita mediamente registrato dalle aziende del settore (*fig. 2*);
2. grafico "Andamento annuale delle vendite del settore": evidenzia la variazione percentuale annua dei ricavi di vendita (*fig. 3*);
3. grafico "Situazione dei costi": presenta, in una visione estesa a tutti gli esercizi considerati, l'entità complessiva dei costi mediamente sostenuti dalle aziende del settore (*fig. 4*);
4. grafico "Andamento annuale dei costi del settore": evidenzia la variazione percentuale annua dei costi d'impresa (*fig. 5*);
5. grafico "Composizione dei costi del settore": esplicita, in una visione estesa a tutti gli esercizi considerati, l'incidenza delle singole voci di costo sul totale (*fig. 6*); grafico "Confronto tra i costi": presenta una comparazione degli andamenti temporali delle singole voci di costo (*fig. 7*).

Sintesi stato patrimoniale riclassificato (euro)

ATTIVO	1998	1999	2000
Liquidità	415.501	344.643	446.315
Crediti v/Clienti	2.124.740	2.453.083	2.648.113
Crediti diversi	374.232	410.413	487.077
Rimanenze Finali	123.288	344.091	347.363
Totale attivo circolante	3.037.761	3.552.230	3.928.868
Immobilizzazione materiali	952.450	938.459	1.045.544
Immobilizzazione immat. e finanz.	66.981	48.078	171.183
Totale immobilizzazioni	1.019.431	986.537	1.216.726
Totale attività	4.057.192	4.538.768	5.145.594
PASSIVO	1998	1999	2000
Debiti v/altri	570.109	465.863	527.065
Debiti a breve fornitori e diversi	2.662.985	3.217.196	3.363.808
Debiti v/sistema coop a breve	198.373	319.630	642.846
Totale passività correnti	3.431.467	4.002.688	4.533.719
Debiti a lungo banche	367.190	447.369	396.678
Debiti v/sistema coop a lungo	49.280	48.076	46.843
Debiti a lungo diversi	91.181	16.038	7.865
Finanziamenti a lungo	507.651	511.483	451.385
Capitale Proprio e Riserve	379.716	531.077	660.885
Totale passività	4.318.834	5.045.248	5.645.989

Sintesi conto economico riclassificato (euro)

	1998	1999	2000
Ricavi vendita prodotti	10.632.268	11.409.020	11.214.884
Altri ricavi	734.039	917.743	940.491
a Totale ricavi	11.366.306	12.326.763	12.155.374
Costi materie prime	9.895.178	10.697.710	10.285.638
Costi servizi e spese	805.346	1.112.849	1.015.090
Costi personale	435.913	487.331	565.496
b Totale costi	11.136.438	12.297.890	11.866.224
(a-b) Risultato operativo	229.868	28.874	289.150
Ammortamenti	116.734	143.656	159.888
Interessi netti	-56.770	-61.292	-60.388
Margine Lordo	169.904	-53.490	189.650
Accantonamenti	20.955	236	610
Proventi extra gestione	26.559	83.508	17.097
Oneri extragestione e imposte	31.594	87.200	37.541
Rultato netto esercizio	143.914	-57.418	168.597

INDICATORI PER ANALISI BILANCIO

Indici di analisi patrimoniale e finanziaria:

	<i>1998</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>
(Im/Ti) Rigidità degli impieghi	25,13%	21,74%	23,65%
(Ac/Ti) Elasticità degli impieghi	74,87%	78,26%	76,35%
(Pb/Ti) Incidenza debiti a breve	84,58%	88,19%	88,11%
(Pc/Ti) Incidenza pass consolid	12,51%	11,27%	8,77%
Capitale circolante	-393.706	-450.458	-604.851
(Ac-Rm-Pb) Margine tesor. (euro)	-516.994	-794.549	-952.215
((Cp+Pc)/Im) Copertura Immobil. con capitale permanente	87%	106%	91%
(Cp-ImMa) Margine strutt. (euro)	-572.734	-407.382	-384.659
(Pc/Im) Cop imm con m/I Termine	49,80%	51,85%	37,10%
(Re+Amm+Acc) Flusso cassa (euro)	48.135	-200.838	9.319
(Ac/Pb) Indice disponibilità	88,53%	88,75%	86,66%
((Ac-Rm)/Pb) Indice liquidità	84,93%	80,15%	79,00%
(Rv/Ac) Rotazione circolante	350,00%	321,18%	285,45%
(Rv/CrCi) Rotazione dei crediti	500,40%	465,09%	423,50%
(Pb+Pc/Cp) Dipendenza finanz	1037,39%	850,00%	754,31%
Ricavi vendita (euro)	10.632.268	11.409.020	11.214.884

Indici di analisi economica:

	<i>1998</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>
ROE redditività capitale proprio	37,90%	-10,81%	25,51%
ROI Redditività Cap Investito	5,67%	0,64%	5,62%
(Re/Ro) Inc gest non caratteristic	33,01%	-11,78%	29,81%
ROS Redditività delle vendite	2,16%	0,25%	2,58%
(Rv/Ti) Rotazione degli impieghi	262,06%	251,37%	217,95%
(Cp/Ti) Grado autonomia finanz	9,36%	11,70%	12,84%
(Ti/Cp) Indebitamento (leverage)	1068,48%	854,63%	778,59%

Tab. 1 - Dinamiche di produzione del settore (euro)

	1998	1999	2000	variazione complessiva	tasso var. Media annua
Valore produzione ortofrutticola totale	15	15	15		
Valore produzione ortofrutticola totale	170.485.361	188.277.937	181.967.700	11482339	3,3%
Valore produzione ortofrutticola media	11.365.691	12.551.862	12.131.180	765489	3,3%

Tab. 2 - Tabella sintetica delle tendenze (euro)

	1998	1999	2000	variazione complessiva	tasso var. Media annua
Ricavi di vendita	10.632.268	11.409.020	11.214.884	582.616	2,7%
Costi totali	11.136.438	12.297.890	11.866.224	729.786	3,2%
a)costi materia prima	9.895.178	10.697.710	10.285.638	390.459	2,0%
b)costi servizi e spese	805.346	1.112.849	1.015.090	209.743	12,3%
c)costi personale	435.913	487.331	565.496	129.583	13,9%
Immobilizzazioni	1.019.431	986.537	1.216.726	197.295	9,2%

Tab. 3 - Situazione e andamento degli investimenti (euro)

CLASSIFICAZIONE DEGLI IMMOBILIZZI					
	anno			variazione annua	
valori:	1998	1999	2000	99 - 98	00 - 99
Immobilizzazioni materiali	952.450	938.459	1045544	-1%	11%
Immobilizzazioni finanziarie e immateriali	66.981	48.078	171183	-28%	256%
SPECIFICA DEGLI IMMOBILIZZI MATERIALI					
	anno			variazione annua	
valori:	1998	1999	2000	99 - 98	00 - 99
Terreni e fabbricati	741.624	741.269	799.536	0%	8%
Impianti e macchinari	390.578	405.608	513.404	4%	27%
Attrezzature	108.059	103.387	116.961	-4%	13%
Altre immobilizzazioni materiali	60.499	59.058	59.355	-2%	1%

Tab. 4 - Situazione economica (valori medi - euro)

SITUAZIONE E ANDAMENTO DELLE VENDITE E DEI COSTI					
	anno			variazione annua	
valori:	1998	1999	2000	99 - 98	00 - 99
Ricavi di vendita	10.632.268	11.409.020	11.214.884	7%	-2%
Costi totali	11.136.438	12.297.890	11.866.224	10%	-4%
SPECIFICA DEI COSTI					
	anno			variazione annua	
valori:	1998	1999	2000	99 - 98	00 - 99
Costo materia prima acquistata o conferita	9.895.178	10.697.710	10.285.638	8%	-4%
Costo servizi e spese	805.346	1.112.849	1.015.090	38%	-9%
Costo personale	435.913	487.331	565.496	12%	16%

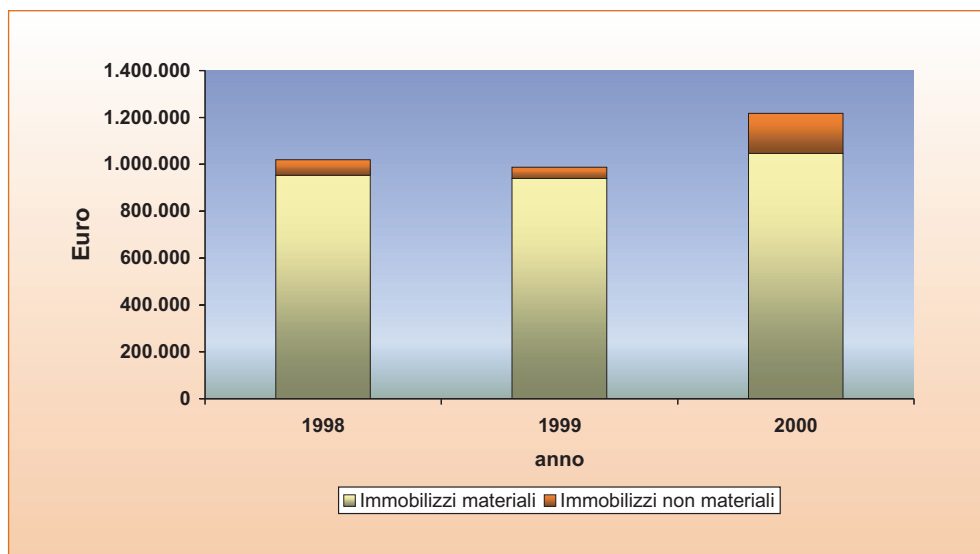


Fig. 1 - Composizione degli immobilizzi

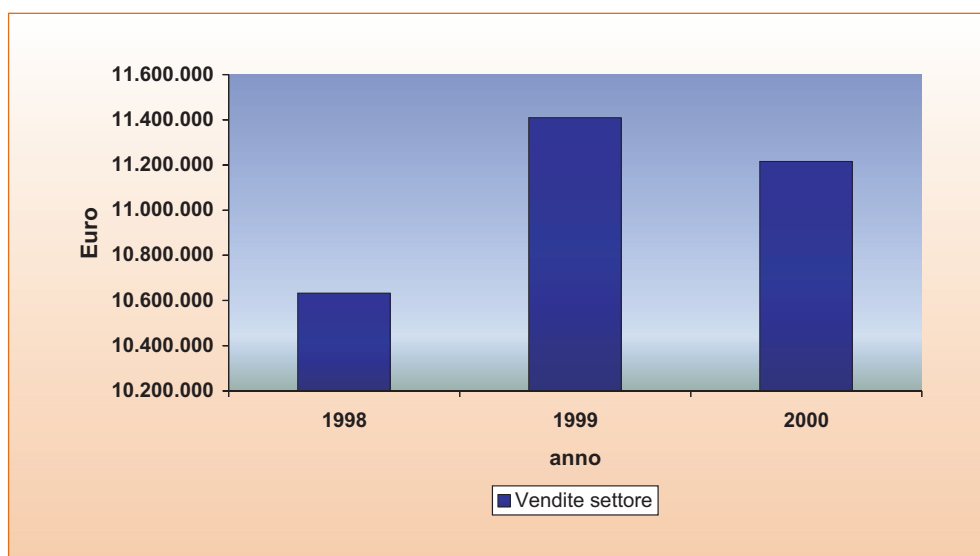


Fig. 2 - Situazione delle vendite

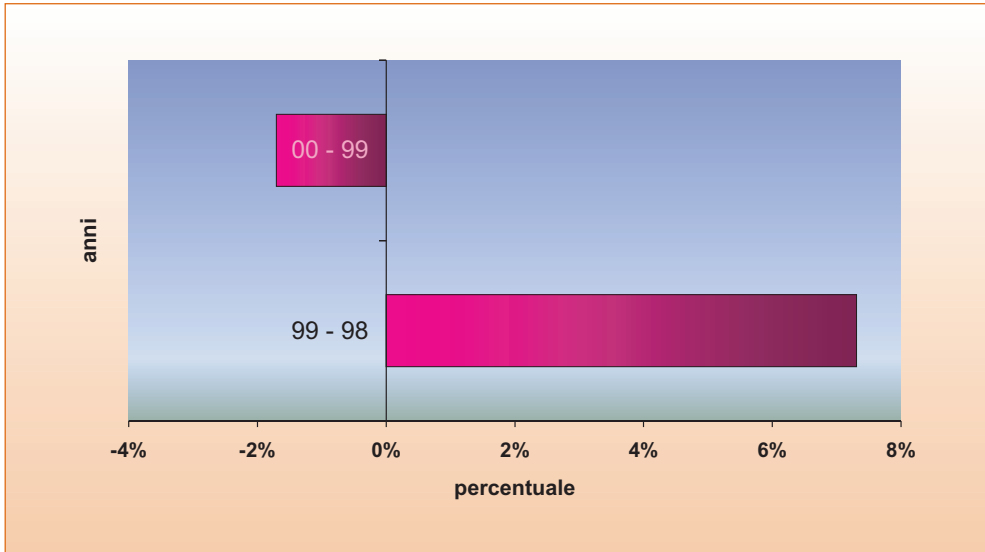


Fig. 3 - Variazione annuale delle vendite del settore

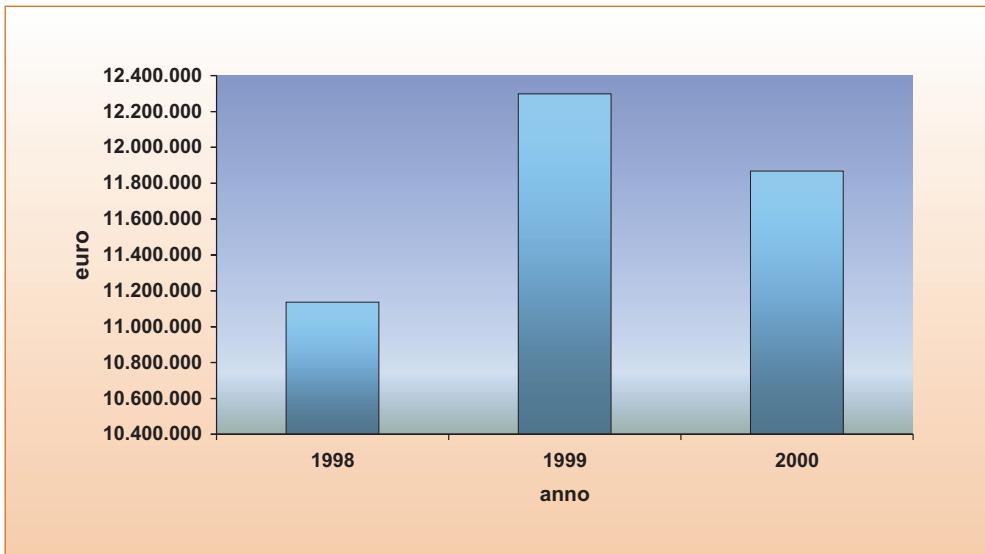


Fig. 4 - Situazione dei costi

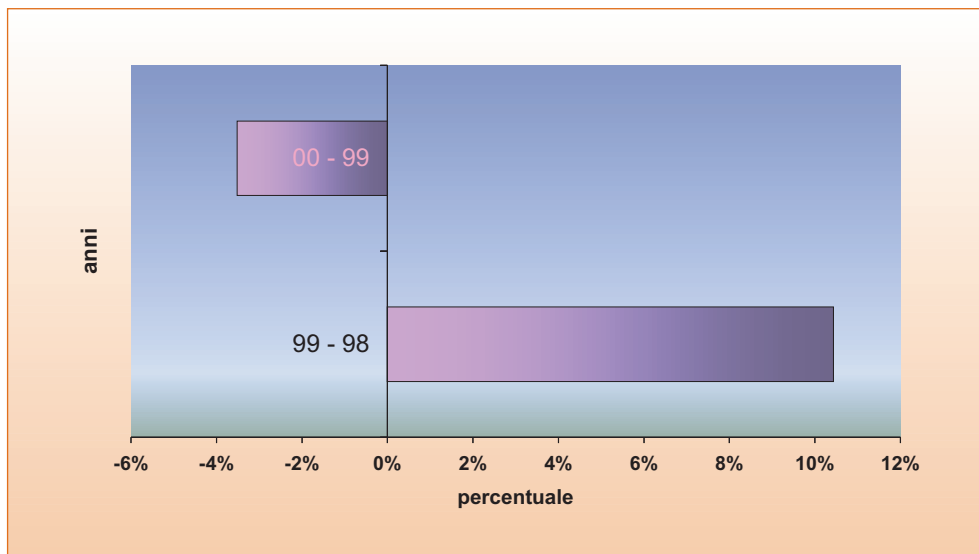


Fig. 5 - Variazione annuale dei costi del settore

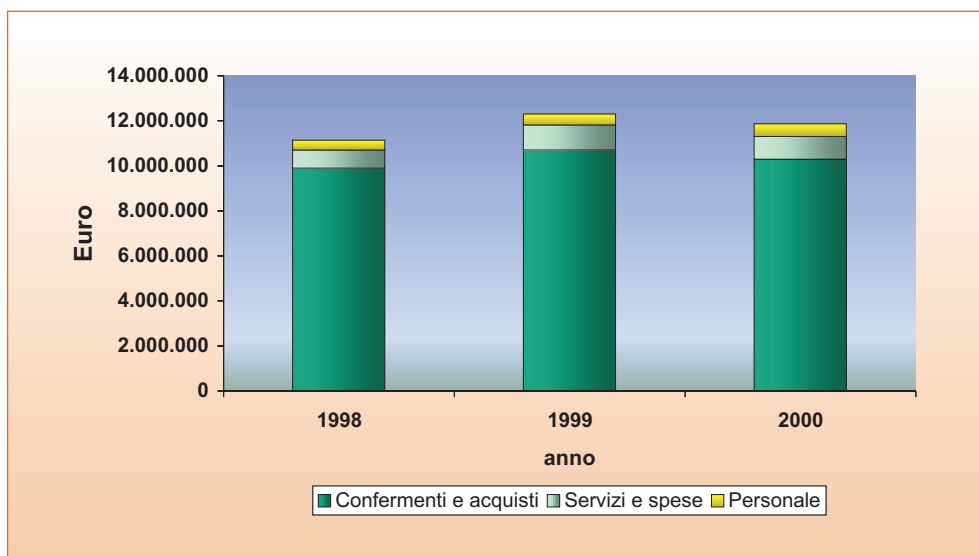


Fig. 6 - Composizione dei costi del settore

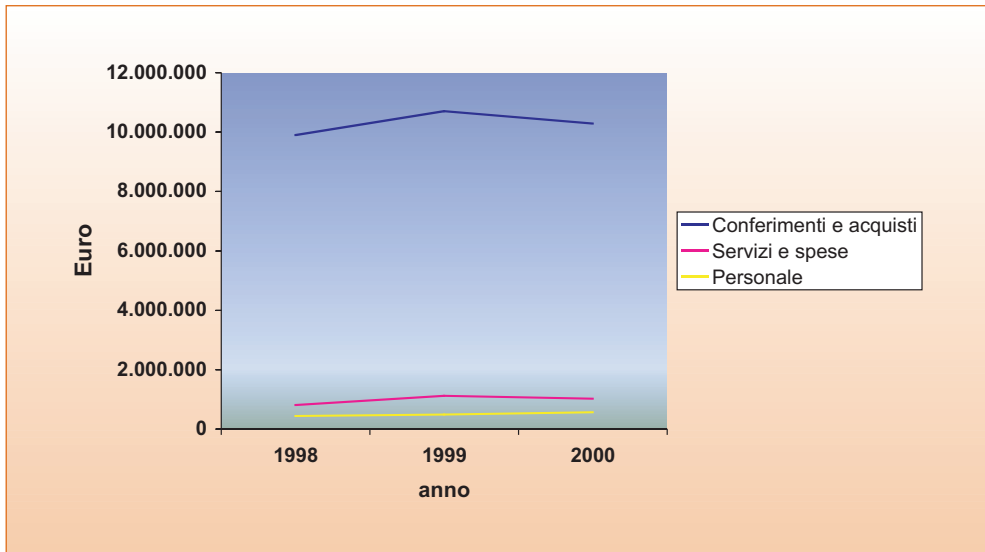


Fig. 7 - Confronto tra i costi

ALLEGATO N. 3

QUESTIONARI PER LA RILEVAZIONE DEL RÉSEAU

VENETO AGRICOLTURA PANEL ORTOFRUTTA

Rilevazione maggio 2002

CATEGORIA:

Commerciante all'ingrosso

Cooperativa

O.P.

Altro: _____

PER LE TRE SPECIE PRINCIPALI

• Quale è la specie ortofrutticola più importante (la seconda, la terza), sotto l'aspetto dell'incidenza sul fatturato totale dell'azienda: _____

Incidenza di questa specie sull'ultimo fatturato: _____%

• Per questa specie, come sono andati per la vostra azienda i prezzi di vendita dell'ultima campagna, rispetto a quella precedente?

aumentati stabili diminuiti non so

quanto, in %? _____ quanto, in %? _____

• E i vostri prezzi di acquisto o di liquidazione, come sono andati nell'ultima campagna, sempre rispetto a quella precedente?

aumentati stabili diminuiti non so

quanto, in %? _____ quanto, in %? _____

• Sempre per questa specie, come sono andate per la vostra azienda le vendite (in termini di quantità vendute) nell'ultima campagna, rispetto a quella precedente?

aumentate stabili diminuite non so

quanto, in %? _____ quanto, in %? _____

• E pensando al mercato in complesso, a livello regionale, come è andata la produzione nell'ultima campagna, rispetto a quella precedente?

aumentata stabile diminuita non so

quanto, in %? _____ quanto, in %? _____

- Cosa si può prevedere per la prossima campagna, come produzione regionale, rispetto alla campagna appena terminata?

aumento stabilità diminuzione non so
 quanto, in %? _____ quanto, in %? _____

- Avete richiesto finanziamenti alla Regione nell'ultimo anno?

SÌ
 NO

- Se sì, a che cosa erano finalizzati ?

Capannoni
 Celle
 Impianti
 Veicoli
 Logistica/attrezzature per il magazzino
 Formazione del personale
 Altri _____

- Li avete ottenuti?

SÌ
 NO, la domanda è stata respinta
 la decisione non è ancora stata presa

- Quali sono le problematiche più importanti che stanno emergendo nel vostro settore?

SCHEDA ANAGRAFICA

Azienda _____

Via _____

Località _____ Comune _____

Prov. _____ CAP _____ Tel _____ Fax _____

Intervistato _____ Ruolo _____

Indirizzo di posta elettronica: _____

- Dimensione del fatturato aziendale (in milioni di euro)

0-5	<input type="checkbox"/>	1	26-50	<input type="checkbox"/>	4
6-10	<input type="checkbox"/>	2	51-100	<input type="checkbox"/>	5
11-25	<input type="checkbox"/>	3	oltre 100.	<input type="checkbox"/>	6

VENETO AGRICOLTURA PANEL ORTOFRUTTA

Rilevazione settembre 2002

CATEGORIA:

Commerciante all'ingrosso

Cooperativa

O.P.

Altro: _____

PER LE TRE SPECIE PRINCIPALI

• Quale è la specie ortofrutticola più importante (la seconda, la terza), sotto l'aspetto dell'incidenza sul fatturato totale dell'azienda: _____

Incidenza di questa specie sull'ultimo fatturato: _____%

• Come sta andando la produzione a livello regionale, rispetto alla campagna precedente?

aumentata stabile diminuita non so

quanto, in %? _____ quanto, in %? _____

• Per questa specie, come stanno andando per la vostra azienda i prezzi di vendita, rispetto alla campagna precedente?

aumento stabilità diminuzione non so

quanto, in %? _____ quanto, in %? _____

• E i vostri prezzi di acquisto o di liquidazione, come stanno andando, sempre rispetto alla campagna precedente?

aumento stabilità diminuzione non so

quanto, in %? _____ quanto, in %? _____

• Quali sono le problematiche più importanti che stanno emergendo nel vostro settore?

SCHEDA ANAGRAFICA

Azienda _____

Via _____

Località _____ Comune _____

Prov. _____ CAP _____ Tel _____ Fax _____

Intervistato _____ Ruolo _____

Indirizzo di posta elettronica: _____

• Dimensione del fatturato aziendale (in milioni di euro)

0-5	<input type="checkbox"/> 1	26-50	<input type="checkbox"/> 4
6-10	<input type="checkbox"/> 2	51-100	<input type="checkbox"/> 5
11-25	<input type="checkbox"/> 3	oltre 100.	<input type="checkbox"/> 6

VENETO AGRICOLTURA PANEL ORTOFRUTTA

Rilevazione febbraio 2003

CATEGORIA:

Commerciante all'ingrosso

Cooperativa

O.P.

Altro: _____

PER LE TRE SPECIE PRINCIPALI

• Quale è la specie ortofrutticola più importante (la seconda, la terza), sotto l'aspetto dell'incidenza sul fatturato totale dell'azienda: _____

Incidenza di questa specie sull'ultimo fatturato: _____%

• Come sta andando la produzione a livello regionale, rispetto alla campagna precedente?

aumentata stabile diminuita non so
quanto, in %? _____ quanto, in %? _____

• La specie in esame è oggetto di stoccaggio? SI

NO

• Se sì, le quantità stoccate in magazzino sono

minori del previsto normali maggiori del previsto non so
quanto, in %? _____ quanto, in %? _____

• Per questa specie, come stanno andando per la vostra azienda i prezzi di vendita, rispetto alla campagna precedente?

aumento stabilità diminuzione non so
quanto, in %? _____ quanto, in %? _____

• E i vostri prezzi di acquisto o di liquidazione, come stanno andando, sempre rispetto alla campagna precedente?

aumento stabilità diminuzione non so
quanto, in %? _____ quanto, in %? _____

• Sul vostro fatturato dell'ultimo anno, che incidenza hanno avuto approssimativamente le vendite all'estero?

_____ % non so

• Sul mercato nazionale, quale è stata approssimativamente la ripartizione del vostro fatturato per canale commerciale nell'ultimo anno?

	%
distribuzione moderna	_____
grossisti	_____
industria di trasformazione	_____
cooperative/organizzazioni produttori	_____
piccolo dettaglio	_____
altro _____	_____
TOTALE	100

- Quale è stata approssimativamente la ripartizione dell'approvvigionamento per fornitore nell'ultimo anno? %

produzione propria	_____
agricoltori soci (per le coop)	_____
agricoltori (non soci)	_____
cooperative socie (per le coop)	_____
cooperative (non socie)	_____
grossisti	_____
altro _____	_____
TOTALE	100

- Avete fatto investimenti di rilievo nell'ultimo anno? SI
NO

- Se si, di quale tipo? (sono possibili più risposte)

Capannoni	<input type="checkbox"/>	Formazione del personale	<input type="checkbox"/>
Celle	<input type="checkbox"/>	Altri _____	<input type="checkbox"/>
Impianti	<input type="checkbox"/>	Altri _____	<input type="checkbox"/>
Veicoli	<input type="checkbox"/>	Non so	<input type="checkbox"/>
Logistica/attrezzature per il magazzino	<input type="checkbox"/>		

- Quali investimenti avete programmato per l'anno in corso? (sono possibili più risposte)

Capannoni	<input type="checkbox"/>	Formazione del personale	<input type="checkbox"/>
Celle	<input type="checkbox"/>	Altri _____	<input type="checkbox"/>
Impianti	<input type="checkbox"/>	Altri _____	<input type="checkbox"/>
Veicoli	<input type="checkbox"/>	Non so	<input type="checkbox"/>
Logistica/attrezzature per il magazzino	<input type="checkbox"/>		

- Quali sono le problematiche più importanti che stanno emergendo nel vostro settore?

SCHEDA ANAGRAFICA

Azienda _____

Via _____

Località _____ Comune _____

Prov. _____ CAP _____ Tel _____ Fax _____

Intervistato _____ Ruolo _____

Indirizzo di posta elettronica: _____

- Dimensione del fatturato aziendale (in milioni di euro)

0-5	<input type="checkbox"/>	1	26-50	<input type="checkbox"/>	4
6-10	<input type="checkbox"/>	2	51-100	<input type="checkbox"/>	5
11-25	<input type="checkbox"/>	3	oltre 100.	<input type="checkbox"/>	6

ALLEGATO N. 4

RÉSEAU ORTOFRUTTA ANALISI QUESTIONARI MESE DI MAGGIO 2002

1. Premessa

Per “réseau d'impresa” si intende un gruppo permanente di riflessione fra Pubblica amministrazione e società economica e produttiva, che si pone come interfaccia fra strutture amministrative e sistema delle imprese. Il réseau diventa così un vero e proprio tavolo di discussione, per lo scambio di opinioni e la raccolta di problemi e domande di servizio e/o di intervento espresse dagli operatori.

In questo caso, l'organizzazione del réseau ha richiesto l'individuazione di un numero significativo di testimoni privilegiati nelle filiere e nelle aree più rappresentative del settore ortofrutticolo veneto con l'obiettivo di disporre di imprese che secondo i problemi individuati diventino un punto di osservazione per proposte coordinate con i tempi di possibili interventi di carattere istituzionale.

Il réseau d'impresa è formato al momento dalle nove OP riconosciute nel Veneto, da sei commercianti all'ingrosso e da tre cooperative, che sono state anche i protagonisti di due distinti focus group. Successivamente ai componenti del réseau sono stati inviati i questionari, i cui risultati sono illustrati nei punti successivi che, compilati a scadenze prefissate e significative per l'andamento della campagna ortofrutticola (maggio, settembre e febbraio), dovrebbero permettere di valutare l'andamento della campagna nel Veneto e di dare vita a un rapporto stabile tra operatori e Pubblica Amministrazione, da cui trarre utili indicazioni per indirizzare l'azione regionale a favore del settore. La valutazione dei questionari sarà accompagnata da dei focus group (gruppi di discussione) per meglio interpretare i dati raccolti e soprattutto le problematiche sottostanti.

2. Tipologie aziendali

I questionari sono stati inviati a diciotto aziende, ma soltanto dodici hanno risposto. La maggiore adesione all'iniziativa è venuta dai commercianti (5), seguono le organizzazioni di produttori (4) e quindi le cooperative (3). Si tratta di aziende con fatturato (*fig. 1*) compreso tra 11 e 25 miliardi, che operano sia nel campo della frutta che degli ortaggi, con rapporti tra le due specie molto variabili, che tendono però ad una evidente specializzazione in uno dei due comparti. Nell'ordine (*fig. 2*) le mele sono commercializzate da otto aziende, le pere da cinque, le pesche e le nettarine da quattro e la fragola da tre. Il radicchio e le insalate sono gli ortaggi più commercializzati (*fig. 3*).

La mela viene commercializzata da otto aziende su dodici, cui seguono le pere in cinque e le pesche in quattro. Il radicchio è l'ortaggio più commercializzato dalle imprese intervistate (4 su 12).

L'incidenza media sul fatturato della diversa frutta e degli ortaggi è riportata nella tabella che segue:

Tab. 1. - Incidenza media su fatturato aziendale

FRUTTA	Aziende	Inc.media%
Pesche e nettarine	4	13,00
Mele	8	43,13
Ciliegie 2001	1	40,00
Pere	5	24,88
Kiwi	2	20,12
Fragola	3	23,47
Melone	1	10,00
ORTAGGI	Aziende	Inc.media%
Carote	1	8,00
Radicchio - insalate	4	12,50
Cicoria	1	n.d.
Pomodoro	1	8,00
Spinaci	1	4,40
Cipolotti, cipolle	2	7,30

3. Analisi per prodotto

Per la frutta la maggior parte delle aziende intervistate ha registrato un aumento dei prezzi di vendita (*fig. 4*), mentre per gli ortaggi l'andamento non è stato omogeneo, anche se prevale la tendenza alla diminuzione (*fig. 5*). A fronte dell'andamento dei prezzi, le quantità di frutta vendute dalle aziende (*fig. 6*) presentano situazioni contrastante: salvo alcune azien-

de che per tutti i tipi registrano un aumento, la maggioranza presenta, invece, una situazione di stabilità/diminuzione soprattutto per pere, mele e pesche; per contro, l'andamento delle vendite di ortaggi è stato generalmente positivo salvo che per gli spinaci e le carote (*fig. 7*). L'andamento dei prezzi di acquisto riflette bene i ricarichi, senza entrare nel merito dell'entità, che giustificano l'andamento di quelli di vendita salvo per il radicchio, dove l'andamento di quelli di vendita pare non sia state sempre correlato con quelli di acquisto, che segnano in più casi un aumento (*fig. 8 e 9*).

Con riferimento alle mele, la frutta più commercializzata dalle imprese intervistate, l'andamento dei prezzi nell'ultima campagna è stato crescente, con quantità vendute prevalentemente stabile, ma con tendenza all'aumento (*fig. 12 e 13*).

4. L'andamento della produzione regionale

I giudizi sull'andamento della produzione regionale di frutta e ortaggi (*fig. 10 e 11*) non sono molto significativi in quanto la percezione delle diverse aziende (soprattutto per la frutta) varia da azienda ad azienda, mentre per certi ortaggi i pareri sono abbastanza concordi sul prevalere di una situazione di aumento/stabilità (insalata e cicoria, carote). Questa incertezza sulle quantità prodotte mette in evidenza la necessità di un monitoraggio più preciso a livello regionale, reso più difficile dai flussi provenienti da altre regioni.

5. Richieste di finanziamento e problemi evidenziati

Le aziende che hanno presentato domanda alla Regione per ottenere finanziamenti destinati ad investimenti in impianti o immobili sono il 41% (5 su 12), di cui sono beneficiarie prevalentemente le OP.

Tab. 2 - Richiesta Finanziamenti regionali

	FinSi	FinNo
Commercianti ingrosso	1	4
Cooperative	1	2
Organizzazioni produttori	3	1

I problemi sollevati dalle imprese intervistate sono comuni a tutte le tipologie aziendali: alcuni sono legati al prodotto (qualità e tracciabilità), altri al mercato (difficoltà di rapporti con la GDO), altri ancora, particolarmente sentiti dalle imprese cooperative, vengono individuati nell'invecchiamento della base produttiva che porta alla lenta, ma inesorabile, obsolescenza degli impianti.

6. Osservazioni

Queste schede sono un esempio del flusso di informazioni diretto alla Pubblica Amministrazione e agli operatori che possono essere ottenute dal réseau. In questo caso si tratta di informazioni che arrivano in ritardo, perché non è stato facile ottenere una risposta pronta dalle imprese intervistate, tuttavia si ritiene che questo primo esempio possa dimostrare l'utilità dell'iniziativa dell'Osservatorio economico di Veneto Agricoltura.

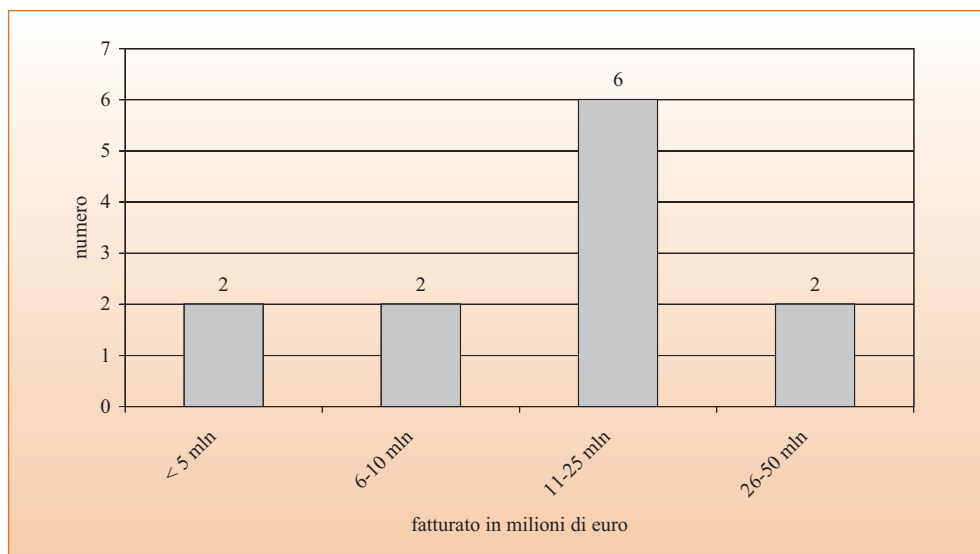


Fig. 1 - Aziende per classi di fatturato (milioni di euro)

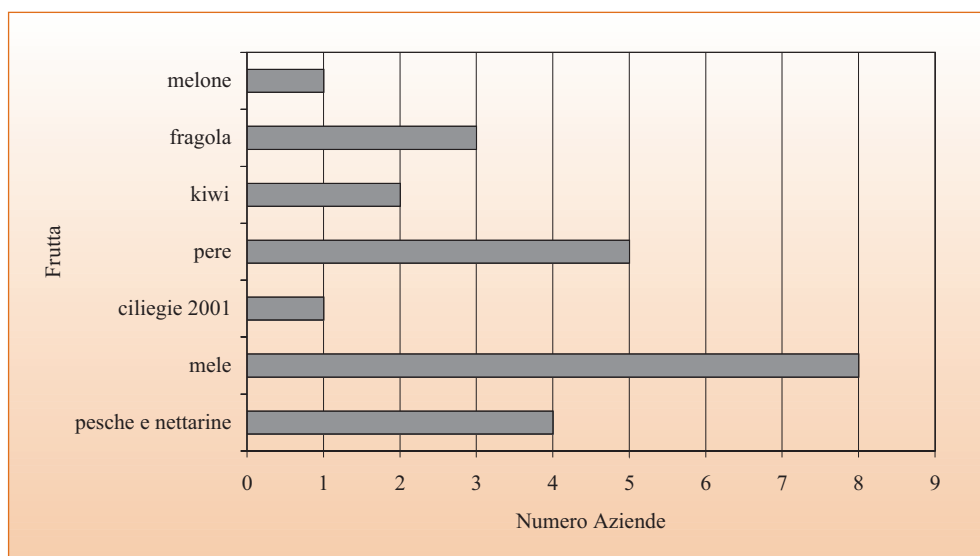


Fig. 2 - Aziende per tipo di frutta commercializzata

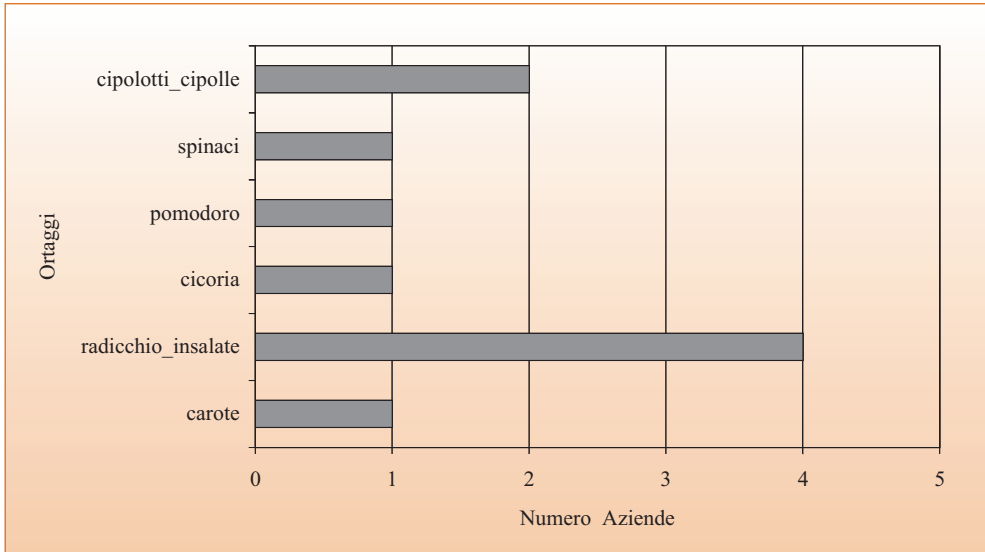


Fig. 3 - Aziende per tipo di ortaggi commercializzati

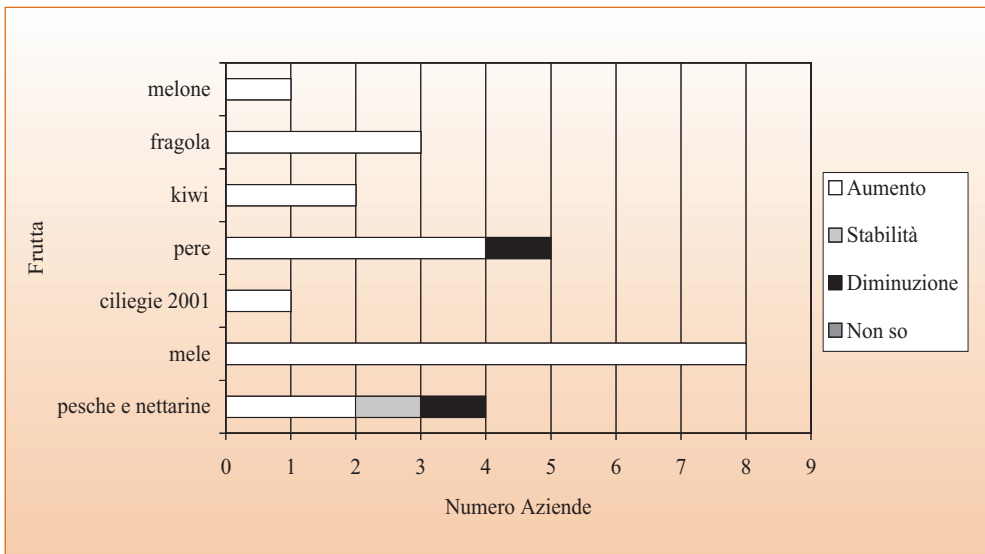


Fig. 4 - Andamento prezzi vendita frutta nell'ultima campagna

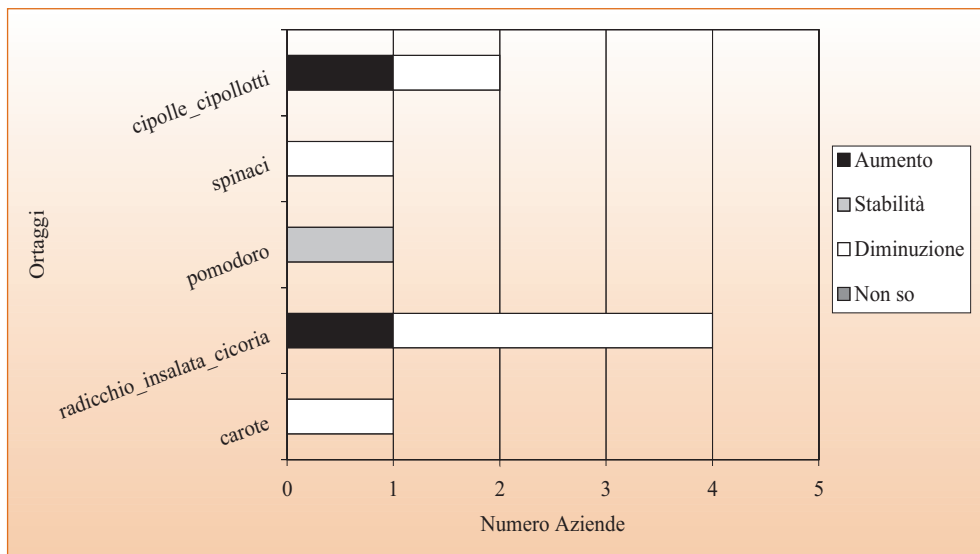


Fig. 5 - Andamento prezzi vendita ortaggi nell'ultima campagna

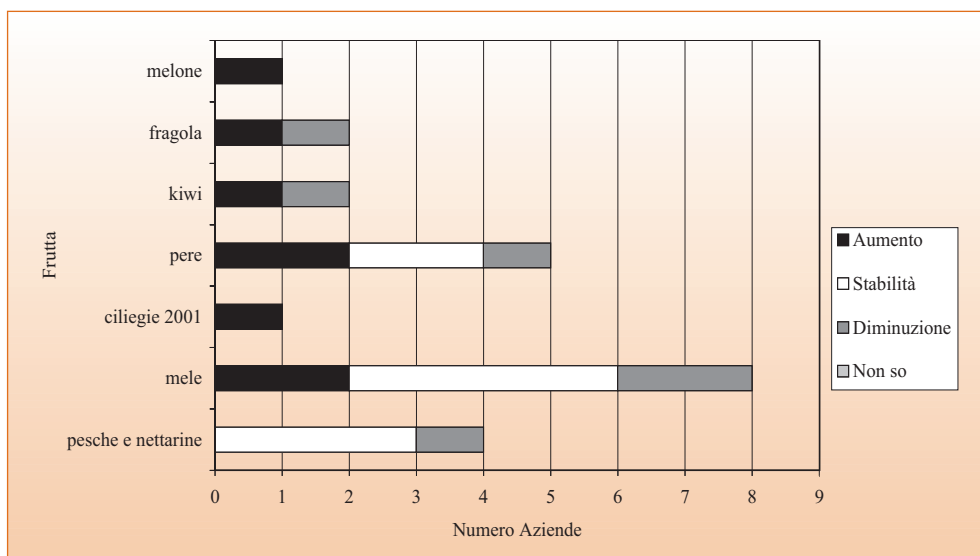


Fig. 6 - Andamento quantità vendute frutta nell'ultima campagna

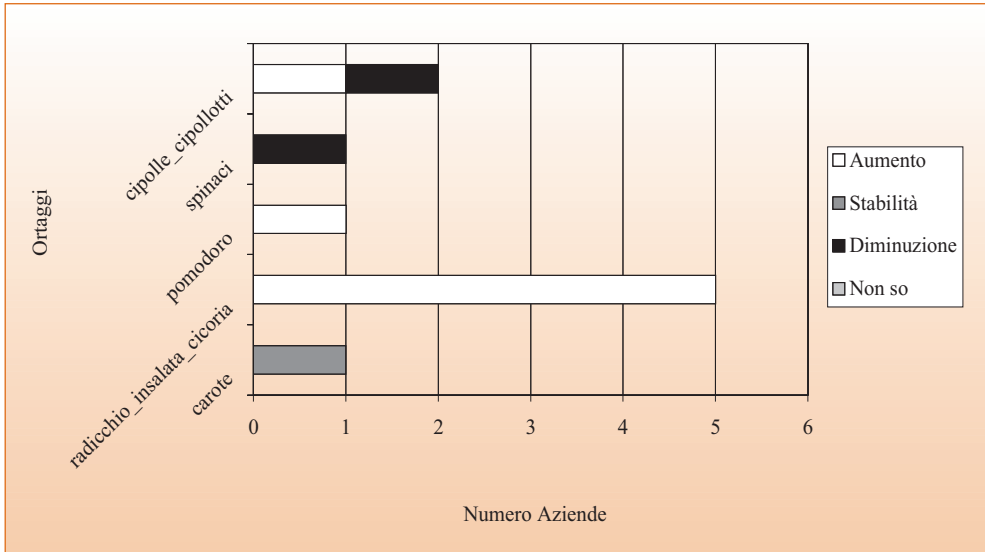


Fig. 7 – Andamento quantità vendute ortaggi nell'ultima campagna

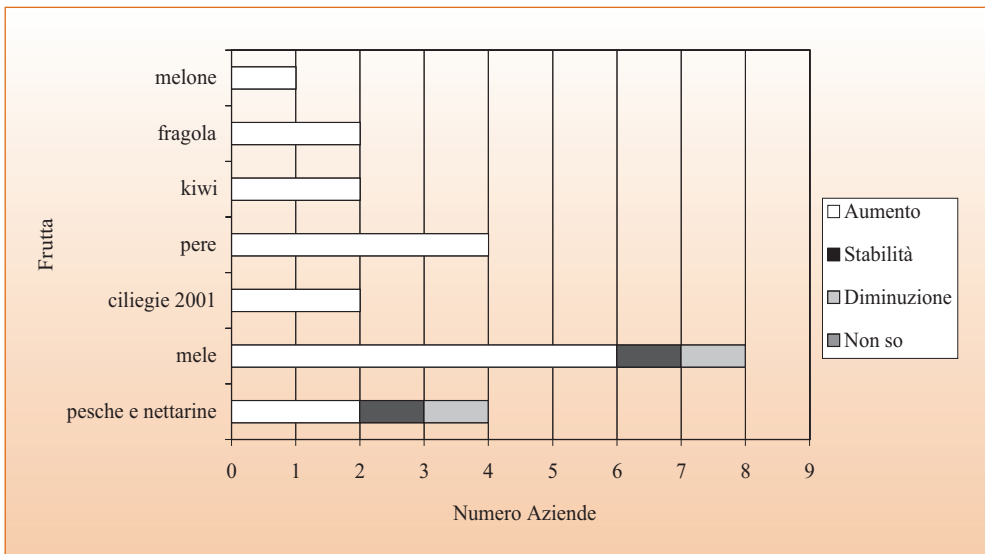


Fig. 8 – Andamento prezzi di acquisto frutta dell'ultima campagna

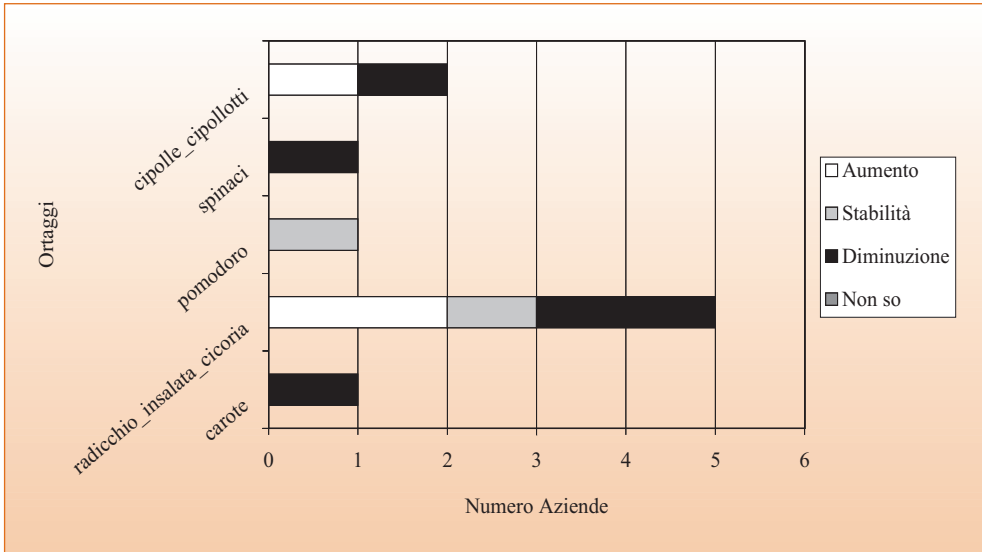


Fig. 9 – Andamento prezzi acquisto ortaggi nell’ultima campagna

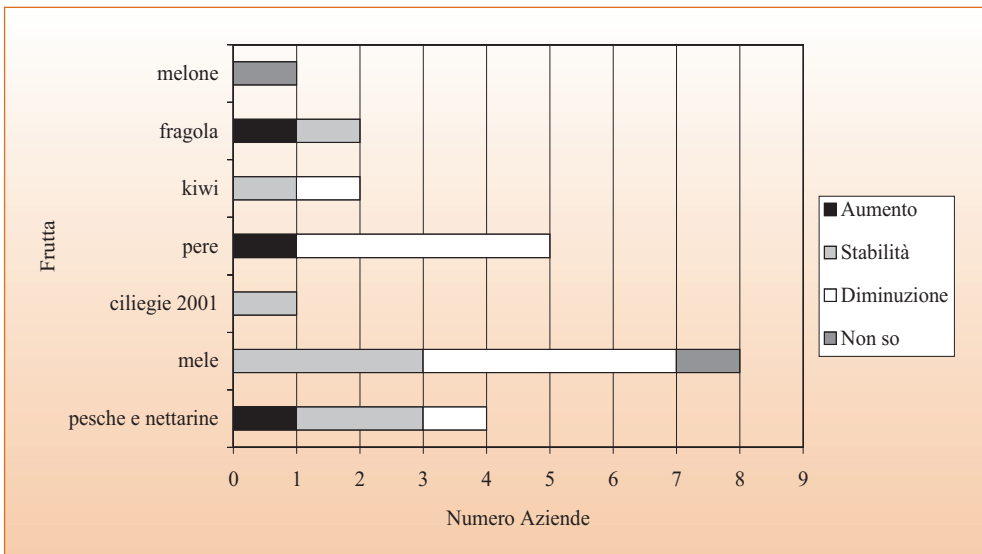


Fig. 10 – Andamento produzione reg.le frutta nell’ultima campagna

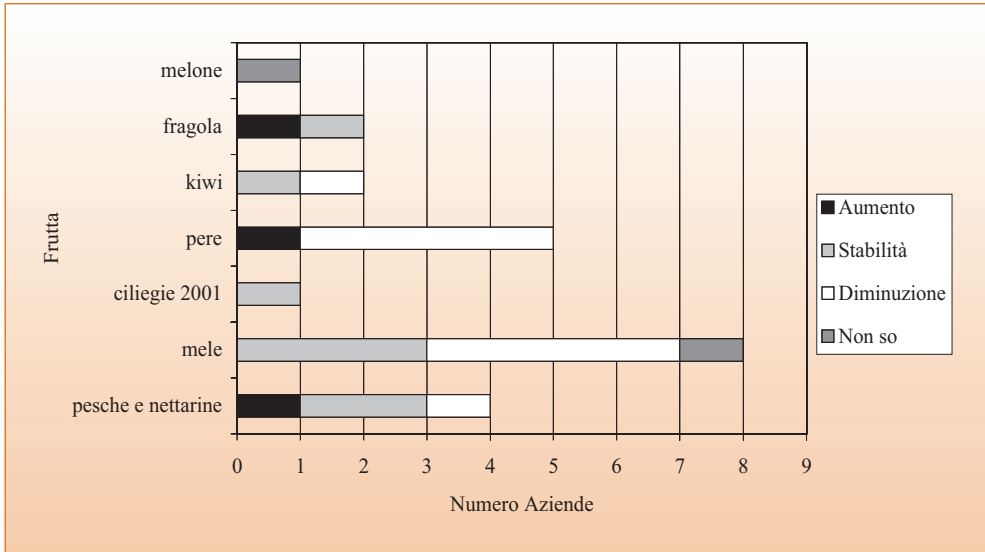


Fig. 11 – Andamento produzione reg.le frutta nell'ultima campagna

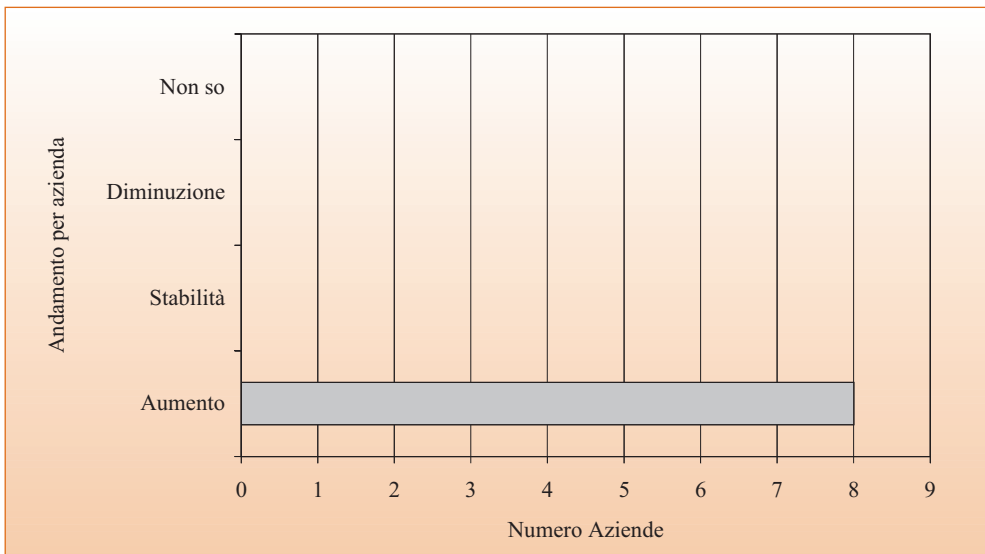


Fig. 12 – Andamento prezzi di vendita mele nell'ultima campagna

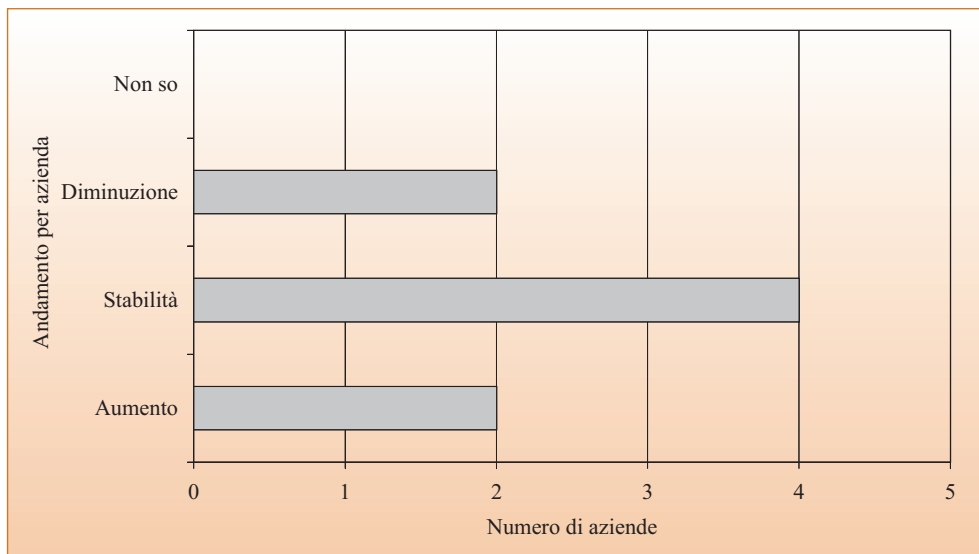


Fig. 13 – Andamento quantità vendite di mele nell'ultima campagna

ALLEGATO N. 5

FOCUS GROUP SVOLTO A LEGNARO IL GIORNO 11.12.2001

1. Partecipanti

Hanno partecipato al focus group i direttori di sei cooperative ortofrutticole del Veneto, quattro di queste riconosciute come Organizzazioni di Produttori (OP) e le altre aderenti ad OP. Si tratta di cooperative di dimensioni importanti attive, generalmente, nei comparti sia della frutta che degli ortaggi.

2. Andamento della produzione e del mercato

L'ultima annata ha visto una produzione decisamente scarsa per quanto riguarda le principali specie frutticole della zona: dalle mele alle pere, dal kiwi alle pesche.

Gli operatori intervistati hanno parlato di riduzioni nell'ordine del 20-30%, per pere e mele, rispetto all'anno precedente.

Questo andamento produttivo non si è manifestato solamente in Veneto, ma anche a livello nazionale e addirittura a livello di Unione europea nel suo complesso (si è registrato un calo di circa il 10% a livello europeo per pere e mele, addirittura del 25% per i kiwi).

Le cause di questa situazione sono state attribuite soprattutto a fattori di tipo fisiologico (una normale alternanza della capacità produttiva delle piante e del terreno, dopo una annata di forte produzione).

Al contrario, gli eventi climatici di determinate aree, come per esempio una grandinata, risultano poco rilevanti e non variano in misura significativa il prodotto complessivo, nell'ottica di una sempre maggiore globalizzazione del mercato.

Contemporaneamente al suddetto andamento dei volumi di produzione, i prezzi di vendita, dopo un decennio o quasi di crisi, soprattutto per mele e kiwi, hanno beneficiato di un incremento rilevante, in virtù di un normale effetto del rapporto fra domanda e offerta, ora sbilanciato a favore della prima componente per molte specie (soprattutto frutticole).

I partecipanti al focus hanno accennato ad aumenti di prezzo del 20-25% per le pere rispetto all'anno precedente, del 50-60% per le mele, con punte intorno al +100% per il kiwi.

Il differenziale tra costi e ricavi è attualmente di 150 lire/kg per le mele, dopo un decennio di margini negativi.

A volte, è stato affermato, si producono quantitativi elevati, e questo comporta cadute di prezzo tali da non compensare l'incremento di incasso

dovuto alla vendita di quantitativi maggiori. In altri termini, converrebbe produrre quantità minori, in quanto l'incasso globale sarebbe superiore, grazie ai prezzi unitari più elevati, a fronte peraltro di costi minori, attribuibili alla produzione e alla movimentazione di entità più ridotte.

Le quotazioni di mercato hanno assunto intonazioni positive anche per quanto riguarda i prodotti orticoli (sono stati citati in modo particolare il pomodoro da industria e il melone, nonostante per quest'ultimo il mercato si sia andato appesantendo nel corso degli anni, per l'ingresso costante di nuove imprese appartenenti a diverse regioni italiane – si tratterebbe soprattutto di aziende orientate a entrare e uscire dal settore a seconda della redditività del momento).

Nel caso degli ortaggi, tuttavia, l'incremento delle quotazioni è stato meno sostenuto in confronto a quanto è avvenuto per la frutta (in media, +15%). È stato citato in modo specifico l'aumento di prezzo del radicchio rosso di Treviso (da 6.000 a 7.500 lire).

In sintesi, il livello di soddisfazione per l'attuale situazione di mercato è buono, ma gli operatori intervenuti si sono dichiarati coscienti del fatto che si tratta di una fase congiunturale, che prevedibilmente non potrà proseguire a lungo.

Per quanto riguarda la prossima annata, infatti, le previsioni tracciate indicano che difficilmente i prezzi saranno sul livello delle attuali quotazioni, a fronte di un probabile aumento dei volumi produttivi, dopo lo scarso raccolto dell'anno in corso.

Il problema potrebbe essere in parte evitato da chi ha produzioni precoci, in grado di entrare sul mercato quando ancora i magazzini saranno vuoti e il mercato potrà avere ancora buone intonazioni (prima dell'arrivo delle mele trentine e altoatesine).

3. I marchi di tipicità

Un'opinione su cui tutti i partecipanti si sono trovati d'accordo è la differenza delle quotazioni che caratterizzano il prodotto IGP in confronto alle corrispondenti merceologie non IGP, con un rapporto di prezzi quantificato in circa 8 a 1. Inoltre, i prodotti IGP hanno fino ad ora dimostrato una stabilità decisamente superiore, per quanto riguarda le quotazioni di mercato, grazie agli investimenti sulla valorizzazione: anche negli anni di crisi, il radicchio IGP ha continuato ad ottenere prezzi di mercato assolutamente soddisfacenti.

Una discussione vivace si è invece sviluppata a proposito di qualità delle merceologie DOP o IGP. Secondo alcuni, la qualità di diversi prodotti che non hanno il contrassegno DOP o IGP non avrebbe nulla da invidiare ai corrispondenti prodotti che possono vantare il marchio di tipicità. È stato nuovamente citato il radicchio rosso di Treviso (circa 6.000 tonnellate di produ-

zione/anno), in confronto ad altri tipi di radicchio che si producono in provincia di Venezia, di Verona o in altre province (circa 50.000 tonnellate all'anno).

Il plus che può vantare il prodotto IGP è il controllo di qualità effettuato dagli enti certificatori, dai nuclei repressione frodi, ecc... Al consorzio di tutela è stata affiancata una organizzazione associativa che segue la commercializzazione e che pianifica e controlla la produzione. Nel caso dei prodotti non IGP, ciò non si verifica e la produzione non è assolutamente protetta, per esempio dalla concorrenza estera. Si verifica quindi una gestione che è stata definita anarchica.

Il problema è che per chiedere e ottenere l'indicazione geografica protetta, occorre seguire un complesso iter, avere strutture che compiano questo percorso, ecc... Non a caso, l'iniziativa relativa all'attuale radicchio rosso trevigiano è partita nel 1979.

D'altra parte, ottenere la denominazione di origine o l'indicazione geografica protetta significa poter disporre di rilevanti finanziamenti dall'Unione Europea (100% delle iniziative promozionali, 50% per quelle pubblicitarie), con cui sviluppare l'immagine, la notorietà del marchio, ecc... Si tratta di opportunità estremamente interessanti, a fronte dei piani regionali i cui finanziamenti sono stati definiti incerti ("non si sa mai se e quando arriveranno").

È stata auspicata la diffusione di marchi IGP o DOP a livello unitario (regionale), per non disperdere energie e mezzi.

Sono però stati sottolineati fenomeni speculativi, sia in riferimento al radicchio rosso di Treviso, sia all'asparago bianco, con prezzi che per i produttori vedono una netta distinzione tra IGP e prodotto non IGP, mentre tale distinzione viene a sfumarsi negli stadi successivi.

4. Il rapporto con gli operatori a valle

Rispetto al prezzo finale al consumo (per esempio, 2.500 lire/kg per le mele) al produttore spetta oggi una quota piuttosto contenuta, secondo i pareri raccolti (solo 800 lire/kg, nel caso delle mele), in confronto alle quote ascrivibili invece agli operatori commerciali.

Attualmente, l'80% abbondante nella produzione viene ceduta a grossisti (la restante quota è in gran parte attribuibile a vendite dirette alla grande distribuzione, caratterizzate da una migliore marginalità).

L'atteggiamento nei confronti dei commercianti all'ingrosso, da parte dei dirigenti della cooperazione interpellati, non è comunque negativo, in quanto si ammette che il grossista riveste una sua precisa funzione di intermediazione commerciale. Sostituire il commerciante all'ingrosso, da parte dei produttori, significherebbe assumerne le funzioni, con tutti gli investimenti e le difficoltà a ciò connesse.

Affrontare direttamente la distribuzione moderna, per esempio, significa accettare le sue richieste di servizi, le esigenze rigide in termini di tempestività e puntualità di consegne, di partecipazione finanziaria alle varie iniziative promozionali, ecc.

Nel caso del melone, è stato citato il fatto che la cooperativa locale non è in grado di superare il limite dei quattro mesi di offerta (da giugno a settembre), mentre al dettaglio moderno il prodotto viene proposto per un periodo ben più lungo (da febbraio a novembre).

È quindi stata individuata la necessità non tanto di sostituire il grossista, quanto di arrivare a gestirlo, mentre ora il mondo produttivo è spesso gestito dal commerciante all'ingrosso. Quest'ultimo vanta un potere contrattuale rilevante, legato anche al fatto che il produttore si trova a dover vendere in determinati momenti il prodotto.

Inoltre, è stata ribadita l'utilità, per la cooperazione, di arrivare al mercato finale con almeno una quota di produzione, in quanto ciò consente di avere meglio il polso della situazione.

Solitamente, il grossista è complice dei trend dei prezzi all'origine, in quanto cerca di sfruttare il fatto che il produttore, pur di vendere, accetta cifre sottocosto. Il commerciante all'ingrosso subisce invece i prezzi finali, ma dai relativi trend negativi è in grado di uscire con minori danni, rispetto alle cooperative, avendo strutture più agili e un più contenuto livello di costo.

Nel corso del focus group è stata citata più volte la necessità di rafforzare i progetti di filiera. Le cooperative e le organizzazioni dei produttori indirizzano le scelte degli associati, ma si trovano poi a convivere con una realtà esterna di dimensioni ben maggiori, dove la gestione del mercato è del tutto anarchica.

Relativamente però alla opportunità di trasformare direttamente il prodotto agricolo (con propri impianti di trasformazione), i pareri sono stati piuttosto diversificati: i rari esempi disponibili sembrerebbero indicare grosse difficoltà nel chiudere i bilanci in attivo. Qualcuno ha specificato tuttavia che questo risultato non sarebbe fisiologico e inevitabile, e che gestire parte della trasformazione potrebbe portare a un aumento del potere contrattuale verso l'industria a cui viene ceduta la restante parte di prodotto da trasformare.

La gestione diretta della trasformazione da parte dei produttori e delle loro cooperative richiederebbe, comunque, investimenti da non sottovalutare. Anche per questo motivo, alcuni dei partecipanti hanno dichiarato di ritenere opportuno che i centri ortofrutticoli cooperativi mantengano la loro attuale funzione, limitandosi alla valorizzazione dei prodotti conferiti dagli associati.

5. Il processo di concentrazione

Un aspetto che è affiorato frequentemente nel corso della discussione, è costituito dalla necessità di aggregazione in strutture di dimensioni significative, con funzioni anche di coordinamento commerciale, a fronte di settori clienti che incrementano sempre più le loro dimensioni operative.

L'attuale frammentazione della struttura produttiva ortofrutticola impedisce ai produttori di realizzare un fronte comune, di creare un organismo in grado di affrontare gli operatori immediatamente a valle della filiera in una situazione di sufficiente potere contrattuale (che in fondo potrebbe essere legato al fatto che il prodotto è in mano ai produttori, non agli anelli successivi della filiera). Il problema è che a volte si assiste al trend opposto, ossia a un processo di separazione di nuclei dalle cooperative o dalle associazioni di appartenenza.

Sono tuttavia emerse anche le difficoltà che ogni iniziativa finalizzata alla concentrazione si trova a fronteggiare. Una di queste è senza dubbio il forte individualismo del mondo agricolo, legato in parte al marcato campanilismo che caratterizza le comunità rurali.

Altri problemi sottolineati sono connessi alle difficoltà nel creare linee di pensiero comuni tra presidenti, direttori e consigli di amministrazione di diverse cooperative. È quanto si è verificato, del resto, nel settore cerealicolo, sempre in Veneto.

6. La ristrutturazione tecnica

Anche sotto l'aspetto tecnico, la ristrutturazione (rinnovo impianti, ammodernamento stabilimenti, ecc.) sta avvenendo a ritmi piuttosto lenti, sia per l'elevata età di gran parte dei produttori ("difficile pianificare investimenti per l'innovazione, quando la base associativa se ne sta andando"), sia per il fatto che gli ultimi anni (a parte quello in corso) non sono stati caratterizzati da margini economici interessanti.

Inoltre, le risorse finanziarie sono state impiegate in molti casi per sopravvivere in anni di crisi, non per innovare.

La carenza di ammodernamenti tecnici e di innovazione viene inevitabilmente a ripercuotersi sulla qualità del prodotto e dei servizi che vengono offerti ("come è possibile valorizzare la produzione, con strutture inadeguate?"). In alcuni casi, risulta difficoltoso tenere il passo con le richieste dei distributori più organizzati.

Il già citato problema demografico (età media avanzata che caratterizza i produttori ortofrutticoli veneti, a fronte di un ricambio generazionale contenuto, in quanto mancano le nuove leve) comporta, inevitabilmente, stimoli ridotti a investire, a intraprendere strategie di innovazione, a cambiare le ottiche aziendali.

Del resto, l'invecchiamento della base produttiva è anche il risultato di anni e anni in cui i margini economici erano inesistenti, se non negativi, e di un trend di mercato sempre molto incerto.

7. L'atteggiamento generale verso la cooperazione

Un dibattito piuttosto vivace si è sviluppato attorno alle caratteristiche che oggi dovrebbe avere la cooperazione nel settore agricolo: per un intervistato, per esempio, l'anima vera della cooperazione verrebbe mantenuta solo se si rimane nei limiti di accordi pluriennali tra cooperativa e produttore associato, per poter fare affidamento su una base stabile, per ottenere un maggior coinvolgimento dei soci alle iniziative e alle strategie poste in essere dalla cooperativa stessa.

Per un altro interlocutore, invece, è ammissibile anche un'ottica maggiormente congiunturale, con contratti da stipulare di anno in anno, a seconda delle esigenze delle due parti (cooperativa da un lato, produttore agricolo dall'altro). Si tratterebbe dell'unico modo per allargare la base associativa, in direzione degli agricoltori che non sarebbero disponibili a far parte di un accordo pluriennale.

In merito al rapporto tra organizzazioni dei produttori e cooperative, è stato affermato da parte di alcuni partecipanti che le OP non riusciranno mai a sostituire, dal punto di vista commerciale, quelle aziende cooperative che oggi funzionano. Devono essere le cooperative a rafforzarsi, quale perno dell'intero sistema; le OP dovrebbero limitarsi a coordinare i progetti di filiera e a legare tra loro diverse cooperative in una politica di mercato uniforme, evitando di commercializzare direttamente.

Si è visto che in molti casi, quando le OP si sono affacciate direttamente sul mercato, esse non sono state capaci di mantenere legami commerciali con i clienti delle singole cooperative, in quanto si trattava di rapporti estremamente personalizzati, spesso di amicizia, che consentivano la sopravvivenza dei produttori anche in annate di quotazioni pesanti.

D'altra parte, altri interlocutori hanno posto in evidenza il fatto che, in situazioni differenti, il dirigente commerciale dell'OP ha creato rapporti commerciali che le cooperative non avevano. Sarebbe quindi opportuno che almeno una parte della produzione venisse commercializzata direttamente dalle stesse organizzazioni dei produttori.

A rafforzamento di questa opinione, è emerso il problema della lentezza e della scarsa efficienza che spesso caratterizza il legame OP-cooperativa. Per esempio, nel caso del kiwi, una organizzazione veneta gestisce direttamente buona parte del prodotto che commercializza, in quanto il conferimento da parte del produttore è diretto. Ciò è reso possibile dalla capacità delle strutture di conservazione e di lavorazione, oltre che dalla capacità finanziaria con la quale viene anticipato ai conferenti il ricavato. In questo modo, l'organizzazione riesce a gestire la vendita diretta alla grande distribuzione. Se il rapporto con la base produttiva avvenisse tramite le cooperative, i tempi di decisione sarebbero molto più lunghi e inadatti a quanto richiede la distribuzione moderna (inoltre, "non si gestirebbe appieno la leva prodotto").

8. L'atteggiamento verso le politiche pubbliche

Nei confronti delle politiche attuate dalla regione Veneto, sono emersi alcuni pareri critici, che fanno riferimento soprattutto al fatto che l'Amministrazione Regionale ha scelto di applicare il regolamento che fissa ad un tetto, definito esageratamente basso (3,5 miliardi di lire), il limite minimo di Valore della produzione commercializzata (VPC) richiesto per ottenere il riconoscimento di OP. Ciò rischia di riprodurre nel tempo la situazione di polverizzazione di mercato, dal lato dell'offerta, individuata come una delle principali cause dei disagi di mercato vissuti nel corso dell'ultimo decennio. Una organizzazione di questa dimensione, è stato affermato, non può essere economica, non è in grado di mantenere un direttore, un manager commerciale, ecc.

Secondo gli intervenuti, è probabile che non si raggiungerà l'obiettivo di stimolare il mondo non cooperativo ad aggregarsi in organizzazioni, se queste erano le finalità della Regione; al contrario, si verificherà probabilmente una frammentazione dell'attuale cooperazione, con la fuoriuscita di parte delle attuali associazioni per la creazione di nuove OP

Questa linea politica rappresenterebbe un brusco cambiamento di rotta rispetto al precedente piano ortofrutticolo regionale (e anche rispetto alle politiche attuate da altre regioni, prima fra tutte l'Emilia Romagna).

L'attuale piano di sviluppo rurale, inoltre, sembra privilegiare maggiormente i soggetti esterni al mondo associativo.

Per quanto riguarda i contributi pubblici, è stata sottolineata la necessità che essi vengano concessi a chi effettivamente lavora in agricoltura, mentre attualmente i beneficiari sono anche soggetti che non possono essere considerati imprenditori agricoli. In diversi casi, i contributi sono stati distribuiti a pioggia, senza selezionare le aziende agricole che effettivamente avevano la possibilità di diventare competitive. Per ciò che concerne la fase della trasformazione, poi, il piano regionale ha stanziato fondi che sono stati convogliati in gran parte all'industria privata, e non alle iniziative cooperative.

Un aspetto su cui si è riscontrato l'accordo dei partecipanti è costituito dall'orientamento, da parte dell'Amministrazione regionale, a privilegiare le aziende che si trovano in filiera (il riferimento è un progetto recentemente presentato dall'assessore).

Infine, ampliando l'ottica di analisi dalla regione Veneto all'Europa, l'ipotesi di attuare un sistema di quote di produzione da parte dell'Unione Europea anche nel settore ortofrutticolo, è stata da diversi partecipanti considerata opportuna, per evitare il ripetersi di improvvisi aumenti produttivi e delle conseguenti crisi di mercato che hanno avuto effetti ingenti sulla redditività dei produttori. È stato però sottolineato che contemporaneamente occorre organizzare tutta la produzione: "un sistema di quote in un mercato non gestito dai produttori comporterebbe benefici poco rilevanti".

ALLEGATO N. 6

FOCUS GROUP SVOLTO A VERONA IL GIORNO 13.02.2002

1. Partecipanti

Al focus group hanno partecipato sette operatori all'ingrosso con sede nel Veneto.

Alcune delle imprese rappresentate trattano esclusivamente o quasi esclusivamente prodotti orticoli, altre aziende sono particolarmente concentrate sulle merceologie frutticole, altri operatori, infine, hanno una attività di tipo trasversale per quanto riguarda le specie orticole e frutticole.

La totalità delle aziende partecipanti si approvvigiona in Veneto e in altre aree.

Nella maggior parte dei casi, i mercati di sbocco appartengono sia al mercato nazionale, sia ai mercati esteri.

2. Andamento della produzione e del mercato

L'andamento del mercato descritto dagli operatori intervenuti si presenta piuttosto differenziato, a seconda delle categorie di prodotto che vengono considerate.

Nel caso delle principali specie frutticole, dopo alcuni anni negativi, culminati in un 2000 definito disastroso, il 2001 ha mostrato sia luci che ombre, con lotti di produzione fortunati e altri decisamente meno ("a volte, non si sono indovinati i prodotti giusti in fase di acquisto, con conseguente forte presenza di scarti ed effetti economici pesanti").

Per alcune specie orticole, come il radicchio in primo luogo, a un 2000 definito normale, ha fatto seguito un 2001 caratterizzato da un eccesso di prodotto offerto e da conseguenti prezzi al ribasso.

Per altri ortaggi, invece, è stato il 2000 a evidenziare eccessi di offerta e prezzi contenuti, mentre il 2001 ha fatto rilevare un miglioramento della situazione.

Dalla maggioranza degli intervistati, è stata posta in evidenza la difficoltà nel fare attualmente previsioni, sia perché la campagna di produzione è per molte specie ancora lontana dal suo termine, sia per il fatto che la situazione è piuttosto anomala, sotto l'aspetto delle temperature invernali ridotte e del basso livello qualitativo di tante partite di prodotto.

3. I prezzi all'origine e i prezzi all'ingrosso

In linea di massima, i trend dei prezzi di vendita sono strettamente collegati all'evoluzione dei prezzi di acquisto. In altri termini, i prezzi da grossista a dettagliante sono sostanzialmente assonanti con le quotazioni all'origine.

Un fattore in grado di creare sensibili divergenze tra i due parametri economici è costituito dalla quota di scarti. Partite di livello qualitativo basso risultano particolarmente rischiose, per la stabilità dei prezzi, in quanto obbligano il grossista ad applicare un ricarico forzatamente elevato sulla merce vendibile.

L'attuale situazione è caratterizzata da una consistente mole di problemi qualitativi su gran parte degli ortaggi, dovuti al freddo intenso dell'inverno appena terminato. Ai prezzi elevati all'origine si accompagnano la disinformazione del consumatore e un comportamento dei mass media orientato a creare scandali; tutto ciò ha avuto come conseguenza una serie di notizie altisonanti imperniate sull'eccessivo prezzo di vendita finale di diversi prodotti, comunicato come ingiustificato e come frutto di fenomeni speculativi.

Occorrerebbe una maggior formazione del consumatore, per indurre una domanda più centrata sui prodotti locali e su quanto le condizioni meteorologiche consentono di ottenere (“non ha senso acquistare le zucchine che provengono dalla Sicilia, per poi protestare per il loro prezzo elevato”).

Occorre poi considerare che per i prodotti che normalmente hanno un periodo di stoccaggio piuttosto lungo (per esempio, le mele), il gap tra i tempi di vendita e quelli di acquisto può produrre effetti diversificati, spesso non prevedibili (“in diversi mesi, può cambiare la situazione di mercato, può mutare il rapporto quantitativo tra domanda e offerta, ecc.”).

4. Il rapporto con gli operatori a monte

Il problema demografico in agricoltura (età media avanzata che caratterizza i produttori ortofrutticoli, ricambio generazionale molto contenuto) ha indotto parte degli intervistati a tracciare previsioni di lungo periodo piuttosto negative, sotto l'aspetto della disponibilità di materia prima, che potrebbe appunto diventare scarsa rispetto alle richieste, almeno in riferimento alla produzione locale.

Negli ultimi anni, pur con eccezioni relative ad alcuni periodi, si è invece riscontrata una superiorità dell'offerta rispetto alla domanda di materia prima a livello nazionale e in un'ottica internazionale. Questo ha contribuito ad innalzare il potere contrattuale sia della distribuzione al dettaglio nei confronti del grossista, sia da parte di quest'ultimo nei confronti dei produttori agricoli. Il commerciante all'ingrosso, peraltro, non incontra grosse difficoltà nel passare da fornitori locali a fornitori di altre regioni.

Su quest'ultimo passo, però, diversi sono stati i pareri in disaccordo. Il commerciante all'ingrosso, infatti, troverebbe significativi limiti nel concretizzare il suo potere negoziale verso le aziende agricole: tra i più rilevanti, sono affiorati la concorrenza con le cooperative (“quali contratti hanno i singoli agricoltori con la cooperativa e quanto sono vincolati rispetto ad un'eventuale decisione di uscita dalla cooperativa stessa?”), sia la presenza sempre più ingombrante delle piccole e piccolissime imprese di commercio all'ingrosso, prive di una vera e propria struttura aziendale, che spesso svolgono una concorrenza sleale.

Per quanto riguarda il primo fattore, per conquistare un'azienda agricola come fornitrice e sottrarla al conferimento alla cooperazione (“Verona è praticamente in mano alle cooperative, che raccolgono almeno il 50-60% delle mele e delle pere prodotte, nonostante si sia verificato un calo di fiducia che viene loro accordata”), è necessario applicare condizioni che possano essere considerate positive dal fornitore, e tra queste condizioni il prezzo è senz'altro il fattore predominante.

Non è infrequente che i commercianti all'ingrosso acquistino dalle stesse cooperative, soprattutto quando hanno la necessità di trattare un determinato prodotto poco reperibile su altri canali di acquisto (“è però quasi sempre un acquisto in perdita”, hanno sostenuto alcuni intervistati).

5. Il rapporto con gli operatori a valle

Attualmente, la maggior parte della produzione venduta è destinata alla distribuzione moderna.

Nel corso del focus group, sono affiorate ripetutamente le rigidissime richieste del dettaglio moderno, caratterizzato da esigenze ormai quasi insostenibili.

Il responsabile degli acquisti (buyer) pretende prezzi sempre al ribasso, ma contemporaneamente la merce deve essere sistemata e confezionata in modo perfetto, con notevoli ripercussioni sui costi di lavorazione. Oggi, questo vale anche per le catene di discount, che invece erano nate con un'ottica improntata a offrire prodotti e servizi in modo più essenziale.

La percezione del rapporto esistente con il dettaglio moderno è emerso con estrema chiarezza; l'affermazione “stiamo diventando dei semplici centralinisti per accogliere le loro richieste” ne è esemplificativa.

Il pesante potere negoziale di questi operatori deriva dalle normali leggi di mercato e, in modo particolare, dalle dimensioni dei loro acquisti, dalla forte incidenza sul portafoglio clienti del grossista, da una offerta che troppo spesso è superiore alla domanda.

A proposito di quest'ultimo aspetto, non si può trascurare la possibilità, da parte della GDO, di rivolgersi a fornitori di altri paesi (come Spagna, Grecia e Francia), per cui la situazione concorrenziale è ancora più pesante.

6. L'evoluzione del sistema concorrenziale nel settore in esame

Il contesto concorrenziale attuale è stato definito “spietato”: da un lato, le pressanti richieste della distribuzione moderna (già approfondite nel capitolo precedente), dall'altro le rigidità e i costi che caratterizzano lo svolgimento delle diverse attività aziendali. È stato citato il costo della manodopera, che ha una incidenza notevole sul prezzo di vendita finale. Per esempio, su un kg di prodotto dal prezzo di acquisto unitario esemplificato in 0,10 euro, il costo della successiva lavorazione e del confezionamento si aggira su 0,20 euro, in

conseguenza di una tariffa oraria di circa 14 euro (“più o meno 0,23 euro al minuto”, è stato sottolineato).

Più un prodotto parte da un prezzo all’origine ridotto, maggiori sono le difficoltà, per il commerciante, ad applicare un ricarico sufficientemente in linea con i costi di lavorazione. È questo il motivo per cui trend negativi dei prezzi all’origine creano comunque problemi anche all’operatore all’ingrosso.

Relativamente alla competizione con la cooperazione, il grossista, secondo i pareri raccolti, ha come punto di forza una maggiore capacità di ottimizzare l’efficienza degli addetti e soprattutto del proprio lavoro, per cui i costi delle cooperative sono notevolmente più elevati.

Una parte delle cooperative convoglia la produzione al commerciante all’ingrosso, invece di affrontare direttamente la distribuzione al dettaglio. Per la maggior parte delle piccole e medie imprese cooperative, il commerciante è quasi da considerare un ufficio vendita. Nel caso di alcune grandi cooperative, invece, esiste un vero e proprio ufficio commerciale all’interno che, è stato affermato, “è bene organizzato e funziona in modo adeguato”.

Sempre in riferimento alla cooperazione, sono affiorate critiche alla condizione agevolata in cui queste entità economiche si trovano, rispetto agli operatori privati: “dobbiamo essere messi in grado di lavorare alle stesse condizioni delle cooperative, che hanno sempre navigato nei finanziamenti pubblici, svolgendo una concorrenza in un certo senso sleale verso i commercianti privati”.

Un concorrente anomalo, rispetto a quelli tradizionali, è costituito dal trasportatore. Si tratta di un fornitore di servizi, un fornitore logistico, la cui importanza è andata progressivamente crescendo nel corso degli anni, rispetto al fornitore di prodotto: ora “è in grado di fare il commerciante, senza averne titolo, non effettua la compravendita ma è un intermediario di fatto”, naturalmente relativamente ai casi in cui questo operatore è organizzato e in grado di fare il cosiddetto groupage.

Il trasportatore organizzato ha alcuni punti di forza che sono una serie piuttosto vasta di conoscenze, la disponibilità di un centro di stoccaggio e di distribuzione, una buona efficienza logistica, ecc. Questi plus lo mettono in grado di far valere un significativo potere contrattuale e di raggiungere livelli di marginalità soddisfacenti.

7. Il processo di ristrutturazione aziendale e tecnica

Tra i principali mutamenti in atto nella struttura del commercio all’ingrosso dei prodotti ortofrutticoli, è stata sottolineata la cessazione dell’attività di un certo numero di imprese di medie dimensioni, le quali vengono sostituite da piccole unità commerciali, definite improvvisate, che hanno come punto di forza la capacità di lavorare a costi notevolmente contenuti. Ciò si verifica sia perché in molti casi viene impiegata manodopera familiare (con un monte ore giornaliero notevole), il cui costo è normalmente sottovalutato, sia per

una tendenza ad adottare tariffe molto contenute (5-5,5 euro all'ora, contro 13,5-14 euro orari che gli intervistati hanno indicato come il normale costo orario del lavoro).

I clienti principali di queste piccole e piccolissime attività sono le piccole e medie catene di distribuzione, spesso ad impronta locale o regionale (non essendo in grado di assumere il ruolo di fornitori della grandi catene nazionali del dettaglio moderno).

È una trasformazione che sta dequalificando l'intero settore, è stato affermato, e che crea dei fenomeni di sottoeconomie e delle sacche di lavoro nero.

La pressione concorrenziale svolta dalle piccole imprese a gestione familiare è particolarmente marcata nel caso delle fragole e delle ciliegie, prodotti per i quali l'apporto di manodopera è inevitabilmente forte.

La tendenza all'aggregazione tra operatori all'ingrosso e alla costituzione di forme associative potrebbe portare benefici, in termini di potere contrattuale verso i clienti della distribuzione moderna e soprattutto per quanto riguarda la capacità di dimensionare nel modo corretto l'offerta ("spesso, ci si presenta sul mercato con un 10% di prodotto in surplus rispetto alle richieste, e ciò provoca ripercussioni negative sul trend delle quotazioni di entità decisamente superiori").

Una possibile aggregazione, anche solo a livello commerciale, solleva però molte perplessità e incontra comunque forti vincoli nel diffuso individualismo e nella sensazione di rivalità che caratterizzano ogni operatore rispetto agli altri.

Opinioni decisamente negative sono state espresse a proposito di realtà come il CONERPO, esperienze che "hanno rovinato buona parte del commercio dell'ortofrutta"; "il trasportatore del CONERPO parte e fa il prezzo quando arriva a destinazione".

Piuttosto differenziate sono risultate le opinioni emerse a proposito della possibilità di adottare sistemi di lavorazione finalizzati al contenimento dell'apporto di forza lavoro. Secondo alcuni, i margini di innovazione e di cambiamento sono alquanto ristretti, dal momento che solo un addetto può ottenere risultati qualitativamente corrispondenti alle rigorose richieste della distribuzione moderna. Altri hanno invece citato paesi esteri in cui si è giunti a una più diffusa meccanizzazione e robotizzazione delle linee di lavorazione, con sensibili benefici in termini di costo complessivo del lavoro. È affiorata a titolo esemplificativo la aggregazione automatica dei prodotti in pallet.

In linea generale, è emersa la necessità di innovare e di aggiornarsi, sotto l'aspetto per esempio della certificazione di qualità, della rintracciabilità, ecc.

Un problema che però caratterizza l'innovazione tecnica è rappresentato dalle difficoltà finanziarie che si incontrano nell'affrontare i necessari investimenti, in presenza di mercati dalle condizioni instabili e frequentemente negative.

Il problema demografico che caratterizza non solo i produttori ortofrutticoli, ma gli stessi commercianti, con un ricambio generazionale contenuto, comporta stimoli ridotti a intraprendere iniziative di innovazione e di cambiamento delle strategie aziendali.

8. L'atteggiamento verso le politiche pubbliche

Una parte degli operatori intervenuti, nell'esprimere ipotetiche richieste all'Amministrazione regionale, si è concentrata esclusivamente sui finanziamenti necessari per sviluppare determinate strategie ("se ci accordano i finanziamenti, sappiamo noi come impiegarli e come risollevare la situazione").

Altri hanno invece espresso richieste più diversificate, in cui l'esigenza di ottenere finanziamenti è solo una componente di un insieme più composito ed evoluto di necessità poste in evidenza.

È affiorata per esempio l'esigenza di interventi di formazione e di assistenza in direzione di figure professionali difficili da reperire ed eccessivamente costose, come elettricisti e carrellisti.

Quello relativo alla manodopera è un tasto emerso come particolarmente importante e problematico in diversi momenti del focus group: è difficile reperire forza lavoro, in quanto gli italiani raramente accettano di svolgere determinate mansioni. D'altra parte, gli operai extra-comunitari devono essere formati "per lo meno per potere dialogare in italiano".

Alcuni partecipanti hanno affermato di sentire l'esigenza di un intervento della Regione che possa favorire e sostenere una formazione su tutte le funzioni dell'impresa, a partire dall'operaio per arrivare al dirigente, con vari mezzi di intervento (per esempio, borse di studio). È stato sostenuto che le aziende non sono in grado, per capacità, disponibilità di tempo e forza finanziaria, di organizzarsi e di investire risorse per la formazione del loro personale.

Un'altra richiesta che alcuni operatori vorrebbero rivolgere all'Amministrazione regionale riguarda i mezzi e le modalità con cui raggiungere un più elevato grado di industrializzazione, sotto l'aspetto informatico, tecnologico, delle linee di lavorazione e di confezionamento, ecc. L'obiettivo sarebbe quello di passare dalla classica figura del commerciante all'ingrosso a un profilo di azienda maggiormente organizzata e strutturata.

È poi affiorata la richiesta di ridurre il carico burocratico che caratterizza oggi ogni funzione aziendale ("per evadere tutte le pratiche, occorre assumere un esercito di impiegati, che rappresentano un costo sempre più rilevante senza nessuna ricaduta diretta sulla produttività aziendale"; "attualmente è tutto un cavillo, non ci si riesce più a muovere in azienda").

Se è vero che molte problematiche connesse all'eccessivo carico di burocrazia sono a livello nazionale (per esempio, la regolarizzazione della manodopera straniera), è altrettanto vero, è stato affermato, che la Regione potrebbe, comunque, intervenire e sarebbe in grado di apportare un buon contri-

buto in termini di semplificazione delle pratiche burocratiche.

Forti preoccupazioni sono affiorate a proposito della politica che il nuovo governo sta attuando in riferimento all'ingresso di lavoratori extra-comunitari (“gli unici disposti ad accettare attività basate su linee di lavorazione”), politica che sembra costruire significative barriere all'entrata.

Alcuni hanno poi accennato all'eccessivo onere della tassa sui rifiuti, mentre altri hanno manifestato l'esigenza di uscire da ambiti di mercato troppo ristretti sotto l'aspetto geografico. Per raggiungere questo obiettivo sarebbe necessario un aiuto dell'amministrazione pubblica, per affiancare e sostenere l'azione che ogni singola imprese vorrebbe sviluppare per affermare il suo marchio e la sua immagine.

Alcune critiche sono state espresse a proposito del nuovo mercato ortofrutticolo di Verona, le cui strutture sono state giudicate troppo costose e quindi di difficile ammortamento. La questione sembra evidenziare nuovamente “la distanza esistente tra forze politiche e aziende che operano concretamente sul mercato”. Per inciso, in linea di massima l'incidenza dell'attività svolta nei mercati all'ingrosso, sull'attività totale dei partecipanti al focus group, è piuttosto contenuta.

9. I finanziamenti pubblici

Per quanto riguarda i contributi finanziari pubblici, è stata ribadita la posizione privilegiata della cooperazione, a cui sono stati indirizzati (per alcuni in modo esclusivo) la maggior parte dei finanziamenti erogati (“abbiamo chiesto diverse volte dei finanziamenti, ma non li abbiamo mai ottenuti”).

Alcuni hanno però sottolineato la positività degli attuali sistemi di accesso ai finanziamenti, basati su graduatorie costruite considerando una serie di parametri, come per esempio la certificazione di qualità.

Per ciò che concerne il Piano di sviluppo rurale e i più recenti orientamenti da parte dell'Amministrazione regionale, è emersa in genere una scarsa conoscenza e, per alcuni, l'impressione che si sia voluto accontentare un po' tutte le categorie di operatori impegnati nella filiera agro-alimentare, con risultati che però rischieranno di essere insufficienti, data la scarsa efficacia che solitamente caratterizza le decisioni finalizzate “a non scontentare nessuno”.

In modo più concreto, un paio di operatori hanno accennato a un certo orientamento, da parte della Regione, a sostenere la produzione biologica, la quale tuttavia, a detta di molti partecipanti, è per ora una nicchia di dimensioni limitate. “Difficilmente il biologico supererà in futuro il limite del 6-7% del mercato globale dell'ortofrutta”, è stato affermato, mentre un interlocutore ha addirittura sostenuto che “il biologico è soltanto una truffa”.

In sintesi, l'opinione prevalente è riconducibile a un suggerimento da dare alla Regione, quello di evitare di dimenticarsi di tutta la produzione convenzionale, per favorire solo o soprattutto la nicchia del biologico.

È stato inoltre constatato che mentre il comparto vitivinicolo ha visto una costante attenzione da parte della pubblica amministrazione, non altrettanto può essere ripetuto per l'ortofrutta, per cui "è tempo di convogliare attenzioni e finanziamenti".

Alcuni accenni sono poi affiorati a proposito della situazione privilegiata in cui si trovano i produttori e i commercianti del Trentino Alto Adige, considerata una regione fortemente concorrente con riferimento a diverse specie frutticole.

Pubblicazioni edite da Veneto Agricoltura

TESTI A CARATTERE ECONOMICO

- *La filiera del biologico nel Veneto*, 1999, Settore Studi Economici di Veneto Agricoltura
- *Rapporto 1999 sulla congiuntura del settore agroalimentare Veneto*, 2000, in collaborazione con l'Osservatorio di Economia Agraria per il Veneto – INEA
- *Rapporto sul sistema agroalimentare del Veneto*, 2000, in collaborazione con l'Osservatorio di Economia Agraria per il Veneto – INEA
- *L'andamento del settore agroalimentare nel Veneto. Prime valutazioni per il 2001*, 2002, in collaborazione con l'Osservatorio di Economia Agraria per il Veneto – INEA
- *Il mercato della carne e del vino da agricoltura biologica nel Veneto*, 2002, in collaborazione con l'Università degli Studi di Padova
- *Rapporto 2001 sulla congiuntura del settore agroalimentare Veneto*, 2002, in collaborazione con l'Osservatorio di Economia Agraria per il Veneto – INEA
- *Analisi degli effetti della BSE sul mercato della carne bovina nel Veneto*, 2002, in collaborazione con l'Università degli Studi di Padova (solo in formato digitale)
- *Il sistema ortofrutticolo veneto: un modello in evoluzione*, 2002, in collaborazione con l'Università degli Studi di Parma
- *Rapporto 2003 sul sistema agroalimentare del Veneto*, 2002, a cura del Settore Studi Economici di Veneto Agricoltura
- *La filiera florovivaistica nel Veneto*, 2002, in collaborazione con l'Università degli Studi di Padova
- *L'andamento del settore agroalimentare nel Veneto. Prime valutazioni per il 2002*, 2002, in collaborazione con l'Osservatorio di Economia Agraria per il Veneto – INEA