

## 2 L'ANALISI DEI COMMERCianti E DEI PRODUTTORI OPERANTI NEI MERCATI AGROALIMENTARI

(Luca Lanini, Simona Barbieri, Simona Bertozzi, Renzo Rossetto)

### 2.1 GLI OPERATORI COINVOLTI NELL'INDAGINE

Sono stati intervistati 41 tra produttori e commercianti veneti. Sono state fatte loro domande relative alle dimensioni dei volumi, alla provenienza e destinazione delle merci trattate, alla tipologia dei fornitori e clienti e alle unità di trasporto utilizzate. Delle imprese intervistate 26 svolgono l'attività di commercianti e 15 l'attività di produttori.

Dal punto di vista della tipologia di impresa, dei commercianti intervistati 12 sono società di capitali e altrettante sono società di persone; solo 2 operatori sono delle ditte individuali. Per quanto riguarda i produttori invece, in 9 casi su 15 si tratta di cooperative e i rimanenti 6 operatori sono costituiti da Organizzazioni di Produttori.

Considerando gli aspetti strutturali, come evidenziato nella tabella 2.1, emerge un dato interessante: mentre i commercianti sono dotati di una maggiore superficie a magazzino e di vendita rispetto ai produttori, quest'ultimi hanno una superficie di lavorazione dei prodotti più che doppia rispetto ai commercianti, con una dotazione di celle refrigerate notevolmente superiore.

Tab. 2.1 - Dotazioni strutturali degli operatori intervistati

	Superficie magazzino (mq)	Superficie lavorazione (mq)	Superficie vendita (mq)	Celle refrigerate (mc)
Commercianti	118.609	15.392	9.981	138.724
Produttori	76.664	32.002	2.003	211.426

Fonte: nostra elaborazione su ns. indagine sul campo (questionari inviati in estate 2005).

Le 41 aziende che hanno risposto movimentano in totale circa 632.000 t di prodotto ortofrutticolo. In particolare:

- i commercianti ne trattano un totale di circa 272.000 t: i primi tre commercianti trattano poco meno del 50% dei volumi complessivamente scambiati, tra gli altri intervistati vi è una distribuzione abbastanza uniforme.
- i produttori sommano una quantità di 360.000 t. I primi tre produttori rappresentano più del 60% del totale dei volumi movimentati dagli intervistati.

L'analisi dei risultati verrà svolta considerando separatamente produttori e commercianti, nell'ultima parte verranno comparati i dati aggregati di produttori e commercianti relativamente ai flussi di merce in entrata-uscita e alle tipologie di clienti.

## 2.2 PROVENIENZA E FORNITORI DELLE MERCI DEGLI OPERATORI DEI MERCATI ORTOFRUTTICOLI VENETI

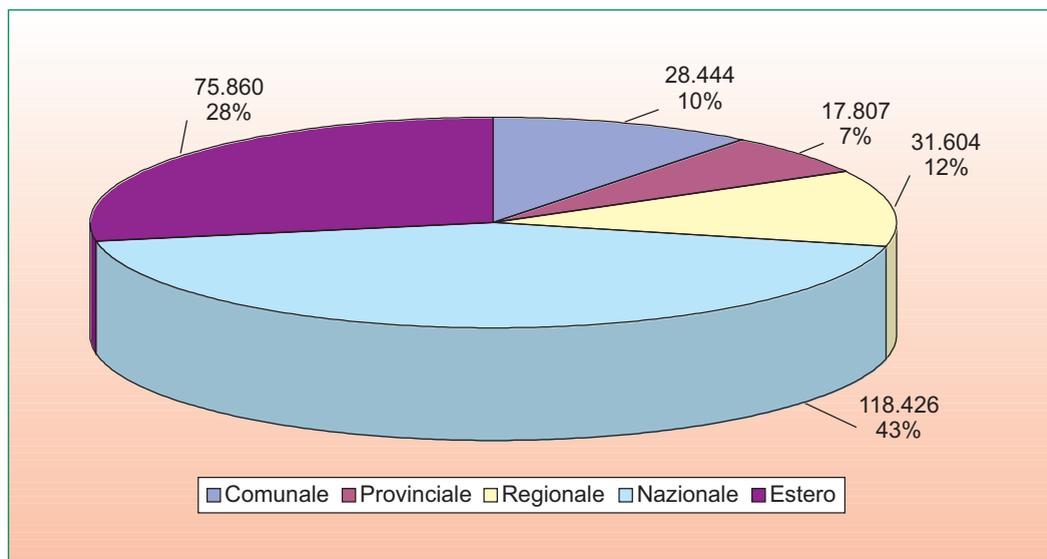
### Commercianti

I commercianti intervistati si approvvigionano prevalentemente al di fuori del territorio regionale: più del 71% della merce in entrata non è di produzione veneta. La merce proveniente da altre regioni italiane è circa il 43% del totale, mentre quella di provenienza estera rappresenta una quota del 28%. Della merce di provenienza regionale (29% circa), il 10% è prodotta all'interno dell'area comunale in cui opera il commerciante, il 7% proviene da un'area provinciale, e fuori provincia, ma all'interno della regione, il rimanente 12% (fig. 2.1).

Una parte importante dei volumi di provenienza nazionale è trattata da operatori situati nei Centri Agroalimentari di Verona e Padova.

I commercianti di dimensioni più piccole si approvvigionano prevalentemente a livello comunale, infatti quelli che acquistano più dell'80% della merce nell'area del comune sono di piccole dimensioni, mentre i grossi commercianti acquistano prevalentemente a livello nazionale e all'estero.

Fig. 2.1 - Provenienza della merce in entrata dei commercianti (valori in t e percentuali)

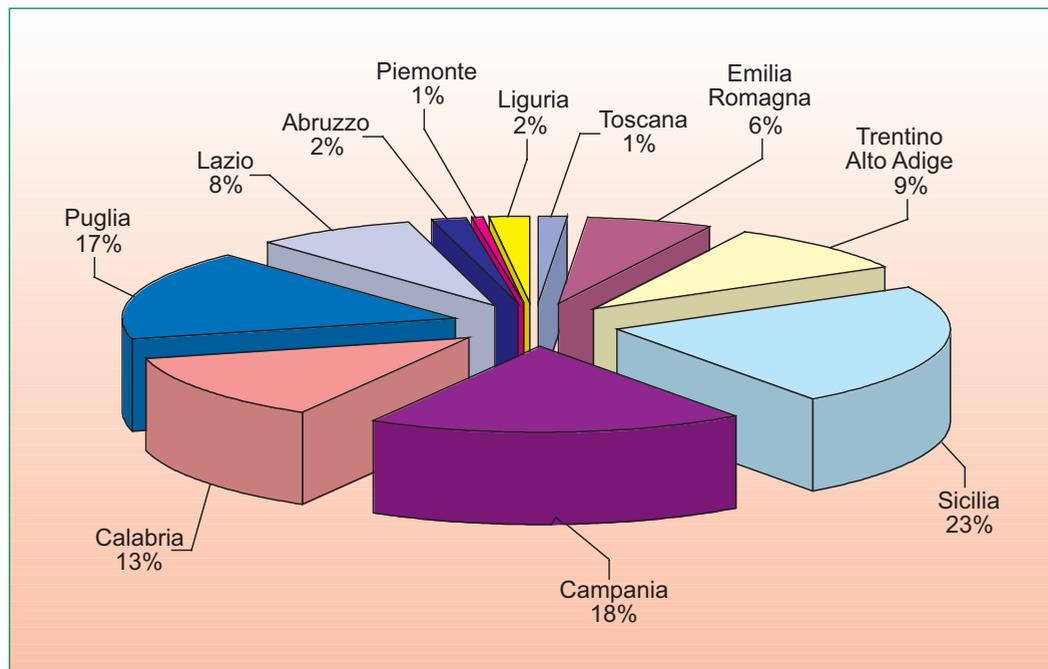


Fonte: nostra elaborazione su ns. indagine sul campo (questionari inviati in estate 2005)

Analizzando in dettaglio la provenienza della merce dalle altre regioni italiane (fig. 2.2), è utile ricordare che agli intervistati è stato chiesto di segnalare, in ordine di importanza, le prime 5 regioni dalle quali si approvvigionano. Possiamo innanzi-

tutto evidenziare il fatto che la merce proviene prevalentemente dal Mezzogiorno (71%), in particolare da Sicilia (23), Campania (18%) e Puglia (17%), seguito dal Nord (18%), soprattutto Trentino Alto Adige (9%). Residuale la merce proveniente dal Centro Italia (circa il 10%), prevalentemente dal Lazio (8%).

Fig. 2.2 - Dettaglio per regione della provenienza "Nazionale" delle merci in entrata dei commercianti



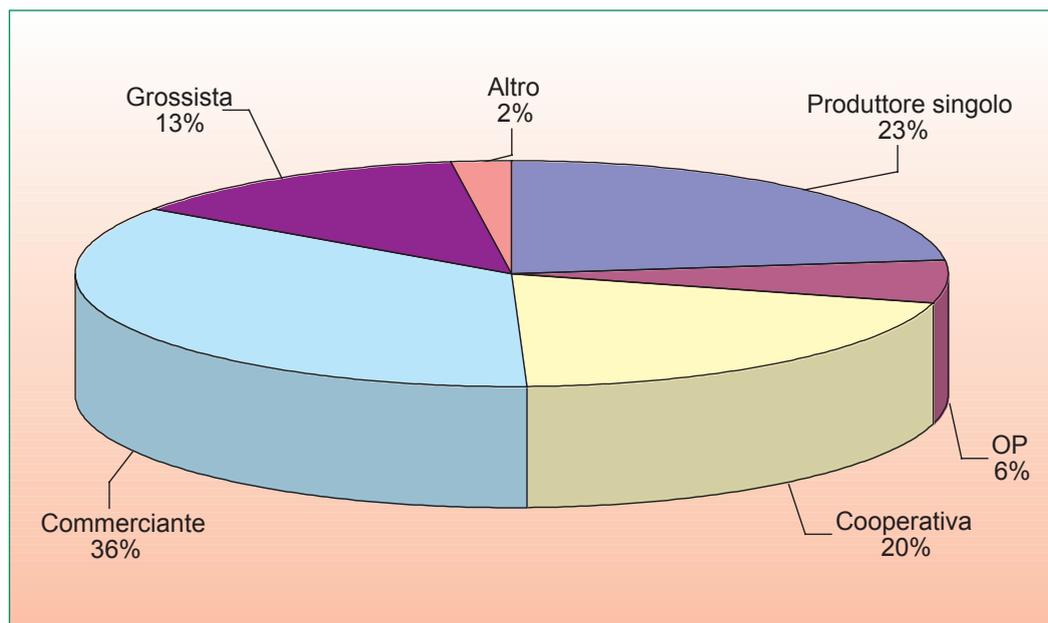
Fonte: nostra elaborazione su ns. indagine sul campo (questionari inviati in estate 2005)

Per quel che riguarda gli approvvigionamenti dall'estero, i commercianti intervistati dichiarano di rifornirsi per più del 95% nel territorio europeo. Le aree da cui provengono maggiormente le merci sono il Sud Europa (68%) e il Nord Europa (29%). La Spagna è il Paese dal quale i commercianti dichiarano di importare maggiormente (38.1000 t), seguono Olanda e Francia rispettivamente con circa 12.000 t e 9.400 t. Tra gli altri paesi da cui si riforniscono i commercianti segnaliamo Israele, da cui provengono circa l'1,5% delle merci, e il Sud America (Argentina e Cile).

Per quanto riguarda la "tipologia di fornitori", dalle risposte dei commercianti intervistati risulta che il 23% dei volumi viene acquistato presso produttori singoli, il 20% da cooperative, e solo un 6% viene fornito da OP: nel complesso i commercianti si riforniscono da produttori singoli o associati per una quota del 49% della merce trattata (fig. 2.3).

L'aspetto più interessante da notare è però che, poiché un altro 49% dei volumi di merce trattata viene fornito da altri commercianti (36%) o grossisti (13%), il prodotto arriva agli operatori dei mercati dopo aver già fatto sicuramente almeno un passaggio. I passaggi totali in questo caso sono quindi due: uno dal produttore al grossista/commerciante, e un altro da questo al commerciante operante all'interno del mercato ortofrutticolo.

Fig. 2.3 - I fornitori dei commercianti operanti all'interno dei mercati ortofrutticoli veneti (%)



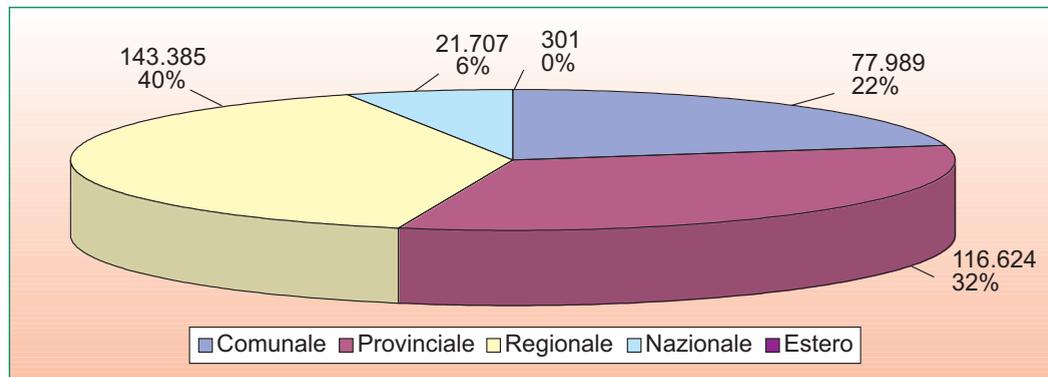
Fonte: nostra elaborazione su ns. indagine sul campo (questionari inviati in estate 2005)

L'unità di trasporto maggiormente utilizzata dagli intervistati è il bilico o semirimorchio (64% dei volumi), circa il 30% della merce viaggia invece in autocarro e il rimanente 6% con altre tipologie di mezzi; nessun commerciante utilizza una modalità di trasporto intermodale con container e casse mobili.

### ■■■ Produttori

Per quanto riguarda i produttori intervistati, dalla figura 2.4 si può notare che essi si approvvigionano prevalentemente all'interno della regione: infatti il 22% della merce è di provenienza comunale, il 32% provinciale e il 40% regionale. Nel complesso circa il 94% della merce trattata dai produttori è di origine veneta; solo un residuale 6% circa proviene da altre regioni italiane o dall'estero.

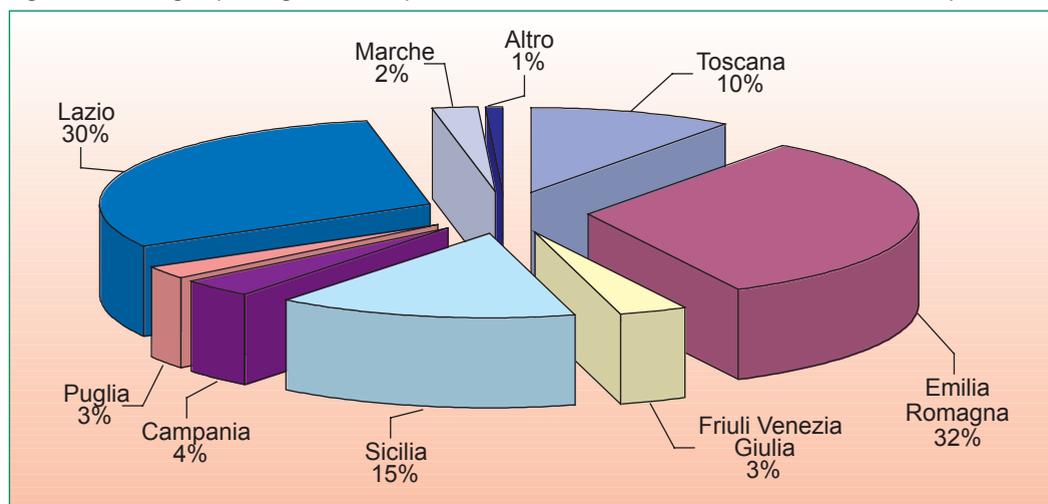
Fig. 2.4 - Provenienza della merce in entrata dei produttori (valori in t e percentuali)



Fonte: nostra elaborazione su ns. indagine sul campo (questionari inviati in estate 2005)

A livello nazionale, circa il 74% del prodotto in entrata proviene dal Centro-Nord Italia: le regioni da cui si approvvigionano maggiormente i produttori sono l'Emilia Romagna (32%) e il Lazio (30%). Circa il 22% del prodotto proviene invece dal Sud Italia (Sicilia in particolare) e solo il 4% viene "importato" dalle regioni del Nord (fig. 2.5).

Fig. 2.5 - Dettaglio per regione della provenienza "Nazionale" delle merci in entrata dei produttori

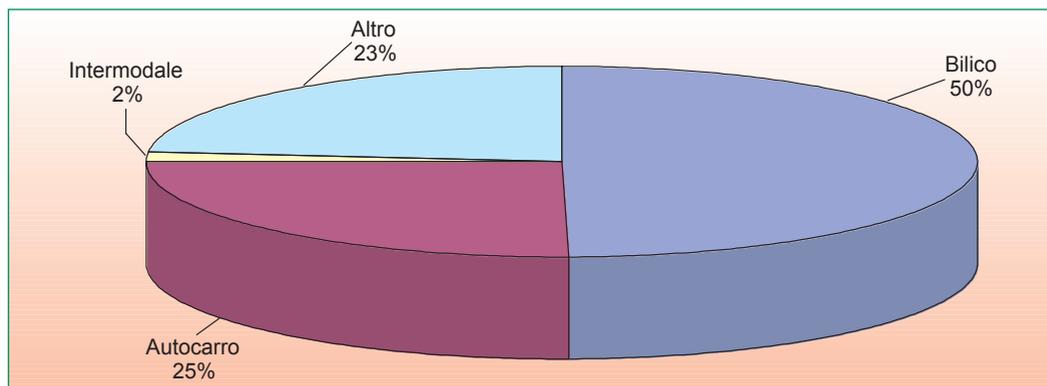


Fonte: nostra elaborazione su ns. indagine sul campo (questionari inviati in estate 2005)

Per quanto riguarda la "tipologia di fornitori", ovviamente, essendo gli intervistati OP e cooperative, il 98% della merce in entrata proviene o da produttori singoli (37%) o da cooperative (61%). Rispetto alle modalità di trasporto utilizzate dai

commercianti (fig. 2.6), la merce in arrivo ai produttori viene movimentata in maniera minore con il bilico o il semirimorchio (50%), diminuisce l'utilizzo dell'autocarro (25%), mentre aumenta sensibilmente rispetto ai dati dei commercianti l'uso di altri mezzi di trasporto quali furgone e camioncino (23%). Da notare che, seppure venga movimentata una minimale quantità di merce (appena il 2% del totale), inizia ad essere utilizzata anche la modalità di trasporto "intermodale".

Fig. 2.6 - Modalità di trasporto della merce in entrata dei produttori (dati in %)



Fonte: nostra elaborazione su ns. indagine sul campo (questionari inviati in estate 2005)

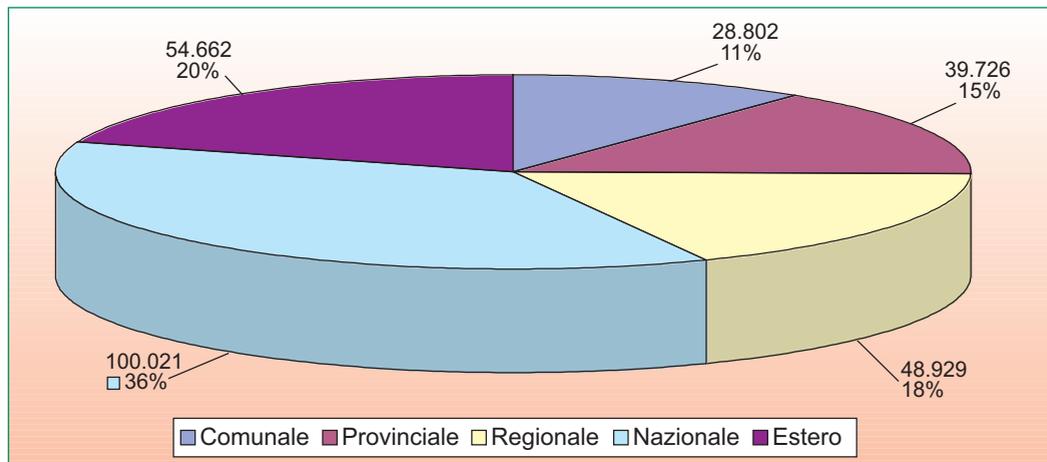
## 2.3 DESTINAZIONE E CLIENTI DELLE MERCI DEGLI OPERATORI DEI MERCATI ORTOFRUTTICOLI VENETI

### Commercianti

Oltre il 50% della merce in uscita dai commercianti supera i confini regionali. I commercianti intervistati infatti dichiarano che il 36% dei volumi totali trattati ha come destinazione altre regioni italiane, il 20% ha come destinazione l'estero. Della merce che viene venduta sul mercato regionale (il 44% nel complesso), l'11% rimane dentro i confini comunali rispetto al punto vendita del commerciante, il 15% viene venduta in un'area provinciale e il rimanente 18% esce da tali confini ma rimane all'interno del Veneto (fig. 2.7).

È interessante notare che, tra i commercianti che hanno risposto a questa domanda, quelli che trattano i maggiori volumi presentano alte percentuali di merce con destinazione nazionale ed estero, mentre i commercianti di dimensioni minori vendono prevalentemente a livello comunale, provinciale e regionale. Praticamente tutti i commercianti intervistati vendono a livello regionale: il 90% degli intervistati dichiara infatti che almeno una piccola percentuale della propria merce ha una destinazione all'interno della regione.

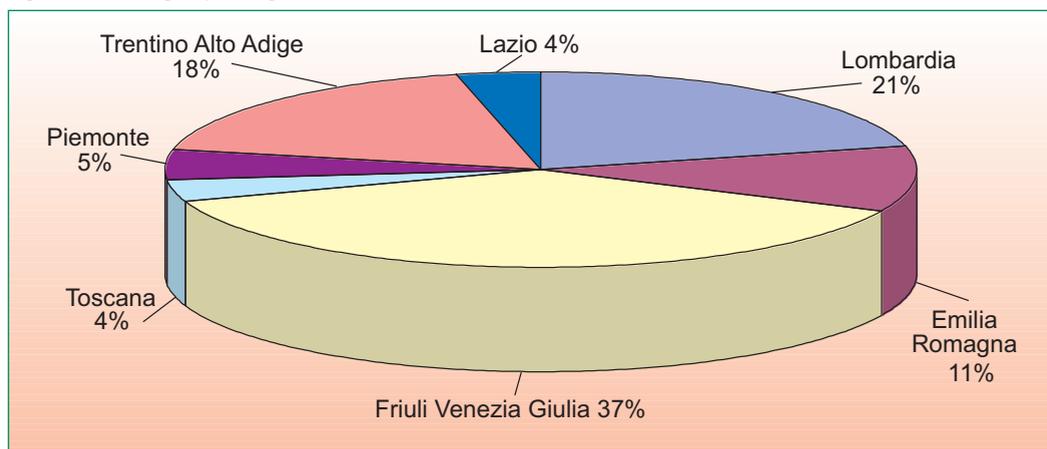
Fig. 2.7 - Destinazione della merce in uscita dai commercianti (valori in t e percentuali)



Fonte: nostra elaborazione su ns. indagine sul campo (questionari inviati in estate 2005)

Tra le regioni italiane verso le quali i commercianti intervistati vendono la propria merce (fig. 2.8), la destinazione principale è costituita dalle regioni confinanti. Entrando nel dettaglio, il 37% del totale viene collocato in Friuli Venezia Giulia (circa 38.800 t) e il 21% in Lombardia (21.100 t). Nel complesso in Nord Italia viene venduto circa il 92% del totale delle merci commercializzate e il rimanente 8% viene indirizzato al Centro Italia, mentre il Sud Italia, con una quota assolutamente insignificante di volumi (meno dell'1%) non rappresenta un mercato di sbocco per i commercianti veneti.

Fig. 2.8 - Dettaglio per regione della destinazione "Nazionale" delle merci in entrata dei commercianti



Fonte: nostra elaborazione su ns. indagine sul campo (questionari inviati in estate 2005)

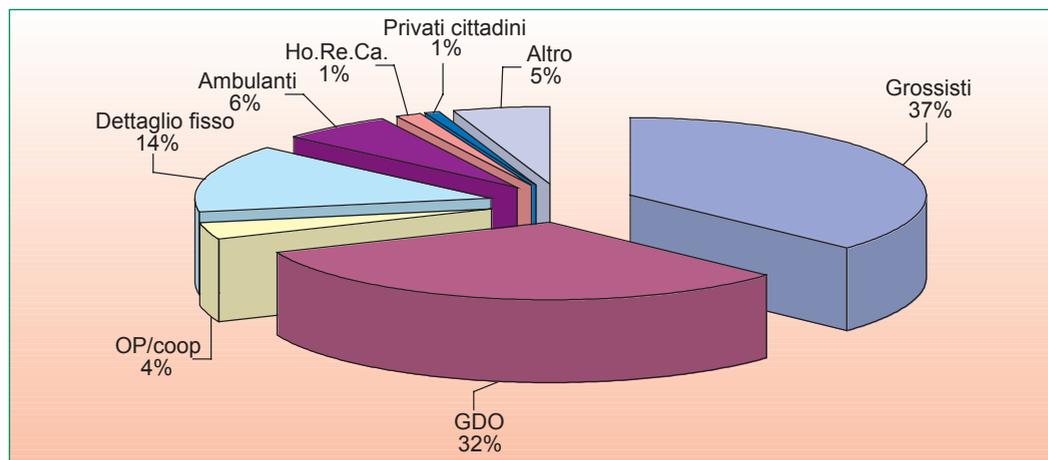
La merce destinata all'export, per circa il 62% (34.000 t) si indirizza verso l'Europa dell'Est, in prevalenza verso i nuovi Paesi membri dell'Unione Europea, in particolare Slovenia, 9.300 t, Repubblica Ceca, 5.700 t, e Slovacchia, 4.300 t. Tuttavia i paesi che costituiscono i principali mercati di sbocco per i commercianti sono la Germania (13.500 t, 25% del totale delle merci esportate) e la Croazia (11.600 t, 21%). Circa il 32% del totale della merce esportata viene venduto verso il Nord Europa e il rimanente 6% viene collocato presso i paesi del Mediterraneo.

Per quanto riguarda la "tipologia di clienti", circa il 37% del totale dei volumi movimentati dai commercianti viene ceduto ad altri grossisti e una quota del 32% viene invece acquistata dalla GDO: complessivamente circa il 69% della merce venduta (186.500 t) viene veicolata a queste due tipologie di acquirenti (fig. 2.9). In particolare:

- i grossisti sono i clienti principali: infatti acquistano volumi totali pari a circa 100.000 t e 22 commercianti su 26 li dichiarano come loro clienti. In particolare per 10 di essi la percentuale di acquisto supera il 50% del totale delle vendite;
- la GDO si qualifica come cliente di assoluto rilievo: le 86.500 t di prodotti vengono acquistate presso 15 commercianti su 26 e per 5 di essi la GDO costituisce l'acquirente principale con una quota di acquisto superiore al 50% del totale delle vendite.

Si segnala la notevole quota di vendite dei commercianti (20%) destinata al dettaglio (sia fisso che ambulante) e ad altri clienti (industria di trasformazione, comunità...) e la ridotta incidenza delle vendite a hotel e ristoranti.

Fig. 2.9 - Le tipologie di clienti dei commercianti operanti all'interno dei mercati (dati in %)



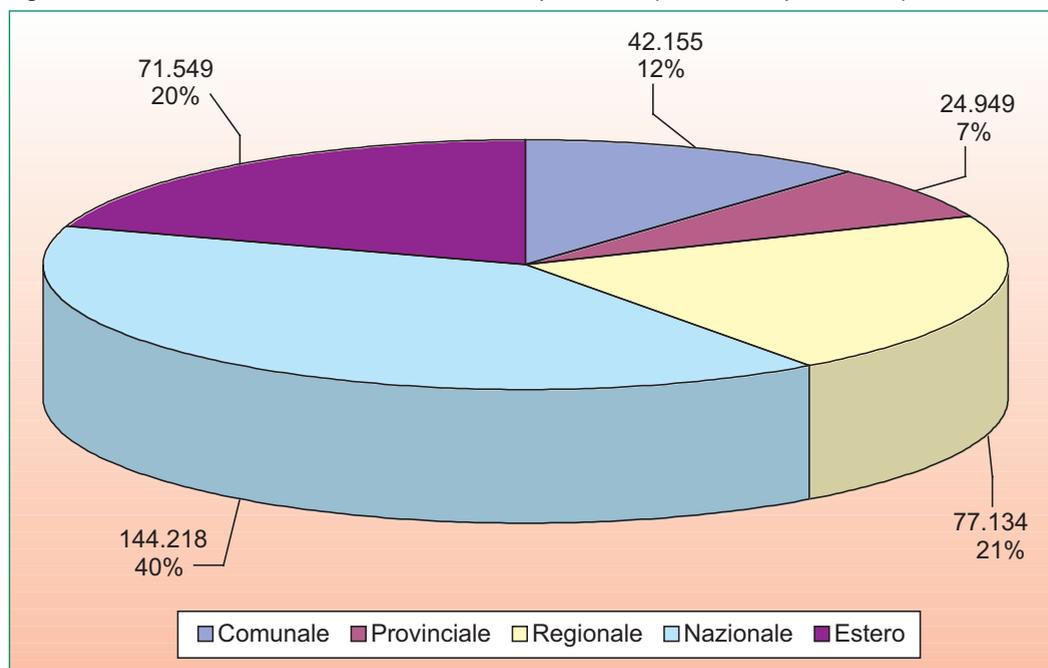
Fonte: nostra elaborazione su ns. indagine sul campo (questionari inviati in estate 2005)

Similmente alla merce in entrata, l'unità di trasporto maggiormente utilizzata dagli intervistati per la consegna della merce in uscita è il bilico o semirimorchio (63% dei volumi), circa il 32% della merce viaggia invece in autocarro e il rimanente 5% con altre tipologie di mezzi.

### Produttori

I produttori intervistati dichiarano di vendere la propria merce prevalentemente al di fuori del Veneto: infatti il 40% dei volumi viene collocato a livello nazionale e il 20% all'estero. All'interno della regione viene commercializzato il 40% dei prodotti: il 12% a livello comunale, il 7% a livello provinciale e il 21% a livello regionale (fig. 2.10).

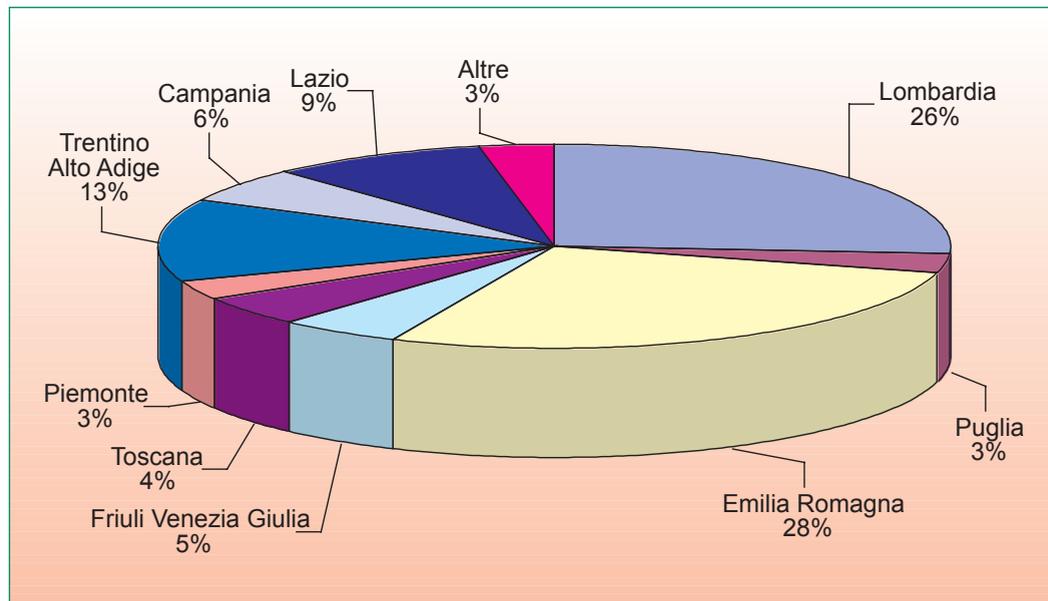
Fig. 2.10 - Destinazione della merce in uscita dai produttori (valori in t e percentuali)



Fonte: nostra elaborazione su ns. indagine sul campo (questionari inviati in estate 2005)

Considerando in dettaglio la merce con destinazione "nazionale" (fig. 2.11), il 75% viene venduta al Nord Italia, in particolare nelle regioni confinanti con il Veneto: Emilia Romagna (33.000 t, 28% del totale), Lombardia (31.000 t, 26%), e Trentino (15.000 t, 13%). Il 13% della merce viene collocata al Centro Italia (nel Lazio il 9%, e in Toscana il 4%) e il rimanente 12% ha come mercato di sbocco il Sud Italia, in particolare la Campania (6%).

Fig. 2.11 - Dettaglio per regione della destinazione "Nazionale" delle merci in uscita dai produttori



Fonte: nostra elaborazione su ns. indagine sul campo (questionari inviati in estate 2005)

Le destinazioni "Estero" coinvolgono un 20% dei volumi totali, pari a circa 71.100 t ma, a differenza di quanto avviene per i commercianti, il principale mercato di sbocco dei produttori intervistati è l'area dell'Nord Europa con un 70% dei volumi esportati; seguono con una quota del 23% l'Est Europa e i paesi del Sud Europa (7%).

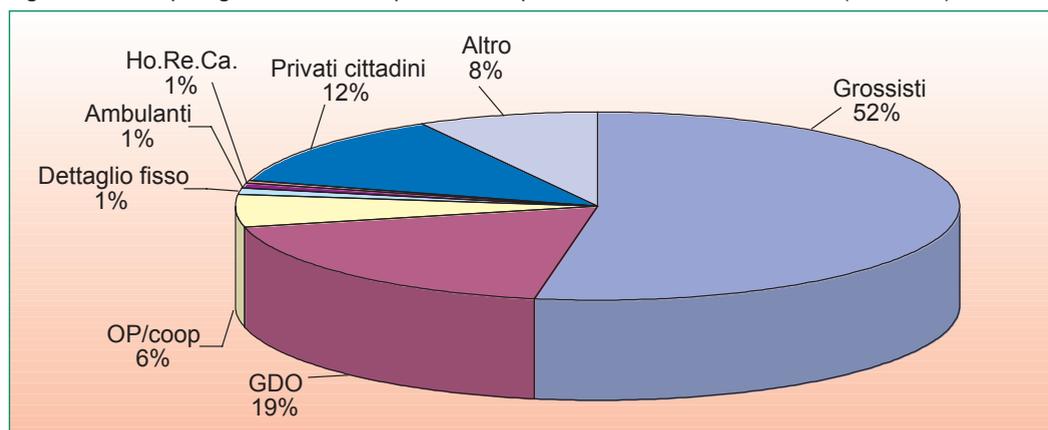
Del totale dei prodotti esportati, circa il 45% ha come mercato di destinazione la Germania (33.000 t) e una quota del 15% viene indirizzata verso la Russia; la restante parte si indirizza principalmente verso i paesi limitrofi: Svizzera (7%), Austria (6%) e Francia (5%).

Anche i produttori intervistati dichiarano che i loro principali acquirenti sono costituiti da commercianti e grossisti, ai quali viene ceduto circa il 52% delle merce trattata (190.000 t). Rispetto ai commercianti, per i produttori è molto meno rilevante sia il peso della GDO, che acquista una quota del 19% (67.000 t) della merce venduta, sia il peso del dettaglio fisso e ambulante che, come gli esercenti, rappresentano ciascuno una quota di appena l'1% del totale delle vendite dei produttori. Nel complesso comunque, grossisti e GDO costituiscono il mercato di sbocco per il 71% della merce dei produttori (fig. 2.12).

Da segnalare l'importante quota del 12% (pari a 44.000 t) che viene venduta a privati cittadini e la quota dell'8% acquistata da "altri" soggetti, nella quale può essere inserita, per esclusione, l'industria di trasformazione.

Significativo che la percentuale di approvvigionamento Ho.Re.Ca sia limitata all'1%, segnale che i flussi verso tale importante attore provengono da altri canali della filiera. Infatti si approvvigiona presso i produttori solo chi richiede costantemente grandi volumi (grossisti, GDO), mentre Ho.re.ca, ambulanti e privati, acquistando piccoli-medi volumi di prodotti, allungano la filiera rifornendosi necessariamente presso i grossisti.

Fig. 2.12 - Le tipologie di clienti dei produttori operanti all'interno dei mercati (dati in %)



Fonte: nostra elaborazione su ns. indagine sul campo (questionari inviati in estate 2005)

Rispetto ai commercianti, aumenta sensibilmente la merce in uscita che viaggia utilizzando il mezzo di trasporto bilico/semirimorchio (85%), mentre diminuisce la quota di merce trasportata con autocarro (13%); residuale la merce trasportata con altre modalità di trasporto.

## 2.4 CONFRONTI TRA PRODUTTORI E COMMERCANTI

I dati sui flussi di origine e destinazione offrono come sempre spunti di riflessione importanti e permettono anche una maggiore differenziazione fra le due categorie di operatori analizzate (fig. 2.13).

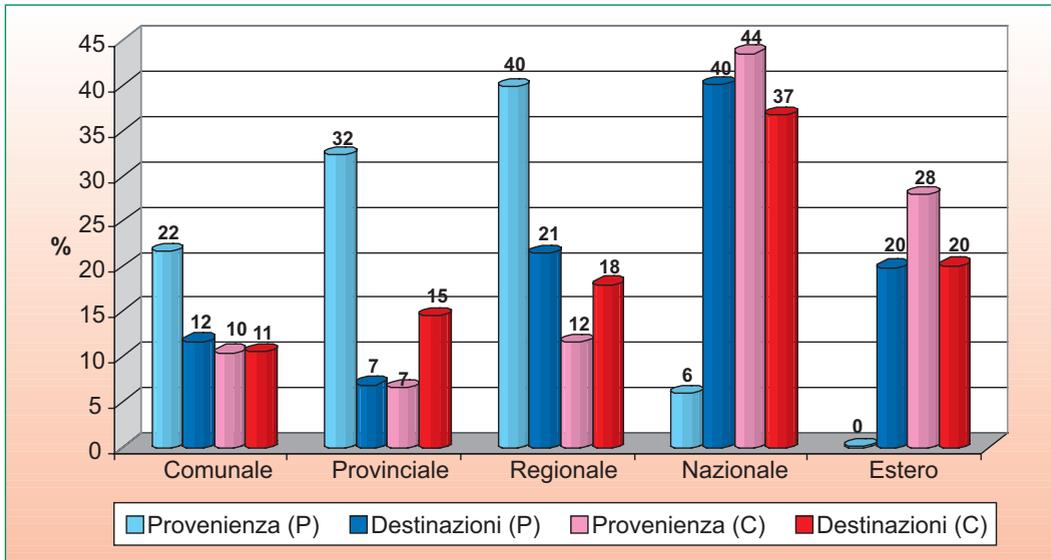
In linea generale, sono confermate le tendenze “forti” del territorio veneto già evidenziate nella precedente analisi sui mercati agroalimentari:

- le provenienze dei commercianti analizzati sono prevalentemente nazionali ed estere, così come le loro destinazioni; risulta certamente significativa la loro propensione all'import e all'export ma la dimensione maggiore dello scambio fra origine e destinazione avviene fra provenienze nazionali e destinazioni provinciali e regionali. Si conferma così il ruolo forte dei commercian-

ti privati veneti di acquirenti in un mercato sempre più globalizzato e che presta meno attenzione alla produzione locale: essi sono infatti impegnati, da una parte, nel rilancio a livello locale dei prodotti provenienti da altre regioni italiane o dall'estero e, dall'altra, nel rilancio su scala nazionale ed europea dei prodotti acquistati nel territorio nazionale e regionale;

- questa caratteristica è ancora più accentuata nel caso dei produttori interpellati nell'indagine, la cui merce prodotta localmente (principalmente in ambito regionale e provinciale) viene venduta prevalentemente a livello nazionale ed estero.

Fig. 2.13 – Flussi di merce In-Out: un confronto tra i produttori e i commercianti (dati in %)



Fonte: nostra elaborazione su ns. indagine sul campo (questionari inviati in estate 2005)

I risultati dell'indagine sulla natura dei clienti evidenzia che i principali clienti dei commercianti e dei produttori analizzati sono i grossisti e la GDO (fig. 2.14).

Quest'ultima sembra preferire gli acquisti presso i commercianti piuttosto che rifornirsi dai produttori. Per i primi infatti la GDO costituisce un cliente che acquista il 32% della merce in uscita in termini quantitativi, mentre per i produttori "appena" il 19% delle loro vendite si indirizza verso la GDO.

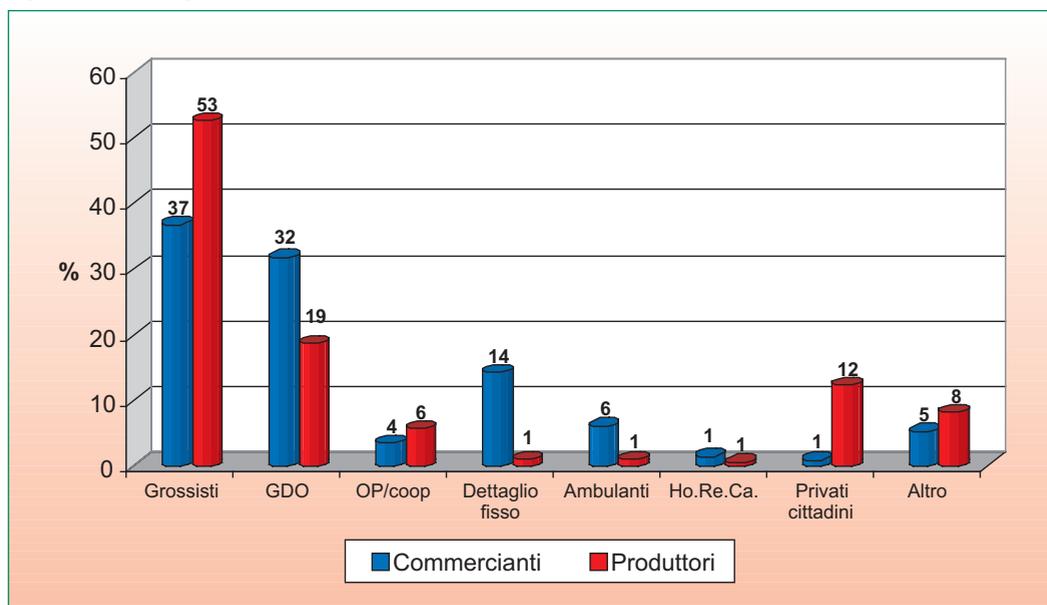
Tuttavia, riguardo alla GDO, vedremo nel capitolo 3 come, dall'indagine presso i *buyer* e i responsabili di centri distributivi, emergono essenzialmente due aspetti: essa sviluppa canali di commercializzazione poco legati ai mercati all'ingrosso e tende a creare rapporti stabili direttamente con i produttori. Per quanto riguarda il primo comportamento, esso trova una conferma e una spiegazio-

ne nel fatto che, sebbene il nostro campione di commercianti sia stato costruito a partire dalla loro presenza presso i mercati grossisti, generalmente il flusso di merce diretto verso la GDO non passa principalmente attraverso il mercato ortofrutticolo.

In sostanza, nonostante il tentativo di accorciare il canale distributivo messo in atto dalla GDO sia evidente, essa riesce ancora molto bene a razionalizzare i canali distributivi, riducendo il numero di soste dei prodotti (ottimizzazione logistica), piuttosto che il numero di operatori nei canali commerciali, dove rimangono ancora coinvolti molti intermediari, tra cui appunto i commercianti.

Infine è molto interessante notare lo spostamento della quota di vendite dal dettaglio fisso e ambulante per quanto riguarda i commercianti (nel complesso il 20%) ai privati cittadini e ad altre tipologie di acquirenti (industria di trasformazione) nel caso dei produttori.

Fig. 2.14 - Tipologia di clienti: un confronto tra commercianti e produttori (dati in %)

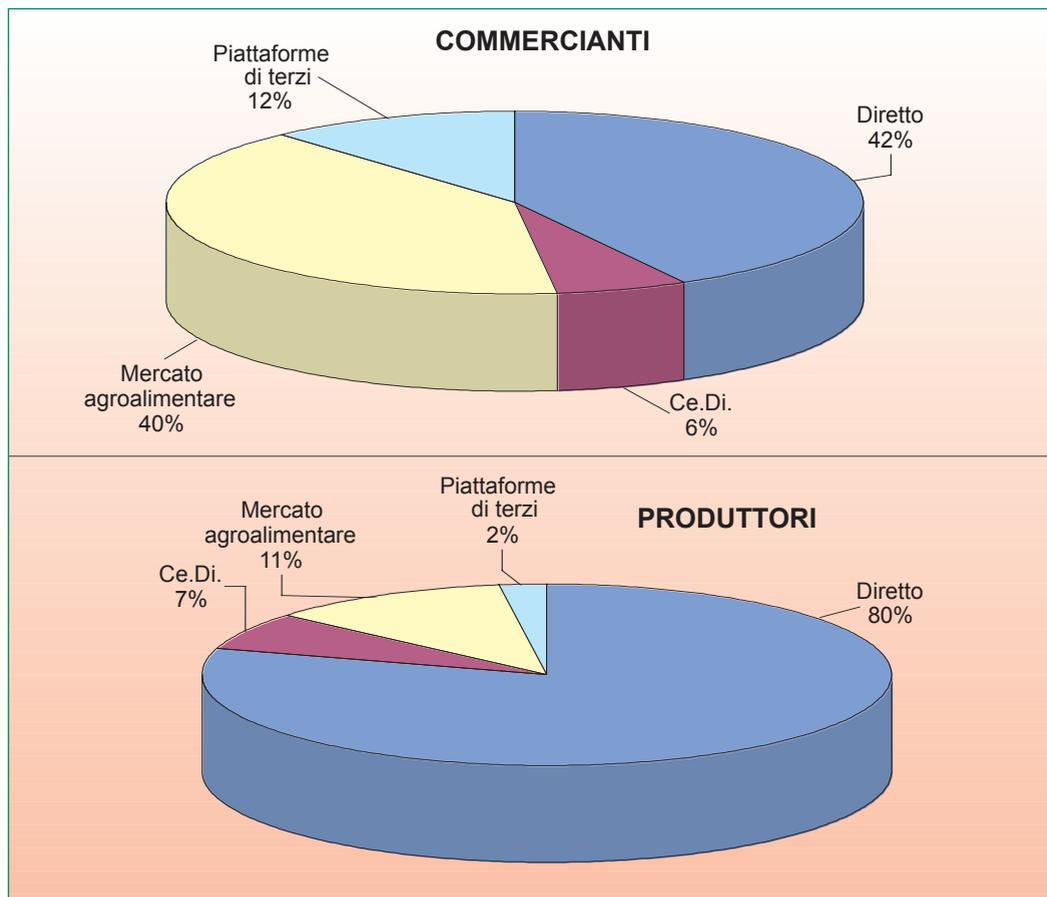


Fonte: nostra elaborazione su ns. indagine sul campo (questionari inviati in estate 2005)

A completamento del confronto, è interessante considerare il flusso in uscita della merce per tipologia di canale di commercializzazione (fig. 2.15). Sebbene i dati possano essere influenzati dal campione di operatori interpellato, quanto emerge rivela una situazione sorprendente. Per i commercianti, il 42% della merce esce dai magazzini e viene consegnato direttamente al cliente, mentre circa il 40% viene venduto attraverso i mercati agroalimentari. Solo il 6% viene

indirizzato presso Ce.Di. della GDO e il 12% viene consegnato presso piattaforme di terzi che di fatto gestiscono il prodotto per conto dei clienti dei commercianti. Per i produttori, l'80% della merce viene fornita direttamente ai clienti e solo l'11% delle vendite transita attraverso i mercati agroalimentari.

Fig. 2.15 - Il flusso delle merci in uscita dei commercianti e dei produttori (dati in %)



Fonte: nostra elaborazione su ns. indagine sul campo (questionari inviati in estate 2005)