

Cosa produrre e a chi vendere: mercati classici e vendita diretta

Perché un progetto di produzione con le piante officinali possa andare a buon fine deve considerare adeguatamente e con estrema attenzione cosa produrre, cosa e come trasformare e su quali mercati convenga o sia possibile fare affidamento.

Dal prodotto agrario utile...

La coltivazione e conseguente raccolta delle piante officinali porta l'azienda agricola a ottenere tre tipologie di «prodotto primario» o «prodotto agrario utile»:

- erbe fresche o prodotto fresco;
- erbe essiccate;
- olio essenziale.

Il prodotto di campo appena raccolto non è ancora direttamente commerciabile, né conservabile.

Esso deve essere selezionato ed essiccato oppure distillato, se si tratta di una pianta aromatica dalla quale si vuole ricavare dell'olio essenziale, già direttamente in azienda.

Il **prodotto fresco**, solo in alcuni ca-

si segue una via immediata di commercializzazione: quando si tratta di erbe condimentarie, perché poi utilizzate appositamente in questa forma o lavorate successivamente dall'industria alimentare o a volte anche surgelate; oppure quando la richiesta viene da laboratori o opifici di estrazione che preparano estratti di vario tipo da pianta fresca.

Al di fuori di questi due contesti, le erbe sono stoccabili, conservabili e commercializzabili nel tempo, con relativa tranquillità, solo dopo essere state essiccate.

Ne consegue che il prodotto officinale di campo tal quale, raramente è considerato un prodotto agrario utile e perciò in grado di dare reddito. Deve subire per lo meno alcuni interventi di «manipolazione» e di «condizionamento», se non addirittura di **essiccazione** o **distillazione**.

Anche il prodotto fresco appena raccolto deve subire almeno un trattamento di selezione e pulizia, qualche volta di lavaggio e asciugatura e, in taluni casi, di confezionamento in cassette, vaschette, sacchetti, scatole o altro.

Per la consegna ai laboratori di estra-

zione, oltre che ai mercati alimentari del fresco, a volte è necessario far ricorso al temporaneo stoccaggio in una cella frigo e al trasporto in camion frigo, per non perderne le caratteristiche organolettiche, funzionali e merceologiche.

Esiste infine una quarta opzione: quella in cui l'agricoltore non prende in considerazione la vendita della materia prima, sia essa fresca, essiccata o in forma di olio essenziale, ma dopo la raccolta questa viene avviata alla trasformazione diretta aziendale nel proprio laboratorio. In questo caso, il prodotto venduto sarà il prodotto trasformato finito nelle sue varie forme possibili: essiccato in sacchetto per tisana, sale alle erbe, miscela di aromi da condimento, liquore, sciroppo, salsa alle erbe, oli e aceti aromatici da condimento, composte di frutta aromatizzate, ecc.

Con questi prodotti l'agricoltore può perciò raggiungere direttamente il consumatore finale, oltre che proporsi ad aziende commerciali o negozi.

Fra quest'ultima possibilità produttiva e le precedenti tre, l'azienda agricola può a volte anche realizzare e mettere in commercio dei prodotti trasfor-



A sinistra. Il prodotto appena raccolto non può essere immesso subito sul mercato, a meno che non si tratti di erbe aromatiche condimentarie o sia destinato a laboratori di estrazione e trasformazione che lavorano la pianta fresca. A destra. Nella maggior parte dei casi per poter essere stoccato, conservato e commercializzato adeguatamente il prodotto fresco viene sottoposto a essiccazione. Nella foto: malva posta a essiccare su graticci

mati intermedi o che commercializza all'ingrosso, in relazione a come essa si è organizzata e alle scelte produttive che ha fatto.

... alle filiere

Le principali tipologie di prodotto (fresco, secco, distillato e i vari trasformati finiti), passando per quelli intermedi, identificano altrettante e rispettive filiere produttive (vedi schema a pag. 16), i cui percorsi di trasformazione, a cominciare dalla raccolta della materia prima, a volte si intersecano e alcune fasi, metodologie e mezzi di lavorazione, vengono a essere condivisi e intersecarsi.

Succede, per esempio, nella fase di selezione e pulizia della materia prima, oppure nell'applicazione di una tecnica estrattiva, utilizzando un solvente diverso per creare due distinti prodotti finiti.

Inoltre, i prodotti di lavorazione primaria e intermedia, possono a volte re-incontrarsi, nella formulazione/preparazione di un prodotto finito, costituito da più ingredienti erboristici ovvero da fitoderivati di diversa natura.

Se la produzione delle tre fondamentali «materie prime officinali» cioè erbe fresche, erbe essiccate e olio essenziale, è a pieno titolo compito dell'azienda agricola, trattandosi di produzioni agrarie, non tutti i processi di trasformazione e i prodotti a base di erbe realizzabili sono però di competenza del produttore agricolo.

Questo non solo per aspetti di carattere tecnologico o merceologico o per il ruolo legato a competenze e capacità tecniche, ma anche per aspetti di carattere fiscale e normativo.

Anche se il D.Lgs. 228/2001 «Orientamento e modernizzazione del settore agricolo (a norma dell'articolo 7 della legge 5 marzo 2001, n. 57) stabilisce che è attività agricola non solo la coltivazione del fondo, ma anche le attività connesse e dirette alla manipolazione, conservazione, trasformazione, commercializzazione e valorizzazione che provengono da tale coltivazione.

Va precisato però che **l'imprenditore agricolo**, nella sua posizione professionale e giuridica di agricoltore, **può svolgere in proprio e direttamente questa attività di trasformazione esclusivamente nell'ambi-**

to alimentare e non può trasformare le erbe, sempre nel contesto dell'azienda agricola, in prodotti con destinazione d'uso diversa, specialmente di carattere «fitoterapico».

In ogni caso, anche per la trasformazione delle erbe in prodotti alimentari, come per esempio una bevanda infusionale, uno sciroppo, una salsa alle erbe, delle caramelle alle erbe o altro, dovrà dotarsi di un apposito laboratorio autorizzato, all'interno del quale effettuare le proprie lavorazioni.

Per esempio, l'azienda agricola che possedesse già un regolare laboratorio per produrre succhi di frutta, marmellate, salse o altri alimenti può ulteriormente diversificare la propria gamma di prodotti introducendo la lavorazione delle erbe aromatiche coltivate in campo.

Chi comincia ex-novo, dovrà invece avviare le procedure previste dalle normative, presentando agli uffici competenti la necessaria comunicazione di avvio dell'attività, la cosiddetta «scia» (segnalazione certificata inizio attività), un insieme di documenti fra i quali una relazione tecnica che descrive cosa si produrrà nel laboratorio e con quali attrezzature e metodologie.

Tale documentazione dovrà essere presentata all'Asl, attraverso il Suap (Sportello unico delle attività produttive), solitamente insediato all'interno del Comune.

I principali riferimenti normativi e metodologici che guidano alla realizzazione di questo tipo di laboratorio e di attività, sono in parte riportati nei regolamenti comunitari 178/2002 e 852/2004, facenti parte del cosiddetto «Pacchetto igiene», una serie di normative che regolamenta a livello europeo la produzione alimentare.

I prodotti finiti a base di erbe che comunemente vengono ottenuti direttamente in una azienda agricola possono quindi essere solamente degli alimenti, cioè avere esclusivamente questa destinazione d'uso.

Va comunque precisato che **l'agricoltore**, come anche chiunque altro non ne possieda i requisiti, **non può produrre prodotti a base di erbe con destinazione o finalità terapeutiche o di cui ne vada declamando proprietà terapeutiche o la cui manipolazione, miscelazione, preparazione e vendita sia con-**



L'agricoltore può scegliere di trasformare il prodotto in azienda, realizzando prodotti finiti di vario genere pronti per la vendita. Nella foto: imbottigliamento di un succo di erbe

cessa al solo erborista o farmacista.

Né l'azienda agricola può realizzare in proprio prodotti cosmetici senza disporre di apposita autorizzazione e di un laboratorio con specifica destinazione d'uso, come previsto dalle normative. Inoltre, la produzione di cosmetici non rientra fra le comuni attività agricole e quindi non vengono applicati i regimi fiscali agevolati propri dell'agricoltura.

Ciò non esclude però che l'azienda agricola possa commercializzare dei prodotti cosmetici a proprio marchio derivanti dalle piante officinali e da altre materie prime prodotte in azienda come frutta, cera d'api, olio di oliva, olio di mandorle o altro, derivanti dalla coltivazione del proprio fondo. Potrà conferire le materie prime a un laboratorio che svolga lavorazione conto terzi, per vedersi restituiti i propri prodotti trasformati e che provvederà a etichettare e registrare prima della vendita.

Quindi non è possibile realizzare creme, lozioni, oli e balsami, saponi, detersivi o altri tipi di prodotti per l'igiene e la cura del corpo della persona, utilizzando il proprio laboratorio aziendale abilitato per gli alimenti.

Anche per produrre degli integratori alimentari, specie se a base di erbe, è necessaria un'apposita autorizzazione aggiuntiva al proprio laboratorio alimentare, poiché questi prodotti portano con sé dei «claims» (indicazioni d'uso in riferimento a un effetto sulla salute, ovvero sui processi fisiologici, ma da non confondersi con un'azione terapeutica, da-

to che si tratta di un alimento e non di un farmaco).

Per questo, l'integratore alimentare dispone anche di specifiche normative e linee guida sancite dal Ministero della sanità, che ne prevedono la notifica, cioè la comunicazione della messa in commercio.

Anche in questo caso perciò, l'agricoltore può farsi supportare da un laboratorio esterno autorizzato, che lavori le sue materie prime, per esempio per realizzare uno sciroppo, un estratto o delle compresse, che potrà vendere anche con il proprio marchio.

D'altra parte, il ricorso a un laboratorio esterno è una pratica che già l'agricoltore a volte adotta, quando non ne dispone in proprio all'interno dell'azienda, perché gli risulterebbe troppo oneroso da gestire in termini di tempo e lavoro, e troppo costoso da realizzare per le modeste quantità da trasformare.

Quindi, quando un agricoltore vuole trasformare le piante officinali per realizzare un prodotto finito che poi venderà direttamente, si deve sempre chiedere prima quale sarà la destinazione d'uso del suo prodotto, per comprendere se può farlo o meno e quindi capire come si deve comportare.

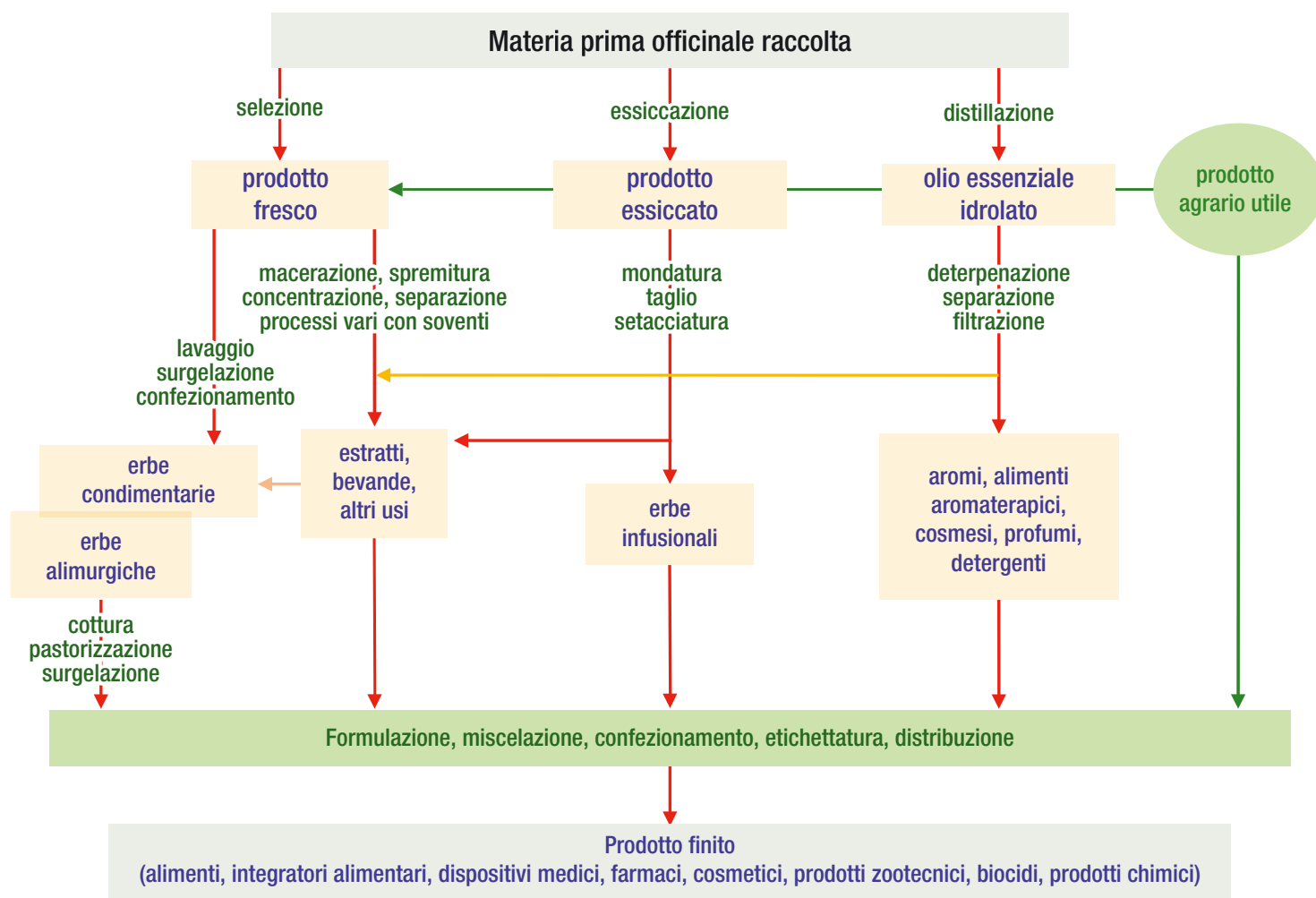
Per esempio, l'azienda agricola con il laboratorio di trasformazione potrà produrre un olio aromatico al rosmarino da usarsi come olio condimentario, ma non potrà produrlo, etichettarlo e venderlo come olio cosmetico anche se per prepararlo il processo tecnico risultasse il medesimo, le attrezzature necessarie fossero le stesse e così anche le procedure da seguire in merito alla sicurezza igienico-sanitaria. Ecco, questo è un altro esempio concreto di come le filiere trasformatrici delle piante officinali abbiano dei momenti di intersezione, come si è scritto in precedenza.

Uno sciroppo di sambuco, che certamente può aiutare le persone in caso di raffreddore, tosse e disturbi stagionali, non potrà essere prodotto e poi venduto con queste specificità, tantomeno potranno essere riportate in etichetta, anche se è risaputa e riconosciuta la funzionalità di questa pianta; sarà invece possibile realizzare uno sciroppo inteso come bibita dissetante e rinfrescante.

Le medesime considerazioni vanno effettuate nel caso l'agricoltore realizzi degli infusi con le erbe che coltiva.

Non è infrequente quindi, trovare delle aziende agricole che fra i prodotti in vendita, dispongono di un ricco «paniere» di prodotti a base di erbe officinali dove infusi e sciroppi alimentari, sali da condimento aromatizzati, oli e aceti aromatici provengono dalla lavorazione nel proprio laboratorio aziendale e prodotti cosmetici o integratori alimentari che portano l'etichetta dell'azienda

Le filiere produttive-trasformative delle piante officinali



PIANTE OFFICINALI: I DIVERSI CANALI DI COMMERCIALIZZAZIONE DEL PRODOTTO

Settore	Tipo di materia prima conferita dal produttore	Prodotti realizzati
Grossista di erbe	Prodotto secco	Cessione ad aziende terze, the e bevande infusionali
Laboratorio di estrazione (cosmetico, galenico, farmaceutico, chimico)	Prodotto secco e/o fresco	Fitoderivati, cosmetici, estratti, integratori alimentari
Industria chimica e dell'aromatizzazione	Prodotto secco, olio essenziale (distillato già nell'azienda agricola), acqua aromatica	Aromi, essenze, estratti aromatici, estratti per impieghi come prodotti fitosanitari, derivati chimici, ecc.
Industria alimentare	Prodotto generalmente secco, talvolta fresco (per esempio, basilico)	Conserven, liquori, bevande, infusi, pani e biscotti speciali, surgelati, minestrone, liofilizzati, ecc.
Mercati ortofrutticoli all'ingrosso	Prodotto fresco	Prodotto fresco sciolto o confezionato
Grande distribuzione (supermercati, ipermercati)	Prodotto fresco, in genere appositamente confezionato	Prodotto fresco confezionato
Distribuzione specializzata (negozi di ortofrutta, dietetica e prodotti biologici)	Prodotto fresco sciolto o confezionato	Prodotto fresco sciolto o confezionato
Ristorazione (ristoranti, fast-food, mense, ecc.)	Prodotto fresco sciolto o confezionato	Prodotto fresco sciolto o confezionato
Vivaistico, agricolo e hobbistico	Piantine in contenitori o in vaso	Piantine in contenitori o in vaso ceduti ad altri agricoltori per la coltivazione in pieno campo, per arredo, o al consumatore finale
Agrituristico	Prodotto fresco o secco, sciolto o confezionato, piantine	Tal quale o confezionato o trasformato in alimenti e bevande, realizzato completamente all'interno dell'azienda agricola e rivenduto o consumato direttamente

ma sono stati preparati da un laboratorio esterno a cui l'agricoltore ha conferito le proprie materie prime raccolte in campo o prodotte in proprio (erbe, fiori, frutti, ortaggi, miele, propoli, olio, aceto, vino, ecc.).

A prescindere poi dai limiti normativi, autorizzativi o legati alle competenze professionali, si consideri che la realizzazione di taluni tipi di laboratori è piuttosto onerosa e impegnativa per una piccola azienda agricola, mentre un laboratorio alimentare può essere realizzato e ampliato con una certa progressione, via via che il progetto si sviluppa, purché vi siano gli spazi adatti e/o a suo tempo predisposti in prospettiva: si può cominciare con pochi prodotti e modeste quantità, per esempio qualche sale aromatizzato, qualche miscela di erbe da condimento, un semplice aceto aromatizzato e qualche sachetto di infuso. Successivamente, si potrà aumentare le quantità e allargare il paniere, introducendo qualche sciroppo, qualche altro olio o aceto aromatico e caratterizzando la linea infusionale.

Quali sono i mercati delle piante officinali?

La produzione delle piante officinali è un'attività che può essere fonte di reddito e della quale esiste una domanda, peraltro in espansione, e una serie di mercati di riferimento. Tuttavia, è necessario conoscere bene questi mercati e le loro caratteristiche, gli operatori e i soggetti di riferimento.

Vi sono mercati, quelli più classici (industria o grossista) a cui risulta difficile l'accesso al piccolo produttore agricolo per la sua limitata dimensione produttiva e i conseguenti costi di investimento ed esercizio che, male ammortizzati, divengono troppo elevati, rendendo l'azienda poco competitiva. Anche perché l'offerta verso i comparti più convenzionali e industriali del mercato erboristico, con quantità di prodotto modeste e limitate, non favorisce certo i rapporti e lo scambio, accentuando le difficoltà del coltivatore che rimane il soggetto debole della filiera.

Per un piccolo produttore agricolo, che non sia consorziato o appositamente organizzato, è cioè difficile interloquire con la figura del grossista o con un'industria di trasformazione, sia essa alimentare o farmaceutica, a meno che non si tratti di produrre particolari erbe, materie prime o prodotti trasformati.

Ecco una descrizione sintetica dei principali mercati delle piante officinali.

Il **settore farmaceutico** è uno dei mercati più classici e tradizionali che utilizza le «droghe» vegetali per realizzare specialità medicinali e galenici di vario tipo, oggi come in passato. Basti ricordare piante come digitale, belladonna, valeriana, senna, camomilla, boldo, rabarbaro, frangola, papavero, noce vomica, aconito, amamelide, tasso.

Vi è poi il **settore alimentare**, forse il primo o uno dei più grossi ad assorbire materie prime officinali, in quanto molte erbe trovano impiego nutrizionale e condimentario, ma anche perché numerosi prodotti naturali vegetali impiegati a scopo salutistico e non, classificati come farmaci, vengono racchiusi

in questa categoria d'uso, specialmente come integratori alimentari, di cui l'Italia è il principale produttore a livello europeo. Piante che qui trovano impiego sono per esempio: salvia, finocchio, melissa, mirtillo, iperico, rosmarino, cardo mariano, achillea, aglio, artemisia, olivo, echinacea, tarassaco, tiglio, angelica, malva, calendula, camomilla, altea, galega, luppolo, lavanda, menta, rosa canina, timo, equisetolo, gramigna, bardana, ortica, orzo, tannaceto, ribes.

Non va dimenticato il **comparto delle spezie e delle erbe da condimento** che utilizza sia specie esotiche, quindi non coltivabili in Italia, come pepe, cannella, curcuma, cardamomo, vaniglia, sia erbe locali e mediterranee come maggiorana, timo, finocchio, salvia, rosmarino, dragoncello, cumino, basilico, ginepro, zafferano, peperoncino, prezzemolo.

Molte di queste piante vengono commercializzate anche fresche, spesso attraverso i medesimi canali dell'ortofrutta, o vengono impiegate per realizzare prodotti alimentari trasformati da condimento, come oli, aceti aromatici, salse, sughi e pesti, sia in stabilimenti alimentari industriali che artigianali, ma anche nelle aziende agricole dotate di laboratorio di trasformazione.

Non è raro vedere un'azienda orticola, anche di piccole dimensioni, affiancare alla coltivazione degli ortaggi, quella delle piante aromatiche, commercializzando poi le erbe fresche in cassetta, sacchetto o vaschetta, anche nella forma dei prodotti di IV gamma (cioè lavati, confezionati e già pronti all'uso).

Sempre al settore alimentare è in gran parte riconducibile il comparto degli **aromi**, ovvero delle materie prime utilizzate per aromatizzare cibi e bevande, ma non solo. Aziende industriali o artigianali produttrici di aromi, acquistano perciò direttamente dal coltivatore oli essenziali, idrolati e talvolta estratti di vario genere.

Al comparto alimentare fa riferimento anche la **produzione di liquori, sciroppi e altri tipi di bevande**, che utilizzano numerose erbe aromatiche o amare quali: salvia, timo, anice, assenzio, iperico, finocchio, liquirizia, santoreggia, camomilla romana e matricaria, menta, carciofo, rabarbaro, angelica, zafferano, genepi, genziana. Queste

erbe aromatiche sono generalmente acquistate da distillerie e liquorerie, oltre al sempre presente grossista che fa prima da aggregatore e poi da distributore di materie prime.

Si ricorda poi il comparto delle «er-

be infusionali», cioè delle piante officinali destinate a essere utilizzate nella preparazione delle tisane, un prodotto anch'esso oggi classificabile, nella maggior parte dei casi, come prodotto alimentare.

PIANTE OFFICINALI COLTIVATE IN ITALIA

Nome	Materia prima utilizzata
Achillea (<i>Achillea millefolium</i>)	parte aerea fiorita
Altea (<i>Althea officinalis</i>)	fiori, foglie, radice
Angelica (<i>Angelica archangelica</i>)	frutti, radice, foglie
Anice verde (<i>Pimpinella anisum</i>)	frutti
Arnica (<i>Arnica montana</i>)	fiori
Bardana (<i>Arctium lappa</i>)	foglie, radice
Basilico (<i>Ocimum basilicum</i>)	foglie
Calendula (<i>Calendula officinalis</i>)	fiori
Camomilla matricaria (<i>Chamomilla recutita</i> , <i>Matricaria chamomilla</i>)	fiori
Camomilla romana (<i>Anthemis nobilis</i> , <i>Chamaemelum nobile</i>)	fiori
Carciofo (<i>Cynara scolymus</i>)	foglie
Cardo mariano (<i>Silybum marianum</i>)	semi
Coriandolo (<i>Coriandrum sativum</i>)	frutto, foglie
Echinacea (<i>Echinacea angustifolia</i> , <i>Echinacea pallida</i> , <i>Echinacea purpurea</i>)	radice, parte aerea
Elicriso (<i>Helichrysum italicum</i>)	sommità fiorite
Papavero della California (<i>Eschscholtzia californica</i>)	pianta, radice
Finocchio dolce (<i>Foeniculum vulgare</i> var. <i>dulcis</i>)	frutto
Finocchio selvatico (<i>Foeniculum vulgare</i> var. <i>vulgare</i>)	frutto, parte aerea
Genziana gialla (<i>Genziana lutea</i>)	radice
Giaggiolo (<i>Iris florentina</i> , <i>Iris pallida</i> , <i>Iris germanica</i>)	rizoma
Iperico (<i>Hypericum perforatum</i>)	sommità fiorite
Issopo (<i>Hyssopus officinalis</i>)	fiori, sommità fiorite
Lavanda (<i>Lavandula officinalis</i>)	fiori

Anche in questo caso, è il cosiddetto «grossista» l'acquirente commerciale più rappresentativo del settore che acquista grossi quantitativi di erbe e poi le rivende ad aziende di trasformazione, supermercati, negozi alimentari, erbori-

sterie e farmacie.

Un altro notevole settore che utilizza materie prime vegetali come ingredienti è senz'altro quello dell'**igiene e della cosmesi**.

In aggiunta ai settori già descritti ci-

tiamo anche il comparto **veterinario** e quello della **chimica dei prodotti per la pulizia e l'igiene della casa e degli ambienti**.

Sono numerosi gli operatori che intervengono e che lavorano nel settore erboristico: produttori, trasformatori, distributori, grossisti, utilizzatori, esercenti, consumatori, ecc., con diversi gradi di interazione nello scambio di materie prime, semilavorati o prodotti finiti.

RICHIESTE DAL MERCATO ERBORISTICO

Nome	Materia prima utilizzata
Lavandino (<i>Lavandula hybrida</i>)	fiori
Liquirizia (<i>Glycyrrhiza glabra</i>)	rizoma, radice
Maggiorana (<i>Origanum majorana</i>)	foglie, fiori
Malva (<i>Malva sylvestris</i>)	fiori, foglie
Malvone (<i>Althea rosea</i>)	fiori, foglie
Melissa (<i>Melissa officinalis</i>)	foglie
Menta piperita (<i>Mentha x piperita</i>)	foglie
Origano (<i>Origanum vulgare</i> , <i>Origanum onites</i> , <i>Origanum heracleoticum</i>)	sommità fiorite
Ortica (<i>Urtica dioica</i>)	pianta intera, foglie, radice
Passiflora (<i>Passiflora incarnata</i>)	parte aerea
Rabarbaro (<i>Rheum undulatum</i>)	rizoma, foglie
Ribes nero (<i>Ribes nigrum</i>)	frutto, foglie, gemme
Rosa canina (<i>Rosa canina</i>)	frutti
Rosmarino (<i>Rosmarinus officinalis</i>)	foglie, giovani getti
Salvia (<i>Salvia officinalis</i>)	foglie, cimette
Santoreggia (<i>Satureja ortensis</i>)	sommità fiorite, semi
Santoreggia montana (<i>Satureja montana</i>)	sommità fiorite, semi
Tarassaco (<i>Taraxacum officinalis</i>)	foglie, radice
Tiglio (<i>Tilia platyphyllos</i>)	fiori con brattee, alburno (legno di recente formazione)
Timo (<i>Thymus vulgaris</i>)	parte aerea fiorita
Valeriana (<i>Valeriana officinalis</i>)	radice
Zafferano (<i>Crocus sativus</i>)	stimmi

A chi si deve rivolgere la piccola azienda agricola per la vendita?

Vi sono però altri mercati che risultano più accessibili al piccolo produttore, perché strettamente connessi al territorio e alla vendita del prodotto finito.

Mentre l'azienda agricola che produce materie prime officinali non trasforma o semilavora in modo specializzato e in quantità importanti si rivolge prevalentemente a grossisti, industrie e aziende di trasformazione, la piccola azienda agricola e l'azienda a carattere multifunzionale devono avere altri obiettivi e quindi altri riferimenti commerciali attraverso i quali la loro produzione ha migliore contestualità e maggiori opportunità per essere collocata.

La piccola azienda agricola ha diverse modalità e contesti per commercializzare le piante officinali e gli eventuali prodotti che da queste può ottenere.

Dalla semplice **vendita diretta** in fattoria attraverso lo spaccio aziendale, magari congiuntamente alla vendita di altri prodotti agricoli, alla partecipazione ai mercati contadini, a volte definiti come mercati agro-rurali (perché vi vengono venduti prodotti la cui filiera di produzione-trasformazione si realizza interamente nel comparto agricolo) o mercati di prossimità (perché svolti in territori coincidenti o vicini al luogo di produzione).

Le possibilità però non si esauriscono qui: per esempio, si fa strada la commercializzazione attraverso i cosiddetti **gruppi di acquisto solidali (gas) e altre forme di consumatori associati** come gli spacci collettivi rurali, gli spacci organizzati per i dipendenti

all'interno delle aziende.

Oppure, con particolari e specifici prodotti composti da erbe officinali, aromatiche o selvatiche, le aziende agricole si rivolgono a **ristoranti, alberghi, gastronomie, pro-loco e uffici turistici** perché apprezzano il fatto di poter offrire ai propri clienti prodotti erboristici «agro-artigianali», realizzati in numero limitato e che esprimono la tradizione e la cultura del territorio, unici nel loro genere, piuttosto che prodotti «industriali» e standardizzati, reperibili facilmente in qualsiasi punto vendita.

Sono senz'altro canali e forme di vendita ai quali le aziende agricole possono ricorrere quando non hanno la forza e la quantità di prodotto utile e sufficiente per rivolgersi ai grossisti o a un'industria e quando si tratta di una azienda agricola di chiara impostazione multifunzionale, dove le piante officinali vengono prodotte assieme ad altri prodotti (come per esempio miele o formaggio) e dove il reddito deriva dalla vendita di tutti i prodotti realizzati in azienda dove vengono anche trasformati ed etichettati.

Vanno poi considerati anche i **piccoli laboratori locali di prodotti alimentari e di cosmetici, le erboristerie, le drogherie, i negozi di frutta e verdura del circuito biologico, i negozi di prodotti tradizionali.**

Nella maggior parte dei casi si tratta di mercati limitati, però, proprio per questo rapportati alla dimensione e alla capacità produttiva delle piccole aziende e quindi a esse accessibili, mentre non lo sono quelli industriali per i motivi descritti in precedenza, ma anche perché bisogna essere in grado di accettare alti livelli di concorrenza dove contano soprattutto la quantità e il prezzo basso, ma non sempre la qualità.

Essendo generalmente, anche se non sempre, modeste le quantità prodotte dalle aziende agricole, in questi contesti di multifunzionalità anche il reddito atteso dalla loro vendita è pressoché contenuto.

Le aziende che lavorano con questi criteri ne sono però consapevoli e la loro sostenibilità produttiva e reddituale deriva dalla multifunzionalità e dal produrre in modo vario per le comunità del territorio nel quale sono radicate, piuttosto che dall'alimentare mercati

«subiti» perché non possiedono i requisiti, in termini di offerta e di organizzazione, per accedervi con forza contrattuale adeguata.

A volte, pur partendo da questa condizione, con la realizzazione di prodotti particolari e di valore vi sono aziende agricole che progressivamente si sviluppano e si specializzano affermandosi anche in mercati a loro prima inaccessibili. In ogni caso, è un contesto dove l'agricoltore cura tutta la filiera fino al prodotto finito o dove, a volte, si manifestano opportunità di sinergie fra piccoli coltivatori o con altri operatori che lavorano nello stesso territorio associando risorse, competenze e strutture, ma soprattutto condividendo un progetto e gestendolo insieme.

Le forme per farlo, anche in piccola scala, certamente non mancano: **associazioni, associazioni temporanee di impresa, reti di impresa, fattorie sociali, cooperative sociali o piccoli consorzi**, sia informali che giuridicamente costituiti, gestiti attraverso accordi di solidarietà o interventi concordati e condivisi.

Le differenze tra mercati classici e vendita diretta

Quali sono le differenze sostanziali per l'azienda agricola che tenta di inserirsi sul mercato erboristico classico e sui mercati «nuovi», diretti o di prossimità, precedentemente descritti?



Gli estratti di mirtillo si utilizzano anche nel settore farmaceutico

mità, precedentemente descritti?

Produrre e vendere per il mercato erboristico classico, in particolar modo per industrie e grossisti nazionali o internazionali, per l'azienda agricola significa entrare in un sistema di elevata competitività, per il quale è necessario produrre quantità significativamente elevate di materia prima, corrispondenti agli standard qualitativi e merceologici prefissati dall'industria e riuscendo a farlo con continuità e costi contenuti, dato che il prezzo mediamente offerto non è quasi mai quello che si aspetta l'agricoltore.

Ciò comporta anche la disponibilità di risorse e investimenti notevoli.

Nel secondo tipo di mercato, quello diretto o costituito dai particolari o alternativi circuiti prima descritti, l'agricoltore ha davanti opportunità diverse rivolte in gran parte direttamente al consumatore finale, dove l'oggetto della vendita è generalmente il prodotto finito e le logiche che ne permettono la vendita sono decisamente diverse, a partire dalle quantità producibili e immesse sul mercato, offrendo la possibilità anche ai piccoli produttori di ottenere un buon reddito.

Per il mercato classico si producono soprattutto materie prime e, una volta cedute all'operatore commerciale, l'azienda agricola non ne conoscerà più la destinazione d'uso, come avviene a volte anche per i cereali, la frutta e altri raccolti.

Invece, nel caso della vendita diretta al consumatore o ai circuiti meno convenzionali, prima considerati, l'agricoltore commercializza il prodotto finito di cui ne segue passo a passo la realizzazione, anche nel caso in cui faccia riferimento a un laboratorio esterno (non disponendo in azienda di un laboratorio proprio), che gli restituirà le materie prime adeguatamente lavorate e valorizzate.

Quindi, mentre nel mercato classico la scelta delle specie di piante officinali da coltivare è direttamente guidata dalla domanda di mercato del momento delle erbe richieste dall'industria, nell'altro caso l'agricoltore coltiva le piante in base a ciò che intende realizzare e poi vendere direttamente, a volte ispirandosi alla tradizione erboristica o gastronomica del territorio dove opera. □

Vita in **CAMPAGNA**

www.vitaincampaña.it



Edizioni L'Informatore Agrario

Tutti i diritti riservati, a norma della Legge sul Diritto d'Autore e le sue successive modificazioni. Ogni utilizzo di quest'opera per usi diversi da quello personale e privato è tassativamente vietato. Edizioni L'Informatore Agrario S.r.l. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.