



IL CONTESTO DI MERCATO DELLA PRODUZIONE E TRASFORMAZIONE DI PIANTE OFFICINALI: RISULTATI DELL'INDAGINE PRESSO GLI OPERATORI

Franco Torelli

OBIETTIVI E METODOLOGIE

○ **Obiettivi** dell'indagine esplorativa

- Individuazione delle caratteristiche competitive e del contesto di mercato delle filiere in cui sono coinvolte in maniera significativa le piante officinali

○ **Metodologie**

- Colloqui con le principali categorie di soggetti di riferimento (imprese, istituzioni, associazioni di settore): tre focus group (organizzati con il supporto di Fippo e di Assoerbe), e 40 interviste individuali.

IL SISTEMA DEL TRASFORMATO (PRODUZIONE PRIMARIA)

- Presenza di aziende agricole di **variegata tipologia**
- Oltre alla coltivazione svolgono alcune **attività solitamente collegate**: per esempio, essiccazione o distillazione
- I produttori sono **in parte specializzati**, ma spesso sono **diversificati** verso altre attività (cerealicole, viticole, ortofrutticole, agrituristiche, ecc.).

IL SISTEMA DEL TRASFORMATO (PRODUZIONE PRIMARIA): GRUPPI STRATEGICI DI IMPRESE

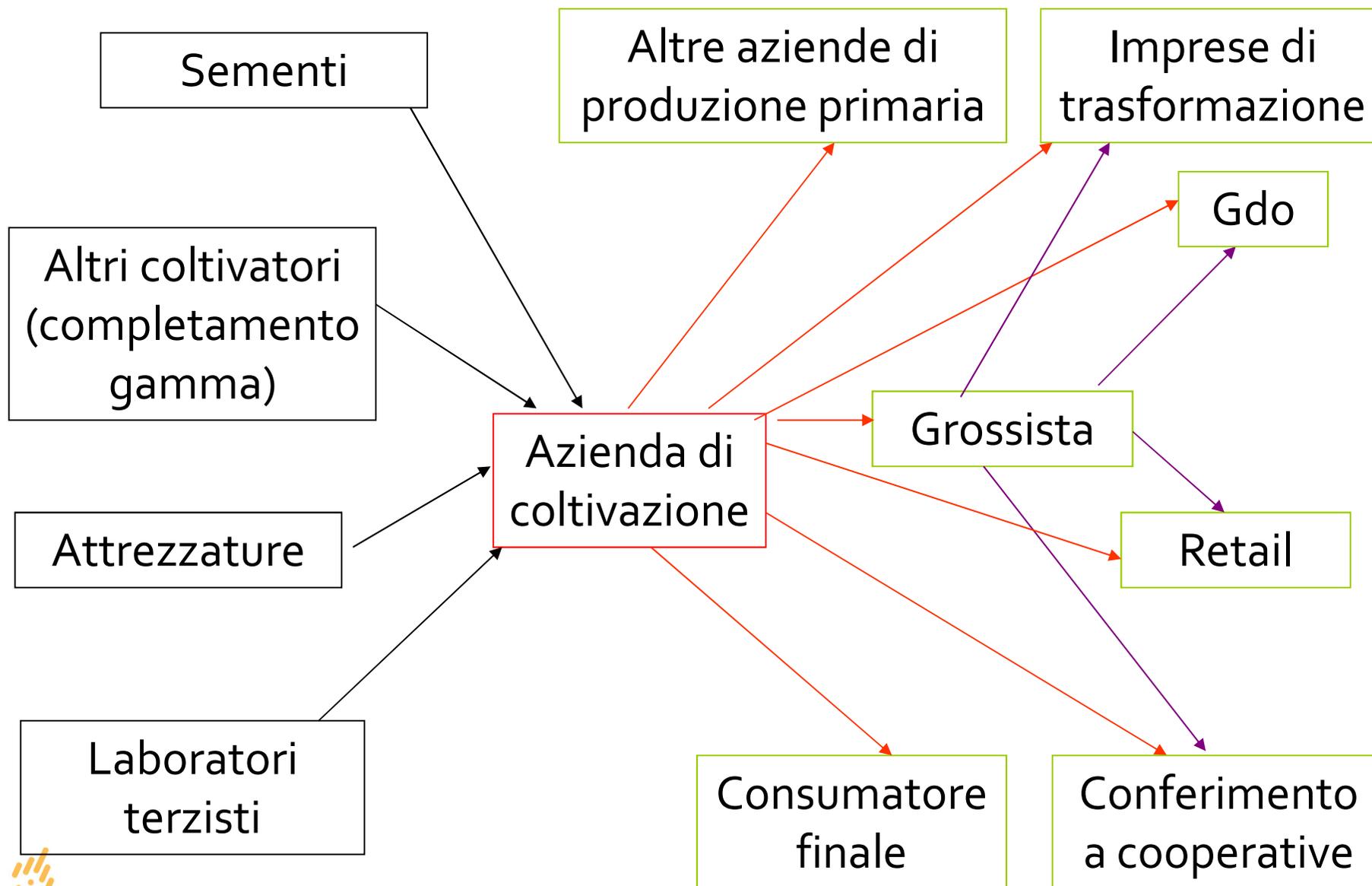
Grande dimensione

- costi unitari contenuti
- meccanizzazione
- garanzie di continuità
- grandi clienti

Piccola dimensione

- gestione familiare
- mercato locale
- plus del contenuto di natura percepito

SISTEMA DEL TRASFORMATO (PRODUZIONE PRIMARIA): PRINCIPALI FORNITORI E CLIENTI



SISTEMA DEL TRASFORMATO (PRODUZIONE PRIMARIA): LE FORZE COMPETITIVE IN SINTESI

Concorrenza

Forte **concorrenza internazionale**, basata spesso sul prezzo
Per alcuni prodotti, **concorrenza di sostitutivi** (es. ricostruiti)
Competizione con la **raccolta spontanea**, spesso estera

Fornitori

Discreto potere contrattuale del fornitore di attrezzature e del terzista nei confronti del produttore primario
Sostanziale equilibrio con il fornitore di sementi

Clienti

Frequente **disequilibrio** in termini dimensionali (miglioramento nel caso di aggregazione o di contratti stipulati a priori)
A volte, dipendenza da un unico compratore
Scarsa propensione **all'integrazione a valle**

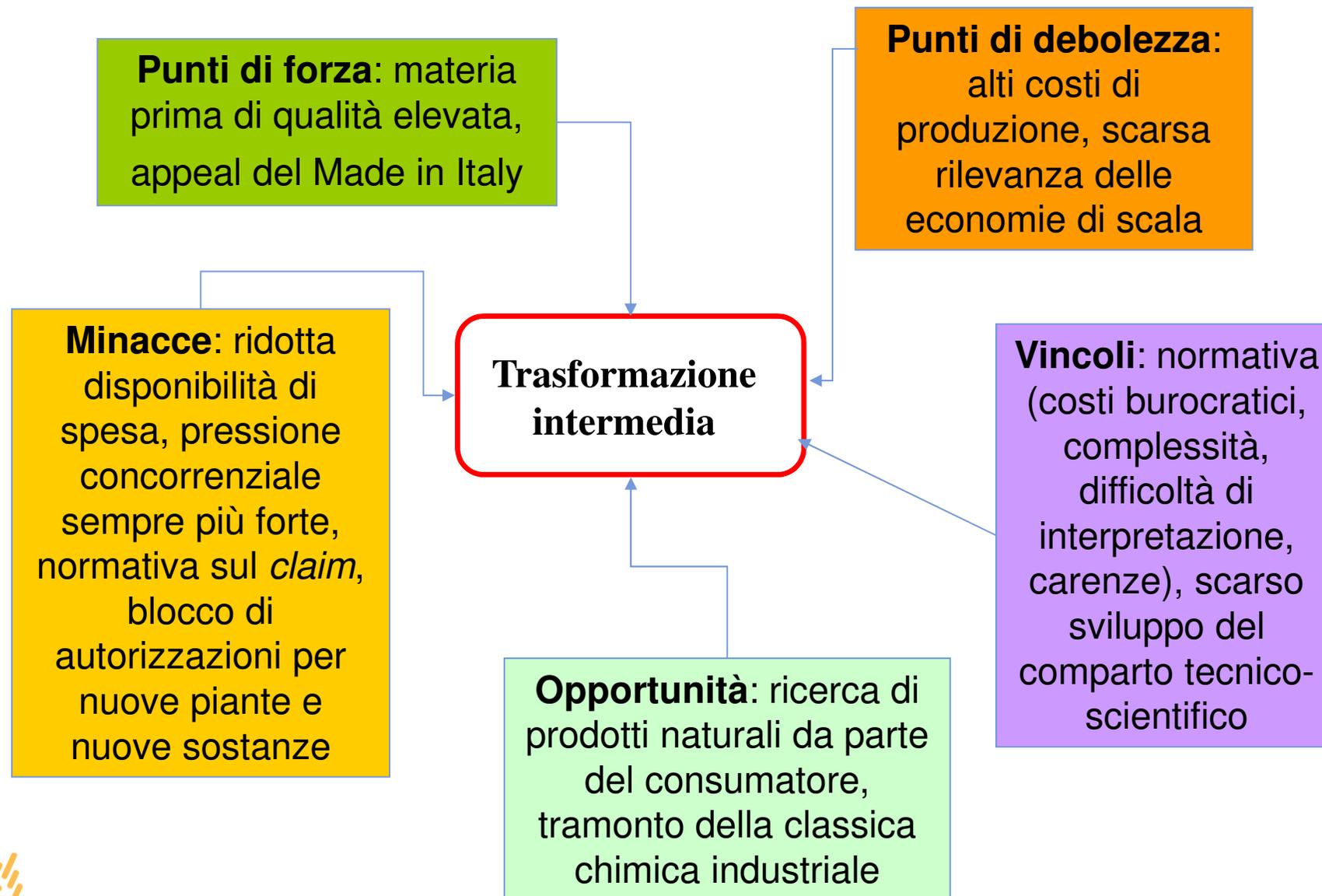
Potenziali entranti

Discreto grado di attrattività, situazione critica di altri settori
Barriere all'entrata: competenze, normative, difficoltà mercato

SISTEMA DEL TRASFORMATO (PRODUZIONE PRIMARIA): MINACCE, OPPORTUNITÀ, FORZA E DEBOLEZZA



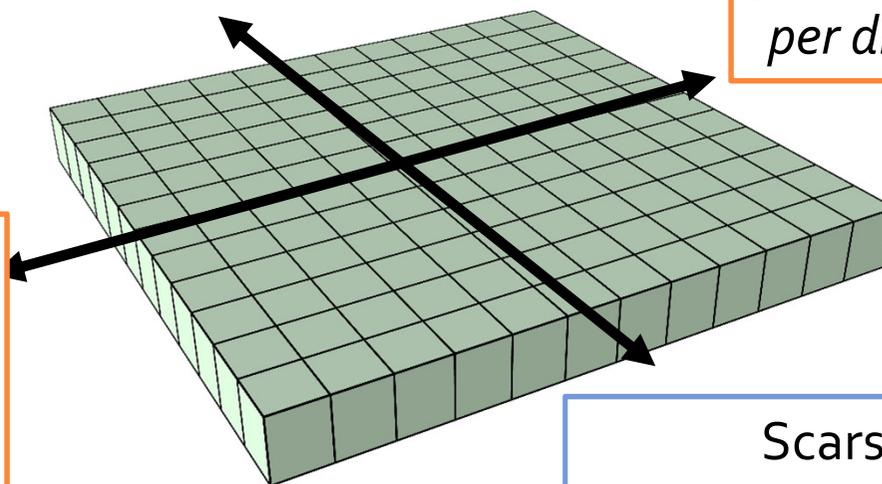
SISTEMA DELLE TRASFORMATO (TRASFORMAZIONE INTERMEDIA): MINACCE, OPPORTUNITÀ, FORZA E DEBOLEZZA



SISTEMA DEL FRESCO (PRIMA GAMMA): LA MAPPA DEI GRUPPI STRATEGICI DI IMPRESE

Diversificazione extra-settoriale (a volte, ruolo di ariete commerciale delle officinali)

Ampiezza gamma (anche in direzione di prodotti meno diffusi, per differenziazione)



Scarsa ampiezza gamma: concentrazione spesso sulle specie più diffuse

Scarsa diversificazione extra-settoriale: concentrazione sulla qualità

SISTEMA DEL FRESCO (PRIMA GAMMA): LE FORZE COMPETITIVE IN SINTESI

Concorrenza

Affollamento per le specie più diffuse

Concorrenza **estera**: migliore attrezzatura, minori costi, norme permissive

Fornitori

Contratti di coltivazione (ma spesso coltivazione diretta)

Importazione per ampliamento gamma e destagionalizzazione

Clienti

Prodotto **critico per la ristorazione**

Forte **richiesta di servizi** della Gdo

Tendenza del grossista a **integrarsi a monte**

Infrequente **integrazione a valle** dell'azienda, saltando il grossista

Potenziali entranti

Probabilità di ingresso, per le specie più comuni

GLI OPERATORI DEL COMMERCIO ALL'INGROSSO: GRUPPI STRATEGICI DI IMPRESE

Ruolo di **raccordo distributivo e di vendita**, di **concentrazione**, di **garanzia**, di **logistica**.

La presenza di questi operatori è spiegata dalla difficoltà per le imprese produttrici ad instaurare relazioni dirette con mercati distanti o a seguire rapporti commerciali di approvvigionamento per quantità limitate



Esistono grossisti che svolgono **esclusivamente la funzione commerciale**, riducendo il loro intervento sul prodotto alle operazioni elementari connesse al commercio: controllo, qualifica, selezione, miscelazione, riconfezionamento



Vi sono altri operatori all'ingrosso che alla fase commerciale affiancano le **attività di trasformazione** come quelle di produzione di estratti, oli essenziali, integratori, ecc. eventualmente ricorrendo a laboratori esterni