

AGROFARMACI NON PROFESSIONALI Un mercato da inquadrare



Un'indagine di Kollant - Iikos-Agro rivela che i clienti non-professionali sanno poco di agrofarmaci e spendono ancora meno. Al di là della normativa incerta, è bene seguire il segmento

Da troppo tempo si sta aspettando che il Mipaaf regolamenti il settore degli agrofarmaci non-professionali con quello che sarà il decreto attuativo relativo al dlgs 150/2012 e al Pan che dal novembre 2015 ha imposto l'obbligo di patentino per l'acquisto dei prodotti a uso professionale, lasciando nel limbo in particolare i PnPA (impiegabili su piante commestibili). Lo attendono in primo luogo le aziende produttrici, costrette nell'ultimo anno e mezzo (e più) a bloccare la ricerca & sviluppo di nuovi formulati nell'incertezza su cosa sarà effettivamente commercializzabile. Lo auspicano caldamente i rivenditori, che temono da un lato le attuali pastoie burocratiche che obbligano a infiniti passaggi prima di poter vendere un prodotto a un

“agricoltore” non-professionale, e che dall'altro, oppressi da questa vacanza normativa, hanno il fondato timore di perdere i propri clienti faticosamente fidelizzati. Infine lo desiderano gli stessi hobbisti che, ormai conquistati dalla soddisfazione di coltivare ortaggi e frutti in prima persona, si ritrovano senza “armi” per poter difendere il prezioso raccolto dai patogeni animali e vegetali. In questo quadro di lunga e inerme attesa, si inganna il tempo cercando perlomeno di capire le dinamiche, di vendita e di acquisto degli agrofarmaci, di due dei tre attori di mercato coinvolti: i rivenditori e gli hobby farmer. Lo si è fatto in un convegno, “Fitofarmaci per gli hobbisti del verde: quali regole per i commercianti italiani?”, tenutosi al Myplant & Garden del febbraio scorso a Milano.



RICERCA DI MERCATO

I comportamenti dei rivenditori e degli hobbisti sono stati analizzati attraverso una ricerca di mercato, commissionata da Kollant - Ikos-Agro e realizzata da Info-Value, incentrata sul Segmento di mercato Hobby farmer in Italia.

Lo studio è stato condotto presso la categoria dei rivenditori per esplorare e tracciare le principali dinamiche del segmento degli hobby farmer, un insieme di soggetti prossimi al settore professionale ma con caratteristiche che li avvicinano anche al mondo non-professionale per via delle dimensioni e degli obiettivi produttivi.

La ricerca ha tracciato le tendenze in atto, anticipando gli scenari più probabili e cogliendo per tempo le eventuali opportunità, soprattutto in considerazione delle recenti evoluzioni normati-

ve rappresentate dall'introduzione del Patentino. I rispondenti erano titolari di punti vendita o responsabili tecnici di rivenditori che hanno clienti non-professionali, su una base di 300 casi utili (rivendite private di prodotti per l'agricoltura).

POCA SPESA, POCA RESA

Emerge anzitutto che, pur rappresentando in media gli hobby farmer il 43% della clientela, il fatturato medio che essi generano attraverso i fitofarmaci costituisce solo il 18% del totale medio del punto vendita per i fitofarmaci. Per l'esattezza, i circa 600mila hobby farmer stimati in Italia spendono mediamente 100 euro l'anno in agrofarmaci (il fatturato complessivo è stimato in 60 milioni di euro). La loro presenza si riscatta solo perché generano il 45% del fatturato complessivo della rivendita,

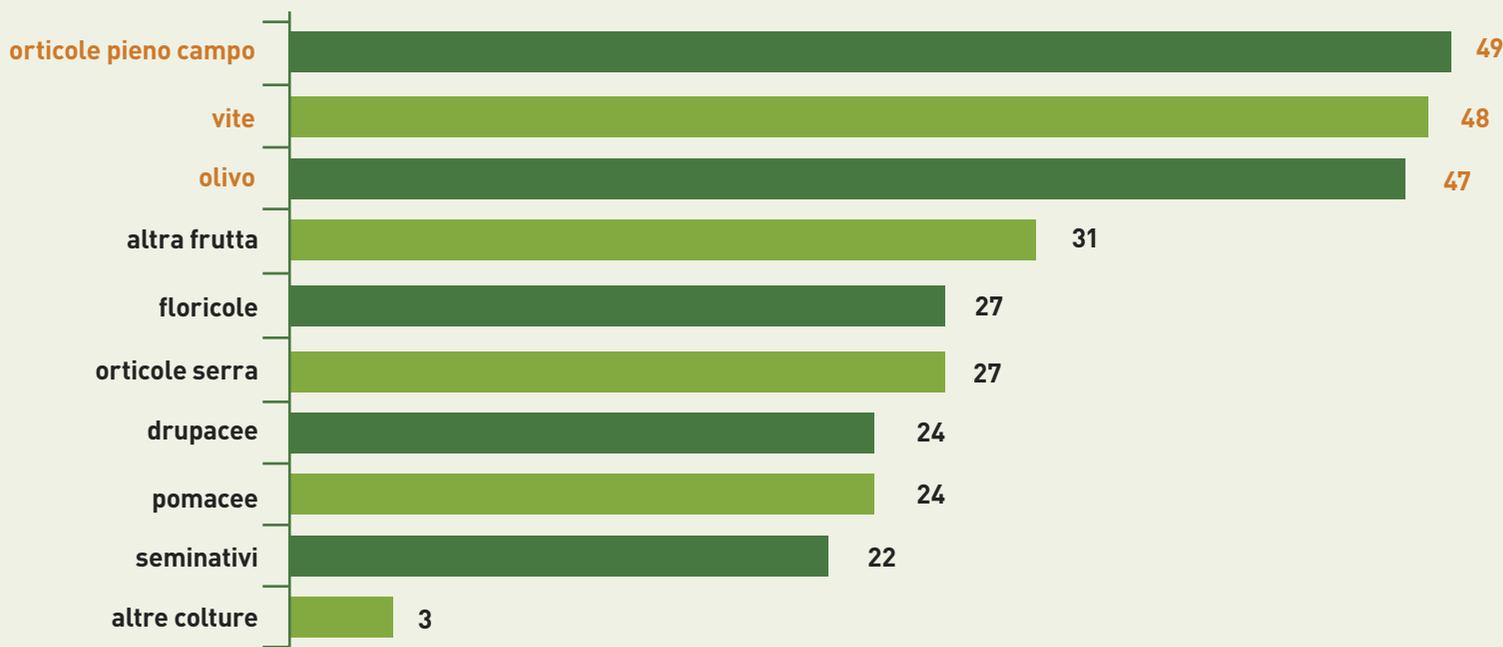
PER IL PROSSIMO FUTURO...

Dall'inizio del 2016 si segnala un po' ovunque sul territorio italiano un considerevole fervore nell'attivare i corsi per l'abilitazione all'uso degli agrofarmaci, soprattutto per regolarizzare o aggiornare situazioni non a norma anche nel contesto professionale. Sul fronte degli hobby farmer utilizzatori di agrofarmaci, è ragionevole ipotizzare che una

parte più giovane e/o attiva sul piano produttivo (numericamente consistente) si attiverà per ottenere la certificazione necessaria, mentre una parte minoritaria più debole/anziana si asterrà per il futuro da avere un ruolo significativo o addirittura cesserà di essere un soggetto attivo. Da parte dei rivenditori è altrettanto probabile

immaginare che verrà prodotta, in modo diretto o indiretto, una pressione sui propri clienti affinché si dotino del patentino. In questo modo, infatti, il rivenditore eviterebbe di disperdere tempo e risorse nell'adempimento delle pratiche amministrative necessarie, e scongiurerebbe sia le possibili sanzioni pecuniarie sia le mancate vendite.

Tipologie di colture trattate dai clienti non-professionali.



spendendo quindi molto di più in piante, terricci, concimi e accessori...

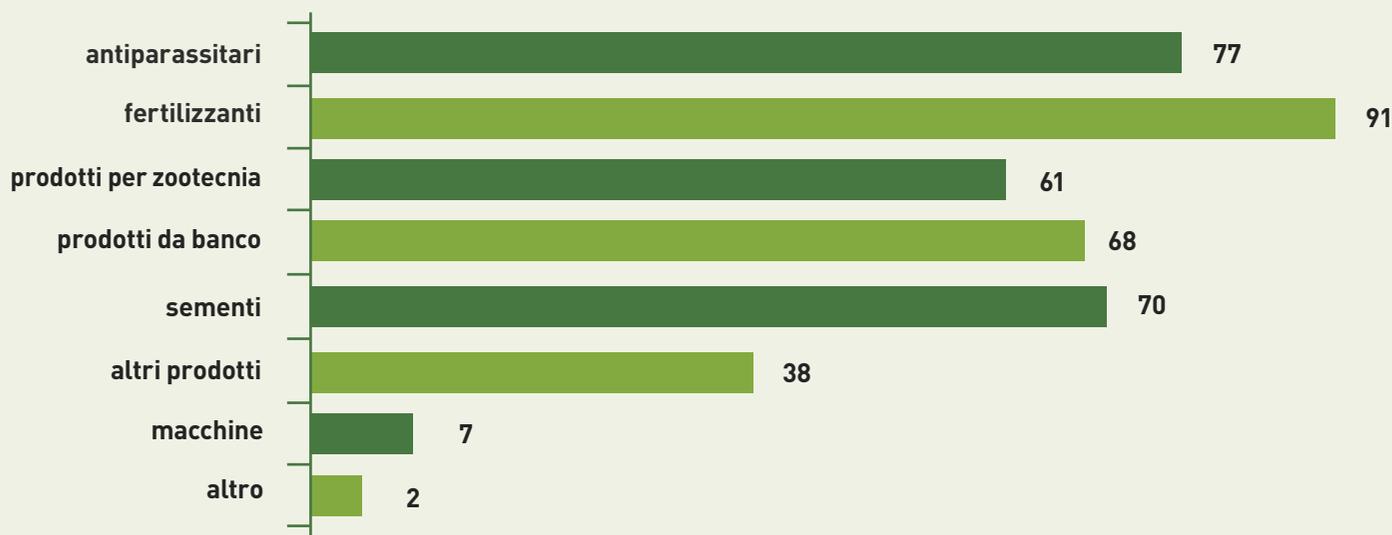
Riguardo al rapporto impegno/guadagno, il campione di rivenditori esprime un'opinione sui clienti non professionali diversa in base alle dimensioni del punto vendita. Le grandi rivendite, con fatturato oltre 500mila euro, ritengono che gli hobby farmer abbiano le stesse esigenze dei clienti professionali, ma che non esista per loro un'offerta adeguata, e che non abbiano le stesse competenze, quindi l'impegno che generano sul punto vendita non viene compensato dai vantaggi economici. I rivenditori medi (fatturato fra 200 e 500mila euro) e piccoli (sotto i 200mila euro), invece, gestiscono meglio le problematiche degli hobby farmer, sono più in sintonia a livello di offerta e riconoscimento di competenze, e quindi stimano un buon rapporto bilancio/impegno.

QUALI AGROFARMACI

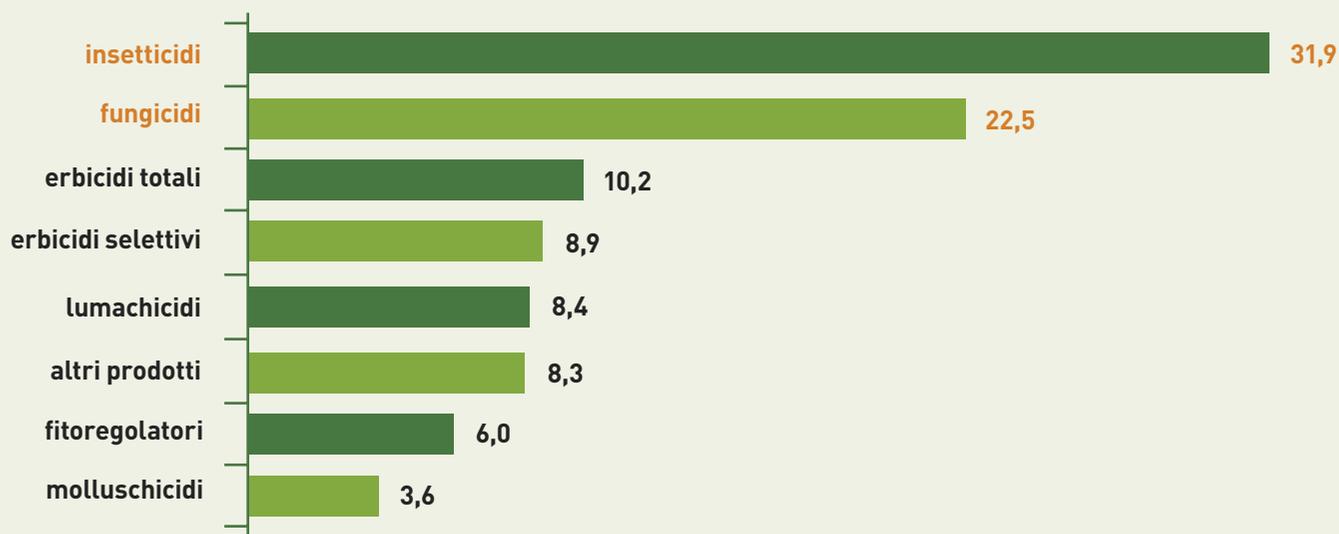
Le colture trattate dai clienti non-professionali sono più o meno le stesse coltivate in media nella corrispondente area geografica: orticole a pieno campo, vite e olivo sono le colture più praticate in pari misura (all'incirca nel 48% dei casi). I dati riferiti all'incidenza del fatturato degli agrofarmaci per coltura confermano il rilievo particolare delle orticole a pieno campo (19,2%, contro 14,7% per i professionali) e secondariamente della vite (18,6%, contro 20,8%) e dell'olivo (15,4%, contro 17,3%) per la clientela non-professionale.

Fra le categorie merceologiche dei prodotti più venduti, professionali e non acquistano in prevalenza fertilizzanti (rispettivamente 92 e 91%), e in seconda battuta i fitofarmaci (87 e 77%).

Categorie merceologiche dei prodotti acquistati dai clienti non-professionali.



Tipologie di fitofarmaci acquistati dai clienti non-professionali.



Quanto alle tipologie di fitofarmaci venduti, insetticidi e fungicidi sono i prodotti maggiormente richiesti da entrambe le categorie, con una prevalenza degli insetticidi per i non-professionali (31,9%, contro 28,1% dei professionali) sui fungicidi che si equivalgono per le due categorie di utenti (22,5%). Seguono gli erbicidi totali (10 e 11%) e quelli selettivi (8,9 e 9,9%), e i lumachicidi (8,4 e 9,4%).

Per la scelta e l'acquisto, correttamente l'interlocutore principale per gli hobby farmer è il rivenditore di fiducia (83%). Seguono a grande distanza gli agricoltori professionali (22%), amici e parenti (16%) e consulenti di settore (15%).

La vicinanza a interlocutori istituzionali (organizzazioni professionali, tecnici di case produttrici o enti pubblici) risulta così molto marginale.

UGUALI MA DIVERSI

Per quanto evidenzia l'indagine, il bacino degli hobby farmer (numericamente importante seppur minoritario sul piano dei volumi) è composto da soggetti di ogni età, con indirizzi produttivi orientati soprattutto alle colture orticole e arboree, con necessità specifiche sul piano logistico, e che hanno instaurato nel corso del tempo un rapporto molto stretto con il rivenditore di prodotti per l'agricoltura. Sono in altri termini aziende che operano negli stessi contesti produttivi delle imprese agricole e devono risolvere le loro stesse problematiche anche se su scala diversa. Costituiscono quindi una categoria di clienti con necessità che non variano di fatto con l'entrata in vigore del PAN, ovvero taglie adeguate alle loro esigenze, formulazioni facili e istruzioni per l'utilizzo estremamente chiare. ◆