



## Un modo diverso di fare agricoltura: capacità strategica delle pmi

I prodotti *made in Italy* sono sempre più richiesti in tutto il mondo e le poche imprese agricole che stanno cavalcando questa chance con strategie vincenti crescono nonostante la crisi dovuta alle restrizioni pandemiche, perché hanno compreso come presentarsi bene al consumatore per poter competere nei nuovi mercati e, soprattutto, con i nuovi competitors.

In questo momento storico le Pmi devono riunire le esperienze specifiche acquisite e un nuovo modello di management in grado di tradurre le competenze dell'imprenditore agricolo in programmi più efficaci attraverso l'assistenza di agronomi e di informatici per la digitalizzazione dell'impresa e la gestione delle vendite anche nei mercati internazionali.

Gli strumenti di risk management predisposti dall'ordinamento giuridico italiano tra i quali gli assetti organizzativi (strumenti di controllo) individuati dal **D. Lgs 14/2019** consentono di affrontare la crisi d'impresa nelle Pmi agroalimentari e non solo. In Italia il 29,7% delle imprese agricole è in perdita a causa di carenze strutturali che le hanno rese poco competitive soprattutto nei canali di vendita alimentare tradizionale; di conseguenza per garantire la resilienza e rafforzare i piccoli agricoltori, colmando il divario digitale e rurale in un mondo sempre più connesso, sono indispensabili tempestive strategie commerciali, appropriati strumenti di controllo (obbligatori ai sensi dell'art. 2086 del codice civile), come pure le attività manageriali in grado di controllare i risultati raggiunti (obbligatoria in Italia per tutte le imprese, in seguito al **D. Lgs 14/2019 - Codice della Crisi d'Impresa e dell'Insolvenza**).

Il lockdown e le misure restrittive conseguenti alla pandemia hanno, inoltre, cambiato le abitudini di consumo indirizzate ora soprattutto ai beni alimentari di prima necessità, con una peculiare sensibilità verso i temi della salute e dell'origine dei prodotti alimentari da portare a tavola. Ciò ha favorito le filiere corte e un'agricoltura aperta che interagisce con i consumatori, condividendo anche gli spazi naturali, con il duplice obiettivo di promuovere frutti naturali non omologati proteggendoli da logiche di mercato che puntano alle pezzature e a prezzi al ribasso; di conseguenza, soprattutto le micro realtà aziendali, le imprese agroalimentari si sono orientate direttamente al consumatore finale, vendendo i propri prodotti in azienda, nei mercati del contadino, nelle fiere locali o attraverso i **siti e-commerce** (le vendite mediante e-commerce, preferite dai consumatori durante il periodo di lockdown, continuano ad essere privilegiate con un aumento del +40%).

In controtendenza con la globalizzazione si instaura, in quest'ultima tipologia commerciale, un rapporto di fiducia tra produttore e consumatore che ricerca prodotti dalla provenienza sicura e locale.

Dove si è scelta questa forma di agricoltura sono aumentate le vendite e il fatturato.



Ma è di fondamentale importanza che le Pmi potenzino, comunque, le attività di marketing con una programmazione delle azioni promozionali attenta, anche attraverso il ricorso alla forza vendita

indiretta (agenti, procacciatori, broker e mediatori) soprattutto nel settore Gdo e alimentare tradizionale attraverso i grossisti (wholesaler).

I commercianti agricoli e i coltivatori più piccoli restii a **vendere online** dovrebbero quantomeno informarsi, per poi cominciare a utilizzare questo canale o chiedere supporto a chi ha nozione in merito.

I mercati online sono la piattaforma di vendita più attuale per gli agricoltori, gli acquirenti che hanno difficoltà ad accedere ai prodotti e i venditori, che sono in gran parte isolati, perchè fornisce un accesso inclusivo al mercato, oltre a ridurre i costi e ad abbreviare la catena di approvvigionamento per i prodotti freschi.

I mercati online collegano gli agricoltori dislocati anche in zone rurali dell'entroterra, paesi vicini o paesi esteri più lontani con i mercati che hanno più bisogno dei loro prodotti; sono, comunque, incentrati sui rapporti di fiducia reciproca tra tutte le parti coinvolte in termini di transazioni, qualità e meccanismi di prezzo, movimentazione fisica dei prodotti dal venditore all'acquirente.

Un aspetto attualissimo da realizzare sarà coniugare l'incremento produttivo e la sostenibilità ambientale (stabilito anche dall'ONU con i "*Sustainable Development Goals (SDGs)*", **gli obiettivi di sviluppo sostenibile per il 2030**, perché la tecnologia e la ricerca applicate all'agricoltura devono essere orientate verso lo sviluppo di tecniche di produzione capaci di realizzare il massimo risultato con il più basso impatto ambientale possibile.

José Graziano da Silva, Direttore Generale della FAO, sottolineando la necessità della digitalizzazione sostenibile e inclusiva dell'agricoltura a favore dei piccoli agricoltori, ha affermato nel discorso inaugurale del Seminario internazionale che *“Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione hanno il potenziale di trasformare non solo il modo in cui lavoriamo in agricoltura, ma anche i sistemi alimentari e il modo in cui ci nutriremo in futuro. L'innovazione digitale è inoltre collegata al raffinarsi delle competenze in agricoltura di precisione, che consente agli agricoltori di ridurre l'utilizzo di input, di macchinari e di acqua”*. Le politiche pubbliche possono garantire il rispetto dei requisiti ambientali e di equità, e queste soluzioni devono essere rese accessibili ai piccoli agricoltori a condizioni adeguate così da superare i soliti “digital divide” e potenziare un ecosistema digitale accessibile e aperto alla partecipazione di tutti.

*Dott.ssa Agr. Brigida Spataro*

FONTI:

<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2019/02/14/19G00007/sg>

<https://unric.org/it/wp-content/uploads/sites/3/2019/11/Agenda-2030-Onu-italia.pdf>

<https://giuricivile.it/gestione-dellimpresa-il-nuovo-art-2086-comma-2-cc/>

<http://www.fao.org/news/story/pt/item/1197805/icode/>

FOTO:

[https://www.google.it/search?q=pmi+agricole+siciliane&tbm=isch&ved=2ahUKEwjcrMnKgJTvAhVJiqQKHTA8AZUQ2-cCegQIABAA&oq=pmi+agricole+siciliane&gs\\_lcp=CgNpbWcQA1C97gZYhIwHYM2TB2gAcAB4AIABqAGIAcMGkEDOC4xmAEAoAEBqgFLZ3dzLXdpei1pbWfAAQE&scient=img&ei=9HA\\_YNziLMmUkgWw-ISoCQ&bih=651&biw=1024#imgrc=HdPXCFLZjsYXxM](https://www.google.it/search?q=pmi+agricole+siciliane&tbm=isch&ved=2ahUKEwjcrMnKgJTvAhVJiqQKHTA8AZUQ2-cCegQIABAA&oq=pmi+agricole+siciliane&gs_lcp=CgNpbWcQA1C97gZYhIwHYM2TB2gAcAB4AIABqAGIAcMGkEDOC4xmAEAoAEBqgFLZ3dzLXdpei1pbWfAAQE&scient=img&ei=9HA_YNziLMmUkgWw-ISoCQ&bih=651&biw=1024#imgrc=HdPXCFLZjsYXxM)

[https://www.google.it/search?q=aziende+agricole+siciliane+km0&tbm=isch&ved=2ahUKEwjU4Wog5TvAhVPyKQKHXHABsgQ2-cCegQIABAA&oq=aziende+agricole+siciliane+km0&gs\\_lcp=CgNpbWcQA1CL7AFY28MCYIzPAmgAcAB4AIABZYgBxwuSAQQxNy4xmAEAoAEBqgELZ3dzLXdpei1pbWfAAQE&scient=img&ei=m3M\\_YJTOBc-QkwXxgJvADA&bih=651&biw=1024#imgrc=c47weo6C1R7ZaM](https://www.google.it/search?q=aziende+agricole+siciliane+km0&tbm=isch&ved=2ahUKEwjU4Wog5TvAhVPyKQKHXHABsgQ2-cCegQIABAA&oq=aziende+agricole+siciliane+km0&gs_lcp=CgNpbWcQA1CL7AFY28MCYIzPAmgAcAB4AIABZYgBxwuSAQQxNy4xmAEAoAEBqgELZ3dzLXdpei1pbWfAAQE&scient=img&ei=m3M_YJTOBc-QkwXxgJvADA&bih=651&biw=1024#imgrc=c47weo6C1R7ZaM)