



PIAZZA DEI CADUTI - PALAZZO GIANNANTONIO - TEL 0835.585.711 FAX 0835.581.208
P. I. 00116240771 C.F. 81001230770 - WEB SITE: WWW.COMUNE.PISTICCI.IT

Servizio AA.PP.



FARMERS MARKET

(Legge nr. 296 del 27 dicembre 2006, art. 1 - comma 1065, Decreto Ministeriale 20 novembre 2007 e L.R. nr. 12 del 13 luglio 2012)

RELAZIONE

Marzo 2016

Indice:

Premessa	3
Riferimento normativo	4
Le finalità del farmers market	6
La riduzione dei prezzi	8
Conclusioni	9

Premessa

In un momento in cui i segnali di ripresa dell'economia globale non sono particolarmente evidenti, il settore della distribuzione commerciale segna ancora il passo con previsioni, a breve e medio termine, alquanto incerte. La spesa media destinata dalle famiglie all'approvvigionamento dei generi alimentari stenta ancora a risalire a livelli ottimali in quanto risente della perdita di un notevole potere di acquisto.

In questa situazione è quanto mai evidente l'attendibilità di un vecchio adagio che recita: "la necessità aguzza l'ingegno", ovvero, detto in termini di mercato, "la crisi economica stimola la creatività".

Fioriscono nuove formule commerciali che si propongono quale alternativa ai classici canali della distribuzione (ipermercati, supermercati, negozi tradizionali, ecc.).

Un tipico caso della creatività che si traduce in nuove formule distributive è costituito dai "farmers market". Letteralmente l'espressione inglese "farmers market" può essere tradotta in "mercato dei contadini".

Già ad una sommaria analisi della denominazione, si intuisce l'argomento: i farmers market sono mercati riservati all'esercizio della vendita diretta da parte degli operatori agricoli.

L'obiettivo primario dei farmers market può essere così riassunto: la vendita diretta, da parte degli agricoltori, presso il mercato, accorcia la filiera poiché si instaura un rapporto diretto tra produttore e consumatore e, inoltre, garantisce la vendita di prodotti autoctoni, freschi e di qualità. La filiera corta comporta una riduzione dei prezzi di vendita delle merci della produzione primaria, molto più basso rispetto a quello della tradizionale distribuzione.

La filiera è il percorso di un prodotto dalla sua produzione alla sua commercializzazione. La filiera corta consente una riduzione di questo processo creando un rapporto diretto tra produttore e consumatore.

Riferimento normativo

L'istituzione dei farmers market (mercati dei contadini) è prevista dall'art. 1, comma 1065, della Legge 27 dicembre 2006, nr. 296 (Finanziaria 2007).

Con successivo Decreto del Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali del 20 novembre 2007, d'intesa con la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano, sono stati stabiliti i requisiti e gli standard per la realizzazione di detti mercati, anche in riferimento alla partecipazione degli imprenditori agricoli, alle modalità di vendita ed alla trasparenza dei prezzi.

Già nel 2001, con il D. Lgs. 18 maggio 2001, n. 228, "Orientamento e modernizzazione del settore agricolo, a norma dell' articolo 7 della legge 5 marzo 2001, n. 57", veniva disposta la possibilità di effettuare la vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli. Questi ultimi, singoli o associati, iscritti nel registro delle imprese di cui all'art. 8 della legge 29 dicembre 1993, n. 580, possono vendere direttamente al dettaglio, in tutto il territorio della Repubblica, i prodotti provenienti in misura prevalente dalle rispettive aziende, fatto salvo il rispetto delle disposizioni vigenti in materia igienico-sanitaria.

Il Decreto Ministeriale, di attuazione del disposto della Legge Finanziaria 2007, è in vigore dal 1° gennaio 2008 ed ha il precipuo obiettivo di definire le linee di indirizzo per la realizzazione dei mercati riservati alla vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli. In esso, tra l'altro, sono determinati:

- i soggetti ammessi alla vendita - art. 2: imprenditori agricoli singoli o associati iscritti nel registro delle imprese di cui alla Legge nr. 580/1993;
- le modalità di vendita dei prodotti agricoli - art. 4: trasformazione dei prodotti agricoli; realizzazione di attività culturali, didattiche e dimostrative legate ai prodotti alimentari, tradizionali ed artigianali del territorio rurale di riferimento, anche attraverso sinergie e scambi con altri mercati autorizzati;

- i criteri di carattere generale - art. 4: disciplinare di mercato, possibilità, per altri operatori commerciali, di fornire servizi destinati ai clienti dei mercati.

Da ultimo è intervenuta anche la Regione Basilicata con propria legislazione. Con la L.R. nr. 12 del 13 luglio 2012, sono state approvate le norme per orientare e sostenere il consumo dei prodotti agricoli di origine regionale a chilometri zero. In particolare, il 2° comma dell'articolo 3 della stessa legge regionale dispone che *“al fine di favorire l'acquisto dei prodotti agricoli regionali e di assicurare un'adeguata informazione ai consumatori sull'origine e sulle specificità degli stessi prodotti, i Comuni, nell'ambito del proprio territorio e del proprio piano per il commercio, destinano aree per la realizzazione dei farmers market e di mercati dei prodotti agricoli locali riservati ai soli imprenditori agricoli, anche in deroga alla L R. nr. 23 del 30 settembre 2008”*.

Le finalità del farmers market

Dell'accorciamento della filiera e della conseguente riduzione dei prezzi già si è fatto cenno innanzi. Eliminando le figure intermedie, con i relativi costi, la filiera corta consente di tenere bassi i prezzi. E' la classica forma, "dal produttore al consumatore", che ritorna soprattutto nei periodi di maggiore evidenza del caro-vita.

I farmers market offrono una valida alternativa allo spostamento da parte degli acquirenti per l'approvvigionamento diretto nelle aziende agricole. Nei nuovi mercati sono i contadini a vendere i loro prodotti direttamente nelle città o nei paesi, comunque negli agglomerati urbani.

Una ulteriore finalità dei farmers market consiste nel drenare le importazioni di ortofrutta dall'estero. L'incremento delle importazioni dall'estero, segnalato in questi ultimi anni, ha provocato un esubero della produzione italiana rispetto alla domanda interna, con conseguenze nefaste per l'economia delle stesse aziende ortofrutticole italiane e per l'occupazione.

Tra l'altro, l'importazione di ortofrutta da paesi esteri ripropone la problematica della trasparenza dell'etichettatura. Spesso una ingente quantità di prodotti risultano "anonimi" o con indicazioni "ingannevoli"; si spacciano per "prodotti locali", prodotti di incerta origine.

Un altro obiettivo rilevante dei farmers market è la rivalutazione della stagionalità dei prodotti. Il mercato palesa il ciclo naturale della produzione agricola e si potrà sapere quali prodotti sono disponibili in un dato periodo dell'anno, a tutto vantaggio della qualità. Le produzioni destagionalizzate, spesso, sono frutto di coltivazioni spinte oltre natura.

Infine, è da sottolineare la funzione che i farmers market svolgono in merito a percorsi di vera e propria "educazione alimentare ed ambientale". Attraverso questi mercati è possibile degustare ed acquistare prodotti locali d'eccellenza quali ortaggi, frutta di stagione, oli, vini, formaggi, miele, confetture, sott'oli, ecc., nonché sviluppare percorsi didattici per conoscere i processi produttivi degli alimenti ed il loro valore nutrizionale.

Acquistare e consumare i prodotti di un farmers market equivale, quindi, ad assicurare un'alimentazione con cibi sicuri, freschi e di stagione che, tra l'altro, esaltano le caratteristiche del territorio. Attraverso i sapori, la qualità e le tradizionali ricette gastronomiche è possibile avviare virtuosi processi di promozione territoriale.

La riduzione dei prezzi

La spesa alimentare è la seconda voce, dopo quella per l'abitazione, della spesa totale media mensile delle famiglie¹. Essa assorbe circa il 20 % del totale della spesa. La spesa alimentare è così suddivisa: il 25 % per carne; il 20 % per frutta ed ortaggi; il 18 % per pane e pasta; il 15 % per latte, formaggi ed uova; il 10 % per pesce; l'8 % per zucchero, dolci e caffè; il 4% per oli.

I prodotti dei farmers market riguardano quasi l'intera gamma dei prodotti della spesa alimentare e, pertanto, possono contribuire alla riduzione di quel 20 % del totale della spesa delle famiglie. Secondo la Cia-Confagricoltura e la Coldiretti comprare direttamente dal produttore in questi mercati, può far risparmiare oltre il 30 %, con picchi che, in taluni casi, possono arrivare perfino al 60 %.

Le due organizzazioni imprenditoriali agricole hanno fatto un po' di conti e, ipotizzando un paniere di frutta e verdura composto da cipolle, patate, radicchio, mele, pere, kiwi, carote e cavolfiore, hanno calcolato che per l'acquisto presso i farmers market occorrono circa 10 €, poco più della metà di quello che si pagherebbe per l'acquisto presso negozi tradizionali.

¹ Cfr. dati ISTAT "Il consumo delle famiglie".

Conclusioni

Nell'istituzione dei farmers market la Pubblica Amministrazione è chiamata ad interagire con gli operatori agricoli e con le loro organizzazioni imprenditoriali.

E' necessario caratterizzare fortemente il mercato evitando generiche despecializzazioni. Occorre puntare ad un concetto di "limite geografico" e non amministrativo, per garantire la presenza di operatori provenienti da aree che esprimono tipicità autoctone.

L'impianto normativo nazionale (Legge nr. 296/2006, D.M. 20.11.2007 e L.R. nr. 12/2012) conferisce centralità ai Comuni nella *governance* degli iter istitutivi dei farmers market.

Rientra nelle linee guida di politica economica di questa Amministrazione, cogliere questa occasione, nella quale ben si coniugano esigenze di riduzione dei prezzi ed incremento della qualità dei prodotti, istituendo un farmers market che a cadenza periodica venga svolto sia a Pisticci centro che a Marconia.

Nel percorso di istituzione dovranno essere valorizzati i seguenti elementi che costituiscono evidenti punti di forza:

- esclusività dei prodotti agricoli posti in vendita nei mercati;
- caratterizzazione dei prodotti, oltre che per tipologia, per zone di provenienza;
- allestimento di iniziative di animazione didattica per l'educazione alimentare ed ambientale e ricreative connesse alla tradizionalità locale.

Infine occorre definire le modalità di gestione del farmers market. Escluso la gestione diretta per motivi inerenti la carenza sia di risorse umane da impiegare che di capacità tecnico-professionali per la qualificazione del mercato, si ritiene che la strada percorribile sia l'affidamento della gestione ad Associazioni o Consorzi di produttori agricoli, effettuata tramite avviso pubblico di selezione.

Nell'avviso può essere inserito un elemento caratterizzante la territorialità del soggetto gestore prescrivendo la presenza, nel sodalizio di produttori, di almeno l'80% degli imprenditori agricoli con centro aziendale nel territorio regionale.