



Ortofrutta: vendite su ma costi alle stelle

ANDREA ZAGHI

Paradossi agroalimentari. L'ortofrutta italiana spopola sempre di più in tutto il mondo e raggiunge vette miliardarie, ma deve fare i conti con condizioni di produzione ogni giorno più complesse da gestire. Difficoltà talmente forti da, mettere in forse, in alcune aree, il destino stesso del comparto. È attorno a

questi argomenti che, in questi giorni a Berlino nel corso di Fruit Logistica, si sono inseguiti dibattiti e incontri. Oltre che tanti buoni propositi.

La situazione del settore è presto detta: da una parte, le vendite all'estero hanno superato per la prima volta «il muro dei 10 miliardi di euro», come ha fatto notare Coldiretti. Un traguardo raggiunto nonostante le difficoltà create dall'aumento dei costi. Dall'altro lato, tuttavia, proprio i costi alle stelle rischiano di mandare all'aria tutto. I costi correnti per la produzione della frutta e della verdura italiane, dicono sempre i coltivatori, sono arrivati anche raddoppiare raggiungendo in alcuni casi il +119%. Così, se da una parte alcuni prodotti ortofrutticoli nazionali hanno totalizzato incrementi percentuali a due cifre, dall'altra parte che quasi il 20% dei produttori abbia dovuto lavorare in perdita.

Accordi di filiera e attenzione da parte delle istituzioni, appaiono essere gli unici due strumenti per provare a rispondere al paradosso. Con un'attenzione forte sul fronte della logistica e dei trasporti (come per esempio ha chiesto ancora Coldiretti), tenendo conto che a livello di tutto il comparto agroalimentare il divario logistico e infrastrutturale costa 7,8 miliardi di euro all'anno, secondo il Centro Studi Divulga. I produttori chiedono però anche di far leva sui

nuovi strumenti messi a disposizione del governo, come il Fondo per la sovranità alimentare (come, sempre a Berlino, ha ricordato Confagricoltura). Una forte attenzione, poi, viene anche richiesta circa le regole e i controlli cui devono sottostare le produzioni extraeuropee che, viene affermato dalle associazioni, spesso godono di condizioni di favore. E senza dimenticare buoni esempi di cooperazione come il Consorzio Agroalimentare dell'Agro Pontino che con 24 aziende associate, 638 soci produttori e 2.294 dipendenti è stato presentato proprio a Berlino da Confcooperative. E tutto senza scordare la necessità di lavorare sulla ripresa del mercato interno. Partendo magari dalla migliore conoscenza dei prodotti e quindi avviando una forte campagna di promozione che a tutt'oggi manca (come bene ha fatto rilevare il "Corriere

Ortofrutticolo", punto d'osservazione qualificato di tutto il comparto). Quello che è certo è che occorre fare bene e in fretta. Perché poco importa che, come è stato fatto notare da Coldiretti, la "Pummarola" italiana abbia messo a segno nel 2022 un incremento record del 27% a riprova del successo dei prodotti della Dieta Mediterranea all'estero nonostante guerre e pandemie. In ballo c'è molto di più e cioè un settore che vale, come gli stessi coltivatori hanno calcolato, 440mila posti di lavoro, un fatturato di 15 miliardi di euro all'anno tra fresco e trasformato (il 25% della produzione agricola totale), oltre 300mila aziende agricole, più di un milione di ettari coltivati in Italia e 119 prodotti ortofrutticoli Dop e Igp. È quindi un vero patrimonio agroalimentare quello che l'Italia deve conservare e sviluppare.

Pianeta verde