

## Mercati all'ingrosso al giro di boa

---

[italiafruit.net/DettaglioNews/69487/dallingrosso/mercati-allingrosso-al-giro-di-boa](https://italiafruit.net/DettaglioNews/69487/dallingrosso/mercati-allingrosso-al-giro-di-boa)

### Eventi

#### BIOFACH

Norimberga,

26-29 Luglio 2022

#### FRUIT ATTRACTION

Madrid,

4-6 Ottobre 2022

#### ASIA FRUIT LOGISTICA

Bangkok,

2-4 Novembre 2022

#### INTERPOMA

Bolzano

17-19 Novembre 2022

#### MACFRUT

Rimini,

3-5 Maggio 2023

[leggi tutto](#)

[home](#) / [Dall'Ingresso](#) / Mercati all'ingrosso al giro di boa



lunedì

4 luglio 2022 **DALL'INGROSSO**

Non sono pochi i cambiamenti avvenuti in questi primi sei mesi dell'anno. A cominciare dal conflitto in Ucraina che ha stravolto gli equilibri geopolitici ed economici dell'intero pianeta, passando per l'andamento pandemico, costi di produzione sempre più alti fino all'attuale problema della siccità. Come ha reagito il mondo dei mercati all'ingrosso?

Se solitamente offriamo aggiornamenti in tempo reale della situazione, questa volta siamo scesi nei dettagli per offrire una panoramica completa di trend commerciali e nuove sfide da affrontare. Lo abbiamo fatto interpellando alcuni protagonisti del settore, a partire da **Valentino Di Pisa, presidente di Fedagromercati Confcommercio** per poi fare tappa nei principali mercati italiani, tra cui Milano, Padova, Latina e Vittoria.



Valentino Di Pisa

“Il 2022 sembrava l’anno della ripartenza per le strutture mercatali - afferma **Valentino Di Pisa, numero uno di Fedagromercati Confcommercio** - grazie a quotazioni decisamente superiori rispetto alla media degli ultimi anni. Ad esaltare i mercati erano stati soprattutto gli ortaggi, con prodotti da record come i peperoni”.

Se l’anno prometteva bene, lo scoppio del conflitto in Ucraina ha cambiato del tutto gli equilibri sia geopolitici che commerciali. “Si è creato un effetto psicosi, con buona dose di speculazione che ha generato un crollo delle vendite – specifica Di Pisa – Già provati da anni difficili, **i consumatori hanno preventivamente messo il freno a mano ai consumi di frutta e verdura**”.

L’impennata dei costi di energia e imballaggi è stata tra le principali conseguenze dirette della guerra: “Gli operatori mercatali sono stati messi alle strette, con una spesa media annuale dei costi di gestione pari a circa 40 mila euro a stand”.

Nei mercati sono arrivati anche gli **effetti diretti del cambiamento climatico**: “La mancanza d’acqua e il caldo eccessivo hanno alterato la stagionalità di molti frutti come le albicocche che sono in esubero e perdono l’appeal commerciale – specifica il presidente di

Fedagromercati Confcommercio – Pesche e nettarine rappresentano invece il punto di forza dei mercati: il prodotto made in Italy è particolarmente favorito anche dalla scarsa concorrenza del prodotto spagnolo”.

“Stiamo navigando a vista – conclude Di Pisa – nella speranza che il conflitto non si inasprisca. Per il futuro sarebbe **opportuno che i mercati diventassero delle piattaforme logistiche** in grado di fornire prodotti in primis ma anche servizi. Un ottimo inizio sarebbe passare agli orari diurni e avviare un ricambio generazionale”.



Salvatore Musso

Dall'[ortomercato](#) di Milano **Salvatore Musso della Masterfruit Srl** propone una visione del mercato a breve termine: “Dobbiamo iniziare a **ragionare per prodotto e non per mercato**, le quotazioni sono sempre più soggettive” spiega a IFN. Secondo il grossista i trend commerciali dei prodotti dipendono dalle singole campagne e non tanto dalle condizioni generali del mercato, per quanto queste ultime debbano sempre essere considerate. “Il primo semestre è stato caratterizzato dalla guerra in Ucraina, dall’aumento generalizzato dei prezzi per le fonti energetiche e ora anche dal fenomeno della siccità – dice Musso – per questo abbiamo assistito ad un **aumento dei prezzi in generale su tutta la filiera**, dalla produzione alle aziende agricole fino ai consumatori finali. In questa situazione **si è prodotta una contrazione anche alla produzione**: i volumi prodotti nel primo semestre hanno subito un calo e, soprattutto in questo ultimo periodo, molte campagne soffrono per la mancanza di prodotto (in particolare drupacee e uva)”.

E aggiunge: “A fronte del calo dei volumi, alcuni prodotti hanno visto un notevole incremento dei prezzi, mentre altri hanno avuto valori molto più bassi: mi riferisco ad esempio alle ciliegie che sono commercializzate con quotazioni molto al di sotto degli anni precedenti e inferiori molte volte anche ai costi di produzione. L’unico articolo che si è mantenuto costante rispetto allo scorso anno sono gli agrumi, che possono contare su prezzi medio-alti”.

E sul futuro del mercato, Musso commenta: “**E’ impossibile fare previsioni per i prossimi sei giorni**, figuriamoci per i prossimi mesi. Quello che stiamo notando è che i consumatori finali hanno iniziato a risparmiare sui beni di largo consumo e il prodotto di alta qualità sta subendo un calo di richiesta, a differenza dei prodotti a basso costo sempre più richiesti”.



Francesco Cera

Anche **il direttore del Maap Francesco Cera** ritiene fondamentale un ragionamento *day-by-day* (giorno per giorno, ndr). “Siamo di fronte ad un’evoluzione talmente varia tra cui costi di produzione, risorse idriche e guerra in Ucraina – spiega a IFN – che tendiamo a ragionare sempre di più a breve termine”.

Passando all’analisi dei primi sei mesi dice: “Notiamo un fatturato in crescita ma è solo perché i volumi dei prodotti sono scarsi e le quotazioni si sono alzate. Rispetto allo stesso periodo del 2021, infatti, **i volumi di prodotto sono scesi del 10%** e in generale manca prodotto”.

Un problema direttamente collegato anche alle **carenze idriche prolungate**: “Se la situazione non cambierà, non so a cosa andremo incontro, probabilmente alcuni volumi saranno destinati a scendere ulteriormente. Se ora i problemi sono concentrati sulle verdure,

anche altre colture potrebbero a breve rischiare uno stress idrico”.

Venendo alle **esportazioni**, i traffici commerciali continuano senza problemi in Slovenia, Croazia, Austria e Romania ma dall’inizio del conflitto è venuta completamente a mancare l’Ucraina. “Abbiamo mandato l’ultimo camion poco prima che scoppiasse il conflitto, è un ulteriore Paese che perdiamo dopo il blocco con la Russia, risalente già al 2014” conclude Cera.



Alessandro Dal Bello

Sempre dal Maap interviene anche **Alessandro Dal Bello, vicepresidente della Dal Bello Sife Srl**. “I venditori sono ottimisti perché vedono buoni riscontri economici – spiega a IFN – ma sappiamo bene che la situazione è determinata solo da volumi mancanti. E’ un ottimismo dettato dal vivere alla giornata ma va calcolato quanto influiscono i costi dell’energia, dei fertilizzanti, delle risorse idriche e dei trasporti”. E specifica: “La situazione attuale la vedo in chiaroscuro: è vero che in termini di fatturato e di Pil sta andando bene ma i quantitativi sono diminuiti e anche la marginalità. La maggior parte dei costi non sono ancora stati trasmessi ai compratori finali: per quanto la Gdo si faccia portavoce di ‘prezzi bloccati’, **il margine ‘intaccato’ continua ad essere quello di produttori, commercianti ed importatori**”.

Una situazione a cui si aggiunge anche una **logistica** sempre più frammentata: “All’inizio di quest’anno abbiamo avuto grossi problemi di logistica e abbiamo dovuto lottare per garantire i trasporti – dice Dal Bello – per non parlare dei costi energetici, che in un anno sono triplicati”.

E sul fattore idrico, commenta: “Si sta prendendo troppo sottogamba: se non saremo in grado di assicurare idratazione alle piante, presto perderemo anche i frutti presto. Ora il problema è prevalentemente per gli ortaggi ma a breve potrebbe riguardare anche la produzione frutticola”.

Infine un ragionamento sulla **selezione dei frutti**: “Chiediamo un po’ più di elasticità alla Gdo, le piante non producono solo frutti di categoria extra; questo non vuol dire che gli altri non siano di qualità”.



Gianpaolo Forcina

Dal Mof di Fondi (Latina) **Gianpaolo Forcina - export e marketing manager di Forcina Marco&C**, nonché **vicepresidente di Asso Mercati e Asso Grossisti e dirigente dei giovani di Fedagro** - riflette sulle conseguenze lasciate dall’andamento epidemico. “Ora più di prima – dice – stiamo notando un allungamento dei termini di pagamento, come se gli effetti del Covid iniziassero a vedersi solo adesso”.

**I consumi hanno subito una contrazione all’insegna del risparmio**: “Con l’aumentare dell’inflazione le abitudini di acquisto sono cambiate – specifica - Se prima si acquistava più dell’occorrente, adesso la tendenza si è decisamente invertita”. In più, Forcina nota anche una minore affluenza nel Mof. “Il Covid ha cambiato le abitudini delle persone a favore della distribuzione online. Questo incide su minori acquisti nei canali tradizionali, generando meno traffico nei mercati e quindi volumi più bassi di vendita”.

“Per quanto riguarda i prodotti – continua il vicepresidente di Asso Mercati - abbiamo vissuto un inverno molto particolare con temperature che non hanno aiutato i consumi. I **prezzi sono rimasti tendenzialmente alti** e il mercato non richiedeva grandi quantitativi di prodotto”.

Per la prossima metà dell’anno **il panorama non è rassicurante**: “Non nascondo la mia preoccupazione – prosegue Forcina – perché credo che l’inflazione continuerà per altri sei mesi. Il **balzo dei costi proseguirà** e mi auguro al più presto un intervento del Governo per calmierare i costi del riscaldamento per la produzione in serra durante la fase invernale”.



Giuseppe Zarba

Sull'andamento dei mercati all'ingrosso nel primo semestre 2022, IFN ha interpellato anche il **presidente dell'Associazione Concessionari [Ortomercato](#) di Vittoria (Ragusa), Giuseppe Zarba**, che ha commentato: “L’inizio anno è stato positivo, con i primi quattro mesi caratterizzati da prodotti di alta qualità e prezzi sostenuti”.



Scendendo nei dettagli, specifica: “Le orticole hanno avuto un’annata commerciale difficilmente ripetibile nel 2023. Ovviamente è stato un fuoco di paglia perché lo scoppio del conflitto in Ucraina ha creato non pochi danni all’economia”.

Zarba riflette in particolare sull’**aumento dei costi** collegati direttamente e indirettamente alle strutture mercatali, come l’inflazione registrata per gli imballaggi “che ha danneggiato tutto il comparto” commenta.

“Si è creata un’insicurezza generale che si è rispecchiata nei consumi visibilmente precipitati – sottolinea Zarba - possiamo affermare che si è ridotto il carrello della spesa e questo ha creato un effetto domino. Il caro energia mette a dura prova gli stand mercatali che stanno affrontando una seconda fase dell’anno più complicata. Anche se fortunatamente la bella stagione spinge i consumi, **è impossibile fare dei programmi anche solo di breve durata**, la situazione è troppo instabile”.

E’ fondamentale, secondo il presidente dei concessionari di Vittoria, **rialacciare i rapporti con la Gdo e con i canali Horeca e prestare la massima attenzione alla logistica**, oltre a modellare il lavoro dei mercati in base ad una logistica più efficiente.

“Non dimentichiamoci – conclude Zarba - che il ruolo dei mercati non si limita alla fornitura dei prodotti ma deve garantirne la tracciabilità, fornendo delle garanzie di qualità e territorialità”.

Hanno collaborato Lucia Caselli e Angelo Angelica

Copyright 2022 Italiafruit News



**Alice Magnani**

Contributor

[alice@italiafruit.net](mailto:alice@italiafruit.net)

**Leggi altri articoli di:**

**Alice Magnani**