

# Quale futuro per il comparto frutticolo nazionale e meridionale

La filiera frutticola italiana soffre, i tecnici di Agrimeca ne analizzano le criticità e offrono suggerimenti.

A cura di Agrimeca Grape and Fruit Consulting srl, Turi (Bari)

**F**ine anno, tempo di bilanci anche per le filiere frutticole. Un momento di analisi ed approfondimenti per cercare di intravedere vie d'uscita da un'altra stagione contraddistinta da risultati negativi che hanno origini lontane ma che son sembrati deflagrare in maniera più rumorosa ed eclatante del solito.

Senza avere la pretesa di fare un'analisi approfondita dei big data disponibili, lavoro proprio di analisti e specialisti in tali materie, basta riflettere e soffermarsi su alcuni aspetti e momenti vissuti dai singoli frutticoltori/imprenditori per farsi un quadro della situazione, un esame di coscienza sul proprio ruolo nell'ambito della filiera produttiva e diventare

parte diligente di un percorso di rilancio e ristrutturazione del settore.

Un processo bottom-up, dal basso verso l'alto, come si usa dire, che diventi poi spinta per superare le criticità ed avviare un nuovo ciclo virtuoso per l'intero settore.

Filiera che deve essere incentrata sul CONSUMATORE, soggetto cardine di tutta la sua evoluzione e non l'ultimo suo anello. Solo soddisfacendo le sue aspettative ed esigenze è possibile intravedere un futuro per il settore che comunque dovrà rifondarsi e darsi nuova organizzazione.

Le sensazioni vissute ed i commenti fatti a livello locale, hanno trovato ampio riscontro nell'approfondita analisi illustrata in occasione dell'evento a Milano del 20 novembre scorso – gli Stati generali dell'Ortofrutta.

In questo contesto, il lancio delle 4 "C" dell'ortofrutta: carrello (agricoltore) – carrello (distributore e vendita) – conoscenza – CONSUMATORE rappresentano un'ottica nuova ed una linea guida per il futuro.

## I numeri che certificano la crisi strutturale del settore

Gli algidi numeri che si susseguono da mesi si traducono in una semplice, triste e preoccupante constatazione: le difficoltà permanenti del comparto ortofrutticolo hanno

assunto ormai carattere strutturale e non più congiunturale.

Il calo delle produzioni dovuto ai danni causati da fenomeni climatici avversi ed il calo delle superfici per alcune colture (pesco) sono solo alcune delle cause delle difficoltà. Ad esse si associano le emergenze fitosanitarie che non significano solo cimice asiatica e maculatura bruna del pero che nella sola campagna 2019 hanno provocato perdite per circa il 60% della produzione. La frutticoltura meridionale risente pesantemente delle epidemie di sharka e tristezza.

Malgrado ciò, si produce più di quello che si consuma e si riesce a vendere ed esportare, con un disavanzo nazionale

## Il problema è strutturale (Disavanzo delle prime 6 colture frutticole 2000-2018)

2019

Produzione per consumo  
5,8 mio tons (-8%)

Import per consumo  
5,8 mio tons (-8%)

Acquisti totali  
2,9 mio tons (-10%)



Export  
2,2 mio tons (+5%)

Disavanzo nazionale: 1,2 milioni di tonnellate

2000

STATI GENERALI  
DELL'ORTOFRUTTA

Disavanzo in Italia delle più importanti colture frutticole nel periodo 2000-2018. Fonte: Stati Generali dell'Ortofrutta. Milano 20 Novembre 2019.



Mele in esposizione in un supermercato californiano. Affianco a nome della varietà e prezzo di vendita, il grado di colorazione della buccia in relazione agli estremi gustativi (sweet = dolce o tart = aspro, acidulo).

pari a 1.2 milioni di tonnellate di prodotto riferito alle prime 6 colture frutticole (actinidia, agrumi, drupacee, melo, pero ed uva da tavola). I dati elaborati da Fruitimprese sull'intercambio commerciale con l'estero dell'ortofrutta italiana nei primi sette mesi del 2019, mostrano che all'aumento dei volumi esportati (4,8%), si contrappone un calo del 3,3% del loro valore. Invece, crescono le importazioni, sia in volume (2,3%) sia in valore (12%) e per la prima il saldo è negativo. Il saldo della bilancia commerciale negativo per 12 milioni di euro deriva dall'import maggiore di prodotti, sia per quantità - 2,2 milioni di tonnellate contro 2 milioni di export, sia per valore - € 2.458.823 di import contro € 2.446.738 di export. Dopo il saldo negativo dei volumi importati nel 2018, quest'anno il saldo negativo interessa il loro valore. Altro dato che da solo esprime le difficoltà del settore riguarda quello riferito al mercato di riferimento delle produzioni nazionali, ovvero quello tedesco. Ebbene, il volume dell'ortofrutta destinato alla Germania è diminuito di circa 500.000 tonnellate, pari al totale dell'export verso Paesi extra UE nel 2018.

### Le criticità del settore

Il forum di Milano ha indicato una serie di criticità, come di seguito riportate:

- Aspetti agronomici
- Assetto produzione
- Organizzazione della distribuzione
- Internazionalizzazione
- Valorizzazione del consumo
- Sostenibilità

Alcune di esse possono essere affrontate dal singolo frutticoltore/imprenditore che può diventare la base, il fulcro ed il motore della ripresa, atteso che le relazioni all'interno della filiera produttiva sono esclusivamente nelle mani dei loro attori, indipendentemente dal colore del governo del momento, della politica, ecc..

### Aspetti agronomici

Una grossa riflessione merita la scarsa qualità della frutta che arriva sul mercato. Non ci si riferisce al suo aspetto esteriore, migliorabile anch'esso, ma al grado di maturazione, consistenza, sapore, aroma e pezzatura.

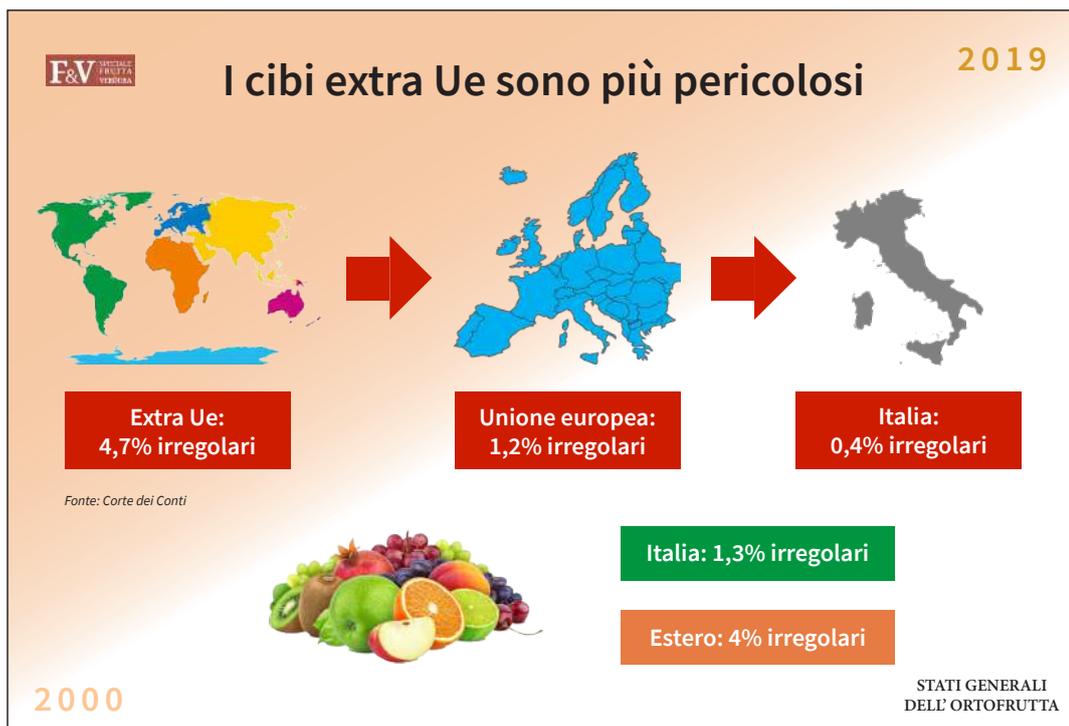
Il rischio è quello di dissipare i vantaggi che il miglioramento genetico dovrebbe assicurare con la proposizione di nuove varietà performanti e con caratteristiche migliorative.

La colorazione rossa della buccia per albicocche, pesche e nettarine è apprezzata e richiesta dal consumatore, così come la consistenza della polpa. Generalmente si assiste invece ad una cattiva gestione delle nuove varietà; infatti, per la precoce colorazione della buccia rispetto alle varietà tradizionali, il frutticoltore è spinto ad una raccolta anticipata con la conseguenza di proporre frutti che non esprimono sapore, aroma e pezzatura come atteso dal consumatore.

Per il pesco, la disponibilità di varietà con diverse qualità gustative - acidule, sub acide, honey, indistinguibili per l'aspetto esteriore dei frutti, dovrebbe far propendere per una proposizione ed una qualificazione diversa sul mercato, così da meglio orientare il consumatore (come segnalato in passato su questa rivista). Il rischio è quello di peggiorare ulteriormente la situazione, proponendo frutti che saranno acquistati una sola volta dal consumatore poi deluso delle loro qualità.

E' questa una questione difficile da affrontare per la struttura e la polverizzazione aziendale, la scarsa aggregazione e l'assenza di una seria fase sperimentale e di valutazione per orientare la scelta varietale in relazione ai mercati da rifornire ed alle preferenze dei consumatori nelle differenti aree geografiche.

Ma le criticità non si fermano alle varietà da coltivare. La gestione agronomica dei frutteti deve migliorare secondo criteri di razionalità e pragmaticità. La qualità nasce in campagna ed è la risultante di equilibrati apporti di input nutrizionali ed irrigui; corretta gestione della pianta - potatura invernale



Irregolarità registrate nei Paesi UE ed extra UE. Fonte: Stati Generali dell'Ortofrutta. Milano 20 Novembre 2019.

e verde, giusto rapporto foglie/frutto, diradamento eseguito al momento giusto, protezione fitosanitaria, gestione del suolo, ecc.

Tutto ciò implica percorsi di formazione mirati per i frutticoltori, ma anche la necessità che la formazione tecnica superiore ed universitaria dei futuri consulenti tecnici sia idonea a somministrare ed interpretare queste conoscenze.

#### Aspetti organizzativi

E' luogo comune ormai riferirsi alla Spagna come modello di riferimento e per come in pochi anni ha saputo spodestare all'Italia il primato nel comparto frutticolo e non solo.

E' bene ricordare ai più giovani che, fino a qualche lustro fa, i frutticoltori spagnoli venivano in Italia ad imparare ed aggiornarsi su tecniche colturali ed innovazione. Era il tempo della ricerca pubblica con programmi di ampio respiro ed una strategia chiara riferita ai risultati da perseguire. Si pensi al *Progetto Liste di orientamento varietale* ed ai benefici che esso a portato, soprattutto nelle regioni meridionali dove la frutticoltura andava concentrandosi.

Oggi la ricerca pubblica in frutticoltura è finita in Italia ed il frutticoltore nazionale per aggiornarsi o poter farsi un'idea su un nuovo portinnesto deve recarsi in Spagna, dove nel frattempo sono state potenziate ricerca pubblica, sperimentazione, servizi di trasferimento e divulgazione.

E' questa la base del successo spagnolo, oltre ai minori costi produttivi, una minor burocrazia, e scelte strategiche su che tipo di frutta produrre ed in quale periodo, sfruttando così le caratteristiche delle nuove varietà proposte dal miglioramento genetico. Il tutto rappresentato da una forte aggregazione dei produttori, supportati da valide e agguerrite organizzazioni commerciali in grado di trattare volumi significativi nel mercato globale.

#### Internazionalizzazione

La presenza di aziende italiane alle maggiori manifestazioni fieristiche internazionali dell'ortofrutta - Fruit Logistica a Berlino (circa 25% espositori nazionali), Fruit Attraction a Madrid, Macfrut a Rimini, Gulfood a Dubai, testimoniano la voglia e la necessità di proporsi sul mercato globale.

L'export delle produzioni ortofrutticole è però legato alla disponibilità di specifici accordi commerciali per il rischio fitosanitario connesso alla movimentazione dei prodotti vegetali, che possono anche veicolare organismi nocivi regolamentati dalle norme internazionali sulla quarantena.

Questi accordi sono stipulati sulla base di appositi dossier di valutazione del rischio fitosanitario (PRA - pest risk assessment) e costituiscono atti politici per accordi tra governi.

A livello nazionale si registra una inerzia e stagnazione di questi processi che dovrebbero coinvolgere oltre al Mipaaf, anche altri dicasteri come il Ministero per gli affari esteri e la cooperazione internazionale, il Ministero per lo sviluppo economico; l'Agenzia delle dogane, l'ICE ed il corpo diplomatico delle rappresentanze italiane nel mondo. Come si vede un approccio di sistema per promuovere un settore fondamentale dell'agroalimentare nazionale e, con esso, tutelare migliaia di imprese e centinaia di migliaia di posti di lavoro.

Pur nella consapevolezza che la stipula di tali accordi fa parte di contrattazioni ed intese più generali e che coinvolgono le economie del Paese, duole constatare che altri Paesi nostri competitor - Spagna, Turchia, Grecia, siano più efficienti ed agguerriti di noi in tale campo.

C'è quindi la necessità e l'urgenza che tali problematiche entrino a far parte dell'agenda politica nazionale e di quella estera in particolare, al fine di permettere alle imprese italiane di competere nel mercato globale.

Non prebende o promesse pre-elettorali, ma semplici servizi che l'amministrazione deve fornire alla parte produttiva del Paese.

#### Sostenibilità

Malgrado gli scoop giornalistici che periodicamente rappresentano l'agricoltura e frutticoltura italiana in maniera distorta e come settore responsabile dell'*avvelenamento* del cibo, i dati raccolti su base scientifica rappresentano una realtà ben diversa. A livello generale, i cibi di provenienza extra

UE, rappresentano irregolarità del 4,7%; quelli di provenienza UE dell'1,2% e quelli italiani dello 0,4%.

Ristretti al settore dell'ortofrutta, le irregolarità delle produzioni italiane sono l'1,3% contro il 4% di quelle di provenienza estera. Questo testimonia la salubrità delle produzioni made in Italy, che di base sono realizzate nel rispetto dei principi della *produzione integrata*, con ampi volumi caratterizzati e classificabili come *residuo zero*, che affiancano crescenti quantità di *prodotto biologico*.

La frutta italiana si presenta con una gamma di tipologie di prodotto che non ha eguali al mondo, risultato della coltivazione di una grande biodiversità in aree pedo-climaticamente differenti lungo lo stivale, che conferiscono loro una tipicità unica.

Purtroppo, non si è in grado di comunicare ed affermare in maniera adeguata tali qualità, permettendo di realizzare maggior valore aggiunto alla frutta italiana e fornire maggiori garanzie al consumatore.

Lo sviluppo di politiche di promozione può avvenire solo a livello di grandi aggregazioni e da parte dello stato ed anche questo è uno dei temi a cui la politica dovrebbe prestare la giusta attenzione.

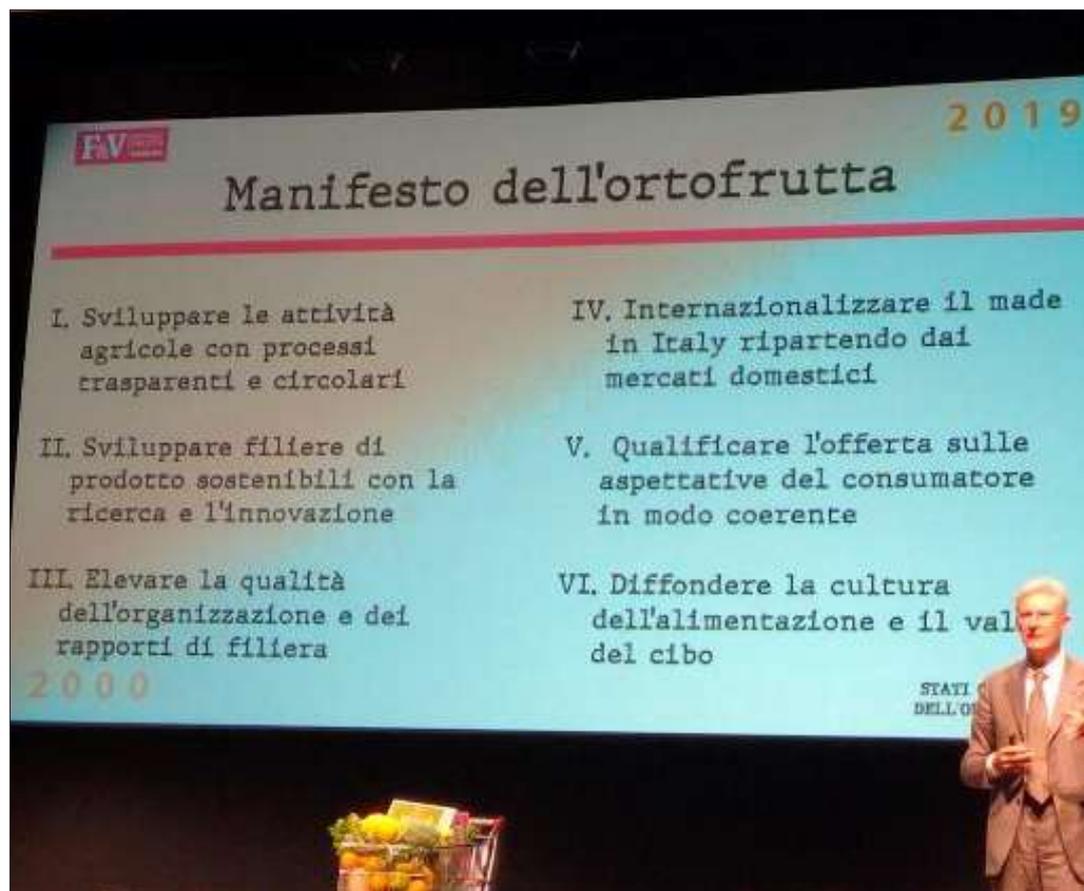
### Il manifesto dell'ortofrutta

Gli Stati generali dell'ortofrutta si sono chiusi con la presentazione di un manifesto che racchiude i seguenti punti:

- Sviluppare le attività agricole con processi trasparenti e circolari
- Sviluppare filiere di prodotto sostenibili con la ricerca e l'innovazione
- Elevare la qualità dell'organizzazione e dei rapporti di filiera
- Internazionalizzare il made in Italy ripartendo dai mercati domestici
- Qualificare l'offerta sulle aspettative del consumatore in modo coerente
- Diffondere la cultura dell'alimentazione e del valore del cibo

Un manifesto condivisibile, ma attuabile tra soggetti rappresentativi delle diverse realtà.

Se i consumi non aumentano e l'export langue, analogamente a quanto avvenuto in passato in Francia o con i recenti abbattimenti in alcune zone produttive spagnole, anche il



Slide di presentazione del "Manifesto dell'ortofrutta" nell'ambito dell'evento Stati Generali. Milano 20 Novembre 2019.

comparto frutticolo nazionale è destinato irrimediabilmente ad un ridimensionamento.

Lo sforzo dovrà essere quello di valorizzare maggiormente i punti di forza: apprezzamento del made in Italy, territorialità, qualità e ampia gamma delle produzioni.

A livello del singolo frutticoltore/imprenditore deve restare la consapevolezza che

- da soli non si va da nessuna parte
- è necessario aggregarsi per far massa critica e per meglio rappresentare le proprie istanze
- bisogna ragionare in termini di filiera, ricercando un rapporto costruttivo e non conflittuale con la parte commerciale
- bisogna produrre ciò che vuole il mercato, non intestardendosi su autarchiche valutazioni
- interpretare nella giusta maniera l'innovazione introdotta in azienda

La consapevolezza della strategicità del proprio ruolo e delle proprie azioni, uniti alla passione e capacità tecniche restano i valori su cui far leva, nella speranza che siano sufficienti al raggiungimento di un nuovo equilibrio che assicuri la sostenibilità economica al settore e livelli dignitosi di redditività ai suoi attori.