

## *Cibus: l'ortofrutta e la grande sfida dell'aggregazione*

Fini (Cia), Giansanti (Confagri), Pallottini (Italmercati) e Velardo (Italia Ortofrutta) al convegno organizzato da Consorzio Edamus

Aggregazione è la parola chiave per l'ortofrutta italiana del futuro. Ne va della sua stessa sopravvivenza a livello internazionale. Per questo, tutti devono fare la loro parte fin subito, a partire dalle istituzioni (Governo in primis, con il Tavolo nazionale ortofrutticolo e i relativi sottotavoli), assieme a Op e ortomercati. Questo, in estrema sintesi, è quanto emerso dal convegno tenutosi oggi al Cibus 2023 di Parma, organizzato da Consorzio Edamus e moderato dalla direttrice di myfruit.it, Raffaella Quadretti.

Ad aprire i lavori è stato Emilio Ferrara, presidente Edamus, che ha rilevato: "Di aggregazione avevamo già parlato a Berlino, in occasione di Fruit Logistica, concentrandoci sul ruolo delle Op. Lo rifacciamo oggi insistendo maggiormente sul ruolo dei mercati generali e continueremo a farlo sempre quest'anno a Paestum, al Salone della Dieta Mediterranea, e ancora a Fruit Attraction a Madrid. L'obiettivo rimane quello di sensibilizzare noi operatori dell'agroalimentare sul tema dell'aggregazione, anche perché stiamo notando una inversione di tendenza: mentre negli anni passati c'era molta diffidenza su questo concetto, oggi c'è molta più apertura da parte delle imprese a creare più sinergie. Purtroppo le istituzioni, con gli atti che producono, spesso vanno nella direzione opposta all'aggregazione, ma rimane il fatto che è un tema molto interessante".

La funzione dei mercati

Fabio Massimo Pallottini, presidente di Italmercati, è stato poi invitato a riflettere sul ruolo dei mercati nell'aggregazione. "La stessa fiera Cibus – ha riflettuto – sta percorrendo un tentativo interessante per superare duplicazioni nelle manifestazioni fieristiche e stiamo seguendo con grande attenzione questo tentativo. Del resto, in questo momento l'aggregazione comincia a essere oggetto di attenzione forse perché la debolezza di tante realtà spinge verso la necessità di fare sistema. Pensando ai mercati, da una parte bisogna aggregare le nostre strutture più grandi, cercando di presentarci con una voce sola quando si dialoga con le istituzioni, ma occorre anche stabilire un rapporto diverso con la produzione; noi siamo un pezzo della filiera ortofrutticola e il mondo della produzione ha un rapporto sinergico con i mercati, secondo me mai sufficientemente valorizzato". Non è mancata anche l'autocritica da parte di Pallottini, che ha proseguito: "Il mercato ha avuto un certo atteggiamento di sufficienza nei confronti della produzione, ma dall'altro il produttore ha guardato ai mercati come a qualche cosa che fa parte del passato e che oggi ha un ruolo minore. Io rilancerei questo rapporto in termini positivi: oggi la produzione organizzata come Op deve guardare ai mercati con maggiore interesse. La sfida che lanciamo a questo mondo è di venire a operare direttamente all'interno dei mercati. E' un'opportunità commerciale per le Op e, a chi sta già nei mercati, suggeriamo ai produttori di organizzarsi in Op. Dobbiamo lavorare affinché le Op trovino opportunità commerciali; dall'altra parte, per i mercati l'aggregazione può generare un arricchimento dell'offerta che, a sua volta, può portare a intercettare nuovi clienti. Oggi – ha concluso Pallottini – è vero che non tutta la Gdo acquista nei mercati, ma la grande parte della ristorazione compra proprio in queste strutture. Nella sola città di Roma, l'80% dei consumi fuori casa passa attraverso i mercati. Essi rappresentano quindi una grande opportunità commerciale per le Op ancorate alla grande catena di distribuzione. In altri termini, nei mercati passa tra il 50 e il 60% dell'ortofrutta consumata dagli italiani, ma non siamo semplicemente un luogo di distribuzione dell'ortofrutta: possiamo essere per il mondo della produzione un'opportunità di crescita. Non è un caso che arrivano già i primi risultati positivi dalle sperimentazioni di collaborazione con le Op nel mercato di Bologna, un modello che vogliamo estendere a livello nazionale. E' un percorso che necessita lavoro e condivisione con il mondo della politica, che sto cercando personalmente di coinvolgere su un progetto strategico per l'intera filiera. La giornata di oggi ha confermato il grande interesse che c'è per rilanciarlo tutti insieme".

Insieme si va lontano

Gennaro Velardo, presidente di Italia Ortofrutta, ha proseguito: "Il mondo dell'aggregazione ortofrutticola in Italia è composto da 300 Op, per 5 miliardi di fatturato aggregato. Italia Ortofrutta, di per sé, rappresenta 2,3 miliardi. Sempre in Italia, il 50% del fatturato ortofrutticolo proviene dagli ortomercati, per cui non può essere che il mondo dell'aggregazione possa pensare di escludere i mercati. Al Caab abbiamo fatto interlocuzione con una serie di nostre organizzazioni e l'esperienza è stata molto partecipata; il mercato di Bologna, a sua volta, ci ha messo a disposizione gli stand e ora abbiamo organizzazioni che stanno dialogando col mercato. Andremo ora a dialogare con Pallottini, ma dovremo anche cercare di creare, con la pubblica amministrazione, uno strumento che possa agevolare questi percorsi. Complimenti intanto al ministro Lollobrigida per la convocazione, nei giorni scorsi, del Tavolo nazionale ortofrutticolo, durante il quale le sigle presenti hanno potuto manifestare le loro preoccupazioni. Ora, ci aspettiamo dal ministero risposte anche su problemi già qualche tempo fa, tipo come agevolare

## *Cibus: l'ortofrutta e la grande sfida dell'aggregazione*

le figure commerciali nella rendicontazione dei programmi operativi, o semplificare le procedure sul tema delle agevolazioni per l'utilizzo delle ali gocciolanti, funzionali al risparmio idrico. In linea generale, il mondo dell'aggregazione può crescere; c'è anche un forte interesse dal comparto delle patate. Come diceva qualcuno, da soli si fa presto, ma insieme si va lontano".

Fabio Massimo Pallottini e Cristiano Fini

Cristiano Fini, presidente nazionale di Cia Agricoltori Italiani, ha promosso a pieni voti l'idea di fare aggregazione. "Da tempo – ha detto – l'ortofrutta sta vivendo un momento difficile a causa di più fattori. Quindi, il tema dell'aggregazione si deve inserire in questo contesto, perché grazie ad essa si ottengono più quote di mercato e si può pesare di più sul mercato, soprattutto in ottica export. E, tutto ciò, risulta funzionale anche alla diminuzione dei costi di produzione, in un contesto di aumenti generalizzati. Questi percorsi virtuosi probabilmente non vanno bene per tutti; occorre mettere in campo piani industriali ragionati che portino a un obiettivo, ma soprattutto sull'ortofrutta credo che questi piani siano da sostenere.

Sicuramente a livello di Op si possono mettere in campo tante strategie, da aggregazioni di prodotto, a una rete di imprese per cercare di commercializzare prodotti in modo semplificato e così via. Sicuramente per le Op non approcciarsi solo alla Gdo è un vantaggio. Per i mercati, invece, allargarsi alle Op è un motivo di sostegno maggiore. Nel 2022, l'agroalimentare italiano ha generato tra i 58 e i 59 miliardi di export, segnando il +15% rispetto all'anno precedente. Possiamo però fare molto di più, perché il made in Italy è molto apprezzato e siamo distintivi soprattutto nell'ortofrutta. Però, dobbiamo arrivare a tutto questo con le spalle larghe sul mercato. Siamo il Paese con il maggior numero di cooperative, ma dobbiamo ancora fare tanta strada dal punto di vista aggregativo per cercare di pesare di più; anche la più grande cooperativa italiana, infatti, oggi nel contesto europeo risulta essere piccola".

Infine, ha espresso la sua posizione Massimiliano Giansanti, presidente di Confagricoltura, che ha commentato: "I numeri devono farci riflettere. Essi, infatti, ci dicono che l'Italia può essere un grande Paese nella produzione agricola e soprattutto ortofrutticola. Abbiamo, del resto, fatto della freschezza delle produzioni e della capacità di stare sul mercato un nostro punto di forza. Tuttavia, in pochi anni il modello spagnolo ci supera e diventa invincibile. Credo che questo debba farci riflettere: mi auguro che, nel minore tempo possibile, la produzione ortofrutticola italiana sia coordinata. Oggi dobbiamo lavorare sulle interprofessioni, che diventano quella cabina di regia all'interno della quale si costruiscono le dimensioni commerciali sia sul mercato interno sia su quello estero. Secondo Nielsen, il 2022 sul 2021 ha mostrato una crescita del mercato domestico dell'ortofrutta e, anche per il 2023, risulta esserci maggiore disponibilità a consumare più prodotto vegetale. Tuttavia, rimane la necessità di concentrare; ci sono ancora tante Op con un fatturato al limite del loro riconoscimento. Questi sono aspetti che dobbiamo capire, affrontare e risolvere". Ancora, Giansanti ha aggiunto: "Oggi c'è una grande propensione al consumo di prodotti salutistici e l'ortofrutta in questo senso ha un ruolo centrale; tuttavia, se abbiamo Op con otto o nove milioni di fatturato, si può fare ben poco. Dobbiamo infatti costruire aggregazione per avere realtà con strutture logistiche e capacità di comunicazione. Mi aspetto molto dal Tavolo ortofrutticolo nazionale; mi auguro che dia seguito, come è stato promesso, a una serie di sottotavoli su diversi temi, dalla capacità produttiva, alla comunicazione, al Pnrr. Dobbiamo quindi continuare a farci sentire con le istituzioni, altrimenti il sistema ortofrutticolo nazionale rimarrà sempre un grande settore che si muove in modo randomizzato".



*Cibus: l'ortofrutta e la grande sfida dell'aggregazione*

