



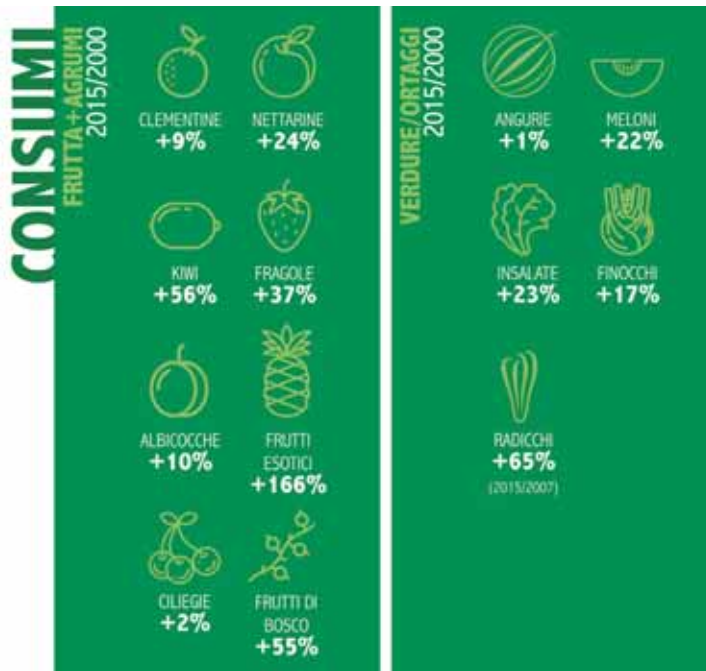
Più frutta e verdura sulle tavole degli italiani

Nuovi stili di vita spingono gli acquisti. Single in testa. Una ripresa che in Emilia-Romagna arriva al +10%. L'export resta tuttavia un canale fondamentale. Il punto in un'analisi del Cso

Single attenti a uno stile di vita salutare, sensibili alle novità offerte dal mercato. Sono loro a trainare gli acquisti di frutta e verdura in Italia, in media 261 chilogrammi pro capite all'anno, seguiti a ruota dalle famiglie di due componenti con 193 kg. A queste due categorie va in particolare attribuito il merito della ripresa in atto dei consumi, dopo anni in caduta libera: +2% tra gennaio e novembre 2016. Un dato che sembra confermare e consolidare la prima timida inversione di tendenza verificatasi nel 2014 e nel 2015 e che in Emilia-Romagna assume proporzioni ancora più significative: +10% tra il 2013 e il 2015.

Oggi, in Italia gli acquisti "verdi" si attestano su 8,1 milioni di tonnellate, di cui 4,5 di frutta e agrumi e 4,7 di verdura e ortaggi. Bene, anche se ancora non abbastanza, visto che c'è da recuperare un crollo delle vendite sul mercato interno che tra il 2000 e il 2013 è stato del 20%. L'indagine (dati Gfk Italia) è stata illustrata nei giorni scorsi a Bologna dal Centro servizi ortofrutticoli di Ferrara. Un'occasione per indagare sulle nuove tendenze del mercato e sull'evoluzione degli stili alimentari, con particolare riferimento a un settore, quello ortofrutticolo, particolarmente strategico per l'agroalimentare italiano e regionale.

PAOLA FEDRIGA



Fonte: Centro servizi ortofrutticoli, Ferrara

Preferiti i prodotti più innovativi

La ripresa dei consumi domestici di frutta e verdura passa dunque anche da una rinnovata attenzione al benessere e va di pari passo con l'aumento della percentuale di vegetariani e vegani che, secondo i dati Eurispes, rappresentano ormai l'8% dei consumatori italiani. Ma non solo, l'indagine illustrata da **Paolo Bruni**, presidente del Cso, dice anche che dal 2000 a oggi il consumo pro capite di cibo si è ridotto di 250 grammi al giorno (da 2,58 a 2,33 kg) e che oltre un quarto della popolazione è impe-

gnato in una dieta o segue uno specifico regime alimentare.

Anche se il segno più contraddistingue tutto il comparto, le preferenze vanno ai prodotti ad alto contenuto di innovazione: radicchi (+65%), insalate (+23%), meloni (+22%), kiwi (+56%), frutti di bosco (+55%), fragole (+37%), nettarine (+24%). Tra i canali di vendita domina incontrastata la grande distribuzione, con il 44% dei volumi totali, ma appaiono in forte crescita i *farmer's market*, i gruppi di acquisto solidale, l'*e-commerce*, così come la vendita diretta dal produttore (complessivamente +35%). Sempre più residuale la distribuzione tradizionale: -49%.

A trainare la ripresa dunque single e coppie, che rappresentano rispettivamente l'11% e il 23% della popolazione italiana, mentre chiudono la classifica le famiglie con più di 5 componenti (il 12% della popolazione) il cui paniere "verde" è fermo a 66 chilogrammi all'anno pro capite. Da un punto di vista anagrafico occorre considerare che il 41% dei responsabili degli acquisti ha più di 65 anni, e rappresenta il 31% degli acquirenti totali.

Bene le esportazioni: +6%

Anche l'export, canale fondamentale per un grande Paese ortofrutticolo come l'Italia, fa registrare il segno più, nonostante l'embargo russo, la Brexit, la concorrenza dei tradizionali competitor dell'area mediterranea. Nei primi nove mesi del 2016 le vendite all'estero sono cresciute complessivamente del 6% (+3%

UNA BUONA ANNATA PER PERE E KIWI

L'annata 2016-2017 si prospetta senz'altro migliore della precedente, sia per le pere che per il kiwi, grazie a un'offerta meno consistente e a una qualità ottimale. Parola di **Elisa Macchi**, direttrice del Cso che ha fornito alcune anticipazioni sulla campagna in corso per queste due tipologie importanti dell'ortofrutta emiliano-romagnola. La riduzione della produzione si attesta rispettivamente sull'11 e sul 22%, mentre i dati disponibili delle Camere di commercio sulle quotazioni alla produzione indicano un aumento del 15% per la varietà *Abate* e del 43% per l'*actinidia*. Su livelli maggiori dello scorso anno anche le rilevazioni franco partenza per l'estero. A portare il punto di vista delle imprese **Marco Salvi**, presidente di Fruitimpres, e **Davide Vernocchi**, coordinatore del settore ortofrutticolo dell'Alleanza delle cooperative. Anche da loro viene un forte invito a fare squadra per aprire nuovi sbocchi commerciali.

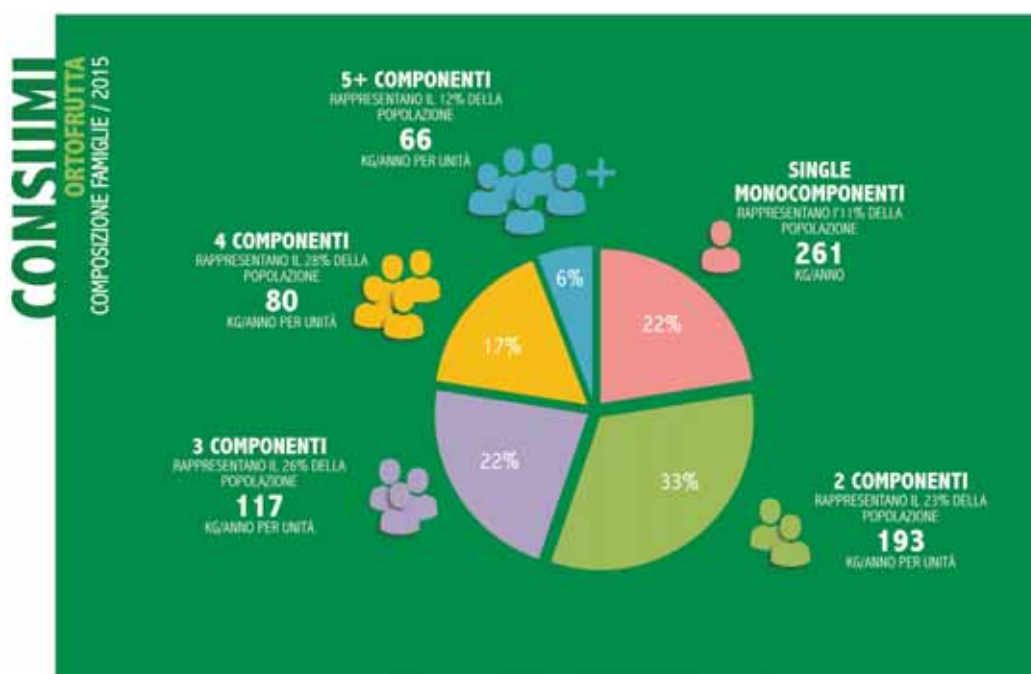


per la frutta e addirittura +16% per gli ortaggi) e si attestano su 3,8 milioni di tonnellate di prodotto. Rispetto al 2005 la crescita è addirittura del 9%. Il calo contestuale delle importazioni (2,2 milioni di tonnellate, -7%) determina un positivo andamento della bilancia commerciale (+880mila tonnellate). L'ortofrutta da solo rappresenta il 22% di tutto l'export agroalimentare nazionale.

Di fronte a un mercato interno che, nonostante i segnali positivi, non potrà comunque crescere più di tanto, appare urgente lavorare per aprire nuove rotte commerciali. Tra le aree più interessanti da questo punto di vista è l'Est asiatico, Cina in testa, Paese verso il quale non a caso si concentrano diverse iniziative commerciali e istituzionali proprio dall'Emilia-Romagna.

Ineludibile dunque la questione dei trattati commerciali e del ruolo della Ue. Paolo De Castro, neo vicepresidente della Commissione agricoltura Ue, ha ricordato che «dopo il congelamento del Ttip (*Transatlantic trade and investment partnership*, il trattato commerciale Europa-Usa, ndr) è stata data un'importante accelerazione agli altri accordi commerciali. Il Ceta, l'accordo con il Canada, sarà ratificato dal Parlamento europeo a febbraio, ed è in dirittura d'arrivo anche l'accordo con il Giappone. Infine nei prossimi mesi si avvieranno i negoziati con Australia e Nuova Zelanda».

Per Simona Caselli, nella duplice veste di assessore all'Agricoltura dell'Emilia-Romagna e di presidente di Areflh, l'associazione che riunisce le regioni ortofrutticole europee, le parole d'ordine sono: «più aggregazione produttiva e commerciale; più ricerca e innovazione varietale; più promozione». «Tra i temi al centro del mio mandato – ha aggiunto – vi sono il rafforzamento delle organizzazioni di produttori a livello transnazionale, una nuova Ocm più dinamica e flessibile e la questione delle barriere fitosanitarie che troppo spesso agiscono come barriere commerciali». «I nuovi scenari – ha sottolineato concludendo i lavori il vice ministro delle Politiche agricole Andrea Olivero –



Fonte: Centro servizi ortofrutticoli, Ferrara

rilanciano l'impegno del Tavolo per l'internazionalizzazione dell'agroalimentare, sostenuto con il ministero dello Sviluppo economico, per accompagnare le strategie di crescita dell'ortofrutta, asse portante dell'agroalimentare *made in Italy*». ■

MACFRUT 2017 PARLERÀ CINESE

L'edizione 2017 di Macfrut, la fiera internazionale dell'ortofrutta organizzata da Cesena Fiera, che si svolgerà a Rimini dal 10 al 12 maggio 2017, avrà come Paese partner la Cina, già oggi mercato di riferimento del kiwi italiano. L'Italia, primo produttore in Europa di kiwi con 500mila tonnellate, ha visto crescere l'export di questa frutta verso il Gigante asiatico di ben 7 volte negli ultimi cinque anni, tanto che il 69% del kiwi europeo in Cina è *made in Italy*. Nel triennio 2013-2015 oltre 13mila tonnellate di kiwi italiano hanno fatto tappa in Cina, con una tendenza all'aumento (elaborazione Cso Italy su dati Eurostat). La Cina si presenta come un potenziale mercato anche per altre specie ortofrutticole, soprattutto con l'auspicata caduta delle barriere fitosanitarie. Dal 2016 si è aperto il mercato delle arance italiane, mentre è attesa l'apertura per mele e pere. Anche la Regione Emilia-Romagna ha un proprio partner privilegiato nella provincia cinese del Guangdong, la prima in termini di Pil e commercio estero, grazie a un protocollo d'intesa che prevede iniziative di scambio e cooperazione nei settori del commercio e degli investimenti, della tecnologia, della tutela ambientale, della cultura e del turismo. La prossima edizione di Macfrut è stata presentata a gennaio presso l'Ambasciata italiana a Pechino, davanti a una folta platea con oltre una settantina tra giornalisti e importatori cinesi, e una rappresentanza di imprese italiane tra cui Alegra, Apofruit, Assomela e la Trentina, Ceradini, Jingold, Made in Blu, Oranfrizer.