

Conserve rosse oltre la commodity

Tra problematiche come i picchi di domanda durante il lockdown e la contrattazione dei prezzi, la filiera guarda al futuro anche in chiave di industria 4.0.

di **Marialetizia Mele**

 Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/ConserveVegetali

Sono 5,1 milioni le tonnellate di pomodoro (di cui poco più della metà - 2,7 milioni - al Nord) raccolte e trasformate a livello nazionale nella campagna 2020: un risultato più che soddisfacente, come conferma l'**Organizzazione interprofessionale del pomodoro da industria del Nord Italia**, che ha diffuso i dati, dopo i timori legati ai problemi climatici di questa estate troppo calda e troppo piovosa, che ha accelerato il processo di maturazione dei pomodori tanto da far concludere la campagna in anticipo. Può dunque tirare un sospiro di sollievo l'industria delle conserve: l'Italia è il secondo produttore mondiale di pomodoro dopo gli USA, rappresenta il 50% della produzione europea e il 13% di quella mondiale ed è il primo Paese esportatore di derivati dal pomodoro, come attestano i dati **Anicav**. Il fatturato nazionale del comparto è stato di 3,3 miliardi di euro nel 2019, ma il 2020 ha portato un

incremento imprevisto: tra marzo e aprile, a causa del lockdown, è salita di colpo la richiesta, con un netto aumento delle vendite, ma anche qualche difficoltà logistica. «Sul fenomeno dell'accaparramento noi abbiamo avuto i primi segnali dal perimetro internazionale: sui mercati esteri alcune insegne della grande distribuzione avevano cominciato a emettere ordini con volumi incrementati già tra dicembre 2019 e gennaio 2020, per timore di una chiusura dell'Italia. Successivamente, a fine febbraio, inizio marzo anche i

“ L'Italia è il secondo produttore mondiale di pomodoro dopo gli USA ”

mezzi e personale disponibili».

«Abbiamo cercato di fare fronte alla richiesta evitando le speculazioni di distributori che cercavano l'accaparramento», afferma **Federico Cappi**, head retail marketing di **Conserve Italia**, gruppo cooperativo che associa 14.000 produttori e detiene i marchi Cirio, Valfrutta, Jolly Colombani; il pomodoro incide sul fatturato totale per il 29% e nella campagna 2020 ne ha lavorato 370.000 tonnellate. «Il forte aumento delle vendite ha ridotto le scorte e ha obbligato a tirare i remi in barca fra giugno e luglio: molte aziende sono arrivate ad agosto con i magazzini vuoti».

La campagna di quest'anno ha affrontato anche una difficile contrattazione sui prezzi: mentre al Nord il costo del pomodoro era stato fissato a 88 euro a tonnellata, per il Sud la trattativa è stata complicata dall'accordo tra **Coldiretti** e la multinazionale **Princes** per 121 euro a tonnellata per il pomodoro tondo e 125 per quello lungo in Puglia, Basilicata e Molise; alla fine, per il Centro Sud sono stati concordati rispettivamente 105 e 115 euro a tonnellata. «Nei rinnovi dei contratti per la campagna 2020 la base agricola ha ottenuto una remunerazione maggiore rispetto al 2019 - sottolinea Tammaro - e questo dal nostro punto di vista è un fattore positivo per tutta la filiera. Anche il prezzo di cessione dei prodotti finiti ha fatto re- ▶

POMODORO DA INDUSTRIA: BILANCIO DELLA CAMPAGNA 2020

Produzione complessiva Italia	5,1 milioni di tonn.
Produzione Nord Italia	2,7 milioni di tonn.
Resa Nord Italia	74 tonn. per ettaro
Rese media quinquennale	70 tonn. per ettaro
Qualità (grado Brix)	4,82

Fonte: Organizzazione interprofessionale pomodoro da industria del Nord Italia

Largo Consumo



gistrare incrementi, portando benefici alla tenuta del sistema. C'è spazio per far crescere la catena del valore e c'è la necessità di posizionarsi su livelli di prezzi più remunerativi. In precedenza, con una produzione di circa 65 milioni di quintali, l'offerta di prodotto finito era superiore alla domanda e questo ha portato alla riduzione dei prezzi di cessione, con effetti che non hanno dato benefici alla filiera. «La nostra categoria ha una bassa elasticità al prezzo e un lieve aumento non cambia le dinamiche di acquisto del consumatore, perché è un prodotto di base parte integrante della dieta alimentare italiana. Non vedo quindi la preoccupazione per prezzi che quest'anno potrebbero salire del 5-7%, perché rimarrebbe comunque un aumento di pochi centesimi».

Al contrario, vendere a 50 centesimi non è certo un modo per valorizzare il prodotto». L'eccessivo calo dei prezzi è l'effetto del fenomeno delle aste a doppio ribasso, che, sebbene ora sia meno diffuso nella grande distribuzione, secondo Anicav è ancora uno dei fattori di criticità per la filiera del pomodoro. «Sono pratiche che non fanno bene al sistema – sottolinea Cappi – noi come azienda abbiamo smesso di partecipare, perché il livello di marginalità risulta molto insoddisfacente». Secondo Anicav è indispensabile far capire alla distribuzione che il pomodoro non può essere considerato una commodity a basso costo e contemporaneamente spiegare al consumatore che un prezzo premium riconosce gli sforzi fatti dalla filiera per la sostenibilità etica ed ambientale. Sforzi che non sempre sono sufficiente-

mente noti, se 8 italiani su 10 associano il pomodoro a un altro fenomeno critico per il settore, il caporalato: lo ha rilevato un'indagine commissionata nel 2019 da Anicav a **Reputation Institute**, società specializzata nell'analisi della reputazione delle aziende. In realtà, sottolinea Anicav, quasi tutto il pomodoro da industria viene ormai raccolto meccanicamente, con percentuali che sfiorano il 100% al Nord e superano il 90% al Sud, e questo ha ridotto di molto l'impatto del caporalato sulla raccolta di pomodoro.

Il pomodoro italiano, invece, mantiene alta la sua reputazione anche all'estero: la quota export della produzione supera il 50%, per un valore di circa 1,7 miliardi di euro. «Il buyer internazionale, se può, compra italiano, anche se deve pagare di più rispetto ai prodotti spagnoli, greci o turchi – conferma **Diego Pariotti**, direttore commerciale e marketing estero di Conserve Italia –. Per tre anni abbiamo avuto un raccolto difficile e i compratori internazionali hanno sondato il terreno con la Spagna, il Portogallo e la Grecia, ma le caratteristiche organolettiche dei nostri pomodori dominano ancora il mercato. Gli europei usano il pomodoro come noi e acquistano soprattutto polpe e passate, in Asia vogliono mangiare italiano, ma non sanno bene come cucinare e quindi apprezzano di più i prodotti finiti come i sughi, mentre nel Nord America le vendite sono divise tra derivati e sughi pronti».

Per essere più competitivi sui mercati internazionali, all'inizio dell'anno **Fabrizio Marzano**, presidente della Federazione nazionale produttori pomodoro da industria di **Confagricoltura**, ha proposto di creare un'unica organizzazione interprofessionale in cui far confluire le due realtà attuali, l'**Oi pomodoro da industria Nord Italia** (Emilia-Romagna, Lombardia, Piemonte, Veneto e provincia autonoma di Bolzano) e l'**Oi**

pomodoro da industria bacino Centro-Sud (Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Lazio, Marche, Molise, Puglia, Toscana, Sardegna, Sicilia e Umbria). L'idea piace all'industria: «La creazione di un tavolo comune deve essere considerata come un'opportunità per la filiera – afferma Tammaro –. Vi sarà la necessità di confrontarsi sui tempi e sulle modalità di realizzare il progetto, ma ritengo che vi sia la volontà di realizzarlo. Se guardiamo agli eventi, dieci o vent'anni fa il mercato era maggiormente frammentato, poi si sono ridotti i player e sono nate le organizzazioni. Ora dobbiamo andare verso uno scenario nazionale: è un punto di equilibrio molto alto, ma credo che il lavoro e l'impegno di tutti debba portare a questo risultato per il bene di tutti gli attori della filiera e anche dei consumatori».

Intanto, nel comparto crescono le innovazioni tecnologiche: a settembre **Mutti** ha presentato InstaFactory, il primo impianto industriale mobile che lavora il pomodoro appena raccolto direttamente sul campo e che garantisce la totale tracciabilità di ogni singolo pomodoro. «Un modo del tutto nuovo di pensare alla produzione – ha commentato l'amministratore delegato **Francesco Mutti** – che dona al pomodoro una distintività che nasce dal campo e accorcia la filiera». E, a proposito di tracciabilità, Anicav ha appena dato il via a Tomato Blockchain, un progetto sperimentale che, grazie alla tecnologia blockchain, certificherà ogni passaggio del processo di produzione, garantendo l'origine e la sicurezza del pomodoro da industria.

L'iniziativa, in collaborazione con **EZ Lab**, sarà avviata in due aziende pilota, una al Nord e una nel Centro Sud, e permetterà di individuare pratiche scorrette nei confronti dei lavoratori e dell'ambiente, di sostenere l'export e di contrastare il fenomeno dell'"italian sounding". «Il nostro auspicio - dichiara **Giovanni De Angelis**, direttore generale di Anicav - è che Tomato Blockchain possa diventare un modello replicabile all'intero settore, offrendo ai consumatori massima trasparenza e garanzia sulla qualità delle nostre produzioni».

■

“ Il pomodoro non può essere considerato una commodity a basso costo ”



© RIPRODUZIONE RISERVATA