



## Ortofrutta alle strette

Il sistema ortofrutticolo nazionale dovrà, in poco tempo, ristrutturarsi profondamente per far fronte alla liberalizzazione del mercato. Produzione e trasformazione devono dimostrare la capacità di avere una comune visione strategica

di Vittorio Alessandro Gallerani

# È

rimasto un solo triennio di tempo a disposizione delle imprese del settore ortofrutticolo italiano per adeguarsi a un regime di mercato più concorrenziale.

I decreti ministeriali del 22 ottobre scorso per l'attuazione della riforma dell'ocm ortofrutta utilizzano, infatti, tutta la prudenza e la gradualità possibili per il perseguimento dell'inevitabile e ormai prossimo obiettivo della liberalizzazione del mercato del settore.

La convinzione sulla necessità di muoversi in questo senso nella riforma delle politiche agricole dell'Unione Europea non può e non deve far passare in secondo piano le preoccupazioni sui modi e sulle possibili conseguenze del processo di ristrutturazione del settore, che dovrà essere profondo e incisivo.

Preoccupazioni che toccano in modo particolarmente pesante la filiera dell'ortofrutta trasformata: pomodoro, pere, pesche e prugne.

A partire dal 2011, termine fissato dai decreti ministeriali del 22 ottobre per il rinvio del disaccoppiamento e, conseguentemente, per il passaggio al regime del pagamento unico per la frutta da industria e per gli agrumi, le industrie di trasformazione troveranno non poche e non piccole difficoltà a reperire materia prima a costi ragionevoli. Alla stessa data cesserà per frutta fresca, vivai e patate da consumo

il divieto di coltivazione sulle superfici dichiarate al regime di pagamento unico.

L'abolizione di questa clausola potrà determinare un eccesso di produzione rispetto alle capacità di assorbimento del mercato con conseguente caduta dei prezzi. Ben consapevole di questi problemi, il ministro Paolo De Castro ha voluto lasciare alle imprese tutto il tempo possibile, che tuttavia non è molto, per prepararsi al cambiamento del quadro produttivo.

L'errore più grande sarebbe quello di lasciar passare questo poco tempo nell'inattività, facendo affidamento a miracolistiche formule in grado di salvare capra e cavoli.

Meritorie sono le campagne di informazione presso il pubblico, e in particolare presso le scuole, sui principi di una buona alimentazione per la quale certamente molti prodotti nazionali presentano caratteristiche di alto pregio. Simpatici e divertenti possono essere gli interventi nelle tante trasmissioni televisive per propagandare i vantaggi per il palato e per la salute del mangiare italiano. Ma una cosa è catturare l'audience con l'aiuto di sfolgoranti coreografie, di belle ragazze e di pittoreschi paesaggi agresti, e tutta un'altra questione è convincere all'acquisto dai banchi di un supermercato un consumatore sempre più attento a far quadrare i conti di un difficile bilancio familiare.

Il successo sul mercato di un prodotto è determinato da un mix di fattori: qualità, prezzo, promozione, sistema di vendita. Ma è del tutto illusorio pensare che promozione o forme di presentazione possano supplire a uno sfavorevole rapporto qualità/prezzo, condizione necessaria anche se non sufficiente a imporsi sul mercato.

Per i produttori di ortofrutticoli destinati al consumo allo stato fresco è richiesto un forte impegno nell'innovazione per la ricerca di nuovi prodotti e per la razionalizzazione delle tecniche produttive.

Girando per le campagne già si intravedono gli sforzi in questo senso e una maggiore diversificazione colturale rispetto al recente passato. È proprio qui che le organizzazioni dei produttori, alle quali è assegnato dalla normativa europea un ruolo strategico, devono dare dimostrazione di capacità di stimolo all'innovazione e di controllo dell'offerta per evitare prevedibili crisi di mercato. Ma sono soprattutto le industrie di trasformazione che dovranno affrontare i maggiori problemi di adattamento.

I nuovi scenari richiedono una forte ristrutturazione del settore relativamente al numero, alla localizzazione, alla dimensione degli impianti e alla gamma produttiva, finalizzata alla creazione di un maggiore valore aggiunto in grado di assorbire l'inevitabile aumento del costo della materia prima conseguente al disaccoppiamento. Egoismi o cieca difesa di posizioni di privilegio raggiunte non possono portare a nessun risultato utile. Quello che serve sono accordi interprofessionali seri tra i diversi attori della filiera.

Le cose da fare in questo breve periodo di transizione, reso ancora più complicato dalla necessità di rispettare i vincoli ambientali posti dalla clausola della condizionalità, sono molte e impegnative e richiedono all'intero settore una capacità di visione strategica che fino a oggi non si è completamente espressa. Si dice che la necessità aguzzi l'ingegno. Speriamo sia così.