



CIBO. BMTI-ITALMERCATI: DA MERCATI ALL'INGROSSO GARANZIA QUALITÀ-PREZZI

(DIRE) Roma, 7 lug. - "Nel periodo del Covid 19 i Mercati all'Ingrosso hanno tenuto aperto, giorno e notte, per offrire al meglio i servizi connessi alla loro funzione pubblica e garantire la trasparenza nei prezzi. Assicurare al consumatore libertà di scegliere e di acquistare il miglior prodotto nel suo rapporto qualità-prezzo". Questo è l'obiettivo dell'Annuario sui prezzi 2019 - presentato per il secondo anno di fila questa mattina nel corso del webinar promosso da Italmercati e BMTI - corredato da approfondite analisi sull'andamento dei Mercati in tempo di Covid.

La rete di rilevazione messa a punto da BMTI e Italmercati comprende 24 mercati nazionali in cui vengono rilevati 7000 prezzi settimanali e 7 mercati esteri in cui vengono rilevati 1000 prezzi settimanali. Sono in totale 7,2 milioni i prezzi raccolti dal 1998 ad oggi che fanno parte del data base a cui si aggiungono i 280.000 dei mercati esteri dal 2003 a oggi.

"I Mercati all'ingrosso del network Italmercati effettuano oltre 355.000 rilevazioni di prezzo annue. Un lavoro che rappresenta una garanzia di trasparenza fondamentale per il settore dell'ortofrutta, con dati pubblici sempre messi a disposizione", ha sottolineato Fabio Massimo Pallottini, presidente di Italmercati, la Rete che riunisce i maggiori sedici mercati all'ingrosso italiani con 8,3 miliardi il volume d'affari e 5 milioni di tonnellate di prodotti ortofrutticoli commercializzati. "Nel periodo del Covid 19 i Mercati all'Ingrosso hanno tenuto aperto, giorno e notte, per offrire al meglio i servizi connessi alla loro funzione pubblica e garantire la trasparenza nei prezzi. Assicurare al consumatore libertà di scegliere e di acquistare il miglior prodotto nel suo rapporto qualità-prezzo". Questo è l'obiettivo dell'Annuario sui prezzi 2019 - presentato per il secondo anno di fila questa mattina nel corso del webinar promosso da Italmercati e BMTI - corredato da approfondite analisi sull'andamento dei Mercati in tempo di Covid. La rete di rilevazione messa a punto da BMTI e Italmercati comprende 24 mercati nazionali in cui vengono rilevati 7000 prezzi settimanali e 7 mercati esteri in cui vengono rilevati 1000 prezzi settimanali. Sono in totale 7,2 milioni i prezzi raccolti dal 1998 ad oggi che fanno parte del data base a cui si aggiungono i 280.000 dei mercati esteri dal 2003 a oggi. "I Mercati all'ingrosso del network Italmercati effettuano oltre 355.000 rilevazioni di prezzo annue. Un lavoro che rappresenta una garanzia di trasparenza fondamentale per il settore dell'ortofrutta, con dati pubblici sempre messi a disposizione", ha sottolineato Fabio Massimo Pallottini, presidente di Italmercati, la Rete che riunisce i maggiori sedici mercati all'ingrosso italiani con 8,3 miliardi il volume d'affari e 5 milioni di tonnellate di prodotti ortofrutticoli commercializzati.

In quest'ottica, ha aggiunto Fabio Massimo Pallottini, "abbiamo richiesto che quest'anno l'Annuario avesse un focus sui prezzi nel periodo peggiore della pandemia.

Mettendoli a confronto con lo stesso periodo del 2019, si evidenzia come le notizie di speculazione sui prezzi nelle nostre strutture fossero prive di fondamento. I Mercati all'ingrosso durante l'emergenza sono sempre stati aperti per garantire varietà e quantità. I prezzi hanno avuto scostamenti fisiologici, in base alla stagionalità e alla modifica temporanea del consumo di alcuni prodotti. Mettere a sistema tutti i dati con altri importanti stakeholders come abbiamo fatto oggi, ci permette di continuare a dare un contributo tecnico e imparziale ed avere una base comune di

confronto con le istituzioni italiane ed europee. Per il futuro vorrei lanciare la proposta ad ISMEA per la costruzione di un cantiere sulla governance per il settore dei Mercati".

I problemi sul tavolo da risolvere sono tanti. Li ha ricordati il moderatore dell'incontro digital, Giorgio Dell'Orefice, giornalista de Il Sole 24 Ore. Dai cambiamenti nelle modalita' di acquisto, alle difficolta' della filiera, i servizi, le problematiche organizzative, il rapporto tra costi e consumi. E all'orizzonte si profila infatti anche una crisi dei consumi che rappresentano il 60% del Pil.

"Il patrimonio informativo gestito da BMTI e Italmercati ci permette di osservare e analizzare quotidianamente le dinamiche del commercio all'ingrosso", ha detto Riccardo Cuomo, Dirigente di BMTI nel suo intervento.

"Tutto questo patrimonio informativo- ha spiegato- ci permette di elaborare nei primi mesi dell'anno un annuario che osserva e analizza graficamente gli andamenti. Quest'anno abbiamo deciso di estendere l'analisi anche ai primi mesi del 2020 in concomitanza con l'inizio del Covid. Dalla nostra analisi emerge che solo pochi prodotti hanno subito variazioni rilevanti, riconducibili principalmente al cambiamento climatico e solo in piccola parte collegati all'aumento dei costi di raccolta e di trasporto collegati al Covid. Nella maggior parte dei casi rileviamo una stabilita' rispetto agli anni precedenti. L'Annuario si conferma cosi' importante strumento, utile non solo agli addetti ai lavori ma anche, e forse principalmente, al consumatore finale spesso male orientato se non addirittura sviato rispetto alle proprie preferenze". Raffaele Borriello, Direttore Generale ISMEA, ha evidenziato: "Durante il lockdown il settore dell'ortofrutta si e' dovuto riorganizzare superando le difficolta' nei trasporti, la chiusura delle frontiere, affrontando i problemi derivanti dai minori sbocchi commerciali. Guardando al futuro da qui alla fine dell'anno si ipotizza una riduzione del 40% dei consumi extra domestici, solo in parte compensati da acquisti domestici. E accanto a temi strutturali come la carenza di infrastrutture si affianchera' la problematica di quali saranno gli effetti sul Made in Italy nel suo complesso e sul settore dell'ortofrutta in particolare". Claudio Gradara, presidente Federdistribuzione, ha chiarito: "La filiera distributiva ha retto anche da un punto di vista psicologico e l'aumento dei prezzi e' stato minimo rispetto al tasso di inflazione che avevamo nei mesi precedenti all'emergenza. Il settore si sta riequilibrando, con il cash and carry che soffre ancora per le difficolta' Horeca. Ma all'orizzonte si profila una crisi dei consumi legata a quella economica del Paese che si va ad aggiungere ai costi vecchi e nuovi che pesano sul bilancio delle aziende dell'agroalimentare". Secondo Paolo Bruni, presidente CSO Italy, "occorre che riprenda la fiducia delle famiglie. E la produzione. Perche' anche sotto questo punto di vista le notizie non sono incoraggianti. Le gelate primaverili hanno complicato una situazione gia' difficile. Alcuni esempi? La produzione di albicocche (dove ci sono stati forti investimenti in questi anni) arrivera' a 136.000 tonnellate: significa il 56 % in meno rispetto allo scorso anno. Dobbiamo andare al 2003 per trovare quei numeri quando pero' le superfici dedicate a questo prodotto erano molto inferiori. Per le drupacee non va meglio: 874.000 tonnellate, rispetto al 2019 meno il 30%. Dato piu' basso degli ultimi 30 anni".