



Mercoledì 8 Luglio 2020

MERCATI & IMPRESE

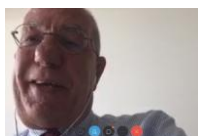
Coronavirus, i nodi vengono al pettine

Il settore **ortofrutticolo** non è stato "graziato" dall'emergenza **coronavirus**: sta pagando dazio e le conseguenze negative di una situazione straordinaria si faranno sentire ancora per mesi lungo la "catena", dalla produzione alla distribuzione. E' quanto emerso nel webinar "**Focus Covid: impatto su prezzi e mercato nella filiera**" che ieri mattina ha raccolto le testimonianze di **Raffaello Borriello**, direttore generale di **Ismea**, **Riccardo Cuomo** di Borsa merci telematica (**Bmti**), **Paolo Bruni**, presidente di **Cso Italy**, **Claudio Gradara**, leader di **Federdistribuzione** e **Fabio Massimo Pallottini**, presidente di **Italmercati**, realtà organizzatrice dell'appuntamento.



Tra i temi trattati, il forte impatto della pandemia sui **consumi alimentari**: "Quelli **extra-domestici** sono crollati del **40%** rispetto al 2019, solo in parte compensati dai domestici", ha esordito Borriello (foto sopra). "Il settore ortofrutticolo ha dovuto **reinventarsi** a partire dall'ingrosso, il cambiamento dei canali di acquisto e l'aumento del confezionato hanno scompaginato il panorama esistente". Duramente colpito l'**Horeca**, per il quale Ismea stima una perdita di fatturato di **24 miliardi di euro**. In ogni caso, ha aggiunto il direttore dell'Istituto, "l'emergenza è anche un'**opportunità** per affrontare con attenzione temi strategici. Due i nodi cruciali: la criticità di **infrastrutture e logistica**, anche di prossimità; e la debolezza delle **esportazioni**, con il preoccupante calo degli ultimi anni in termini di valore e di quantità". "L'italianità è sempre più importante - ha concluso Borriello - ma la recessione, abbinata all'effetto Covid, pesa e può incidere anche sul *brand Made in Italy*".

Passando al tema-listini, il dirigente di Bmti Cuomo ha illustrato il contenuto dell'**Annuario dei prezzi** rilevati nei **Mercati Ortofrutticoli** - realizzato da Italmercati, Unioncamere e Borsa Merci Telematica - ampliato, quest'anno, con un focus sulla fase di emergenza sanitaria. *Slide* e numeri mostrano che le **quotazioni medie** del periodo del lockdown sono sostanzialmente **in linea** con quelle del 2019 con aumenti solo per alcune referenze, come le **arance** e i **limoni**, particolarmente gettonate nel periodo *clou* della crisi al pari di articoli durevoli (dalle **mele** alle **patate**).



Dopo l'intervento di Paolo Bruni, concentrato sulle criticità della produzione ([cliccare qui per leggere](#)), **Gradara** (sopra durante il webinar) ha spiegato come per la Gdo stia **cambiando il vento**: i **retailer** prevedono e temono di **chiudere l'anno in terreno negativo** a causa della crisi di cui si stanno avvertendo le prime avvisaglie: "Nella fase del Covid abbiamo vissuto un periodo unico e speriamo non ripetibile, estremamente complesso, in cui ci siamo trovati a dover assicurare un servizio essenziale alla collettività in condizioni uniche", ha spiegato il numero uno di Federdistribuzione.

"Il settore tutto ha retto e garantito **continuità** in un momento in cui molte certezze venivano meno; un paio di settimane di **acquisti emotivi** hanno creato difficoltà organizzative e logistiche a un sistema delicato, inoltre l'implementazione delle **misure di sicurezza** straordinarie tuttora vigenti ha comportato rallentamenti e **aumento dei costi operativi** valutabile in un range tra il 2% e il 4% a seconda delle aziende". Contemporaneamente, ha ricordato Gradara, il lockdown "ha cambiato i modelli d'acquisto dei clienti con l'**esplosione del confezionato**. I provvedimenti limitativi hanno creato *scompensi* nella distribuzione dei clienti sulla rete, con un travaso della domanda verso le **strutture più piccole, di vicinato**".



A questo si è aggiunto lo **stop a Horeca e ambulanzato**. E il calo di disponibilità della frutta in queste ultime settimane: "Alcune tipologie di prodotto stanno registrando una **forte diminuzione produttiva**, una sfortuna in una annata delicata come quella attuale. L'**aumento dei prezzi** dei beni alimentari del 2,5% registrato a giugno, in ogni caso, è quasi interamente legato al **comparto ortofrutticolo**".

Le **prospettive** non sono rosee: "Dai primi di maggio, con l'allentamento dei vincoli, il settore sta ritrovando il precedente equilibrio tra **piccole e grandi strutture**, restano in forte difficoltà i cash and Carry, mentre per l'Horeca ci vorrà tempo per tornare ai volumi precedenti. Ma il **trend dei fatturati da giugno sta girando in negativo**, sembra profilarsi una crisi dei consumi che potrebbe riassorbire il **plus dei fatturati di marzo e aprile**. Prevediamo di *virare* in negativo e chiudere in rosso l'anno: è una crisi economica inedita in Italia e nel mondo, colpirà duro. Va considerato infatti anche l'**aumento di costi** legati alle modalità di gestione, che peseranno sui bilanci delle aziende", ha concluso Gradara ricordando che i consumi valgono il **60% del Pil**.



In chiusura di webinar, **Pallottini** ha parlato del **ruolo strategico dei Centri agroalimentari** nel periodo *clou* dell'emergenza in termini di **sicurezza alimentare, trasparenza dei prezzi e continuità di servizio** e messo in luce il ruolo anche sociale di queste strutture per il recupero del cibo in eccedenza "a fronte di un **aumento delle domande di aiuto** da parte di indigenti in crescita del 400%".

E sulle polemiche legate al **caro prezzi** ha spiegato come "bisognerebbe tenere conto dell'incidenza dell'ortofrutta sulla borsa della spesa da un lato e analizzare i listini su intervalli di tempo adeguati dall'altro, per evitare **inutili allarmismi** e raffreddare ulteriormente i consumi in un periodo nel quale non se ne sente il bisogno". I Centri agroalimentari sono "piattaforme su cui investire - ha concluso Pallottini - in quanto strategici per la logistica, per garantire sicurezza e trasparenza".