

i protagonisti del settore

«La rete dei mercati all'ingrosso ha retto bene nell'emergenza»

G.d.O

I manuali di storia descrivono come nei periodi successivi ai conflitti si venivano a creare vere e proprie “economie di guerra” nelle quali non mancavano fenomeni speculativi spesso fuori controllo. Il lockdown e l'emergenza Covid-19 dei mesi scorsi sono spesso stati accostati a un dopoguerra ma, per quanto riguarda il settore agroalimentare, uno dei pochi ad essere rimasto aperto, speculazioni sui prezzi non ne sono state riscontrate. È quanto è emerso nel corso della presentazione dell'Annuario sui prezzi 2019 realizzato da Borsa merci telematica italiana (Bmti) e Italmercati. La rete di rilevazione di Bmti e Italmercati comprende 24 grandi mercati nazionali e 7 esteri nei quali vengono rilevati circa 7mila prezzi settimanali soprattutto nel comparto ortofrutta. «Qualche rincaro è stato riscontrato – ha spiegato Riccardo Cuomo di Bmti -. Nella prime settimane della quarantena si è assistito a una forte crescita della domanda di agrumi (+77% le arance e +51% i limoni) perché di fronte a una sindrome di tipo influenzale molti cittadini hanno cercato alimenti con elevato contenuto di vitamina C. In genere, e in linea con l'ondata di acquisti emotivi di inizio lockdown, è aumentata la domanda di prodotti ortofrutticoli a media/lunga conservazione come le mele (prezzi cresciuti del 18%), le melanzane (+29%), le zucchine (+25,5%) e i cavolfiori. Ma sono tendenze che poi si sono ridimensionate. Altri prodotti come pomodori o legumi, nonostante la crescita delle richieste, non hanno mostrato variazioni di prezzo». «La realtà – ha aggiunto il presidente del Centro Servizi Ortofrutticoli (che conta 46 soci e 8 consorzi), Paolo Bruni – è che gli aumenti sono correlati a mancanza di manodopera, gelate primaverili o a problemi fitosanitari come la cimice asiatica».

«I mercati all'ingrosso – ha aggiunto il presidente di Italmercati, Fabio Massimo Pallottini – grazie alla rilevazione di oltre 350mila prezzi annui hanno fornito un servizio alla collettività che non è quello di un mero esercizio statistico. Nel corso dell'emergenza abbiamo inoltre rafforzato (+400%) l'attività di recupero del fresco invenduto da destinare agli indigenti». «Le imprese – ha aggiunto Valentino Di Pisa, presidente di Fedagromercati che riunisce altre 600 strutture in Italia aderenti a Confcommercio – hanno effettuato uno sforzo enorme a causa della chiusura dell'horeca e dell'aumento dei costi di trasporto fino al 40%. Il sistema ha risposto prontamente non facendo mancare i prodotti ortofrutticoli ai cittadini».

E un ruolo importante nel corso dell'emergenza è stato svolto dalla gdo. «Abbiamo riscontrato alcuni cambiamenti nelle tipologie di consumo – ha aggiunto il presidente di Federdistribuzione, Claudio Gradara -. Gli acquisti emotivi dei primi giorni di lockdown hanno spinto prodotti come la farina e creato qualche difficoltà

gestionale ai punti vendita. Nel medio periodo c'è stato il boom di vendite di ortofrutta confezionata, percepita forse con maggiori requisiti di igienicità». «Le criticità non mancano come le incertezze sul futuro – ha concluso il direttore generale di Ismea, Raffaele Borriello – ma le risorse che saranno messe a disposizione dall'Ue rappresentano una grande opportunità anche per il settore ortofrutticolo per affrontare problemi antichi come l'inadeguatezza delle infrastrutture logistiche»

© RIPRODUZIONE RISERVATA

G.d.O