

Coniugare dimensione e servizio

Nel mercato italiano della frutta d'importazione, banane e ananas occupano una posizione predominante, con un volume commercializzato all'ingrosso compreso tra le 500 e le 600.000 tonnellate per le prime e circa 100.000 tonnellate per le seconde. Altre referenze rilevanti sono mele e pere, agrumi (arance, limoni, pompelmi, clementine), kiwi, pesche e fragole. Negli orticoli, il 2005 ha visto crescere l'import di pomodori con scambi che sono prossimi a eguagliare le esportazioni.

In questa intervista esclusiva rilasciata a *Mercato&Imprese* Antonio Orsero, presidente e amministratore delegato di GF Group e ad di Fruttital distribuzione, spiega i macrotrend che stanno interessando gli scambi internazionali di ortofrutta.

Al netto delle singole merceologie, i consumi mantengono una dinamica nel complesso stabile, mentre è sempre viva l'attenzione sul ruolo di alcuni Paesi nello scacchiere internazionale. Cina e India sono due concorrenti "in potenza", ma impiegheranno secondo Orsero diversi anni prima di far sentire un loro peso rilevante nel contesto europeo. Quanto alla Turchia, bisogna distinguere tra le sue attività di export verso l'Europa del Nord e quella del Sud. Infatti, le sue esportazioni verso la prima risentono di legami commerciali e di una storia ben più radicati rispetto all'Italia. Nella nostra bilancia commerciale invece, le importazioni ortofrutticole da questo Paese sono ancora marginali, e anche guardando al suo possibile futuro ingresso nell'Ue, non si attendono variazioni significative dello scenario.

Un'ultima riflessione interessa il ruolo delle catene della grande distribuzione. Le insegne hanno accresciuto di molto la propria influenza e avranno sempre più forza commerciale e finanziaria necessaria a dettare le condizioni di scambio agli operatori e ai distributori.

Quanto al ruolo logistico del nostro Paese nel Mediterraneo, gli speditori di molti Paesi produttori hanno ormai una buona organizzazione e sono in grado di svolgere un ottimo servizio per i mercati di destinazione, servendoli direttamente senza passare per l'Italia, salvo rare eccezioni.

Come si è chiuso il 2006 nella distribuzione di ortofrutta fresca in Italia e in Europa? Avete rilevato mutamenti nei trend commerciali e di consumo?

Non rileviamo particolari mutamenti nei trend commerciali. Secondo le nostre stime i consumi sono complessivamente stabili, sebbene in qualche prodotto come kiwi e ananas si rileva una buona crescita, mentre in altri prodotti forse ci sono ribassi di consumi che, nel complesso, portano i consumi totali a rimanere stabili.

Come immaginate il ruolo di Paesi emergenti del settore come India e Cina nel corso del 2007? Quale impatto potranno avere sul settore?

Cina soprattutto, ma anche India, impiegheranno diversi anni per diventare "concorrenti" pericolosi con i loro prodotti sui mercati europei. Al contrario, questi Paesi rappresenteranno grandi opportunità per la vendita dall'Europa verso i loro mercati grazie alle notevoli dimensioni e agli elevati tassi di crescita che stanno mostrando in questi anni e che si prevede continueranno anche nel prossimo futuro. In sintesi, ritengo che l'India e la Cina possano presentare più un'opportunità commerciale che una minaccia.

Quali cambiamenti porterà nel 2007 al settore ortofrutticolo la crescita della Turchia, anche in prospettiva del suo ingresso nell'Unione europea?

Non si prevedono sostanziali differenze nel 2007 per quanto riguarda i prodotti ortofrutticoli importati dalla Turchia, soprattutto per il mercato italiano dove l'import dalla Turchia occupa ancora quote marginali. Forse si avrà una crescita più consistente sul mercato tedesco e su altri mercati dell'Europa settentrionale, dove l'export ortofrutticolo turco ha una tradizione più forte e quote di mercato più consistenti. In ogni caso, si può prevedere che l'adesione della Turchia all'Unione eu-



Antonio Orsero

È opportuno che i grossisti aumentino i servizi logistici erogati, dotandosi di infrastrutture efficienti per la conservazione, il confezionamento e il trasporto.

ropea, quando avverrà, cambierà poco nei rapporti commerciali già consolidati con i paesi dell'Unione europea.

Come la logistica si inserisce nel processo di internazionalizzazione del mercato ortofrutticolo, nel 2006? L'Italia riesce ad approfittare della sua posizione centrale nel Mediterraneo per canalizzare flussi logistici internazionali?

In effetti, oggi l'Italia non ha un ruolo centrale negli scambi di ortofrutta nel Mediterraneo. Inoltre, non abbiamo previsioni che una simile tendenza possa migliorare in futuro, poiché i flussi commerciali di ortofrutta dai Paesi produttori, per esempio del Sud del Mediterraneo, seguono canali diretti. Gli speditori di tali Paesi, infatti, hanno una buona organizzazione e sono in grado di svolgere un ottimo servizio per i mercati di destinazione, servendoli direttamente senza passare per l'Italia, salvo rare eccezioni.

Guardando alla distribuzione nazionale del 2006, come i supermercati stanno orientando la filiera, con quali impatti sulla distribuzione dei prodotti di importazione?

Non si vede una grande crescita dell'ortofrutta fresca di importazione sui banchi dei supermercati: più o meno la proporzione tra prodotto importato e di produzione nazionale è sempre la stessa. In questo ambito, non si vede una chiara tendenza all'aumento del prodotto importato, poiché la grande distribuzione nazionale sembra piuttosto attenta a mantenere l'equilibrio tra ortofrutta d'importazione e ortofrutta di produzione nazionale.

I mercati all'ingrosso possono ancora giocare un ruolo strategico nella distribuzione dell'ortofrutta, sia di produzione nazionale sia di importazione?

È indubbio che i mercati all'ingrosso continueranno nel breve termine ad avere la loro importanza, soprattutto per la distribuzione del prodotto nazionale, sebbene il volume globale che passa per i mercati all'ingrosso sia in progressivo decremento. D'altro canto, è altrettanto certo che se i mercati generali non troveranno soluzioni per ritornare a servire in forza la grande distribuzione organizzata, nel lungo periodo sono destinati a occupare un ruolo sempre più marginale all'interno della filiera ortofrutticola. È opportuno che i grossisti integrino la propria offerta diventando erogatori di servizi logistici, dotandosi di infrastrutture efficienti per la conservazione, il confezionamento e il trasporto. Ciò implica la prospettiva di crescita dimensionale, attraverso aggregazioni che permettano di servire grandi clienti come la gdo.

Ci sono novità merceologiche, nuovi prodotti che si stanno affacciando o che nel 2007 saranno disponibili sul mercato nazionale ed europeo?

Secondo le nostre osservazioni, sono disponibili alcune nuove varietà di mele, provenienti dalla Nuova Zelanda e dal Sud America. Qualche innovazione si sta inoltre vedendo nel kiwi, per esempio con i frutti a polpa rossa provenienti dalla Cina. Tuttavia, le innovazioni di prodotto che si possono prevedere nel 2007 non sono di grande importanza e non sono destinate ad incidere significativamente sull'offerta merceologica dell'ortofrutta d'importazione.

Che previsioni possiamo fare per il commercio internazionale di ortofrutticoli nel 2007, quali saranno i principali trend di consumo e commerciali?

Non si prevedono trend di consumo in aumento, quindi potremmo essere contenti se mantenessimo le quote di mercato raggiunte. Ciò sarebbe già un gran risultato, poiché, a meno di fattori straordinari, non ci possiamo attendere mercati in crescita per prezzi e volumi. Le catene della grande distribuzione esercitano una funzione di contenimento dei listini, infatti in questi ultimi due anni abbiamo potuto constatare che quando si sono superate alcune soglie psicologiche di prezzo, ne hanno risentito in maniera considerevole i volumi commercializzati.

SCHEDA MERCATO

Ortofrutta fresca - valore importazioni - 2005		
	milioni di euro	var. % '05/'04
FRUTTA		
Banane		
Ananassi e altra frutta tropicale		
Pere da tavola		
Pesche		
Clementine tangerini e simili		
Limoni		
Fragole		
Actinidia (kiwi)		
Arance		
Mele da tavola		
Uva da tavola		
Meloni		
Pompelmi e altri agrumi		
Albicocche		
ORTAGGI		
Pomodori		
Patate		
Peperoni		
Insalate totale		
Funghi		
Aglio		
Fagioli freschi		
Fonte: Ismea - principali prodotti - valori import superiori a 20 milioni di euro		

La frutta

Gli ortaggi

La "guerra delle banane"

Import-export ortofrutticoli freschi - 2005						
Ortaggi, legumi e patate				Frutta fresca		
volumi		valori		volumi		valori
tonn.	var. %	milioni	var. %	tonn.	var. %	milioni
su '04		di euro		su '04		di euro
			su '04			su '04
Importazioni						
Esportazioni						
Saldo commerciale						
Fonte: Ismea su dati Istat						