

Nell'annata del record negativo per la pericoltura italiana, il rilancio passa da una nuova comprensione del prodotto e del consumatore

Un confronto di alto livello e ad ampio raggio, quello cui ospiti internazionali e una qualificata platea hanno partecipato in occasione della seconda giornata di FuturPera, a Ferrara, lo scorso 29 novembre 2019, durante il convegno dal titolo: "Le prospettive commerciali e le nuove opportunità di mercato". In quello che è, storicamente, l'anno del record negativo per la produzione italiana di pere, oltre ai semplici dati ci si è confrontati sulle reali prospettive economiche del settore, evidenziando come le criticità avvertite a livello nazionale siano più o meno condivise anche dai nostri principali competitor, come Belgio e Paesi Bassi.



Sopra: il primo tavolo dei relatori. Da sinistra a destra: Serentill Rubio, Guerin, Rodenburg, Evrard, Granata, Gigli. Sotto: la sala.



I lavori, moderati dalla direttrice di FreshPlaza, **Rossella Gigli**, sono stati aperti dal vicepresidente dell'organizzazione OI Pera, **Albano Bergami**, il quale ha lanciato una provocazione su quelle che dovrebbero essere le priorità del comparto nazionale.

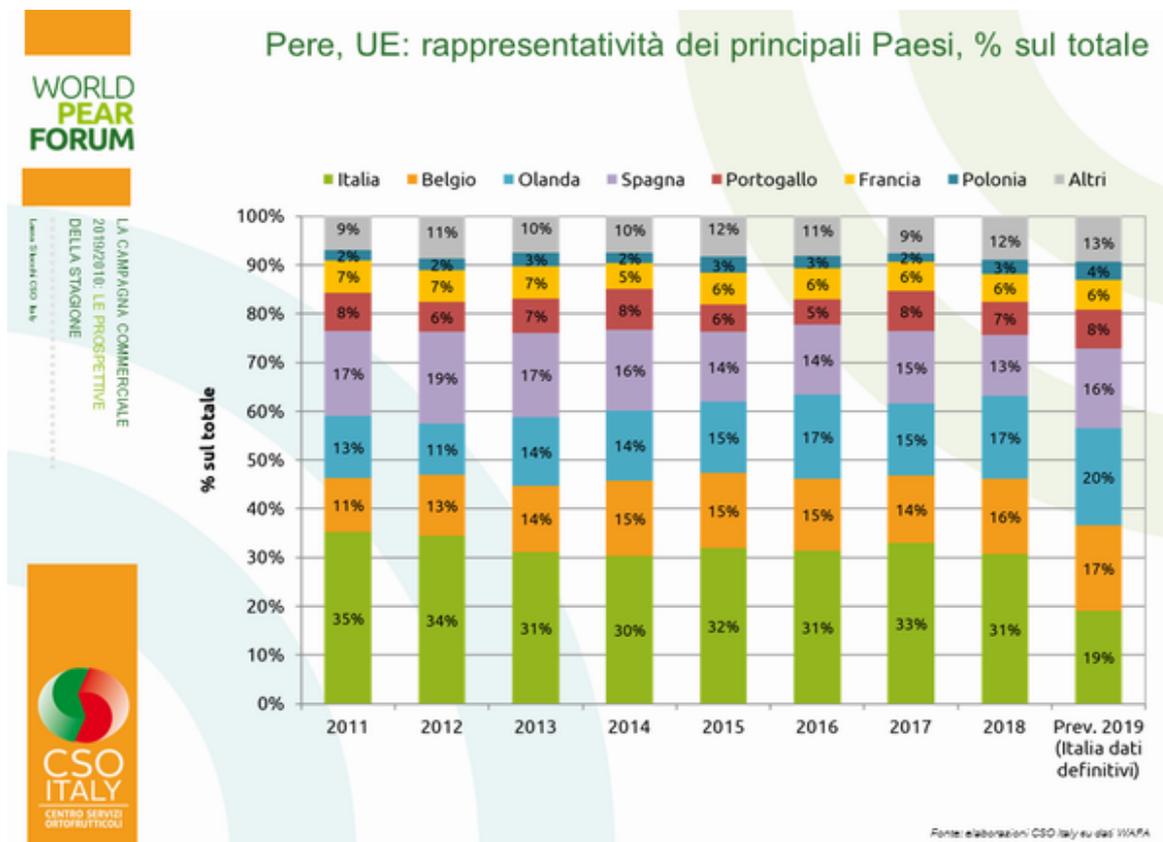


Albano Bergami: "Siamo sicuri che le risposte che cerchiamo stiano solo nell'espansione dei mercati esteri, considerando quanto potenziale ancora inespresso ci sia sul mercato interno, o nell'aggregazione, visto che fin qui è sembrata più l'occasione per scannarci tra di noi, che non per fare gioco di squadra?"

Dopo un videomessaggio dell'europarlamentare **Paolo De Castro**, i lavori hanno preso le mosse dalle cifre relative a produzioni e giacenze nella UE. I dati, presentati da **Laura Stocchi** (CSO Italy) hanno fotografato la situazione quale era emersa dalle stime previsionali di Prognosfruit 2019, integrandola con l'aggiornamento sulla situazione italiana. Infatti, da una prima previsione che indicava un calo produttivo italiano del 30%, si è passati, nel corso dei mesi, a concretizzare l'ammanto in un ben più drastico -50%.



Ciò ha completamente cambiato le carte in tavola per la pericoltura europea, come si può chiaramente evincere dal grafico sottostante: la quota dell'Italia all'interno della UE è precipitata al 19%, da uno storico livello che era sempre stato superiore al 30%.



[Clicca qui per un ingrandimento della tabella](https://agfstorage.blob.core.windows.net/misc/FP_it/2019/12/01/SLIDE_CS0_gr.PNG)

(https://agfstorage.blob.core.windows.net/misc/FP_it/2019/12/01/SLIDE_CS0_gr.PNG).

Il vero problema, attualmente, è che le scorte di frutta nei magazzini italiani sono, alla data del primo novembre 2019, praticamente agli stessi livelli cui si giungerebbe, in un'annata produttiva normale, solo nel mese di febbraio (!). Nel corso della prima tavola rotonda, nella quale i massimi esponenti europei del settore hanno avuto modo di fornire ulteriori informazioni, il direttore generale di Opera, **Luca Granata**, ha infatti sottolineato come la sfida sia garantire continuità di approvvigionamento per i clienti, il più a lungo possibile. Ha inoltre ribadito che nessun prezzo di vendita, per quanto possa essere rivisto al rialzo, sarà in grado di compensare una perdita produttiva di tale entità.



Luca Granata

Non che poi le quotazioni siano stratosferiche, al momento. Gli esponenti della frutticoltura belga (nella figura di **Marc Evrard** dell'organizzazione BFV) e di quella olandese (**Wim Rodenburg** della GroentenFruit Huis) hanno infatti sottolineato come le pere non abbiano incontrato una domanda particolarmente vivace, fin qui, complice la presenza di altra frutta stagionale concorrente e viste le forti pressioni promozionali operate soprattutto da alcune catene tedesche.



Wim Rodenburg

Per quanto riguarda il Belgio, il raccolto di pere per l'attuale campagna si è configurato come il quinto più abbondante di sempre. La merce, insomma, non manca. Anzi, come sottolineato da Evrard nel rispondere, a conclusione dei lavori, a una domanda posta da un produttore italiano circa l'effettivo tradursi delle aggregazioni in un ritorno maggiore per la parte agricola, è emerso come l'offerta attualmente disponibile sul mercato sia già eccedente rispetto alla domanda.



Marc Evrard

In Belgio, infatti, a parità di superfici coltivate, solo riducendo la produzione di un cospicuo 30%, e concentrandosi esclusivamente sul segmento di alta qualità, si potrebbe ragionevolmente pensare di spuntare prezzi superiori anche di 25 eurocent/kg per remunerare il coltivatore e consentire, dunque, la sostenibilità economica delle imprese. Purtroppo così non è: le superfici e la resa per ettaro sembrano solo aumentare, in un contesto in cui anche i nuovi mercati, come la Cina, non sono ancora in grado di assorbire volumi tali da compensare la perdita (fin dal 2014, causa embargo) del mercato russo.



Come raccolto poi da FreshPlaza a margine della conferenza dalla consulente Anna Wiernicka (*in foto*), i fornitori europei di pere non devono sottovalutare il caso della Polonia, che per l'annata in corso ha mantenuto il livello quantitativo e qualitativo della produzione, con una raccolta di pere Conference in grado di coprire abbondantemente il mancato fabbisogno del mercato italiano (in Italia, nel 2019, la produzione di Conference è stata di 24.500 ton, il 58% in meno rispetto l'anno 2018, mentre in Polonia è stata di 42.000 ton). Le Conference sono la principale varietà in Polonia. L'alto livello qualitativo è dovuto alla posizione geografica del Paese, ed è favorito da: clima, assenza della cimice asiatica e metodo di coltivazione ad alta qualità (produzione integrata).

Anna Wiernicka, che rappresenta la produzione polacca di pomacee per l'Italia, ha commentato: "Durante il convegno sono stati citati alcuni prezzi delle pere sul mercato europeo, rispetto ai quali le quotazioni polacche risultano molto più competitive, anche incluso il costo di trasporto in tutta Italia!".

Insomma, le soluzioni cui guardare non stanno certamente in un aumento dei volumi. Alcuni spunti sono arrivati dal caso francese, presentato da **Vincent Guerin**, responsabile per gli affari economici della ANPP, l'associazione nazionale francese per le mele e pere. In questo Paese, il consumatore domestico è sempre più orientato al prodotto locale; sebbene la Francia non sia autosufficiente, in termini produttivi, per assolvere a tutta la domanda, le catene di supermercati tendono a favorire la pera nazionale, che dunque ottiene prezzi remunerativi sul suo stesso mercato interno. Inoltre, anche se attualmente i volumi francesi derivanti da varietà club (cioè pere brevettate, con caratteristiche distintive e dunque in grado di generare utili per l'intera filiera) sono circa il 10% del totale, nel 2019 i nuovi frutteti sono stati per la maggior parte (60%) destinati proprio alla produzione di queste varietà, segno di una forte qualificazione del settore.



Vincent Guerin

Per quanto riguarda la "geografia" della pericoltura francese, la prima regione produttrice è la Provenza, dove le varietà più rappresentate sono le estive Guyot e William. Produzioni importanti vi sono lungo la Valle del Rodano, in Savoia, Loira e poi nel nord della Francia. William e Guyot rappresentano il 45% della produzione totale, Conference e Decana il 30%

Nel caso della Spagna, invece, presentato da **Joan Serentill Rubio** (presidente per il settore pomacee della federazione Fepex e di Afrucat, principale associazione frutticola spagnola), paradossalmente la pera tipica nazionale - la Blanquilla - è quella che mostra la crisi più netta, con una drastica diminuzione (-28%) nelle superfici e nei volumi raccolti. Inoltre, il successo di altre referenze frutticole, come la frutta estiva, ha generato una carenza di spazio di magazzino per le pere. In questo paese, l'80% dei pereti si trova nel nord della Spagna e la metà è costituita dalla varietà Conference.



Serentill Rubio

Comprendere il consumatore

Quali sono, dunque, i fattori che vanno tenuti in considerazione per dare un futuro economicamente sostenibile all'industria della pera?

Per quanto riguarda il mercato italiano, uno degli elementi cruciali è analizzare come il prodotto pera venga percepito dal consumatore. A questo interrogativo, dopo una breve introduzione di **Elisa Macchi** (direttore CSO Italy), ha cercato di dare risposta il prof. **Stefano Massaglia**, docente all'Università di Torino, esponendo i risultati di una ricerca svolta in collaborazione con il CSO.



Elisa Macchi: "Oggi sappiamo chi acquista pere in Italia, dove e quante ne acquista. Quello che ci manca nell'analisi è capire su quali leve agire per stimolare i consumi. La ricerca che abbiamo avviato riguarda un campione limitato ed è ancora in fase di sviluppo, ma crediamo di avere già individuato alcuni elementi di rilievo".

"Solo l'8% del campione intervistato non consuma mai le pere – ha esordito il docente – Tuttavia un 30% le consuma raramente (cioè meno di 1 volta all'anno), a riprova di come la pera non sia poi un frutto granché conosciuto e d'uso quotidiano. Solo il 7% le consuma spesso e un 16% regolarmente (1 volta a settimana). Vi sono margini di miglioramento quindi, anche alla luce del fatto che i consumatori sono per lo più appartenenti alla fascia d'età degli over 45".



Prof. Massaglia

Al momento dell'acquisto, vige una qualche incertezza: solo il 27% degli intervistati individua un marchio di riconoscimento, ma in realtà si fa molta confusione fra marchio, Igp e singola varietà. Le pere tuttavia, almeno tra chi le consuma, piacciono perché sono percepite come un prodotto gustoso, di stagione e italiano. Un 30% del campione, tuttavia, ignora che l'Italia sia il principale paese produttore di pere in Europa.

Circa il prezzo, questo non pare essere un grosso ostacolo all'acquisto. Ad esempio, fra gli acquirenti occasionali, solo il 4% afferma di acquistare poche pere per via del prezzo. Semmai, i motivi per cui non si consumano pere sono risultati, dall'analisi del campione: la preferenza per altra frutta; il fatto di non trovare le pere mature al punto giusto (20% degli intervistati); e la poca praticità nel mangiarle (10%).



"Il calibro preferito è quello medio e il 40% le consuma solo sbucciate. E' un frutto casalingo, nel senso che fuori casa le mangia solo il 25% degli intervistati. Per cui il canale Horeca dovrebbe essere preso in considerazione di più per aumentare le vendite", ha aggiunto Massaglia. "Fuori casa, i consumatori non trovano la pera come frutto snack, ma le mangerebbero se fosse messa a disposizione in maniera comoda e veloce".

Comprendere il prodotto

E se ci fossero anche molte cose che ancora non sappiamo sulle virtù nutrizionali delle pere? Un'altra ricerca, a cura della prof.ssa **Maria Gabriella Marchetti** dell'Università degli Studi di Ferrara e sostenuta dall'OI Pera, ha indagato gli aspetti salutistici del prodotto, che può essere categorizzato quale cibo funzionale.



Prof.ssa Marchetti

La ricerca sull'interazione tra alimenti e Dna umano sta aprendo spazi inesplorati circa la valenza del cibo nel consentire al nostro codice genetico di esprimere alcune delle sue funzioni. Nel contrasto agli effetti deleteri, per il nostro organismo, dei radicali liberi, alcune sostanze anti-ossidanti, come i polifenoli, svolgono un ruolo essenziale. Quanto emerso dalla ricerca, tuttavia, mostra come la bioaccessibilità di una sostanza antiossidante sia ben più importante della percentuale in cui la stessa è presente in un dato alimento. Cioè solo se il nostro organismo è in grado di metabolizzare quella sostanza, essa può svolgere il suo ruolo benefico su di noi.

Nell'analisi dei polifenoli contenuti in una pera Abate, quel che è stato preso in considerazione dai ricercatori è stato dunque l'assorbimento degli stessi da parte dell'epitelio intestinale. Ne sono emerse interessanti risultanze, come ad esempio che il grado di assorbimento varia al variare del momento del giorno in cui mangiamo una pera (ciclo circadiano del cortisolo). Al mattino, per esempio, l'epitelio intestinale tende ad assorbire di più alcuni polifenoli (in tal caso, consumare una pera a colazione svolge una funzione neuroprotettiva), mentre alla sera ne assorbe altri (mangiata di sera, la pera migliora il metabolismo dei grassi).

Il giorno in cui tali ricerche potranno tradursi in veri e propri "claim salutistici" rivolti direttamente al consumatore, cioè in etichette che illustrino i benefici specifici di un frutto (addirittura variabili a seconda dei diversi momenti della giornata!), tutto il settore non potrebbe che trarne giovamento (ed è qualcosa che noi di FreshPlaza sosteniamo già da anni - **cfr. precedente articolo del 2013**

(<https://www.freshplaza.it/article/4056653/claim-salutistici-su-frutta-e-verdura-l-ue-deve-cambiare-rotta-al-piu-presto/>) / **leggi anche aggiornamento di gennaio 2016**

(<https://www.freshplaza.it/article/4079662/efsa-piu-user-friendly-sugli-health-claims-una-nuova-opportunita-anche-per-l-ortofrutta/>)



Rossella Gigli ha moderato i lavori

I nuovi mercati

Un ampio capitolo del convegno è stato dedicato alla presenza della pera italiana sui mercati extra-UE e al dossier relativo ai negoziati (in fase già avanzata) per l'ingresso delle nostre pere in Cina. **Per questa parte, rimandiamo all'articolo di approfondimento correlato (cliccare qui per accedere)**

(<https://www.freshplaza.it/article/9168796/pero-il-mercato-cinese-si-avvicina/>).

Testimonianze conclusive dall'Italia

Nella seconda tavola rotonda, che ha concluso i lavori, si è andati ad approfondire qualche argomento non toccato precedentemente.



Sopra: il secondo tavolo dei relatori. Da sinistra a destra: Mazzoni, Bastoni, Lenzarini, Salvi, Marchetti, Massaglia, Gigli.

Ilenio Bastoni, direttore di Apofruit, ha sottolineato come il segmento delle pere bio sia molto remunerativo sia nel fresco, sia nell'industria.



Bastoni e Lenzarini

Marco Salvi, presidente Fruitimprese, ha posto l'accento sulla debolezza del sistema italiano che continua a perdere quote di export e il 2019 sarà, forse, l'anno in cui le importazioni pareggeranno o supereranno le esportazioni di

ortofrutta. Fondamentale è il ruolo che le imprese hanno nel suggerire e supportare le scelte politiche, ad esempio nell'apertura dei dossier verso i nuovi mercati.



Piergiorgio Lenzarini, presidente del Consorzio Pera dell'Emilia Romagna Igp ha posto l'accento sul ruolo fondamentale dei marchi e della distintività delle produzioni. La Gdo è molto diversificata in questo, nel senso che alcune catene sono sensibili e valorizzano l'IGP, altre lo ignorano preferendo i propri brand.



Luigi Mazzone (*in foto qui sotto*), AD dell'omonimo gruppo che ha sede a Ferrara, ha rimarcato la vulnerabilità del settore, che nel 2019 ha toccato il minimo produttivo a causa delle calamità.



Secondo Mazzone, la situazione richiede una riflessione; negli ultimi anni, si è stati un po' al limite della capacità produttiva. Ampliare la platea dei paesi dove esportare è importante, ma non sufficiente. Allo stesso modo, però, il manager ha mostrato fiducia per il futuro, grazie alle "doti" del prodotto italiano, che ad esso vengono riconosciute sui mercati.

Data di pubblicazione: lun 2 dic 2019

© [FreshPlaza.it](https://www.freshplaza.it) / [Contact](#)



(<https://bnr.FreshPlaza.it/index.html?id=37864&url=https%3A%2F%2Fwww.unisorting.com%2Fprodotti%2Fmele-calibratrici-macchine-selezione-confezionamento-lavorazione%2F>)

