



Agricoltura Oggi

LA LEGGE
DI BILANCIO
2019

in edicola con



IL PRIMO GIORNALE DEGLI IMPRENDITORI, DEGLI OPERATORI E DEI PROFESSIONISTI DELLA TERRA E DELL'AGROINDUSTRIA

Massimo Reale di Euler Hermes (gruppo Allianz) analizza il mercato per ItaliaOggi Ortofrutta italiana alle strette I profitti valgono l'1,5% dei ricavi. Pesa la contraffazione

DI ANDREA SETTEFONTI

Anno negativo per l'export dell'ortofrutta italiana leggermente controbilanciato da una piccola ripresa dei consumi interni. E quanto emerge dall'elaborazione dei dati Istat da parte di **Euler Hermes Italia** società del gruppo **Allianz**, analisi anticipata in esclusiva a **ItaliaOggi** dal direttore commerciale **Massimo Reale**.

Domanda. Che momento vive il settore ortofruttilico?

Risposta. I prodotti ortofruttili sono una fonte di reddito cospicua per l'agricoltura, contribuiscono per il 23% all'intera Produzione Lorda Vendibile (Plv) agricola. Nel 2017 l'Italia è stato il primo utilizzatore dei fondi Ocm con oltre 233 milioni di euro di aiuti comunitari erogati. Ma veniamo da un anno negativo e le prospettive non sono rosee.

D. Perché il 2018 è stato un anno negativo?

R. I dati Istat dicono che le esportazioni sono calate del 4% e una recente stima di **Coldiretti** parla di un calo addirittura del 12%. Si paga il fatto che l'export è concentrato sui Paesi europei, Germania e Spagna in particolare. L'embargo russo è stato un colpo micidiale anche perché ha dirottato produzioni estere all'interno dei nostri confini: Olanda e Belgio per le pere, Grecia con i kiwi, la Polonia con le mele.

D. Tuttavia sale il mercato italiano.

R. Sì, c'è una ripresa della domanda interna di prodotti freschi. Sono state effettuate vendite per 9 miliardi di chili di frutta e verdura, +3% sul 2017.

Nel 2019 più insolvenze. E qualche default

DI LUIGI CHIARELLO

Nel 2018 sono aumentati del 10% i mancati pagamenti di forniture ortofruttili sui mercati internazionali; ma, a conti fatti, i minori incassi in valore sono stati solo dell'1%. È sceso, invece, l'importo medio del mancato pagamento accusato dalle aziende, passato da 28.025 a 25.860 euro.

*Al contrario, in costante aumento si sono rivelati i mancati pagamenti fra i commercianti di frutta e ortaggi, specie per quanto riguarda il mercato domestico, che ha visto un incremento del 3% del numero di insolvenze, pari, però, al 23% in termini di importo globale. Anche l'importo medio del mancato pagamento, in questo segmento della filiera, è cresciuto del 20%, passando da 24.450 a 29.290 euro. A tastare il polso al comparto ortofruttilico è l'analisi di **Euler Hermes**, condotta su un campione di oltre 3.000 aziende e sui loro bilanci 2017. Per il 2019, invece, la società leader nell'assicurazione creditizia, specializzata in cauzioni,*

garanzie e recupero crediti, pur considerando il comparto ortofruttilico più resiliente rispetto ad altri nei vari cicli economici, stima una flessione a causa della minore crescita dei mercati europei, principali canali di sbocco dell'export made in Italy. Di più. Euler Hermes si attende anche un incremento delle insolvenze aziendali, che dice essere «destinate ad aumentare per il terzo anno consecutivo (+6% rispetto all'anno precedente) a livello globale». Secondo gli analisti del gruppo Allianz, il rallentamento dello slancio economico si accompagnerà all'inasprimento globale delle condizioni di finanziamento. E questo «provocherà una risalita delle insolvenze nella maggior parte dei paesi». In particolare, in Europa occidentale, principale mercato dell'ortofrutta italiana, «la crescita economica scenderà al di sotto della soglia storica in cui si stabilizza il numero di insolvenze (+1,7%)», e questo genererà «un aumento dei default aziendali nella maggior parte dei paesi, in particolare in Francia, Italia, Spagna (+2%) e Regno Unito (+9%)».

D. L'aumento dei consumi interni lascia ben sperare per il 2019?

R. In realtà c'è qualche preoccupazione sulla stabilità della domanda italiana per il calo del potere di acquisto delle famiglie. Il quadro economico sta peggiorando.

D. Torniamo all'export, perché non siamo competitivi?

R. Paghiamo due fattori. Uno, dato dalla dimensione delle aziende italiane, ancora legate alla piccola media impresa. È difficile andare geograficamente lontano se si è piccoli, si rimane legati ad un export di prossimità. L'altro è la contraffazione. Sui mercati si trovano prodotti di minor qualità rispetto a quella italiana, contraffatti ad arte. Questo influisce, ovviamente, sul prezzo.

D. Anche l'ortofrutta paga l'italian sounding?

R. Si tratta della presenza di prodotti provenienti da Paesi extracomunitari, con controlli di qualità più bassi, che invadono il mercato e competono con quelli italiani.

D. Qual è l'aspetto più preoccupante del settore?

R. Indubbiamente la marginalità delle nostre aziende

che continua a essere in calo. Nel 2018 i profitti netti sono attorno all'1,5%, un elemento preoccupante per l'intera filiera. La redditività è molto bassa nonostante il buon giro di contante

D. Questo avrà effetti sull'andamento del settore nel 2019?

R. Sarà ancor più preoccupante perché le aziende saranno costrette ad abbassare i prezzi per il calo della domanda interna. E questo potrebbe portare alcune aziende ad uscire dal mercato

D. Si avranno ripercussioni su tutta la filiera?

R. Ci potrebbe essere un problema legato alla distribuzione, con le grandi aziende costrette ad avvicinare il mercato dei consumatori. La distribuzione organizzata, principale sbocco per i prodotti ortofruttili, dovrà rivedere le proprie politiche sia verso gli agricoltori, sia verso i consumatori. Dovrà accorciare i passaggi e gli operatori che fanno stoccaggio, rivendita, distribuzione all'ingrosso potrebbero soffrirne.

Italia regina al Fruit Logistica di Berlino

*Digitalizzazione e innovazioni, cambio climatico e Brexit. Sono i fili conduttori dell'edizione 2019 di **Fruit Logistica**, la più grande vetrina mondiale per il commercio ortofruttilico, che apre oggi i battenti alla fiera di Berlino, e prosegue fino a venerdì 8 febbraio. Sulla scia di questi temi, inaugura quest'anno lo start-up day (8 febbraio), che si svolgerà nel padiglione numero nove per la prima volta interamente dedicato alle aziende altamente innovative del comparto e alle novità che stanno per prendere il volo sul mercato. Un punto di incontro tra ricerca e mercato. Inedito anche il percorso Bio che evidenzia tutte gli espositori specializzati nelle produzioni certificate*

Grande novità di quest'anno è l'Italian Fruit Village (Il villaggio della frutta italiana, ndr), l'aggregazione espositiva ideata dal **Consorzio Edamus** che raccoglie, in 800 mq, oltre venti aziende ortofruttili, Consorzi di Tutela di prodotto Igp e Dop e Organizzazioni di Produttori, provenienti da Campania, Calabria, Puglia, Basilicata, Molise, Sicilia ed Emilia Romagna. Il debutto dell'Italian Fruit Village, segnerà l'inizio di un tour che proseguirà poi con tappe a Milano, al **Fruit Innovation**, nell'ambito di Tuttofood



e a Madrid in occasione del **Fruit Attraction**. Con oltre 78 mila visitatori provenienti da più di 130 paesi, oltre 3.200 espositori fra i quali l'Italia è il paese più rappresentato, e una superficie espositiva di oltre 130 mila mq, la piattaforma Berlese si conferma leader incontrastata in Europa, nel sistema fieristico dedicato al settore ortofruttilico.

Supplemento a cura
di **LUIGI CHIARELLO**
agricolturaoggi@class.it



Massimo
Reale