



PANDEMONIO

LUCA MARTINELLI

■ La ristorazione italiana - 300mila imprese con circa 1,5 milioni di lavoratori e un valore aggiunto di 90 miliardi di euro - perderà 8 miliardi di euro per l'impatto dell'epidemia Covid-19 sull'economia.

La stima è del Centro studi della Federazione Italiana Pubblici Esercizi (FIPE), secondo cui nel primo trimestre del 2020, anche per gli effetti delle ultime misure che hanno imposto la chiusura totale delle attività di ristorazione, il settore perderà oltre 10 miliardi di euro, a cui si aggiungerà un'ulteriore perdita nel secondo trimestre. Un lieve recupero, che ad oggi non è affatto scontato, potrebbe arrivare nel secondo semestre dell'anno, che chiuderà comunque con un bilancio pesante, una perdita pari a circa il 10% del fatturato.

LA CRISI DELLA RISTORAZIONE (blocco totale delle attività, possibile solo la consegna a domicilio, utilizzando i fattorini dei delivery) ha conseguenze negative sul comparto agricolo e agroalimentare, che ne è il principale fornitore di materie prime - verdure, ortaggi, olio, vino, cereali, legumi, ma anche carne, uova, pesce -. Le conseguenze sono misurabili su due livelli: il mancato pagamento delle fatture emesse per ordini già consegnati, a causa della mancanza di liquidità, e il blocco di nuovi ordini, perché mancano almeno due settimane alla possibile riapertura dei locali.

UNA PARALISI DEL MERCATO nazionale, un circolo vizioso che le principali organizzazioni di categoria segnalano da alcuni giorni: campagne come #Mangialtaliano (Coldiretti), «Io resto in campagna per voi» (Cia - Agricoltori italiani) o l'appello lanciato dal ministro degli Esteri Luigi Di Maio, che su Facebook ha scritto «ognuno di noi può iniziare con un piccolo gesto: comprare e mangiare prodotti Made in Italy».

Le antenne delle organizzazioni degli agricoltori evidenziano i settori più a rischio: Cia-Agricoltori Italiani ha spiegato come i caseifici abbiano iniziato «a rallentare le lavorazio-

La filiera alimentare spolpata dalla crisi, allarme agricoltura

Dalla chiusura di bar e ristoranti fino al blocco delle frontiere. I danni sono già ingenti

ni e a chiedere agli allevatori di diminuire la produzione, a causa soprattutto della chiusura delle mense e dei canali bar e ristorazione», e per questo ha invitato le aziende italiane che trasformano il latte a «disdire i contratti con l'estero e di acquistare dagli allevatori italiani, così come ai cittadini, di comprare

Coldiretti contro il blocco delle merci. Appelli a comprare prodotti e mangiare made in Italy

Agricoltore del Lodigiano foto Ansa



anzitutto latte fresco italiano». **L'ITALIA CHE IMPORTA** materie prime agricole rischia, secondo Coldiretti, un danno economico pari a circa 45 miliardi, quello che potrebbe arrivare da un blocco dell'export agroalimentare Made in Italy a causa degli stop alle frontiere posti da un numero crescente di Paesi euro-

pei, in particolare Austria e Slovenia. Per questo l'organizzazione plaude l'appello dell'Unione Europea a garantire la libera circolazione degli alimenti, con le linee guida presentate dalla Commissione agli Stati membri sulle misure di gestione delle frontiere connesse alla salute nel contesto dell'emergenza

COVID-19. Secondo la Commissione - sottolinea la Coldiretti - «la libera circolazione delle merci è fondamentale» e «ciò è particolarmente cruciale per i beni essenziali come le forniture alimentari e le forniture mediche e protettive». Per questo, spiega «le misure di controllo non dovrebbero causare gravi interruzioni delle catene di approvvigionamento dei servizi essenziali di interesse generale e delle economie nazionali e dell'economia dell'UE nel suo insieme». Quasi i due terzi (63%) delle esportazioni agroalimentari italiane - precisa la Coldiretti - interessano i Paesi dell'Unione Europea, dove la crescita nel 2019 era stata del 3,6% (la Germania è il principale partner, con l'export che raggiunge i 7,2 miliardi nel 2019).

L'ALLARME DI COLDIRETTI evidenzia invece i rischi legati alla sospensione dell'accordo di Schengen, che potrebbe mettere a rischio oltre un terzo (37%) dell'alimentare italiano, quello che varca i confini dell'Unione europea e che vale 16,3 miliardi di euro (nel 2019, in aumento del 13%). Per questo, secondo l'organizzazione la misura non dovrebbe ostacolare in alcun modo la circolazioni delle merci. Il principale cliente del Made in Italy fuori dai confini comunitari, ricorda la Coldiretti, sono gli Stati Uniti, con un valore di 4,7 miliardi nonostante l'applicazione dei dazi. Il prodotto più esportato è il vino, ma vanno forti anche formaggi, salumi, olio di oliva e ortofrutta: la tenuta delle esportazioni dipende ovviamente anche dalla diffusione della pandemia nel mondo, e dalle risposte che i governi prenderanno per fronteggiare l'emergenza e limitare il numero dei contagi. Non ha senso chiedere certificazioni sanitarie «virus free» su merci alimentari provenienti dall'Italia, ma forse è opportuno chiedere in che misura i mercati esteri potrebbero ridurre l'acquisto di vino italiano, un comparto su cui pesa anche la inevitabile esigenza di posticipare il Vinitaly, che si sarebbe dovuto tenere come sempre ad aprile e al momento è rimandato al prossimo 14-17 giugno.

I MERCATI DELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

La vendita del cibo a «chilometro zero» non si ferma. Nel rispetto della sicurezza

LU. MAR.

■ Ieri il «MercoledìBio» di Lucca, il mercato dei contadini biologici di piazza San Francesco è confermato: nonostante il coronavirus, l'emergenza che ha addirittura portato il Comune a chiudere la passeggiata delle Mure cittadine ai pedoni, i produttori agricoli locali sono in piazza: «Troverete i banchi più distanziati gli uni dagli altri (ma vicini col cuore), l'area sarà delimitata, e sarà permesso avvicinarsi ai banchi mantenendo una distanza minima di 2 metri dai prodotti.

Le varie reti e piattaforme di contadini biologici si riorganizzano

Noi contadini avremo tutti guanti e mascherine protettive, e ci saranno due operatori ad hoc che ci aiuteranno nel flusso in entrata e uscita delle persone. Abbiamo pensato a tutto per difendere la Piazza ed il mercato contadino in nome dell'agricoltura locale e di chi l'ha sempre sostenuta» hanno scritto ieri sulla pagina Facebook del mercato, un'iniziativa promossa dalla Cia-Agricoltori italiani Toscana Nord.

Durante l'emergenza la piccola distribuzione organizzata offre un'alternativa sicura alla grande distribuzione organizzata. La logistica solida e sociale permette anche ai cittadini di evitare le lunghe code all'ingresso dei supermercati, garantendo ai produttori - attraverso la vendita e il pagamento diretto dell'ordine - anche la liquidità necessaria per far fronte al-

le spese in un periodo di grandi incertezze che coincide con l'inizio dei lavori in vista della stagione agricola. Oltre alla vendita diretta in azienda ed ai mercati settimanali, c'è anche l'alternativa di servizi per la consegna a domicilio, come quello promosso da Coldiretti, che ha trasformato, dove possibile, i Mercati di Campagna Amica (sul sito www.campagnaamica.it potete visualizzare tutte le città dov'è attivo il servizio).

La rete CampiAperti, a Bologna, ha scelto di riorganizzarsi: se i mercati contadini sono nel dna di quest'associazione di produttori e cittadini che sostiene l'agricoltura biologica contadina, oggi il sito www.campiaperti.it permette di ordinare (entro il martedì) frutta e verdura per avere la consegna il giovedì pomeriggio. Sempre nel capoluogo emiliano, i cittadini

potranno andare sabato mattina (21 marzo) ad acquistare verdure, ortaggi e trasformati (pasta, farine e chicchi di farro, orzo, miglio e lino) presso la sede di Arvaia (arvaia.it): anche in questo la «vendita diretta straordinaria» rispetterà le disposizioni del Dcpm 11 marzo 2020 e le successive comunicazioni intercorse tra Arvaia e le forze dell'ordine locali.

Ci sono poi le piattaforme. Come Local To You (localtuyou.it), solo produttori biologici locali, attiva in Emilia e in Romagna) o la rete dell'«Alveare che dice sì» (alveareche dice si.it), che continua a garantire in tutta Italia il proprio servizio di consegna di prodotti agricoli a raggio di produzione ridotto. Gli Alveari oggi attraggono 145mila famiglie - tanti sono i membri iscritti alla rete -, coinvolgendo oltre duemila produttori.

«In una situazione come quella di oggi avere una piattaforma agile e organizzata, insieme a una rete fitta di gestori d'Alveare e soprattutto di piccoli produttori agricoli si sta rivelando strategico» spiega al manifesto Simona Cannataro, responsabile della comunicazione per l'Alveare in Italia. «Riceviamo ogni giorno centinaia di richieste da persone che hanno voglia e bisogno di continuare a ricevere una spesa di qualità e che non si rassegnano ad intasare i supermercati per comprare cose qualsiasi a qualunque costo. Stiamo lavorando molto, e ad oggi 148 Alveari in Italia su 181 rimangono aperti; quello che mantengono un ritiro "classico" della spesa distribuiscono in condizioni di sicurezza, contingentando gli ingressi e seguendo le regole igieniche che ormai tutti conosciamo

bene, e molti altri (una quarantina ad oggi, ma il numero è in aumento) hanno attivato la consegna a domicilio. È un work in progress, tanti altri gruppi si riattiveranno nelle prossime settimane, non appena avremo modo di organizzarci - continua Cannataro -. La tecnologia in questo momento è uno strumento cruciale per continuare a sentirci comunità e garantire alla nostra rete di produttori di continuare a lavorare: questo per noi è l'obiettivo del momento, insieme a quello di non lasciare nessuno indietro».

Oltre alla vendita diretta c'è anche l'alternativa della consegna a domicilio