

IL PUNTO DI VISTA

IV gamma in difficoltà, ma si può rilanciare

Le Organizzazioni di produttori (Op) che rappresentano i capofila della filiera produttiva della IV gamma si sono trovate ad affrontare una situazione piuttosto complessa, mai vista precedentemente: da una parte la costante crescita dei costi delle materie prime vegetali e non, dall'altra l'impossibilità di scaricare, se non parzialmente, i costi presso la propria clientela, rappresentata principalmente dalla grande distribuzione e dalla Gdo.

Nel 2022 l'aumento dei costi per sementi, fitofarmaci/trattamenti, energia, gasolio agricolo, nylon per copertura serre e imballaggi di plastica, è stato in media del 32% (dato Ismea), cioè ben oltre il tasso medio generale inflattivo che, nei momenti più critici, è arrivato al 9-10%. Nel 2022 le vendite hanno raggiunto un valore del fatturato pari a 982 milioni di euro con un incremento, rispetto all'anno precedente, pari al 5,1% a valore e al 5,4% a volume.

Quindi, anche per il 2022, l'aumento dei prezzi di vendita non è riuscito a invertire il peso tra il parametro del valore e quello del volume, fenomeno invece che si è verificato in altri settori.

Aggiungo altri due fattori penalizzanti: il primo riguarda l'enorme difficoltà a reperire manodopera, addirittura a mantenere la propria forza lavoro perché, almeno temporaneamente, vi sono opportunità più remunerative in altri settori; l'altro riguarda l'aspetto climatico che, con le sempre più frequenti avversità atmosferiche (siccità, alluvioni, ecc.), di fatto non garantisce il rispetto dei programmi di produzione in campagna. Con questo scenario è facile prevedere una enorme difficoltà a assicurare la giusta remunerazione della filiera agricola e tale prospettiva, già in questo primo semestre 2023, ha generato una diminuzione delle aziende agricole produttrici, con il forte rischio che per il prossimo futuro parecchie altre abbandonino il settore.

Per dare il polso della situazione, nella filiera di IV gamma il 31% delle imprese agricole non è in grado di valutare



Felice Poli

le prospettive della propria azienda nei prossimi 2-3 anni (dati Coldiretti). Significa che una azienda agricola su tre non sa se sarà presente ancora sul mercato fra 2-3 anni: un dato drammatico, che deve far riflettere.

COSA FARE PER AIUTARE IL SETTORE

È necessario quindi creare un tavolo di concertazione che raccolga tutti gli attori della filiera e che sia in grado di fornire soluzioni strategiche e non palliative. I dati che la grande distribuzione e la Gdo espongono, relativamente all'aumento dei prezzi che hanno dovuto subire dalla filiera agricola nel 2022, sono «inquinati» dai prodotti di I gamma, cioè frutta e verdura tal quale. Tali prodotti, anche perché legati a logiche di approvvigionamento presso i mercati generali, hanno ottenuto maggior riconoscimento in termini remunerativi. Di fatto l'aumento dei prezzi dei prodotti di IV gamma in distribuzione è stato estremamente limitato e comunque non sufficiente per favorire una situazione di stabilità nella filiera.

L'approvvigionamento dei prodotti di IV gamma è infatti regolato da contratti annuali con prezzo chiuso e non è consentita alcuna variabile a posteriori.

Un altro elemento molto importante di concertazione tra tutti gli attori della filiera, istituzioni incluse, è rappresentato dalla logistica sia in ingresso (reperibilità del prodotto da bacini di produzione sempre più lontani), sia in uscita (fornire prodotto lavato e confezionato oltre i 500-600 km).

L'elemento più incisivo e determinan-

te, da ben esporre e chiarire sia con le istituzioni sia con tutti gli interlocutori della filiera a valle, è che risulta sbagliato trattare i prodotti di IV gamma alla stregua di qualsiasi altra referenza industriale; si parla infatti di un prodotto agricolo che viene adeguatamente valorizzato, e non industrialmente trasformato, da parte di organizzazioni di produttori strutturate e virtuose. Purtroppo, le problematiche di reperimento della materia, oltre alle caratteristiche stesse del prodotto freschissimo, sono palesi indicatori che è quasi impossibile garantire, per tutto l'anno, quantitativi, prezzi e qualità omogenea e uniforme del prodotto: ricordiamo che esso viene raccolto oggi e domani è già in vendita presso i banchi della distribuzione.

Crediamo, poi, che il settore sia tra quelli più ricettivi in termini soprattutto di innovazione: non a caso molte aziende di IV gamma hanno ampliato l'offerta investendo e proponendo prodotti nuovi e innovativi come i prodotti «fresh convenience vegetali», coinvolgendo anche gli attori a monte della filiera. Fino al periodo pre-Covid è stato abbastanza naturale applicare la segmentazione finalizzata all'innovazione: il settore ha sempre avuto una grande sensibilità verso il consumatore studiandone stili di vita, tendenze e occasioni di consumo. In periodo post-Covid ci si è accorti che è un po' più difficile mantenere tale binomio, anche perché questo presumeva, in precedenza, una importante fase di investimento (materiale e umano). Per riportare il settore ai floridi livelli pre-crisi e per tornare a investire in innovazione, è necessario creare i presupposti di collaborazione con una filiera efficiente, garantita dalla giusta remunerazione del prodotto e orientata alle esigenze del consumatore finale. Solo la stretta collaborazione e considerazione tra Op e distribuzione può risultare determinante per la rinascita del settore.

Felice Poli

presidente Op Sole e Rugiada
Bagnolo Mella (Brescia)

L'INFORMATORE AGRARIO

www.informatoreagrario.it



Edizioni L'Informatore Agrario

Tutti i diritti riservati, a norma della Legge sul Diritto d'Autore e le sue successive modificazioni. Ogni utilizzo di quest'opera per usi diversi da quello personale e privato è tassativamente vietato. Edizioni L'Informatore Agrario S.r.l. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.