

# L'INFORMATORE AGRARIO

[www.informatoreagrario.it](http://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.

● LE PRIORITÀ DOPO LA CRISI DELLA SCORSA ESTATE

# Ortofrutta, urge il confronto con la grande distribuzione

La discussione deve condurre a un nuovo modo di gestire le campagne commerciali, che offra più garanzie al settore produttivo e vantaggi al settore distributivo nell'interesse del consumatore

di **Lorenzo Bazzana**

L'estate 2010 sarà ricordata, a causa anche dell'allarme *Escherichia coli*, come una delle campagne più nere per il settore ortofrutticolo italiano.

I presidenti delle organizzazioni professionali agricole hanno presentato al ministro, lo scorso 10 agosto, un documento unitario dal titolo «Interventi urgenti per il settore ortofrutticolo», finalizzato ad aggredire la crisi.

## Le richieste del mondo produttivo

Nel documento sono riportate una serie di attività da intraprendere immediatamente e altre destinate ad avere un respiro più ampio, per cercare di evitare che problematiche come quelle presentatesi quest'estate possano ripetersi anche il prossimo anno.

Il documento affronta la necessità di mettere mano a una vera e propria ristrutturazione del settore, lavorando sia a livello dei regolamenti comunitari sia delle scelte nazionali, al fine di migliorare l'operatività dello strumento op e affrontare il tema della riconversione varietale per una migliore distribuzione del calendario di disponibilità dei prodotti.

Mi soffermo però sul primo punto del documento, interprofessionale e rapporti con la distribuzione organizzata, cercando di chiarire, se possibile, alcuni aspetti, con riferimento alla campagna di pesche e nettarine, ma lo stesso ragionamento potrebbe valere per

le angurie, le pere, l'uva da tavola, ecc.

La mancata sottoscrizione da parte della gdo dell'accordo interprofessionale non è la causa di tutti i problemi e probabilmente neppure la «soluzione», ma nella sostanza ha reso nulla l'unica decisione che quest'estate avrebbe potuto consentire di alleggerire il mercato, mostrando indifferenza agli allarmi del resto della filiera.

Sia chiaro che un accordo di questo tipo è un atto volontario, non esiste la possibilità di costringere qualcuno a firmare qualcosa che non ritiene adeguato, ma non si può neppure pensare che la parte agricola si dia delle regole che valgano solo per il prodotto nazionale, quando poi il prodotto di importazione non sia tenuto al rispetto di quelle stesse regole.



Non si ha neppure la pretesa che l'accordo sia condivisibile al 100%, né si pensa che nelle campagne potessero esserci manifestazioni di giubilo, ma poteva essere l'inizio di un nuovo percorso.

In sostanza tutti i soggetti aderenti all'organismo interprofessionale, agricoli e non, hanno condiviso il testo dell'accordo, tranne i rappresentanti della distribuzione organizzata, che si sono però detti disponibili a sottoscrivere un accordo che riguardasse solo la produzione nazionale, mantenendosi liberi di agire sul fronte del prodotto di importazione.

Inoltre, anche qualora la gdo avesse sottoscritto il documento, ci sarebbe stato il problema dei controlli sul rispetto dello stesso. L'interprofessione francese, per esempio, ha una sua struttura, o abilita agenti convenzionati per svolgere queste verifiche.

## Temi su cui confrontarsi

In ogni caso, al di là dell'accordo specifico, ritengo che ci siano tre fronti di discussione inevitabilmente da aprire con la distribuzione organizzata.

### Tipologie di prodotto sul mercato.

Per prima cosa bisogna discutere se vi sia la possibilità, in casi particolari, come era quello delle pesche e delle nettarine di quest'estate, di decidere, tutti insieme, di non immettere in commercio determinate tipologie di prodotto.

È chiaro che la parte agricola per decidere di non commercializzare il calibro C o la II categoria non ha bisogno della grande distribuzione. È una decisione di parte agricola, con tutte le difficoltà del caso, che, se presa, dipende solo dalla produzione.

Questa decisione però può riguardare la produzione nazionale. Solo se le altre categorie, grossisti, piccolo e grande commercio, mercati, decidono di condividere questa decisione, la si può estendere anche al prodotto di importazione.

Si badi bene, non stiamo parlando di decisioni *erga omnes*, ovvero di

quelle decisioni che, in base alla norma comunitaria, in determinate situazioni di rappresentatività e di precedenti applicazioni, potrebbero essere estese nei confronti di tutti i soggetti, ma semplicemente di regole che chi siede attorno al tavolo interprofessionale decide volontariamente di darsi e di rispettare.

La portata di questi accordi riguarderebbe solo quel prodotto, nel caso pesche e nettarine, e solo in quelle condizioni, perché al mutare delle condizioni del mercato l'accordo può essere rivisto.

L'accordo come detto è volontario e in quanto tale è pieno diritto della gdo decidere o meno di dividerlo. Ma questa è solo una sua scelta, non c'entra nulla la vera o presunta incompatibilità con le norme comunitarie, perché si tratterebbe in ogni caso solo di un accordo tra i soggetti che siedono attorno al tavolo.

Così come alcune catene della gdo decidono di commercializzare solo prodotto con un 30% in meno di residuo di fitofarmaci rispetto al limite previsto dalla legge – o solo in un certo tipo di imballaggio, e solo questo accettano dai loro fornitori – così si potrebbe decidere di non commercializzare il calibro C, o la II categoria, di qualunque provenienza, fornendo al consumatore un prodotto probabilmente migliore.

**Scontistica, sottocosto, ecc.** Il secondo fronte è quello relativo alla regolamentazione di alcune pratiche, quali la scontistica, il sottocosto, i tempi di pagamento, elementi che sono stati messi sotto osservazione più volte anche dalla Commissione e dal Parlamento europeo, senza avere, fino a oggi, trovato una possibile soluzione.

Sono aspetti su cui hanno lavorato molto in Francia, anche a livello legislativo, e che devono trovare un percorso adeguato anche in Italia, perché certe azioni, soprattutto per prodotti deperibili con una campagna di commercializzazione che dura pochi mesi, possono pregiudicare l'andamento del mercato senza che ci sia il tempo per recuperare.

C'è chi guarda al fatturato complessivo del punto vendita, utilizzando alcuni prodotti come esca per il consumatore, c'è chi lavora solo con l'ortofrutta, o solo con pesche e nettarine e se non guadagna con quelle...

**Strategie commerciali condivise.** Il terzo fronte è quello della condivisione di alcune strategie commerciali.

Le pesche, in senso lato, sono un prodotto problematico. Se messe in vendita dure non sporcano, resistono più a lungo sullo scaffale, ma non hanno sapore; se mature, lasciano facilmente succo, sono difficili da mordere, hanno una vita di scaffale (shelf life) brevissima, ecc.

Se la logica della distribuzione organizzata rimarrà quella delle pesche dure, acerbe, o delle primizie a tutti i costi, nel vero senso della parola, sarà necessario che la ricerca ci metta a disposizione varietà gradevoli anche in questa situazione, altrimenti il mercato sarà sempre più difficile.

Perciò, o si risolve questo equivoco rispetto alle caratteristiche del prodotto con buona parte della distribuzione organizzata, oppure potremo avere campagne discrete e campagne disastrose, ma faremo fatica a recuperare il consumatore, a fidelizzarlo al prodotto.

## Etichettatura e prezzi

Anche dal punto di vista del rispetto delle norme di commercializzazione proprio non ci siamo.

Se la distribuzione organizzata rispetta mediamente l'obbligo di etichettatura o di cartellinatura (cosa spesso carente o del tutto assente ad esempio, nei mercati rionali), troppo spesso i prodotti non sono quelli che dichiarano di essere, per origine, calibro, omogeneità di dimensione, grado di maturazione, varietà o provenienza. In vendita quest'estate si è trovato anche del prodotto

aggredito da *Cydia*, o grandinato. Tutto questo soprattutto su prodotto di primo prezzo, quello che viene usato come esca nei confronti del consumatore.

Quanto a prezzi e ricarichi si sono viste situazioni allucinanti per il ricarico praticato. Ci sarà anche il calo dei consumi, una riduzione dei volumi venduti, ma non si può pensare, per mantenere il fatturato inalterato, di caricare tutto sui rimanenti chili di venduto.

Il caso delle pesche piatte è sicuramente significativo. Questo prodotto, con caratteristiche organolettiche di sicura attrattività per sapore, profumo, forse anche per la curiosità dell'aspetto non consueto, rappresenta un'anomalia su cui vale la pena fare una riflessione.

Le quantità sono ancora limitate, le rese inferiori portano il prodotto ad avere dei costi di produzione più elevati, il prodotto, se non viene consumato con la buccia, è ancora più problematico delle pesche e delle nettarine normali, vista la maggiore difficoltà nella pelatura, però quello che colpisce è il fatto che in questa nicchia si sono visti prodotti venduti al dettaglio a cifre notevoli, sfiorando i 4 euro per confezioni da 0,5 kg!

Non sarà, forse, che quando il prodotto è buono, goloso, il consumatore, o almeno una parte dei consumatori, è disponibile a spendere? Non vale la pena provare a rilanciare i frutti maturi nella grande distribuzione?

Qualcuno ci sta provando: frutti di buona pezzatura (da AA in su), presentati al giusto grado di maturazione, quindi molto delicati alla manipolazione, all'interno di confezioni protettive chiuse, in materiale riciclabile, biodegradabile.

Un bel prodotto, presentato bene, che viene massacrato se non viene mantenuta la catena del freddo ma, d'altro canto, cosa si pretende quando ci sono strutture della distribuzione organizzata che consegnano e/o conservano la IV gamma in busta, in piena estate, senza mantenere la catena del freddo?

## Via a un percorso nuovo

Insomma, andare avanti di questo passo credo che non sia proficuo per nessuno, neppure per la grande distribuzione che non riesce a rilanciare i volumi di vendita.

Al di là dei problemi di parte agricola, che sono evidenti e vanno necessariamente risolti, è chiaro che deve esistere una maggiore sinergia tra fornitori e distributori, per ottimizzare le vendite di un prodotto che, se di soddisfazione per il consumatore, può incrementare i volumi di vendita, ma con strategie, qualità e ricarichi adeguati.

Sono necessari, quindi, una maggiore professionalità nel gestire il prodotto e nel definire le strategie, un minore ricorso a ricarichi troppo elevati che uccidono i consumi, frutti più maturi in vendita gestiti con più attenzione, facendo maggiore leva sulla golosità del prodotto.

In altre parole, perché non intraprendere un percorso diverso, nuovo, ma in fondo vecchio, senza gestire le pesche, e l'ortofrutta in generale, come se fossero scatolette qualsiasi?

Ne guadagnerebbero i produttori, i consumatori, ma anche i bilanci dei distributori.

Lorenzo Bazzana

► **Una maggiore sinergia tra fornitori e distributori può ottimizzare le vendite del prodotto**