

consuntivo campagna 2020

Pomodoro per le conserve, raccolto in crescita del 7,6%

Anicav: il mercato sconterà le difficoltà del settore della ristorazione

Enrico Netti

Annata record per il pomodoro destinato all'industria conserviera ma sul comparto pesa il crollo della domanda del canale Horeca. In Italia, secondo le rilevazioni dell'Anicav, Associazione nazionale industriali conserve alimentari vegetali, nel 2020 sono stati prodotti 5,16 milioni di tonnellate di pomodoro destinato alla trasformazione con un +7,6% sull'anno precedente. In leggero aumento anche il terreno destinato alla produzione dell'oro rosso: sono stati messi a coltura 65.634 ettari pari a un +2% sul 2019. L'Italia consolida così la sua leadership nel comparto.

L'anno è stato segnato dalla difficile gestione degli stock di magazzino, praticamente azzerati per i formati destinati alle famiglie che hanno incrementato i consumi. «Diverso il trend del canale Horeca che assorbe circa un terzo della produzione di derivati del pomodoro - spiega Giovanni De Angelis, direttore generale Anicav -. Ha registrato un crollo netto delle vendite legato alla chiusura dei canali di consumo fuoricasa sia in Italia che all'estero con effetti negativi che continueranno anche tenendo conto dell'evoluzione della pandemia e delle normative. Si tratta di una situazione straordinaria, legata al Covid e non può essere in alcun modo considerata strutturale».

La campagna ha visto l'innalzamento degli standard qualitativi di passate, pelati, polpe e pomodorini con un maggiore impiego di pomodoro fresco con il conseguente calo delle rese industriali. «Inoltre il prezzo della materia prima - evidenzia De Angelis - resta il più alto al mondo con un importante incremento, rispetto al 2019, per quella del Centro Sud».

Il comparto si vuole lasciare alle spalle il principio che il pomodoro sia una commodity a basso prezzo per farlo diventare un prodotto premium anche alla luce dell'impegno della filiera in tema di sostenibilità etica ed ambientale. «Quella appena terminata è stata una campagna complicata, in particolare dal punto di vista dell'organizzazione del lavoro e della tutela dei nostri dipendenti - ricorda il dg -. Le nostre aziende sono riuscite a gestire questa non semplice situazione nel migliore dei modi. La nostra filiera garantisce elevati standard qualitativi e di sicurezza e grazie all'impegno di tutti i nostri collaboratori, non si è mai fermata, anche durante il lockdown, perché ritenuta strategica e chiamata a garantire le

forniture di beni essenziali in Italia e all'estero». Un estero che diventa sempre più mercato di sbocco per l'oro rosso. Nel primo semestre 2020 le esportazioni hanno segnato un +5,24% in volume e un +12% a valore a conferma che il prodotto premium riscuote sui mercati esteri il favore dei consumatori.

enrico.netti@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Enrico Netti