

Pomodoro, vendite retail +21% nel primo semestre

LA PRODUZIONE 2020

La nuova campagna al Centro Sud segnata da una resa scarsa

Vera Viola

Pomodoro: è tempo di bilanci e di programmi, mentre ferve la raccolta nei campi e sono al massimo le linee della produzione dei derivati: passata, pelati, pomodorini e sughi pronti. Per il settore, il 2020 è un anno eccezionale.

È noto che nel periodo del lockdown le conserve vegetali hanno goduto di una domanda vivace, quasi isterica, cresciuta persino dell'82%. Ma ora è tempo di rifare i conti su un periodo più lungo. Si verifica così che, sul fronte delle vendite, nel primo semestre 2020, sono cresciuti i consumi interni del 14% in volume e del 21% in valore, (dati IRI Worldwide). L'export poi è cresciuto del 5% in volume e del 12% in valore (elaborazione dell'Anicav, l'associazione nazionale dell'industria delle conserve vegetali, su dati Istat). All'aumento della domanda è quindi corrisposto anche un aumento dei prezzi.

Il trend, molto positivo, è stato come si diceva influenzato dalla crescita della domanda nel settore retail nel periodo del lockdown. Cosicché l'industria è giunta all'inizio della nuova campagna con stock di magazzino dei formati per

la vendita alle famiglie praticamente azzerati.

Al contrario, ha sofferto il canale distributivo dell'Horeca (bar, ristoranti, alberghi) che di solito assorbe circa un terzo della produzione di derivati del pomodoro. Nei mesi di emergenza sanitaria, questo ha avuto un crollo netto legato alla chiusura di tutti i servizi in cui si consuma fuoricasa, sia in Italia che all'estero. Ne hanno risentito molto quelle aziende che sono specializzate e totalmente concentrate nel Food Service con effetti che continuano, seppure in maniera più lieve, ancora oggi.

«Il dato positivo del primo semestre 2020 delle vendite sia in Italia che all'estero – osserva Giovanni De Angelis, direttore di Anicav – è frutto di una situazione straordinaria, non strutturale. Il nostro auspicio è che, superata la situazione emergenziale, si continui a riconoscere il giusto valore al nostro pomodoro "allontanandolo", finalmente, dal concetto di commodity a basso costo».

Con alle spalle un periodo senza dubbio positivo, si arriva alla nuova campagna che sta in qualche modo contraddicendo le aspettative. Si puntava infatti, avendo svuotato i magazzini, ad aumentare sia la resa agricola che quella industriale, ma a quanto pare ciò non è avvenuto.

Sono aumentati in Italia gli ettari messi a coltura (+2% circa rispetto al 2019), ma il risultato finale nazionale dovrebbe attestarsi (secondo

le stime di Anicav mentre la campagna è ancora in corso) poco sopra i 5 milioni di tonnellate di pomodoro trasformato. Più in dettaglio, si registra un lieve incremento delle conserve prodotte al Nord e una riduzione di produzione nel Bacino Centro Sud dove le quantità trasformate saranno inferiori a quanto programmato.

Nel Bacino Centro Sud si registra, infatti, una minore quantità di prodotto fresco destinato alla trasformazione soprattutto nella maggiore delle aree di approvvigionamento: il foggiano. Insomma, una scarsa resa sia agricola che industriale fa sì che sarà disponibile una minore quantità di prodotto trasformato (quello che sarà venduto da ottobre 2020 allo stesso mese del 2021) sia per il mercato italiano che per quello estero.

L'industria inoltre tiene a precisare di aver corrisposto alla parte agricola prezzi cresciuti del 30% rispetto ai listini del 2019.

«Oltre alle minori rese agricole – precisa Antonio Ferraioli, presidente di Anicav e del gruppo La Doria – bisognerà fare i conti con rese industriali molto al di sotto dei nostri standard. Inoltre, essendo giunti ad inizio campagna con stock di magazzino azzerati per quanto riguarda i formati retail di polpa e pelati, sarà molto difficile per tali tipologie di produzioni arrivare alla fine congiuntura». Cioè, fino a quando diventerà disponibile la nuova produzione del 2021.

