

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
---------------	----------------	-------------	---------------	-------------

Rubrica	Distretto Agrumi di Sicilia			
----------------	------------------------------------	--	--	--

45/51	Corriere Ortofrutticolo	01/12/2020	<i>CON IL FREDDO TIRA IL MERCATO MA PER I CALIBRI PIU' GRANDI</i>	2
-------	-------------------------	------------	---	---



Con il freddo tira il mercato ma per i calibri più grandi

Emanuele Zanini

Le prospettive sono solo in parte incoraggianti. La partenza della campagna 2020-21 non è stata ottimale a causa di consumi iniziali non esaltanti. Tuttavia le arance italiane hanno tutte le carte in regola per contraddistinguersi in un'annata da una parte influenzata per forza di cose dal Covid - che tuttavia ha avuto effetti commerciali decisamente positivi nell'ultima parte della scorsa stagione - dall'altra segnata tuttavia da una produzione con frutti in media con calibri più piccoli della norma a causa dell'andamento climatico che ha inciso sulla produzione non solo delle arance ma anche degli altri agrumi. Risulta che oltre il 30% della produzione sia di piccolo calibro, adatta certo al mercato del fresco ma anche alla trasformazione industriale, che è partita con prezzi di acquisto inferiori ai costi di

produzione. Le arance di calibro medio-grande e grande hanno comunque, nelle giornate delle festività natalizie e fine anno, preso il volo in termine di consumi. A delineare le aspettative della stagione sono alcune delle principali realtà del comparto.

ORANFRIZER

In linea generale secondo Oranfrizer, una delle più importanti aziende del settore agrumicolo italiano, l'inizio della stagione non è stato dei migliori a causa del clima, con il caldo di novembre che ha condizionato le produzioni e soprattutto rallentato i consumi. "Tuttavia per la nostra impresa in particolare il discorso è stato diverso", precisa Nello Alba, amministratore dell'impresa catanese. "Abbiamo registrato incrementi di vendite già da novembre, con un prodotto, la Navel, subito di ottima qualità e grandi brix elevati, incrementi confer-

mati a dicembre. I risultati positivi nascono dalla qualità del prodotto, raccolto al momento giusto, a differenza di altre aziende che hanno iniziato la raccolta di Tarocco prima della sua maturazione".

Per l'imprenditore siciliano, con l'arrivo del freddo il mercato è cambiato con un aumento delle richieste sebbene sul territorio i calibri nella media siano più piccoli del dovuto. Con il Tarocco, tuttavia Oranfrizer ai primi di dicembre ha avuto un'impennata degli ordini favorita anche da una qualità notevole. "Ci discostiamo dal panorama generale grazie a un prodotto che non ha avuto problemi di calibro - precisa Alba -. Anzi. E anche a livello di vendite si è avvertita una certa differenza nei prezzi tra pezzature medie e grandi, anche del 30-40% a favore delle seconde. Abbiamo ottenuto un risultato straordinario quando la campagna è partita

Prezzi sotto i costi per le arance da industria. Appello di produttori e OP alla Bellanova

E' prevista entro la fine di gennaio la convocazione di un tavolo, con il coinvolgimento ministeriale, per discutere del prezzo all'industria delle arance dopo che i produttori e le loro OP, in particolare siciliane, hanno lanciato un grido di allarme per il prezzo di acquisto praticato dai trasformatori nella stagione agrumicola corrente. Si parla di 12 centesimi al chilo e attorno a questo prezzo i trasformatori avrebbero fatto cartello. Sono condizioni non accettabili da parte della produzione aggregata, che deve fare i conti con un'annata che presenta per il 30-40% frutti di piccola dimensione che trovano proprio nell'industria la loro più naturale - quasi esclusiva - destinazione.

Dodici centesimi al chilo è un prezzo sotto i costi di produzione e date le caratteristiche della campagna di quest'anno, se le

condizioni dell'industria non dovessero cambiare, il danno globale per l'agrumicoltura nazionale sarebbe enorme. Il puro costo di raccolta e trasporto di un chilo di arance in campagna non è inferiore ai 9 centesimi al chilo. I numerosi agrumicoltori iscritti alle Organizzazioni di Produttori (OP) si stanno chiedendo se valga ancora la pena di restare nell'aggregazione se la remunerazione (nel caso l'OP trattenga zero per i suoi servizi) è di 3 centesimi. E' opinione diffusa nelle OP siciliane che affinché il sistema aggregato possa funzionare il prezzo non dovrebbe mai scendere sotto i 25 centesimi, piuttosto attestarsi sui 30.

Nella precedente campagna l'industria ebbe un atteggiamento completamente diverso (indubbiamente anche perché le quantità disponibili erano decisamente inferiori): in primo luogo non

fece cartello, in secondo luogo perché i prezzi praticati sulle diverse piazze di acquisto oscillarono da un minimo di 18-22 centesimi al chilo fino a un massimo di 26.

Nessuno mette in discussione - affermano alcuni dei grandi produttori siciliani - la libertà di mercato, ma non si può parlare un giorno sì e l'altro pure di equa distribuzione delle risorse lungo la filiera, di sostenibilità economica delle produzioni agricole, se poi il carico dei sacrifici ricade sempre su chi produce e non vengono garantite ai frutticoltori nemmeno le condizioni minime per rientrare dai costi.

Il segnale ai decisori politici e alle autorità ministeriali è partito. Gli agrumicoltori attendono una risposta, in particolare si appellano al ministro Teresa Bellanova affinché intervenga.

veramente, anche grazie alle produzioni in arrivo dai nuovi impianti. Ora, vigilia di Natale, le richieste sono in aumento. L'onda lunga dell'emergenza sanitaria e del lockdown si fa sentire. Il trend è positivo".

Sotto le feste natalizie Oranfrizer è partita con le forniture all'estero: "Anche oltre abbiamo buone richieste - precisa Alba -. La Scandinavia è ripartita alla grande. L'incognita rimane la Brexit. Su questo fronte stiamo alla finestra".

Dalla seconda settimana di gennaio, e in particolare dal 7 al 20 gennaio, riferisce inoltre il marketing manager Salvo Laudani, partiranno delle consistenti attività di promozione in diversi punti vendita. "Ci auguriamo che i consumi possano viaggiare a vele spiegate. Siamo fiduciosi".

Sul recente accordo con il colosso Unifrutti, Oranfrizer precisa che

l'intesa è mirata a sviluppare ulteriormente l'estero, non solo con le arance ma pure con il pomodoro di Pachino. "A livello nazionale - assicura Alba - per noi non cambia nulla. In Italia rimaniamo accostati al nostro primo cliente che è Coop".

Significativi i numeri sviluppati da Oranfrizer nell'ultimo anno, a partire dal giro d'affari. Nel 2019 il gruppo con sede a Scordia (Catania) ha chiuso a 39,7 milioni di fatturato. Al 30 novembre scorso il valore è salito a 46,9 milioni di euro con una stima per fine 2020 di oltre 50 milioni di euro. Per

Nello Alba: "Impennata di ordini per il Tarocco di buona pezzatura. Anche all'estero richieste sostenute. L'incognita è la Brexit"

quanto riguarda i volumi, considerando il periodo gennaio-novembre, nel 2019 sono stati prodotte oltre 35.600 tonnellate di ortofrutta (di cui poco più di 28 mila tons di agrumi e di questi 14.600 tons di arancia rossa), mentre, da inizio 2020 fino al 30 novembre scorso si sono superate le 34.500 tons (poco meno di 26 mila tons di agrumi a novembre, di cui 13.131 tons di arancia rossa). Poco meno di mille tons sono state esportate nel 2019, mentre nei primi undici mesi del 2020 si è arrivati a quasi 868 tons. A livello distributivo la GDO nel 2019 ha pesato per il 73%, mentre nei primi undici mesi del 2020 la quota è salita a oltre l'84%. In calo, inevitabile visto l'emergenza Covid, l'horeca passata dal 3,9% al 2,6%. In diminuzione anche gli altri canali scesi dal 22,6% al 13,1%.

Il Distretto Agrumi di Sicilia punta su DOP e IGP e propone un organismo nazionale di settore

La valorizzazione delle produzioni agrumicole certificate con i marchi a denominazione d'origine sono una delle carte vincenti con cui il settore può emergere. Facciamo il punto con la presidente del Distretto Agrumi di Sicilia Federica Argentati (nella foto).

Presidente Argentati, il Rapporto Ismea-Qualivita 2020 indica nelle DOP e IGP degli agrumi italiani la maggiore crescita: +34% del valore alla produzione (31milioni di euro)...

"E' una conferma della competitività del settore agrumicolo italiano, di cui quello siciliano rappresenta la quota parte maggiore (60% circa): un mosaico di medie e grandi aziende che storicamente e culturalmente manifestano poca propensione all'aggregazione. Un fattore di criticità, per competere all'estero, per il quale da anni ci battiamo cercando di riunire l'intera filiera sotto l'egida del Distretto Agrumi di Sicilia, organismo che include le DOP e le IGP degli agrumi siciliani e proprio quest'anno abbiamo assistito al battesimo dell'IGP Limone dell'Etna. Un plus qualitativo per gli agrumi siciliani nel segmento export (cresciuto dal 6 al 9%, fonte ISMEA), dove arance e limoni DOP, IGP e bio mantengono le posizioni sui mercati internazionali, primo fra tutti quello della Germania, grazie a una precisa strategia: valorizzare le eccellenze. Obiettivo per il quale il Distretto si spende sui fronti istituzionali, imprenditoriali e mediatici".

Promozione delle eccellenze, miglioramento delle tecniche agronomiche, iniziative per un'agrumicoltura etica e sostenibile, marketing territoriale a supporto del



turismo. Il Distretto sostiene la filiera. In che modo?

"Sì, da sempre siamo impegnati a 360° anche con il fattivo contributo di enti terzi (Università, CREA, ARCES) e onlus (come The Coca Cola Foundation) a coinvolgere la filiera con progetti mirati alle imprese di trasformazione (riciclo del pastazzo), ai produttori con il primo censimento sulle risorse idriche (progetto Acqua), agli aspiranti agrumicoltori provenienti da categorie svantaggiate (social farming). Ultimo e ancora in fieri, quello altamente tecnologico della blockchain per una condivisione coerente e puntuale del tracciamento della produzione mentre è imminente un progetto di comunicazione su DOP e IGP promosso dalla Regione Siciliana. Esperienze che hanno accresciuto l'autorevolezza del Distretto come player di valore che raccoglie e dà voce nei tavoli istituzionali all'intero comparto agrumicolo, un valore che oggi sentiamo di poter spendere anche a livello nazionale, all'interno di un organismo di sistema nel quale come Distretto Agrumi siamo pronti a sostenere e difendere le istanze di quell'eccellenza che è l'agrumicoltura italiana".

Quali i prossimi obiettivi?

"La strada è già tracciata. L'impennata di richieste di agrumi

durante il primo lockdown conferma come arance e limoni siano universalmente percepiti come frutti sani e salutarì: un ottimo punto di partenza per proseguire nella valorizzazione delle produzioni di qualità allargando l'orizzonte a temi come biodiversità, sostenibilità ambientale e salute del consumatore. Occorre far crescere i Consorzi di Tutela, supportandoli nelle campagne di comunicazione sia perché i consumatori comprendano il valore della qualità sia perché cresca la base dei produttori certificati. Se è vero che la GDO ha fiutato l'affare degli agrumi DOP, IGP e bio proposti con coinvolgenti campagne di marketing che trovano il consumatore preparato all'acquisto di arance e limoni col bollino di qualità, c'è ancora tanto da lavorare nei mercati ortofrutticoli cittadini. Al MIPAAF rilanciamo l'indifferibilità di redigere il catasto agrumicolo su scala nazionale. Un documento che fotografi la reale situazione del comparto in Italia: ettari agrumetati, cultivar, cloni, nuovi innesti, stima delle produzioni e tipologia. Una carta d'identità degli agrumi italiani propedeutica a migliorarne la competitività, e dunque la commercializzazione, sui mercati nazionali ed esteri ma anche l'approvvigionamento da parte delle industrie di trasformazione".

CONSORZIO DI TUTELA ARANCIA DI RIBERA DOP

Per Giuseppe Pasciuta, presidente del Consorzio di Tutela dell'Arancia di Ribera DOP, almeno fino a metà dicembre, la campagna arance si può definire discreta, influenzata da un problema iniziale di siccità, con piogge arrivate solo nell'ultimo mese dell'anno. Il calendario è stato anticipato di una decina di giorni (si è partiti a inizio novembre con la Navelina, per poi proseguire con Washington Navel e Brasiliano) a causa delle temperature elevate. "Abbiamo dovuto irrigare fino all'inizio di dicembre, una cosa mai successa prima", sottolinea Pasciuta. "La pioggia è arrivata solo il 6 e 7 dicembre, questo ha causato in alcuni areali pezzature più piccole del solito. Gli agrumi quindi sono leggermente più piccoli sebbene i volumi rimangono buoni così come la qualità".

Le previsioni dovrebbero mantenere le quantità più o meno del 2019: 7 mila tons per l'Arancia di Ribera DOP e 20 mila tons per il prodotto a marchio Riberella. "Forse riusciremo anche a superarle grazie all'allargamento della nostra base sociale. Stiamo riscontrando un grande interesse da parte pure di trasformatori e confezionatori. Sono segnali importanti", precisa Pasciuta. Sono 190 i soci del Consorzio di tutela, mentre sono 310 gli iscritti alla fi-

liera dell'Arancia di Ribera DOP, tra cui produttori, confezionatori e trasformatori.

"Con Navelina siamo andati molto bene e soprattutto a dicembre i mercati hanno risposto bene su tutte le tipologie, compreso DOP e Riberella. C'è una certa soddisfazione anche tra i produttori. Qualche problema lo stanno avendo gli operatori con vendita diretta nel Nord Italia e in Europa perché faticano a raggiungere fisicamente le postazioni fisse e i vari magazzini a causa delle restrizioni da Covid. Ottimi riscontri sta avendo invece chi opera in loco appoggiandosi direttamente a catene distributive o mercati all'ingrosso. Viaggia benissimo anche l'e-commerce. Si sta lavorando ma rimangono le incognite legate all'emergenza sanitaria in atto. Speriamo in una riapertura generale in tempi non lunghi".

PARLAPIANO FRUIT

Si sono aperti i battenti della nuova stagione dell'Arancia di Ribera DOP anche per Parlapiano Fruit, leader nella vendita di questo agrume insignito della denominazione d'origine protetta. "La campagna agrumicola 2020/2021 - secondo quanto riferisce il responsabile acquisti Vincenzo Parlapiano - si presenta ottima e, rispetto alla stagione 2019/2020, caratterizzata da una maggiore disponibilità di calibri piccoli. Si registra, inoltre, la pre-

senza di un grado brix più elevato, con i frutti ancora più dolci. Per questa stagione, il responsabile vendite Paolo Parlapiano prevede un incremento della domanda dell'Arancia di Ribera DOP, come risposta alle esigenze di un consumatore sempre più attento alla qualità e alla garanzia di un prodotto certificato". Il principale mercato di riferimento rimane la GDO italiana, "anche se prevediamo per questa campagna agrumicola un aumento della quota export, grazie all'interesse dimostrato da parte di alcuni gruppi distributivi del Nord Europa", precisa aggiunge Paolo Parlapiano: "Stiamo credendo fortemente anche nel biologico, con una linea bio dedicata agli estimatori del prodotto. In continua crescita pure la commercializzazione dell'Arancia vaniglia Paradiso, l'unica arancia di varietà Vaniglia senza semi esistente al mondo, dal gusto delicato e profumato".

L'amministratore unico della società, Biagio Parlapiano, ricorda inoltre che "è in corso di realizzazione e sarà ultimato entro la prossima campagna agrumicola, un progetto di ampliamento dello stabilimento produttivo, che arriverà a 5.500 metri quadri, per soddisfare le esigenze di un trend produttivo in continua crescita". Verranno utilizzate nuove e sofisticate tecnologie per la selezione dei frutti, che non avverrà più manualmente ma attraverso l'utilizzo di un software intelligente, che tramite telecamere riesce ad analizzare e classificare le arance, garantendo un rilevamento accurato dei difetti ed una cernita ottimale, "riuscendo ad incrementare la classificazione delle imperfezioni fino a livelli mai raggiunti nel settore".

Tra le novità della stagione, vi è anche un restyling della brand identity che coinvolgerà l'intera azienda con nuovi e moderni packaging, che esaltano la sicilianità e la tipicità dei prodotti commercializzati.



Giuseppe Pasciuta, presidente del Consorzio di Tutela Arancia di Ribera DOP e Paolo Parlapiano, responsabile vendite della Parlapiano Fruit

F FOCUS PRODOTTO

AGRUMI



Aurelio Pannitteri, presidente di OP Rosaria

OP ROSARIA

Buona la partenza in novembre della campagna commerciale 2020-21 di Arancia Rosaria con la varietà bionda Navelina. I frutti si sono presentati con un grado brix ottimale, colore ottimo, pezzatura media. "Abbiamo qualità e quantità. Grazie anche all'attenta raccolta che stiamo facendo i frutti in consegna sono a un grado di maturazione ottimale per garantire ai clienti e al consumatore un prodotto di qualità", aveva commentato a inizio novembre il presidente dell'OP, Aurelio Pannitteri, quando da pochi giorni Rosaria aveva avviato le forniture alla GDO italiana della precoce Arancia Bionda Rosaria.

OP Rosaria si presenta quest'anno con un'ampia gamma varietale, a partire dal più classico dei suoi prodotti, il Tarocco, che secondo tradizione è stato disponibile subito dopo l'Immacolata, martedì 8 dicembre. Nel corso di questo mese è emerso tuttavia, anche per i produttori aderenti a questa importante OP, assolutamente tra le maggiori in Sicilia, il problema dei frutti di piccola dimensione, in numero particolarmente consistente, e del prezzo offerto dall'industria di trasformazione, a cui questi frutti sono in parte destinati.

L'alternativa alla trasformazione industriale delle arance di piccola dimensione, per la verità proprio Rosaria l'ha trovata quattro anni fa, quando ha dato vita al mar-

chio Baby Rosaria all'insegna del motto: "Nell'arancia piccola c'è il succo buono", a evidenziare il mantenimento delle straordinarie caratteristiche organolettiche di un'arancia rossa anche a fronte di una pezzatura minore - anzi, con polpa e succo dalle caratteristiche superiori - e il suo utilizzo ideale nelle spremute.

Baby Rosaria è partita bene anche quest'anno, nelle insegne che hanno capito e apprezzato il progetto di dare un'identità e di presentare in modo appropriato al mercato e al consumatore le arance di calibro piccolo. "Siamo davanti ad arance - sottolinea il presidente Pannitteri - più aromatiche e succose delle altre, un vero concentrato di vitamine e di antociani. Il messaggio deve passare al consumatore e lo stiamo facendo. Con Baby Rosaria stiamo anche rispondendo agli interessi e alle richieste specifiche dei produttori associati alla nostra OP".

Il marchio Rosaria è nato nel 2005 allo scopo di valorizzare l'arancia siciliana e il suo territorio, incontrando le esigenze del consumatore in fatto di qualità, caratteristiche organolettiche, salute e rispetto dell'ambiente. Oltre a Baby Rosaria, il marchio abbraccia la classica Arancia Rossa Rosaria e le novità - dalla scorsa campagna - Rosaria Arancia Bio e Arancia Bionda Rosaria.

L'epidemia da Covid ha impedito alla OP di festeggiare nel corso di questo 2020 i quindici anni di vi-

ta del marchio come si deve, un marchio tra i più conosciuti tra quelli dell'ortofrutta italiana, sostenuto da cospicui investimenti in comunicazione, a partire dalle principali reti TV e radiofoniche.

OP GALLETTO

Si profila un'annata regolare ma con volumi in aumento quella di OP Galletto, nata nel 2008 dal volere di Giuseppe Auteri, da più di 20 anni attivo nel settore agricolo, che insieme ad altri nove produttori di alto livello hanno deciso di fondare una cooperativa agricola in grado di far fronte ad una richiesta costantemente in aumento. Negli anni il volume d'affari del Galletto è aumentato, così come il pacchetto clienti e il numero di associati alla cooperativa. Ad oggi esporta circa il 20% delle produzioni e il restante 80% rimane in Italia. È presente in buona parte della GDO nazionale, in alcune catene estere, ma anche nei maggiori Mercati italiani.

Per quest'anno il calendario di raccolta è in anticipo di circa 20 giorni rispetto alla precedente campagna. "Abbiamo circa il 40% in più di produzione rispetto allo scorso anno, e la qualità del prodotto è eccellente con frutti però medio-piccoli", spiega il presidente Giuseppe Auteri. "La partenza a livello commerciale, è stata negativa, con un andamento lento perché, sul mercato, si sono accavallate troppe varietà (clementino, arance Navel, Tarocco) e questo ha creato un po' di confusione nel consumatore finale, poiché c'era più offerta che richiesta. Dal 7 gennaio in poi i consumi si dovrebbero regolarizzare per quanto riguarda il Tarocco, anche perché il clementino è giunto ormai alla fine".

Il Galletto da anni investe in ricerca, al fine di identificare nuove varietà da immettere sul mercato. "In questo momento puntiamo comunque molto sulla varietà Tarocco Rosso, che già da qualche anno commercializziamo con marchio proprio. Ma la vera

scommessa che abbiamo fatto è una gamma di ibridi senza semi, in fase di sperimentazione, derivati da un incrocio tra mandarino e clementino, che a mio parere potrebbero rappresentare una svolta a livello commerciale e che spero saremo in grado di immettere sul mercato tra pochi anni”.

OP ROSSA DI SICILIA

Dall'OP Rossa di Sicilia, presieduta da Giuseppe Di Silvestro, si segnala un aumento della produzione del 20% per questa stagione (nel 2019 si erano superate le 42 mila tonnellate di ortofrutta commercializzata di cui oltre 29 mila tonnellate rappresentate dall'arancia). “Il nostro vero elemento distintivo - si precisa all'OP - rimane la qualità. Le caratteristiche organolettiche del prodotto sono di eccellenza, anche se si registra l'aumento di un livello di pezzatura medio bassa. Le condi-

zioni climatiche favorevoli hanno aumentato il grado zuccherino rendendo il prodotto eccezionalmente gradevole, incontrando il favore dei consumatori. Tuttavia la riduzione del potere di acquisto dei consumatori causata dall'attuale crisi ha influito sull'andamento dei consumi in questa fase iniziale, ma siamo sicuri che gli elementi salutistici di un prodotto vitaminico come l'arancia costituisce uno strumento importante per rafforzare le difese immunitarie, per cui si prevede per i prossimi mesi un incremento esponenziale dei consumi”.

Per quanto riguarda i progetti dell'OP, è in corso un piano di riconversione varietale iniziato attraverso l'utilizzo delle somme messe a disposizione dall'OCM Ortofrutta mediante i programmi operativi. L'obiettivo è far diventare protagoniste assolute, in un territorio altamente vocato, le

arance rosse nelle varietà Tarocco Ippolito, TDV, Tarocco Rosso e Meli e nelle varietà dell'Arancia Moro. L'OP ha aderito all'accordo di valutazione di varietà Citrus (Programma Fast-track) con il CREA.

L'Organizzazione di Produttori Rossa di Sicilia ha inoltre implementato un progetto di innovazione del metodo di produzione mirato ad acquisire conoscenze e attivare nuove strategie di difesa, attraverso la valutazione degli effetti relativi all'utilizzo di una attrezzatura innovativa per il diserbo a vapore in agrumicoltura. Tale attività, sviluppata coinvolgendo la Facoltà di Agraria dell'Università degli studi di Catania, ha lo scopo di ridurre la presenza di residui nocivi attraverso l'uso di una macchina per l'eco diserbo a vapore che utilizza un additivo naturale a base di propoli e scarti di agrumi.