

Shipping Italy

Il quotidiano online del trasporto marittimo

Monito in arrivo da Fruit Logistica: “Allarme per la crisi del Mar Rosso: il settore va difeso”

Nicola Capuzzo · Thursday, February 8th, 2024

Cso Italy (Centro Servizi Ortofrutticoli), aggregazione realizzata per sviluppare sinergie tra tutti gli operatori della filiera ortofrutticola italiana e rappresentata dal presidente Paolo Bruni, dalla fiera Fruit Logistica in corso a Berlino ha lanciato messaggi per promuovere i prodotti nostrani sui mercati internazionali e per far fronte al continuo calo del consumo interno. Un monito ha riguardato ovviamente anche la crisi attuale in mar Rosso.

“Abbiamo aziende associate, anche tra le 40 di questa collettiva, che esportano il 50% e più della propria produzione. Purtroppo il blocco del canale di Suez rappresenta, dopo il Covid e la guerra in Ucraina, il nuovo ostacolo alle nostre esportazioni e di conseguenza alla nostra competitività. L'intero settore deve premere affinché le autorità competenti si facciano parte diligente per porre fine a livello internazionale a questo grave problema” ha spiegato il presidente Bruni all'inaugurazione, questa mattina della Collettiva “Italy, the Beauty of Quality”, organizzata insieme a Fruitimprese, con un'importante partecipazione della Regione Calabria.

“Mediamente – ha ricordato il presidente Bruni – l'Italia destina in un anno 150 mila tonnellate di ortofrutta verso il Medio Oriente e 80 mila verso il Sud-Est asiatico, che in valore rappresentano, complessivamente, oltre 300 milioni di euro. Per cogliere l'entità del danno è sufficiente considerare che per evitare il canale di Suez e pertanto circumnavigare l'Africa, la tratta subisce un allungamento di circa 20 giorni, mettendo a dura prova la shelf-life del prodotto. Ciò concorre ad un aumento dei costi stimabile fino a 1.500 dollari a container, che si traducono sul prodotto in un aumento fino a oltre 10 cent di euro/kg, andando a ledere la competitività dell'ortofrutta italiana su quei mercati”.

Inoltre, ha spiegato Bruni: “L'impossibilità o la difficoltà a spedire verso queste aree, comune anche agli altri Paesi dell'Ue, rischia di creare un surplus di offerta nel mercato interno europeo. I Paesi dell'Unione inviano infatti verso il Medio e l'Estremo Oriente circa 1,4 milioni di tonnellate di ortofrutta all'anno. Oggi il problema interessa mele, kiwi e agrumi ma se dovesse permanere saranno coinvolti altri prodotti a partire dall'uva da tavola”.

Il presidente di Cso Italy, nel suo intervento a Berlino, ha ricordato che l'ortofrutta italiana rappresenta ancora oggi un'eccellenza del made in Italy, con una produzione che si pone intorno ai 24 milioni di tonnellate per un valore di circa 15 miliardi di euro, impreziosita da ben 125

DOP/IGP ortofrutticole italiane. “Siamo dunque qui – ha affermato con enfasi – per promuovere le nostre eccellenze ma soprattutto per difendere il nostro mondo fatto di specialisti nella produzione e nella commercializzazione di ortofrutta, con aziende che non hanno mai smesso di attrezzarsi per affrontare le sfide che immancabilmente si presentano”.

Bruni ha poi ricordato il lavoro che Cso Italy porta avanti con i propri associati con sempre nuovi progetti di promozione. Attualmente ne sono in corso tre in molti Paesi del mondo, in Estremo Oriente, negli Stati Uniti e negli Emirati, ma anche sul mercato europeo e in quello italiano con il biologico, progetti che puntano alla valorizzazione delle IGP, che con il nuovo regolamento europeo ricopriranno un ruolo ancora più strategico di quello attuale. L’impegno di Cso Italy si estende anche alla ricerca mirata alle nuove varietà, a nuovi e più efficaci metodi di difesa, a tecniche innovative e a basso impatto ambientale.

Va messa particolare attenzione al problema dei consumi nel mercato interno. I dati elaborati da Cso Italy indicano nel 2023 acquisti al dettaglio in Italia ancora in calo, -6% rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente. Il 2022 aveva già segnato la diminuzione più impattante: circa 500 mila tonnellate in meno in un solo anno. Nel 2023 si sono perse ulteriori 350 mila tonnellate.

Su questo fronte Cso Italy, insieme a Fruitimprese, Aci, Assomela, per conto dei propri associati, ha sostenuto una ricerca dell’Istituto Piepoli con l’obiettivo di approfondire il mondo dei giovani, il loro atteggiamento verso i consumi in generale ma in particolare verso l’ortofrutta, proprio per fornire nuove chiavi di lettura del fenomeno e indicare la strategia da adottare per conquistare quella fetta di consumatori, determinanti oggi e nel futuro.

“Dobbiamo in modo incisivo – ha concluso il presidente Bruni – diffondere i grandi valori dell’ortofrutta, soprattutto dal punto di vista salutistico e di benessere, e lo dobbiamo fare con una forte azione sinergica fra i diversi attori lungo tutta la filiera, anche fra gli stessi concorrenti all’interno della filiera, come già è prassi corrente al nostro interno. Abbiamo bisogno però di un dato fondamentale, un dialogo vero con le Istituzioni affinché supportino questi nostri sforzi”.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER QUOTIDIANA GRATUITA DI SHIPPING ITALY

This entry was posted on Thursday, February 8th, 2024 at 10:30 am and is filed under [Economia](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. Both comments and pings are currently closed.