

Il mercato agrumicolo e' cambiato: rischi ed opportunita' per gli operatori del settore.

Marco Eleuteri*

La produzione agrumicola italiana, secondo un recente studio realizzato da Freshfel (European Fresh Produce Association) , si e' ridotto di quasi il 40% in meno di 10 anni, al contrario la produzione di agrumi nel bacino del Mediterraneo e' cresciuta nello stesso periodo quasi del 20% grazie agli incrementi produttivi fatti registrare in Spagna, Egitto, Turchia e Marocco.

Il declino dell'agrumicoltura italiana ha coinciso con un periodo particolarmente positivo per l'agrumicoltura spagnola che ha conosciuto in questi ultimi anni una fase di grande crescita, grazie soprattutto ai progressi del settore clementicolo, al centro di un profondo processo di rinnovamento varietale. La clementicoltura italiana, al contrario, e' stata incapace di fare altrettanto, in quanto il sistema produttivo eccessivamente frammentato e polverizzato in tante micro-aziende, si e' dimostrato inadeguato sia per affrontare in maniera incisiva il mercato internazionale, sia per poter sfruttare al meglio le opportunita' offerte dalla ricerca agrumicola tanto domestica come internazionale.

Secondo le previsioni del Clam (Comite' de Liaison de l'Agrumiculture Mediteranneenne) solo l'8,5% della produzione agrumicola italiana per la campagna 2014/2015 sara' esportata (contro il 75% di quella spagnola), ne consegue che la stessa sara' destinata essenzialmente a soddisfare la domanda interna. Sempre secondo queste previsioni, nel corso di questa campagna l'Italia importerà piu' agrumi di quanto non ne riuscirà ad esportare, ed il suo maggior fornitore sara' proprio la Spagna, da dove provengono il 60% delle importazioni agrumicole che entrano nel nostro Paese.

In uno scenario di questo tipo il nostro sistema agrumicolo va cambiato totalmente e velocemente, a partire dalla crescita dimensionale delle nostre aziende, senza della quale non vi sara' alcuna possibilita' di invertire la rotta, frenare il declino e recuperare un posto di primo piano sul mercato agrumicolo internazionale. Per raggiungere questo obiettivo serve poi una strategia di rilancio del settore, una strategia che attribuisca alla ricerca italiana un ruolo di primo piano, sia per cio' che riguarda il rinnovamento varietale, sia per il migliore utilizzo possibile dei nostri diversi ambienti produttivi. In questo modo, disponendo di una gamma varietale caratterizzata da una marcata identita' italiana, e quindi con una forte capacita' distintiva, sara' possibile individuare delle linee di prodotto dal packaging attraente, fortemente caratterizzate come italiane, con cui gli operatori agrumicoli italiani potranno riaffacciarsi sul mercato internazionale per cercare di riconquistare una quota di mercato estero ad alto valore aggiunto, quota che oggi abbiamo perso, ma che sara' indispensabile per il rilancio del settore.

* Direttore commerciale dell'Associazione di organizzazione di produttori **AOP Armonia**
marco.eleuteri@aoparmonia.it