



Orticoltura in difficoltà

Le aziende orticole meridionali, e foggiane in particolare, vivono in uno stato di profonda incertezza riguardo agli sbocchi commerciali. Il cambiamento e la riduzione dei consumi di ortaggi e verdure hanno reso molto difficile la programmazione delle vendite e quindi degli acquisti per i mercati, e la gdo in particolare, e, a catena, eliminato tutte le certezze per gli agricoltori. È quanto afferma **Giorgio Mercuri**, presidente della cooperativa Giardinetto di Orsara di Puglia e vicepresidente dell'Op Apo Foggia e di Fedagri. Una valutazione che **Claudio Gamberini**, responsabile ortofrutta di Conad, ridimensiona.

«Negli ultimi 12-18 mesi la gdo lavora pressoché solo con le offerte. Mentre un tempo venivano effettuate solo per smaltire le eccedenze o per promuovere un prodotto, oggi sono diventate la norma. Per poter mantenere i propri margini di guadagno le catene della gdo riducono i prezzi ai centri di condizionamento e confezionamento e quindi agli

Gli agricoltori
lamentano prezzi
bassi e profonda
incertezza riguardo
agli sbocchi
commerciali.
La gdo ridimensiona
il problema

[1 - **Giorgio Mercuri**.

[2 - **Claudio Gamberini**.

[3 - L'Op Apo Foggia lamenta prezzi bassi e profonda incertezza riguardo agli sbocchi commerciali. Nella foto **asparago** coltivato in agro di Foggia.

agricoltori. I quali o riescono appena a recuperare i costi, se va bene, o guadagnano meno di quanto hanno speso. Lavorare un giorno o una settimana a parità di costo o sotto costo è possibile, ma un anno intero no. La concorrenza fra catene della gdo per accaparrarsi qualche cliente in più comprime verso il basso non solo i prezzi al consumo ma anche quelli al produttore. Anche perché c'è sempre qualcuno disposto a offrire prodotti a prezzi più bassi di quelli medi di mercato. Il rovescio della medaglia è che ogni giorno chiudono aziende agricole o centri di condizionamento di prodotti orticoli; segno che chi offre a meno per sopravvivere ha il destino segnato».

Fra i vari settori produttivi quello agroalimentare sta meglio di altri in termini di volumi offerti e valori complessivi, precisa Mercuri, ma di fatto non riesce più a dare reddito ai produttori. «Peraltro il comparto orticolo già veniva, prima della crisi, da una situazione difficile, i cui i costi erano molto elevati e faceva fatica a stare nei margini».

[**BASTEREBBERO 10 CENTESIMI AL CHILO...**

Per Mercuri la soluzione al problema esiste e non è impossibile. «All'agricoltore basterebbero 0,10 €/kg in più per sopravvivere. I consumatori non si avvedrebbero della differenza e i grandi gruppi commerciali non perderebbero nulla dei propri guadagni. Purtroppo è difficile dialogare con questi gruppi, troviamo personale

[**BANCHE** Finanziamenti col contagocce

«**A**i difficili rapporti con i mercati – afferma Giorgio Mercuri – si aggiungono i problemi finanziari. Le banche hanno deciso di non sostenere più le aziende agricole, e in particola-

re le orticole, che quindi fanno fatica a ricevere crediti agrari o affidamenti di altro tipo quali scoperti di conto corrente o anticipi su fatture. Per molti gruppi bancari il settore agricolo non è più capace di sostenersi, è a rischio elevato. Temono che i prestiti non rientrano, perciò riducono o annullano i finanziamenti».

■ **G.F.S.**

incompetente, interessato solo ad acquistare al minor prezzo possibile, perché trova sempre qualcuno disposto a vendere al ribasso. Si parla tanto di filiera, ma in realtà le filiere si stanno scomponendo in soggetti fra i quali non c'è più dialogo. I rapporti di forza sono a favore della gdo, fra gli agricoltori chi è al collasso chiude, chi mostra più stabilità comincia a perderla».

Gli agricoltori hanno fatto la propria parte nel ridurre i costi e rimanere competitivi sul mercato, prosegue Mercuri. «Compriamo grandi sacrifici per stare sul mercato: trasparenza, certificazione, tracciabilità, controlli, analisi sui prodotti, trasporto e consegna fino alla piattaforma della gdo. Prima era inimmaginabile che più Op o cooperative si mettessero insieme, eppure oggi si fa. Ma i gruppi commerciali non tengono conto dei nostri sforzi, anzi ci impongono costi assurdi. Ad esempio per il packaging, pretendono ben tre etichette, su pedana, cassetta e singolo vassoio o cestino, oppure il fiocchetto, la mascherina, ecc. Sono costi che oggi non ci possiamo permettere e ci rovinano ulteriormente. Tuttavia i notevoli sforzi



[**Asparago verde** prodotto e confezionato dalla cooperativa Giardinetto per essere venduto attraverso i canali della gdo.

compiuti per ridurre i costi non portano risultati, perché i prezzi vanno sempre più in basso».

Oltre a non preoccuparsi di ridurre i costi della parte agricola, la gdo, conclude Mercuri, non si cura più di tanto di ridurre i propri costi. «Noi agricoltori vogliamo collaborare con i grandi gruppi di acquisto, ma chiediamo loro uno sforzo serio per ridurre i loro costi superflui e recuperare così quei margini che altrimenti tolgono agli agricoltori. Chiediamo di smetterla con questa concorrenza spietata sulle offerte che

comprime la base produttiva e di riportare in alto il valore della produzione italiana, di far pagare solo qualche centesimo in più in cambio della garanzia di qualità e salubrità».

[**IL MERCATO E LA GDO**

Per Gamberini, «pur consapevole che non pochi agricoltori vivono tempi difficili», il problema va però «ridimensionato e riportato nei giusti termini. Noi di Conad acquistiamo il 95% delle referenze ortofrutticole, a eccezione di banane e ananas,



[*A sinistra* - Per Gamberini (Conad) i problemi sollevati dagli agricoltori vanno ridimensionati. Nella foto **brassicacee**, fra le principali referenze dell'orticoltura foggiana.

[*A destra* - Ai difficili rapporti con i mercati si aggiungono per gli agricoltori i problemi finanziari. Nella foto **raccolta di prezzemolo** in Capitanata.



da produttori italiani. Lavoriamo con le migliori Op, cooperative e aziende ortofrutticole, che da anni ci servono con reciproca soddisfazione. Paghiamo i costi di mercato per i prodotti acquistati e i servizi a essi correlati. Alle volte i prezzi di acquisto sono piuttosto bassi, ma in generale i nostri interlocutori sono contenti di lavorare con noi. È vero che negli ultimi tempi le offerte sono aumentate, ma è pure vero che noi le pratichiamo su prodotti di media e alta gamma. Ad esempio nel 2012 sulle ciliegie della varietà Ferrovia calibro oltre 28, provenienti dalla Puglia, con prezzi alquanto elevati, per cui l'offerta è servita a incentivare il consumo di un prodotto particolarmente costoso

per il consumatore».

«Certo – osserva Gamberini – il mercato è grande, non so come altre catene commerciali si comportino. Conad partecipa al tavolo interprofessionale, tiene all'organizzazione di filiera, lavora anche a ridurre al massimo i propri costi. Noi non vogliamo prezzi bassi alla produzione, perché sono sinonimo di problemi e contraddizioni lungo le filiere, che è meglio evitare. Bisogna però anche dire che alcune categorie di prodotti sono meno organizzate di altre e quindi scontano un minore potere contrattuale con la gdo. Le Op devono tenere conto anche di questo nelle loro valutazioni».

■ G.F.S.