

## INTERVISTE

**Luca Sandei (SSICA, Italy; Chair of the WPTC International Legislation Commission)**

*Qual è lo scenario internazionale del pomodoro oggi?*

I numeri che governano lo scenario internazionale dell'industria di trasformazione del pomodoro parlano di un produzione mondiale nel 2015 di oltre 41,3 milioni di tonnellate e di un consumo medio pro capite di 5,4 kg per persona all'anno con differenze enormi fra nazioni o gruppi di nazioni. Per esempio, nell'UE dei 15 vi è un consumo di oltre 20 kg per persona di prodotto trasformato a base pomodoro all'anno mentre paesi come l'India e la Cina, ciascuno con una popolazione superiore al miliardo di persone, non superano 0.5 kg.

Questo aspetto è determinante ai fini della domanda e dell'offerta che, da quanto è emerso anche dai dati presentati al convegno, è comunque in crescita: questo perché diversi paesi si stanno occidentalizzando, adottando stili di vita e di consumo sempre più simili ai nostri. Ci sono ad esempio paesi come Iran e Turchia, con un'ottima tradizione sia per quanto riguarda il consumo di derivati del pomodoro sia per la produzione, che vantano un grosso bacino di richiesta nel vicino oriente costituito da nazioni ricche, con un'ottima percezione del valore aggiunto dei derivati del pomodoro.

L'Italia quest'anno ha confermato di essere il terzo produttore mondiale (5.7 milioni di tonnellate) dopo la California (13 milioni e mezzo di tonnellate) e la Cina con 6 milioni di tonnellate. I numeri dell'Italia sono senz'altro interessanti, come sempre d'altronde. Ci sono circa 75,000 ettari coltivati a pomodoro da industria, suddivisi all'incirca al 50% e 50% fra Nord e Sud con circa 150 industrie con 20,000 impiegati, per lo più stagionali. L'Italia è il paese con il più alto prezzo di acquisto del pomodoro fresco per l'industria, in parte giustificato dall'altissima sostenibilità, con 100% produzioni integrate e con aziende molto ben organizzate anche per la crescente richiesta di agricoltura biologica.

*Quali sono i prodotti che caratterizzano Italia, California, Cina?*

L'Italia vuole e deve mantenere le sue peculiarità, descritte in precedenza, di prodotto ad alto valore aggiunto. La California, invece, ha una produzione vocata soprattutto a derivati che possono essere considerati semilavorati concentrati destinati ad essere poi trasformati in ketchup. A dire il vero, ha anche altri prodotti simili ai nostri, ma manca di due fattori chiave della nostra filiera: la lunga tradizione e la vicinanza dell'industria impiantistica.

Per quanto riguarda la Cina, dobbiamo sfatare il mito che l'Italia rilavori prodotti cinesi. Il mercato italiano non chiede prodotto di origine cinese, né diluito né concentrato.

*Quindi dove va il prodotto cinese?*

E' destinato soprattutto a rilavorazioni in zone idonee vicine alla Cina, quindi mercato asiatico, India, Vietnam, ma anche Russia, Kazakistan... Non va in Giappone perché i Giapponesi, attentissimi alla qualità, acquistano volentieri prodotto italiano.

Nord e Sud d'Italia hanno caratteristiche diverse che differenziano la produzione di derivati ad alto valore aggiunto: al Nord prevalgono le passate e le polpe, e anche i concentrati, al Sud ci sono i pomodori pelati e i pomodorini, che riescono a differenziare la produzione e quindi ad avere un ottimo export. L'Italia resta il primo esportatore mondiale (esportiamo prevalentemente nel Nord Europa, Germania, Inghilterra, Francia) non tanto a livello di quantità quanto di prezzo, perché i nostri prodotti sono quelli a più alto valore aggiunto. Quindi siamo più cari ma in modo giustificato e il mercato ce lo riconosce.

*Quali sono oggi le tendenze del mercato e della ricerca?*

Parlando di tendenze del mercato italiano o europeo - gli scenari mondiali sono differenziati in base alla tipologia delle richieste dei singoli mercati - possiamo senz'altro affermare che la tendenza è verso prodotti di alta qualità, ma un settore che può avere veramente un grande sviluppo è quello dei prodotti nutraceutici, funzionali, perché sappiamo che il prodotto pomodoro contiene delle sostanze bioattive molto interessanti. La ricerca naturalmente ha un ruolo importantissimo e la SSICA ha in corso diversi progetti in questo senso.

*Cosa significa fare innovazione oggi?*

Direi nuovi prodotti e nuovi processi. Nuovi prodotti nel senso di nuovi ingredienti, nuove ricette, ricupero degli scarti, tema fondamentale che dovrà essere affrontato da tutta l'industria del po-

modoro, nuove varietà, produzioni integrate, produzioni biologiche, prodotti dietetici, che sono i prodotti funzionali. Questo insieme a nuovi processi imperniati sostanzialmente sulle mild technologies, a salvaguardia della qualità. Alla SSICA abbiamo fatto prove con le altissime pressioni, le radiofrequenze, i trattamenti ohmici, i fluidi supercritici per estrarre, per esempio, il licopene. Ancora, la tendenza ad avere delle efficienze di processo controllate in maniera automatizzata con sensori di controllo di processo che possono dare, in diretta, le caratteristiche che poi avrà il prodotto finito. Anche questo è un filone di ricerca abbastanza interessante, e prevede analisi non distruttive fatte con i sistemi di ultima generazione e con sensori di qualità applicati al processo. Ultimo, non per importanza ma per la tipologia della flowchart, è il packaging che grazie anche ad innovazioni di processo e di tecnologie oggi può garantire un prodotto con caratteristiche qualitative e di valore aggiunto nettamente superiori rispetto al recente passato. Mi riferisco in particolare al riempimento in asettico oppure al Tetra Recart (confezione in cartone sterilizzato in autoclave, ideata per alimenti a lunga conservazione tradizionalmente confezionati in lattine), o all'utilizzo degli scarti di prodotto per fare una biolacquer, cioè una vernice sostenibile.

*E i prodotti biologici?*

Abbiamo lavorato sul biologico, ma con il grosso limite di utilizzare varietà utilizzate per l'agricoltura tradizionale. Ciononostante abbiamo ottenuto ottimi risultati dal punto di vista della quantità delle biomolecole interne che danno un ulteriore valore aggiunto perché sono le sostanze più bioattive, notevolmente superiori anche nel prodotto finito. I prodotti biologici hanno tuttavia un problema, i costi, perché la resa agronomica di un ettaro di terreno coltivato a pomodoro biologico è circa il 50 o il 40% in meno rispetto a un ettaro coltivato in lotta integrata. Il biologico in pratica costa il doppio, ma rende la metà, per cui stiamo cercando di capire se, facendo accordi con aziende sementiere, questa prospettiva possa diventare un po' più interessante dal punto di vista economico, inserendo varietà specifiche per il biologico.

*Novità dal punto di vista della Commissione legislativa del WPTC che attualmente presiedi?*

Non sono emersi cambiamenti sostanziali; è stato ribadito che, essendo il pomodoro un prodotto acido, non ci sono necessità particolari di additivazioni e coadiuvanti. I coadiuvanti tecnologici sono e devono restare limitati a situazioni particolari. Sotto questo aspetto, la visione europea e quella californiana sono simili, entrambi i paesi ritengono che non vi sia la necessità di certe tipologie di additivazione, mentre gli australiani, i canadesi e i sudafricani hanno altre percezioni: si tratta quindi di monitorare che non vengano fatte aggiunte di prodotti chimici che possono diventare coadiuvanti. D'altra parte il WPTC è un'organizzazione mondiale, che deve tenere in considerazione differenti opinioni.

Per il prossimo futuro, l'idea è di chiedere una standardizzazione dei parametri qualitativi, in aggiunta a quelli sulla food safety, perché in un mercato ormai globale non si può pensare che gli standard che vengono utilizzati in una nazione siano diversi da quelli di un'altra.

### **Gwen Young (Kagome, Usa; Chair of the WPTC Commission on Tomatoes and Health)**

*Quali sono le nuove opportunità per il pomodoro?*

Bisogna continuare nel lavoro intrapreso per promuovere il consumo del pomodoro come parte di una dieta sana ed equilibrata. Il pomodoro è un elemento versatile, che può essere consumato in differenti forme in ogni momento della giornata.

Riguardo al licopene, sarebbe splendido se riuscissimo a convincere il mondo e gli enti che si occupano di nutrizione dell'importanza critica di questo elemento per la dieta. Attualmente prevale la tendenza a considerarlo un elemento sicuramente importante, ma quanto altri nutrienti. In generale ritengo che, anziché focalizzarci sull'acquisizione di claim, faremo un lavoro migliore se opereremo per educare il consumatore all'importanza dei carotenoidi, compreso il licopene, per questioni come la protezione della pelle, il "quenching" dell'ossigeno singoletto...E' importante che la ricerca vada avanti, al di là dell'acquisizione o meno dei claim nutrizionali, e che i laboratori di tutto il mondo facciano rete insieme alle aziende.

L'opera di educazione del consumatore sarà tanto più riuscita quanto più lo si convincerà dell'importanza nutrizionale dei prodotti a base di pomodoro, frutto un lavoro di ricerca su scala mondiale che vede le aziende coprotagoniste, grazie anche al lavoro di organizzazioni globali come il WPTC e la Tomato Foundation. Se si lavora come singole aziende, infatti, il consumatore potrà apprezzare il marchio, ma si perderà tutta quella base di ricerca scientifica che rende il prodotto credibile.

## LA PAROLA AGLI IMPIANTISTI

### **Roberto Catelli, CFT**

*Quali sono i temi principali che sta affrontando l'industria impiantistica del settore?*

Nel campo dell'evaporazione c'è una ricerca dell'efficienza in tutte le fabbriche - vapori, consumi di energia elettrica, miglioramento della materia prima, in quanto migliore è la materia prima che va in stabilimento, più elevata è la resa. Anche il consumo di acqua ha impatto notevole e l'ottimizzazione dei consumi è un argomento di grande importanza degli ultimi anni. Sicuramente poi c'è sempre una grandissima attenzione alla qualità dei prodotti.

*Ci sono differenze fra i problemi da affrontare in Italia e in altri paesi del mondo?*

Sicuramente in Italia c'è un grosso problema legato alla parte agricola, perché finché in Italia il costo del pomodoro resta così alto - alto tra virgolette, ma sicuramente più alto che in altri paesi europei e no, c'è il problema del prezzo del prodotto finito, che non rende il prodotto italiano concorrenziale. Quindi l'Italia si trova a dover fare prodotti alternativi al concentrato di pomodoro, ricercando per esempio basse concentrazioni, polpe, passate, cubettati. Nel nostro paese la qualità media del pomodoro è sicuramente molto elevata, ma il problema del costo della materia prima è fondamentale, tant'è vero che quest'anno si parla di una riduzione del prezzo in modo che l'Italia possa diventare competitiva anche sotto quest'aspetto.

*Il futuro?*

Io sono un ottimista, credo però che tutti i paesi produttori debbano assolutamente evitare le sovrapproduzioni. Occorrerebbe un sistema mondiale per poter governare meglio questo problema, mantenendo i prezzi con una redditività che consenta alle fabbriche di sopravvivere e poter continuare la ricerca dell'ottimizzazione delle produzioni. Vedo quindi un futuro positivo per chi continua ad investire in questa direzione.

### **Giacomo Giampellegrini, FBR Elpo**

*Qual è l'attuale panorama del pomodoro italiano e straniero e quali le novità e le prospettive del settore impiantistico?*

Da quello che vediamo nella nostra azienda, la cui esperienza è collegata direttamente al settore pomodoro, negli ultimi anni a livello mondiale c'è stata una grossa riduzione delle vendite e delle richieste per aumentare i volumi di pomodoro processato, mentre c'è un chiaro orientamento verso una diversificazione del prodotto finito, non necessariamente legata a metodi diversi di trattamento del pomodoro, ma anche a diversi tipi di packaging, canali di vendita, modi per arrivare al consumatore finale. Per fare un esempio, stiamo vedendo che, fra le parti di una linea completa per la lavorazione del pomodoro, quella che sta avendo maggior successo è collegata al mondo del bag-in-box, rivolto al mondo del catering. Il catering e il food service sono settori che negli anni scorsi non erano molto sviluppati, ma che adesso stanno prendendo molto piede. Proprio durante questo convegno alcuni produttori mi hanno riferito che nel giro di tre anni hanno visto raddoppiare la richiesta, quindi parliamo di un settore che esige molta attenzione. Oltre a questo c'è il biologico, soprattutto per i prodotti a maggior valore aggiunto, come ad esempio i sughi, prodotti quindi processati e rilavorati, ricettati o quelli per il food service o per la pizza sauce, ad esempio, o altri tipi di prodotti semindustriali. Il discorso vale anche per il pomodoro da industria, anche se in misura ridotta.

*Ci sono differenze a livello geografico?*

Se parliamo del bag-in-box, prevedo uno sviluppo principalmente a livello europeo. Per quanto riguarda il biologico, la richiesta parte soprattutto dalle nazioni più evolute, Nord Europa ancora più di Italia o Spagna, che sono i produttori. E qualcosa arriva anche dagli Stati Uniti. Il mio parere, tuttavia, è che non esistendo una vera e propria regolamentazione a livello mondiale, ci siano un po' di difficoltà nella gestione del prodotto. Il problema va risolto per permettere alle aziende che vogliono espandersi nel settore di sapere con certezza dove andare a svilupparsi. Fatte salve queste premesse, il biologico potrà avere una crescita interessante anche se, a mio parere, non soppiantierà totalmente la produzione tradizionale.

*Altri problemi che le aziende conserviere stanno affrontando?*

Senza altro l'ottimizzazione dei consumi energetici e, sempre con un occhio all'ambiente, l'ottimiz-

zazione dell'utilizzo delle risorse puntando soprattutto sui materiali riciclabili. E' interessante notare come questa esigenza parta dalle aziende, anche senza obblighi di legge. Per esempio, se si parla di risparmio energetico, questo interessa all'azienda perché la rende più competitiva, soprattutto nelle aree dove i costi energetici sono più elevati, come in Europa. Per quanto riguarda invece gli imballaggi riciclabili o nuove tipologie d'imballi, credo che il loro utilizzo serva anche all'immagine aziendale, a dimostrazione di una grande attenzione al cliente finale e al mondo che ci ospita.

### **Virgilio Pieracci, Ing. Rossi Group**

L'azienda in cui lavoro ha 60 anni di storia e in questo periodo di tempo ha visto tutta l'evoluzione dell'industria conserviera, in particolare del pomodoro: se all'inizio si parlava solamente di boules di concentrazione, oggi siamo arrivati ai pre-concentratori a compressione meccanica o alla termo-compressione, anche se sicuramente non stiamo parlando di un settore in cui l'innovazione possa dirsi quotidiana.

Per quanto riguarda i volumi, è facile dimostrare, dati alla mano, che la produzione globale all'inizio della nostra storia era circa la metà di quella attuale (circa 20 milioni T all'anno di pomodoro fresco, oggi contro le 40 attuali): di conseguenza, di pari passo con l'aumento della produzione mondiale, sono aumentati anche gli impianti. Tuttavia percepiamo che, visti i numeri degli ultimi anni a livello di consumo mondiale, con un tasso di crescita di circa l'1% all'anno e non più il 3% degli anni precedenti, potrebbe esserci un rallentamento anche negli investimenti in capacità di trasformazione ed evaporazione, compensati forse da un aumento nel numero di impianti destinati alla produzione di prodotti finiti o a maggior valore aggiunto.

Abbiamo davanti una campagna del pomodoro che potrebbe essere difficile per quanto riguarda il mercato del prodotto in quanto ci sono parecchi stock disponibili e i cinesi continuano ad abbassare i prezzi disturbando parecchio il mercato globale del prodotto industriale. La Cina è competitiva con il mercato italiano ormai da 10-15 anni, tutti sperano che cominci a diventare un vero consumatore e debba quindi appoggiarsi a produzione straniera, anche se nella cultura cinese il pomodoro non è un prodotto da consumare trasformato, ma fresco, anche con lo zucchero, come se fosse un frutto. Detto questo, chi fa prodotti finiti può avere anche qualche opportunità di iniziare ad esportare in Cina prodotti made in Italy.

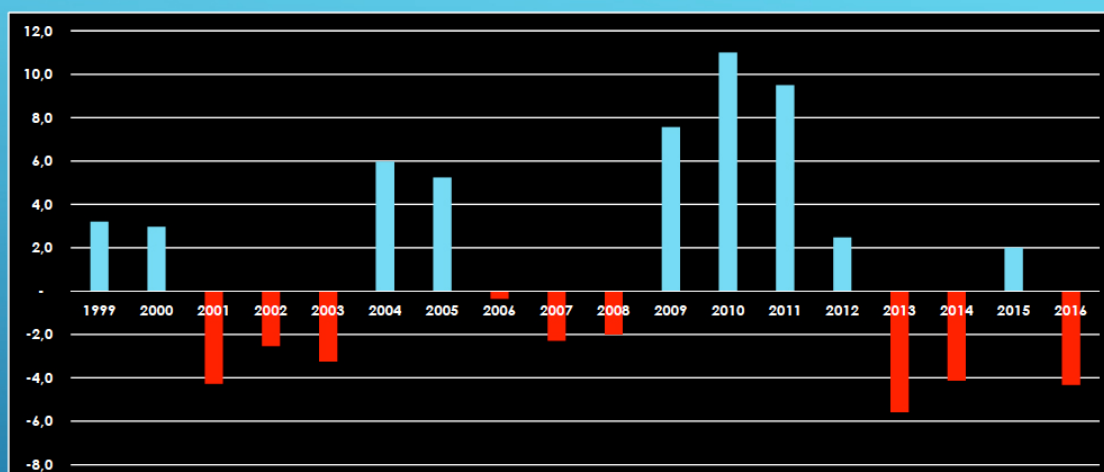
Per quanto riguarda gli Stati Uniti, la competizione c'è, ma attualmente meno rispetto agli ultimi anni per via del cambio euro-dollaro.

Per il prodotto industriale un nostro concorrente è senz'altro la Spagna, che ha una materia prima con un prezzo decisamente più basso rispetto a quella italiana. Finora la Spagna ha avuto due tipi di business, da una parte prodotti industriali per l'esportazione e in piccola parte per il mercato domestico e dall'altra la produzione di prodotti finiti per il solo mercato interno. I produttori spagnoli stanno però cominciando a studiare la possibilità di fare anche prodotti finiti per l'esportazione, cosa attualmente gli manca e nel futuro potrebbe essere un disturbo per l'Italia.

### **Guglielmo Zizzi, Goglio Group**

La crescita dei consumi è un dato di fatto nel senso che i consumatori stanno aumentando nel mondo, per esempio i cinesi non consumavano pomodoro, ora cominciano a farlo. E' ormai ampiamente dimostrato che il pomodoro è un prodotto ottimo sotto il profilo nutrizionale, quindi vedo il pomodoro come un elemento principe della tavola negli anni a venire, grazie anche alla presenza della cucina italiana nel mondo, soprattutto con la pasta dove il pomodoro è un elemento essenziale.

Per quanto riguarda le novità, le principali riguardano le modalità di trasporto del prodotto da un'area di produzione a un'area di consumo e quindi diciamo che la tecnologia del confezionamento asettico, utilizzare contenitori sempre più grandi e sempre più sicuri è il modo migliore per espandere il proprio prodotto e far sì che arrivi anche a destinazioni lontane nelle condizioni ottimali, simili a quelle che si ottengono appena dopo il raccolto.



## CARRYOVER IN WEEKS

*Il messaggio finale: non preoccupiamoci!*

Qual è dunque il messaggio finale del convegno? Dobbiamo essere pessimisti o ottimisti riguardo al prossimo futuro del pomodoro da industria?

Secondo Martin Stillwell, Presidente uscente del WPTC, preoccupazioni eccessive non sono giustificate. Se infatti è vero che siamo in una fase di rallentamento della domanda, il trend complessivo del settore a livello globale sembra comunque puntare verso una crescita e il cambio negli anni di ciclicità produzione - consumo (da 4 a 3) potrebbe addirittura far pensare a un riequilibrio già nella campagna 2016.



**Chilealimentos**<sup>®</sup>  
Chilean Food Industry Association

# Thank You for Coming!