

Sophie Colvine (Secretary General, WPTC)

Al Tomato Forum abbiamo percepito un'aura di pessimismo riguardo alle previsioni per il consumo di pomodoro. Qual è il suo parere?

!Sono piuttosto sorpresa del fatto che vi siano visioni di questo tipo, in quanto i numeri ufficiali danno invece previsioni piuttosto bilanciate. Da informazioni da parte di membri del WPTC risulta piuttosto che vi siano degli stock, specialmente negli Stati Uniti, che turbano il mercato... Non penso comunque che dovremmo essere troppo pessimisti, abbiamo sentito anche dei benefici che i pomodori hanno sulla salute e questo potrebbe in una certa misura favorire l'industria di trasformazione del pomodoro.

Cosa può dirci dei singoli Paesi?

L'Europa produce soprattutto per il mercato europeo e c'è un mercato piuttosto bilanciato. Il problema è maggiormente negli Stati Uniti, dove producono concentrato soprattutto per l'esportazione e vi sono problemi con il dollaro, quindi il momento è più difficile per loro. E poi, come abbiamo visto, hanno anche stock molto alti. La Cina ha ridotto le esportazioni verso il mercato africano, ma per il momento la zona più critica è la California.

Che dice del tipo di prodotti sul mercato? Sono più o meno gli stessi o ci sono stati spostamenti verso qualche tipo di prodotto in particolare?

Vediamo che ci sono buoni sviluppi soprattutto per quanto riguarda i prodotti finiti, sugli pronti all'uso, ketchup... Penso che ci siano stati importanti spostamenti nel mercato italiano, ma non sono specialista in questo. Non vi è stata ultimamente molta innovazione se non nel packaging con il viraggio dalla scatola al tetrapak; in Sudamerica si usano molto le buste, che si cominciano a vedere anche in Europa. Ma in termini di vera innovazione di prodotto non si è visto molto. Come innovazione di processo si sta invece affermando l'osmosi inversa.

Cina e Giappone presentano una tipologia di consumatori molto diversa. In cosa si differenziano questi Paesi riguardo al consumo di pomodoro?

Il Giappone è un buon consumatore di prodotti del pomodoro e in questo paese sono presenti alcune industrie molto attive. Il consumo è ancora molto inferiore, per esempio, a quello italiano o europeo in generale ma in Giappone vi sono prodotti innovativi di elevata qualità, prodotti di nicchia.

I cinesi sono partiti da zero, usano molto pomodoro fresco e nelle grandi città usano il ketchup, specialmente nei fast food. L'idea è che possano abituarsi ad utilizzare pomodori a pezzi o pelati nelle uova strapazzate al pomodoro, piatto molto popolare in Cina, al posto del prodotto fresco, il che potrebbe senz'altro far aumentare i consumi di trasformato. I cinesi sono partiti da zero ma crescono del 20% all'anno e quindi c'è un grande potenziale, penso che nel giro di dieci anni possano arrivare a consumare tutta la quantità che producono. Sono una grande popolazione, che si concentra soprattutto nelle città, e si spera che i giovani allineino sempre di più il proprio stile alimentare con quello occidentale.

Ci dica qualcosa dei paesi africani...

È un tipo di mercato che non conosciamo veramente e su cui abbiamo pochissime informazioni. Quelle poche riguardano i prezzi ed è soprattutto l'Italia che fornisce pomodoro in scatola al loro mercato. Ma non sono una specialista, non posso dire molto.

Health claims. Pensa che potranno favorire e far crescere il mercato del pomodoro?

Penso che possano avere un impatto ma ovviamente questa non può essere l'unica soluzione. Naturalmente un buon bicchiere di succo di pomodoro fa molto bene, lo stesso vale per una buona pasta con una buona salsa di pomodoro. Sì, il claim potrà avere un impatto anche se non raddoppierà certo i consumi...