

INTERVISTE

Maria Gloria Attolini

Luca Sandei (Reparto Conserve di Pomodoro SSICA e Chair WPTC Commission on International Legislation)

Quali sono attualmente i progetti che SSICA sta portando avanti nel settore pomodoro?

I progetti di ricerca applicata e sviluppo precompetitivo che l'istituto sta attuando per i nostri contribuenti nel settore del pomodoro sono di vario tipo; possiamo però tranquillamente affermare che le principali attività sono correlate allo sviluppo di nuovi processi con utilizzo di tecnologie dedicate e naturalmente di nuovi prodotti.

Sono in corso studi, per esempio, su come le pratiche agricole influenzano la qualità della materia prima e lo sviluppo di prodotti con un alto valore aggiunto: prodotti made in Italy, la cui qualità elevata può anche essere correlata al terreno di provenienza e al particolare disciplinare di produzione utilizzato (inflexibile Disciplinare di Produzione Integrata). E questo non solo per difendere la provenienza di un prodotto, ma anche per caratterizzarne le specifiche qualitative di un derivato che è stato ottenuto con materia prima coltivata e trasformata in un certo luogo.

Come si piazza attualmente l'Italia all'interno della classifica mondiale per i derivati del pomodoro?

L'Italia è da sempre uno dei principali paesi produttori e i dati del 2016 ci vedono ritornare al secondo posto nella graduatoria mondiale: sono circa 5,2 milioni di tonnellate di materia prima che viene trasformata fra Nord e Sud Italia, contro i circa 13 milioni di tonnellate di materia prima che entra negli stabilimenti californiani per essere processata (primo produttore mondiale).

L'Italia comunque rappresenta più del 50% di tutti i derivati del pomodoro dell'Unione Europea, e circa il 14% a livello mondiale.

Dove vengono esportati i derivati italiani?

I prodotti italiani sono molto esportati all'estero, siamo leader a livello mondiale per quanto riguarda il valore dei derivati industriali del pomodoro. Proprio per le loro caratteristiche, questi prodotti viaggiano soprattutto verso paesi che hanno una certa tipologia di attenzione verso la qualità e la sostenibilità della produzione: Germania, per esempio, Stati Uniti, Francia, Regno Unito e, ultimo ma non per importanza, Giappone.

E l'Africa?

L'Africa rappresenta una porzione minimale per quanto riguarda il prodotto italiano e solo perché nel recente passato è stato utilizzata come destinazione finale dei prodotti cosiddetti di seconda lavorazione provenienti da paesi extra europei.

A livello di normativa quali sono le peculiarità dell'Emilia-Romagna, per esempio riguardo alla produzione integrata?

Per rispondere formulerò io stesso una domanda: come mai siamo i primi esportatori nel mondo? Io penso che quella fetta di consumatori contraddistinta da una sensibilità specifica per la qualità in tutto il settore agroalimentare, debba riconoscere il fatto che in Emilia Romagna vi sono in assoluto le regole più stringenti per quanto riguarda la qualità totale, con standard elevati riguardo alla sostenibilità di tutte le produzioni agroindustriali, in particolare nel settore pomodoro. Qui l'osservanza delle regole è obbligatoria, mentre la stessa Unione Europea preveda solo Raccomandazioni e non specifiche Direttive ad hoc. Ad esempio, sono note le differenze dei nostri Disciplinari di Produzione Integrata Italiana che sono estremamente rigidi rispetto alla possibilità di rotazioni triennali della cultura in uno stesso terreno, oppure sui fertilizzanti o sulla possibilità di difesa con molecole chimiche di sintesi (agrochemicals) che sono molto importanti per la resa agronomica e produttiva del pomodoro da industria fresco. Ora, seguendo il modello "guida"

emiliano-romagnolo, tutto il distretto del pomodoro del Nord Italia e anche quello del Sud si stanno muovendo molto velocemente per applicare le stesse regole.

Come si comporta il consumatore italiano al momento dell'acquisto?

Ci sono ricerche di marketing del settore che presentano il consumatore italiano come molto attento e maturo dal punto di vista della conoscenza della qualità dei prodotti agro-alimentari; esso inoltre è disponibile a spendere qualcosa in più per produzioni che abbiano determinate caratteristiche quali, ad esempio, la manifesta sostenibilità della produzione (ad es. bio), prodotti di qualità elevata e ad elevato valore aggiunto, con ingredienti assolutamente naturali e non di sintesi, e soprattutto con valore etico sostenibile. Particolare interesse suscitano in effetti i prodotti che possono essere considerati "better for you", e i prodotti funzionali, vale a dire prodotti che, arricchiti di sostanze bioattive, possono far bene soprattutto a determinate fasce della popolazione (che per vivere meglio può trarre vantaggio e giovamento da una naturale dieta ricca in sostanze bioattive). C'è poi un aumento di circa due cifre percentuali ogni anno per prodotti "organic", cioè prodotti di agricoltura biologica che stanno sempre più dimostrando di essere non più solo una nicchia di mercato ma un trend in crescita di consumo da parte dei consumatori sempre più informati. In ogni caso, la disponibilità a spendere di più non è legata solamente all'acquisto di prodotti "salutistici", ma anche a ricercare prodotti con caratteristiche organolettiche eccellenti.

Quanto detto vale anche per il consumatore europeo ed eventualmente mondiale?

Quella del biologico è una tendenza sicuramente mondiale, anche se superiore, naturalmente, nei paesi che hanno delle economie che lo consentono. E in questi casi vi è comunque la propensione a fare quello che l'italiano sta facendo ora, cioè a scegliere di consumare prodotti riconosciuti come prodotti di elevata qualità, prodotti ad alto valore aggiunto. Fare ricerca indirizzata ad ottenere i cosiddetti "prodotti premium" significa soprattutto studiare nuovi prodotti e nuovi processi che possano garantire una giusta competitività delle aziende italiane del settore: la Stazione Sperimentale è molto attiva in questo campo e al Tomato Forum di Roma sono state presentate a scopo di esempio tre delle ricerche che sono in fase di svolgimento in SSICA nel corso dell'ultimo triennio proprio per cercare di fornire informazioni riguardo alle migliori tecnologie per prodotti migliori a base di pomodoro.

Quali sono queste ricerche?

La prima è una valutazione degli attributi dei prodotti freschi ottenuti tramite la coltivazione in regime di agricoltura biologica rispetto a quella convenzionale (lotta integrata) e dei loro derivati industriali (passate e pelati), sia per quello che riguarda la quantificazione dei principali marker qualitativi di prodotto, sia soprattutto per stabilire se i prodotti coltivati in regime di agricoltura biologica contengono più sostanze bioattive di quelli sottoposti a coltura convenzionale, il che è stato effettivamente confermato.

Gli altri progetti sono legati allo sviluppo di particolari prodotti funzionali, per cercare di rispondere alle esigenze dei consumatori non più giovani che ricercano tuttavia la possibilità di rallentare l'invecchiamento cellulare anche grazie all'introduzione nella dieta di particolari alimenti ricchi in sostanze antiossidanti e bioattive. È ormai noto che il pomodoro ha delle caratteristiche nutrizionali e funzionali intrinseche molto importanti, i componenti bioattivi al suo interno sono tanti e soprattutto svolgono un'azione sinergica: non si parla più soltanto di licopene, protagonista di numerosi studi negli anni passati, ma anche di tante altre sostanze che insieme svolgono un'azione sinergica, ad esempio i polifenoli e il complesso di micromolecole vitaminiche.

Parliamo ora di tecnologie verdi di estrazione...

Nel contesto del recupero dei prodotti funzionali un dato importante che emerge è che, su un volume di 5,2 milioni di tonnellate di pomodoro processato in Italia nel 2016, circa il 3% (120.000 tonnellate) è legato ai prodotti di scarto solidi, da considerarsi non scarti veri e propri ma piuttosto dei by-products, cioè delle materie prime secondarie.

Che cosa fare di queste materie prime secondarie? Nel corso di diversi studi organizzati presso il Reparto Pomodoro di SSICA, abbiamo verificato che questi by-products contengono sostanze interessanti come carotenoidi, polifenoli, residui di vitamine, tantissime fibre... Per quanto riguarda le tecnologie ci siamo orientati soprattutto su due tipi, la prima delle quali è l'estrazione con CO₂ supercritica, che presenta vantaggi quali il fatto di essere una tecnica "environmentally friendly" in grado di fornire prodotti di alta qualità, ma anche alcuni svantaggi, costituiti più che altro dai costi elevati degli impianti, dalla complessità dell'estrazione e del necessario processo di pre-trattamento.

Il secondo progetto è basato su un processo molto più semplice, collegato a una particolare applicazione di tecnologia meccanica e di pressione, che consente di ottenere un succo estratto contenente importanti quantitativi delle sostanze antiossidanti sopradette, ideale sia per un diretto riutilizzo come semilavorato per arricchire i prodotti convenzionali, sia come prodotto nutraceutico da concentrare e commercializzare.

La terza tematica affrontata in questo ultimo periodo dal nostro gruppo di ricerca è collegata al gusto e al sapore dei derivati di pomodoro "Made in Italy". Perché comprare un prodotto italiano piuttosto che uno non italiano? Perché l'Italia è un paese che detiene la cultura del cibo e della convivialità, con una particolare sensibilità per l'apprezzamento del gusto e del sapore. Con questo studio stiamo tentando di capire cosa succede alle molecole che forniscono le principali caratteristiche sensoriali durante il processo di trasformazione da fresco a derivato.

Quali sono state le ragioni di un "appiattimento" del gusto e del sapore dei derivati industriali del pomodoro?

Innanzitutto bisogna partire dal presupposto che, nella fase di grande crescita del pomodoro da industria, vi è stato un'introduzione di varietà in grado di resistere alla raccolta meccanica, con specifiche resistenze agli stress biotici e abiotici, ai °Brix, alla richiesta da parte dell'agricoltore di avere un prodotto uniformemente maturo... Tutto questo inevitabilmente a discapito dell'interesse della ricerca dei fattori correlati al gusto e al sapore. Quindi con questa ricerca noi cosa abbiamo voluto fare? Innanzitutto abbiamo cercato di caratterizzare quali fossero le principali molecole che forniscono gusto e sapore al prodotto fresco e ai suoi derivati: queste molecole sono sia macromolecole non volatili (zuccheri, acidi organici, aminoacidi, ecc.) e molecole volatili che caratterizzano soprattutto il flavour (mix di profumo e aroma). Stiamo studiando in successione le molecole non volatili più importanti e il loro comportamento durante le fasi di processo di trasformazione nei derivati a bassa concentrazione (passata e polpa) andando poi a verificare negli stessi quali fossero le molecole volatili più interessanti e caratterizzanti, nonché i loro precursori: tutto ciò al fine di poter fornire informazioni utili a tutti gli attori della filiera, dai breeders delle aziende di sementi, agli agricoltori e soprattutto alle industrie per le loro scelte commerciali. Stiamo inoltre studiando la correlazione esistente tra ambiente di coltivazione e tipologia di derivato industriale prodotto cercando di qualificare e quantificare il profilo di queste molecole per stabilire un collegamento diretto tra materia prima, luogo in cui questa viene lavorata e produttore, che andrà a commercializzare il prodotto con un marchio caratterizzante tutta la filiera. E questo potrà sicuramente diventare un valore aggiunto.

Quali caratteristiche del pomodoro potranno essere dichiarate in etichetta?

L'Italia si sta muovendo molto bene grazie alle associazioni del settore del pomodoro ANICAV, ALLPA e CONF COOPERATIVE che sono assolutamente propositive da questo punto di vista. L'industria di trasformazione del pomodoro è favorevole ad estendere l'obbligo di indicazione in etichetta dell'origine della materia prima per tutti i derivati, oltre a quanto fino ad ora previsto per la passata, per la quale esiste una normativa in essere. Questa presa di posizione è molto importante per escludere definitivamente il proliferare di "fake news" (informazioni false) relative alla provenienza della materia prima utilizzata nei derivati di pomodoro "Made in Italy"; come già accennato, noi siamo i più grossi esportatori a livello mondiale di derivati di pomodoro, ci sono anche quote molto piccole di prodotti semi-lavorati concentrati importati da paesi extra comunitari che vengono rilavorati e quindi riesportati verso l'Africa.

Un altro importante obiettivo per l'industria del pomodoro, questa volta legato alla ricerca internazionale, è la possibilità di ottenere un claim salutistico-nutrizionale per i derivati del pomodoro. A questo proposito la Stazione Sperimentale è presente sia nel Comitato Legislativo del WPTC (World Processing Tomato Council) sia nel Comitato Scientifico della Tomato Foundation, fondazione internazionale no-profit che raccoglie i principali stakeholder del settore e che si sta impegnando per ottenere sia informazioni di carattere salutistico e nutrizionali del pomodoro, sia la costruzione di un progetto che possa portare all'ottenimento dell'EFSA Health Claim. Questo facendo preciso riferimento ad alcuni importanti risultati relativi al prodotto estratto da concentrato di pomodoro Fruitflow, ora commercialmente disponibile in diversi paesi del mondo, cui è stata riconosciuto da EFSA il claim salutistico legato ad un'azione di miglioramento del flusso sanguigno: Fruitflow è stato infatti il primo prodotto in Europa a ottenere un'approvazione sanitaria riconosciuta sulla salute ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 5 del regolamento sanitario europeo 1924/2006 relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute dei prodotti alimentari di EFSA.

Ora, i composti bioattivi presenti nell'estratto WSTC (Water Soluble Tomato Concentrate), denominato commercialmente "Fruitflow", sono sicuramente presenti anche nel concentrato di pomodoro e molti dati di ricerca contenuti nel fascicolo Fruitflow presentati a EFSA a testimonianza dell'efficacia del preparato erano basati proprio su prove in cui pomodoro o prodotti a base pomodoro costituivano elementi attivi; di conseguenza, il progetto che Tomato Foundation in collaborazione con SSICA, Università Complutense di Madrid e NIZO (Centro di Ricerca Olandese) sta cercando di costruire vuole valutare in quale quantità le stesse sostanze bioattive che EFSA ha riconosciuto come Health Claim nel prodotto Fruitflow sono presenti anche nei derivati commerciali del pomodoro.

Nel progetto, SSICA avrà un ruolo fondamentale per la valutazione dei derivati industriali e del loro contenuto in queste sostanze bioattive.

In Giappone è stato fatto qualcosa a questo proposito?

Il Giappone è stato come sempre una delle nazioni all'avanguardia. Il termine FOSHU è l'acronimo nipponico per Foods for Specified Health Uses: nel resto dell'Europa si parla, invece, di functional o health foods, cioè di cibi funzionali.

Gli alimenti FOSHU costituiscono una specifica categoria di prodotti alimentari, diversa dai semplici integratori dietetici e vitaminici. Si tratta infatti di alimenti presenti nella dieta quotidiana, ma che contengono notevoli quantità di sostanze salutistiche in grado di influenzare in maniera positiva il benessere fisico e questo è stato riconosciuto per prodotti derivati naturalmente dal pomodoro, come per esempio succhi più o meno arricchiti, che vengono così corredati di apposita dicitura in etichetta.

Tornando a SSICA...

Con alcune tematiche specifiche di ricerca, anche SSICA sta procedendo proprio nel senso di sperimentare e sviluppare prodotti funzionali a base di pomodoro e di proporre nuove soluzioni ai consumatori, sempre più esigenti, del nuovo millennio.

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, sughi 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...

Antonio Ferraioli (Presidente ANICAV)

La campagna del pomodoro è ormai imminente. Come si preannuncia rispetto alle previsioni?

Parlando del Sud Italia, per il quale si prevede un numero di ettari in linea con quello del 2016, l'auspicio è che la situazione migliori rispetto allo scorso anno nel quale la resa a livello sia agricolo che industriale è stata abbastanza scarsa: le condizioni climatiche nel mese di settembre sono state infatti molto avverse e la parte terminale della campagna è risultata difficoltosa, con una riduzione di resa per ettaro e di resa industriale.

Al Nord, dove invece lo scorso anno la produzione è stata molto abbondante, con condizioni meteo soddisfacenti per tutta la durata della campagna, per il 2017 si prevede una riduzione della produzione.

Tra Nord e Sud quest'anno si dovrebbe scendere da circa 5.2 milioni di tonnellate a 5, con un 50% di questo volume probabilmente diviso tra Nord e Sud.

Sappiamo che ci sono stati problemi riguardo agli accordi con la parte agricola. Com'è andata? Com'è noto, in base a un accordo intercorso nel mese di marzo, il prezzo della materia prima nel Nord Italia è stato abbassato da 85 a 79,75 euro/ton; anche negli altri paesi europei (Spagna, Portogallo, Grecia) e oltreoceano c'è stata una riduzione del costo. In considerazione di ciò, nel Sud Italia abbiamo chiesto alla parte agricola di allinearsi a questo trend anche perché i nostri prodotti, pur essendo in taluni casi di natura specialistica - come il pomodoro pelato che viene prodotto soltanto nel Sud Italia - vanno a concorrere un po' con tutti i derivati: la polpa e la passata, ma anche gli stessi pelati alla fine si collocano all'interno dello stesso scenario, per cui un costo più alto della materia prima ovviamente ci penalizza.

La parte agricola inizialmente non è stata molto recettiva alle nostre richieste, anzi: a fronte della proposta di una riduzione rispetto al prezzo dello scorso anno ci è stato chiesto addirittura un aumento. Ci incontreremo nelle prossime settimane per arrivare a un accordo e siglare i contratti. (N.d.R. L'intesa è stata raggiunta ai primi di giugno, con la conferma dell'intero impianto contrattuale del 2016 sia per la parte normativa che per le condizioni economiche, con un prezzo di riferimento medio di 87 euro/ton per il pomodoro tondo e 97 euro/ton per il lungo).

Quali sono i paesi europei più "temibili" in termini di concorrenza?

A livello europeo la Spagna è un paese che l'Italia dovrà sicuramente fronteggiare nel prossimo futuro, in quanto negli ultimi anni ha avuto una grossa crescita che ha portato a risultati interessanti: per l'anno in corso ha programmato una produzione di 3.2 milioni di tonnellate, quindi si comincia a parlare di produzioni importanti. Al momento si tratta soprattutto di prodotti industriali, pomodori in fusto, sia concentrato che polpe, ma le aziende spagnole si stanno organizzando anche sul retail, per la produzione di polpe in scatola e sughi pronti.

La Grecia è un concorrente meno impattante perché lì la produzione è più scarsa (0.5-0.6 milioni di tonnellate, distribuite fra pochi produttori).

Il Portogallo è senz'altro in crescita ma, puntando molto sulla qualità, è meno concorrenziale degli spagnoli.

Quindi è bene che l'Italia faccia fronte comune...

Il nostro Paese deve senz'altro fare fronte comune e continuare a puntare su prodotti a maggiore valore aggiunto, in linea con la tradizione italiana. È chiaro l'immagine del pomodoro italiano nel mondo è assolutamente premiante, ma è responsabilità nostra mantenere sempre alti gli standard qualitativi che ci caratterizzano puntando sull'innovazione tecnologica, sul lancio di nuovi prodotti e sulla differenziazione rispetto alla concorrenza.

Ed essere uniti. Cosa ci può dire della recente aggregazione fra le due grandi associazioni di rappresentanza delle aziende private di trasformazione del pomodoro, AIIPA e ANICAV?

È nata un'unica associazione dell'industria di trasformazione del pomodoro: a livello privato, ovviamente, perché le cooperative hanno i loro organismi di rappresentanza. Le aziende che facevano parte del settore pomodoro dell'AIIPA (che raggruppa tanti altri settori alimentari) hanno aderito all'ANICAV: si è creata quindi un'unica associazione che potrà tutelare gli interessi delle categorie a tutti i livelli in maniera unitaria.

Fra il distretto del pomodoro del Nord e quello del Centro-Sud, ciascuno caratterizzato da proprie specificità, rimarrà tuttavia una distinzione nella contrattazione del pomodoro e nella programmazione del volume da produrre. Per tutto il resto si opererà in modo congiunto in quanto gli interessi sono coincidenti: cercare di tutelare l'industria del pomodoro sia a livello locale che nazionale e fare fronte comune a livello internazionale.

Le aspettative a livello pratico?

Il vantaggio sarà quello di avere un'interlocuzione unica per problemi di qualunque natura

(come nel caso dell'etichettatura o delle norme di qualità).

Non sarà quindi più necessario che gli uffici del Ministero o dell'UE consultino entrambe le associazioni per sentirne il parere: l'interlocazione avverrà al nostro interno, dove sono presenti gli organismi di rappresentanza delle associazioni che porteranno avanti il fronte comune e forniranno risposte condivise. Questo snellerà e semplificherà un po' tutto.

Vi saranno vantaggi anche per le esportazioni?

Qualsiasi attività si voglia fare a supporto dell'immagine del pomodoro Made in Italy, a tutti i livelli, può essere gestita a livello unitario: non un discorso frazionato, regionale, ma di tutto il territorio nazionale.

All'estero, il nostro pomodoro è conosciuto non come campano, o emiliano, o toscano, bensì come prodotto italiano: nel mondo l'italianità ha una valenza molto superiore alla regionalità.

Anche per contrastare il fenomeno dell'Italian sounding...

Certamente anche per questo. A livello internazionale abbiamo tante imitazioni del pomodoro italiano, ed è importante cercare di fare prevalere la nostra autenticità.

Il problema è grave: ci sono stati interventi efficaci per ridurlo?

Purtroppo il problema continua a essere ancora molto marcato.

Attualmente si stanno concludendo degli accordi che però negli ultimi periodi hanno subito una certa frenata. Per esempio, quello stipulato con il Canada riesce in qualche modo a tutelare meglio la tipicità e l'originalità dei prodotti italiani. Si tratta di un accordo importante e sarebbe auspicabile che il modello che ne è alla base venisse esteso a tanti altri paesi.

E l'Australia?

Il problema dell'Australia, che aveva imposto dazi ai nostri prodotti, è stato in parte risolto nel senso che le autorità australiane hanno accettato l'impostazione che prevede di non tenere in considerazione gli aiuti comunitari che in Italia non esistono in quanto sono parte di una politica agricola comune conforme alle regole del WTO sugli aiuti disaccoppiati conferiti alla parte agricola. Al pomodoro è destinato un piccolissimo aiuto accoppiato che vale 140/150 euro a ettaro ma che, non riguardando solamente il pomodoro ma il mondo agricolo in generale, non c'è nessun motivo di considerare come un incremento nel costo che viene ipotizzato per poter fare i calcoli dell'anti-dumping secondo le regole del WTO.

Ora questo principio è stato accettato e il dazio è stato portato a zero per una pluralità di aziende. Rimane ancora un problema da discutere perché si vuole, in alcuni casi, applicare un prezzo minimo all'importazione: sicuramente, però, sono stati fatti passi avanti rispetto a qualche tempo fa.

Sempre rimanendo oltreoceano, il protezionismo di Trump desta preoccupazione o il suo atteggiamento si è un po' ridimensionato rispetto alle premesse iniziali?

Sembra che adesso Trump abbia altri problemi, ma certamente da parte sua c'è un'impostazione non molto favorevole al libero mercato; si tratterà tuttavia di verificare se il passaggio dalle parole ai fatti potrà essere effettuato nella maniera semplicistica comunicata durante la campagna elettorale.

Esistono degli equilibri internazionali molto complessi che vanno mantenuti per cui, nel momento in cui si vogliono attuare misure che vadano in qualche modo a favorire la produzione locale, bisogna vedere in che modo lo si può fare rispettando le regole del WTO e le relazioni tra i Paesi. È sicuramente una situazione da monitorare con attenzione in quanto il rischio di un arroccamento su posizioni protezionistiche, del tutto negative per lo sviluppo a livello mondiale, è sempre presente. Non penso che i problemi si risolvano alzando muri o elevando barriere doganali. L'unica soluzione è il dialogo perché la storia ci insegna che avere dei mercati il più possibile aperti, dove è possibile fare scambi commerciali andando a privilegiare quelli con la regola della libera concorrenza e del rispetto delle regole generali secondo i sistemi del WTO è la cosa ottimale. Il volere privilegiare o proteggere questo o quel settore applicando dazi che non hanno nessuna ragione di essere alla fine è penalizzante per tutti, per i consumatori e per l'economia in generale.

Consumo interno ed esportazione. Quale dei due campi ci sta dando maggiore soddisfazione nel settore pomodoro?

Sicuramente l'esportazione sta andando molto bene e offre spazi per continuare a crescere. Ci sono mercati in cui il consumo di pomodoro è consolidato, ma che presentano ulteriori margini di miglioramento, e altri che potrebbero ancora esplodere.

Qualche nome di questi paesi?

Sicuramente negli ultimi anni il mondo asiatico, con la Cina in particolare, ha assistito ad un incremento nel consumo di pomodoro. Si tratta ancora di numeri molto piccoli, ma è chiaro che l'apertura a un nuovo tipo di alimentazione e a stili di consumo diversi può portare a una buona affermazione del food Made in Italy, quindi anche del pomodoro. Parliamo di tutto il mondo orientale, escludendo il Giappone dove, essendo il consumo di pomodoro ormai consolidato da anni, i margini di crescita che ci si possono attendere sono più limitati e più assimilabili a quelli del mondo occidentale, in cui il consumo del pomodoro sta assumendo una certa maturità.

Il mercato italiano è invece un po' più saturo anche se, per fortuna, i dati dicono che nell'ultimo anno, almeno a volume, siamo a una crescita complessiva dell'1,8%. Stiamo assistendo a un calo del consumo del pomodoro pelato, a un calo del consumo delle polpe e a un aumento del consumo della passata. È evidente che il consumatore predilige prodotti di più facile utilizzo e probabilmente anche con un rapporto euro/chilo più basso perché, se andiamo a verificare il rapporto euro/chilo a livello di prezzo di vendita a scaffale, la passata è un prodotto che costa sicuramente meno di altri.

Nel Sud Italia, per quanto riguarda il pomodoro pelato, stiamo pensando a un IGP: questo consentirebbe di rilanciare l'immagine di un prodotto che, avendo sicuramente delle caratteristiche di autenticità e di genuinità molto elevate, non può essere venduto solamente per una questione di prezzo, ma deve essere valorizzato per i plus che ha rispetto ad altri. È importante quindi che questo vengano comunicato al consumatore.

Quali sono i principali mercati UE?

Regno Unito e Germania.

C'è qualche strategia che si può mettere in atto per ampliare ulteriormente la presenza del pomodoro italiano nei mercati esteri?

Certamente nei cosiddetti mercati nuovi quello che si può fare è cercare di educare i consumatori all'utilizzo dei prodotti del pomodoro. Prendiamo, per esempio, la pasta al pomodoro: anche in paesi come la Russia, dove il consumo di pasta è molto alto, o la Cina, dove le esportazioni di pasta cominciano ad essere abbastanza significative, questo prodotto viene consumato o non utilizzando condimento (gli spaghetti sono cucinati in brodo) o impiegando condimenti inusuali (per esempio il Ketchup).

Bisognerebbe dunque fare in modo che i consumatori di questi Paesi venissero abituati ad abbinare il consumo di pasta a quello del pomodoro adottando un modello autenticamente italiano. Per ottenere questo risultato si dovrebbero condurre azioni promozionali con l'obiettivo di cercare di educare il consumatore attraverso comunicazioni di marketing fatte a livello di singole aziende che già vendono sui mercati e hanno quindi interesse a promuovere questi prodotti, oppure a livello collettivo.

A maggior ragione questa unità forte che si sta creando fra Nord e Centro-Sud potrebbe favorire questa comunicazione.

Un messaggio finale?

Il pomodoro è un prodotto che ha delle caratteristiche importanti.

Prendiamo per esempio l'aspetto salutistico. È dimostrato scientificamente che il pomodoro ha delle caratteristiche benefiche, è tra i prodotti che fanno veramente bene, e anche se questo è qualcosa che si può cercare di comunicare meglio, sia in Italia che all'estero.

Quindi, se il messaggio è di ottimismo appunto perché il pomodoro è un ottimo prodotto, rico-

nosciuto dal mercato in quanto i consumi ci sono e possono anche aumentare, d'altra parte è innegabile che in Italia, soprattutto al Sud, abbiamo ancora un mondo agricolo-industriale molto frammentato, e c'è necessità di una maggiore e migliore programmazione.

Bisogna agire sul rapporto di filiera, cercando di dialogare con la parte agricola per avere un miglioramento anche varietale e un discorso di maggiori rese che possono aiutare a ridurre i costi e migliorare lo scenario internazionale, ed è anche necessario programmare delle quantità che siano in linea con l'assorbimento del mercato, perché è vero che i mercati sono in crescita, ma non si tratta di crescita a doppia cifra: occorre dunque evitare quelle crisi di mercato dovute a sovrapproduzione che portano i prezzi di vendita al di sotto dei costi di produzione, e cercare di avere sempre un bilancio tra domanda e offerta in modo che questo settore non soffra di problematiche periodiche che poi si ripercuotono sulle aziende. Abbiamo visto nel Nord Italia aziende in difficoltà che hanno chiesto anche procedure concorsuali: questo è un danno per il settore.

Bisogna cercare di avere una programmazione produttiva che consenta alle aziende di operare in uno scenario che sia economicamente compatibile.

Quindi: presidiare i mercati, soprattutto quelli esteri, promuovendo in modo unitario il prodotto italiano; mettere in atto misure per stimolare i consumi, mantenendo i piedi per terra; cercare di avere una programmazione produttiva, con una sana crescita graduale che consenta di non sconfinare come volumi rispetto alle reali possibilità di assorbimento del mercato sono tutte misure da mettere in atto affinché si possa guardare con fiducia e ottimismo al futuro di un settore così importante per l'immagine del Made in Italy come è quello del pomodoro.