

"The Rome Table", l'ortofrutta del Lazio cerca nuovi sbocchi (continua)

Quindi scoperte inattese, ma anche tanta professionalità e soprattutto una specializzazione più che consolidata e una voglia di aggredire altri mercati sono gli elementi che emergono da questo incontro tra gli specialisti dell'ortofrutta fresca, non solo laziale. Operatori che concorrono insieme a formare il 25% del PIL agricolo nazionale e si muovono in un comparto che rappresenta, dopo il vino, la seconda voce dell'export agroalimentare nel nostro Paese per un valore di 4,5 miliardi di euro.

Qui è presente il 30% delle aziende che producono e commercializzano il Kiwi in Italia (Spreafico, Mazzoni, Jingold, Assofruit), un'ampia rappresentanza di operatori specializzati in uva da tavola (prodotto per cui l'Italia è il primo esportatore mondiale), così come imprese di commercializzazione degli agrumi calabresi e siciliani. Ma c'è anche chi produce ed esporta mele e sono presenti tanti produttori specializzati nelle colture orticole, un segmento che per l'elevato livello di qualità raggiunto riesce a tener testa alla concorrenza spagnola (12 miliardi di euro/anno il valore dell'export in ortofrutta fresca), sempre più egemone nelle produzioni frutticole mediterranee.

"L'Italia è anche una somma di produzioni specialistiche eccellenti - conferma Antonio Felice profondo conoscitore del comparto ortofrutticolo - e gli ortaggi sono in forte recupero: c'è una ripresa del pomodoro (siamo i primi nella UE per i datterini), una tradizione consolidata per il radicchio rosso in Veneto, siamo produttori eccellenti di insalatine di IV gamma, abbiamo una forte specializzazione nella produzione di cavolfiori". E così anche i buyer stranieri, quasi sempre corteggiati e spesati per visitare ed entrare in contatto con le nostre aziende, mostrano tutto il loro interesse per le produzioni ortofrutticole italiane. All'appuntamento ci sono 30 importatori, suddivisi tra responsabili commerciali di catene della GDO, importatori con magazzino che curano quindi anche la distribuzione nei paesi di approdo, agenzie di import-export che trattano il prodotto solo per via telefonica o telematica. Oltre ai classici Paesi del centro e nord Europa, sono rappresentati molti mercati di destinazione extraeuropei: da Dubai all'Arabia Saudita, ma anche Canada, USA, Brasile e Cina.

Danilo Mollicone, uno dei titolari di Pamarte una società del gruppo HM (30 milioni annui di fatturato) che opera a Parigi presso il mercato di Rungis, il mercato agroalimentare all'ingrosso più grande del mondo, e che si dedica da oltre 30 anni all'importazione di prodotto ortofrutticolo italiano ci conferma che "il Lazio cresce e si sta specializzando con notevoli risultati. Dalle cooperative e dalle aziende ortofrutticole dell'agro pontino (Terra degli Orti, Agro circe 2000, Centro Lazio, Sabor, ecc.) provengono molti dei prodotti destinati al mercato parigino: dalle angurie al cavolo rapa, dal kiwi alla fragola di Terracina".