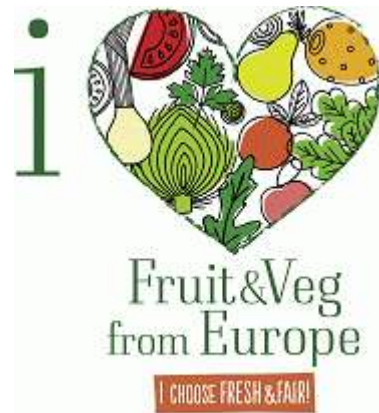




Riparte il programma "I Love Fruit & Veg From Europe" Le OP protagoniste nella sostenibilità



Cresce del 9,5%, solo nei primi 5 mesi del '23, l'export italiano di frutta e verdura: 2,3 miliardi di euro rispetto ai 2,1 miliardi del 2022. Dati forniti dall'International Trade Centre evidenziati in un evento che ha rilanciato il programma "I Love Fruit & Veg From Europe" sostenuto dalle organizzazioni di produttori Agritalia, A.O.A., La Deliziosa, Meridia, Terra Orti e cofinanziato dalla Commissione Europea.

E' ripartito dunque da una prestigiosa terrazza romana, nel centralissimo quartiere Monti, il programma con cui Bruxelles punta a incentivare l'acquisto e il consumo stagionale di prodotti ortofrutticoli Made in Ue, inclusi quelli biologici e con marchi di qualità per un'alimentazione più sana, sicura e sostenibile. "Un programma denso di appuntamenti che, nel triennio, coinvolgerà Italia, Francia, Spagna e Germania. Si comincia già dalla Fruit Attraction dal 3 al 5 ottobre a Madrid", ha spiegato Emilio Ferrara, direttore di Terra Orti, 120 soci in varie regioni con sede a Eboli.



Emilio Ferrara e Gennaro Velardo

Ferrara, come pure Gennaro Velardo, suo omologo in AOA (base a Scafati, Salerno, che raccoglie 15 coop del centro-sud sono tra i protagonisti dell'ortofrutta in una delle zone più pregiate del Mezzogiorno, l'uno dalla Piana del Sele, l'altro dall'agro sarnese-nocerino: produzioni di eccellenza in quantità adeguate per i grandi mercati, (la Campania ha ben 30 DOP/IGP nel fresco), piattaforme logistiche efficienti e prodotti unici come la Rucola IGP della Piana del Sele, il carciofo di Paestum dalla tradizione secolare, il Granato di Paestum che cresce nelle colline di quella zona da duemila anni.

E, ancora il fico bianco del Cilento, i marroni di Roccadaspide, la mela Annurca che, dal punto di vista del marketing, se la batte con i colossi trentini e tirolesi, il pomodoro San Marzano che, dice Velardo, "è la dop più famosa al mondo". E poi asparagi (quelli bio sono ricercatissimi in Germania), cavolo rapa, ravanelli e tanto pomodoro per l'industria della trasformazione.



"Frutta e ortaggi – ha ricordato Ferrara – sono alla base della piramide alimentare, come l'acqua". E freschi garantiscono un apporto nutrizionale maggiore, sebbene – come suggerisce la guida del programma – i valori nutrizionali di alcune verdure aumentano proprio grazie alla cottura, le carote, ad esempio, o i pomodori. Attenzione all'acqua di cottura, non buttarla perché contiene i nutrienti delle verdure.

La promozione dei prodotti freschi europei, insomma, passa sia dalla divulgazione scientifica e dai consigli pratici sia dalla "una comunicazione che tenga insieme prodotti e territori", raccomanda Velardo riconoscendo che alcuni territori sono finora "più lenti" di altri sia nella promozione di un consumo consapevole, sia nella promozione di eccellenze e buone prassi.

Ferrara spiega i protocolli certificati adottati ormai da diversi anni nella Piana del Sele in linea con la strategia Ue "dal campo alla tavola" per una tracciabilità del prodotto lungo tutta la filiera. A spanne, il 40% dei produttori della zona è passato a una produzione biologica e altrettanti a residuo zero. Si tratta di una clausola fondamentale se si vuole promuovere un consumo consapevole e uno stile di vita sano. Un prodotto bio, infatti, rappresenta un uso responsabile di energia e risorse, contribuisce al mantenimento della qualità delle acque, della biodiversità e degli equilibri ecologici regionali e migliora la fertilità del suolo.



"Per tutto questo le organizzazioni dei produttori sono importanti: il 50% del prodotto ortofrutticolo italiano veicola attraverso le OP – ricorda Velardo – e le OP garantiscono più di altri la sostenibilità sociale con la loro attenzione ai temi etici e ambientali. Noi produttori investiamo molto in questo. E anche questo dobbiamo imparare a comunicarlo".

Ma torniamo ai numeri: la performance italiana sta nel trend dell'Ue che è passata da un export di frutta e verdura di 46,51 miliardi di euro nel 2021 a 48,97 miliardi nel 2022 (+5,3%), e che ha visto l'Italia pesare con 5,26 miliardi. La Germania è il primo paese per export della produzione italiana di frutta e verdura con un valore di 1,61 miliardi, seguita da Francia (477 milioni di euro), Austria (351 milioni di euro), Spagna (233 milioni di euro) e Polonia (218 milioni).

Nel dettaglio il dato dell'export mondiale di ortaggi nel 2022 è stato pari a 50,2 miliardi di euro, in crescita rispetto ai 46,3 miliardi del 2021. L'Unione Europea pesa per ben il 44,6% dell'export totale in valore di ortaggi (con i Paesi Bassi e Spagna secondo e terzo esportatore al mondo). A livello di singoli paesi, il Messico è il primo esportatore al mondo seguito da Paesi Bassi, Spagna, Cina, Stati Uniti, Canada, Francia e Italia. Altri paesi UE con un export consistente di ortaggi sono il Belgio, la Polonia e la Germania. L'export UE passa dai 17,2 miliardi del 2020 ai 22,3 del 2022. L'Italia rappresenta il 3,3% dell'export mondiale di ortaggi, ottavo esportatore mondiale.

Riguardo la frutta l'export mondiale è cresciuto dell'1,7% anche se non omogeneamente a livello di singoli paesi esportatori. Nel mondo, il valore dell'export di frutta nel 2022 è stato pari a 116,5 miliardi di euro. L'Unione Europea pesa per ben il 25,2% dell'export mondiale di frutta e, nel suo complesso, è il maggiore esportatore di frutta mondiale. L'Italia è il dodicesimo paese per export (3,2%).

Fonte: F.A. per FreshPlaza

Data di pubblicazione: ven 29 set 2023

