

Coldiretti e Filiera Italia a Madrid per Fruit Attraction, ortofrutta italiana da record ma serve strategia sulla logistica

Coldiretti e Filiera Italia sono presenti a Fruit Attraction a Madrid, che si conferma uno degli appuntamenti più importanti al mondo per il settore ortofrutticolo. Una crescita, quella della fiera spagnola, che secondo le due associazioni è resa possibile da una strategia nazionale unica e da un sistema logistico efficiente, dall'aeroporto alle infrastrutture di ricezione, che ha consentito alla Spagna di diventare leader in Europa con 13 milioni di tonnellate di frutta e verdura esportate, pari a metà delle forniture comunitarie. Se vogliamo restare competitivi dobbiamo investire anche in Italia su una logistica moderna ed efficiente, sottolineano Coldiretti e Filiera Italia. La Spagna è oggi un grande esportatore ma anche un grande importatore, con 5,4 milioni di tonnellate acquistate per un valore di 7 miliardi di euro, un mercato quindi strategico anche per le nostre imprese. Secondo l'analisi Coldiretti, nel primo semestre 2025 l'export ortofrutticolo italiano ha registrato un +8% in volume e +14% in valore rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con ottime performance per frutta fresca e secca. Un ulteriore balzo in avanti dopo il record storico delle esportazioni fatto segnare nel 2024. Restano però forti criticità: dal calo della produzione, legato a cambiamenti climatici estremi e a ritardi negli investimenti sulle infrastrutture irrigue, fino alla concorrenza sleale dovuta a fitofarmaci vietati in Italia ma consentiti in altri Paesi Ue o usati nei Paesi terzi. "Abbiamo ottenuto che la Commissione europea inserisse nella Vision la riformulazione dei limiti sui residui e l'assimilazione tra importazioni e uso interno, ma servono atti concreti e non solo dichiarazioni di intenti – evidenzia Luigi Scodamaglia responsabile internazionalizzazione, mercati e politiche comunitarie di Coldiretti e Ad di Filiera Italia – Non possiamo più accettare un'Europa che penalizza i nostri agricoltori mentre apre i mercati a produzioni che non rispettano le stesse regole. Dobbiamo inoltre porre fine alle frodi che vengono effettuate trasformando in italiana o spagnola l'ortofrutta proveniente da paesi come l'Egitto ed il Marocco. che passino da Gibilterra o da qualsiasi porto questo fenomeno deve essere fermato una volta per tutte ne va la credibilità dell'Unione Europea". Altro tema al centro della fiera quello dei costi di produzione: dopo la mobilitazione dei 20mila agricoltori italiani sul grano avvenuta venerdì scorso, Coldiretti chiede la stessa trasparenza anche per l'ortofrutta e annuncia che denuncerà le catene distributive che acquistano sottocosto. Accanto alle criticità emergono anche i punti di forza: dalla crescita dell'export per prodotti come mele, uva da tavola e kiwi, alla necessità di superare le barriere fitosanitarie per aprire nuovi mercati, fino alla valorizzazione dell'immagine del Made in Italy anche nell'ortofrutta, così come avviene già per vino, formaggi e salumi. "Il prestigio del Made in Italy deve valere anche per la nostra ortofrutta, dalle pere Abate in Germania al pomodoro italiano negli Stati Uniti, tanto imitato quanto i grandi formaggi, spiegano Coldiretti e Filiera Italia. Per competere serve una vera aggregazione delle imprese e una riforma dell'OCM che premi le organizzazioni forti e rappresentative non quelle pseudo familiari. Solo così potremo trasformare le opportunità globali in una autostrada per la competitività del nostro settore.