



IL CAROVITA VISTO DALL'ORTOMERCATO

FRUTTA E VERDURA COME GIOIELLI

Gianni all'interno

L'uva più costosa si vende di meno. Aumentano gli acquisti di ortaggi "poveri": dalle patate alle cipolle e alle verze. La domanda si contrae con la perdita di potere d'acquisto

Uva addio, a tavola patate e verze Il carovita visto dall'ortomercato

Rincarì incontrollati su tutta la filiera, schizzano i prezzi. Il grossista: consumi calati del 14%, famiglie impoverite

MILANO

di Andrea Gianni

L'uva, più costosa, si vende di meno. Aumentano gli acquisti di ortaggi "poveri": dalle patate alle carote, dalle cipolle alle verze. Salgono i prezzi di frutta e verdura, la domanda si contrae di pari passo con la perdita di potere d'acquisto delle famiglie. All'ortomercato di Milano, all'alba, l'attività è frenetica. Montagne di cassette di frutta e verdura vengono caricate su camion e furgoni da un esercito di operai, destinate a negozi e ban-

carelle e quindi alle tavole. Nel mercato ortofrutticolo all'ingrosso più grande d'Italia si avvertono gli effetti dei rincari che, a stipendi invariati, stanno svuotando le tasche degli italia-

L'ALLARME

Con l'inverno situazione peggiore «Ulteriori aumenti per il fattore energia sulle serre»

ni. «Lo scorso settembre abbiamo registrato un calo dei consumi di frutta e verdura del 13-14% rispetto a settembre 2021», spiega Antonio Catalano, Ceo della Gala Fruit e presidente dell'associazione di grossisti Acmo. «Per effetto dell'aumento dei prezzi

– prosegue – finora il calo di valore è contenuto fra il 4 e il 5%. Quando una famiglia perde potere d'acquisto riduce i consumi, e questo contrae la domanda. È matematico». Analizzando

Data: 14.10.2022 Pag.: 1,3
 Size: 1033 cm2 AVE: € 48551.00
 Tiratura:
 Diffusione:
 Lettori:



il "borsino" dell'ortomercato, i prezzi all'ingrosso schizzano tutti verso l'alto: le arance "Valencia late" costano in media il 42% in più rispetto all'anno scorso, la lattuga segna un +65%, le patate si contengono con un +8%, i pomodori Piccadilly salgono del 19%, solo per citare alcuni prodotti. «Pesano i rincari dell'energia e dei trasporti - prosegue Catalano - l'inflazione, la siccità che ha colpito diverse zo-

ne produttive italiane e straniere. Finora il Governo non ha fatto niente di concreto». Rincari spalmati su tutta la filiera che dai campi porta agli scaffali. «L'arrivo dell'inverno potrebbe incidere più pesantemente - sottolinea Nicola Zaffra, direttore dei mercati ortofrutticoli Sogemi - anche perché il costo dell'energia influisce ancora di più sui prodotti da serra. Notiamo che il consumatore sta cambiando abitudini: riduce le quantità o si sposta verso prodotti a

basso costo, come le patate. Invece di comprare pomodori a 5 euro al chilo, compra quelli da due euro». Gioca la sua parte, nell'altalena dei prezzi, anche l'aumento del costo degli imballaggi. «Per noi il costo della carta e del cartone è raddoppiato, e quello dell'energia è più che decuplicato», spiega Valentina Zago, dg del Gruppo Pro-Gest, uno dei maggiori produttori di packaging per alimenti. «Sta diventando troppo tardi per intervenire».



Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile

Data: 14.10.2022

Pag.: 1,3

Size: 1033 cm2

AVE: € 48551.00

Tiratura:

Diffusione:

Lettori:



Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile

