

La situazione attuale del mercato del Miele Italiano

Intervista a Raffaele Terruzzi

di Giampaolo Palmieri

E' tempo di bilanci e di capire un po' la situazione del Mercato del Miele e del settore. Abbiamo quindi intervistato Raffaele Terruzzi Presidente del Gruppo Miele di Union Food (ex AllPA), la sezione della Confindustria che riunisce il settore alimentare (Federalimentari).



D : Presidente Terruzzi, a dicembre dello scorso anno ci siamo sentiti in un quadro di mercato assolutamente disastroso: le aziende apistiche italiane denunciavano una produzione scarsa, anche perché era praticamente stato perso il raccolto sulla Robinia e mancavano inoltre all'appello molte fioriture pregiate: nonostante questo il prodotto non veniva ritirato, se non a prezzi infimi, perché grossi quantitativi di miele ucraino, a bassissimo costo, aveva intasato il mercato nazionale. Tale congiuntura si era unita a quella di difficoltà sopraggiunte nell'esportazione del miele italiano. Una situazione che aveva chiamato tutti ad forte senso di responsabilità, tanto che i rappresentanti delle principali Associazioni Nazionali di Apicoltori hanno accettato di partecipare ad un tavolo di filiera da Lei proposto. Ad un anno di distanza la situazione del mercato è mutata e come?

R: Fortunatamente la situazione critica lamentata sembra superata. Il quadro generale è migliorato per diversi fattori che schematicamente si possono così riassumere:

1. il mercato internazionale si è un po' modificato. Più in dettaglio la situazione dell'import e dell'export si presenta ora così:
 - Il miele ucraino, pur avendo ancora prezzi competitivi propone quest'anno partite di miele con forte presenza di girasole che per gusto e per la rapida e non perfetta cristallizzazione risulta poco gradito al pubblico e quindi di più difficile commercializzazione.
 - Il miele argentino ha ormai quotazioni che non lo rende più competitivo con quello italiano.
 - La produzione cinese di quest'anno è fortemente dominata da essenze floristiche che conferiscono un sapore che ricorda la rapa e quindi anche questo è poco gradito ai consumatori.
 - Il miele millefiori dell'Est Europa è, anch'esso lievitato di prezzo e quindi ha ridotto la sua capacità concorrenziale con il miele italiano, in compenso in questi paesi è mancata completamente la produzione sulla Robinia e, per tanto, il miele di Acacia italiano ha raggiunto quest'anno, nelle transazioni di grossi lotti, quotazioni di tutto rilievo (dai 7,7 Euro a 8,50 Euro iva compresa)
 - Il mercato francese e del Nord Europa hanno ripreso a consumare Miele Italiano rivitalizzando un export che lo scorso anno era fortemente in crisi per delle problematiche qualitative che pensiamo ora di aver superato.

2. La svolta consistente dello scenario nazionale è però stata data dal mercato interno. L'emergenza sanitaria derivata dal Covid 19 ha portato gli italiani a rivedere la propria alimentazione, migliorandola e rendendola più attenta ed integrata con prodotti naturali e salutari. Abbiamo quindi avuto un incremento dei consumi di mieli e una decisa preferenza per quelli di qualità. Questo ha sbloccato in modo decisivo la stagnazione del mercato del miele che aveva dominato in modo preoccupante il secondo semestre 2019.

D – Ho molto apprezzato, lo scorso anno, il Suo impegno nel realizzare il Tavolo di filiera che aveva fra gli obiettivi proprio quello di affrontare le problematiche dell'apicoltura in modo concertato e coordinato fra tutti gli attori del settore. Fra le problematiche emerse e fra gli obiettivi che il "Tavolo" si è dato, ricordo: la necessità di sbloccare il mercato del miele, la presenza di zuccheri nei mieli per eccessiva alimentazione stimolante, gli inquinanti ecc. Capisco che in quest'anno di emergenza sanitaria si è potuto operare poco ma qualche passo, verso gli obiettivi previsti è stato fatto?



R- La situazione difficile dello scorso anno è stato un potente stimolo sia per intraprendere una proficua collaborazione fra le diverse componenti della filiera e, in questo, abbiamo avuto una risposta molto positiva e costruttiva da parte dalle Associazioni Nazionali degli Apicoltori; contestualmente abbiamo constatato, con soddisfazione, anche un forte impegno delle singole realtà di industriali di ritiro e confezionamento del prodotto, nostre associate. Direi che i risultati positivi sono stati parecchi, a dimostrazione che quando si superano gli steccati e si cerca la collaborazione anche gli obiettivi ambiziosi possono essere raggiunti!!! Possiamo vedere tali aspetti nel dettaglio:

- Il "Tavolo" ha potuto esercitare un'azione articolata di lobbying sulla GDO (Grande Distribuzione Organizzata = catene dei supermercati) affinché sia valorizzato il Miele Italiano anche sui banchi di vendita. Purtroppo fino ad ora molte realtà della GDO puntavano solo sul proporre miele a prezzi sempre più bassi mentre attualmente sono diverse le "catene" che presentano una gamma più ampia di qualità, differenziata nel prezzo, proponendo anche più "linee" di miele italiano. Il lockdown ha poi incrementato il canale di vendita della GDO perché il consumatore, per il distanziamento sociale, ha diradato gli acquisti diretti alle bancarelle dei mercati.
- La buona primavera 2020 ha ridotto il ricorso degli apicoltori alle nutrizioni di soccorso e a quelle stimolanti con zuccheri agli alveari. Ma non di meno è stato anche il risultato di una azione di sensibilizzazione operata sui produttori da parte delle Associazioni apistiche che ben hanno recepito l'allarme portato al "Tavolo" dalle aziende industriali circa i rischi sulla perdita di immagine all'estero del Miele Italiano come prodotto di qualità proprio per la presenza di zuccheri estranei. La nostra organizzazione inoltre ha stipulato un accordo con la Società Floramo, laboratorio leader mondiale, nelle analisi chimiche del miele affinché ci sia un "filtro qualitativo" che garantisce anche il miele italiano destinato all'export (come già avviene per l'import). Tutte queste azioni hanno permesso di riattivare gli sbocchi esteri del prodotto nazionale. Attualmente stiamo registrando, ad esempio, un buon accoglimento del miele italiano di melata nel Nord Europa, sfortunatamente la produzione italiana di questo specifico prodotto non è sufficiente a soddisfare la richiesta.

- Il “Tavolo” inoltre ha fortemente potenziato la capacità del settore di fare “lobbying”. Poter rappresentare tutta una filiera, tutte le componenti di un comparto produttivo da una grande potenzialità di interlocuzione con il mondo politico e i risultati non si sono fatti attendere: l’apicoltura è l’unico ambito agricolo che non ha subito decurtamenti ma anzi è stato potenziato nelle risorse ed stato più volte al centro di attenzioni e contrattazioni.

D: scusa se ti interrompo ma, visto il tuo osservatorio privilegiato, ti chiederei un approfondimento sul quadro della qualità della produzione 2020. Che immagine scaturisce dalla molte analisi che avete fatto effettuare presso i laboratori “Floramo”.



R - Risultati eccellenti direi !!! Forse per una migliore consapevolezza dei produttori che sono ora molto più attenti alla qualità del prodotto anche sotto il profilo degli inquinanti derivati dall’ambiente o da pratiche di allevamento (alimentazione). In questo, però non dobbiamo abbassare la guardia perché tale risultato è frutto anche di un’annata assolutamente particolare: una primavera ottima che non ha richiesto il ricorso massiccio ad alimentazioni integrative per lo sviluppo degli alveari e un lockdown che ha fermato le attività del uomo e con esse anche molte cause di inquinamento ambientale. I controlli sulle molecole C13 per gli zuccheri estranei, sul piombo e metalli pesanti e su residui di insetticidi, in sintesi ci hanno fornito un quadro molto positivo e confortante sulla produzione 2020.

D: Accennavi prima che la produzione di Miele Italiano di Melata è molto inferiore alla richiesta sul mercato estero ...

R - Quest’anno complessivamente abbiamo avuto buone produzioni anche a livello quantitativo ma con alcuni distinguo. Consistente la produzione di Miele monoflora di Castagno (e anche di ottima qualità) ma forse in quantità eccedente di quanto richiede questo specifico segmento di mercato. Un discorso particolare merita il Miele di Acacia che, almeno in Italia, quest’anno, un po’ se ne è fatto! Purtroppo è risultato più scuro di quanto previsto nelle normative di caratterizzazione di tale miele. Veramente un peccato dato che, per i motivi sopra esposti, finalmente spuntava prezzi pienamente remunerativi !! Grazie ad una azione di lobbying siamo riusciti a chiedere al Ministero una deroga sul parametro colore, ovviamente in presenza di tutte le altre caratteristiche previste per questo Miele (organolettiche e polliniche) in questo modo stiamo riuscendo ad ottenere una remunerazione più confacente ed adeguata per i produttori.

D. Obiettivi futuri del “Tavolo”?

R – Tanti, ovviamente!!! Ma le priorità saranno decise insieme, fra i diversi rappresentanti della filiera e nel contesto di ciò, che al momento, presenta le condizioni propizie di intervento perché poi, siamo tutti molto concreti e vogliamo risultati tangibili in tempi relativamente brevi.

Giampaolo Palmieri