

Giombattista Gambuzza

Amministratore Delegato Vittoria Mercati Srl

Il mercato ortofrutticolo di Vittoria, si estende in contrada Fanello per ben 25 ettari ca., vi operano 74 concessionari in una superficie coperta di 18.600 mq. Al centro del mercato un'imponente struttura di 2000 mq contiene delle celle frigo e non è mai stata utilizzata. Il mercato, inaugurato nel marzo del 1986, avrebbe necessità di manutenzione ordinaria e straordinaria, oltre alla messa in sicurezza.

Entreranno in funzione a breve dei pannelli audiovisivi, realizzati da un consorzio fra comuni, dove scorreranno in tempi reali i dati dei mercuriali agricoli che verranno compilati quotidianamente.

Il mercato di Vittoria è il decimo mercato italiano per volumi d'affari ed il primo relativamente alla produzione.

Da delle stime circa 2,5 milioni di quintali di prodotto, in particolare il pomodoro, vengono commercializzati in questo mercato, provenienti dalla fascia costiera che va da Marina di Ragusa a Licata. Il volume d'affari del mercato si aggira fra i 120 ed i 150 milioni di euro a seconda delle annate.

La merce che transita dalla struttura per il 70-80% è destinata al mercato interno italiano, di cui la metà nel meridione.

Il contenzioso è molto alto, ed è una piaga rituale che andrebbe eliminata. La società di gestione Vittoria Mercati srl si prefigge di dare servizi utili ai concessionari per metterli in grado di difendersi da queste problematiche che inevitabilmente si ripercuotono sull'agricoltore. La società di gestione fu costituita, per volere dell'attuale amministrazione comunale, qualche mese fa per la gestione del mercato ortofrutticolo di Vittoria, abbandonato da tanti anni a se stesso e senza un direttore.

Dalla proiezione di alcune diapositive è stato messo in risalto come nel mercato internazionale tutti i paesi del bacino mediterraneo vogliono vendere in Europa. La produzione di Vittoria e del suo circondario in quest'area rappresenta circa il 1-2% di tutta la produzione e pertanto risulta essere molto bassa.

Per aiutare i produttori a vendere meglio **bisogna avere una specializzazione differenziata, con una selezione di uno o più segmenti del mercato che producono prodotti di alta qualità al massimo prezzo.**

La politica di produrre grandi quantità a prezzi bassi non fa per la nostra area visto l'esiguo spazio di mercato in cui ci collochiamo, quindi bisogna trovare e sviluppare delle specializzazioni. In quest'ottica è stato creato dalla Vittoria Mercati un consorzio per la valorizzazione dell'ortofrutta saporito. Tutta l'ortofrutta si compra oramai nei supermercati. Questo consorzio si prefigge di fare scuola tra gli imprenditori agricoli per la produzione di determinati prodotti ortofrutticoli riconoscibili per caratteristiche costanti sia in aspetto che nel gusto.

Quello che manca oggi è la programmazione, avere chiari gli obiettivi da raggiungere ed avere anche a supporto un'adeguata logistica.

Il prodotto deve essere accompagnato da propri venditori fino al consumatore. Questo oggi nell'ortofrutta non esiste, tutto viene messo all'ammasso o nei mercati ortofrutticoli o presso la grande distribuzione che vuole un suo marchio. Bisogna formare una nuova classe di giovani agricoltori a saper coltivare ed a saper vendere i propri prodotti, i protagonisti di noi stessi siamo noi.

Giovanni La Via

Deputato Parlamento - Membro Commissione Agricoltura e Sviluppo Rurale

“Ogni crisi è in fondo anche un'opportunità”. Oggi la Cina ha un tasso di crescita annuo del 10% l'India del 8-9%, alcuni paesi del Sud America si attestano a dei valori intorno al 5-6%, l'Europa nell'ultimo decennio e di poco superiore al 3% e l'Italia si attesta circa all'1% annuo. Questo significa che ci sono paesi che crescono molto più di noi, producono molta più ricchezza ed in questi paesi si sviluppano classi abbienti capaci di spendere per consumi di elite. Abbiamo quindi oltre al grande mercato europeo altri consumatori ricchi che si affermano sul piano internazionale.

Noi oggi non riusciamo a raggiungere questi consumatori ricchi perché carenti in termini di infrastrutture.

Nel mercato europeo, in buona parte saturo, i consumi non crescono. Siamo costantemente attaccati da “competitors” che hanno costi dei fattori di produzione nettamente più bassi dei nostri.

Pertanto, non avendo costi di produzione bassi, potremo vincere la sfida di mercato solo in termini di “differenziazione” e di “qualità”.

Bisogna, inoltre, tenere conto anche della c.d “logistica”, quest'anno per esempio, col nuovo codice della strada sono cambiate le multe erogate agli autotrasportatori, diventate più costose e sono state dettate nuove regole che di fatto hanno allungato i tempi di consegna delle merci allontanandoci ancora di più dai mercati.

La logistica e le infrastrutture hanno quindi una grande importanza nei mercati. La strategia passa dalla competizione basata sul prezzo, che non possiamo fare perché non siamo leader di costo,

alla competizione fatta sulla differenziazione, basata essenzialmente sui servizi e sulla qualità. Avere delle ottime e grandi infrastrutture di trasporto ci potrà aiutare ed agevolare tantissimo nell'allargare i nostri mercati.

Oggi l'Unione Europea destina il 42% del proprio bilancio alla politica agricola comune.

L'ortofrutta in questo bilancio incide per il 16% ed intercetta il 3% delle risorse del bilancio agricolo.

Non possiamo pensare di presentarci in Europa con 100 marchi diversi, dobbiamo invece **valorizzare sempre più il “brand Sicilia” perché nel mondo tutti sanno da dove proviene ed a quale parte di territorio si riferisce.**

Dobbiamo valorizzare sempre più le associazioni tra produttori ed invertire la marcia diversamente a come si è fino ad ora fatto. Dobbiamo sempre più investire in ricerca e sviluppo per essere competitivi.

La ricerca è il primo fattore strategico per essere competitivi.

Indirizziamo ricerca e sviluppo verso infrastrutture che ci avvicinino ai nuovi mercati con mezzi di trasporto efficienti.

Abbiamo tanti elementi su cui lavorare, l'aeroporto è uno di questi.

Bisogna però migliorarne le strutture, tutti gli aeroporti da Roma in giù non offrono qualità di servizi efficienti. Anche l'aeroporto di Comiso quindi visto in tal senso potrà essere uno strumento di crescita per il territorio e questo sarà possibile solo con lo volontà di tutti ed a piccoli passi.

IL PORTO DI POZZALLO

Mario Cugno

Presidente Asso Servizi Portuali - Associazione fra imprenditori e Comune di Pozzallo

Il porto di Pozzallo rientra fra quelle infrastrutture della Provincia di Ragusa, assieme all'aeroporto di Comiso ed all'autoporto di Vittoria, sinergica allo sviluppo della "Provincia Iblea". In Sicilia solo Catania e Palermo hanno nella stessa provincia un aeroporto ed un porto.

Ritengo auspicabile uno sviluppo dell'aeroporto di Comiso non solo in termini di trasporto passeggeri (aspetto turistico), ma anche e soprattutto sotto l'aspetto commerciale, con scambi di merci e prodotti, assolutamente assente, oggi, nella struttura aeroportuale di Catania.

Nella provincia di Ragusa manca un "disegno rispetto alle infrastrutture", cioè non si riesce ancora a governare quelle infrastrutture che di fatto già esistono sul territorio.

La nascita del porto di Pozzallo si deve molto a degli imprenditori locali che con spirito eroico e solo con le proprie forze circa dieci anni fa si sono attivati per la sua nascita.

Dopo un anno di lavori è nata l'ASSO SERVIZI PORTUALI associazione che oggi ha il compito di fare chiarezza ed operare nella "governance" del porto di Pozzallo.

Quest'ultimo oggi, movimentata circa un milione e mezzo di tonnellate di merci.

Tante le criticità del porto di Pozzallo che si sono determinate negli anni e che rallentano la capacità produttiva.

Ad esempio, sono state sequestrate dall'autorità giudiziaria due navi e questo non ha fatto che dimezzare per il porto la sua capacità

operativa. Nel porto possono infatti essere ospitate quattro navi e se due sono ferme in pianta stabile, occupano di fatto spazio e dimezzano l'operatività commerciale.

Altra criticità, la messa in sicurezza del porto, che potrebbe essere essa stessa un valido strumento urbanistico se utilizzata e sviluppata nelle giuste direzioni.

Il porto di Pozzallo, non ha manutenzione ordinaria, il Genio Civile agisce in condizioni straordinarie con un limite di 150.000,00 euro.

Non esiste un impianto antincendio se non quello messo in atto dagli operatori che si sono dati da fare contribuendo con propri fondi. Per quanto riguarda l'impianto d'illuminazione si sta facendo qualcosa attingendo a dei fondi speciali del Genio Civile.

Ad oggi il porto di Pozzallo è un porto regionale e dipende non dalla regione Sicilia, ma da tre assessorati: l'assessorato territorio ambiente, l'assessorato lavori pubblici e l'assessorato trasporti. La cosa grave è che spesso questi assessorati non dialogano tra di loro procurando così ritardi nelle progettualità e nei servizi.

La capacità operativa e funzionale del Porto di Pozzallo, dipende dall'intervento congiunto dei diversi operatori sia pubblici che privati che operano o lo governano, ognuno con proprie finalità, ma tutti coinvolti e corresponsabili nella qualità del servizio offerto. L'ASSO SERVIZI PORTUALI di POZZALLO ritiene che il porto è una struttura funzionale allo sviluppo economico e sociale di tutta la provincia iblea. Ritiene che questo bene si alimenta in funzione della qualità dei servizi che riesce ad erogare non solo all'interno della provincia, ma in tutto il contesto del mediterraneo.

Per attuare tutto questo bisogna pertanto passare da una logica di spesa ad una d'investimento. Bisogna passare dalla logica della non organizzazione alla logica dell'organizzazione, della non qualità a quella della qualità.