

STAGIONALITÀ • IL CONSUMO SI CONCENTRA E SI ESAURISCE IN UN BREVE PERIODO

# Asparagi: una sfida aperta al mercato

Tasso di penetrazione basso. Vendite localizzate al nord. Scarso valorizzazione delle specie e qualità organolettiche

Fabio Lunati

**A**l mondo esistono circa 300 diverse specie di asparagi, molte delle quali coltivate nei paesi dell'Unione europea. In Italia il consumo di asparagi si attesta intorno alle 20.000 tonnellate annue, per un giro d'affari al dettaglio stimabile intorno ai 70 milioni di euro. Il livello dei consumi mostra un andamento oscillante, che rispecchia l'influenza del clima sulla disponibilità annua di prodotto. In pratica, l'impressione è che il mercato si limiti ad assorbire l'offerta che si rende disponibile di anno in anno, ma non ne stimoli la differenziazione e la crescita qualitativa.

## Le potenzialità

La presenza di asparagi sulle tavole delle famiglie italiane è probabilmente inferiore alle potenzialità del prodotto per una serie di motivi.

In primo luogo, il calendario commerciale è molto breve: la quasi totalità degli acquisti si concentra tra aprile e giugno, in concomitanza con l'arrivo sul mercato della produzione nazionale.

In secondo luogo, la produzione italiana è incentrata sulle varietà di colore verde, mentre nel resto d'Europa il 90% dell'offerta è di asparagi

bianchi. Per ultimo, l'asparago è un prodotto nei cui confronti esistono alcune barriere psicologiche da parte del consumatore, riconducibili alla presenza di un enzima che conferisce un odore caratteristico alle urine.

## La catena del valore

Malgrado i limiti ricordati, la catena del valore mostra come l'asparago sia in grado di generare margini di reddito interessanti per gli operatori della filiera coinvolti.

L'asparago emerge da questa analisi come prodotto di pregio, ma dal

## Da valorizzare e comunicare

- ✓ Elenco delle caratteristiche nutrizionali dell'asparago.
- ✓ L'asparago mantiene in salute.
- ✓ Gli asparagi verdi sono prodotti nostrani.
- ✓ Le varietà bianche sono tipiche del nord-est.
- ✓ L'asparago verde di Alto Adige è un prodotto Igp.

## I key factor dell'asparago per il trade

### Punti di forza

- Offerta diversificata: asparagi verdi e bianchi
- Prodotto stagionale
- Tradizioni produttive radicate in Italia

### Punti di debolezza

- Caratteristiche nutrizionali poco note
- Periodo di vendita breve
- Barriere psicologiche all'acquisto

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

## La catena del valore dell'asparago



\*Ccia Bologna, anno 2003

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

consumo ancora limitato: il tasso di penetrazione presso le famiglie è del 29%.

In tal senso, un'attività mirata di marketing potrebbe garantire un adeguato ampliamento della base di consumo. L'offerta è infatti varia e differenziata sia per colore sia per calibri. Il mercato è in grado di proporre 3 tipi di varietà, contraddistinte da differenti tonalità: verde, bianca, viola. Inoltre, il prodotto nazionale viene immesso oggi sul mercato, prevalentemente in forma a-

nonima. Al contrario, le norme di commercializzazione degli ortofrutti prevedono che gli asparagi possano venire presentati, oltre che in mazzi, anche in imballaggi e disposti a strati, purché venga garantita l'adeguata protezione del contenuto.

## Diffusione

**73,5 mio di €**  
i consumi domestici al dettaglio nel 2003

**3,75 €/kg**  
il prezzo medio al dettaglio nel 2003

**45%**  
la quota di vendite commercializzate dalla Gda

**29%**  
l'indice di penetrazione presso le famiglie

**70%**  
la quota dei consumi al nord

## Il packaging

L'imballo può divenire un elemento di comunicazione efficace, in grado di regalare una nuova atmosfera anche ai lineari dei punti di vendita a libero servizio. Infatti, allo stato attuale i format della Gda-Grande distribuzione e distribuzione associata commercializzano globalmente il 45% delle vendite a volume in Italia.

Uno specifico packaging, studiato ad hoc, si presta dunque a veicolare informazioni e marchi, agevolando l'acquirente nelle sue scelte d'acquisto e favorendo la possibilità di riconoscere il prodotto che proviene da regioni diverse.

## Il valore aggiunto

La valorizzazione dell'asparago presuppone comunque una strategia in grado di creare una legame di territorialità del prodotto nazionale che si deve caratterizzare per una precisa politica di gamma e rigidi standard di produzione. D'altra parte, le varietà di asparagi del patrimonio nazionale sono presenti in numero consistente: una politica che valorizzi i prodotti tipici del territorio non è solo auspicabile, ma anche possibile in tempi brevi. In particolare, è opportuno ricordare che figurano nella lista dei prodotti tradizionali 20 diverse varietà di asparagi, quasi tutte coltivate al nord, che è anche l'area dove si concentra il 70% dei consumi nazionali del prodotto.

A cura di

*Stamperia*