

STAGIONALITÀ • IL PERIODO DI RACCOLTA E DI COMMERCIALIZZAZIONE È RISTRETTO

Il consumatore premia le ciliegie

L'Italia è il principale produttore di ciliegie in Europa. La domanda è in crescita. Possibili rischi vengono dall'export

Fabio Lunati

Il nostro paese è il principale produttore di ciliegie in Europa, con un quantitativo che oscilla intorno alle 100.000 tonnellate annue.

Nel comparto ortofruticolo le ciliegie rivestono un'importanza economica fondamentale soprattutto per il sistema produttivo del Mezzogiorno, dal momento che coltivazione e consumo di questo frutto si concentrano prevalentemente in quest'area del territorio nazionale. La parte più consistente della coltura è localizzata in Puglia, dove

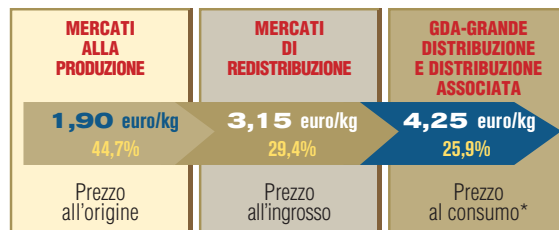
le potenzialità del sistema produttivo sono elevate e i costi di produzione sufficientemente competitivi per far fronte alle conseguenze nel processo di globalizzazione del commercio di frutta. Nel nord Italia vi sono comunque ancora alcuni bacini rinomati come quello di Vignola (Mo), che hanno fatto della notorietà del marchio il punto di forza della propria offerta.

Il mercato

Il plus delle ciliegie è che la loro domanda di mercato, contrariamente a quanto avviene per altra frutta estiva prodotta in quantitativi di gran lunga superiori, cresce con continuità.

Gli acquisti delle famiglie sono stimati intorno ai 90 milioni di euro, un valore che rappresenta il 2,5% dei consumi di frutta in Italia. Le vendite a valore si concentrano presso i punti di vendita a libero servizio, che assorbono solo il 27,2% della

La catena del valore delle ciliegie*



*Ismea - Filiera ortofrutta - maggio 2004

Fonte: elaborazione dell'autore su dati Ismea © MARK UP

spesa delle famiglie, prima ancora di mercati ambulanti e rionali (23,8%).

D'altra parte, nel corso degli ultimi 5 anni, la domanda è aumentata in questi ultimi canali, mentre ha subito una contrazione presso le strutture a libero servizio.

La crescita a valore delle vendite è stata sostenuta, più che dall'ampliamento della base di consumo, dal fatto che gli atti d'acquisto sono stati più frequenti e d'importo maggiore.

In tal senso, è fuor di dubbio che il frutto, forte anche di varietà con un colore che può spaziare dal rosso chiaro fino al nero, esercita un particolare appeal sugli acquirenti. In effetti, le ciliegie sono, fra tutte le categorie di frutta a nocciolo, una di quelle che maggiormente vengono acquistate d'impulso da parte della clientela sia presso i tradizionali fruttivendoli sia

con maggiore facilità di altri, in un momento in cui vi è comunque grande abbondanza di frutta.

A conferma di questo fatto, l'analisi condotta sulla catena del valore mostra una ripartizione del valore aggiunto soddisfacente per il settore primario, in quanto superiore al 40% del prezzo finale.

Tuttavia le prospettive a medio-lungo termine del comparto sono meno rosee di quanto si potrebbe pensare. In effetti, l'offerta nazionale risente ancora in misura contenuta delle conseguenze del processo di progressiva apertura del mercato dell'Ue alle importazioni, ma la presenza di ciliegie provenienti da altri paesi mediterranei è da tempo una realtà consolidata. In particolare, i principali competitor sono Spagna e Turchia.

La penisola iberica anticipa di qualche settimana l'arrivo del prodotto nazionale, mentre la Turchia è concorrenziale sui costi di manodopera e per la buona pezzatura dei frutti.

In pratica, quando l'offerta italiana viene assottigliata dalle avversità climatiche, si ricorre a massicce importazioni di prodotto dalla Turchia.

Fino a ora gli effetti della concorrenza si sono sentiti più all'estero che sul mercato interno, ma la preferenza accordata dal consumatore al prodotto nazionale deve venire difesa facendo della qualità elevata il punto centrale dell'offerta nostrana.

Da valorizzare e comunicare

- ✓ L'origine e la tradizionale coltura del nostro paese
- ✓ Le caratteristiche nutrizionali
- ✓ Il frutto è gradito dai bambini
- ✓ Le varietà specifiche per sciroppi e marmellate

I key factor delle ciliegie per il trade

PUNTI DI FORZA

- La concentrazione della produzione al sud
- La vocazione delle aree di origine
- Il calendario commerciale ristretto

PUNTI DI DEBOLEZZA

- La concorrenza di frutta estiva: pesche, albicocche
- Il basso peso delle vendite sulla Gda
- La concorrenza di Turchia e Spagna

Consumo estivo

90 mio di €

gli acquisti annui delle famiglie

27,2%

le vendite a valore presso super+iper

42%

il tasso di penetrazione presso le famiglie

2,7 kg

l'acquisto medio per famiglia

presso unità a libero servizio, in quanto vissute come caratteristiche della stagione estiva.

Il valore aggiunto

La disponibilità di prodotto nazionale abbraccia un arco di tempo relativamente ristretto: compreso tra maggio e luglio. In tal senso, la brevità del periodo di commercializzazione rafforza l'attrattiva del prodotto che, se di buona qualità, viene collocato,

A cura di

Noniema