



VALORE AGGIUNTO • elevato per l'industria, non sfruttato per il consumo

Le ciliegie al centro di vasti interessi

Gli italiani d'estate preferiscono altri tipi di frutta. Le ciliegie si prestano alla trasformazione

FABIO LUNATI

Al centro di consistenti flussi di scambi. Tale è la natura delle ciliegie che nel campo della frutta hanno un peso tutto sommato piuttosto contenuto, ma come prodotto tipico di stagione e materia prima per l'industria di trasformazione concentrano parecchi interessi.

Nell'Unione europea è oggi localizzato il 35,6% della superficie mondiale investita a ciliegio e quattro paesi - Germania, Spagna, Italia e Francia - garantiscono oltre i quattro quinti della produzione.

Nel corso degli ultimi cinque anni si è registrata una crescita generalizzata delle superfici coltivate in quasi tutti i paesi europei, Italia compresa dove l'aumento è stato del 14,2%.

Bassi consumi. Malgrado la dimostrazione di fiducia del sistema produttivo, le ciliegie rimangono una delle specie di frutta fresca meno consumate durante il periodo estivo. In base a recenti indagini sui comportamenti di consumo risulta che nel corso dei mesi più caldi solo il 18% delle famiglie acquista ciliegie. Le preferenze si concentrano sulle pesche (52%), prodotto di punta in estate, albicocche (38%) e meloni (29%).

Le ciliegie sono uno dei prodotti del paniere ortofrutticolo su cui investire in termini di ricerca e marketing, puntando su novità e caratteristiche organolettiche del frutto.

La bilancia. In generale, tutta la filiera deve cercare di migliorare la gestione del prodotto (dalla raccolta alla vendita) studiando modalità di consegna tempestive che permettano di collocare sui mercati ciliegie con l'aspetto esteriore della buccia molto lucido, un turgore del frutto elevato o un peduncolo ancora verde.

D'altra parte, il rimanere

Interessi elevati
30.689 ettari
 la superficie investita
126.347 t
 la raccolta nel 2001
37%
 la quota commercializzata dalla Gda

fermi dal punto di vista dell'evoluzione dell'offerta significa accettare il rischio di veder arrivare sulla tavola prodotti provenienti dall'estero. La bilancia commerciale, che alla metà degli anni '90 era attiva, l'anno scorso ha registrato un saldo negativo di 3 milioni di euro.

Allo stato attuale la produzione nazionale trova sbocco prevalentemente sul mercato interno tramite i canali del dettaglio specializzato (fruttivendoli), dei mercati rionali e dei venditori ambulanti. In particolare, la percentuale di prodotto che transita sui banchi della Gda-Grande distribuzione e distribuzione associata rappresenta il 37% dei volumi complessivamente consumati dalle famiglie italiane. Le ciliegie sono poste in ven-

I key factor delle ciliegie per il trade

Punti di forza

I bacini di eccellenza (Vignola)
La produzione in crescita
L'utilizzo come materia prima industriale

Punti di debolezza

Il calendario commerciale ridotto
 La concorrenza estera sul prezzo
 Gli scarsi investimenti in comunicazione

dita generalmente in vaschette da 500 g o 1 kg, senza però alcun riferimento spesso alla provenienza geografica o alla varietà.

Il valore. La carenza di investimenti in comunicazione tende a limitare l'appeal del prodotto e non consente al settore primario di recuperare valore aggiunto, come mostra la catena del valore raffigurata nel grafico.

Al contrario, per questo tipo di prodotti molto potrebbe essere fatto per favorirne la valorizzazione. Di recente sono stati portati all'attenzione della stampa i risultati di studi che attribuiscono alle ciliegie proprietà terapeutiche che le renderebbero molto simili all'aspirina per gli effetti esercitati sull'organismo.

La ricerca di nuove strade deve puntare a evitare che la penetrazione delle ciliegie sul mercato venga progressivamente circoscritta, sotto la pressione di un'offerta dall'estero sempre più ampia e continuativa. In tal senso è ne-

cessario valutare la possibilità di migliorare la gestione del prodotto sin dalla sua raccolta, mettendo a regime un sistema con modalità di consegna del prodotto appena colto. I bacini di produzione che sono in grado di rifornire tempestivamente e con continuità i mercati ortofrutticoli del nord Italia e gli ipermercati di maggiori dimensioni devono operare per trasformare la favorevole posizione geografica in un vantaggio competitivo.

La trasformazione. Le ciliegie sono tra le tipologie di frutta che hanno uno sbocco in quanto materia prima per l'industria di trasformazione. Il loro impiego abbraccia una gamma articolata di prodotti: confetture, sciroppi, prodotti sotto spirito.

In quanto materia prima destinata a essere lavorata, nei prossimi anni le ciliegie potrebbero essere al centro di un mercato internazionale la cui dimensione potrebbe ampliarsi in misura considerevole.

Da valorizzare e comunicare

- ✓ L'origine italiana delle ciliegie
- ✓ Il consumo immediato del frutto
- ✓ La scelta di varietà
- ✓ Le virtù terapeutiche: le ciliegie hanno proprietà antidolorifiche e sono ricche di vitamine

La catena del valore delle ciliegie



Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP