

## Moderne strategie di sviluppo e commercializzazione delle ciliegie

Roberto Della Casa<sup>1\*</sup>, Francesco Ricchieri<sup>2</sup>, Francesco Mattioli<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Università di Bologna

<sup>2</sup> Agroter

### Novel strategies for italian cherries development and commercialization

**Abstract.** For the benefit of a younger audience, the cherry can be further enhanced by freeing it from the fruit group and allowing it to become part of the world of desserts and special treats. On the contrary, the localisms, traditions, and seasonality which characterize much of the national production can be further emphasized for the middle age and the "differently young" age groups, especially for the domestic market. Common to these diverse strategies is the need for high performance varieties linked to a structured sales season and non-destructive sorting with the use of the latest technologies to guarantee what the English-speaking world calls "consistent quality" and what we could rename "quality that lives up to our promises."

### Introduzione

Per comprendere le potenzialità di sviluppo del

mercato della ciliegia e le strategie da mettere in atto per favorire il processo con particolare riferimento alla filiera nazionale, analizzeremo preliminarmente l'evoluzione della produzione negli ultimi anni nel contesto internazionale, per verificare quanto avvenuto con riferimento agli effetti delle strategie adottate dai player in campo e al ruolo dell'Italia in questo ambito, passando poi a verificare come il mutato assetto della produzione abbia impattato sull'evoluzione degli scambi, con particolare attenzione all'ambito europeo. Infine, attraverso un'analisi ad intervista allo scopo predisposta in ambito nazionale su un campione rappresentativo della popolazione, metteremo in luce l'evoluzione del percepito e del vissuto della ciliegia da parte del consumatore nazionale al fine di comprendere le più opportune strategie da mettere in atto per assecondarne i desiderata, garantendo così adeguato sviluppo alla categoria.

### Lo scenario produttivo internazionale e il ruolo dell'Italia

Come emerge dalla tabella 1, secondo il database *production crops* della FAO attualmente il più grande

Tab. 1 - Produzione mondiale di ciliegie (tonnellate). Fonte: nostre elaborazioni su rilevazioni monitor ortofrutta Agroter su dati Faostat.  
\* media 2016-17 su 2013-14.

Tab. 1 - World cherry production (in tonnes). Source: our calculations on data of monitor ortofrutta Agroter based on Faostat data.  
\* average 2016-17 on 2013-14.

Paese	2013	2014	2015	2016	2017	variazione %*
Turchia	494.325	445.556	535.600	599.650	627.132	31%
USA	301.276	329.852	306.991	315.454	398.140	13%
Iran	279.430	133.987	133.987	196.410	140.081	-19%
Uzbekistan	70.000	80.000	90.000	108.106	136.609	63%
Cile	81.023	84.941	103.477	123.338	126.642	51%
Italia	131.175	110.766	111.119	94.888	118.259	-12%
Spagna	97.200	118.220	94.145	100.503	114.433	0%
Grecia	48.134	70.042	75.191	88.650	89.600	51%
Ucraina	81.200	67.330	76.640	63.320	70.860	-10%
Siria	62.373	54.211	62.303	69.192	68.518	18%
Romania	80.477	82.808	75.503	73.834	55.490	-21%
Bulgaria	38.162	33.294	49.423	38.496	48.391	22%
Federazione Russa	78.000	77.000	41.600	46.089	40.986	-44%
Cina	32.738	34.278	35.818	37.357	38.897	14%
altri	433.711	432.515	439.083	404.163	369.371	0%
Totale complessivo	2.309.224	2.189.078	2.266.698	2.396.807	2.482.306	8%

\* roberto.dellacasa@unibo.it

produttore mondiale di ciliegie è la Turchia, con oltre 600.000 tonnellate di output nella media dell'ultimo biennio e in progressiva crescita. A seguire gli Stati Uniti, anch'essi in crescita, mentre l'Iran – in terza posizione – segna il passo, a fronte di Uzbekistan e Cile che scalano la classifica tanto che, in pochi anni,

hanno aumentato la produzione di oltre il 50%. Nello scenario internazionale in complesso è rilevabile quindi una tendenziale crescita, seppur debole.

L'Italia, in questo contesto, passa dalla quarta alla sesta posizione, malgrado sia a livello europeo ancora il più grande produttore di ciliegie, seguita dalla

Tab. 2 - Produzione europea di ciliegie (tonnellate). Fonte: nostre elaborazioni su rilevazioni monitor ortofrutta Agroter su dati Faostat.  
\* media 2016-17 su 2013-14.

Tab. 2 - European cherry production (in tonnes). Source: our calculations based on the data of monitor ortofrutta Agroter based on Faostat data. \* average 2016-17 on 2013-14.

Paese	2013	2014	2015	2016	2017	variazione %*
Italia	131.175	110.766	111.119	94.888	118.259	-12%
Spagna	97.200	118.220	94.145	100.503	114.433	-0%
Grecia	48.134	70.042	75.191	88.650	89.600	51%
Romania	80.477	82.808	75.503	73.834	55.490	-21%
Ucraina	81.200	67.330	76.640	63.320	70.860	-10%
Federazione Russa	78.000	77.000	41.600	46.089	40.986	-44%
Polonia	47.552	48.070	48.138	53.773	19.666	-23%
Bulgaria	38.162	33.294	49.423	38.496	48.391	22%
Francia	35.788	47.291	41.726	34.733	36.845	-14%
Germania	24.462	39.571	31.446	29.373	16.537	-28%
Serbia	22.635	20.008	23.041	20.697	27.323	13%
Albania	18.920	17.730	20.147	19.261	19.169	5%
Portogallo	10.776	10.577	17.714	17.362	19.563	73%
Ungheria	10.090	9.430	11.312	10.660	10.369	8%
Bosnia ed Erzegovina	10.867	9.010	10.825	9.854	8.475	-8%
Altri	49.977	50.403	68.132	64.393	55.725	20%
Totale complessivo	791.163	825.540	796.102	751.896	745.943	-7%

Tab. 3 - Produzione italiana di ciliegie (tonnellate). Fonte: nostre elaborazioni su rilevazioni monitor ortofrutta Agroter su dati Istat.  
\* media 2016-17 su 2013-14.

Tab. 3 - Italian cherry production (in tonnes). Source: our calculations on data of monitor ortofrutta Agroter based on Istat data.  
\* average 2016-17 and 2013-14.

Regioni	2014	2015	2016	2017	2018	variazione %*
Puglia	37.837	40.309	31.304	45.380	42.363	12%
Campania	22.816	24.208	21.350	24.846	27.660	12%
Veneto	14.496	10.345	10.126	12.508	11.657	-3%
Emilia-Romagna	16.082	14.229	11.345	15.372	11.414	-12%
Trentino-Alto Adige	1.510	2.061	970	1.780	3.860	58%
Calabria	2.865	3.393	3.272	3.542	3.591	14%
Sicilia	2.866	2.745	2.740	2.922	2.922	4%
Lazio	3.627	4.793	4.583	3.003	2.424	-36%
Piemonte	1.679	2.058	2.087	2.142	2.181	16%
Abruzzo	1.639	1.657	1.596	1.556	1.551	-6%
Sardegna	1.393	1.310	1.300	1.675	1.465	16%
Basilicata	987	928	994	996	1.020	5%
Lombardia	895	817	1.135	922	1.018	13%
Toscana	1.150	1.160	1.287	913	995	-17%
Marche	326	356	341	317	287	-12%
Liguria	333	121	131	131	136	-41%
Friuli-Venezia Giulia	136	99	184	132	132	12%
Umbria	130	136	144	124	124	-7%
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	-	-	-	-	-	0%
Molise	-	-	-	-	-	0%
ITALIA	110.766	110.723	94.888	118.259	114.798	5%

Spagna. A livello nazionale, infatti, la produzione non evidenzia nel complesso tendenze significative nell'ultimo quinquennio, ad esclusione di quelle determinate dal differente andamento climatico nelle diverse campagne produttive. Significative, viceversa, sul fronte europeo (tab. 2) le variazioni positive della produzione della Grecia, in aumento di oltre il 50% nel periodo esaminato, accompagnate da evoluzioni positive anche per Portogallo e Serbia, ma nel complesso l'andamento è altalenante, ma con tendenza alla contrazione nell'ultimo biennio, come evidenziano le elaborazioni che abbiamo condotto su dati FAOSTAT.

Puglia, Campania, Veneto: è questo attualmente il podio italiano per la produzione di ciliegie (tab. 3) secondo l'ISTAT. L'85% della produzione si concentra in cinque regioni che spaziano da nord a sud, garantendo un calendario commerciale molto ampio. Con oltre 40 mila tonnellate la provincia di Bari è la prima provincia italiana per produzione di ciliegie raccogliendo oltre il 30% della produzione nazionale.

Da evidenziare il caso del Trentino-Alto Adige, regione che è cresciuta del 58% dal biennio 2014-2015 a quello 2017-18, grazie allo sviluppo di varietà tardive adatte alle coltivazioni in quota.

Elementi comuni per i Paesi e le aree con trend in sviluppo sono l'introduzione di nuove varietà altamente performanti e con calendario di maturazione complementare, accompagnate dall'uso di tecnologie di selezione della produzione non distruttive, in grado di separare le differenti qualità con precisione, così da assicurare al mercato prodotti di qualità consistente e costante, in grado di fidelizzare i clienti terminali anche a grande distanza.

### Lo scenario degli scambi nel contesto mondiale

Nel quadro internazionale, il mercato asiatico è il principale driver del crescente consumo di ciliegie e continuerà a crescere a seguito dell'aumento del reddito e dell'aumento della popolazione, nonché di programmi di sensibilizzazione volti a promuovere un'alimentazione sana ed equilibrata. I principali importatori di ciliegie a livello mondiale oltre alla Cina e Hong Kong, sono la Russia, la Germania e l'Austria.

Anche nello scenario europeo le importazioni mostrano un netto trend di crescita, sia per gli scambi interni che per quelli provenienti da fuori Europa, a fronte della stagnazione della produzione interna.

I principali esportatori mondiali sono Cile, Hong Kong, Turchia e Stati Uniti. Questi quattro paesi movimentano, infatti, oltre la metà delle ciliegie scambiate in un anno. Il Cile è cresciuto molto ed è al vertice per esportazioni anche grazie all'interessante mercato di sbocco offerto dalla Cina, che tende ad assorbirne gran parte del potenziale produttivo. Il

Tab. 4 - Importazione europea di ciliegie (tonnellate). Fonte: nostre elaborazioni su rilevazioni monitor ortofrutta Agrotec su dati Eurostat.  
Tab. 4 - European cherry import (in tonnes). Source: Our calculations on data of monitor ortofrutta Agrotec based on Eurostat data.

	Extra UE				Intra UE				Totale			
	2014	2015	2016	2017	Variazione 2017-16/2015-14	2014	2015	2016	2017	2016	2017	Variazione 2017-16/2015-14
Import	4.836	5.361	7.806	8.000	55,00%	29.343	31.623	37.620	43.469	34.178	36.984	36,20%
Germania	13.707	16.112	26.617	17.162	46,80%	1.754	2.236	2.627	2.627	15.462	18.348	45,00%
Austria	5.375	4.875	3.571	3.614	-29,90%	13.157	13.208	12.447	11.843	18.532	18.084	-14,00%
UK	2.669	1.146	1.008	1.469	-35,10%	4.878	7.629	6.885	10.383	7.547	8.775	21,00%
Paesi Bassi	540	783	230	227	-65,40%	6.681	7.035	5.810	6.170	7.221	7.818	-17,30%
Francia	972	116	47	474	-52,20%	5.763	4.713	5.978	5.795	6.735	4.829	6,30%
Belgio	1.852	1.619	3.596	1.449	45,40%	7.735	5.910	7.292	4.749	9.586	7.529	-0,20%
Italia	-	37	103	1.075	3058,40%	1.875	1.060	615	3.057	1.875	1.097	63,20%
Polonia	267	712	1.383	1.482	192,70%	2.480	2.699	2.875	1.821	2.747	3.411	22,80%
Svezia	7	4	124	6	1024,10%	4.464	1.487	5.351	3.014	4.471	1.491	42,50%
Portogallo	2.140	1.323	968	2.708	6,10%	21	84	140	38	2.161	1.407	8,00%
Ungheria	-	37	4	4	-80,20%	2.941	13.814	3.701	2.124	2.941	13.852	-65,30%
Lituania	1.027	1.080	1.170	885	-2,50%	989	1.016	880	1.088	2.016	2.096	-2,20%
Danimarca	-	8	386	313	8862,80%	1.809	1.532	1.033	1.576	1.809	1.540	-1,20%
Bulgaria	959	728	720	1.375	24,10%	282	762	217	201	1.241	1.490	-8,00%
Spagna	182	157	274	253	55,20%	6.450	4.841	4.824	6.574	6.633	4.998	2,50%
Altri paesi	34.533	34.099	48.007	40.496	29,00%	90.620	99.649	98.292	104.529	125.153	133.748	12,50%
Totale	34.533	34.099	48.007	40.496	29,00%	90.620	99.649	98.292	104.529	125.153	133.748	12,50%

Natale, il Capodanno e il Capodanno cinese hanno un grande impatto sulla vendita di ciliegie cilene. Le ciliegie sono infatti uno dei frutti più popolari da regalare in Cina durante queste festività, quindi in questo periodo la domanda aumenta in modo consistente.

Passando ad analizzare le importazioni dell'Unione Europea dall'elaborazione dei dati forniti dall'Eurostat sul commercio internazionale, possiamo vedere un aumento generalizzato delle importazioni, come detto sopra (tab. 4). In particolare, è aumentata nel biennio 2017-16 rispetto a quello precedente, la quota di prodotto importato da Paesi non facenti parte dell'Unione. Il trend è in crescita del 29%, rispetto al "solo" 7% delle importazioni tra Paesi comunitari. Anche in Italia accade una cosa simile: l'import di ciliegie da Paesi non UE è aumentata nel periodo esaminato del 45% mentre, allo stesso tempo, l'import da Paesi comunitari è calato del 12%.

Esaminando più a fondo la situazione delle importazioni del nostro Paese dall'elaborazione del database sulle superfici e produzione agrarie fornito dall'ISTAT, si può vedere che il primo fornitore di

ciliegie all'Italia è la Spagna che detiene una quota del 49% (fig. 1). Seguono a distanza la Turchia con una quota del 21% e la Grecia con il 13%. Sul fronte dell'export, la Spagna si conferma leader a volumi, pur con notevole variabilità da un anno all'altro, seguita dalla Grecia. Entrambi i paesi si contraddistinguono per quotazioni medio basse e in riduzione tendenziale nel periodo 2014-2018. Viceversa, l'Italia – pur con un trend altalenante nel periodo, segue un progressivo apprezzamento dei valori, al top fra i produttori europei. L'esportazione rimane però un canale residuale rispetto al mercato interno, da perseguire in modo particolare in annate di grande produzione e senza una strategia esplicitata di lungo periodo.

Infine, uno sguardo alle destinazioni delle esportazioni nazionali di ciliegie. I paesi di lingua tedesca assorbono il 77% delle nostre esportazioni, in particolare la Germania da sola detiene una quota del 57% mentre la Svizzera e l'Austria la seguono a distanza con una quota rispettivamente dell'11% e del 9%. I restanti paesi in cui spediamo ciliegie sono Belgio, Spagna, Regno Unito, Paesi bassi e Polonia.

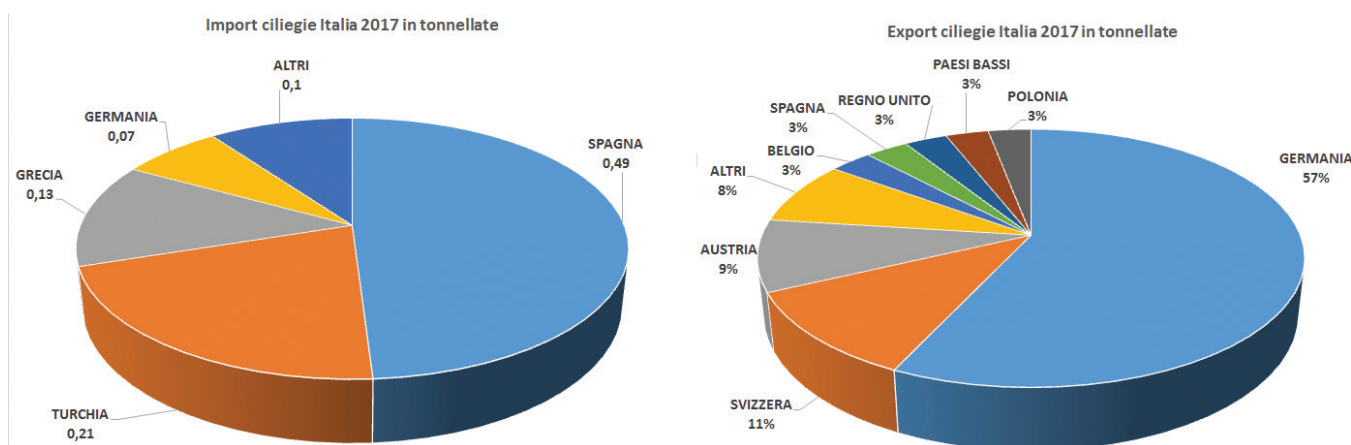


Fig 1 - Import-export di ciliegie in Italia nell'anno 2017 (tonnellate). Fonte: nostra elaborazione su rilevazioni Monitor Ortofrutta Agroter su dati Eurostat.

Fig. 1 - Italian cherry import-export for the year 2017. Source: our calculations on data of monitor ortofrutta Agroter on Eurostat data.

Tab. 5 - Sondaggio: "Qual'è il frutto che più la appaga a livello gustativo?" Fonte: nostre elaborazioni su dati Monitor Ortofrutta Agroter-Toluna CAWI 1.000 - 2019.

Tab. 5 - Survey results: "What is the most satisfying fruit flavour wise?". Source: our calculations based on the data of Monitor Ortofrutta Agroter-Toluna CAWI 1.000 - 2019.

Frutti	Totale	18 - 34	35 - 54	55 +	Maschio	Femmina	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud
Ciliegia	25.70%	21.30%	25.30%	28.10%	21.10%	27.20%	17.40%	21.40%	34.30%	30.30%
Pesca	17.00%	19.20%	19.10%	14.10%	21.10%	15.70%	21.00%	17.40%	12.10%	16.50%
Fragola	16.60%	22.30%	16.50%	14.10%	11.40%	18.40%	18.80%	14.30%	16.20%	16.50%
Melone	9.50%	7.50%	9.80%	10.10%	8.10%	9.90%	7.30%	18.40%	6.10%	7.90%
Albicocca	9.50%	8.50%	7.20%	12.10%	9.80%	9.30%	10.10%	11.20%	14.10%	4.60%
Uva da tavola	7.00%	3.20%	6.20%	9.60%	9.80%	6.00%	6.50%	10.20%	4.00%	7.20%
Arancia	6.00%	4.30%	6.70%	6.00%	8.10%	5.20%	2.90%	5.10%	3.00%	11.20%
Lampone	4.30%	5.30%	5.20%	3.00%	3.30%	4.70%	6.50%	2.00%	7.10%	2.00%
Mirtillo	2.90%	5.30%	2.10%	2.50%	3.30%	2.80%	8.00%	0.00%	2.00%	0.70%
Pera	1.60%	3.20%	2.10%	0.50%	4.10%	0.80%	1.50%	0.00%	1.00%	3.30%
Nessuno di questi	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

## Evoluzione del percepito e del vissuto della ciliegia da parte del consumatore italiano

Secondo la ricerca condotta a inizio 2019 con tecnica CAWI (*Computer Aided Web Interview*) dal Monitor Ortofrutta di Agroter in partnership con Toluna su 500 responsabili acquisti nazionali, stratificati per risultare rappresentativi della popolazione italiana per sesso, età e area geografica, il frutto preferito dagli italiani è proprio la ciliegia con il 25,7% di consensi, con risultati ancora superiori fra gli over 55. La tabella 5 mostra che alla ciliegia seguono pesca e fragola, con quote tra il 16 e il 17%, mentre gli altri frutti non raggiungono il 10% e sono le donne ad avere una percezione più alta del valore delle ciliegie.

Il centro-sud Italia è la zona che più apprezza la ciliegia, seguito a distanza dal nord-est. Nel nord-ovest invece il frutto più gradito è la pesca seguita a breve distanza dalla fragola.

È molto interessante sottolineare che solo lo 0,6% degli italiani dichiara di non mangiare ciliegie, quindi è un frutto diffuso e consumato in ogni parte del nostro paese, probabilmente, poiché non ha particolari

controindicazioni sia sul piano delle intolleranze alimentari che sul fronte della salute.

La tabella 6 mostra che gli italiani consumano le ciliegie preferibilmente a casa, confermando che la considerano un prodotto tradizionale e fortemente radicato nella nostra cultura gastronomica. La ciliegia è apprezzata anche nel corso di occasioni ludiche (in spiaggia, in montagna, al lago) e a privilegiarla sono soprattutto giovani e donne. È poi un frutto molto consumato anche al lavoro, in quanto è piccola e facile da trasportare; con un piccolo contenitore se ne può portare la quantità giusta per uno spuntino o dessert.

Il consumo a passeggio e quello al ristorante sono invece ancora modesti e non rilevanti, forse poiché gli italiani ritengono non molto elegante e pratico mangiare le ciliegie in pubblico. Riguardo alle occasioni speciali (Natale e Pasqua prevalentemente) sono e rimangono un consumo di nicchia. Sono pochi gli italiani che scelgono il frutto per situazioni importanti.

Il momento della giornata in cui la ciliegia è più consumata è lo spuntino pomeridiano, soprattutto dai giovani, rispetto al mattino in cui la percentuale dei trattanti è molto ridotta (tab. 7). È da sottolineare il

Tab. 6 - Sondaggio: "In quali occasioni/momenti consuma ciliegie?". Fonte: nostre elaborazioni su dati Monitor Ortofrutta Agroter-Toluna CAWI 1.000 - 2019.

Tab. 6. Survey results: "Where do you eat cherries?". Source: our calculations on the data of Monitor Ortofrutta Agroter-Toluna CAWI 1.000 - 2019.

Luogo	Totale	18 - 34	35 - 54	55 +	Maschio	Femmina	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud
A casa	91.40%	89.40%	89.70%	94.00%	85.40%	93.40%	92.80%	92.90%	89.90%	90.10%
In vacanza	28.50%	33.00%	28.90%	26.10%	23.60%	30.20%	26.80%	32.70%	25.30%	29.60%
Al lavoro	16.00%	12.80%	22.20%	11.60%	17.90%	15.40%	13.00%	24.50%	14.10%	14.50%
Ad aperitivo	13.40%	10.60%	18.60%	9.60%	20.30%	11.00%	10.10%	10.20%	12.10%	19.10%
Al ristorante	12.30%	10.60%	12.40%	13.10%	18.70%	10.20%	8.00%	10.20%	14.10%	16.50%
A passeggio	12.10%	17.00%	12.40%	9.60%	16.30%	10.70%	10.10%	16.30%	12.10%	11.20%
Nei pranzi importanti	10.90%	9.60%	13.90%	8.50%	15.50%	9.30%	6.50%	9.20%	8.10%	17.80%
A pasqua	4.50%	4.30%	7.70%	1.50%	5.70%	4.10%	3.60%	6.10%	3.00%	5.30%
Nelle ricorrenze	3.10%	4.30%	5.20%	0.50%	6.50%	1.90%	4.40%	4.10%	2.00%	2.00%

Tab. 7 - Risultati del sondaggio: "In che momento della giornata mangia di solito le ciliegie fresche?". Fonte: nostre elaborazioni su dati Monitor Ortofrutta Agroter-Toluna CAWI 1.000 - 2019.

Tab. 7 - Survey results: "What time of the day do you usually eat fresh cherries?". Source: our calculations on the data of Monitor Ortofrutta Agroter-Toluna CAWI 1.000 - 2019.

Periodo	Totale	18 - 34	35 - 54	55 +	Maschio	Femmina	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud
Non mangio ciliegie	0.60%	1.10%	0.00%	1.00%	0.00%	0.80%	1.50%	0.00%	1.00%	0.00%
A colazione	8.00%	14.90%	8.80%	4.00%	11.40%	6.90%	8.00%	12.20%	4.00%	7.90%
In mattinata come spuntino	33.30%	36.20%	36.60%	28.60%	26.80%	35.40%	26.80%	39.80%	31.30%	36.20%
Subito dopo pranzo come dessert	68.40%	47.90%	71.10%	75.40%	65.90%	69.20%	67.40%	63.30%	73.70%	69.10%
Nel pomeriggio come spuntino	66.70%	74.50%	67.50%	62.30%	59.40%	69.20%	60.90%	75.50%	61.60%	69.70%
Subito dopo cena come dessert	52.20%	38.30%	56.20%	54.80%	53.70%	51.70%	52.20%	54.10%	55.60%	48.70%
Dopo cena come sfizio	31.00%	28.70%	34.50%	28.60%	35.80%	29.40%	29.00%	33.70%	30.30%	31.60%



consumo come dessert sia dopo pranzo che dopo cena. Nella fase finale dei due principali pasti i consumatori principali sono gli over 35 e gli over 55. Lo sfizio dopo cena è, invece, un'abitudine già in qualche modo presente nella fascia dai 35 -54 anni.

Il pomeriggio è quindi il momento della giornata in cui è più consumata la ciliegia per la facilità e praticità, basta una lavata e sono pronte! La dolcezza della ciliegia rende quindi possibile considerarla un'alternativa dolce e salutare al classico dessert, su cui sviluppare occasioni alternative di consumo.

Venendo alla stagionalità, secondo gli italiani, i mesi in cui si mangiano ciliegie, sono maggio e giugno, ma emerge con chiarezza come le fasce più giovani estendano il consumo anche a luglio e ad agosto (tab. 8). Hanno inserito, quindi, nelle proprie abitudini di acquisto anche le varietà tardive coltivate nelle valli alpine, tanto che – nel percepito – vi è una ulteriore destagionalizzazione, che porta in avanti il consumo fino a settembre, diversamente dagli over 55

che si fermano a luglio. Infatti, le generazioni più mature consumano ciliegie soprattutto nel mese di giugno seguendo la stagionalità consolidata.

Gli italiani danno grande importanza all'origine del prodotto che, dopo la freschezza, è il più importante attributo in fase d'acquisto (tab. 9). Come mostrato in tabella 10, gli italiani ritengono che la regione in cui si producono le migliori ciliegie sia l'Emilia-Romagna. La ciliegia di Vignola IGP, infatti, è stampata storicamente nell'immaginario collettivo, soprattutto in quello degli anziani (49,3%), come quella di qualità superiore e ciò comporta che, soprattutto nel nord-est e nel nord-ovest, l'Emilia sia percepita come il produttore più importante. Sempre nel nord-ovest, il Piemonte è identificato come area produttiva di riferimento per il 15% delle persone, mentre a livello nazionale è all'8%.

Interessante è il fatto che nel centro Italia, il Lazio sia riconosciuto come produttore di riferimento dal 23,2% della popolazione, mentre dall' 8,8% in ambito

Tab. 8 - Risultati del sondaggio: "In quali mesi dell'anno mangia ciliegie fresche?". Fonte: nostre elaborazioni su dati Monitor Orotfrutta Agroter-Toluna CAWI 1.000 - 2019.

Tab. 8 - Survey results: "In which months of the year do you eat fresh cherries?". Source: our calculations on the data of Monitor Orotfrutta Agroter-Toluna CAWI 1.000 - 2019.

Mese	Totale	18 - 34	35 - 54	55 +	Maschio	Femmina	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud
Nessuno	0.80%	2.10%	0.00%	1.00%	0.80%	0.80%	0.70%	0.00%	1.00%	1.30%
Gennaio	1.00%	3.20%	1.00%	0.00%	2.40%	0.60%	0.70%	0.00%	0.00%	2.60%
Febbraio	0.60%	0.00%	1.00%	0.50%	2.40%	0.00%	0.70%	0.00%	0.00%	1.30%
Marzo	1.60%	0.00%	3.60%	0.50%	4.10%	0.80%	1.50%	1.00%	0.00%	3.30%
Aprile	10.50%	16.00%	11.90%	6.50%	16.30%	8.50%	9.40%	13.30%	8.10%	11.20%
Maggio	58.90%	43.60%	59.80%	65.30%	62.60%	57.70%	58.00%	60.20%	58.60%	59.20%
Giugno	73.50%	63.80%	77.30%	74.40%	65.00%	76.40%	73.20%	73.50%	71.70%	75.00%
Luglio	34.90%	46.80%	39.70%	24.60%	30.10%	36.50%	33.30%	31.60%	36.40%	37.50%
Agosto	14.00%	24.50%	16.00%	7.00%	13.00%	14.30%	15.20%	9.20%	17.20%	13.80%
Settembre	4.70%	9.60%	5.20%	2.00%	8.90%	3.30%	7.30%	1.00%	6.10%	4.00%
Ottobre	1.60%	1.10%	2.10%	1.50%	2.40%	1.40%	2.90%	1.00%	1.00%	1.30%
Novembre	0.60%	1.10%	1.00%	0.00%	1.60%	0.30%	1.50%	0.00%	0.00%	0.70%
Dicembre	0.80%	1.10%	1.00%	0.50%	2.40%	0.30%	0.70%	1.00%	0.00%	1.30%

Tab. 9 - Risultati del sondaggio: "Quando compra ciliegie quanto sono importanti per lei i seguenti aspetti?" Fonte: nostre elaborazioni su dati Monitor Orotfrutta Agroter-Toluna CAWI 1.000 - 2018.

Tab. 9 - Survey results: "When buying cherries, how important are the following aspects for you?". Source: our calculations on the data of Monitor Orotfrutta Agroter-Toluna CAWI 1.000 - 2018.

Risposta	1. Per niente importante	2	3	4	5. Molto importante	Non so/ Non conosco
L'aspetto (freschezza, colore, ecc.)	1%	4%	10%	21%	64%	1%
L'origine (Italia, Turchia, Grecia, ecc.)	4%	6%	14%	25%	51%	1%
Che siano locali	5%	7%	15%	26%	47%	1%
Il prezzo	5%	6%	25%	30%	34%	1%
La denominazione specifica (Ciliegia di Vignola IGP, Ciliegia di Marostica IGP...)	8%	14%	25%	26%	24%	3%
La dimensione dei frutti	4%	15%	27%	32%	21%	1%
Che siano biologiche	13%	16%	24%	24%	20%	3%
La varietà	5%	13%	26%	35%	19%	2%
La marca	20%	20%	27%	18%	11%	5%

Tab. 10 - Quali sono le Regioni italiane in cui si producono le ciliegie migliori? nostre elaborazioni su dati Monitor Orotfrutta Agroter-Toluna CAWI 1.000 - 2019.

Tab. 10 - Survey results: "Which region produce the best cherries?". Source: our calculations on the data by Monitor Orotfrutta Agroter-Toluna CAWI 1.000 - 2019.

Regioni	Totale	18 - 34	35 - 54	55 +	Maschio	Femmina	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud
Emilia-Romagna	36.3%	16.%	33.%	49.3%	26.8%	39.6%	49.3%	52.%	31.3%	17.8%
Puglia	24.2%	12.8%	27.8%	26.1%	23.6%	24.5%	15.9%	22.5%	21.2%	34.9%
Non so	19.7%	37.2%	17.5%	13.6%	18.7%	20.1%	19.6%	15.3%	27.3%	17.8%
Campania	15.4%	10.6%	15.5%	17.6%	19.5%	14.%	10.1%	6.1%	16.2%	25.7%
Veneto	11.3%	8.5%	7.2%	16.6%	10.6%	11.5%	10.1%	32.7%	5.%	2.6%
Sicilia	10.5%	8.5%	13.4%	8.5%	16.3%	8.5%	5.1%	4.1%	6.1%	22.4%
Lazio	8.8%	4.3%	12.4%	7.5%	8.9%	8.8%	5.8%	6.1%	23.2%	4.9%
Calabria	8.6%	13.8%	7.7%	7.%	9.8%	8.2%	6.5%	2.%	8.1%	15.1%
Toscana	7.8%	3.2%	8.8%	9.1%	6.5%	8.2%	6.5%	3.1%	18.2%	5.3%
Piemonte	7.2%	1.1%	9.3%	8.%	9.8%	6.3%	15.9%	3.1%	3.%	4.6%
Trentino-Alto Adige	6.2%	4.3%	6.2%	7.%	9.8%	5.%	8.7%	12.2%	1.%	3.3%
Lombardia	5.8%	3.2%	7.7%	5.%	6.5%	5.5%	12.3%	5.1%	2.%	2.6%
Friuli-Venezia Giulia	4.9%	3.2%	6.2%	4.5%	6.5%	4.4%	4.4%	9.2%	5.%	2.6%
Basilicata	4.5%	7.5%	4.6%	3.%	6.5%	3.9%	5.8%	3.1%	1.%	6.6%
Abruzzo	4.1%	4.3%	3.1%	5.%	6.5%	3.3%	4.4%	2.%	3.%	5.9%
Marche	3.7%	5.3%	3.6%	3.%	4.1%	3.6%	3.6%	2.%	3.%	5.3%
Liguria	3.3%	0.%	4.1%	4.%	4.1%	3.%	7.3%	1.%	1.%	2.6%
Sardegna	3.1%	2.1%	4.6%	2.%	4.1%	2.8%	2.9%	2.%	0.%	5.9%
Umbria	3.1%	1.1%	5.2%	2.%	5.7%	2.2%	2.9%	1.%	5.%	3.3%
Molise	2.5%	4.3%	3.1%	1.%	4.9%	1.7%	2.2%	2.%	2.%	3.3%
Valle d'Aosta	1.9%	2.1%	1.%	2.5%	5.7%	0.6%	2.2%	3.1%	0.%	2.%

nazionale. Così come al sud oltre alla Puglia, che è il maggior produttore italiano, è riconosciuta anche la Sicilia, con una quota del 22,4%, mentre a livello nazionale si ferma all'8%. È importante quindi evidenziare che in ciascuna delle tre fondamentali aree in cui è suddivisa l'Italia c'è una regione di riferimento per la produzione di ciliegie, l'Emilia-Romagna al nord, il Lazio al centro e la Puglia al sud, richiamando a quel concetto di localismi oggi tanto caro ad una quota crescente di consumatori e confermato dai riscontri della tabella 10. Da sottolineare, però, che il 37,2% dei giovani non conosce le zone di produzione nazionali per le ciliegie, offrendo una chiave di marketing importante per la valorizzazione del prodotto legata proprio alle bellezze naturali o storiche delle diverse aree vocate.

Riguardo a quali altri paesi del mondo, esclusa l'Italia, producano ciliegie di alta qualità la risposta con la maggiore frequenza è stata "non so" (tab. 11). Oltre il "non so", i primi paesi stranieri produttori di ciliegie conosciuti sono Spagna e Francia, mentre salta all'occhio il fatto che siano poco conosciuti la Turchia, primo produttore mondiale, e il Cile, primo esportatore, che denotano come la ciliegia nell'immaginario collettivo non sia ancora assolutamente vissuta come un prodotto globale e, questo, è perfettamente coerente con quanto emerso dalle risposte precedenti.

**Nuove strategie di valorizzazione e sviluppo sul**

#### **mercato interno e in ambito internazionale**

La ciliegia è dunque un frutto molto apprezzato per le sue caratteristiche gustative dal consumatore italiano, tanto da essere collocato al vertice della soddisfazione e questo elemento può essere ulteriormente potenziato in chiave di valorizzazione, puntando a far uscire il prodotto dalla categoria frutta per entrare in quella dei dessert e degli sfizi - in cui non è ancora consolidato - e questo al fine di erodere quote ai prodotti industriali ricchi in carboidrati e grassi saturi tipici di questo segmento di consumo, puntando sul migliore profilo nutrizionale e su una soddisfazione palatale comparabile, unica o quasi nell'ambito della frutta. La contropartita è una battuta di cassa per porzione molto più interessante connessa alla riduzione delle grammature in vendita e al confezionamento in porzioni monodose, garantendo - tra l'altro - vendite incrementali che non cannibalizzano il tradizionale e consolidato consumo a casa e dedicate ad un pubblico più giovane che si sta, tra l'altro progressivamente allontanando da frutta e verdura proprio per la scarsa praticità e il sapore insoddisfacente. Esperienze già significative all'estero suggeriscono che questa nuova occasione di consumo connessa ad una differente funzione d'uso generano un beneficio anche sul consumo stagionale di massa e non ne erodono l'attrattività.

Per fare questo è necessario però che, come

Tab. 11 - Risultati del sondaggio “Oltre all’Italia quali sono i Paesi del mondo in cui si producono le migliori ciliegie?”. Fonte: nostre elaborazioni su dati Monitor Orotfrutta Agroter-Toluna CAWI 1.000 - 2019.

Tab. 11 - Survey results: “Besides Italy, which countries in the world produce the best cherries?”. Source: our calculations based on the data from Monitor Orotfrutta Agroter-Toluna CAWI 1.000 - 2019.

Paesi	Totale	18 - 34	35 - 54	55 +	Maschio	Femmina	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud
Non so	44.8%	57.5%	41.8%	41.7%	39.8%	46.4%	42.8%	40.8%	53.5%	43.4%
Spagna	36.3%	25.5%	36.6%	41.2%	38.2%	35.7%	42.0%	37.8%	28.3%	35.5%
Francia	12.5%	9.6%	15.5%	11.1%	17.9%	10.7%	16.7%	13.3%	6.1%	12.5%
Grecia	10.7%	5.3%	11.3%	12.6%	13.8%	9.6%	10.9%	10.2%	5.0%	14.5%
Turchia	8.2%	4.3%	7.2%	11.1%	11.4%	7.1%	6.5%	13.3%	10.1%	5.3%
Cile	6.4%	4.3%	7.2%	6.5%	7.3%	6.0%	8.0%	11.2%	5.0%	2.6%
Nessuno di questi	5.1%	2.1%	6.7%	5.0%	4.9%	5.2%	2.9%	9.2%	6.1%	4.0%
Marocco	5.1%	5.3%	5.7%	4.5%	7.3%	4.4%	4.4%	5.1%	4.0%	6.6%
USA	4.9%	3.2%	5.2%	5.5%	5.7%	4.7%	4.4%	6.1%	8.1%	2.6%
Cina	4.1%	4.3%	4.1%	4.0%	7.3%	3.0%	2.2%	4.1%	2.0%	7.2%
Iran	2.9%	2.1%	2.6%	3.5%	4.9%	2.2%	2.2%	3.1%	4.0%	2.6%
India	1.2%	1.1%	1.6%	1.0%	0.8%	1.4%	0.7%	1.0%	1.0%	2.0%

snacks e dolci in genere, il prodotto presenti un aspetto perfetto e un profilo sensoriale costante, come confermato dalla ricerca sul percepito, possibile solo con materiale genetico di alto profilo e selezione della qualità garantita dall’uso di tecnologie di *sorting* non distruttive. Rilevante sarebbe in questo ambito un allungamento del calendario di disponibilità del prodotto, proprio per il differente profilo d’acquisto in questo segmento, garantibile con l’importazione con diversa stagionalità o in contro-stagione da altre aree vocate.

All’opposto, localismi, tradizione e stagionalità possono essere ulteriormente valorizzati sui *middle age* e i “diversamente giovani” facendo leva sulle mille sfaccettature territoriali e stagionali della produzione nazionale in un concetto allargato di prodotto locale, ovvero “il prodotto più vicino a te in quel momento della stagione”, proprio attraverso la valorizzazione dei contenuti emozionali correlati alle differenti aree di produzione del nostro paese sia sul piano storico che paesaggistico, noti a livello nazionale ma più difficilmente trasmissibili su scala internazionale.

Relativamente allo scenario internazionale, però, anche in questo ambito emergono ottime potenzialità di valorizzazione puntando sulla vocazionalità del nostro paese sui “prodotti mediterranei baciati dal sole” e racchiusi nel Made in Italy, a patto che si riesca a porre in essere anche in questo caso le strategie adottate dai player che sono più cresciuti nel mercato mondiale e che fanno cardine su varietà performanti, legate a un calendario commerciale strutturato e sele-

zione non distruttiva della qualità con l’utilizzo delle più moderne tecnologie per garantire quella che gli anglosassoni definiscono “*consistent quality*” e che noi potremmo ribattezzare “qualità coerente” con la promessa.

### Riassunto

La ciliegia può essere ulteriormente valorizzata facendo uscire il prodotto dalla categoria frutta per entrare in quella dei dessert e degli sfizi a beneficio di un pubblico più giovane. All’opposto, localismi, tradizione e stagionalità, che caratterizzano buona parte della produzione nazionale possono essere ulteriormente valorizzati sui *middle age* e i “diversamente giovani”, soprattutto per il mercato interno. Comune alle diverse strategie la necessità di varietà performanti legate a un calendario commerciale strutturato e selezione non distruttiva della qualità con l’utilizzo delle tecnologie per garantire quella che potremmo definire “qualità coerente” con la promessa.

### Bibliografia

- FAO, database *FAOSTAT 2019*. URL: <http://www.fao.org/>  
 EUROSTAT, *International trade in goods - detailed data EU trade, since 1988*. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/home>  
 ISTAT, *superfici e produzioni delle coltivazioni agrarie*, 2019. URL: <http://agri.istat.it>  
 Agroter, 2018, *Monitor Ortofrutta*. In Think Fresh – Il valore al centro. Forlì  
 Agroter, 2019, *Monitor Ortofrutta*. In Think Fresh – I consumi al centro. Forlì.