

SERVIZIO MERCATO E SVILUPPO AGRICOLO

MERCATO AGROALIMENTARE DI VIGNOLA

Relazione Campagna 2001

1 – PREMESSA

La campagna frutticola 2001 è stata caratterizzata negativamente da numerose e ripetute grandinate (di cui due molto forti) nella prima parte della stagione hanno rovinato un mercato che era da subito sembrato molto favorevole. Le previsioni sulla produzione di ciliegie e susine (in calo rispetto al 2000), si sono rivelate ottimistiche, e hanno quindi aggravato ancora di più la situazione. Fortunatamente il livello dei prezzi si è mantenuto sensibilmente più elevato rispetto alla passata stagione, nonostante la presenza di forti percentuali di prodotto grandinato.

C'è in oltre da sottolineare che questo è stato l'anno dell'auspicata fusione delle due società sub-concessionarie in ORTOMERCATO srl. Tale trasformazione ha portato a risultati estremamente positivi, nonostante l'annata non lasciasse presagire nulla di buono: ai problemi legati alle grandinate infatti, vi erano anche timori per la concorrenza del "terzo" polo venutosi a creare nell'area. Solo la ritrovata unità e uno sforzo comune nel perseguire gli obiettivi, ha impedito che questa stagione si trasformasse in una vera e propria Caporetto.

2.1 – Produzione conferita e prezzi

La qualità delle produzioni conferite, è stata influenzata negativamente dagli eventi meteorologici avversi: ciliegie, ma soprattutto susine e pere, hanno subito i maggiori.

La tabella fotografa bene la situazione.

Tab. 1 – Prezzi e produzione conferita al mercato di Vignola nel biennio 2000-01

| SPECIE | ORTOMERCATO srl | | | PRODUZIONE (q) | | |
|-------------------------|--------------------------|-------------------|-------------|----------------|--------|--------|
| | PREZZO PREVALENTE (L/Kg) | | | 2001 | 2000 | var. % |
| | 2001 | 2000 | var. % | 2001 | 2000 | var. % |
| CILIEGIE | 5.000 | 4.200 | 19,0 | 8.000 | 18.570 | -56,9 |
| SUSINE | 1.700 | 1.550 | 9,7 | 27.238 | 30.814 | -11,6 |
| ALBICOCHE | 1.600 | 1.650 | -3,0 | 2.543 | 2.570 | -1,1 |
| PESCHE | 1.450 | 1.470 | -1,4 | 2.445 | 1.870 | 30,7 |
| PERE ESTIVE | 1.000 | 930 | 7,5 | 4.328 | 4.930 | -12,2 |
| MELE ESTIVE | 930 | 620 | 50,0 | 1.518 | 2.405 | -36,9 |
| PERE INVERNALI | 800 | 750 | 6,7 | 13.580 | 9.850 | 37,9 |
| MELE INVERNALI | 470 | 450 | 4,4 | 1.550 | 1.120 | 38,4 |
| KAKI | 450 | 650 | -30,8 | 3.000 | 1.865 | 60,9 |
| FATTURATO (.000) | 14.551.640 | 12.985.500 | 12,1 | | | |

Dal confronto con l'annata passata, tutte le specie tipiche del nostro comprensorio (ciliegie e susine) risultano in forte calo, con decrementi che vanno dal 56% per le ciliegie al 12% per le susine. Una diminuzione così marcata, soprattutto per le ciliegie, non può essere riferita solamente al danno derivato dalle grandinate: certamente la presenza di un altro (e molto agguerrito) polo commerciale venutosi a creare quest'anno, ha contribuito a tale fenomeno.

Molto bene invece le pere invernali, il cui forte aumento, oltre alla buona produzione dell'annata, è dato dall'intelligente politica commerciale messa in atto quest'anno da Ortomercato: grazie alla presenza delle nuove celle frigo, si è potuto acquistare circa 3000 q di pere (soprattutto Abate) direttamente in campagna e poi rivendere in questi mesi nel momento di maggiore richiesta, spuntando prezzi molto vantaggiosi.

Come l'aumento di produzione influenza, quasi sempre negativamente, l'andamento dei prezzi, così la sua diminuzione porta invece l'effetto opposto: ciò è avvenuto anche nel nostro Mercato, con un generale aumento dei prezzi a fronte di produzioni in calo. Questo aumento ha visto per protagonista proprio le due specie più colpite, ovvero ciliegie e susine, con prezzi in aumento del 10-20%. I prezzi delle albicocche, hanno sostanzialmente mantenuto le prestazioni dell'anno scorso, riconfermandosi ancora una volta come una specie molto interessante. Le pere vanno invece in controtendenza, grazie al fatto che nelle altre zone di produzione si sono avute grosse difficoltà a causa di grandinate.

Ma vediamo, per le due specie di maggiore interesse (ciliegie e susine), quali sono stati gli andamenti che hanno caratterizzato questa stagione.

3 – CILIEGIE

3.2 – Risultati commerciali

Come già sottolineato, le forti grandinate di quest'anno hanno danneggiato fortemente anche le ciliegie: solo l'assenza di lunghi periodi di pioggia tra maggio e giugno, ha escluso problemi di marciumi nei frutti. Quest'anno poi si è assistito ad un acuirsi di un fenomeno di accavallamento della maturazione delle diverse varietà, causato dalle alte temperature estive.

Il decremento della produzione conferita, pari a quasi il 60 %, ha influenzato positivamente l'andamento dei prezzi, anche se nella parte centrale della campagna si è avuto un forte calo dovuto alla presenza sugli altri mercati di molto prodotto di provenienza Pugliese (in ritardo quest'anno di 10 giorni rispetto al normale): esaminando la tabella si può capire meglio quanto detto.

Tab. 2 – Produzione conferita, prezzi minimi e massimi delle ciliegie per mese

| CILIEGIE MESE | MIN | | MAX | | Q | |
|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|
| | 2001 | 2000 | 2001 | 2000 | 2001 | 2000 |
| maggio | 4.500,0 | 3.693,0 | 7.990,0 | 5.750,0 | 1.339,7 | 2.468,8 |
| giugno | 4.020,0 | 2.980,0 | 6.800,0 | 4.870,0 | 6.417,4 | 15.372,9 |
| luglio | 5.400,0 | 3.457,0 | 7.000,0 | 5.700,0 | 243,6 | 613,5 |
| MEDIA | 4.640,0 | 3.376,0 | 7.263,0 | 5.440,0 | 8.000,7 | 18.455,2 |

Un tale andamento, già verificatosi in altre annate produttive, è in contraddizione con la dottrina economica che vuole una stretta correlazione tra quantità/prezzo dove ad un aumento delle quantità offerte si verifica un calo dei prezzi e viceversa. Un'interpretazione di questi risultati è che la relazione quantità/prezzo si manifesta solo in presenza di annate medie dal punto di vista produttivo e con un ciclo di maturazione del prodotto e di offerta più distribuito nel tempo. Quando il prodotto è molto scarso o molto abbondante, e la ciliegia ha questi andamenti fortemente irregolari, la domanda domina il mercato e il prezzo non è, se non debolmente, influenzato da diminuzioni o aumenti delle quantità. Un ulteriore elemento da tenere in considerazione nelle dinamiche dei prezzi, è certamente l'andamento delle temperature durante il periodo di commercializzazione: sembra infatti che la temperatura sia correlata positivamente ai prezzi, ovvero in presenza di temperature elevate tra maggio e giugno i prezzi sono più alti.

Più in particolare, i dati evidenziano alcune situazioni:

- L'andamento mensile dei prezzi, causa il concentrarsi delle produzioni (quest'anno reso ancora più evidente dall'accavallarsi delle varietà), segna il suo punto più basso in pieno giugno. Sono soprattutto i valori massimi che subiscono il maggiore calo, andando quindi ad influire sull'andamento medio dei prezzi in quel periodo;
- Quest'anno si è verificato il fenomeno dei cosiddetti prezzi "fuori mercato" di inizio stagione, rendendo gli scambi meno regolari.
- L'epoca più precoce, complice la minore quantità di prodotto, continua ad essere la migliore per quotazioni spuntate;
- Il tardivo può essere una buona soluzione per sfuggire alla concorrenza del sud, ma stando attenti a non sovrapporsi alle produzioni provenienti dal Trentino e dal Veneto.

I dati con le informazioni sul "peso" percentuale di ogni varietà sul totale di quel mese, saranno forniti a Stagione frutticola conclusa.

4 – SUSINE

3.3 – Risultati commerciali

Il calo già segnalato della produzione conferita, pari al 12 % circa, se da un lato ha certamente influenzato positivamente l'andamento generale dei prezzi, dall'altro i danni provocati dalle grandinate hanno messo in ginocchio numerose aziende già colpite da questo evento meteorico nelle passate stagioni

Tab. 4 – Produzione conferita, prezzi minimi, massimi e medi per mese

| SUSINE MESE | MIN | | MAX | | Q | |
|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|
| | 2001 | 2000 | 2001 | 2000 | 2001 | 2000 |
| giugno | 1.240,0 | 1.560,0 | 2.250,0 | 2.570,0 | 3.000,6 | 9.493,6 |
| luglio | 1.100,0 | 1.180,0 | 1.860,0 | 1.900,0 | 14.565,7 | 13.628,0 |
| agosto | 1.030,0 | 1.030,0 | 1.760,0 | 1.740,0 | 8.681,8 | 6.419,3 |
| settembre | 5.400,0 | 1.040,0 | 7.000,0 | 1.660,0 | 990,0 | 1.273,1 |
| MEDIA | 4.640,0 | 3.376,0 | 7.263,0 | 5.440,0 | 27.238,1 | 30.814,0 |

I dati, ci aiutano a cogliere alcune situazioni:

- Il calo della produzione conferita si è fatto sentire solo nella iniziale della campagna, proprio dopo gli eventi meteorologici: luglio e agosto sono invece in aumento rispetto all'anno passato
- Quest'anno l'andamento dei prezzi segna il suo punto più basso in agosto, a causa della concorrenza di altri tipi di frutta, prima fra tutte le pesche;
- L'epoca più precoce, a causa dello stao della frutta fortemente danneggiata, ha subito una vistosa contrazione delle quotazioni

Come per le ciliegie, i dati con le informazioni sul “peso” percentuale di ogni varietà sul totale di quel mese, saranno forniti a Stagione frutticola conclusa

5 – CONCLUSIONI

Questa annata è stata così fortemente influenzata dai disastrosi eventi meteorici, da non poter essere confrontata con quella dell'anno scorso. E' quindi forse più costruttivo, esaminare quanto di positivo è avvenuto in questa tormentata stagione.

Questo è stato l'anno dell'auspicata fusione delle due società sub-concessionarie in ORTOMERCATO srl. Tale trasformazione ha portato i seguenti positivi risultati:

- maggiore chiarezza nei rapporti con i conferitori e gli acquirenti;
- maggiore trasparenza nella gestione dei due sistemi di vendita;
- minore incidenza dell'invenduto (stimato attorno al 20-30 % fisiologico)
- assenza (a parte pochissime eccezioni, di cui la direzione veniva sempre messo al corrente) delle vendite "fuori asta"

Questi aspetti, sommati agli investimenti fatti per potenziare la capacità frigorifera, hanno portato ad un rafforzamento dell'immagine del Mercato Agroalimentare di Vignola e ad un aumento della sua valenza tecnica. Il buon lavoro compiuto quest'anno, è anche sottolineato dal fatturato, che nonostante l'annata non certamente favorevole e grazie ai minori costi sostenuti, ha mantenuto (se non superato) i livelli della passata stagione.

La gestione dei due processi di vendita, pur essendo separata, ha portato alla realizzazione di sinergie positive soprattutto per i produttori, che hanno potuto godere della maggiore concorrenza tra i compratori in virtù dell'aumento di potere da parte di un'offerta più compatta e maggiormente coordinata. Gli alti prezzi spuntati dalle partite messe all'asta, hanno infatti favorito anche le contrattazioni "alla voce": grazie agli ottimi risultati, per il prossimo anno è prevedibile un maggiore afflusso di prodotto per la vendita all'asta. Per quanto riguarda le quantità di prodotto venduto con il sistema all'asta, si può mediamente parlare di un 50-60% rispetto ad una vendita alla voce sicuramente minoritario (ma forse più elastico). Un fenomeno abbastanza vistoso, è stato quello che ha visto un numero crescente di aziende (ex clienti Vignola frutta) scegliere il sistema all'asta, segno della crescente fiducia in questo tipo di commercializzazione.

Quest'anno il Mercato di Vignola, è stato anche oggetto di un'altra azione a carattere sperimentale: il progetto denominato "Le regole d'oro" per la frutta di Vignola ha visto realizzata, primo in Italia, la collaborazione costruttiva tra l'AUSL e un Mercato Pubblico all'ingrosso uniti nel comune obiettivo di garantire al consumatore la qualità igienico-sanitaria ed organolettica dei prodotti frutticoli. Queste garanzie sono state utilizzate per valorizzare le produzioni di un gruppo di aziende conferitrici, identificandole con "fasce" sulle confezioni e opuscoli informativi distribuiti agli acquirenti. Questa operazione, che aveva anche una sua valenza commerciale, ha avuto una ottima accoglienza presso gli operatori, che hanno anche chiesto di allargarla ad un numero maggiore di aziende: questa esigenza è sentita poi anche dagli stessi produttori, che si sono in gran numero fatti avanti per partecipare al progetto per la prossima annata.