



MERCATO AGROALIMENTARE DI VIGNOLA

Relazione Campagna 2013

1 – La Provincia di Modena

Anche quest'anno la nostra agricoltura ha dovuto subire un andamento climatico avverso.

Il clima, con le abbondanti piogge tra gennaio e maggio e le temperature inferiori alla media, ha comportato per talune colture arboree a raccolta precoce, come albicocche e cv precoci di ciliegie ed anche susine, hanno subito forti perdite in termini di rese e produzione raccolta, e più in generale ritardo nella maturazione dei prodotti.

2 – Il Comprensorio di Vignola

Nel comprensorio del Consorzio, da cui proviene la totalità del prodotto commercializzato nel nostro mercato, sono presenti circa 1.800 ha di ceraseti (in crescita rispetto all'anno scorso) e 1.600 di susino (in leggera risalita) in piena produzione, mentre la potenzialità produttiva è, rispettivamente, di circa 40.000 e 200.000 quintali

Per quanto riguarda le tipologie di presentazione delle ciliegie e delle susine marchiate Vignola, queste si articolano nelle seguenti confezioni: cassetta e cartone da 5 kg alla rinfusa e vassoio da 500 g in plastica trasparente che viene riposto in un plateau di cartone da 5 kg complessivi (10 vaschette), tutti con il marchio del Consorzio.

3 – Risultati commerciali

Lo sfavorevole andamento climatico non ha favorito l'allegagione di tutte le specie, e in particolar modo delle nostre ciliegie, ed è poi stato seguito da una serie di lunghi periodi di siccità per tutta l'estate, che ha compromesso circa il 30% della produzione cerasicola della provincia.

Di seguito i risultati delle due principali produzioni vignolesi.

3.1 - Ciliegie

Le produzioni sono state in parte penalizzate a causa dell'andamento stagionale, che ha condizionato la fioritura e l'allegagione, e hanno colpito le varietà più produttive e redditizie, Lapins fra tutte. Alla luce di questi numeri il dato complessivo è sostanzialmente uguale rispetto all'anno scorso, soprattutto grazie alla "performance" di Bigarreaux, che è tornato ai valori normali di produzione. Il prezzo medio (3,47 €/kg) si è attestato nella media provinciale, e praticamente invariato rispetto all'anno scorso.

3.1.1 – IGP

Questo è stato il primo anno di commercializzazione delle ciliegie nel nuovo imballaggio IGP, e l'argomento merita quindi una trattazione a parte.

Prima però di arrivare all'esame dei dati di vendita, è il caso di ricordare le ragioni che hanno portato il Consorzio a scegliere la via del riconoscimento europeo (Indicazione Geografica Protetta) per valorizzare la produzione più tipica del nostro territorio.

Prima di tutto possiamo dire che il marchio "Ciliegie di Vignola" è l'unico esempio italiano di IGP "di fatto", ovvero di un marchio riconosciuto che identifica (fin dal 1964) sia una provenienza che una qualità intrinseca. A livello italiano ed europeo, per le produzioni agroalimentari, non è più possibile utilizzare indicazioni geografiche non supportate da riconoscimenti ufficiali come DOP o IGP: il nostro storico marchio era quindi a rischio di contestazione e comunque non garantiva un futuro certo. Oltre a questa prima considerazione, altre sono state prese in esame per giustificare uno sforzo che per anni ha tenuto impegnato il Consorzio e gli enti pubblici del territorio (in primis il Comune di Vignola):

1) Maggiore protezione: le denominazioni che ottengono il riconoscimento comunitario saranno infatti inserite nel registro delle indicazioni geografiche protette e possono beneficiare di effetti giuridici rilevanti. Innanzitutto, la registrazione conferisce il diritto esclusivo ai produttori di utilizzare la denominazione dei loro prodotti. Tutti i produttori della zona geografica in causa che rispettano le condizioni stabilite dal disciplinare potranno avvalersi della denominazione. Inoltre, dopo la registrazione, sono vietate tutte le pratiche che, in qualunque modo, fanno riferimento ad un'indicazione geografica protetta per poter beneficiare senza ragione del prestigio o della reputazione di quest'ultima. In particolare, è vietata:

ogni utilizzazione commerciale diretta o indiretta della denominazione per i prodotti non coperti dalla registrazione, nella misura in cui sono paragonabili a quelli registrati;

ogni usurpazione, imitazione o evocazione, anche se la vera origine del prodotto viene indicata o se la denominazione protetta è tradotta o accompagnata da un'espressione quale "genere", "tipo", "metodo", "imitazione" o da espressioni simili;

ogni altra indicazione falsa o ingannevole circa la provenienza, l'origine, la natura o le qualità sostanziali dei prodotti che figurano sull'imballaggio;

ogni altra pratica suscettibile di indurre il pubblico in errore circa la vera origine del prodotto.

Si tratta, pertanto, di una tutela molto estesa valida su tutto il territorio comunitario che, in base al regolamento, deve essere assicurata ex officio dalle autorità nazionali, ovvero a prescindere da una eventuale "denuncia" degli interessati.

2) Maggiore distintività e valorizzazione. La I.G.P, rafforza il legame tra prodotto e territorio ed è un riconoscimento alla qualità del lavoro svolto e agli sforzi per mantenere saldo il legame con il territorio e le tradizioni. Sottolinea che la Ciliegia di Vignola è un prodotto tipico, coltivato da centinaia di piccoli produttori, nel rispetto delle regole tradizionali che da sempre rendono questa zona famosa nel mondo per le sue ciliegie: per spiegare queste interazioni si è recentemente coniato un nuovo concetto di qualità, la Qualità Agro-Territoriale

3) Promozione: Il marchio IGP svolge inoltre, un'azione di promozione ed informazione presso il consumatore dei prodotti ad essi collegati. Tale attività può essere potenziata in virtù dei finanziamenti previsti per i Consorzi.

4) Finanziamenti: visto il sempre maggiore calo delle risorse a livello europeo, l'Unione tende a incentivare quelle realtà agricole organizzate e orientate alla qualità delle produzioni. In questo senso l'acquisizione del riconoscimento europeo può rappresentare in futuro l'unica fonte di finanziamenti.

Concludendo questo rapido escursus “storico”, in una realtà produttiva come quella del Consorzio della Ciliegia, della Susina e della frutta tipica di Vignola, costituita da un grande numero di aziende caratterizzate per le piccole e piccolissime dimensioni, ci si doveva muovere per dare nuovi stimoli ai produttori più dinamici e spingere quelli meno specializzati a migliorare il proprio modo di condurre l’azienda, motivandoli con la prospettiva di una maggiore redditività. Purtroppo non sempre il vantaggio per il produttore può essere tradotto in termini di maggiore prezzo. A volte, a parità di remunerazione, costituisce un “vantaggio competitivo” anche il potere accedere o mantenere, nel caso migliore, specifici mercati. L’adozione dell’IGP non potrà risolvere miracolosamente tutti i problemi e le deficienze di un sistema in crisi (come confermato anche dall’ultimo censimento), ma certamente potrà aiutare a valorizzare al meglio un “marchio” che è ancora il simbolo della migliore cerasicoltura a livello europeo. Con l’acquisizione del riconoscimento europeo potremo reggere meglio la concorrenza e mantenere più saldamente le quote di mercato faticosamente raggiunte in questi anni, dando il via ad una più efficace politica di marketing fondata sull’unione di due marchi, Vignola e I.G.P., di grande rilevanza per il consumatore italiano ed europeo.

Veniamo ora alle conseguenze dirette sul nostro Mercato di questo cambiamento “epocale”. La più importante per le ricadute sull’andamento commerciale, è stata certamente la concomitanza di 2 nuove tipologie di imballaggio: uno per le aziende e le varietà iscritte all’IGP e l’altro per tutte le aziende e le varietà che non rientravano nell’IGP (vedi foto in allegato). Il primo è stato realizzato seguendo le precise indicazioni del nostro Ministero, che ha voluto che ci fosse una copertura a garanzia dell’integrità del prodotto, il secondo invece a mantenuto l’aspetto dei “vecchi” imballaggi, cambiando la denominazione posta sul fianco in “Tentatrici”. I problemi sono subito emersi con il primo tipo di imballaggio e più precisamente con l’incollaggio del foglio plastico trasparente che faceva da copertura di ogni confezione IGP: questa operazione doveva essere fatta in campagna utilizzando 4 sigilli autoadesivi, il che ha reso ancora più difficoltosa la già delicata lavorazione legata al condizionamento delle ciliegie. Questa considerazione, unita alla scomodità di dover utilizzare due diversi tipi di imballaggio (di cui uno privo di “problematiche” legate all’IGP), ha spinto la maggioranza dei produttori a scegliere la via più facile, sancendo così il “successo” dell’imballaggio “Tentatrici”. Tale comportamento si è evidenziato ancora di più in un Mercato Pubblico come il nostro dove, per sua stessa natura e ben diversamente che in altri ambiti commerciali quali Cooperative o Grossisti, non può essere imposto l’utilizzo di un imballaggio a scapito di un altro. I dati che analizzeremo, per quanto riguarda il prodotto “IGP”, avranno quindi il grave handicap di non essere rappresentativi (e quindi non confrontabili), perché si riferiscono a quantitativi molto inferiori al prodotto “Tentatrici”.

Per capire ancora meglio queste dinamiche, esaminiamo ora i prezzi e le produzioni per le principali varietà di ogni mese:

MAGGIO	BIGARREAUX	Somma - q.	310,28
		Media - prev.-	4,00
	EARLY LORY	Somma - q.	54,32
		Media - prev.-	4,52
	EARLY BIGI	Somma - q.	18,29
	Media - prev.-	4,68	
	CELESTE	Somma - q.	4,17
		Media - prev.-	4,00
	MORA DI VIGNOLA	Somma - q.	0,84
		Media - prev.-	4,00
GIUGNO	LAPINS	Somma - q.	547,97
		Media - prev.-	2,98
	FERROVIA	Somma - q.	463,46
		Media - prev.-	3,52
	SAMBA	Somma - q.	362,73
		Media - prev.-	4,33
	GIORGIA	Somma - q.	230,70
		Media - prev.-	3,02
	GRACE STAR	Somma - q.	167,58
		Media - prev.-	3,27
	ANELLONE	Somma - q.	156,87
		Media - prev.-	2,96
	CELESTE	Somma - q.	144,64
		Media - prev.-	3,18
	LAPINS IGP	Somma - q.	133,48
		Media - prev.-	3,25
	ANELLA	Somma - q.	108,45
		Media - prev.-	2,39
	SAMBA IGP	Somma - q.	101,01
		Media - prev.-	4,56
	FERROVIA IGP	Somma - q.	89,18
		Media - prev.-	3,81
	GIORGIA	Somma - q.	76,62
		Media - prev.-	3,17
	MARCHIGIANO	Somma - q.	75,91
		Media - prev.-	3,43
SILVIA	Somma - q.	57,03	
	Media - prev.-	3,69	
NERO I	Somma - q.	53,93	
	Media - prev.-	3,09	
GIORGIA IGP	Somma - q.	52,02	
	Media - prev.-	3,17	
CRISTALLINA	Somma - q.	48,86	
	Media - prev.-	3,44	
SWEET HEART	Somma - q.	45,86	
	Media - prev.-	3,25	
SAMBA I.G.P.	Somma - q.	32,62	
	Media - prev.-	4,70	
PRIME GIANT	Somma - q.	25,22	
	Media - prev.-	4,86	
MORA DI VIGNOLA	Somma - q.	24,07	
	Media - prev.-	3,16	

	BIGARREAU	Somma - q.	21,72
		Media - prev.-	5,23
	VAN	Somma - q.	19,61
		Media - prev.-	2,60
	CANADA GIANT	Somma - q.	18,49
		Media - prev.-	4,07
	NERO II	Somma - q.	18,09
		Media - prev.-	2,27
	ANELLONE IGP	Somma - q.	16,61
		Media - prev.-	3,00
	NEW STAR	Somma - q.	15,50
		Media - prev.-	2,56
	SONADA	Somma - q.	12,48
		Media - prev.-	4,30
	ADRIANA	Somma - q.	8,50
		Media - prev.-	3,53
	EARLY LORY	Somma - q.	7,56
		Media - prev.-	3,53
	DURONE DEL CORTILE	Somma - q.	7,53
		Media - prev.-	3,25
GIORGIA I.G.P.	Somma - q.	7,23	
	Media - prev.-	3,40	
ISABELLA	Somma - q.	6,84	
	Media - prev.-	3,67	
SUMMIT	Somma - q.	6,71	
	Media - prev.-	3,25	
BLACK STAR	Somma - q.	6,14	
	Media - prev.-	3,67	
SUNBURST	Somma - q.	4,18	
	Media - prev.-	2,55	
EARLY STAR	Somma - q.	3,76	
	Media - prev.-	5,40	
SWEET HEART IGP	Somma - q.	3,16	
	Media - prev.-	3,00	
MORA DI VIGNOLA IGP	Somma - q.	2,10	
	Media - prev.-	3,50	
LUGLIO	LAPINS	Somma - q.	355,38
		Media - prev.-	3,11
	LAPINS IGP	Somma - q.	221,38
		Media - prev.-	3,28
	SWEET HEART	Somma - q.	177,78
		Media - prev.-	3,02
	FERROVIA	Somma - q.	148,45
		Media - prev.-	3,78
	FERROVIA IGP	Somma - q.	67,00
		Media - prev.-	4,30
	SWEET HEART IGP	Somma - q.	33,40
		Media - prev.-	3,08
MARCHIGIANO	Somma - q.	19,12	
	Media - prev.-	3,50	
STECCATO	Somma - q.	12,81	
	Media - prev.-	3,70	
NERO II	Somma - q.	12,24	
	Media - prev.-	2,00	
SONADA	Somma - q.	3,00	
	Media - prev.-	4,00	
Somma - q. totale			4622,88
Media - prev.- totale			3,47

Questi dati ci danno alcune indicazioni ancora più particolareggiate:

- Il comparto delle precoci è in forte crescita e si confermano come le cultivar più redditizie, anche in rapporto alle quantità: oltre al solito Bigarreaux, le due “Early” hanno preso il posto di Prime Giant che l’anno scorso era la varietà emergente in questo periodo. Samba che compare i primi giorni di Giugno si conferma tra le “nuove” introduzioni, quella a migliore tenuta.
- Ferrovia e Lapins si confermano le varietà che hanno più “peso” sul mercato;
- Molte delle nostre varietà tipiche (Moretta, Nero I, Anella), sono ancora una volta le cenerentole del mercato (a rischio di estinzione, se non fosse per la grande richiesta nei tanti mercati di vendita diretta);

3.2 - Susino

Problemi durante l’allegagione e la siccità estiva hanno avuto effetti negativi sulle susine cino-giapponesi, la cui produzione si è ridotta del 10% rispetto ai valori dell’anno scorso: il prezzo medio è però salito della stessa percentuale, attestandosi attorno al 1,24 €/kg. Di tutte le varietà, quella più colpita è stata Goccia d’Oro. Spicca invece l’Obilnaja, i cui quantitativi sono aumentati del 25%. Le varietà europee hanno invece subito meno l’influenza climatica durante la fioritura e si sono mantenute circa sugli stessi quantitativi dell’anno scorso.

Per capire ancora meglio queste dinamiche, esaminiamo ora i prezzi e le produzioni per le principali varietà di ogni mese:

GIUGNO	RUTH GERSTETTER	Somma - q.	111,21
		Media - prev.-	1,63
	OBILNAJA	Somma - q.	68,85
		Media - prev.-	1,50
	RED BEAUTY	Somma - q.	39,46
	Media - prev.-	1,58	
	SORRISO DI PRIMAVERA	Somma - q.	32,83
		Media - prev.-	0,60
	BURMOSA	Somma - q.	11,12
		Media - prev.-	1,50
LUGLIO	GOCCIA D'ORO	Somma - q.	1153,40
		Media - prev.-	0,98
	PRECOCE DI ERSINGER	Somma - q.	1084,16
		Media - prev.-	0,94
	OBILNAJA	Somma - q.	1024,42
		Media - prev.-	1,00
	ANNA	Somma - q.	349,30
		Media - prev.-	1,01
	AMOLA	Somma - q.	296,89
		Media - prev.-	0,94
	BLACK STAR	Somma - q.	236,44
		Media - prev.-	1,16
	FORTUNE	Somma - q.	210,52
		Media - prev.-	1,17
	RUTH GERSTETTER	Somma - q.	163,38
		Media - prev.-	0,99
	SANGUE DI DRAGO	Somma - q.	162,91
		Media - prev.-	1,57
	AFRODITE	Somma - q.	145,45
		Media - prev.-	1,51
	SORRISO DI PRIMAVERA	Somma - q.	132,98
		Media - prev.-	0,59
	OZARK PREMIER	Somma - q.	128,71
	Media - prev.-	1,48	
BLACK AMBER	Somma - q.	118,67	
	Media - prev.-	1,07	
MARIA NOVELLA	Somma - q.	118,26	
	Media - prev.-	1,51	
REGINA CLAUDIA VERDE	Somma - q.	108,09	
	Media - prev.-	2,36	
BLACK GOLD	Somma - q.	80,23	
	Media - prev.-	1,10	
CAKANSKA RANA	Somma - q.	71,80	
	Media - prev.-	2,18	
CARMEN	Somma - q.	66,65	
	Media - prev.-	1,17	
EARLY FORTUNE	Somma - q.	49,00	
	Media - prev.-	1,40	
LATE SANTA ROSA	Somma - q.	48,10	
	Media - prev.-	1,53	

	CRIMSON GLO	Somma - q.	37,61
		Media - prev.-	1,37
	BELLA DI LOVANIO	Somma - q.	32,68
		Media - prev.-	1,20
	BLACK DIAMOND	Somma - q.	26,76
		Media - prev.-	1,30
	LINCOLN	Somma - q.	24,03
		Media - prev.-	1,02
	BLACK BEAUTY	Somma - q.	21,41
		Media - prev.-	1,00
	RED BEAUTY	Somma - q.	13,63
		Media - prev.-	1,75
	SANTA ROSA	Somma - q.	12,27
		Media - prev.-	1,78
	IROKI RED	Somma - q.	11,32
		Media - prev.-	1,10
	CALIFORNIA BLU	Somma - q.	10,88
		Media - prev.-	0,88
	PRIME TIME	Somma - q.	8,49
		Media - prev.-	1,50
	DOFI SANDRA	Somma - q.	5,90
		Media - prev.-	1,20
	SANGRIA	Somma - q.	4,05
		Media - prev.-	1,00
	BURMOSA	Somma - q.	4,04
		Media - prev.-	1,20
	SATSUMA	Somma - q.	3,48
		Media - prev.-	1,30
	LARODA	Somma - q.	2,61
		Media - prev.-	1,30
	ONTARIO	Somma - q.	1,98
		Media - prev.-	1,10
	VALERI'	Somma - q.	1,92
		Media - prev.-	1,80
AGOSTO	FORTUNE	Somma - q.	777,91
		Media - prev.-	1,18
	GOLDEN PLUM	Somma - q.	580,65
		Media - prev.-	1,33
	STANLEY	Somma - q.	438,97
		Media - prev.-	1,07
	BLACK GOLD	Somma - q.	329,91
		Media - prev.-	1,05
	REGINA CLAUDIA VERDE	Somma - q.	299,82
		Media - prev.-	1,96
	GROSSA DI FELISIO	Somma - q.	272,79
		Media - prev.-	1,30

LINCOLN	Somma - q.	238,18
	Media - prev.-	1,03
SATSUMA	Somma - q.	218,50
	Media - prev.-	1,21
GRAND PRIX	Somma - q.	145,18
	Media - prev.-	1,19
REGINA CLAUDIA	Somma - q.	129,81
	Media - prev.-	1,90
BLACK DIAMOND	Somma - q.	129,27
	Media - prev.-	1,19
FRIAR	Somma - q.	105,70
	Media - prev.-	1,00
AFRODITE	Somma - q.	90,11
	Media - prev.-	1,36
LARODA	Somma - q.	86,89
	Media - prev.-	1,01
AMOLA	Somma - q.	71,15
	Media - prev.-	0,99
SANGUE DI DRAGO	Somma - q.	70,40
	Media - prev.-	1,37
PRECOCE DI ERSINGER	Somma - q.	65,83
	Media - prev.-	0,90
TC SUN	Somma - q.	64,38
	Media - prev.-	0,98
BELLA DI LOVANO	Somma - q.	58,22
	Media - prev.-	0,82
MARIA NOVELLA	Somma - q.	11,69
	Media - prev.-	1,00
LIA BLU	Somma - q.	7,50
	Media - prev.-	1,40
MOON GLOBE	Somma - q.	5,88
	Media - prev.-	1,40
CRIMSON GOLD	Somma - q.	5,72
	Media - prev.-	1,30
VICTORY	Somma - q.	3,79
	Media - prev.-	1,20
QUEEN ROSE	Somma - q.	3,04
	Media - prev.-	1,00
ONTARIO	Somma - q.	3,00
	Media - prev.-	1,25
BLUE FREE	Somma - q.	1,90
	Media - prev.-	0,70
Somma - q. totale		10452,08
Media - prev.- totale		1,24

Questi dati ci danno alcune indicazioni ancora più particolareggiate:

- L'aumento dei prezzi ha riguardato un po' tutte le varietà, Obilnaja e Goccia d'Oro fra tutte;
- il forte caldo ha favorito le vendite di agosto e i prezzi sono più alti del 15% rispetto all'anno scorso.
- Da rimarcare l'ottima performance delle nostre varietà più tipiche e "antiche", quali Sangue di Drago e Regina Claudia Verde, che confermano regine della loro nicchia, con prezzi sempre oltre l'euro.

– Infine, pur se ridimensionate come quantità (e forse proprio per questo), possiamo dire che la famiglia delle “black” continua a tenere il mercato, spuntando prezzi ben oltre l’euro.

3.3 – Altre Specie

Bene le Albicocche, ma con quantitativi in calo: prezzi oltre l’euro per le nuove varietà a polpa soda ed epidermide colorata (Pinkot ecc). Le Pesche, con una produzione invariata rispetto all’anno scorso, hanno mantenuto una media attorno agli 80 centesimi per le pezzature medio-elevate. Bene i prezzi anche delle Pere estive, grazie soprattutto agli ottimi risultati di Guyot e Coscia.

IL DIRETTORE
Dott. Stefano Zocca