

Considerazioni sulla filiera cerasicola nazionale

LUIGI CATALANO - VITO ANTONIO MELILLO - LORENZO LAGHEZZA

Agrimeca Grape and Fruit Consulting srl – Turi (Ba)

Bravi a produrre bene, con un panorama varietale ricco e articolato, con un'attenzione all'ambiente difficilmente rilevabile in altri Paesi. Molto meno bravi nel fare sistema, nel tutelare e promuovere le nostre qualità, a penetrare i mercati più ricchi e interessanti, ad internazionalizzare mentalità e produzioni. Questa la fotografia in chiaroscuro della cerasicoltura italiana.



▲ Fig. 1 - Ceraseto allevato a vaso catalano.

La commercializzazione delle ciliegie, che apre la campagna della frutta estiva, è vista da molti operatori come la cartina di tornasole sul futuro sviluppo dell'intera stagione. Purtroppo gli esiti deludenti delle ultime stagioni, cui sono seguite annate nel complesso problematiche per la frutta estiva, hanno messo in evidenza ancor di più i punti critici della cerasicoltura nazionale, non senza evidenziarne però alcuni aspetti positivi che, se ben interpretati ed implementati, potranno costituire le basi del rilancio e della stabilizzazione del settore.

Con una produzione che mediamente negli anni si attesta di poco sopra le 100.000 t, la cerasicoltura italiana è appena in grado di soddisfare il fabbisogno nazionale che è di circa 1,7 kg pro-capite, al decimo posto in Europa; in testa ci sono Grecia e Romania (3,9 kg), Austria (3,6 kg), Turchia (3,2) e Bulgaria

(2,4). Stabile la Germania sui 2,1 kg (dati 2012 Fruchtportal – Ice). Ci sarebbero quindi tutti gli elementi per giustificare l'interesse del frutticoltore ad investire in tale specie, anche in considerazione del grande consumo da parte del mercato tedesco, da sempre primo sbocco della produzione ortofrutticola italiana. Si assiste invece al disincanto del frutticoltore verso una coltivazione che non sempre assicura quanto promesso, o quanto meno sperato.

Alcune evidenze, confermate anche nell'ultimo focus del ciliegio svoltosi a Vignola il 25 febbraio scorso sul perché della scarsa attitudine dell'Italia ad esportare ciliegie, indicano le seguenti criticità:

1. non sono disponibili (o forse è meglio dire che non sono conosciute ed adeguatamente gestite) varietà interessanti per i mercati internazionali e che allungano la stagione;

2. anche in presenza di una logistica d'avanguardia, i volumi prodotti sono bassi;

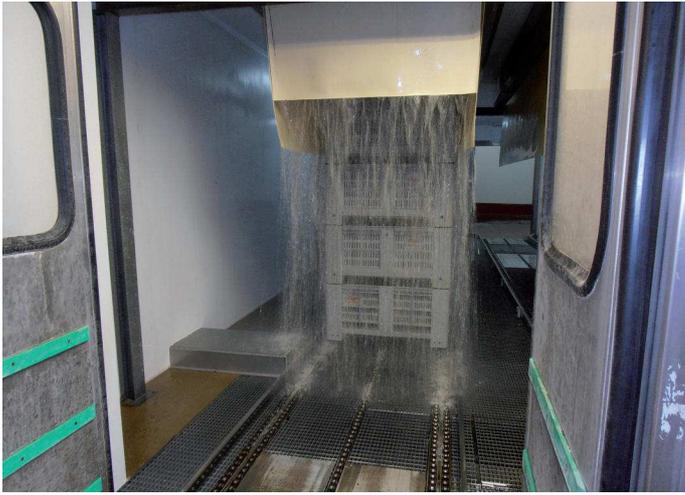
3. la promozione non è curata per cui l'Italia non ha (più?) l'immagine di Paese produttore specializzato;

4. prevale in modo consistente l'appiattimento e l'affidamento al mercato interno, tralasciando la ricerca di spazi per l'esportazione.

Tutto ciò porta a svolgere alcune riflessioni su diversi aspetti diversi.

Varietà

La gamma di varietà disponibili è veramente notevole, permettendo di coprire ormai un calendario di maturazione che sfiora ed in alcuni casi supera i 2 mesi. Prese singolarmente, tutte mostrano di avere caratteri interessanti e di garantire la qualità del frutto richiesto dai mercati, volutamente al plurale, in quan-



▲ Fig. 2 - Idrocooling.



▲ Fig. 3 - Linea lavorazione ad alta tecnologia.

to il consumatore di ogni Paese predilige specifici aspetti del prodotto rispetto ad altri. Una tale ricchezza di varietà dovrebbe permettere una serena scelta sia da parte del produttore, per le specifiche caratteristiche pedoclimatiche di coltivazione, sia di coerente indicazione da parte di chi opera la commercializzazione. Invece, il più delle volte si assiste ad una crescente confusione che poi è alla base della scarsa penetrazione nazionale sui mercati esteri.

Il frutticoltore, anche sotto la pressione emotiva della grande offerta, è alla continua ricerca della varietà "panacea" che risolve tutti i problemi, tralasciando che la gestione di ogni nuova costituzione merita cure adeguate e specifiche.

Produzione e commercializzazione

La filiera produttiva risulta completamente disarticolata, senza una vera connessione tra la fase produttiva e quella della commercializzazione. Al-

la pari di altre specie, melo su tutte, la valutazione e validazione di una coltura dovrebbe avvenire sullo scaffale del punto vendita, alla fine della lunga fase di condizionamento, e non lasciata alla libera interpretazione o agli interessi dei singoli soggetti che compongono la filiera, che anche in maniera inconsapevole valutano la varietà secondo criteri non oggettivi.

In questo caso il grido di allarme è stato lanciato più volte dalle grandi "packing house" che operano in provincia di Bari, ove si concentra il 61% della superficie coltivata nazionale. Si tratta di strutture tra le più significative in campo internazionale per il condizionamento dei frutti, ma che raramente riescono ad esprimere tale potenziale per l'insufficienza e la non idoneità del prodotto che viene conferito dal mondo produttivo.

Si sta facendo largo ormai la convinzione che la competitività sul mercato sia possibile sino alla seconda settimana di giugno, quando termina la fase di la-

vorazione del grosso della produzione della cv Ferrovia, varietà molto conosciuta, attesa ed apprezzata dal mercato. Altri competitor (Turchia su tutti), sono invece in grado di offrire un prodotto standardizzato e garantito per settimane con la cv Ziraat 0900, che viene coltivata in aree che vanno dal livello del mare fino a 1.500 m di altitudine ed oltre.

Raccolta e post-raccolta

Più che la varietà, quello che realmente incide è la maniera in cui il prodotto viene presentato, ben calibrato e con uniformità di colore della buccia. Le fasi di raccolta e post-raccolta assumono quindi importanza strategica al pari della parte di campo. E' impensabile produrre e conferire il prodotto senza un nesso con la sua destinazione finale. Se davvero la cerasicoltura nazionale si candida a fornitore significativo di mercati esteri, necessariamente deve esserci un cambiamento di rotta.

In questo, il Cile può essere preso



▲ Fig. 4 - Cernita su linea continua in un moderno stabilimento di lavorazione.



▲ Fig. 5 - Celle frigo ad abbattimento rapido.





▲ Fig. 6-7 - Conferimento di ciliege Ferrovia; a destra frutti con maturazione disforme e colorazione eterogenea

come esempio positivo, un Paese che produce circa l'80% rispetto all'Italia, ma con una destinazione del prodotto quasi completamente concentrata verso l'esportazione. Le varietà da coltivare (Bing, Lapins, Sweet Heart, Summer Charm, ecc.) sono scelte in relazione alla loro capacità di resistere a un trasporto di 55 giorni circa per raggiungere i mercati più lontani dell'Estremo Oriente, con un'attenzione massima agli imballaggi e alla fase di conservazione post raccolta. La produzione in campo è modulata in relazione ai calibri richiesti e, di conseguenza, la gestione della pianta è finalizzata al raggiungimento di tali obiettivi.

Tutti aspetti lungi dall'essere immaginati ed attuati nel nostro comparto.

Portinnesti

Posto che oltre il 60% della superficie cerasicola nazionale è concentrata in Puglia, mancano di fatto portinnesti idonei a sostituire o ad affiancare il mangleppo, sebbene in alcuni areali l'im-

piego di Weiroot 158, CAB 6P e Colt garantiscano buoni risultati. Nelle tradizionali zone cerasicole, inoltre, sono ormai forti i problemi causati da funghi del terreno agenti dei marciumi radicali - *Armillaria mellea* e *Rosellina necatrix* - che minano la vitalità degli impianti e rendono problematica la loro sostituzione. In altre aree, con differenti caratteristiche pedologiche, mancano o non sono ancora sufficientemente validate possibili soluzioni alternative, che prevedano l'adattabilità accertata del portinnesto, a maggior ragione in condizioni di apporti idrici ridotti e non certo comparabili con le aree di coltivazione continentali. Il mondo della ricerca e della sperimentazione dovrebbe dare precise risposte a queste istanze, non lasciando soli cerasicoltori e tecnici nella gestione di questa vitale questione.

Limitazioni nell'utilizzo di fattori della produzione

Uno degli aspetti critici riguarda anche la limitazione all'uso di prodotti ammessi per la coltivazione; si tratti di prodotti che provochino l'interruzione di dormienza delle piante, fitoregolatori della crescita ad azione brachizzante o che influenzano lo sviluppo dei frutti, in Italia vige una ferma proibizione. Anche riferendosi alla sola anidride solforosa con differenti mezzi di diffusione all'interno degli imballaggi, per la normativa comunitaria essa è considerata un agrofarmaco, mentre in altri contesti (es. Cile) passa come additivo alimentare!

Tutti i disciplinari di produzione, da quelli regionali che indicano le norme di produzione eco-compatibile (Decisione 3846/96 del Comitato Star Ue), passando per quelli delle produzioni a mar-

chio, proibiscono però perentoriamente la possibilità di utilizzarli. La limitatezza di tali mezzi che, tuttavia, trovano un largo impiego illegale in ampi areali produttivi europei, riduce enormemente la possibilità di una gestione agronomica in linea con gli obiettivi che si vogliono raggiungere, esponendo il frutticoltore ai rischi connessi all'utilizzo di prodotti e pratiche vietate che, nel settore agro-alimentare, poi, sviluppano un'eco mediatica fortemente negativa. Il cerasicoltore è inquadrato in un'ottica d'illegalità che appare fuor di luogo, e noi ben sappiamo che in Italia siamo maestri nell'arte di auto-screditarsi.

Valorizzare genuinità e salubrità

I vari dossier rilasciati annualmente da organizzazioni internazionali, così come gli "screening" operati dalle associazioni ambientaliste, evidenziano costantemente come l'irregolarità delle produzioni ortofrutticole nazionali in termini di residui di agrofarmaci o di contaminazioni di varia natura siano a livelli minimi, se comparati con quelle delle altre nazioni europee e non, ovvero dei nostri grandi competitor. Di solito queste notizie occupano un piccolo spazio mediatico e risultano meno eclatanti rispetto ai casi negativi di cui si parla per giorni e su tutti i mezzi d'informazione.

Si ritiene che invece questa "virtuosità" del prodotto nazionale, che ha ancora ampi margini di miglioramento, sia una risorsa preziosissima che debba essere valorizzata in maniera efficace in modo da assumere un valore strategico per l'affermazione sui mercati, facendo leva sulla "food security" ("good & healthy food", "baby food", ecc.), aspetto



▲ Fig. 8 - Cofanetto di ciliegie per l'esportazione.





a cui il consumatore risulta sempre più attento.

L'importanza di far sistema

Riemerge sempre più fragorosamente la necessità di far sistema. L'intera filiera ha necessità di una giusta remunerazione dei diversi attori. Non è oltremodo possibile comprimere il reddito dei frutticoltori ormai schiacciati da oneri non più sostenibili; l'unica alternativa è la chiusura delle aziende, con il risultato di aggravare ancora di più l'approvvigionamento di produzioni per un mercato non solo nazionale.

I frutticoltori andrebbero anche coinvolti con la consapevolezza della destinazione finale del prodotto, diventando così soggetti consapevoli e premurosi di essere loro per primi gli artefici del risultato finale. Anche i tecnici devono mostrare più interesse verso l'innovazione ed essere continuamente animati da quella vivacità verso soluzioni idonee per ogni condizione di coltivazione.

Un ruolo importante lo potrà giocare il mondo dell'istruzione superiore ed universitaria che deve essere in grado di formare figure professionali capaci di ben interpretare la frutticoltura del terzo



▲ Fig. 9 - Confezioni di ciliegie a marchio tipico "Bisceglie".

millennio, coniugando valorizzazione territoriale, rispetto dell'ambiente e sostenibilità dei nuovi modelli gestionali.

Sembrano sfide improbe ed epocali, ma non si deve dimenticare che l'Italia ha vissuto la stagione del dopoguerra proponendo al mondo una propria vi-

sione della frutticoltura, con soluzioni tecniche, vivaistiche, varietali e tecnologiche adottate dappertutto e che fanno parte del patrimonio globale. Se ci crediamo, anche oggi può essere intrapreso lo stesso percorso per il bene comune di tutto il settore e della collettività. ■

