

# Mirtillo: remunerativo ma serve più domanda interna



Il **mirtillo**, al pari degli altri piccoli frutti, desta da tempo un rilevante interesse sia sul versante produttivo, sia su quello dei consumi. Per i produttori può, infatti, rappresentare una **valida alternativa** alle coltivazioni frutticole più diffuse che, alle prese con situazioni di mercato più o meno difficoltose, offrono da tempo risultati economici decisamente insoddisfacenti.

**Il quadro dei consumi...**

Per quanto concerne il consumo, la domanda mondiale è in nettissima crescita: nel “Mirtillo Business Day” di NCX Drahorad è stato evidenziato un **aumento del 35% dei consumi globali** (inclusivi anche del prodotto trasformato) in soli due anni, dal 2016 al 2018. In Italia il consumo è ancora piuttosto basso rispetto ai maggiori paesi consumatori mondiali, circa 300 grammi pro-capite, contro 1,3-1,4 Kg di Stati Uniti e Regno Unito, ma è comunque in crescita, facendo ipotizzare ulteriori ampi spazi di sviluppo.

#### **...e quello produttivo**

Il mondo produttivo è ovviamente attento alle dinamiche di consumo e sta rispondendo con un consistente aumento delle superfici dedicate e della relativa offerta: in particolare, secondo i dati Fao, nel quinquennio 2014-2018 gli investimenti nel mondo sono passati da **95.000 a 110.000 ettari (+15%)** e la produzione da 550.000 ad oltre 680.000 tonnellate (+25%).

Nell'**Unione europea** si è passati da **13.500 a più di 19.000 ettari**, per un aumento superiore al 40%, ed ulteriori 20.000 ettari di aumento sono stimati per il 2024.

L'**Italia**, invece, stenta ancora a cogliere le opportunità di questo mercato, con un'offerta che, secondo la Fao permane sostanzialmente stabile, attorno a 1.600 tonnellate annue, distribuita su circa **200 ettari**.

#### **Il contesto commerciale**

L'Italia è importatrice netta e presenta un saldo in progressivo peggioramento: nel biennio 2017-2018, difatti, l'**import** è passato da **4.000 a 6.200 tonnellate**, con un export che fatica a raggiungere 2.000 tonnellate. In valore, il passivo della bilancia commerciale è salito da circa 10 ad oltre 27 milioni di euro.

Il mirtillo è stato protagonista, negli ultimi anni, di un aumento dei consumi con pochi pari nell'ambito delle specie frutticole. Tale dinamica, tuttavia, ha interessato l'Italia in modo meno incisivo rispetto all'estero, con percentuali di crescita interessanti, ma molto meno marcate di quelle dei **principali paesi consumatori**.

Anche per la debole domanda interna, la produzione italiana si è affermata, nel tempo, soprattutto sui mercati esteri.

Lo **sviluppo del mercato interno**, in ogni caso, appare sicuramente come la via principale da percorrere proprio per le potenzialità che ancora appare in grado di

esprimere per la **lenta crescita della domanda** e gli ampi spazi attualmente detenuti dal prodotto importato.

Per fare ciò occorre dunque intervenire con decisione in termini di **stimolo dei consumi** con opportune **campagne promozionali**.

Tratto dall'articolo pubblicato su *L'Informatore Agrario* n. 18/2020

**Mirtillo: remunerativo ma serve più domanda interna**

di A. Palmieri

L'articolo completo è disponibile per gli abbonati anche su Rivista Digitale