

Kaki, qualità ottima ma rese scarse per colpa delle gelate primaverili

Moretti: «Un calo stimabile fra il 30% e il 40% del volume»
Destinato all'export il 10%

FAENZA

CRISTIANO RICIPUTI

La qualità non manca, ma le rese sono precipitate a causa delle gelate primaverili. Il discorso riguarda i kaki e la cooperativa Agrintesa, che in Italia raggruppa la più ampia superficie produttiva, attorno a 350 ettari in Emilia Romagna.

«Quest'anno, il quantitativo di kaki disponibili è largamente inferiore alle medie storiche - esordisce il direttore Cristian Moretti. Una contrazione imputabile alle gelate primaverili, che hanno causato importanti danni nelle aziende dei nostri soci: a fronte di un potenziale produttivo superiore alle 7.000 tonnellate, per il 2021 attendiamo un calo a volume fra il 30% e il 40%. Una stima che andrà chiarendosi meglio nelle prossime settimane, a raccolta avanzata: i danni maggiori si registreranno sul Rojo Brillante, varietà più sensibile agli effetti delle basse temperature. Un ammanco importante, che si innesta in uno scenario frutticolo segnato da altre caren-

ze, in primis quella delle pere: sono convinto che il mercato sarà generoso e ci permetterà di recuperare in valore i quantitativi mancanti».

Storicamente, Agrintesa è l'azienda di riferimento a livello nazionale per i kaki. Dagli anni '70, già con il marchio Paf è sinonimo di tipicità, cura nella lavorazione e qualità. «Garantiamo un alto livello di servizio: dalla stufatura alla calibrazione, dalla divisione per colore al grado di maturazione dei frutti. E il mercato non ha mai mancato di riconoscere i nostri punti di forza» conclude Moretti.

Enrico Bucchi, responsabile commerciale Italia Alegra, la divisione vendite di Agrintesa, afferma: «Dal punto di vista del mercato, registriamo prezzi molto sostenuti, con quotazioni che hanno raggiunto livelli inediti. Sul fronte delle richieste in termini di varietà, vediamo una buona tenuta per il kako Tipo, mentre il Rojo Brillante, negli anni, ha conquistato posizioni crescenti: un risultato che dimostra come il consumatore italia-



Moretti e Bucchi con i kaki

no predilige la nostra proposta di prodotto nazionale e filiera garantita, rispetto al prodotto spagnolo. Austria e Svizzera sono storicamente amanti del kako romagnolo: su questi mercati, siamo presenti da anni e siamo punto di riferimento per i consumatori. Complessivamente, sono destinati al segmento export circa il 10% dei nostri ka-

ki».

Per quanto riguarda il kako a polpa soda, il riferimento di mercato all'estero è sicuramente la Spagna. «Se guardiamo al panorama italiano - conclude Bucchi - la preferenza per il prodotto nazionale è significativa e c'è disponibilità a riconoscere differenziali sulle quotazioni, premianti per il kako nostrano. All'estero

invece la situazione è diversa: nei mercati oltreconfine lo scenario è condizionato, stagione dopo stagione, dalla disponibilità di prodotto spagnolo. Purtroppo, pur a fronte di una campagna non brillante per il kako iberico, la scarsa disponibilità di Rojo Brillante italiano renderà le possibilità di export per il nostro Paese molto contenute».