

AGRONOTIZIE

Le novità per l'agricoltura

20 ottobre 2009

Actinidia 2009, economia e mercato

IX convegno nazionale Actinidia 2009 - Prima sessione. Si è svolto tra Viterbo e Latina il IX convegno nazionale alla presenza di 350 esperti italiani e internazionali

Si è concluso, tra Viterbo e Latina, il **IX Convegno nazionale Actinidia 2009**, appuntamento di riferimento per tutti i Gruppi di ricerca e commerciali italiani ed internazionali che si sono ritrovati nel Lazio, culla del kiwi in Italia.

Dal 6 all'8 ottobre, all'[Università degli Studi della Tuscia](#) ed al Palazzo della Cultura di Latina, oltre **350 convegnisti** si sono confrontati sulle tematiche strategiche inerenti l'intera filiera dell'actinidia per fare il punto per il Lazio, l'Italia e, nel mondo, sulla stato della ricerca, della tecnologia e del commercio a proposito della frutticola che ci vede produttori leader mondiali. Hanno aperto i Lavori a Viterbo presso l'Auditorium dell'Ateneo viterbese, il convener del Convegno, **Giorgio M. Balestra**, del [Dipartimento Protezione piante](#), il Preside della Facoltà di Agraria, **Eddo Rugini**, il vice presidente Coldiretti Lazio, **Leonardo Michelini**, l'assessore regionale, **Giuseppe Parroncini**, per il [ministero delle Politiche agricole](#), **Giuseppe Manzo** e il presidente della Sez. Frutticoltura della [Soi](#), **Ugo Palara**.

Oltre ai massimi esperti nazionali del settore, il convegno è stato premiato dalla fattiva partecipazione di numerosi rappresentanti per **Brasile, Cile, Cina, Grecia, Montenegro, Nuova Zelanda, Portogallo, Romania, Spagna**. Un gemellaggio ufficiale tra la città di Latina e la capitale del kiwi in Brasile, la città di Farroupilha. La riunione di tutti i membri dell'Associazione **Città della Frutta** coordinata dal prof. Bellini.

Più di **250 tra agricoltori, studiosi ed addetti del settore** hanno partecipato a **visite tecniche ad impianti** di actinidia a polpa verde, gialla, ed a stabilimenti. Oltre **1000 visitatori** hanno vivacizzato il **I° Kiwi Expo** a Latina con 52 spazi espositivi tecnico-commerciali, oltre 22 relazioni tecnico-commerciali, e la presentazione di 2 libri, uno inerenti le problematiche del kiwi in post-raccolta e, per la prima volta, di un libro (*Il Kiwi in Tavola*), inerente le proprietà salutistiche e culinarie di un frutto, il kiwi, punta di diamante tra le eccellenze agroalimentari del made in Italy, il tutto condito da apprezzate cene a base di kiwi offerte a tutti i convenuti.

A tutti gli interventi sono stati consegnati gli *Atti* grazie al patrocinio ed al supporto della Soi, racchiusi in un numero speciale della rivista *Italus Hortus* (Vol. 16, n.5, 365 pp.) con ben 85 relazioni scientifiche.

Prima sessione - Economia e mercato

Rispetto alla domanda interna il mercato evidenzia una segmentazione legata a caratteristiche territoriali, strutturali, organizzative, generazionali come ad una governance che deve puntare maggiormente su azioni di informazioni, ricerca e sviluppo; rispetto ai competitor internazionali, nuovi produttori si stanno attrezzando. In Italia, i consumi sono in crescita, la Igp del **Kiwi Latina** deve essere maggiormente promossa sotto differenti punti di vista al fine di innescare una serie di processi virtuosi tali da determinare un valore aggiunto a tutt'oggi parzialmente espresso dalle potenzialità del prodotto Kiwi del Lazio. (**Carbone, Univt**).

I costi d'impianto e di produzione evidenziano un margine ridotto per gli operatori, mentre necessita di approfondimenti l'analisi dei costi dei commercianti all'ingrosso e dei dettaglianti (**Schiano lo Morello, Ismea**).

L'intero comparto necessita di innovazione e diversificazione dell'offerta unita ad incisive azioni di marketing; aggregazioni concertate tra le Op risultano strategiche per accrescere il potere contrattuale dei produttori ed al fine di far fronte alla crescente competizione internazionale (**Perito - Petriccione, Inea**).

Rispetto alla tutela delle differenti varietà mediante brevetti, privative e marchi, si osserva una differente organizzazione dei detentori rispetto alla produzione, al controllo della qualità, alla vendita come ad azione di marketing e di comunicazione; inoltre, risulta differente il ruolo dei consorzi e dei sistemi a licenze ed è oltremodo marginale il potere decisionale per gli agricoltori che ad essi aderiscono (**Blasi et al, Univt**).

Il commercio estero del kiwi è in crescita, l'import da altri paesi è complementare e non in competizione al prodotto italiano. L'Italia nelle esportazioni evidenzia una spiccata competizione di prezzo ma non di qualità (**Carbone - Henke, Univt - Inea**).

Gli standard di qualità tendono ad una diversificazione delle professionalità più avanzate, a migliorare la preparazione organizzativa e strutturale, prediligendo sistemi di coltivazione innovativi (**Pancino et al, Univt**).

La redditività, in riferimento alla Romagna, evidenzia risultati positivi, i costi d'impianto e di gestione risultano alti, si evidenzia una certa preoccupazione per le oscillazioni di prezzo, ma comunque l'offerta e la qualità risultano stabili (**Palmieri - Pirazzoli, Unibo**).

A fronte di investimenti di rilievo la mancanza di adeguate aggregazioni e di strategie condivise tra le Op nel Lazio come in altri areali, lasciano un margine economico ridotto ai produttori rispetto ad un prodotto, il kiwi, in espansione per consumi ed esportazioni. Similarmente, anche lo spazio decisionale per i produttori rispetto a varietà tutelate da brevetti/marchi risulta piuttosto limitato ed in prospettiva questo, potrebbe risultare un fattore negativo. Si avverte un'esigenza complessiva nell'investire maggiormente in ricerca ed innovazione come in comunicazione/marketing, per promuovere adeguatamente produzioni di rilievo (**Igp Kiwi Latina**).