

Kiwi: nuove varietà e «rete» contro la concorrenza estera



L'**actinidia** ha un peso limitato nel contesto frutticolo mondiale, poiché vale meno del 2% della produzione totale di frutta fresca non tropicale (escluso agrumi), ma nei pochi Paesi in cui è coltivata riveste un'importanza strategica di grande rilievo. In particolare, sono solo una ventina i Paesi in cui è presente questa specie, per una superficie di circa 250.000 ha, il 70% dei quali concentrati in Cina. Nell'ultimo decennio l'interesse per l'actinidia è notevolmente cresciuto, tanto che gli investimenti nel mondo sono aumentati di **85.000 ha**.

Buona parte di tale crescita è dovuta alla Cina, che autoconsuma quasi tutta la produzione interna e rappresenta di fatto un universo a se stante, ma anche nel resto del mondo l'attenzione nei confronti di questo frutto è in crescita, con un **aumento delle superfici coltivate di 4.000 ha** nell'ultimo quinquennio.

Italia e Nuova Zelanda concentrano quasi la metà delle superfici mondiali (escluso Cina) e mostrano una dinamica piuttosto stabile, mentre tra i principali Paesi produttori è rilevante la crescita della Grecia, 3.700 ha in 5 anni e, secondariamente, dell'Iran con 1.700 ha.

In Italia la ripresa produttiva è altalenante, per il perdurare di patologie dal forte impatto sui potenziali produttivi degli impianti, soprattutto nel Nord Italia, quali la moria o la stessa PSA che quest'anno è ricomparsa in alcune aree.

Dopo il picco registrato nel 2015, con oltre 600.000 t, la produzione italiana è scesa nuovamente e anche nel 2018 i dati provvisori attestano l'offerta attorno a **470.000 t**.

Ricerca e nuove cultivar per restare competitivi

L'actinidia è un frutto per il quale i mercati internazionali rappresentano da sempre il principale sbocco e anche in Italia, nonostante elevati livelli di **consumo interno** rispetto agli altri principali produttori, più del 70% della produzione è avviata all'esportazione.

Le prospettive future, pertanto, sono strettamente legate alla capacità che avrà il comparto di adattarsi ai **cambiamenti del mercato globale**, tenendo bene in considerazione che nuovi produttori si sono già affacciati con decisione sul mercato e altri potrebbero essere prossimi a farlo.

L'Italia dovrà essere in grado di ribadire la sua leadership produttiva, rinnovando al contempo quella commerciale.

Per il primo punto fondamentale è l'azione della ricerca, al fine di superare le problematiche fitosanitarie emerse di recente e che stanno tuttora minando la produttività degli impianti. Sempre dalla **ricerca**, è auspicabile provenga lo stimolo alla diffusione di **nuove cultivar**, riflettendo con cura sulle modalità di gestione più opportune. È proprio alle nuove cultivar che si deve buona parte della crescita mondiale dei consumi di un frutto che ha molteplici varianti organolettiche.

Per quanto concerne l'**azione in campo commerciale**, l'intera filiera deve muoversi in modo coordinato: da un lato, basilare risulta il lavoro delle istituzioni al fine di favorire l'apertura e la penetrazione di nuovi mercati, rimuovendo i tanti ostacoli al commercio ancora presenti, ma dall'altro lato gli sforzi vanno integrati dagli operatori con la **promozione del consumo** nei nuovi mercati target, dove questo frutto non è ancora ben conosciuto.

Tratto dall'articolo pubblicato su *L'Informatore Agrario*

n. 21/2019

Kiwi: nuove varietà e «rete» contro la concorrenza estera

di A. Palmieri

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