

Speciale Agricoltura

IL BILANCIO

Per le noci di Romagna annata molto positiva ma con un "Sos costi"

L'interesse per il prodotto nazionale resta alto da parte della grande distribuzione organizzata

FORLÌ
CRISTIANO RICIPUTI

Per le noci di Romagna il 2021 si è chiuso in positivo, ma resta alta l'attenzione a causa dei costi. Presso l'azienda San Martino di Forlì, di proprietà di New Factor, c'è fermento in vista della prossima stagione produttiva che sarà condizionata sia dalle maggiori spese, sia da come i consumatori reagiranno alla crisi.

«Anche quest'anno abbiamo registrato con soddisfazione un forte interesse per la nostra filiera della Noce italiana - spiega Francesco Perego, direttore vendite New Factor - fin dai primi giorni della campagna: un riscontro positivo che è durato anche nei mesi successivi e ci ha permesso di chiudere l'anno con un significativo incremento a volume rispetto al pari periodo (ottobre-dicembre) dell'anno

precedente. Sicuramente, ha avuto anche rilievo il noto ritardo del prodotto di importazione californiano, che ha permesso di lasciare maggiore spazio al prodotto nazionale nel periodo natalizio sui punti vendita».

Nel mese di gennaio, l'arrivo delle noci californiane e la coda degli stock di Natale, come di consueto, creano qualche settimana di rallentamento generalizzato nelle vendite.

«Ma è una situazione dalle quale sista comunque già uscendo negli ultimi giorni - precisa Perego - L'interesse per il prodotto nazionale resta alto da parte della Grande Distribuzione, che intende dare spazio al prodotto fino a fine campagna. Sul fronte dei prezzi, la situazione è tendenzialmente stabile, trattandosi di un prodotto di filiera che si presta in misura ridotta a speculazioni. Inoltre, in

questi giorni è in partenza un importante progetto di Private Label che, coinvolgendo noi e altri player italiani, darà sicuramente ampia visibilità al prodotto italiano».

La conservazione procede regolarmente, i volumi sono in linea con le aspettative e il prodotto mantiene lo standard qualitativo che lo caratterizza. «Salvo eventi imprevedibili - aggiunge - ci aspettiamo di terminare in tarda primavera il prodotto sfuso nei calibri maggiori e di proseguire fino all'inizio dell'estate con il confezionato».

L'Italia non produce noci a sufficienza, rispetto ai consumi interni. A questo proposito, il direttore dice che «L'importazione dall'estero resta ovviamente significativa e copre la quota principale del consumo nazionale. Non possiamo attenderci che le cose cambino da qui a diversi an-



ni, anche se la produzione nazionale è in aumento e crediamo che possa rappresentare sempre di più un punto di riferimento per i consumatori attenti al livello qualitativo del prodotto e alla filiera corta. E per quello che concerne l'esportazione, purtroppo, le noci italiane non hanno ancora trovato il giusto collocamento nel panorama extra-nazionale, anche se rileviamo un interesse crescente, con richieste di quotazione sia in Europa sia dal Medio Oriente. Siamo quindi fiduciosi che anche questo canale possa darci delle soddisfazioni, in futuro».



Francesco Perego, direttore vendite New Factor