

Accordo tra Monvisofruit e AVI Uva scommessa vinta a Cuneo

44 Competere sui mercati agroalimentari per le imprese agricole oggi è “cum petere”, collaborare: una ricetta di sviluppo basata su condivisione di mezzi, forza lavoro e know how, ma non solo. Su questi concetti si gioca non solo il futuro, ma già il presente dell’agricoltura italiana. Un esempio concreto viene dal Cuneese, dove la Monvisofruit ha prima diversificato nell’uva da tavola, per poi specializzarsi. Ora l’accordo con AVI per le uve apirene **ARRA**

Monvisofruit è il nome della cooperativa di Pagno (Cn) che, qualche anno fa, ha messo insieme il meglio dell’Italia avvicinando l’esperienza datata del Sud a quella novella del Nord: la prima risposta ottenuta fu che, anche in Piemonte, era possibile produrre uva da tavola apirene. Ma, all’opportunità, si aggiunse la ricetta della diversificazione: sostituire gli impianti di kiwi colpiti

da batteriosi con la varietà di uva Crimson seedless, che raggiunge punte cromatiche uniche grazie all’importante escursione termica pedemontana, e croccantezza e gusto intensi per via del rapporto zuccheri/acidità esclusivo di quest’area. La maturazione tardiva rispetto ai climi più caldi del Sud Italia ha poi creato naturalmente lo spazio di mercato, in

un momento in cui l’offerta inizia ad essere inferiore alla richiesta, agevolato commercialmente dalla vicinanza con il Nord Europa, tra i principali clienti del frutto a bacca rossa. Ma, se l’obiettivo della competitività del settore primario ha sempre di più a che fare con l’innovazione, qui proposta come diversificazione di prodotto, l’uscita dal proprio “recinto aziendale” ha fatto la differenza di questa giovane storia imprenditoriale grazie al recente accordo con AVI (Agricultural Varieties Innovation), titolare esclusivo per l’Europa dei diritti di tutte le varietà senza semi ARRA, accordo che ha aggiunto il tassello della specializzazione, permettendo al Piemonte di diventare “terra di uva da tavola”, con oltre cinquanta ettari già in produzione con Crimson e Thomson.

Morale di questa favola? Un’impresa agricola è

tanto più competitiva, quanto più vantaggiosamente riesce a stabilire una specializzazione di prodotto e processo capace di creare reddito grazie all’integrazione di filiera con altre aziende del territorio. Al valore di questa strategia si aggiunge una congiuntura favorevole: la quota di mercato conquistata in pochi anni dalle varietà di uva apirene ha raggiunto il 46 per cento che l’Italia

vive con un cambio di passo incentrato su aggregazione, programmazione e marketing di prodotto dedicato al “trend-healthy”. Se poi si considera che l’uva da tavola è consigliata tanto nelle cure dimagranti, quanto per contrastare l’osteoporosi, probabilmente anche Esopo avrebbe guidato la volpe della sua favola verso un finale... più salutare!

