



Gruppo Alegra, campagna dei cachi al via

Stagione al via per i **cachi** delle aziende del Gruppo Alegra: il tradizionale **Loto di Romagna** a polpa morbida e il **Rojo Brillante** a polpa soda, amato dai consumatori più giovani, sono pronti a raggiungere gli scaffali della Gdo, i mercati all'ingrosso e il circuito del dettaglio specializzato. commercializzati dalle aziende che compongono il Gruppo: Alegra, Brio per le

referenze biologiche, Valfrutta Fresco per le linee premium.

“Il conferimento nei nostri magazzini è in pieno svolgimento - spiega **Enrico Bucchi, responsabile commerciale Italia di Alegra** -: trascorsi i tempi tecnici per la detannizzazione dei frutti, i nostri cachi saranno a disposizione dei consumatori nei diversi punti vendita in Italia e all'estero. Dal punto di vista delle quantità, la campagna 2020 sconta gli effetti delle **gelate primaverili** che hanno compromesso parte della produzione a cui si aggiunge la normale cascola dei frutti che caratterizza il mese di settembre. Le stime preliminari si attestano su circa **2.000 tonnellate di Rojo Brillante** e **3.000 tonnellate di Loto di Romagna**”.



“Per quanto riguarda il caco tipo a polpa morbida - spiega Bucchi -, circa il 90% del prodotto è destinato al consumo domestico: il 10% rimanente raggiungerà in particolare **Svizzera** e **Austria** dove è molto apprezzato soprattutto da consumatori adulti e, in parte, legati alle proprie origini italiane. Soltanto il 50% del Rojo brillante, invece, sarà distribuito sul mercato nazionale: circa la metà dei frutti raccolti sarà destinata ai nostri clienti in Europa”.

La maggior parte del prodotto è di provenienza emiliano-romagnola ma, negli ultimi anni, le aziende del Gruppo Alegra hanno scelto di puntare anche in altre zone di produzione: “L'Emilia-Romagna - spiega Bucchi - è tradizionalmente legata alla coltivazione del caco tipo mentre la nostra scelta di investire per favorire la produzione in **Calabria** del Rojo Brillante rappresenta una precisa strategia: in questo modo possiamo **allargare la finestra di commercializzazione**, che diversamente si fermerebbe a dicembre, fino a gennaio inoltrato. In questo modo potremo sovrapporci al calendario spagnolo e garantire la fornitura ai nostri clienti affinché non siano costretti a rivolgersi a fornitori iberici per la chiusura della campagna”.



A ciò si somma la totale copertura dei segmenti commerciali garantita dalle aziende che costituiscono il Gruppo Alegria in risposta alle diverse esigenze: prodotto convenzionale, biologico, linee premium. A Valfrutta Fresco è affidato il compito di commercializzare e valorizzare proprio queste ultime: “I nostri cachi - spiega il **direttore generale dell’azienda, Stefano Soli** - saranno presenti in tutto il territorio nazionale e all’estero nelle principali catene della Gdo: per la varietà a polpa tenera proponiamo una confezione da due frutti a peso imposto da 500 grammi. Da quest’anno il pack sarà caratterizzato da una nuova etichetta che, insieme al marchio **Valfrutta Fresco**, esalterà l’origine emiliano-romagnola dei nostri prodotti. Nei mercati all’ingrosso, invece, saremo presenti con il classico vassoio a tre frutti destinato principalmente ai negozi al dettaglio. Per quanto riguarda il Rojo Brillante, poi, oltre al packaging da due frutti a peso imposto, presenteremo anche il prodotto sfuso monostrato identificato dal **bollino Valfrutta Persimmon**, garanzia di qualità premium e italianità”.

Il segmento biologico, infine, sarà gestito da Brio, business unit specializzata nella produzione e commercializzazione delle referenze bio: “Selezioniamo i cachi migliori nelle nostre aziende in Calabria, Emilia-Romagna e Veneto - spiega **Mauro Laghi, responsabile commerciale dell’azienda** - per proporre al consumatore un prodotto dal gusto delicato e dolce, ideale come fine pasto, come snack a merenda e come ingrediente per la preparazione di dolci, mousse, sorbetti e confetture. Porteremo sugli scaffali i cachi biologici Brio, come referenze di private label per i nostri clienti della Gdo, e il Rojo Brillante a marchio Alce Nero che sarà proposto in un pack plastic-free 100% riciclabile: la confezione, composta da una vaschetta con maniglie, accoglierà due frutti dal peso complessivo di 600 grammi”.

