

[Iscriviti](#)

Prodotti

Pere, obiettivo export. Amidei: "Puntare sui mercati ricchi"

24 marzo 2017 • [Aggiungi un commento](#)Autore [Redazione](#)

Aumentare la conoscenza delle pere all'estero e puntare su mercati aperti e ricettivi alla qualità. Gli obiettivi di FuturPera secondo Gianni Amidei

Internazionalizzazione, o meglio, **"internazionalizzazione della conoscenza del prodotto pera"** afferma **Gianni Amidei**. Sarà questo il focus sul quale si concentrerà, secondo il presidente dell'**OI Pera**, sia l'organismo che presiede, sia **FuturPera**, il Salone dedicato alla pericoltura che quest'anno si terrà per la seconda volta, sempre a Ferrara, dopo la prima edizione di due anni fa, dal 16 al 18 novembre.

La **campagna di commercializzazione delle pere del 2016/2017**, secondo i dati del CSO Italy, è stata caratterizzata da un ritmo di vendite positivo, tanto che in Emilia-Romagna, la regione più importante per la sua produzione, si registra un 24% in meno di giacenze nei magazzini un po' per tutte le varietà. A partire dall'Abate, così come per Kaiser, Conference e Decana.

La **Germania** è il principale paese straniero che importa le pere italiane, ma l'obiettivo deve essere, secondo Amidei, un deciso scatto in avanti, approfittando anche del calo di offerta da parte dei paesi dell'Emisfero Sud, in particolare dall'Argentina che, secondo i dati Wapa, fa registrare la diminuzione maggiore.



Nella foto: da sinistra Filippo Parisini, presidente di Ferrara Fiere e Gianni Amidei, presidente Oi Pera

«L'**Abate** prodotta nella Pianura Padana – afferma Amidei nella nota di FuturPera – è una pera ancora poco conosciuta nel mondo, dove la varietà più richiesta rimane la William. Per l'**OI**, tra gli organizzatori di FuturPera insieme a Ferrara Fiere, è **fondamentale far arrivare le nostre**

varietà su mercati aperti, "ricchi" e capaci di apprezzarle, soprattutto in annate di abbondanza produttiva, quando **l'esigenza di esportare diventa stringente**. Per farlo serve internazionalizzare la conoscenza del prodotto, attraverso **gli strumenti strategici** che abbiamo messo in campo in questi anni: partecipazione a fiere internazionali, organizzazione di eventi e convegni, panel test e azioni di valorizzazione generale del prodotto. L'OI non ha, infatti, il compito di commercializzare il prodotto, ma di supportare gli operatori nelle loro attività di promozione».

Infine una **citazione alle due grandi nuove realtà aggregative** che hanno caratterizzato il mondo delle pere italiane negli ultimi due anni, vale a dire **Opera** e **Origine Group**. Secondo Amidei, seppure in modo differente, "hanno agito per **dare un valore aggiunto al prodotto**. Il buon andamento delle **quotazioni di mercato** nelle ultime due annate è al 99% merito loro".

#pere



Dopo l'Egitto la Cina. Si espande Mac Fruit Attraction



Export agroalimentare. L'ortofrutta vale più di 8 miliardi

Probabilmente ti interessa anche

Prodotti

Prodotti