

La Nuova Ferrara

La pera adesso punta ai mercati "ricchi" Lancio con la Fiera



A novembre il salone FuturPera per l'internazionalizzazione Amidei (Interprofessionale): Abate ancora poco conosciuta

26 Marzo, 2017

Aumentare conoscenza e presenza della pera nei mercati esteri per favorirne il consumo e ottenere prezzi soddisfacenti per i produttori. Sono questi i principali obiettivi dell'Organismo interprofessionale pera, perseguiti attraverso una serie di iniziative come FuturPera, il Salone che per la sua seconda edizione - a Ferrara Fiere dal 16 al 18 novembre 2017 - scommetterà sull'internazionalizzazione del prodotto verso mercati "ricchi", pronti ad accogliere la pera italiana di qualità. In base ai dati raccolti ed elaborati dal Centro servizi ortofrutticoli di Ferrara, la campagna di commercializzazione delle pere 2016-17 è stata caratterizzata da un buon ritmo di vendita (24% in meno di giacenze nei magazzini dell'Emilia-Romagna) per tutte le varietà: l'Abate in primis, ma anche Kaiser, Conference e Decana sono state collocate in maniera regolare. L'Europa, con la Germania in testa, rimane il principale paese di riferimento per l'export, un mercato che assorbe anche il prodotto proveniente dall'Emisfero Sud. In queste zone produttive l'offerta 2017 risulta inferiore del 2% rispetto all'anno scorso, con l'Argentina che soffre il maggior calo della produzione: dal 3 al 13% in meno (dati World Apple and Pear Association).

Una situazione generale favorevole per la filiera che deve riuscire ad aumentare in maniera



conoscenza del prodotto pera. L'Abate - spiega Amidei - 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 che abbiamo messo in campo in questi anni: partecipazione a fiere internazionali, organizzazione di eventi e convegni, panel test e azioni di valorizzazione del prodotto. L'OI non ha, infatti, il compito di commercializzarlo ma di supportare gli operatori nelle loro attività di promozione. Nel 2015 abbiamo accolto con soddisfazione la nascita delle due realtà aggregative, Opera e Origine Group, che hanno agito, seppur in maniera differente, per dare un valore aggiunto al prodotto. Il buon andamento delle quotazioni di mercato nelle ultime due annate è al 99% merito loro».

Nel 2017 si punta su FuturPera per favorire e diffondere la conoscenza delle gamma di pere italiane all'estero. Il salone sarà un vero e proprio crocevia per una filiera che punta all'internazionalizzazione e «crediamo - conclude Amidei - saprà attrarre non solo aziende espositrici di caratura internazionale, ma anche i buyer delle principali catene della Grande distribuzione organizzata». La seconda edizione di FuturPera è voluta e organizzata da Ferrara Fiere e Congressi e OI Pera.

Andrea Tebaldi

©RIPRODUZIONE RISERVATA

PRIVACY

Finegil Editoriale S.p.A.

Via Cristoforo Colombo n.98 - 00147 Roma - P.I. 01578251009

Società' soggetta all'attività' di direzione e coordinamento di Gruppo Editoriale L'Espresso S.p.A.

Riproduzione riservata

