

LA NOSTRA ECONOMIA



ALBANO BERGAMI: «BENE LE AGGREGAZIONI COME OPERA, CHE RAPPRESENTA IL 27% DELLA PRODUZIONE, E ORIGINE CON IL 12%»

Oltre 120 espositori

Dal 16 al 18 novembre a Ferrara Fiere si svolgerà l'unico evento dedicato alla filiera pericola. Ferrara Fiera ospiterà circa 120 espositori, il 15 per cento dei quali stranieri.



Dati incoraggianti

Per Simona Caselli, assessore all'Agricoltura della Regione, «i dati sono incoraggianti ed eventi come Futurpera sono importanti per fare il punto sulla tecnica produttiva»



Quartiere rinnovato

Sarà un quartiere fieristico rinnovato ad accogliere i visitatori che nel 2015 sono stati oltre 8.000. Filippo Parisini, presidente, ha ringraziato l'assessore regionale Caselli.



Alla presentazione sono intervenuti anche Simona Caselli, Tiziano Tagliani, Filippo Parisini e Albano Bergami

FuturPera torna in Fiera e diventa più internazionale

Dal 16 al 18 novembre l'evento regionale

di **MATTEO RADOGNA**

PRESENTARSI da soli sul mercato significa perdere in partenza. Quando, infatti, i produttori si aggregano il prezzo del prodotto aumenta. È questo uno dei concetti chiave che hanno portato a creare prima l'organizzazione Oi Pera, poi una manifestazione di livello internazionale come FuturPera che si svolgerà dal 16 al 18 novembre, a Ferrara Fiere. Fare rete, infatti, significa valorizzare l'intera filiera della pera, che in controtendenza rispetto ad altri frutti, sta aumentando i consumi. Questo grazie al lavoro effettuato da attori come Oi Pera, Regione e provincia di Ferrara. Con la seconda edizione, FuturPera punta a confermare i numeri dell'anno scorso (8mila presenze) grazie ai 120 espositori (di cui il 20% esteri), e alla partecipazione di buyer provenienti da tutto il mondo. Tutti i rappresentanti della filiera italiana e i principali competitor internazionali saranno presenti a Ferrara: dal mondo del vivaismo e dell'innovazione varietale, a quello dei macchinari fino alle rappresentanze delle principali aggregazioni di produttori e alle realtà commerciali più importanti. Il

presidente della manifestazione, Stefano Calderoni, ieri durante la presentazione della kermesse, ha fatto sapere che «tutti gli spazi espositivi sono completi. Nonostante questo, riceviamo ancora richieste». Il sindaco di Ferrara, Tiziano Tagliani indica la strada da seguire: «La seconda edizione di FuturPera ci consente di promuovere un prodotto sul suo territorio di appartenenza. Nel corso del-

STEFANO CALDERONI
«L'Emilia-Romagna è il più importante distretto produttivo a livello mondiale»

la fiera sarà coinvolta anche la città, con gelaterie, bar, ristoranti che proporranno un utilizzo diversificato e originale della pera. La prima edizione è stata una grande soddisfazione per l'amministrazione comunale, gli organizzatori e la Fiera, che è stata particolarmente valorizzata dall'evento». L'assessore regionale all'Agricoltura Simona Caselli illustra le novità: «Andremo in Cina per far sì che venga aperto un dossier sulla pera, soprattutto igp, e aprire quel mercato a questo prodotto.

Attualmente con quel paese si può commerciare soltanto il kiwi. Inoltre abbiamo investito dieci milioni di euro sulla difesa passiva dalla cimice e da altre calamità. Apprezzo molto, infatti, la scelta fatta dal settore di investire in aggregazione per organizzare l'offerta ed anche le nuove campagne di marketing e comunicazione dedicate alla pera. Il sostegno a FuturPera e al settore della pera rientra poi, davvero perfettamente, nei nostri obiettivi di valorizzazione di tutti prodotti emiliano-romagnoli certificati e di qualità».

LA KERMESSE dedicata alla pera prevede incontri con esperti di livello mondiale che parleranno di marketing, di come migliorare le rese e le performance delle aziende. Non solo ci saranno prove sul campo per mostrare le tecniche di potatura. Calderoni spiega la mission di FuturPera: «L'obiettivo è quello di dare risposte concrete agli operatori, e promuovere l'aggregazione e il lavoro di squadra. FuturPera sarà il crocevia di contatti e relazioni internazionali, grazie alla presenza di buyer provenienti da potenziali paesi importatori, come Arabia Saudita, Kuwait, Qatar, Bahrain, Dubai, oltre che da Paesi europei come Germania e Spagna».

1° GIORNO

Focus su Abate Fetel

La prima giornata dal titolo 'Abate Fetel: aumentare le rese per una maggiore redditività' □ sarà ideata alle tecniche per migliorare le rese produttive

2° GIORNO

Mercato e consumi

Il secondo giorno si parlerà di 'Mercato e consumi: i nuovi trend e le sfide future', per scoprire le tendenze dell'export, avere una previsione sulla campagna 2017/18