

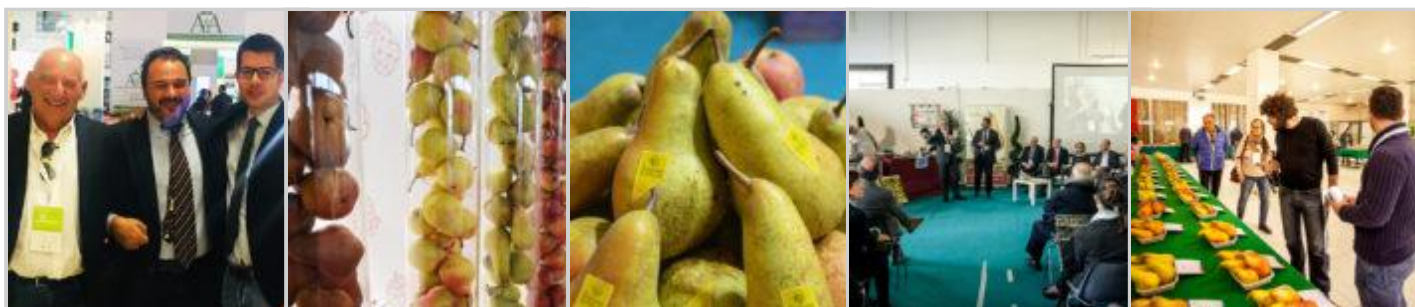
dom 19 Nov 2017 - 459 visite

[Apertura](#) / [Economia e Lavoro](#) / [Vetrina](#) | Di [Redazione](#)

[Share 0](#)
[Tweet](#)
[WhatsApp](#)
[Stampa](#)
[Condividi](#)
1

Edizione da record per FuturPera

Oltre un milione di indotto e 30% in più di presenze e aziende. Già in programma la terza edizione



Un bilancio decisamente positivo per la seconda edizione di FuturPera – Salone Internazionale della Pera, che ha registrato un netto 30% in più sia in termini di presenze che di aziende, generando un indotto economico per il territorio di oltre un milione di euro. Una crescita importante per un evento “verticale”, che è diventato il punto di incontro dell’intero comparto, anche grazie all’altissimo grado di specializzazione e innovazione della proposta espositiva e convegnistica.

Temi caldi di FuturPera 2017 per il mondo produttivo sono stati il miglioramento di rese produttive e redditività dell’Abate e le sfide di mercato, con particolare attenzione al consolidamento delle piazze europee e alla conquista di nuovi mercati come la Cina. Argomenti ampiamente trattati nel corso dei due convegni del World Pear Forum, che ha visto la partecipazione di oltre 3mila operatori del settore, per un confronto aperto e diretto con esperti italiani ed esteri.

Grande soddisfazione è stata espressa dagli organizzatori – Oi Pera e Ferrara Fiere e Congressi – che due edizioni di successo, puntano a una continua crescita dell’evento, come ha spiegato Filippo Parisini, presidente del polo fieristico ferrarese.

“FuturPera è stata una scommessa che la Fiera ha accettato perché la filiera pericola è un’eccellenza dell’agricoltura ferrarese che andava valorizzata e promossa a livello mondiale. Il Salone ha avuto, sin dalla prima edizione, l’obiettivo di diventare un punto di riferimento concreto per il settore, non solo una vetrina ma una vera e propria piazza reale di scambio commerciale. Quest’anno siamo orgogliosi di dire che quell’importante obiettivo è stato pienamente raggiunto perché, grazie alla presenza di buyers provenienti da potenziali paesi importatori europei ed extra-europei, ci sono stati molti incontri B2B e sono stati concretizzati contratti commerciali. Siamo di fronte a una fiera che sta crescendo – ha concluso Parisini – in maniera eccezionale, che lascia il segno nell’economia ferrarese anche grazie a una location davvero ideale. I piccoli quartieri fieristici “smart” sono, infatti, ottimali per ospitare le realtà economiche del territorio e proiettarle verso una dimensione europea e internazionale”.

E sull’internazionalizzazione punta anche Albano Bergami, vicepresidente Oi Pera. “Il clima di

riconoscibilità e identificazione delle proprie eccellenze. Futurpera è un tassello di questo percorso e la conferma viene dalle aziende, anche estere, che hanno partecipato e dalla presenza di soggetti commerciali provenienti da paesi Ue ed Extra-Ue. Nel corso dei convegni – ha continuato Bergami – è mersa la necessità di consolidare la nostra leadership produttiva in ambito europeo e la necessità di guardare con attenzione al miglioramento della fase produttiva come elemento indispensabile, abbinato a quello commerciale, per remunerare al meglio i primi attori della filiera. Le iniziative a carattere aggregativo e commerciale che si sono avviate nella filiera stanno producendo risultati ottimi, e sono l'unica alternativa possibile per affrontare mercati oggi irraggiungibili da piccole realtà produttive”.

E in un bilancio dell'edizione 2017 non poteva mancare uno sguardo verso FuturPera 2019. “Anche se la soddisfazione per la buona riuscita di questa edizione è palpabile – spiega Stefano Calderoni, presidente di Futurpera srl – la società di scopo formata da Oi Pera e Ferrara Fiere – anche da parte del mondo della produzione, ma stiamo già pensando a una prossima edizione ancora più ricca. Già nel 2018 faremo una serie di iniziative per continuare nella valorizzazione del prodotto e dell'intera filiera e punteremo ancora una volta su innovazione, crescita e posizionamento del prodotto. Oggi la pera è diventata la protagonista sui media, una notorietà incredibile che la rende sempre più appetibile per il consumatore e dobbiamo continuare su questa strada”.

