

FuturPera: bilancio positivo per la prima edizione

Soddisfazione da parte gli organizzatori per il grande interesse nei confronti di questa prima edizione dell'evento, la qualità dei convegni e degli incontri tecnici.

FERRARA – La sfida della prima edizione di FuturPera, la manifestazione fieristica che ha coinvolto l'intera filiera della pericoltura, è vinta. L'evento, che ha avuto l'adesione delle più importanti aziende del settore - produzione, commercializzazione, logistica, agrofarmaci, macchine e attrezzature – è stato visitato, in tre giorni, da oltre ottomila persone.

Grande interesse per la parte espositiva, anche da parte del pubblico straniero e dei buyer nazionali e internazionali consapevoli delle potenzialità del prodotto.

Ottimo successo anche per Interpera, il congresso mondiale dedicato alla pera che si è svolto in contemporanea a FuturPera e per i numerosi convegni e incontri tecnici dedicati, in particolare, alle nuove sfide per la lotta alle avversità del pero, prima tra tutte la cimice asiatica; la ricerca scientifica in campo varietale e l'innovazione del prodotto finalizzata a raggiungere nuovi mercati. E di nuovi mercati si è parlato molto nel corso di tutta la manifestazione che aveva proprio, come primo obiettivo, favorire e promuovere la commercializzazione della pera e favorirne il consumo. Dell'importanza di rilanciare i consumi anche sui mercati esteri ha parlato Stefano Calderoni, presidente della società FuturPera, formata da Organizzazione Interprofessionale Pera e Ferrara Fiere.

«Dopo anni difficili per la pericoltura italiana – spiega Calderoni - si respira finalmente un'aria positiva, una voglia di rilancio generale del settore. Siamo consapevoli che questo rilancio debba passare necessariamente dalla promozione e comunicazione più efficace del prodotto e penso che FuturPera sia un importante tassello di questa operazione. Tutti i dati indicano che il settore pericoltura ha davvero grandi potenzialità di crescita: basta pensare che la pera si colloca al settimo posto come abitudine di consumo delle persone (fonte Agri2000) e chi la consuma ha tra i 50 e 55 anni di media. Occorre, dunque, puntare a diffondere l'abitudine di mangiare la pera tra i bambini e i giovani e soprattutto raggiungere i consumatori stranieri che sono un bacino potenziale vastissimo. Se in Italia, infatti, si consumano circa 11 kg di pere all'anno, la media europea di consumo è di 4 kg pro capite. FuturPera deve quindi contribuire a creare relazioni internazionali e affermarsi sempre più come punto di riferimento per la pericoltura italiana e mondiale.»

Soddisfazione è stata espressa anche da parte di Gianni Amidei, presidente dell'Oi Pera. «Sono molte le idee e le proposte emerse nel corso di FuturPera – ha commentato Amidei - che ora devono concretizzarsi in nuovi progetti per lo sviluppo del comparto. Altissimo il livello tecnico dei convegni che hanno dato all'intera filiera nuovi spunti di riflessione. Ora la vera sfida è superare, attraverso l'innovazione di tutta la filiera, il gap che rende la pera un prodotto più "delicato" a livello di conservazione e più difficile da consumare. Per questo occorrerà continuare nei prossimi mesi nel tentativo di trasformare il prodotto pera in un brand appetibile per il consumatore».



SALONE INTERNAZIONALE DELLA PERA
WORLD PEAR FAIR

WEB www.futurpera.com
E-MAIL info@futurpera.com

FERRARA [italy]

19.20.21 11 2015

Grande soddisfazione anche per Filippo Parisini, presidente di Ferrara Fiere che ha appoggiato sin dall'inizio il progetto di una fiera dedicata alla pera, andando verso l'obiettivo di specializzare fortemente il quartiere fieristico di Ferrara.

«Le fiere specializzate, soprattutto dopo l'Expo, sono le uniche che stanno crescendo. Con FuturPera abbiamo fatto un deciso cambio di passo proprio in questa direzione, organizzando una manifestazione di settore, fortemente orientata a un unico prodotto. Nel farlo abbiamo ascoltato le richieste di un territorio che non comprende solo Ferrara ma tutta la zona di produzione della pera in Pianura Padana. L'obiettivo di Ferrara Fiere, nei prossimi anni, è certamente quello di diventare il quartiere delle eccellenze agricole ed agroindustriali. Penso a settori come la risicoltura, la pesca con la valorizzazione della vongola e dell'anguilla, ma anche la promozione del Delta che ha ottenuto il Mab Unesco per il suo patrimonio di biodiversità. Eventi fieristici mirati, orientati all'economia territoriale e di grande qualità.»

La prima edizione di FuturPera è stata organizzata da Ferrara Fiere e Oi Pera in collaborazione con Regione Emilia – Romagna e Fondazione Navarra e con il contributo di Comune e Provincia di Ferrara, Cia, Coldiretti e Confagricoltura e può contare su tre main sponsor: Cassa di Risparmio di Cento, Camera di Commercio di Ferrara e A&A.

Info per la stampa: comunicazione@futurpera.com

