

Pera, nuove frontiere dell'export

Salone Internazionale: produzione in aumento, da potenziare la vendita estera

Un'altra giornata di straordinaria affluenza per il Salone Internazionale della Pera, ormai un punto d'incontro privilegiato della filiera italiana e crocevia di tecnici, esperti e buyer internazionali, provenienti da paesi tradizionalmente importatori come Germania e Spagna, ma anche da potenziali mercati extra-europei. Soddisfazione anche da parte delle aziende espositrici, che hanno puntato sull'alta specializzazione di FuturPera per rivolgersi a un ampio pubblico del settore agricolo. E sono state proprio produzione, con-

sumi, sfide di mercato e le nuove prospettive di commercializzazione le protagoniste dell'importante convegno del World Pear Forum "Mercato e consumi: i nuovi trend e le sfide future". Davanti a una sala gremita, Gianni Amidei, presidente di Oi Pera, ha aperto il forum con una sintesi della produzione 2017.

«Gli ultimi dati relativi all'Italia, primo paese produttore di pere europeo - ha spiegato il presidente di Oi - indicano una produzione di circa 735.000 tonnellate (+8% rispetto al 2016), un valore che rientra nella media

produttiva degli ultimi anni. L'Abate è una delle cultivar che ha registrato gli aumenti più consistenti, con oltre 320.000 tonnellate (+10%), seconda la William B.C con 160.000 (+3%) e a seguire Conference - la varietà più diffusa in Europa - con 61.000 (+2%) e Kaiser con 41.000 (+12%). Una produzione non eccedentaria, associata a una buona qualità dei frutti lascia ben sperare in un regolare svolgimento della stagione di commercializzazione, come indicato dai primi rilievi sull'andamento delle vendite». Si tratta, dun-

que, di una buona annata che dovrebbe favorire le esportazioni, attualmente partite in maniera abbastanza contenuta, come ha evidenziato Marco Salvi, Presidente di Fruitimprese

«Attualmente l'export è ancora orientato verso destinazioni "tradizionali" prevalentemente entro i confini dell'Unione Europea. Importante sarebbe aumentare la penetrazione del nostro prodotto verso paesi potenzialmente ricettivi come Canada, Messico, Usa, Brasile, Sud Africa, India, Vietnam, Russia, Cina».