

CORRIERE ORTOFRUTTICOLO

THE FIRST ITALIAN MONTHLY ON FRUIT AND VEGETABLE MARKET

6-02-2019

A FUTURPERA DI NOVEMBRE RICERCA E INNOVAZIONE TEMI CENTRALI



FIERE PERSONAGGI

Publicato il 6 febbraio 2019

Condividi [Twitter](#) [Facebook](#) [Google+](#) [LinkedIn](#) [Email](#)

Dal **28 al 30 novembre** ritorna alla Fiera di Ferrara la **terza edizione di Futurpera**, il Salone internazionale della pera, presentato questa mattina a Fruit Logistica.

La fiera, che occuperà uno spazio di **16 mila metri quadri**, arriverà all'indomani di una campagna (quella in corso) a dir poco faticosa che, in un certo senso ha segnato alcune delle priorità tra i temi da affrontare.

“Il principale tema in agenda – ci spiega **Stefano Calderoni (nella foto), presidente di Futurpera** – è quello della **ricerca e innovazione nel comparto**. Ci faremo anche carico di lanciare alcune provocazioni dentro Futurpera dal momento che apriremo una riflessione sul tema del **miglioramento genetico dei frutteti**. Un tema cogente perché quello di cui la filiera ha innanzitutto bisogno è di **aumentare la produttività degli impianti** che attualmente sono piuttosto obsoleti, con piante mediate di 100 anni che non arrivano a produrre più di 230 quintali di frutta per ettaro. **Occorre necessariamente aumentare le rese se vogliamo garantire la stabilità del sistema** perché non sono tanto i margini al produttore che fanno le rese quanto piuttosto i volumi”.

“Oggi – continua Calderoni – si sta dibattendo sul tema della **cisgenesi** che è una modificazione genetica intra-specie. Crediamo che in questo si possa andare verso il consumatore migliorando la salubrità dei prodotti ma, allo stesso tempo, anche di usare meno chimica e quindi meno emissioni. Ferma restando l'urgenza di lavorare sulla produttività dove, al momento, le aziende sono ferme al palo”.

L'aggregazione potrebbe essere uno degli strumenti che arginano il problema del ribasso dei prezzi ma su questo punto le principali organizzazioni, tra cui Opera, hanno rallentato l'imprinting iniziale.

“Non si esclude che – chiarisce Calderoni -, se i produttori italiani continueranno a competere sul mercato tedesco, possano trovare una quadra aggregativa per affrontare uniti il mercato globale”.

Il mercato nazionale, infatti, è caratterizzato da una costante crescita dei consumi, +7% tra il 2014 e il 2018 (periodo-gennaio-novembre) e la variazione arriva al +37% se il periodo di confronto si estende al 2013.

Mentre l'Europa (e in Particolare la Germania) rappresenta ancora il principale mercato di export, dove viene inviata il 20% della produzione totale, complessivamente di 750mila tonnellate, bisognerà probabilmente rinviare alla prossima edizione di Futurpera l'annuncio dell'accordo bilaterale con Pechino sul via libera all'export di pere italiane in Cina. Anche di questo, dei relativi lavori preparatori, dell'organizzazione e della logistica logistica, si parlerà a Ferrara.

“Esistono già degli studi di marketing – precisa Calderoni – che mettono in evidenza come i cinesi preferiscano pere a buccia liscia che si avvicinino alla loro varietà di pera Nagi. Allo stesso modo contiamo anche che da qui a due anni, si implementi la linea ferroviaria che collega il nord-Italia con la Cina nel quadro dei corridoi della silk-belt road”.

Mariangela Latella