

# La filiera dell'ortofrutta in mostra: l'Emilia-Romagna presenta i suoi gioielli

La nostra regione gioca da sempre il ruolo di capofila: con i suoi 44 prodotti certificati ha un patrimonio che oltrepassa i 3,3 miliardi di euro l'anno di giro d'affari. Una ricchezza che la rende regione leader in Italia per numero di prodotti Dop (19) e Igp (25)

## ROMAGNA

ALESSANDRO CICOGNANI

La filiera ortofrutticola italiana è una "squadra" che ogni anno vale oltre 15 miliardi di euro. Un patrimonio di 300mila aziende che, da sole, contano per più di un quarto dell'intera produzione agricola nazionale. Dati alla mano, l'anno scorso il segmento ortofrutta ha chiuso la quota export con la cifra record di 5,5 miliardi di euro (più 6% rispetto all'anno precedente) e un saldo della bilancia commerciale di oltre 1 miliardo di euro. A parte la Francia, crescono a valore i principali mercati di prodotto di sbocco: la Germania che vale quasi un terzo del mercato registra un +5%, l'Austria un +10%, Svizzera +8,2%, Regno Unito +7,8%. Nel mercato globale, l'Italia è il settimo esportatore di ortofrutta al mondo, il secondo in Europa (prima la Spagna che rimane il principale esportatore mondiale a valore). Con questi numeri, frutta e ortaggi rappresentano la seconda voce delle esportazioni agroalimentari italiane, superate solo dal vino (7,1 miliardi), insieme al quale si sono caricate sulle spalle il peso di portare i nostri sapori e profumi nel mondo.

In questo contesto, l'Emilia-Romagna gioca da sempre il ruolo di capofila, perché con i suoi 44 prodotti certificati ha, da sola, un patrimonio che oltrepassa i 3,3 miliardi di euro l'anno di giro d'affari. Una ricchezza che, tra l'altro, la rende regione leader in Italia per numero di prodotti Dop (ben 19) e Igp (ne abbiamo 25). Ecco perché quest'anno, per la prima volta, la Regione Emilia-Romagna sarà il partner di Macfrut, la fiera internazionale dell'ortofrutta organizzata da Cesena Fiera. L'appuntamento è da oggi venerdì all'interno del Rimini Expo Center, dove gli emiliano-romagnoli si metteranno appunto in vetrina con uno stand da 190 metri quadrati, all'intento dei quali si troveranno gli undici consorzi dei produttori delle Dope Igp del settore ortofrutticolo.

### Crisi e opportunità

Il ritorno di Macfrut a maggio, appena otto mesi dopo l'edizione dell'anno scorso che, causa crisi sanitaria, era stata realizzata a settembre, è la testimonianza di come il settore in generale abbia voglia di mettersi in luce come economia trainante del territorio e dell'intero Paese. E questo nonostante la crisi di appeal che, da tempo, sta purtroppo coinvolgendo tutto il segmento. Basti pensare che in dieci anni la sola Romagna ha perso qualcosa come il 40% della sua superficie frutticola. Da qualche tempo si mettono sempre più in mostra le storie di ragazzi anche giovanissimi che scelgono di tornare a mettere le mani nella terra,





L'appuntamento con Macfrut è da oggi a venerdì all'interno del Rimini Expo Center. Oltre 830 espositori in rappresentanza dell'intera filiera, i principali player italiani del settore, 500 buyer internazionali e i rappresentanti delle istituzioni

ma il percorso è ancora lungo. Tuttavia, l'ortofrutta è un settore che sta vivendo una profonda rivoluzione, nella quale protagonista è una tecnologia sempre più spinta che, forse, ancora non è possibile comprendere a pieno dove porterà, ma che sicuramente produrrà dei cambiamenti.

Tra l'altro, il concatenarsi di una doppia crisi come quella inflazionistica e geopolitica degli ultimi mesi, per assurdo potrebbe aprire le porte a business interessanti. Attualmente la medaglia sta mostrando il suo peggio, con costi maggiori e materie prime introvabili, ma quale sarà il rovescio? Secondo gli analisti si apriranno opportunità dettate dal bisogno e che coinvolgeranno in particolare l'agroalimentare. In primis il seminativo, ma anche la produzione interna di ortofrutta – considerando i costi crescenti del trasporto – potrebbe rivelarsi interessante.

#### La fiera

A discutere di tutto questo, nei prossimi tre giorni, ci penseranno gli oltre 830 espositori presenti al Macfrut in rappresentanza dell'intera filiera (produzione, tecnologie, packaging, logistica e servizi; di cui il 28% stranieri), i principali player italiani del settore, i 500 buyer internazionali che si sono già accreditati e i rappresentanti delle istituzioni. A inaugurare la 39esima edizione sarà infatti il ministro dell'agricoltura Stefano Patuanelli, alla presenza della viceministra per gli affari esteri Marina Sereni e di tre ministri dall'Africa: dell'agricoltura di Etiopia e Uganda, la ministra dell'industria per il Niger.



# Piraccini: «Scenario fortemente mutato e bisogna adattarsi»



#### ROMAGNA

##### ALESSANDRO CICOGNANI

Rivoluzione e opportunità sono le due parole che, nei discorsi del presidente di Macfrut Renzo Piraccini, sembrano meglio identificare lo stato attuale del settore ortofrutticolo romagnolo e, in generale, del nostro Paese. E questo, nonostante la crisi attuale che sta dilagando tra i produttori.

**Inflazione, materie prime introvabili, domanda stressata da una ripartenza troppo repentina e ora una forte tensione internazionale, scoppiata nella guerra, che ha innalzato i già elevati costi energetici e di beni come cereali e olio di semi. Come sta influenzando, tutto questo, nel segmento ortofrutta?**

«Quello che sta accadendo è che, anche chi non conosce il settore, comincia a capire che l'ortofrutta è un settore fortemente globalizzato, con tutte le opportunità e i problemi di un mercato globale. Prendiamo l'esempio dei trasporti, che prima avevano una caratteristica comune: erano veloci e costavano poco. Trasportare un chilo di kiwi in Germania o ad Hong Kong con un contenitore refrigerato aveva più o meno gli stessi costi. Oggi i medesimi trasporti sono lenti, non si trovano e il costo di un contenitore è passato da 4mila dollari a 10/12mila».

**Con quali conseguenze, all'atto pratico?**

«Sostanzialmente due. La prima la stiamo toccando con mano ed è la difficoltà negli approvvigionamenti delle materie prime. La seconda conseguenza è anche un'opportunità, nel senso che i mercati più interessanti diventeranno quelli più vicini. Oggi essere ben posizionati geograficamente può fare la differenza».

**Mi faccia un esempio di opportunità...**

«Prendiamo i pomodori italiani. In Europa hanno due competitor: Olanda e Marocco. Il primo utilizza i pannelli Led, ma oggi con l'aumento dei costi energetici i prezzi stanno diventando proibitivi. Il Marocco ha un basso costo della manodopera e ha sole a profusione, ma è lontano. Ecco le opportunità, che nascono quando i pesi si modificano. La mia speranza è che, finalmente, si cominci a capire quanto siano strategiche le filiere dell'agrifood».

**Nel tempo l'ortofrutta ha subito profonde trasformazioni e ha dovuto combattere con una certa disaffezione, che in Romagna si è tradotta con una riduzione della superficie frutticola del 40% in dieci anni. Lei crede in un ritorno dei giovani all'agricoltura?**

«Quello che dobbiamo fare è capire le tendenze e il compito di Macfrut è proprio questo. Non è solo un momento per incontrare persone o produttori, ma anche e soprattutto per vedere dove sta andando il futuro. Parlando di giovani il discorso è semplice: i giovani si interessano se vedono una prospettiva. Fino ad oggi non siamo stati attrattivi, ma il futuro lo vedo roseo».

**In più occasioni lei ha parlato dell'ortofrutta come di un settore in rivoluzione. Cosa intende?**

«Intendo una rivoluzione di tipo tecnologico, e anche molto spinta. Una volta per l'acqua degli impianti di irrigazione c'era un tecnico, oggi esiste un software; lo stato vegetativo delle piante lo monitorano i droni nelle grandi aziende. Fare un impianto di ciliegie in questo modo può costare anche 50mila euro all'ettaro, perché vi è un approccio più professionale. Di conseguenza ci vuole formazione e tutto questo, per tornare alla domanda precedente, apre porte interessanti a giovani con un substrato culturale elevato».

**La politica agricola, insomma, va completamente ripensata?**

«Se guardiamo nel suo insieme ciò che abbiamo detto sino ad ora, quindi contesto geopolitico, crisi economica, nuove opportunità, rivoluzione digitale e aggiungerei anche il problema della sostenibilità ambientale – ma anche economica –, dobbiamo prendere atto che lo scenario è fortemente mutato e bisogna adattarsi».

**Lei parla di cambiamento in un Paese che, culturalmente, si è però sempre dimostrato piuttosto rigido, invece che flessibile, ai mutamenti...**

«Attenzione ad una cosa: il cambiamento, o per meglio dire, in questo caso, il miglioramento può anche essere di tipo qualitativo, non solo quantitativo. Chi lo ha detto che dovremo diventare per forza più ricchi?».