

«Macfrut sarà la fiera mondiale numero uno»

Roberto Luongo, direttore generale dell'Ice, traccia la strategia per fare dell'evento la vetrina di riferimento del settore

di **Elide Giordani**

«Il nostro obiettivo strategico nel prossimo triennio è quello di fare di Macfrut la vetrina più importante a livello europeo e mondiale». Musica per le orecchie di Cesena. A scandirne le note è il direttore generale dell'Ice (l'agenzia attraverso la quale il Governo favorisce l'internazionalizzazione delle imprese italiane) Roberto Luongo. **Dottor Luongo, la fiera chiude oggi ma l'eco dell'impegno espresso dall'Ice in occasione dell'inaugurazione resterà ben oltre. Come avete intenzione di procedere per l'obiettivo enunciato?**

«Siamo pronti a fare la nostra parte, insieme a tutto il sistema imprenditoriale ed associazionistico italiano, perché Macfrut diventi l'evento mondiale punto di convergenza tutti gli operatori del settore ortofrutticolo. Vogliamo aumentare considerevolmente lo stanziamento per far arrivare sempre più operatori dall'estero».

Come intendete stimolare la presenza degli stranieri?

«Sovvenzionando parte delle loro spese in viaggi, ospitalità, allestimenti in fiera. E' un obiettivo che dispiegheremo in tre anni, ma chiediamo lo sforzo di tutti».

Quali sono le caratteristiche della fiera cesenate, oggi allestita nei padiglioni della struttura di Rimini, che vi hanno convinto ad un impegno così consistente?



Roberto Luongo

«Innanzitutto la presenza al Macfrut di tutta la filiera ortofrutticola, dal campo alle tecnologie connesse, al mercato. Il know how delle imprese italiane nell'ambito dell'ortofrutta è strategico per l'Italia. E' una delle filiere più importanti del nostro sistema imprenditoriale, più nota all'estero che non nel nostro Paese, di cui, tuttavia, è un punto di forza. Ma anche la capacità di internazionalizzazione della fiera, evidente nei circa 250 espositori stranieri in rappresen-

PUNTI DI FORZA

La presenza di tutta la filiera e la forte capacità di internazionalizzazione

tanza di una ventina di Paesi». **La fiera dovrà anche allargare ulteriormente la propria dimensione, oggi forte di 830 espositori?**

«Certo, io vorrei tuttavia che ci fossero più produttori italiani di quanti non ne accolga oggi, in modo da essere un catalizzatore per chi viene dall'estero e trova qui tutto ciò che serve allo sviluppo del settore. L'ortofrutta italiana conta oltre 5 miliardi di export all'anno e questo settore influenza le tecnologie connesse, dobbiamo far capire al mondo che il polo mondiale della filiera ortofrutticola è qui. E' una partita che si gioca anche con il ministero delle Politiche Agricole e degli Affari Esteri. Ovviamente non è l'unica fiera italiana, ma è quella che può fungere da attrattore mondiale: per l'Africa, l'America Latina e il centro Asia».

Come stimolare la partecipazione del sistema imprenditoriale e dell'associazionistico italiano?

«Facendo capire loro che partecipare ad un grande avvenimento significa trovare tutto il mondo che rappresentano».

Il vostro piano triennale conta già su un budget definito?

«La cifra verrà resa nota quando l'intero progetto sarà condiviso e sarà chiara la sua connotazione strategica. Ma nel conto non ci sono solo finanziamenti, il supporto sarà anche di tipo organizzativo. Peraltro l'Ice non opera semplicemente concedendo fondi».

Le prospettive

Export +8%, record storico Ma preoccupa l'energia

Prosegue all'insegna dell'ottimismo Macfrut, la fiera internazionale dell'ortofrutta, organizzata da Cesena Fiera e attualmente in corso al quartiere fieristico di Rimini. Nella seconda (e penultima) giornata, infatti, si è ragionato a lungo sugli scenari futuri del mercato agroalimentare, condizionati sì dalle inevitabili preoccupazioni per la situazione internazionale, ma anche dalle brillanti prospettive aperte dai progetti di ricerca avviati nel settore. Sono svariate e promettenti, infatti, le strategie messe a punto per favorire sostenibilità ed efficienza nella gestione delle risorse (in particolare, di quelle idriche), nonché per mitigare gli effetti dei cambiamenti climatici e delle avversità fitosanitarie sulle colture.

A far sorridere gli operatori ci sono poi i dati relativi all'export: con quasi 5,6 miliardi di euro (+8%), è record storico per frutta e verdura 'made in Italy' all'estero. Nel 2021 le esportazioni hanno raggiunto picchi mai toccati in precedenza: è quanto emerge dall'analisi svolta da Coldiretti su dati Istat e presentata in occasione del Macfrut. «I pro-

dotti ortofrutticoli italiani che in valore crescono di più all'estero - spiega Massimiliano Bernabini, presidente Coldiretti Forlì-Cesena - sono albicocche (+75%), mele (+5%), kiwi (+2%), pomodori (+10,5%), lattughe (+4%), cavoli (+10%). Resta stabile l'uva (+0,4%), mentre calano agrumi (-9%) e patate (-15,6%). I consumatori che apprezzano di più la nostra frutta e verdura sono i tedeschi, seguiti da francesi e austriaci».

Un quadro senza dubbio incoraggiante, minacciato tuttavia dall'impennata dei prezzi dei carburanti, che rischia di scatenare, fra l'altro, una tempesta sui costi sostenuti per la logistica e i trasporti, già più esosi in Italia rispetto ad altri Paesi.

Oggi, giornata conclusiva della kermesse, si continuerà a parlare di innovazione in un convegno organizzato dalla regione Emilia-Romagna. Spazio, poi, al Tropical Fruit congress, che dedicherà un focus all'avocado, frutto di gran moda specialmente tra i cultori del benessere e della forma fisica.

Maddalena De Franchis