

[L'INIZIATIVA]

Ortofrutta, un'unica fiera sotto l'ombrello Expo

DA BERLINO, IN OCCASIONE DI FRUIT LOGISTICA, IL SETTORE ITALIANO LANCIÒ UNA NUOVA SFIDA: BASTA ALLE INIZIATIVE IN ORDINE SPARSO, CONCENTRARE LE FORZE PER ESPORTARE DI PIÙ. IL NUOVO EVENTO DI MILANO

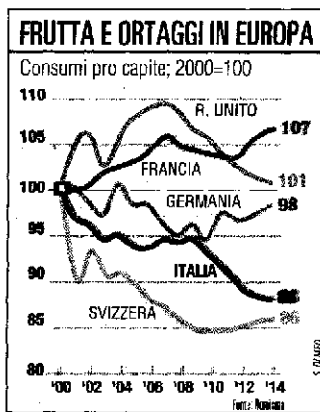
Vito de Ceglia

Milano
Un cambio di passo in grado di segnare un percorso nuovo per tutto il settore. È quello che il mondo dell'ortofruittista perseguendo per contare di più a livello internazionale e per esprimere al meglio le sue enormi potenziali. Un comparto che è oggi la seconda voce dell'export agro-alimentare italiano e tra i primi al mondo con una produzione di oltre 10 milioni di tonnellate di frutta all'anno, quasi 6 milioni di tonnellate di ortaggi e un fatturato che si aggira sui 12 miliardi di euro, di cui 4 realizzati grazie alle esportazioni. Quello dell'ortofrutta è un settore che pesa sulla nostra bilancia commerciale. Ma che fino ad oggi si è mosso in ordine sparso mettendo a nudo tutti i suoi limiti. Per ovviare a questa criticità, da qualche parte il sistema dell'ortofrutta doveva partire. Lo ha fatto da Berli-

no dove la scorsa settimana si è tenuta Fruit Logistica: la più importante fiera europea per il commercio dell'ortofrutta, a cui hanno partecipato quasi 500 espositori italiani.

È in questo contesto che è stata presentata in anteprima mondiale Fruit Innovation: la nuova mostra professionale dell'ortofrutta che prenderà il via a Milano dal 20 al 22 maggio, in contemporanea con l'Expo. L'iniziativa nasce dalla joint venture tra Fiera Milano e Ipack-Ima, il maggiore organizzatore fieristico italiano nel campo della meccanica strumentale per il packaging. L'obiettivo, ambizioso, è di unire tutti i protagonisti della filiera, concentrandoli in unico e grande evento di dimensione internazionale. Non a caso, il lancio della mostra si è tenuto mercoledì scorso all'ambasciata italiana di Berlino, davanti all'ambasciatore Pietro Benassi e al capo dipartimento delle Politiche agricole, Luca Bianchi. A guidare la folta delegazione dei protagonisti dell'evento, c'era Francesco Pugliese, neo presidente di Adm, l'associazione della Distribuzione moderna.

«È stato un incontro importante perché testimonia il supporto del go-



verno per questo evento espositivo», esordisce l'ad di Ipack-Ima Guido Corbella. Che rappresenta l'anima tecnologica di tutto il settore dell'ortofrutta: imprese che esportano in tutto il mondo il 25-30% della produzione nazionale di macchine per la trasformazione e il confezionamento dei prodotti freschi. «Abbiamo deciso di istituire una cabina di regia costituita da produttori, distributori e ministero - spiega l'ad - Il nostro obiettivo è di arrivare entro 3 anni ai livelli

dell'evento internazionale di Madrid in termini di espositori, visitatori e buyers».

Per riuscirci, tra le soluzioni individuate c'è quella di concentrare sulla manifestazione milanese tutte le risorse ed energie del settore, oggi disperse tra Rimini e Verona dove si tengono due appuntamenti fieristici dedicati all'ortofrutta. «È il momento dei progetti unitari, non esclusivi ma inclusivi», puntualizza l'ad. «Fruit Innovation può dare un contributo importante in questa direzione e Milano è la piazza giusta per costruire un progetto valido, una sintesi importante per il nostro Paese e il suo sistema produttivo ortofruitticolo».

Per la sua prima edizione, Fruit Innovation avrà un contesto esclusivo grazie al contemporaneo svolgimento di Expo 2015 e di rassegne specifiche sulla filiera del fresco (Dairytech e Meat-Tech), sulle tecnologie del processing, packaging e converting (Ipack-Ima, Converflex) e sulla logistica (IntraLogistica Italia). Oltre alla partnership con Adm, l'evento milanese conta su promotori come Fruit Imprese, Unaproa, Fedagromercati, Confagricoltura, Coldiretti, Fedagri e Confcooperative Lombardia.



Sopra, Guido Corbella, ad di Ipack-Ima che in joint venture con Fiera Milano ha dato origine a Fruit Innovation