

Storia di un successo Piraccini: «In 10 anni abbiamo rivoluzionato il ruolo di Macfrut»

Nel 2014 la rassegna ortofrutticola si è trasferita dai padiglioni di Cesena al Rimini Expo Center. Il patron della fiera: «Da allora a oggi abbiamo triplicato la superficie espositiva e quadruplicato il fatturato»

di **Luca Ravaglia**



Renzo Piraccini, presidente di Cesena Fiera, ente organizzatore di Macfrut, buon compleanno.

«Nel 2024 festeggiamo i dieci anni dal trasferimento nei padiglioni dell'Expo di Rimini e lo facciamo forti degli importanti risultati conseguiti. I numeri estremamente positivi di questa edizione parlano di una crescita del 20%. Con in più il fatto che se avessimo avuto a disposizione altri spazi, avremmo riempito anche quelli. In dieci anni abbiamo triplicato la superficie espositiva e quadruplicato il fatturato».

Qual è il vostro punto di forza?

«Senza dubbio la forte crescita internazionale della manifestazione, che col trasferimento da Cesena a Rimini ha avuto un significativo impulso, frutto del lavoro costante di uno staff estremamente competente e lungimirante. La nostra proposta è un unicum nel settore».

Cosa caratterizza Macfrut rispetto alle altre fiere?

«Il fatto di essere diventato un riferimento di livello mondiale non solo per i colossi dell'ortofrutta, ma anche per le aziende di medie dimensioni, che sono animate da una forte sete di conoscenza. A Macfrut si raccolgono

no dirimenti informazioni sulla direzione verso la quale si sta muovendo il mercato, un dato di fatto che ormai ci è stato ampiamente riconosciuto: se lavori in questo comparto, alla fiera devi venire».

Tanto più che di questi tempi le novità del mondo agricolo certo non mancano.

«C'è chi mi chiede quali siano gli aspetti più innovativi da approfondire. Il punto è che non si tratta di rispondere con una manciata di nomi: servirebbero centinaia di riferimenti, perché davvero nei nostri stand possiamo contare su eccellenze che precorrono i tempi. L'agricoltura 4.0 è qui».

Qual è il valore aggiunto che ha portato l'ingresso di Renzo Piraccini?

«Vengo da questo settore, nel quale ho maturato un'esperienza che si misura in decenni. Conoscere il contesto è indiscutibilmente un aiuto, ma qui la differenza non la fa la persona, ma il gruppo. Il nostro staff è davvero di primissimo piano, sia in fatto di competenze che di propensione all'innovazione. Una importante caratteristica di Macfrut sono i 'saloni', ognuno dei

quali è coordinato da un esperto interazionale. Nelle fiere più tradizionali, il focus è solo sull'aspetto commerciale (ovviamente sempre cruciale), mentre l'organizzazione dei contenuti viene in genere affidata alle associazioni di categoria. A Macfrut non è così: la nostra attenzione è a 360 gradi».

Cosa è cambiato nel corso di questi 10 anni?

«Il momento più delicato è stato quello iniziale, quando si doveva promuovere una fiera che tutti nel settore già conoscevano e avevano inquadrato come riferimento più nazionale che interazionale. Abbiamo lavorato duramente per mostrare il nuovo tipo di approccio. Nel 2014 inoltre la strategia era investire sulle opportunità di mercato, mentre ora il paradigma si è spostato: conta la produzione, serve produrre di più per far fronte a



La manifestazione dura tre giorni, ma la sua organizzazione richiede un anno di impegno



Renzo Piraccini ha rilanciato di Macfrut; sotto, insieme al Presidente Mattarella

una popolazione mondiale in costante aumento, ma con meno risorse disponibili».

L'impatto ambientale è cruciale.

«Il punto è che se cerchi soltanto una novità, ti basta guardare un video su qualche piattaforma social, mentre qui c'è molto di più, a partire dalla possibilità di interagire direttamente, magari entrando anche a far parte di club di prodotto. Oggi a Macfrut non viene più soltanto il referente di un'azienda, ma spesso insieme a lui c'è un intero gruppo. Vale per il modo degli agricoltori, come per quello dell'università. E i riscontri sono visibili su tutto il territorio: le strutture ricettive della zona sono gremite e il numero di pullman organizzati appositamente per trasportare delegazioni direttamente alla fiera in un anno è più che raddoppiato, passando da 14 a 35».

La fiera dura tre giorni, ma alla sua realizzazione lavorate un anno.

«E' così che si raccolgono i risultati importanti che stanno arrivando. Viaggiamo costantemente all'estero, incontrando delegazioni in ogni parte del mondo, confrontandoci con le loro necessità e proponendo le nostre opportunità. In questo modo nascono collaborazioni solide e durature, nell'interesse di tutti. Fermo restando il fatto che ogni proposta deve essere cucita su misura degli interlocutori. Così anno dopo anno il numero dei Paesi rappresentati cresce costantemente, allargando di conseguenza anche le opportunità di fare affari per tutti gli altri frequentatori degli stand. Abbiamo avviato un circolo virtuoso che ha ancora importanti margini di crescita. E ai quali ovviamente continueremo a dedicarci con la stessa passione di sempre».

La strategia del rilancio

INTERNAZIONALIZZAZIONE



Incontri in tutto il mondo

Trovate risposte per ogni domanda

La nuova sfida è quella di aumentare la produzione alimentare nel pianeta facendo ricorso a minori risorse ambientali

ANTICIPAZIONE DEL MERCATO



Saloni coordinati da esperti

Le tendenze del futuro sono già qui

Tra stand e campi prova, l'intera filiera si confronta con le novità destinate a entrare nelle aziende, facendo la differenza



Siamo diventati un riferimento mondiale non solo per i colossi del settore, ma anche per le medie aziende

I DATI

Una proposta globale su misura di ognuno

Gli addetti ai lavori spaziano sull'intera filiera. E crescono i nuovi arrivi

Un padiglione per l'Africa

Il continente, sempre più strategico nelle politiche internazionali, sarà rappresentato da 400 espositori provenienti da 24 Paesi principalmente produttori, ma anche importatori di tecnologie e mezzi tecnici per l'agricoltura

Focus Penisola Arabica

Interverranno un centinaio di compratori. Le esportazioni italiane in questa zona in quattro anni sono passate da 73 a 114 milioni di euro (+56%). Il mercato ha interessato quasi esclusivamente due aree: Arabia Saudita e Emirati Arabi Uniti



Promozione internazionale Macfrut durante l'anno ha organizzato una cinquantina di presentazioni in giro per il mondo (svolte in presenza e in streaming) grazie al supporto di Agenzia Ice. Importante anche la collaborazione di Aics (Agenzia Italiana per la Cooperazione e lo Sviluppo)

La fiera ortofrutticola che il mondo ci invidia Macfrut, via all'edizione dei record

Al Rimini Expo Center appuntamento con 1.400 espositori dislocati in 34.000 metri quadrati. Spazi esauriti da mesi

di Luca Ravaglia

La filiera mondiale dell'ortofrutta si incontra a Macfrut, al Rimini Expo Centre, dall'8 al 10 maggio, nell'ambito della 41esima edizione firmata da Cesena Fiera, che quest'anno vanta numeri record: 1.400 espositori (+22%); crescita dell'area espositiva a 34mila metri quadrati netti (+20%) con spazi esauriti da oltre tre mesi e una presenza sempre più massiccia di espositori esteri tanto da rappresentare il 40% del totale e fare di Macfrut l'evento agrifood più internazionale nel panorama italiano. E ancora, 1.500 compratori da tutto il mondo coinvolti grazie al supporto di Agenzia Ice, saloni tematici sulle tendenze del settore coordinati da un team di esperti, un doppio campo prova di circa 3.000 metri quadrati dedicato all'innovazione frutticola e orticola e un centinaio di eventi in programma.

La peculiarità della manifestazione che fanno di Macfrut una fiera unica nel panorama internazionale, sono le capacità di mettere insieme affari, conoscenza e lavoro in rete attraverso una piattaforma dedicata. Al centro di tutto c'è ovviamente la filiera dell'ortofrutta, settore strategico dell'agroalimentare italiano. Secondo i dati Ismea la produzione 2023 è stimata in circa 24 milioni di tonnellate su una superficie di circa 1,3 milioni di ettari coltivati a frutta e verdura, per 300 mila aziende coinvolte. Il fatturato alla fase agricola ha superato i 16 miliardi di euro, mentre l'agroindustria supera i 10 miliardi di euro.

SETTORE STRATEGICO

Nel 2023 la produzione agroalimentare italiana è stata di 24 milioni di tonnellate

Nel 2023 gli introiti derivanti dalle esportazioni di ortofrutta fresca e conserve ammonta a 11,6 miliardi di euro di cui 5,7 derivanti dai prodotti freschi.

Il saldo della bilancia commerciale degli ortofrutticoli freschi si è chiuso in maniera positiva a 550 milioni di euro, anche se in flessione rispetto al 2022 (620 milioni di euro).

Il peso dell'intera filiera (dal campo alla tavola) vale circa tre volte la produzione per un valore che si aggira sui 50 miliardi di euro. Sul fronte dei consumi invece, sempre secondo i dati Ismea, si è registrata una contrazione in quantità degli acquisti. Il biennio 2020-2021 caratterizzato dalla pandemia aveva restituito qualche speranza circa l'aumento del consumo di prodotti ortofrutticoli, ma il progressivo ritorno alla vita fuori casa ha determinato nel 2023 una



L'evento unisce incontri d'affari, approfondimenti tematici e reti di collaborazioni

battuta d'arresto degli acquisti. In particolare, diminuiscono le quantità di agrumi (-7%), patate (-4%) e insalate di quarta gamma (-4%). Tiene la frutta (-0,1%) e crescono dell'1% gli ortaggi.

L'internazionalizzazione della fiera è il tratto più marcato di questa edizione, testimoniato dalla presenza di oltre un terzo di espositori arrivati da oltre confine.

Dalla Penisola Arabica, alla quale è dedicato il focus dell'edizione 2024, sarà tra l'altro presente anche Emirates SkyCargo per le opportunità di hub logistico in quell'area. «I prodotti italiani sono tra i migliori al mondo - riflette Silvia Tagliaferri, cargo manager Italia di Emirates SkyCargo - e per poterli gustare al meglio è necessario che qualità e freschezza siano mantenute anche durante il trasporto. Sfruttando la nostra tecnologia che garantisce una temperatura controllata a livello costante, le strutture, le attrezzature e il personale altamente qualificato, Emirates SkyCargo riesce a trasportare ogni giorno 900-1.000 tonnellate di merci deperibili».

Altre presenze importanti arrivano dall'Africa, alla quale è dedicato un intero padiglione e dal Sud America grazie a collettive da Cile, Panama e Repubblica Dominicana, Venezuela, Cuba e Argentina. Dalla Spagna, ovvero dai due mercati più importanti d'Europa (Madrid e Barcellona) arrivano invece 22 grossisti interessati a incontrare in particolare esportatori di mele, kiwi e uva da tavola dall'Italia. Sul fronte delle nuove presenze ci sono poi anche India, Turkmenistan, Uzbekistan, Azerbaijan, Libano e Brasile.

La Puglia sarà regione partner «Le nostre eccellenze in vetrina»

L'assessore Pentassuglia: «E' il riconoscimento della nostra qualità»

Protagonista in qualità di Regione partner di questa edizione di Macfrut sarà la Puglia, conosciuta per le sue produzioni ortofrutticole di eccellenza. La Regione sarà presente in fiera con un'importante area e durante la manifestazione promuoverà i suoi prodotti agroalimentari attraverso convegni, eventi e degustazioni. Protagoniste le produzioni ortofrutticole certificate, in primis l'Uva da Tavola igp, che concentra il 60% della produzione nazionale. Insieme ad essa anche la Cipolla Bianca di Margherita igp, Arancia del Gargano igp, Lenticchia di Altamura igp, Patata Novella di Galatina dop, Carciofo Brindisino igp e



La Bella della Daunia dop. Nei primi tre trimestri del 2023 l'ortofrutta pugliese si è confermata un settore molto attivo sui

mercati internazionali, con 623 milioni di euro di export, e con numeri importanti sul fronte delle imprese e degli occupati: 32.552 sedi con 61.139 addetti (fonte Inps). «Essere partner di Macfrut 2024 - ha commentato Donato Pentassuglia, assessore all'agricoltura della Regione Puglia - è motivo di orgoglio, ma soprattutto è il riconoscimento dell'altissima qualità delle nostre produzioni ortofrutticole, che raggiungono ogni giorno le tavole dei consumatori in Italia e nel mondo: sono prodotti d'eccellenza, certificati dop e igp e dagli alti valori nutritivi e nutraceutici, che derivano da cultivar tipiche del territorio».

IL 'PESO DELLA FILIERA'

L'intero comparto vale circa 50 miliardi di euro, circa tre volte rispetto al valore della produzione

Uva da tavola, scenari e opportunità A Rimini i maggiori esperti mondiali

Ad aprire la tre giorni dedicata al frutto simbolo dell'edizione 2024 di Macfrut ci sarà un simposio Spazio anche ad approfondimenti sulle tendenze di mercato e alle visite guidate nel campo prova

di **Luca Ravaglia**

I principali operatori mondiali, le tendenze di mercato e le politiche di commercializzazione, ma anche nuove cultivar, innovazioni tecniche e tecnologiche, un grande campo prova e visite guidate. Tutto questo in un grande evento mondiale insieme a un protagonista assoluto: l'uva da tavola. Il prodotto simbolo della 41esima edizione di Macfrut sarà al centro dei riflettori mondiali con un simposio rivolto agli operatori della filiera che richiama i principali esperti di tutto il pianeta.

Oltre al convegno che coinvolgerà sia imprese che esperti tecnico-scientifici, sono previste pure visite sul campo per toccare con mano gli aspetti tecnici,

TREND IN CRESCITA

Mezzetti: «La produzione globale sale del 5%, con punte del 14% in Europa Italia protagonista»



Nel nostro Paese la maggior parte della produzione si concentra in Puglia e Sicilia. C'è grande interesse per l'avvento della varietà senza semi

l'area espositiva coi principali produttori del settore e attività di collaborazione in rete.

A coordinare il simposio sarà Bruno Mezzetti, dell'Università Politecnica delle Marche. «Il trend di crescita delle produzioni globali dell'uva da tavola è positivo - analizza - ed è stimato al 5,7%, una percentuale che in ambito europeo può raggiungere il 14%, in particolare grazie

all'entrata in produzione di nuovi impianti con le nuove varietà di uva da tavola senza semi realizzati soprattutto in Italia, il primo paese europeo produttore ed esportatore di uva da tavola, con circa 1 milione di tonnellate di prodotto. Questo primato ha una valenza economica e occupazionale della massima importanza. Il simposio rappresenterà un momento d'incontro tra ri-

cercatori ed esperti pubblici e privati di valenza internazionale che si confronterà sulle problematiche relative all'innovazione e alla protezione varietale, alle tecniche di propagazione e qualità del materiale vivaistico, a nuovi sistemi di produzione e alla qualità del mercato».

L'evento si dipanerà nel corso della tre giorni di Macfrut, con l'apertura dedicata al Symposium ideato con la finalità di fornire agli operatori specializzati approfondimenti specifici su programmi genetici, selezione e nuove cultivar, innovazioni sulle tecniche di precisione per la coltivazione e la gestione dei sistemi produttivi e tecniche di conservazione, lavorazione e gestione della qualità post-raccolta, per terminare con le varietà preferite dal consumatore. Giovedì 9 maggio sarà la volta del 'Macfrut Table Grape Global Players' coi riflettori puntati sulle tendenze di mercato e l'andamento della produzione alla presenza dei principali operatori mondiali, mentre la giornata conclusiva sarà dedicata alle visite tecniche guidate da esperti nel campo prova allestito all'interno della fiera.



Gli studi

Il ruolo dell'università e della ricerca

«L'agricoltura di precisione è una componente sempre più importante del settore agricolo che ha come obiettivo quello di intervenire nel momento e con le dosi opportune al fine di ridurre il consumo delle risorse e nel contempo aumentare la qualità e la quantità dei raccolti». L'analisi è di Giuseppe Ferrara docente all'Università di Bari, che sarà tra i relatori nel Simposio mondiale dell'uva da tavola. «Per gli agricoltori, ed in particolare i viticoltori da tavola, che possono valutare le informazioni e le analisi in tempo reale, questa rivoluzione tecnologica fornisce un supporto alle decisioni per intervenire con irrigazione, fitofarmaci e fertilizzanti con tempestività e precisione finora inimmaginabili. Gli studi dimostrano che l'innovazione digitale è in grado di incrementare i raccolti e fatturati fino al 20%». Il mondo accademico sarà ampiamente rappresentato in fiera:

Alessandra Gentile dell'Università di Catania per esempio presenterà un percorso nel segno dell'innovazione avviato con lo scopo di ottenere varietà apirene, innovative, costituite nel territorio e per il territorio. Rosario Di Lorenzo, docente all'Università di Palermo e presidente dell'Accademia Italiana della Vite e del Vino invece discuterà del settore dell'uva da tavola in Italia prendendo in esame i punti di forza e di debolezza: «Parliamo di un settore trainante in Italia, siamo leader in ambito europeo e fino a pochi anni fa a livello internazionale abbiamo avuto un ruolo di primissimo piano, un poco affievolito nell'ultimo quinquennio per l'affacciarsi di alcuni paesi (Cile e Perù in primis) che hanno saputo cogliere prima di noi quelli che sono i cambiamenti legati alle mutate esigenze dei consumatori e del mercato».

Le curiosità

Viaggio tra il 'culto' in Giappone e la forte crescita in India

Se c'è un prodotto considerato premium in Giappone, quello è l'uva da tavola. Tanto che un 'tradizionale' grappolo di uva nel supermercato può partire da un prezzo minimo di 10 euro, per salire ulteriormente a seconda di varietà e quantità. Un mercato senza dubbio diverso da quello europeo e decisamente appetibile. Premesse che hanno creato aspettativa e interesse per la presenza a Macfrut di Toshihiko Saito, vicedirettore della divisione di frutticoltura, dell'Organizzazione nazionale per la ricerca agricola e alimentare tra i massimi esperti del

Giappone su genetica e coltivazione dell'uva da tavola. «Nel 2021 - ha anticipato Saito -, il totale della superficie coltivata a vite in Giappone era di 16.400 ettari, per una produzione totale di 162.600 tonnellate. Il valore della produzione è stato stimato in oltre 190 miliardi di yen (1.172 miliardi di euro), al primo posto tra le colture arboree da frutto».

Nel corso del simposio si parlerà anche del 'caso India', passato da un contesto di produzione di piccola scala negli anni '60, all'attuale ruolo di colosso mondiale. Ne discuterà Azhar Tambuwala di Sahyadri Farms, la più grande azienda agricola produttrice dello stato asiatico, che ha contribuito a sviluppare la coltivazione dell'uva da tavola in India promuovendo l'introduzione e diffusione di nuove cultivar di gruppi internazionali. «L'India ha iniziato la sua coltivazione



All'evento parteciperanno esperti internazionali che racconteranno i casi dei loro paesi di provenienza tra prospettive e nuovi orizzonti

commerciale tra la fine degli anni '60 e l'inizio degli anni '70, principalmente nello stato del Maharashtra - ha spiegato Azhar Tambuwala - Le esportazioni sono iniziate alla fine degli anni '90 verso il Medio Oriente. Successivamente, l'India ha ampliato le sue destinazioni verso Europa, Russia, Sud-Est asiatico

e altri mercati mondiali, ma è nel nuovo millennio che la nostra produzione ha preso slancio nel mercato globale. Nell'ultimo quadriennio però abbiamo dovuto fare i conti con Covid, problematiche con le compagnie di navigazione, questioni geopolitiche e aumenti delle tariffe».

PRODOTTO 'PREMIUM'

A Tokyo un grappolo venduto al supermercato parte da un prezzo minimo di circa dieci euro

Focus sulla frutta in guscio

Un tesoro da 300 milioni

Ismea e Masaf in fiera organizzeranno un appuntamento tematico. Così si alimenta un'industria dolciaria apprezzata in tutto il mondo

di **Luca Ravaglia**

Sono tante le iniziative che a Macfrut saranno dedicate alla valorizzazione e alla conoscenza di un settore che vale alla produzione oltre 300 milioni di euro e alimenta un'industria dolciaria apprezzata in tutto il mondo. Anche quest'anno la frutta in guscio italiana è protagonista dello spazio espositivo targato Ismea-Masaf al Macfrut di Rimini, con diverse iniziative a sostegno della promozione e della conoscenza della filiera.

L'appuntamento clou è previsto il 9 maggio con gli 'Stati generali della Frutta in guscio italiana' che si terranno presso la Sala Neri alle 15.30.

L'evento rappresenta una tappa fondamentale della campagna 'Frutta in guscio. Dentro c'è l'Italia', promossa dal Masaf e realizzata da Ismea per contribuire al percorso di valorizzazione e rilancio del ricco paniere di varietà territoriali di nocciole, mandorle, pistacchi, noci, castagne e carrube.

L'incontro si pone come un momento di confronto tra esperti Ismea, rappresentanti delle organizzazioni dei produttori e delle loro unioni, docenti ed esperti di marketing e comunicazione e rappresentanti della



grande distribuzione e servirà a tracciare le future linee d'indirizzo strategico del settore con il supporto di dati di mercato forniti da Ismea e di analisi di marketing, posizionamento e abitudini dei consumatori realizzate dall'Università La Sapienza di Roma.

Concluderà i lavori il Sottosegretario di Stato al Ministero dell'agricoltura Luigi D'Eramo. Lo spazio espositivo Ismea-Masaf (stand O27/O67) nel padiglione D5, ospiterà gli stand di alcune associazioni e consorzi in rappresentanza della filiera della frutta in guscio (noce, nocciola, mandorla, pistacchio, castagna) e farà da sfondo a eventi di primissimo piano come il convegno inaugurale della fiera, previsto per mercoledì 8 maggio alle 12 alla presenza del Ministro Francesco Lollobrigida.

A seguire, sempre mercoledì 8

maggio alle 15.30 Ismea presenterà l'osservatorio statistico-economico sulla frutta in guscio: un sistema integrato di dati, in costante aggiornamento, a supporto degli operatori, con i trend sulla produzione dei principali attori mondiali, gli sviluppi del commercio con l'estero e le dinamiche dei consumi delle famiglie italiane.

Giovedì 9 maggio alle 12 sarà invece la volta della premiazione dei progetti di marketing sulla frutta in guscio realizzati dagli studenti magistrali del corso di laurea in Marketing e Comunicazione della Sapienza.

La filiera della frutta in guscio conta un valore della produzione alla fase agricola di oltre 300 milioni di euro, per due terzi riconducibile alla sola coltivazione del nocciolo. È la dimensione economica della frutta in guscio valutata ai prezzi di base.

Una base agricola organizzata che muove gli ingranaggi di una filiera industriale costituita da realtà di prima trasformazione (sgusciatori ed essiccatori) e da industrie dolciarie con una spiccata propensione all'esportazione.

Nelle campagne italiane la frutta in guscio coinvolge una superficie di oltre 190 mila ettari (per il 30% biologica), cresciuta di quasi il 50% in meno di dieci anni. I dati censuari dell'Istat attribuiscono il primato al nocciolo con il 47% degli ettari complessivi, seguito dal mandorlo (23%) e dal castagno (21%).

Alla noce fa riferimento un altro 5% della superficie del settore, contro il 2% del pistacchio e una quota analoga (residua) ripartita tra le altre specie.

Nel complesso, la produzione di frutta in guscio si aggira attorno alle 270 mila tonnellate, con 103 mila tonnellate di nocciole, circa 78 mila di mandorle e 70 mila di castagne e marroni.

Negli ultimi anni è cresciuta la superficie investita a frutta in guscio in Italia, anche se gli eventi climatici eccezionali hanno penalizzato le rese di produzione, limitando l'offerta.

Quanto ai rapporti con l'estero, l'import-export di frutta in guscio genera nella bilancia commerciale un disavanzo valutario attorno ai 750 milioni di euro.

Le importazioni, che alimentano una spesa annua di oltre 1,3 miliardi di euro, si rapportano a un export di circa 600-700 milioni. Tra i fornitori esteri emergono Stati Uniti e Turchia, seguiti da Spagna e Cile, mentre le esportazioni sono dirette principalmente in Europa, con una prevalenza delle vendite in Germania e Francia.



Il progetto

Dolce Passione punta all'estero

Dopo l'esordio nella scorsa edizione della Fiera, il Consorzio Dolce Passione punta ai mercati esteri. Appuntamento a Macfrut giovedì 9 maggio alle 11.30 con la presentazione del nuovo progetto che coinvolge cinque aziende del panorama nazionale: Alma Seges, Cico-Mazzoni Srl, Lorenzini Naturamica, Ortofrutta Castello e Lamboseeds. Protagonista il cocomero a buccia nera tutto made in Italy che quest'anno ha registrato una messa a dimora di 320 ettari di cocomeri con una previsione produttiva di circa 18.-20.000 tonnellate. L'anguria Dolce Passione sarà sul mercato già dai primi di maggio, proviene dalle coltivazioni in serra fredda della regione Sicilia. Le raccolte proseguiranno poi con le produzioni della Puglia, Campania, Lazio, Umbria, Toscana, Emilia-Romagna Veneto Lombardia.

L'evoluzione dell'avicoltura

Il futuro tra tecnologia e genetica

In fiera torna il forum internazionale organizzato ad anni alterni con Fieravicola

di Luca Ravaglia

Un forum dedicato al settore del pollame con particolare riferimento all'area dell'Africa e del bacino del Mediterraneo. A Macfrut torna l'appuntamento internazionale dedicato all'avicoltura promosso da Fieravicola in collaborazione con Assoavi e Unaitalia.

Tre giorni di incontri e convegni con l'obiettivo di analizzare il settore alle prese con scenari in continua evoluzione.

«Il Poultry Forum è un appuntamento internazionale che si organizza negli anni in cui non si tiene Fieravicola, fiera biennale, e consente di mantenere un contatto continuativo con il settore e con le istituzioni - dichiara il presidente di Fieravicola Renzo Piraccini - Quest'anno per di più avremo anche un focus internazionale specifico con la presenza di numerosi compratori dei paesi africani, interessati alle tecnologie, alla genetica e ai prodotti veterinari italiani».

Nelle tre giornate di eventi si affronteranno le tematiche più significative con cui si sta confrontando l'avicoltura italiana, alle prese con sfide sul fronte dell'innovazione, della normativa e della sostenibilità e soprat-



tutto impegnata a fornire ai consumatori carni bianche e uova di alta qualità, indispensabili per una dieta nutriente, equilibrata e accessibile.

Nel corso della prima giornata di fiera, e nello specifico durante un evento in programma appunto l'8 maggio con inizio a partire dalle 15, Fabio del Bravo di Ismea presenterà uno studio realizzato con l'intento di inda-

gare le prospettive del settore, i fattori di instabilità e la competitività sui mercati.

Dell'argomento discuteranno Gian Luca Bagnara presidente di Assoavi, Antonio Forlini presidente di Unaitalia, Domenico Brisigotti direttore generale Coop Italia e Damiano Li Vecchi direttore generale Masaf Politiche internazionali e dell'Unione Europea.

Continuando a scorrere il programma, giovedì 9 maggio una prima sessione convegnistica a partire dalle 9, approfondirà il ruolo della tecnologia e dell'innovazione, fattori chiave per affrontare le sfide in atto in termini di benessere animale e sicurezza.

Tra le tematiche in agenda ci sono le prospettive del sessaggio in ovo, le vaccinazioni e il

TRE GIORNI DI EVENTI

Al centro del dibattito ci sarà un focus dedicato all'area dell'Africa e del Mediterraneo

problema delle assicurazioni.

Nella prima parte sono previsti interventi di alcune imprese del settore, seguiranno poi i contributi di Camillo Zaccarini Bonelli, direttore della direzione strumenti per la gestione del rischio Ilmea, Ugo Della Marta, direttore generale igiene e sicurezza alimenti, Luigi Polizzi direttore generale Masaf, Romano Marabelli, advisor della direzione generale dell'Organizzazione mondiale della sanità animale (Woah).

La seconda parte della giornata vedrà invece protagoniste le tematiche internazionali con un focus specifico sullo sviluppo del settore avicolo in Africa, con approfondimenti sul settore in Egitto, in Tunisia e in Senegal. Tra gli interventi sono in agenda quello di Maurizio Forte, dirigente Ice Agenzia e di Antonio Montanari, vice presidente Confindustria Assafrica & Mediterraneo, presidente Gruppo Martini.

Il terzo giorno infine, venerdì 10 maggio, sarà dedicato agli aspetti più propriamente tecnico-scientifici con focus sull'avicoltura italiana con le associazioni scientifiche di settore Wpsa (World's Poultry Science Association), Sipa (Società italiana di Patologia Aviaria) e Asic (Associazione Scientifica Italiana di Conigliicoltura).