

# «L'ortofrutta italiana è il cuore dell'economia» Scarpellini (Cesena Fiera): «Guardare all'estero, ma oltre i soliti mercati»

di LORENZO FRASSOLDATI

**PRESIDENTE Domenico Scarpellini, inizia Macfrut. Qual è la situazione degli spazi espositivi e le sensazioni circa la presenza di visitatori?**

«Ancora una volta tutti gli spazi sono stati prenotati. Nel complesso quasi 900 espositori saranno presenti coprendo per intero tutti gli anelli della filiera ortofrutticola. Chi ha già partecipato al Macfrut è stato soddisfatto degli incontri avuti e degli affari conclusi e non è una frase fatta: lo testimonia il tasso di turn over che è del 12 per cento, quindi ciò significa che l'88% degli espositori ha riconfermato la presenza. Penso che il 12 per cento sia un dato fisiologico. Alcuni imprenditori ci hanno comunicato che cambieranno lo stand per rendere ancor più visibile e accattivante la propria presenza. Sono certo, in definitiva, che il lato espositivo della nostra rassegna non deluderà i visitatori».

**E sul fronte della convegnistica?**

«Anche nel 2014 non deluderemo le attese. L'elenco completo dei convegni si può consultare sul nostro sito, ma è noto che abbiamo puntato ad un'anteprima dell'Expo 2015 di Milano mettendo in relazione nutrizione e produzione. Non dobbiamo mai dimenticare, infatti, chi siamo e da dove veniamo: la nostra fiera vuole essere propulsiva per tutto il comparto, per l'intera filiera, ma in maniera particolare per la produzione, l'anello basilare eppure così debole di tutta la catena, troppo spesso bistrattato e non tenuto nella giusta considerazione. Ma tutti i settori della filiera saranno interessati da approfondimenti, senza dimenticare gli incontri che le aziende organizzano in autonomia, presso il proprio stand o in salette della fiera, approfittando della presenza di così tanti visitatori».

**Macfrut ha scommesso anche sull'estero...**

«Sì, ci stiamo spendendo moltissimo sull'apertura e la conquista dei mercati esteri. Le nostre imprese faticano sul mercato inter-

no, i consumi calano, allora occorre guardare all'estero ma non più solo ai soliti mercati come quelli del nord Europa, bensì in tutte le direzioni. E per far questo abbiamo coinvolto il Ministero e le Regioni: solo con un'alleanza fra istituzioni, coinvolgendo anche le Camere di commercio, e fiera possiamo essere di vero aiuto alle imprese. Il Golfo Persico, il nord Africa, l'Oriente: nessuna parte del mondo può essere scartata a priori, non possiamo permettercelo».

**Secondo previsioni affidabili le esportazioni italiane verso Algeria, Libia, Egitto, Tunisia e Marocco raggiungeranno e probabilmente supereranno le importazioni in pochi anni. Cosa sta a significare?**

«In un certo senso, questo mette in evidenza la validità delle scelte che Macfrut ha fatto nel recente passato di premiare il Mediterraneo quale area di grande interesse per il sistema ortofrutticolo italiano, mentre gran parte dell'opinione pubblica era convinta che questi Paesi avrebbero rappresentato più una minaccia che una opportunità. Per questo la nostra scelta attuale è quella di guardare con attenzione all'evolversi dell'area sub-sahariana».

**Altri paesi, altri mercati?**

«In primo luogo mi piace ricordare l'Uganda che ha confermato anche nel 2014 la propria presenza, dopo che nel 2013 i referenti ci avevano ringraziato per la visibilità ottenuta. Questa nazione, così come altre, è sempre in cerca di collaborazioni, di progetti che portino sviluppo e conoscenze per la loro agricoltura. Nella maggior parte dei casi sono sì interessati alla tecnologia, ma allo stesso tempo a una collaborazione stabile e duratura che può portare a crescere sia la loro economia, sia i bi-

lanci delle aziende italiane coinvolte. E poi non dimentichiamo la Cina e altre nazioni dell'est. Grazie a una recente missione al World Food Moscow, in Russia, siamo riusciti a convincere diversi operatori russi a partecipare alla nostra rassegna».

**Cesena e tutta la Romagna sono terra di grandi produzioni frutticole, specie di pesche e nettarine. Quest'anno però i prezzi sono crollati. In taluni casi si sono salvate le produzioni di calibro maggiore. E' una tendenza?**

«Se questa è la tendenza del mercato, vale a dire pagare meglio la frutta di buona pezzatura, occorre che il mondo produttivo si adegui. Da parte nostra, come Macfrut, già da anni cerchiamo di essere d'impulso alla ricerca, con incontri in cui sono messe in luce tutte quelle tecniche che permettono di ottenere frutta di grosso calibro al minor costo possibile. Il ruolo di una fiera è anche questo: favorire l'incontro fra le esigenze dei produttori con quelle della Grande distribuzione e dei consumatori, coinvolgendo il mondo della ricerca. Ciò non vuol dire che la frutta di piccolo calibro debba essere snobbata: in certe annate e in certi mercati, specie quello tedesco, si continuano ad apprezzare pesche e nettarine di calibro medio. Ma se la Gdo straniera vuole frutta piccola, ma non vuole remunerarla abbastanza, allora i produttori hanno il dovere di orientarsi verso chi sa apprezzare e pagare al meglio il proprio prodotto».



**Nel 2014 la crisi dei consumi si è fatta sentire parecchio, specie per il comparto dell'ortofrutta: temete ripercussioni per l'andamento della fiera?**

«In effetti, un proverbio recita che quando c'è crisi, c'è crisi per tutti, ma è altrettanto vero che dalle situazioni difficili si esce innovando e conoscendo, non chiudendosi a riccio a casa propria. Qualche disdetta c'è stata, ma grazie a nuovi arrivi il bilancio sarà più che positivo. E' proprio nei momenti difficili che chi vuole rilanciarsi partecipa agli eventi internazionali per trarre nuove idee e nuovi spunti».

**Macfrut ha più di trent'anni di età. Un bel traguardo...**

«In tanti dicono che siamo diventati un punto di riferimento per il settore. Passo dopo passo, ci siamo conquistati la fiducia prima degli operatori nazionali e poi di quelli esteri. Ecco, questa è la nostra più grande soddisfazione».

**Macfrut ha un segreto?**

«Più che un segreto abbiamo indovinato fin dalle prime edizioni la ricetta vincente, vale a dire aver puntato tutto sulla specializzazione quando altre fiere, che oggi hanno numeri anche più grandi dei nostri, ancora non esistevano. E arrivare per primi, è noto, fa sì che si sia sempre un passo avanti. Per noi l'ortofrutta è il cardine dell'economia e ci siamo impegnati, e ancora lo faremo, per farlo capire ai politici, ai consumatori e anche al mondo produttivo che, specie negli ultimi anni, ha un po' perso fiducia in se stesso».



## “ IL RUOLO DELLA FIERA

**Dalla crisi dei consumi si esce innovando e non chiudendosi a riccio Macfrut è un punto di riferimento del settore**

### **SODDISFATTO**

**Domenico Scarpellini,  
presidente di Cesena Fiera  
e del Macfrut.**

*(foto Luca Ravaglia)*