

Le mele italiane alla conquista degli Usa

Partita la seconda campagna commerciale verso il mercato americano

di **LORENZO FRASSOLDATI**

QUASI in contemporanea con Macfrut è partita la seconda campagna commerciale delle nostre mele e pere verso gli Stati Uniti, dopo il "battesimo" del 2013. Ai primi di settembre si sono conclusi con successo i controlli fitosanitari da parte degli ispettori Aphis (l'agenzia fitosanitaria del Governo americano, ndr) sulle prime mele destinate agli Stati Uniti e i container sono partiti giovedì 11 settembre, in concomitanza con lo svolgimento del corso per abilitare 20 nuovi ispettori fitosanitari per la procedura elettronica del "cold treatment" richiesta dagli Usa.

QUESTA nuova campagna commerciale ha visto un lavoro preparatorio di Assomela e CSO e di tutte le istituzioni coinvolte, a partire dal ministero delle Politiche agricole, la nostra Ambasciata a Washington, i servizi fitosanitari delle Regioni e delle Province autonome, che ha portato alcune significative semplificazioni nel piano di lavoro sottoscritto a settembre dello scorso anno. Grazie ai buoni risultati ottenuti con il progetto pilota, Aphis ha avuto modo di comprendere meglio il nostro sistema produttivo e di commercializzazione ed ha accettato di semplificare aspetti come i controlli in campo prima della raccolta, o le fasi di stoccaggio del prodotto. L'altra novità è che con

L'OBIETTIVO

Mantenere uno standard qualitativo alto per superare i rigorosi controlli

il 2014/2015 il programma mele e pere Usa è stato esteso anche ad altre regioni potenzialmente interessate: oltre a Trentino Alto Adige ed Emilia Romagna ha aderito quest'anno anche il Piemonte. Comunque, per mantenere uno standard di lavoro molto elevato, si è

deciso quest'anno di inviare solo la varietà regina delle pere, l'Abate Fetel, coltivata soprattutto in Emilia Romagna e mele solo delle varietà Gala, Golden, Granny Smith e Fuji da Trentino Alto Adige e Piemonte, tutte prodotte secondo le regole della Produzione Integrata.

ALESSANDRO Dalpiaz, direttore Assomela, sottolinea l'importanza del gioco di squadra, che può diventare un elemento di valore e comunicazione verso i potenziali clienti: «Il secondo anno di lavoro, che prevede l'invio di circa 30 container di mele, è prevalentemente finalizzato a valutare più in profondità l'effettiva potenzialità del mercato statunitense, a comprenderne meglio i meccanismi ed i margini di redditività».

DAL FRONTE Cso, Simona Rubbi conferma che «l'obiettivo di questa campagna commerciale è mantenere uno standard estremamente elevato per non vanificare i risultati ottenuti lo scorso anno, anzi migliorarli. Proprio per questo è necessario meglio programmare quantitativi e delle partenze anche per semplificare ed ottimizzare i costi dei controlli degli ispettori americani completamente a carico delle strutture partecipanti. Per le pere, le prime ispezioni sono previste per metà ottobre». Quest'anno le strutture che hanno aderito al programma sono i Consorzi Melinda, La Trentina, Vog Terlano (Marlene) e VI.P (Val Venosta), che commercializzano le mele unitariamente attraverso il consorzio From e Mezzacorona per il Trentino Alto Adige. Per l'Emilia Romagna, le strutture abilitate ad andare oltreoceano sono Apofruit Italia, Cipof, Fruit Modena Group, Granfrutta Zani, Ital-Frutta, Mazzoni, Opera, Orogel Fresco, Patfrut, Atfrut, Salvi Unacora e Sistema frutta. In Piemonte effettuerà le prime spedizioni Lagnasco Group.



ROSSE Uno stand di produttori di mele al Macfrut e in alto le operazioni di spezione della nuova 'campagna' di commercializzazione delle mele italiane negli Stati Uniti

