Macfrut. Il ministro Lollobrigida: "L'Italia deve giocare un ruolo da protagonista nel contesto internazionale dell'ortofrutta'

Macfrut. Il ministro Lollobrigida: "L'Italia deve giocare un ruolo da protagonista nel contesto internazionale dell'ortofrutta"
Inaugurata dal Ministro Lollobrigida ieri 3 maggio la 40ª edizione di Macfrut. Ecco alcuni dei temi salienti della prima giornata
Redazione - Pubblicato il 4 Maggio 2023 alle ore 9:44
Categoria: Eventi
Inaugurata ieri 3 maggio dal Ministro dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste Francesco Lollobrigida, Macfrut, Fiera internazionale dell'ortofrutta, in programma al Rimini Expo Centre fino a domani 5 maggio. "L'Italia deve giocare un ruolo da protagonista nel contesto internazionale dell'ortofrutta", questo il forte messaggio lanciato dal Ministro durante l'evento. Una fiera dai grandi numeri giunta alla 40ª edizione, per un settore strategico del made in Italy come hanno sottolineato tutti gli intervenuti.
"L'Italia deve e può² tornare ad avere un ruolo centrale in ambito internazionale – sono state le parole del Ministro - I numeri di Macfrut 2023 fotografano un evento in costante crescita per presenze di imprese, espositori e ricercatori che portano innovazione in agricoltura. Chi arriva qui per vendere i propri prodotti spesso riparte avendo fatto più¹ acquisti che vendite perché© qui trova le nostre eccellenze di cui dobbiamo andare orgogliosi. Lo sviluppo del nostro sistema passa dalla tutela di un sistema produttivo capace di rimuovere alcune ideologie che in passato lo hanno penalizzato. Veniamo da un periodo in cui alcune certezze che davamo per scontate hanno dimostrato di non esserlo, pensiamo alla pandemia prima e alla guerra in Ucraina poi. Occorre rimettere al centro queste imprese con scelte concrete, con un sano pragmatismo per la sostenibilità ambientale che garantisca al contempo la sostenibilità economica a garanzia dell'equità sociale".
Di seguito alcuni focus sulla fiera a partire dalla prima giornata
50% DI PRESENZE INTERNAZIONALI GRAZIE A ICE
300 buyer esteri, 57 paesi, 1500 incontri con espositori italiani. Sono questi i numeri "internazionali" ottenuti dal lavoro di Agenzia ICE che con Macfrut ha stabilito una collaborazione pluriennale rinnovatasi anche quest'anno. Si tratta di una vetrina privilegiata per le aziende italiane in cui raccontare le loro produzioni ortofrutticole di qualità , l'eccellenza del loro know-how e accrescere la visibilità sul mercato internazionale. Durante il percorso di avvicinamento all'edizione 2023 infatti, grazie a ICE e al Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI) sono state realizzate più¹ di 20 presentazioni internazionali della manifestazione in tre Continenti. Il tour ha infatti fatto tappa in Medio Oriente (Arabia Saudita), Europa (Balcani e Nord Europa), America Latina e Africa. Una visibilità globale, che ha generato per la fiera un aumento del 50% delle presenze internazionali rispetto allo scorso anno, con un grande ritorno della Cina, rappresentata da circa 30 espositori.
Durante i tre giorni della fiera, l'Agenzia ICE organizzerà una serie di iniziative per favorire l'incontro tra produttori e acquirenti internazionali, come ad esempio Lab Innova, progetto di formazione internazionale indirizzato ad aziende estere del comparto agro-industriale, interessate ad interfacciarsi al mercato italiano e che quest'anno ha visto il coinvolgimento di 35 aziende africane (provenienti da Camerun, Burkina Faso, Mali e Niger) e 25 aziende di Cuba, per svolgere uno study tour in Italia. Per agevolare la creazione di nuove partnership commerciali, saranno organizzati incontri B2B, conferenze tematiche e sessioni di networking, che forniranno un ambiente ideale per lo scambio di conoscenze tra buyer italiani ed esteri e per la promozione delle eccellenze del settore ortofrutticolo. Inoltre, quest'anno, è¨ stato organizzato un focus sulla Smart Agricolture, allestendo un'area dinamica dedicata alle innovazioni e alle tecnologie applicate al campo dell'irrigazione per illustrare dal vivo le più¹ avanzate tecnologie per la gestione delle risorse idriche applicate all'orticoltura.
"Alla sua 40esima edizione, Macfrut si conferma un evento dal respiro internazionale e una fiera strategica per il settore, non solo ortofrutticolo ma anche dei macchinari agricoli, come testimoniato dalla visita del Presidente Sergio Mattarella. Con i suoi 15 miliardi di fatturato fatti registrare nel 2022, l'ortofrutta rappresenta uno dei principali settori del Made in Italy, della tradizione culinaria dei nostri territori e di quella cultura gastronomica che tutto il mondo ci riconosce. La recente candidatura della cucina italiana come patrimonio culturale immateriale dell'umanità Unesco per il 2023 è¨ poi ulteriore conferma, a livello internazionale, di qualità , bontà e gusto dei nostri prodotti. Si tratta infatti dell'anello finale di una catena che celebra il saper fare italiano nell'ambito Food, e che arriva come riconoscimento di merito a tutti gli imprenditori e i lavoratori che in questi anni si sono impegnati per portare sulle nostre tavole materie prime di qualità sinonimo di eccellenza, come i prodotti dell'ortofrutta e quelli agroalimentari in generale" ha dichiarato il Presidente di ICE, Matteo Zoppas. "Secondo i dati 2022, circa 60 miliardi di esportazioni provengono dal settore agroalimentare e il 10% di queste, circa 5,6 miliardi, arrivano dal settore dell'ortofrutta. Dato che conferma l'Italia come il terzo paese a livello europeo e il decimo a livello globale, con una quota export del 2,8%. Dei risultati importanti, soprattutto visti gli ultimi due anni segnati da sconvolgimenti mondiali come la

Macfrut. Il ministro Lollobrigida: "L'Italia deve giocare un ruolo da protagonista nel contesto internazionale dell'ortofrutta'

pandemia e il conflitto in Ucraina. Come Agenzia ICE, siamo lieti di collaborare con questa importante manifestazione. Il nostro ruolo qui, in sintonia con la fiera, è¨ quello di dare visibilità e risalto all'internazionalizzazione del comparto. E continueremo a lavorare insieme per consolidare la posizione dell'Italia nel panorama agroalimentare internazionale e per generare nuove opportunità di visibilità per le nostre aziende"

Al via al Macfrut la campagna di promozione sulla frutta in guscio targata MASAF e ISMEA

Con il payoff "Dentro c'è¨ l'Italia" e una creatività che ben esalta lo stretto binomio prodotto-territorio di origine, prende avvio al Macfrut di Rimini la campagna di promozione sulla frutta in guscio finanziata dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste e realizzata da ISMEA.

La presentazione ufficiale è¨ avvenuta ieri 3 maggio nella conferenza organizzata presso lo stand MASAF- ISMEA, a cui hanno preso parte il Sottosegretario di Stato MASAF Luigi D'Eramo, Fabio del Bravo di ISMEA e il nutrizionista Giorgio Calabrese.

L'appuntamento ha fornito l'occasione per inquadrare dal punto di vista economico la filiera italiana della frutta in guscio, un settore importante e dalle grandi potenzialità , specie in alcuni territori, nonché© in ascesa nelle preferenze dei consumatori, grazie alle riconosciute proprietà benefiche associate al consumo dei suoi prodotti. Ma soprattutto l'evento ha permesso di alzare il sipario sulle iniziative previste per il prossimo biennio e sulle creatività che da oggi campeggiano sugli stand dei produttori di nocciole, noci, castagne, mandorle, pistacchi, carrube, ospitati presso lo spazio espositivo MASAF ISMEA al Macfrut.

La creatività si compone di 6 soggetti, uno per ciascun prodotto, in cui è¨ centrale la rappresentazione visiva del guscio come custode di quella ricchezza e diversità che solo l'Italia è¨ in grado di esprimere: le caratteristiche uniche del suo territorio e del microclima in cui il frutto nasce, la passione, le tradizioni e la cura con cui è¨ coltivato, raccolto e portato sulle nostre tavole. Un guscio che è¨ espressione dell'eccellenza italiana, del know-how della nostra imprenditoria agricola e porta con sé© l'unicità di una cultura inimitabile e inconfondibile, ben simboleggiata dai nostri borghi e luoghi caratteristici.

Lo slogan "buona, sicura e ricca di benessere", richiama invece alle ottime proprietà organolettiche dei prodotti della filiera, al rigoroso sistema di controlli che l'Italia garantisce al consumatore e alle numerose proprietà che rendono la frutta in guscio un alleato per il nostro benessere.

Come ha sottolineato il prof. Giorgio Calabrese "la frutta secca aiuta a ridurre il colesterolo cattivo, grazie all'azione degli acidi grassi Omega 3 e 6, protegge il cuore e contrasta i radicali liberi responsabili dell'invecchiamento e delle infiammazioni, e grazie alla sua vitamina E ai suoi grassi polinsaturi previene l'insorgenza delle malattie demenziali cerebrali. Ma non solo, l'assunzione di circa 30 grammi al giorno di noci, mandorle, nocciole, pistacchi e altre varietà all'interno di una dieta bilanciata, agisce nella regolazione della pressione arteriosa, grazie alla presenza di sali minerali come zinco, magnesio, ferro, fosforo, calcio e potassio."

La campagna di promozione e informazione targata MASAF-ISMEA muove dall'esigenza di fare sistema tra le piccole realtà che contraddistinguono il settore, moltiplicando le occasioni confronto, scambio e aggregazione tra gli operatori della filiera e di valorizzare le produzioni distintive della penisola, spesso poco conosciute dal consumatore che si rivolge più¹ facilmente al prodotto di importazione. Una politica di rilancio che passa anche attraverso il racconto dei territori di origine, delle caratteristiche identitarie e distintive dei prodotti e dell'impegno verso la sostenibilità ambientale e sociale dei produttori.

Tra le iniziative che l'ISMEA metterà in campo, la realizzazione di uno specifico osservatorio statistico-economico, l'organizzazione di incontri di networking tra gli operatori, la partecipazione unitaria e organizzata presso le principali fiere nazionali e le manifestazioni di interesse, l'organizzazione di attività collaterali come degustazioni, cooking show, incontri B2B e la realizzazione di una campagna social rivolta ai consumatori, con la partecipazione di influencer nell'ambito food, benessere, lifestyle e sport.

FRUTTA IN GUSCIO QUADRO ECONOMICO

In Italia, la coltivazione di noci, nocciole, mandorle, castagne, pistacchi e carrube interessa una superficie di circa 180 mila ettari. La produzione media degli ultimi anni ammonta a circa 220mila tonnellate ma i quantitativi raccolti oscillano fortemente da un anno all'altro a causa dell'impatto del clima sulle rese produttive. In generale, esiste un forte legame della produzione con il territorio, ad esempio, la produzione di nocciole è¨ localizzata essenzialmente in Campania, Lazio e Piemonte; quella di mandorle in Puglia e Sicilia, quella di pistacchio in alcune aree specifiche della Sicilia (Bronte e Raffadali); mentre la produzione di noci e castagne è¨ diffusa in areali che vanno dal sud al nord dello Stivale.

Lo stretto legame con il territorio ha portato al riconoscimento di diversi marchi a indicazione geografica (DOP e IGP) ma il

Macfrut. Il ministro Lollobrigida: "L'Italia deve giocare un ruolo da protagonista nel contesto internazionale dell'ortofrutta'

successo economico di questi prodotti è¨ stato fino ad ora parziale, in quanto ostacolato da alcuni limiti insiti nella struttura stessa di questa filiera. Il principale utilizzo della frutta in guscio – in particolare nocciole, mandorle e pistacchi – riguarda l'industria dolciaria e agroalimentare in genere; mentre per castagne e noci si ha una prevalenza del consumo tal quale.
Per loro stessa natura, i prodotti del comparto intercettano naturalmente la crescente domanda di alimenti salutari ad elevato contenuto nutrizionale facendo registrare una tendenza di crescita negli acquisti. Per tutti i prodotti si registra, tuttavia, un deficit della produzione nazionale rispetto al fabbisogno interno e ciò² spiana la strada all'importazione di ingenti quantitativi di prodotto dall'estero, come avviene ad esempio per le nocciole turche, cilene, georgiane e azere, per i pistacchi di Usa e Iran, per le mandorle di Usa e Spagna, per le noci di Spagna e Usa e per le castagne di Turchia, Portogallo e Spagna. Tutto ciò² si traduce in importazioni per circa 1,4 miliardi di euro all'anno e un pesante passivo della bilancia commerciale dell'Italia che ammonta a circa 700 milioni di euro.
? evidente quindi che esiste una grande opportunità di aumentare il potenziale produttivo dell'Italia tenendo ben presente però² i limiti determinati dalle caratteristiche pedoclimatiche dei nostri territori che non sempre si adattano alle diverse specie. Allo stesso tempo è¨ necessario non sottovalutare la minaccia insita in un mercato internazionale gestito da grandi player in grado di influenzare il livello del prezzo mondiale.
IL BIO ALLEATO PREZIOSO PER LA SALUTE PAROLA DI ESPERTA
Il mercato del Bio continua a incontrare il favore dei consumatori, seppur in un contesto molto faticoso per tutto il comparto, che vede una generale contrazione dei consumi di frutta e verdura da parte degli italiani, soprattutto a causa dell'aumento dei prezzi. ? questo lo scenario che si delinea a Macfrut che vede tra i partecipanti Made in Nature, il progetto di CSO Italy, cofinanziato dall'Unione Europea con il contributo di aziende leader del mercato italiano: Brio, Canova, Ceradini, Conserve Italia, Orogel e Veritas Bio frutta. Obiettivo: promuovere la conoscenza e il consumo di prodotti ortofrutticoli biologici in Italia, Germania, Francia e Danimarca.
Tracciabilità , sostenibilità , biodiversità e qualità sono i principi sui quali si basa la campagna, un percorso che ha lo scopo di abbattere le barriere di quei consumatori che ancora non scelgono il biologico, un viaggio inclusivo capace di mettere insieme le diversità e le generazioni, i mezzi di comunicazione e i media.
Principi che incontrano il parere favorevole di molti medici e professionisti della nutrizione, tra cui Renata Bracale, biologa e nutrizionista, docente presso l'Università degli Studi del Molise. "L'obiettivo comune deve essere l'educazione alimentare ed il rafforzamento della fiducia e della conoscenza sulla certificazione di prodotti biologici, provando a creare strumenti efficaci per favorire un'alimentazione sempre più¹ consapevole" sottolinea la dottoressa Bracale, che prosegue "La dieta mediterranea, patrimonio dell'umanità dal 2010, risulta essere la dieta con una concentrazione più¹ elevata di frutta e verdura, il primo a proporre cinque porzioni al giorno tra frutta e verdura, privilegiando i prodotti Bio. ? infatti scientificamente dimostrato che i prodotti che vengono coltivati in regime biologico sono più¹ ricchi di tutte le sostanze di cui frutta e verdura sono vettori: in media i prodotti biologici contengono il 17% in più¹ di antiossidanti, veri e propri guerrieri messi a difesa delle nostre cellule contro l'invecchiamento della cellula stessa, e per alcune classi di alimenti questa cifra è¨ ancora superiore". Un percorso di sensibilizzazione e di informazione che punti anche all'educazione alimentare e conduca i consumatori a compiere scelte consapevoli, soprattutto in coloro che si occupano della nutrizione di anziani e di bambini. "Un recente studio condotto dall'Università di Cipro su di un gruppo di bambini delle scuole primarie ha messo in evidenza quanto la dieta a base di prodotti biologici mantenga basso il livello di produzione di radicali liberi. Nei bambini tenuti a dieta biologica per 40 giorni è¨ stato riscontrato un minor numero di marcatori del danno ossidativo a conferma del fatto che i prodotti biologici sono alleati sicuri nelle scelte alimentari soprattutto in quelle dei più¹ piccoli" conclude l'esperta.
Il nostro Paese risulta essere il leader in Europa per superficie agricola destinata al biologico e anche i consumi alimentari, soprattutto quelli fuori casa, continuano a crescere anche se non tengono il passo con altri paesi europei. Elementi che, insieme anche al recente inserimento di frutta e verdura BIO nel paniere dell'ISTAT, lasciano presagire una nuova primavera per un mercato che può² non solo tornare ai volumi degli anni precedenti ma anche registrare un'ulteriore crescita.
Tutto passa anche, necessariamente, da una puntuale e capillare attività di informazione e promozione presso i cittadini, che è¨ la direzione in cui va Made in Nature. "Made in Nature, punta a contribuire a rafforzare la cultura del Biologico con l'obiettivo di migliorare la conoscenza e le virtù¹ di queste produzioni che sempre più¹ colgono le esigenze del consumatore moderno, attento e rispettoso dell'ambiente e della biodiversità - dichiara Paolo Bruni, Presidente CSO Italy – in questo primo anno del progetto sono stati raggiunti 84 milioni di consumatori e oltre 92.000 esperti di settore".

Macfrut. Il ministro Lollobrigida: "L'Italia deve giocare un ruolo da protagonista nel contesto internazionale dell'ortofrutta'

Secondo quanto emerge dal report 2022 di CSO Italy , sono state 310 mila le tonnellate di frutta e verdura bio consumate in Italia nel 2022, pari al 5,7% del totale ortofrutta, con una prevalenza di frutta che è¨ però² quella che risente di più¹ della crisi, con un calo del 9% rispetto al 2021. Più¹ contenuto invece il calo della verdura (-3%) che registra anche, per il terzo anno consecutivo, una diminuzione del prezzo medio, pari a 2,85€ al chilogrammo.

Macfrut. Il ministro Lollobrigida: "L'Italia deve giocare un ruolo da protagonista nel contesto internazionale dell'ortofrutta'

Salvo per uso personale e' vietato qualunque tipo di redistribuzione con qualsiasi mezzo.