

● INTERVISTA AL PRESIDENTE DELLA FIERA RENZO PIRACCINI

Macfrut cresce e guarda lontano

Sempre più orientata all'internazionalizzazione, la manifestazione è ormai la vetrina della filiera ortofrutticola italiana, nella quale le aziende si riconoscono e fanno sistema

di Nicola Castellani

Grinto alla 35ª edizione, la quarta nei padiglioni espositivi della Fiera di Rimini, per Macfrut il 2018 può essere l'anno della definitiva consacrazione tra le principali manifestazioni al mondo dedicate all'ortofrutta.

Abbiamo chiesto al suo presidente, Renzo Piraccini, cosa si aspetta dall'edizione che sta per iniziare.

Presidente, nei mesi scorsi sono state tante le missioni all'estero per internazionalizzare sempre di più la fiera. È soddisfatto dei risultati ottenuti?

Decisamente sì. Abbiamo messo in campo uno sforzo senza precedenti rispetto alle 34 edizioni passate, consapevoli che una manifestazione fieristica ha senso se ha un respiro internazionale. Ben 20 sono state le missioni che hanno interessato quattro Continenti, dal Nord al Sud America, dall'Asia al Medio Oriente, passando per l'Africa e l'Europa. I risultati sono stati notevoli in termini di espositori e partecipanti, si potranno toccare con mano direttamente in Fiera. Faccio alcuni esempi per dare un'idea dei fatti concreti. A seguito della visita in Uganda, Tanzania ed Etiopia, a Macfrut questi Stati si presentano con numerosi stand (collettivi e individuali) e una delegazione di 50 operatori. E ancora, una forte partecipazione ci sarà dalla Cina (Paese partner 2017) con oltre 50 buyer di altissimo livello. Stand e

15 operatori invece arrivano dall'Uzbekistan dove abbiamo fatto uno specifico road show. Infine, non meno importante, la Colombia, Paese partner 2018, sarà presente con una maxi area e 30 aziende espositrici, tra cui i colossi bananieri Uniban e Banacol.

Macfrut dedica due padiglioni a Field Solution ovvero alle tematiche del pre-raccolta. Quali sono le novità di quest'anno?

La più rilevante riguarda l'area «dinamica», che abbiamo chiamato Acqua-Campus. Il progetto curato da Cesena Fiera in collaborazione con Anbi (Associazione nazionale bonifiche e irrigazioni) e il Cer (Canale Emiliano romagnolo), mette al centro l'utilizzo dell'acqua in agricoltura. Acqua, va sottolineato, sempre più un tema chiave per lo sviluppo in ogni parte del mondo. Lo spazio sarà strutturato in un'area espositiva e in una dimostrativa. Quest'ultima sarà un vero e proprio campo dinamico di



Renzo Piraccini

500 metri quadrati, dove si potranno vedere in funzione gli impianti di irrigazione tecnologicamente più avanzati presentati dalle aziende leader. L'Anbi, in collaborazione con il Cer, organizzerà anche un convegno, «Giornata nazionale dell'innovazione per l'agricoltura irrigua», dove verranno illustrati i risultati e gli obiettivi delle ricerche in corso. Tante altre novità poi saranno presentate dalle singole aziende, dalla genetica delle imprese sementiere alle tecnologie del pre-raccolta. Quest'anno registriamo l'ingresso di colossi come

Monsanto-Seminis leader nelle sementi, e Biolchim, leader nei biostimolanti che realizzerà anche un evento internazionale.

Quali sono i progetti per il futuro della manifestazione?

Li riassumo in tre parole: internazionalizzazione, internazionalizzazione, internazionalizzazione. Non vorrei essere pedante, ma la sfida del settore ortofrutticolo italiano sta tutta qui. E in questo contesto un ruolo strategico lo gioca una Fiera che sia hub a valenza internazionale. Macfrut con la nuova location ha dimostrato un potenziale di crescita impensabile fino a qualche anno fa. Alcuni numeri: espositori esteri arrivati al 25% del totale, +40% in quattro anni; 1.500 buyer invitati, 250 erano quattro anni fa; crescita esponenziale dei visitatori esteri arrivati al 25% del totale. A tutto questo aggiungo un dato fondamentale: Macfrut ha dimostrato di essere la fiera nella quale gli stakeholder del settore ortofrutticolo si riconoscono e fanno sistema, così come avviene negli altri grandi Paesi. Il settore ortofrutticolo ha sempre faticato a fare sistema, spesso prigioniero di veti incrociati che ne hanno minato la compattezza. Oggi il quadro è cambiato, e grazie allo sforzo di tutti siamo riusciti a essere una squadra compatta. Una prova l'abbiamo data direttamente nel novembre scorso alla prima edizione di Mac Fruit Attraction China a Shanghai, quando la filiera ortofrutticola ha unito le forze e insieme si è ritrovata a questo evento internazionale. In questa direzione ci stiamo muovendo nella 2ª edizione di Mac Fruit Attraction China sempre a Shanghai dal 22 al 24 novembre prossimo e nella 3ª edizione di Mac Fruit Attraction Mena che si svolgerà a Il Cairo dall'8 al 10 dicembre nell'ambito di Food Africa.

L'export ortofrutticolo nazionale nel 2017 ha fatto il record e superato 5 miliardi di euro. Secondo lei di cosa ha bisogno il settore per continuare stabilmente a crescere?

Per crescere sul mercato internazionale le imprese devono essere sempre più efficienti e specializzate. La competizione è fortissima, ci vuole una professionalità sempre più marcata. Non si può certo generalizzare, tuttavia le dimensioni ridotte sono spesso un problema, soprattutto se ci si deve confrontare con mercati lontani. Ma forse il limite più grande è ancora una mentalità poco aperta da parte di alcuni operatori.