

● INTERVISTA A RENZO PIRACCINI

Macfrut, vetrina dell'ortofrutta che sa fare sistema

La manifestazione si caratterizza ormai nel panorama fieristico internazionale per rappresentare tutta la filiera. Aumentano gli espositori e gli operatori esteri

di Nicola Castellani

Numeri ancora in crescita per Macfrut, giunto quest'anno alla 36ª edizione.

Renzo Piraccini, presidente di Cesena Fiera, ente organizzatore della manifestazione, è soddisfatto.

Presidente, dopo lo sviluppo degli ultimi anni l'obiettivo di Macfrut di rappresentare il «Sistema ortofrutta Italia» può dirsi raggiunto?

Direi di sì. Abbiamo perso fin troppo tempo ed energie per eventi che non hanno avuto fortuna. Ora siamo arrivati a una quadra definitiva: in Italia la fiera dell'ortofrutta è Macfrut. Tutti i settori trainanti del made in Italy, dalla moda al vino, possono contare su una fiera nazionale di riferimento.

Oggi possiamo dire questo anche dell'ortofrutta. Fruit Attraction e Fruit Logistica sono grandi rassegne ma, piaccia o meno, a Madrid e Berlino l'Italia non è in primo piano. Così come è impensabile che un'azienda spagnola non sia a Fruit Attraction, altrettanto dovrebbe essere nel nostro Paese, nel nostro settore. Macfrut è un patrimonio di tutti, una delle priorità per il rilancio del made in Italy ortofrutticolo.

L'orgoglio di essere presenti deve essere l'orgoglio di un settore che sa fare sistema e guarda avanti. Soprattutto alla luce di una specificità che con-

traddistingue Macfrut dal panorama fieristico internazionale: è una fiera di filiera. È questo che la rende un *unicum* nel contesto delle rassegne di settore.

Qui si trovano: sementi, novità vegetali e vivaismo, tecnologie di campo, mezzi tecnici, produzione, commercio e distribuzione, biologico, macchinari e tecnologie del post-raccolta, materiali e imballaggi di confezionamento, quarta gamma, logistica e servizi.

Internazionalizzare la manifestazione è sempre stato il suo «mantra». Quali sono i risultati raggiunti e i prossimi obiettivi?

Una fiera ha un senso se ha un respiro internazionale. Macfrut negli ultimi 5 anni ha fatto una poderosa scelta in questa direzione. Cito alcuni dati: quest'anno abbiamo presentato la fiera in una trentina di missioni in tutto il mondo; abbiamo invitato 1.500 buyer – solo 5 anni fa erano 250 – circa il 25% degli espositori è straniero, e questo fa di Macfrut una delle fiere più internazionali del panorama italiano. Quest'anno abbiamo fatto la scelta dell'Africa Subsahariana quale country partner dedicandole un intero padiglione con 200 aziende da 14 Paesi.

L'Africa ricopre un ruolo sempre più centrale nel panorama internazionale (economico e demografico), le stime di crescita ne indicano un +5% del pil annuale, con la previsione di arrivare a rappresentare il 5% del pil mondiale entro il 2030. Aggiungo che l'Africa, pur avendo il maggior numero di terre per l'agricoltura, ne coltiva solo il 30%. In questo contesto, l'ortofrutta può essere un volano per la crescita economica del Continente, aprendo ampi spazi di azione per l'Italia, principale produttore ortofrutticolo mondiale e leader nella tecnologia e nel packaging.

Innovazione e sostenibilità sono parole chiave per il futuro del settore or-



Renzo Piraccini

tofrutticolo. Come sono declinate in questa edizione di Macfrut?

A differenza di quanto si pensi, l'ortofrutta è uno dei settori più innovativi dell'agroindustria. Lo testimoniano le tre aree «dinamiche» presenti in fiera:

- il Greenhouse Technology Village, un vero e proprio villaggio dell'innovazione orticola in serra che ospita i principali produttori di tecnologie, materiali e mezzi tecnici, sementieri e vivaisti specializzati, dove vengono presentate alcune delle innovazioni destinate a diventare strumenti di lavoro quotidiani per i produttori;
- AcquaCampus, un campo dimostrativo di 640 m² dove si possono vedere in azione gli impianti di irrigazione tecnologicamente più avanzati, presentati dalle aziende leader mondiali;
- Macfrut in Campo, una grande area allestita all'interno dei padiglioni della fiera dove viene riprodotto un vero e proprio campo prova con all'opera le macchine agricole più innovative.

L'export ortofrutticolo nazionale perde colpi. Quale ruolo può giocare Macfrut per aiutare gli operatori?

L'internazionalizzazione è una necessità del settore se vuole crescere.

C'è un dato sull'export che rende l'idea: l'82% della nostra frutta e l'89% degli ortaggi è venduto dentro i confini dell'Unione europea. Troppo, decisamente troppo in un mercato che si dice globale. Dobbiamo ritrovare competitività sul mercato internazionale: va costituita una task force sull'internazionalizzazione tra imprese e istituzioni che lavori su barriere, promozione, logistica. Gli importanti sforzi fatti finora per aprire e finalizzare i protocolli non sono più sufficienti: serve una strategia. L'Italia è una grande produttore di ortofrutta che deve trovare nuovo slancio. E una grande fiera di settore come Macfrut può contribuire a raggiungere questo scopo. ●