



Data	05 maggio 2006
Testata	Agricoltura Italiana
Periodicità	News
Città	Roma

05 Maggio 2006

Ortofrutta, più comunicazione

Perla Tolima

Lo ha sottolineato Fabrizio Marzano, presidente di Unaproa, nel corso di un convegno a Macfrut 2006, augurandosi che vengano finanziate nuove iniziative. Il valore della frutta e verdura immessa sul mercato equivale al 25% della Piv agricola nazionale

L'ortofrutta non è una produzione "di nicchia" ma una vera e propria ricchezza della collettività, ha precisato, in un convegno al Macfrut 2006, Fabrizio Marzano, il presidente della principale Unione tra le organizzazioni di produttori ortofrutticoli italiana. Unaproa rappresenta 134 organizzazioni di produttori che operano su tutto il territorio nazionale e ogni anno confeziona e porta avanti programmi per un valore di 200 milioni di euro al servizio di produttori e consumatori. La superficie agricola investita a ortofrutta è infatti pari a 300.000 ettari mentre la produzione commercializzata è di 7 milioni di tonnellate (il 72% del valore della produzione commercializzata da tutte le OP italiane). Il valore della produzione di frutta e verdura immessa sul mercato italiano, pari a 2500 milioni di euro, equivalgono al 25% della Piv agricola nazionale.



Questo grande patrimonio merita di essere costantemente valorizzato e l'invito di Marzano va quindi anche all'attenzione del nuovo governo affinché sostenga iniziative analoghe a quelle promosse da Unaproa, finalizzate a sensibilizzare la popolazione a un maggior consumo di frutta e verdura.

Il presidente di Unaproa ha sottolineato il ruolo delle campagne di comunicazione "Due anni di lavoro e un unico grande impegno: diffondere con forza e con ogni mezzo il messaggio che frutta e verdura fanno bene alla nostra salute. Per la campagna "Nutritevi dei colori della vita" abbiamo scelto un tipo di comunicazione orizzontale, capace di raggiungere fascia della popolazione: giovani, famiglie, donne. E di entrare nei supermercati, nelle piazze e nelle aule delle scuole. Quando mi chiedono di fare un primo bilancio dei risultati del nostro lavoro, rispondo che questa esperienza ha portato alla luce in primo luogo quanto sia grande e diffuso il bisogno dei consumatori di essere informati. È per questo che riteniamo che la strada sia ancora tutta da percorrere, attraverso nuovi progetti di comunicazione per il quale è indispensabile il pieno coinvolgimento dell'intero sistema ortofrutticolo".

Proprio rilevando il profondo legame tra alimentazione e benessere, frutta e verdura aiutano a star bene e a mantenerci in salute, si rende praticabile, secondo Marzano, " l' ipotesi di attuare interventi di defiscalizzazione dei prodotti ortofrutticoli, nei diversi passaggi fino al consumatore. Risorse che verrebbero poi impiegate per finanziare progetti di educazione alimentare, come accade in paesi quali la Francia, il Canada o gli USA, nei quali l'impegno dello Stato per tali iniziative è di gran lunga superiore a quanto accade in Italia".