

Data	13 dicembre 2013
Testata	AgroNotizie
Periodicità	Sito web
Città	Faenza - RA

**13 dicembre 2013**

### **Unaproa: "Puntare sulle proprietà dell'ortofrutta"**

***L'Unione nazionale è stata main sponsor dell'evento di presentazione del Rapporto mercati frutta e verdura di Mark Up. Consegnato il premio "Cinque colori del benessere" ad Ali e Aliper***

Tutti sanno che frutta e verdura fanno bene, ma i consumi calano. Le vendite di ortofrutta segnano il passo in tutto lo scenario europeo (esclusa solo la Spagna) e in quello Usa ed è proprio l'Italia il Paese in cui si registrano le performance peggiori (calo di 11 punti percentuali dal 2008 al 2012). Il 14esimo rapporto Mercati frutta & verdura 2013 di Mark Up Sole 24Ore - redatto dal docente universitario Roberto Della Casa e presentato a Milano con un evento di cui Unaproa è stata main sponsor - parte da questi dati, arrivando alle risposte che servono per fronteggiarli, rilanciando i consumi. Agire sui consumi è la principale opportunità per migliorare la dieta dei consumatori e, quindi, alzare il livello di redditività delle imprese del comparto.

"Proprio questo è l'obiettivo - spiega il presidente Unaproa Ambrogio De Ponti - della campagna 'Nutritevi dei colori della vita', un progetto che punta sulle distintive proprietà nutrizionali dei prodotti ortofrutticoli distinguendoli per colore e mira ad accrescere i consumi di ortofrutta, facendo leva sulla fiducia dei consumatori per un prodotto sempre garantito nella sua qualità e salubrità". Fondamentale per raggiungere l'obiettivo, si spiega nel rapporto, è associare al generico "fa bene" di frutta e verdura a una dose, che deve essere superiore ai 400 grammi suggeriti dall'Organizzazione mondiale della sanità, ormai considerati canonici ma in realtà insufficienti. Imprescindibile per lo scopo è quindi cambiare i modelli di consumo, attraverso una sostanziale inversione della chiave di lettura: si deve alzare il livello percepito di qualità dell'ortofrutta sia attraverso un diverso approccio comunicativo, sia diffondendo la conoscenza, l'unica vera arma di prospettiva di cui si dispone.

Nel corso della presentazione del rapporto Mark up, Ambrogio De Ponti ha consegnato al gruppo Ali' e Aliper rappresentato da Giuliano Canella il premio - quest'anno alla sua prima edizione - "Cinque colori del benessere". Si tratta di un riconoscimento per chi si è maggiormente distinto in attività di sviluppo e diffusione del marchio "Cinque colori del benessere", quale strumento trasversale di penetrazione dei mercati ed esaltazione dell'ortofrutta italiana. "La nostra campagna - ha spiegato il presidente De Ponti, consegnando il premio - è un'iniziativa che nasce per essere condivisa da tutti i soggetti della filiera, così può essere massimamente capitalizzato il progetto, nell'interesse di produttori e consumatori".