

Fruit & Salad on the Beach e School Games in vetrina alla Fiera di Madrid



Presentate alla Fiera di Madrid, in occasione di 'Fruit Attraction 2019', la 10a edizione di Fruit & Salad on the Beach e la 4a edizione di Fruit & Salad School Games, campagne di sensibilizzazione al consumo di frutta e verdura che si tengono annualmente in Italia, la prima nelle scuole e la seconda sulle spiagge, con giochi, degustazioni e momenti didattici per incoraggiare alla sana alimentazione e i corretti stili di vita.

'Fruit Attraction' quest'anno conta 1.800 espositori ortofrutticoli provenienti da 59 paesi, su una superficie di 58.00 mq che ospita fino al 24 ottobre un ricco palinsesto di appuntamenti, cui partecipano aziende, istituzioni e organismi di rappresentanza.

Nel programma di questo appuntamento internazionale di settore non poteva mancare la presentazione dei due importantissimi progetti di promozione dell'ortofrutta, alla quale hanno preso parte i rappresentanti delle organizzazioni di produttori promotrici dell'iniziativa: Alma Seges, Agritalia, AoA, Assodaunia, Asso Fruit Italia, La Deliziosa e Terra Orti.

Molto interesse c'è stato da parte dei presenti alla Fiera di Madrid, circostanza che rappresenta un buon auspicio per l'allargamento dell'iniziativa a scuole e strutture balneari di altri territori.

Promozione delle produzioni dei soci, ricerca di nuovi contatti commerciali e confronto sui temi strategici per l'ortofrutta italiana, può essere riassunta così l'esperienza di Asso Fruit Italia al Fruit Attraction di Madrid dal 22 al 24 Ottobre 2019.

La partecipazione con Italia Ortofrutta - Unione Nazionale testimonia ancora una volta l'importanza dell'aggregazione che costituisce il principale obiettivo per l'Organizzazione di produttori. L'ortofrutta quando è aggregata è competitiva, vincente e riesce a farsi sentire con maggior voce nei consessi istituzionali. A tal proposito prosegue, ed è altissima, l'attenzione dell'Organizzazione sulle politiche commerciali: l'Italia rispetto a produzioni come **l'uva da tavola** - uno degli esempi più attuali vista la stagionalità - ancora non ha alcuno sbocco su mercati importantissimi come la Cina per la mancanza di protocolli. Altri competitor come la Spagna invece da questo punto di vista sono già attivi. Una situazione che merita tutte le attenzioni del caso.

Asso Fruit Italia a Madrid è stata presente nel padiglione 3, stand 3C04.

La delegazione era così composta: **Francesco Nicodemo**, presidente AFI, **Andrea Badursi** (nella foto), direttore generale AFI, **Domenica Gallo**, responsabile marketing AFI.