

# I prossimi 50 anni sono alla porta

La storia della fruttivitecoltura altoatesina ha una lunga tradizione. Una parte del suo divenire è rappresentato dalla fondazione del Centro di Consulenza nel 1957. A tal proposito, nel corso del tardo autunno, proporremo una copiosa pubblicazione, nell'ambito dei festeggiamenti per il cinquantennio. È importante analizzare un tale modello di successo, com'è il Centro di Consulenza. Altrettanto importante è osare di posare lo sguardo al futuro, dato che l'evoluzione procede a grandi passi.

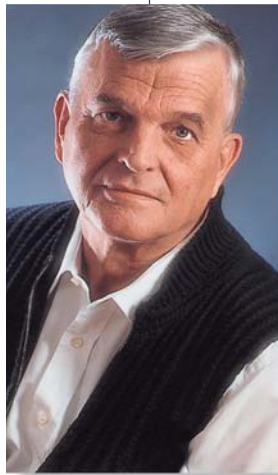
A titolo di contributo alla presente edizione speciale abbiamo pregato illustri esperti di presentare il proprio punto di vista sui possibili futuri sviluppi. Ne è derivato un voluminoso dossier sui temi ricerca, consulenza, miglioramento genetico, conservazione e commercializzazione in fruttivitecoltura.

Le nuove vie della ricerca e della consulenza in agricoltura non sono più indirizzate all'aumento della produzione, dal momento che la saturazione è già stata raggiunta ed è garantita per un lungo periodo.

L'obiettivo in frutti-vitecoltura sarà, in futuro, l'aumento di qualità, ma soprattutto la sicurezza del prodotto. Queste sono le più importanti sfide del futuro. Di comune accordo con tutte le componenti del mondo frutticolo, il Centro di Consulenza dovrà impegnarsi per contribuire alla produzione di frutta gustosa, di uva sana esente o quasi da residui di fitofarmaci.

Nonostante tutte le novità tecnologiche, al centro si trova l'Uomo, colui che necessita di un consiglio. La consulenza è una forma di fiducia e la fiducia del socio nel consulente è e rimane la base per una collaborazione coronata dal successo.

Nell'ambito della sperimentazione, in futuro nuove tecnologie, in particolare la biologia molecolare, potranno semplificare e abbreviare lunghi anni di prove. Tanto nel settore della difesa quanto anche in quello del miglioramento genetico l'obiettivo è quello di risparmiare tempo e denaro, impiegando la ricerca genetica.



Per quanto riguarda la commercializzazione della frutta, ciò significa contrapporsi alla crescente concentrazione nelle grandi catene alimentari. Con nuovi concetti di commercializzazione si intende reagire a tale evoluzione, ad esempio in Val Venosta. Nell'ambito della commercializzazione dei vini, si notano nuovi cambiamenti del gusto dei consumatori. Grazie a nuove tecniche enologiche i vini dovranno essere, per così dire, personalizzati.

Il settore biologico ha abbandonato la nicchia. A livello mondiale si osserva un consistente slancio verso i prodotti biologici. Tale incremento, in Europa, è da ricondurre ad una maggiore disponibilità e ad una migliore qualità dei prodotti, alla tendenza dei consumatori verso la salute e allo sviluppo economico. Anche a ciò si dovrà reagire, in futuro.

Relativamente all'industria di trasformazione della frutta, le future sfide sono rappresentate dallo sviluppo di nuovi e più attraenti prodotti. Ma anche in questo campo la tracciabilità e la sicurezza dei rispettivi prodotti rimangono al primo posto.

A tutti i livelli della produzione e della commercializzazione l'impegno dei prossimi 50 anni è considerevole: diamoci da fare!

Willy CHRISTOPH