

ORTOFRUTTA NOTIZIE

GIUGNO 2014



**APO CONERPO: PRODUZIONE
STABILE, FATTURATO IN AUMENTO**



**CONSERVE ITALIA PROMUOVE
LA COLTIVAZIONE DI LEGUMI**



**KIWI, LA CONVIVENZA
CON LA BATTERIOSI È POSSIBILE**

Sommario

- 4 Apo Conerpo: produzione stabile, fatturato in aumento
GABRIELE CHIESA
- 7 Ciliegie, il mercato premia l'alta qualità
UGO PALARA
- 8 Naturalitalia punta su mercati esteri e innovazione
MARIO PARISI
- 10 Conserve Italia promuove la coltivazione di legumi
UFFICIO AGRONOMICO CONSERVE ITALIA
- 12 Kiwi: la convivenza con la Batteriosi è possibile
LAMBERTO MAZZOTTI
- 14 Il Project Management nei processi aziendali
CARLO MILLO

Le foto sono dell'archivio Apo Conerpo

Apo Conerpo
Via B. Tosarelli, 155
40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. 051 781837 - Fax 051 782680
E-mail: info@apoconerpo.com
Internet: www.apoconerpo.com

Delude l'accordo Ministero-Regioni

La Pac penalizza l'ortofrutta trasformata

Davide Vernocchi
Presidente Apo Conerpo

Delusione e amarezza: sono questi i sentimenti suscitati dall'accordo raggiunto tra il Ministero delle Politiche Agricole e le Regioni per gli aiuti accoppiati nel quadro della nuova PAC 2014/2020. Un'intesa che non ci soddisfa affatto in quanto mortifica il sistema agroalimentare organizzato in filiere fissando all'11% del premio unico pagato ai produttori il plafond da destinare agli aiuti accoppiati, pari ad oltre 426 milioni di euro. Un risultato nettamente inferiore alle aspettative ed alle reali esigenze del settore. Questo provvedimento va a premiare delle rendite maturate con colture realizzate un decennio fa.



In questo quadro risulta senza dubbio apprezzabile l'impegno dell'Assessore all'Agricoltura dell'Emilia Romagna, Tiberio Rabboni, che ha permesso di estendere queste misure ad alcune filiere decisamente importanti per l'agricoltura regionale, come barbabietola e pomodoro da industria, inizialmente escluse (le altre su cui si concentrano le risorse sono zootecnia da carne e da latte, piano proteico, riso, olivicoltura).

Non è stato però possibile ottenere un incremento delle risorse per il pomodoro da industria, che potrà contare su un contributo di 160 euro ad ettaro a fronte di costi di produzione decisamente elevati, pari a 4.500/5.000 euro ad ettaro. E inoltre il settore della frutta allo sciroppo (pere, pesche e prugne) non è stato inserito tra quelli che potranno beneficiare degli aiuti accoppiati, risorse invece determinanti, anche per poter tenere in equilibrio il mercato del prodotto fresco. La decisione di non aumentare il budget degli aiuti accoppiati per il pomodoro da industria e per la barbabietola e di non prevedere alcun sostegno per la frutta trasformata penalizza filiere produttive importanti oltre che dal punto di vista territoriale anche sotto il profilo occupazionale. A complicare ulteriormente la situazione le decisioni di altri Paesi come la Francia, che ha destinato alcune migliaia di euro ad ettaro alla frutta sciropata, e la Spagna, che ha stanziato 330 euro ad ettaro per il pomodoro da industria. Tutto ciò compromette ulteriormente la competitività delle aziende agricole italiane.

Buone notizie arrivano invece dal Consiglio Agricolo UE che ha ribadito il ruolo centrale delle OP nel raggiungere gli obiettivi della Politica Agricola Comune per il settore ortofrutticolo e ha riconosciuto anche la possibilità di lavorare per migliorare il funzionamento e l'attrattività delle organizzazioni di produttori introducendo ad esempio maggiore chiarezza e semplificazione nell'attuazione delle misure di prevenzione e gestione delle crisi.

NONOSTANTE LA CRISI E IL CLIMA ANOMALO, IL BILANCIO È POSITIVO

Apo Conerpo: produzione stabile, fatturato in aumento

Gabriele Chiesa
Direttore Generale Apo Conerpo

Nel 2013 collocate sul mercato oltre 900.000 tonnellate di prodotti ortofrutticoli freschi. Supera i 720 milioni di euro il volume d'affari del gruppo. In aumento gli investimenti per la ricerca e l'innovazione ed il ristorno ai soci.

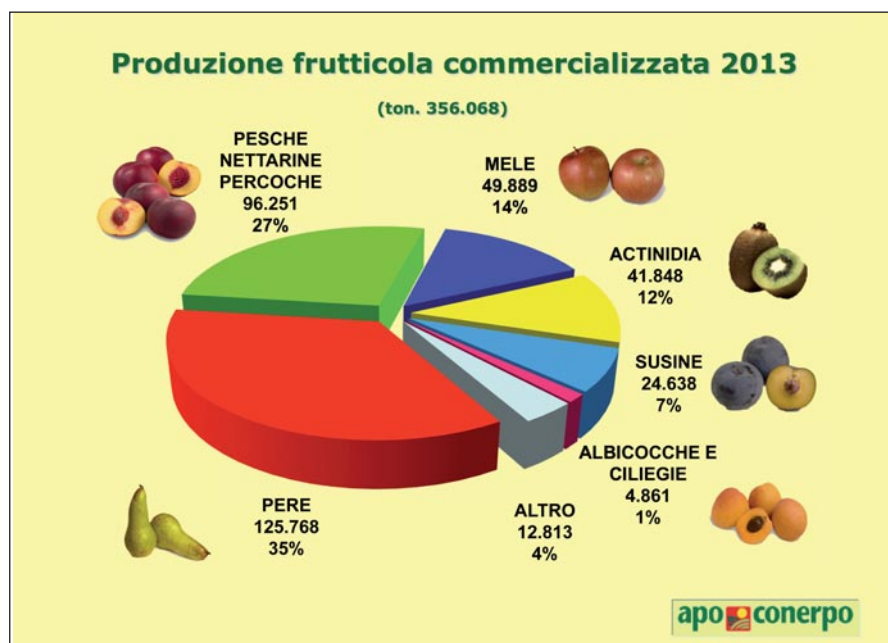
Il 2013 si è chiuso con un bilancio positivo per Apo Conerpo che ha collocato sul mercato oltre 900.000 tonnellate di prodotti ortofrutticoli freschi, sviluppando un volume d'affari pari a 723 milioni di euro. Un risultato senza dubbio importante anche perché ottenuto in un anno in cui la pesante crisi economica iniziata nel 2008 si è ulteriormente aggravata provocando una nuova contrazione dell'occupazione e, conseguentemente, dei consumi, anche di frutta e verdura. Nel 2013 le famiglie italiane hanno infatti acquistato circa 7,8 milioni di tonnellate di prodotti ortofrutticoli, con una diminuzione del 2,3% rispetto all'anno precedente. La domanda e l'offerta di prodotti è stata condizionata anche dall'anomalo andamento climatico, con una primavera 2013 (da aprile a giugno) caratterizzata da piogge intense e forti abbassamenti termici con ripetute grandinate ed un'estate (da luglio in avanti) con scarse precipitazioni e temperature molto elevate. Tutto ciò non ha impedito però al gruppo Apo Conerpo di mantenere stabile a 948.000 tonnellate il conferimento dei soci (+0,11% sul 2012), di cui 376.000 tonnellate di frutta e 572.000 di ortaggi e patate.

Nonostante l'insoddisfazione per i risultati ottenuti su alcuni prodotti, come le pere, dove le aspettative a inizio campagna erano superiori, il volume d'affari totale è aumentato di oltre 11 milioni di euro rispetto all'anno precedente, raggiungendo i 723 milioni di euro (+1,5% sul 2012).

Il risultato nel complesso positivo registrato nel 2013 è frutto, tra l'altro, delle politiche commerciali vincenti adottate dal Gruppo che, attraverso le società Alegria, Naturalitalia e Valfrutta Fresco, ha puntato con decisione sull'export, un canale in grado di garantire una maggiore remunerazione alle produzioni conferite dai soci. Complessivamente, sono state indirizzate all'estero 121.000 tonnellate di orto-

frutta fresca per un valore di quasi 114 milioni di euro (+1%). Ue e Svizzera hanno assorbito il 75% dei prodotti esportati, la Russia e gli altri paesi dell'Europa dell'est il 18%, l'Asia il 4%; completano il quadro le Americhe con il 2% delle esportazioni e l'Africa con l'1%.

Per quanto riguarda le altre destinazioni della produzione di Apo Conerpo, presso la Grande Distribuzione Italiana sono state collocate 158.000 tonnellate per un valore di 126 milioni di euro (+9,7%), mentre al mercato tradizionale sono state indirizzate quasi 136.000 tonnellate di prodotto non confezionato per un valore di 90 milioni (+0,4%). All'industria di trasformazione infine sono state desti-



nate quasi 490.000 tonnellate di ortofrutta per un valore di quasi 77 milioni di euro (+0,2%); il plusvalore del trasformato ha raggiunto i 316 milioni di euro.

Nonostante i risultati raggiunti siano buoni, soprattutto se valutati all'interno del difficile contesto economico generale nel quale sono stati conseguiti, Apo Conerpo ha avviato diverse iniziative per cercare di migliorare la valorizzazione del prodotto dei soci, quali il consolidamento patrimoniale, la riduzione dei costi di funzionamento, il supporto anche finanziario alle cooperative socie, l'aumento degli investimenti nella ricerca e innovazione, la ricerca di nuovi mercati, la promozione di aggregazioni e sinergie per creare reti con le altre imprese del settore.

La destinazione dell'utile 2012 ad aumento gratuito del capitale sociale e alle riserve indivisibili, unitamente al risultato positivo conseguito nell'esercizio 2013, hanno consentito di consolidare ad oltre 26,9 milioni di euro il patrimonio netto della capogruppo Apo Conerpo. Tale rafforzamento è fondamentale per affrontare i nuovi investimenti per lo sviluppo del gruppo nonché per mantenere i program-

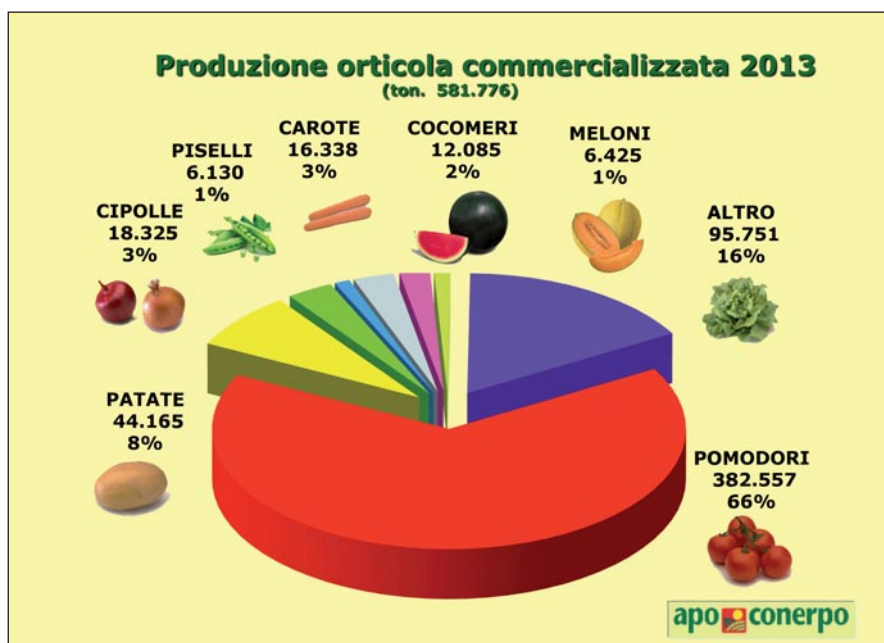
mi di capitalizzazione delle filiali, delle cooperative socie e delle società collegate. Dopo l'intervento effettuato nel 2012 a supporto delle associate **Fruit Modena Group** e **Italfrutta**, colpite dal sisma, nel 2013 Apo Conerpo ha attuato un ulteriore progetto di capitalizzazione per sostenere le cooperative **Ortofrutta di Grosseto** e **Copaca di Albinia**, quest'ultima pesantemente colpita dall'alluvione del 2012. Con queste operazioni, gli investimenti strutturali della capogruppo realizzati mediante il supporto finanziario e partecipativo nelle cooperative socie e nelle filiali hanno raggiunto i 22,6 milioni di euro.

Un altro intervento attuato nel 2013 è l'ulteriore riduzione delle spese generali, che ha consentito di garantire sia il **ristorno ai soci (aumentato del 159% rispetto all'anno precedente)**, che l'aumento degli investimenti nel settore della ricerca, dell'innovazione e della comunicazione. Lo sviluppo del-



l'attività della collegata New Plant nei programmi di miglioramento genetico, di Valfrutta Fresco nella valorizzazione del top di gamma, la partnership con le altre Op socie di CSO nei programmi promozionali sui mercati comunitari (**Fruitness, enjoy it!**) ed extra comunitari (**European flavors**), la collaborazione con gli altri soci di Alimos per il progetto "**Frutta e verdura: scoprila, gustala, scegliila**" e per "**Frutta nelle scuole**" sono solo alcuni degli investimenti realizzati in questi settori, che produrranno benefici duraturi agli associati nei prossimi anni. Sempre in campo promozionale, Apo Conerpo ha anche avviato la programmazione degli eventi che il Gruppo organizzerà nell'ambito di Expo 2015. In questa vetrina, che avrà come focus proprio i temi dell'agroalimentare, sono state pianificate 7 iniziative che coinvolgeranno le filiere più significative dei prodotti della gamma Apo Conerpo, le cooperative socie e le filiali in un'ottica unitaria di valorizzazione delle produzioni dei soci e dei nostri territori.

Un altro elemento che ha caratterizzato l'ultimo esercizio è stato l'**incremento della penetrazione sui mercati esteri per cercare sbocchi nuovi e più remunerativi per le produzioni dei nostri associati**, compito affidato in particolare alle filiali Alegra e Naturitalia. Tale azione ha permesso di aumentare dal 25% al 29% il prodotto da mercato fresco destinato all'esportazione, e di far aumentare a 50 il numero di paesi esteri forniti, tra-



guardo particolarmente importante considerando le limitazioni che ancora persistono in molti stati sotto forma di barriere fitosanitarie. In quest'ottica, dopo un lungo lavoro svolto insieme a Cso ed Assomela, è stato possibile aprire il mercato degli Stati Uniti alle mele e pere italiane.

Il 2013 è stato un anno positivo anche per lo sviluppo di nuove collaborazioni, sinergie e reti con le altre imprese del settore. Tramite Naturitalia il Gruppo ha partecipato infatti sia allo sviluppo del consorzio **Kiwifruit of Italy**, con l'obiettivo di innalzare gli

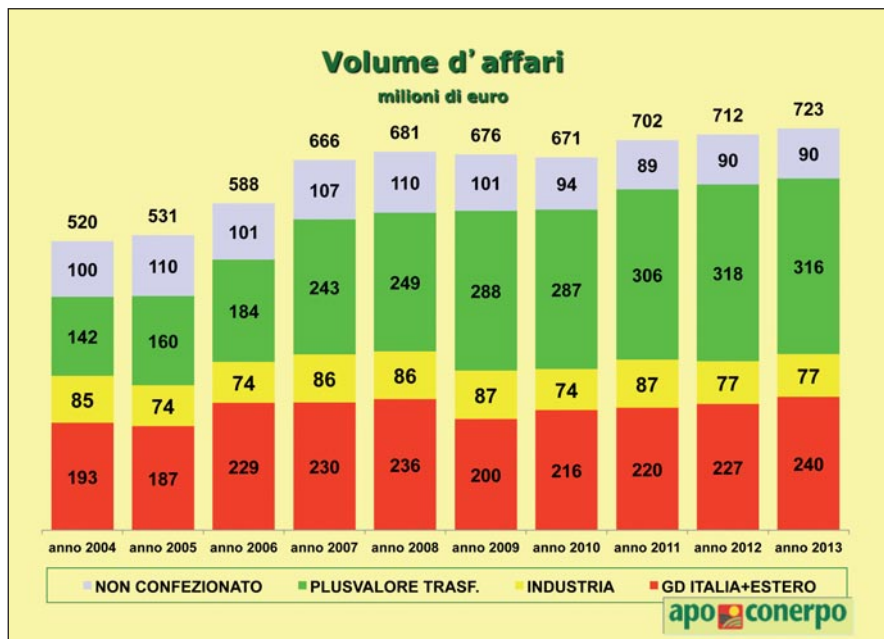
standard qualitativi del prodotto ed approcciare in maniera coordinata con gli altri operatori della regione i mercati emergenti, a partire da quello coreano e del sud est asiatico, sia alla costituzione di **Pera Italia**, consorzio nato con l'obiettivo di coordinare lo sviluppo dei mercati di oltremare in particolare per la pera Abate.

zione e la commercializzazione di una nuova linea di prodotti biologici comprendente zuppe, minestrone e omogeneizzati. L'anno scorso Apo Conerpo ha inoltre collaborato e partecipato all'attuazione di uno specifico **accordo di filiera** ideato da Alce Nero & Mielizia, finalizzato al rafforzamento ed al consolidamento della filiera del biologico ed a cui hanno partecipato anche La Cesenate Conserve Alimentari e altre aziende agricole biologiche. Le varie attività di ricerca e innovazione, commercializzazione, valorizzazione e promozione delle produzioni ortofrutticole dei soci e gli investimenti ad esse collegati sono stati supportati anche nel corso del 2013 dal Regolamento CE 1234/2007. Apo Conerpo ha infatti perseguito gli obiettivi previsti da tale regolamento mediante l'attuazione di uno specifico **Programma Operativo** e l'investimento di **oltre 63 milioni** di euro così suddivisi: 6,1 milioni per la pianificazione dalla produzione e dell'offerta, 16,2 milioni indirizzati al miglioramento della qualità dei prodotti, 5,7 milioni destinati all'incremento del valore commerciale dei prodotti, 17,3 milioni per promuovere la commer-

cializzazione delle produzioni fresche e trasformate, 11,3 milioni per le misure ambientali, 6,2 milioni destinati alla prevenzione e alla gestione delle crisi.

Per migliorare sempre più la qualità dei nostri prodotti, si è poi ulteriormente aumentata la diffusione dell'assistenza tecnica in campagna e il numero dei controlli lungo l'intera filiera. A tale proposito, **121 tecnici** delle cooperative associate hanno controllato ed applicato i **Disciplinari di Produzione Integrata** in **24.600 ettari** di produzione ed hanno fornito assistenza tecnica su quasi **1.000 ettari di produzioni biologiche** per una **superficie complessiva di 25.600 ettari** sui **28.800 investiti dal Gruppo**, con una incidenza che ormai ha raggiunto quasi il **90%** sul totale.

Coadiuvati dai responsabili delle singole cooperative, i tecnici hanno poi controllato tutte le altre fasi della filiera: dal condizionamento al confezionamento fino alla commercializzazione. Dopo i risultati complessivamente soddisfacenti ottenuti nel 2013 ed alla luce del perdurare del contesto economico negativo, l'**attività di Apo Conerpo nel prossimo triennio continuerà a concentrarsi in particolare in queste direzioni**: il supporto alla ricerca, innovazione e sperimentazione per migliorare costantemente le produzioni ed aumentare la difesa dalla fitopatie; la valorizzazione delle produzioni dei soci utilizzando la grande notorietà dei marchi anche per l'ortofrutta fresca; l'internazionalizzazione delle vendite cercando di rimuovere i vari ostacoli che in alcuni Paesi impediscono ancora l'ingresso ai prodotti dei nostri soci. I positivi, seppur faticosi, risultati ottenuti negli ultimi tempi con l'apertura ai kiwi italiani registrata alcuni anni fa sul mercato cinese, nel 2012 su quello coreano e la possibilità, dal 2013, di esportare mele e pere italiane sul mercato statunitense sono un ulteriore stimolo per insistere anche in tale attività, necessaria per creare nuove opportunità di sbocco dei prodotti dei nostri soci.



NEGLI ULTIMI ANNI SI È REGISTRATO UN PROFONDO RINNOVAMENTO

Ciliegie, il mercato premia l'alta qualità

Ugo Palara
Responsabile Ufficio Tecnico Agrintesa

La cooperativa faentina Agrintesa, realtà di punta del Gruppo Apo Conerpo, ha avviato un importante percorso di ammodernamento della cerasicoltura degli associati basato su un panorama varietale sempre più ricco e diversificato, su nuovi portinnesti adatti ad impianti a media densità, su tecniche colturali sempre più mirate all'intensificazione e razionalizzazione produttiva, ma anche alla salvaguardia della qualità.

Tra le drupacee cosiddette minori, il ciliegio è la specie che nell'ultimo decennio ha dimostrato maggiore vitalità e propensione all'innovazione grazie a due fattori principali: il forte rinnovamento varietale, legato ad importanti progetti di miglioramento genetico dove la ricerca italiana è leader a livello mondiale, e la notevole vocazione alla specializzazione ed alla intensificazione culturale, frutto di ampie sperimentazioni sull'interazione varietà/portinnesto/ suolo e sulla regolazione del rapporto vegeto-produttivo delle piante.

Agrintesa sta cercando di favorire un profondo percorso di ammodernamento della cerasicoltura dei propri associati basato su un panorama varietale sempre più ricco e diversificato, sullo studio di nuovi portinnesti adatti ad impianti a media densità, sull'adozione di tecniche colturali sempre più

mirate all'intensificazione e razionalizzazione produttiva, ma anche alla salvaguardia della qualità dell'offerta. A tale proposito, ad esempio, viene promossa l'adozione dei teli protettivi per evitare il "cracking" del frutto a seguito di piogge cadute in fase di pre-raccolta. L'obiettivo generale è produrre di più e meglio in termini qualitativi, secondo un calendario di offerta sempre più ampio, in funzione di mercati sempre più esigenti e della necessità di garantire redditi adeguati alle imprese frutticole.

Oggi l'offerta di ciliegie di Agrintesa si presenta estremamente rinnovata rispetto a qualche anno fa e, a fianco delle produzioni tradizionali, legate ad assetti varietali tipici delle zone di più antica coltivazione, comprende anche prodotti con nuove e migliori caratteristiche qualitative, diversificati e provenienti anche da nuove aree di coltura di elevata potenzialità. È in

atto una sfida che passa prioritariamente attraverso la garanzia della qualità del prodotto in termini organolettici, di freschezza, salubrità e requisiti nutrizionali, ma anche attraverso le tecnologie di condizionamento post-raccolta per il mantenimento di questa qualità lungo l'intera filiera e, non ultima, l'individuazione di nuove linee strategiche di promozione e vendita.

L'esempio del marchio IGP "Ciliegia di Vignola" è emblematico, così come altre iniziative tese alla "conquista" di nuove fasce di consumatori in grado di apprezzare l'alta qualità garantita dallo slogan "belle fuori, buone dentro".

Le allettanti quotazioni di mercato registrate negli ultimi anni, in controtendenza rispetto a quelle raggiunte in altri comparti frutticoli, sono prevalentemente il frutto dell'alta qualità garantita ai consumatori.

I mercati sembrano rispondere bene, anche se c'è la consapevolezza che la concorrenza in Europa è sempre più forte, soprattutto ad opera di Paesi come la Spagna, la Germania, ma anche la vicina Turchia. La difesa delle ciliegie italiane sarà sempre più difficile, ma grazie alla qualità ed alla specializzazione raggiunte in campagna e lungo tutte le fasi della filiera si può pensare di vincere la sfida e mantenere le posizioni raggiunte sul mercato nazionale in questi anni.



Fruttificazione di Sweet Lorenz.

ROBERTO CERA CONFERMATO ALLA PRESIDENZA DELLA SOCIETÀ

Naturitalia punta su mercati esteri e innovazione

Mario Parisi
Centro Stampa

Un moderno sistema di imprese specializzate nel settore ortofrutticolo, localizzate nelle più vocate regioni italiane, che conta una produzione di circa 125.000 tonnellate e sviluppa un volume d'affari di quasi 130 milioni di euro. Importante lo sviluppo all'estero, soprattutto in Germania e in Asia nonché nei Paesi di oltremare.

no precedente), di cui quasi 80.000 esitate presso la Grande Distribuzione Organizzata e oltre 44.000 destinate all'esportazione. A

fronte di questa contrazione dei volumi, **il fatturato ha registrato un incremento del 5,8% sul 2012, sfiorando i 130 milioni di euro**”.

“Un risultato – ha proseguito Cera –



ottenuto grazie alla migliore valorizzazione dei prodotti conferiti, collocati su mercati particolarmente remunerativi”.

“Oltre a consolidare la presenza nel

Nonostante la pesante crisi economica che ha influito

anche sui consumi di ortofrutta, scesi al minimo storico con 323 chilogrammi per famiglia (erano 450 nei primi anni 2000), Naturitalia ha chiuso il 2013 con un bilancio abbastanza soddisfacente.

A delineare lo scenario l'Assemblea annuale della società commerciale del Gruppo Apo Conerpo e di Europ Fruit, che ha anche confermato il ferrarese **Roberto Cera alla presidenza, Vittorio Beccari e Adriano Petteni alla vice presidenza.**

“Nel 2013 – ha sottolineato il presidente Cera – abbiamo commercializzato complessivamente circa **125.000 tonnellate di ortofrutta fresca** (in calo dell'11% rispetto all'an-

Il nuovo consiglio di Amministrazione di Naturitalia

Presidente	Roberto Cera
Vice presidente	Vittorio Beccari
Vice presidente	Adriano Petteni
Consigliere	Stefano Andraghetti
Consigliere	Luca Canonici
Consigliere	Domenico Cenni
Consigliere	Tonino Checcoli
Consigliere	Gabriele Chiesa
Consigliere	Graziano Ciaranfi
Consigliere	Vito Di Fruscolo
Consigliere	Pietro Fabbri
Consigliere	Maurizio Filippi
Consigliere	Michele Mangolini
Consigliere	Massimo Michellini
Consigliere	Alfio Messina
Consigliere	Davide Minelli
Consigliere	Patrizio Neri
Consigliere	Giuseppe Nola
Consigliere	Alessandro Perugini

nostro Paese, infatti, – ha dichiarato Cera – Naturitalia ha anche registrato un crescente sviluppo all'estero, soprattutto in **Germania**, e in **Asia**, nel **Middle East**, nonché nei **Paesi di oltremare**. La società ha puntato con sempre maggior decisione sulla strada della internazionalizzazione per aumentare gli sbocchi commerciali e garantire ai soci una adeguata remunerazione. E, alla luce dei brillanti risultati ottenuti fino ad oggi, l'obiettivo è proseguire in questa direzione e 'conquistare' altri mercati tra cui, in particolare, **Medio Oriente, Sud Africa e Australia**”.

“Per rispondere alle esigenze dei consuma-

tori e far fronte ad una concorrenza sempre più agguerrita e competitiva anche in ortofrutta – ha affermato il **direttore generale, Gabriele Ferri** – nel 2013 Naturitalia ha poi aumentato ulteriormente i propri investimenti nel comparto della ricerca e della sperimentazione. A questo proposito, sono state individuate le linee di sviluppo delle patate di quarta gamma; inoltre è proseguita l'attività per la messa a punto della **pera rossa 'Falstaff'**, premiata nell'autunno 2012 al Macfrut. Sempre la rassegna cesenate, ma nell'edizione 2013, ha tenuto a battesimo anche altre interessanti proposte, vale a dire le **nuove varietà di kiwi, a polpa gialla, rossa e verde**, in grado di accontentare i palati più diversi e i consumatori più esigenti grazie ad una gamma di sapori davvero ampia e a caratteristiche organolettiche particolarmente elevate. Attualmente testati con appositi panel, questi frutti saran-

no disponibili a partire dalla **c a m p a g n a 2016/2017**".

"Per conquistare quote di mercato sempre maggiori e riuscire a comunicare chiaramente i plus delle proprie produzioni – hanno concluso Cera e Ferri – Naturitalia ha anche deciso di spingere sempre più l'acceleratore sulla politica di marca.

Una scelta vincente, nel mercato globale, per aumentare la competitività, segmentare l'offerta e uscire dalla situazione in cui la commercializzazione dei prodotti sembra ridursi ad una 'gara' basata esclusi-



Roberto Cera, presidente di Naturitalia.

vamente sul prezzo. Offrendo ampie garanzie in termini di qualità, naturalità e affidabilità, i marchi possono avvicinare ulteriormente i consumatori all'ortofrutta fresca, fornendo a ognuno di loro la risposta più giusta".

Cercate uno specialista che possa affiancare la vostra azienda nella tutela dei crediti commerciali in Italia e nel mondo?



Assicurazione dei Crediti, Cauzioni e C.A.R - Recupero Crediti

La gestione dei crediti è un elemento chiave per garantire valore all'impresa. La missione di Coface è di agevolare le attività commerciali delle imprese a livello globale attraverso una gamma completa di prodotti e servizi versatili ed efficienti di assicurazione e gestione dei crediti.

L'offerta di Coface è progettata per consentire alle aziende di gestire e proteggere con cura i propri crediti e di lavorare in tutta sicurezza, in Italia e all'Estero.

Agenzia Generale dell'Emilia Romagna

Sede Legale: Ravenna

CREDITPARTNER Srl
Via Antonio Meucci 1 (scala C)
48100 Ravenna
tel. 0544 408911
ravenna@coface.it

Presidente CreditPartner srl

Mario Boccaccini

coface
FOR SAFER TRADE

RAGGIUNGE I 1.300 ETTARI LA SUPERFICIE INVESTITA A CECI DAL GRUPPO

Conserve Italia promuove la coltivazione di legumi

Ufficio Agronomico Conserve Italia

Per invertire la tendenza che ha obbligato a lungo gli operatori ad importare dall'estero i legumi destinati alla produzione industriale a causa della sempre minore coltivazione nel nostro Paese, Conserve Italia negli ultimi anni ha sviluppato la produzione di queste specie.

In particolare, ha aumentato significativamente la coltivazione di ceci, che al momento interessa una superficie di 1.300 ettari; tutta la produzione lavorata presso gli stabilimenti del Gruppo è di provenienza italiana ed è ottenuta nelle aziende dei soci.

Dar vita ad una filiera interamente italiana anche per i legumi, seguendo la strada già praticata per altri prodotti: con questo obiettivo Conserve Italia, dopo l'esperienza effettuata nel 2008 in provincia di Grosseto su una superficie di 20 ettari coltivati a ceci, ha avviato un vero e proprio progetto industriale su scala nazionale. In soli 5 anni la superficie investita a ceci è passata da 20 a 1.300 ettari distribuiti tra le aziende dei soci toscani e pugliesi del Gruppo.

Inizialmente, la resa produttiva si attestava sui 10 quintali ad ettaro, ma attraverso interventi agronomici mirati sull'epoca di semina e sulla difesa fitosanitaria, si è arrivati a medie di circa 18 quintali ad ettaro. Un risultato decisamente importante anche alla luce della progressiva riduzione della coltivazione dei legumi destinati alla produzione industriale (fa-

gioli borlotti, ceci, lenticchie, fagioli cannellini) registrata in Italia dalla fine degli anni '50. Solo per fare alcuni esempi, la superficie italiana coltivata a fagioli secchi dal 1961 ad oggi è passata da 365 mila ettari a 7 mila ettari, quella delle lenticchie da 21 mila a 2 mila ettari, quella dei ceci da 79 mila a meno di 5 mila ettari, con una diminuzione media del 90%.

Le motivazioni di questo trend vanno ricercate nella bassa produttività per ettaro e nella tecnica agronomica che in alcuni casi risultava poco industriale. A fronte di questa riduzione della coltivazione, i consumi di legumi a livello italiano hanno, d'altro canto, fatto registrare un aumento



costante, obbligando gli operatori del settore ad approvvigionarsi al di fuori dei confini nazionali. Si è così resa necessaria l'importazione da paesi nord e sud americani (Canada, Messico, Argentina), ma anche dalla Turchia e da altri paesi del Medio Oriente, in particolare per quanto riguarda ceci e cannellini.



L'impianto di selezione di legumi secchi presso lo stabilimento di Ravarino (Mo).

In questo contesto, Conserve Italia ha messo a frutto tutto il suo know-how per realizzare una coltivazione italiana di nicchia e di assoluta qualità. Oggi per quanto riguarda i ceci, tutto il prodotto lavorato presso gli stabilimenti del Gruppo è di provenienza italiana e coltivato dai soci. Questa situazione produce importanti vantaggi sia per i produttori, che oltre a ottenere un prezzo garantito possono contare sui benefici agronomici legati alla coltivazione di leguminose che rilasciano azoto nel terreno migliorandone la fertilità, sia per i consumatori che possono acquistare un prodotto interamente italiano.

L'interessamento per coltivazioni definite "minori" ha registrato, negli ultimi tempi, significativi passi in avanti, anche in tema di collaborazione con le grandi aziende multinazionali produttrici di fitosanitari, che in passato avevano mostrato scarsa propensione a ricercare e registrare prodotti per la difesa di queste colture. Da quando Conserve Italia ha deciso di investire per costruire una filiera tutta italiana, caratterizzata da una programmazione attenta e puntuale, si è creato un vero gioco di squadra tra industria agroalimentare e operatori agrofarmaceutici, che ha permesso di intraprendere ricerche per avere a disposizione formulati utili a garantire la redditività e la qualità del prodotto finale indirizzato al consumatore.

Passando dalla fase di produzione a quella della lavorazione, presso lo **Stabilimento Conserve Italia di Ravarino** (Modena) è stato appena realizzato un impianto di selezione per prodotti secchi (ceci, fagioli, ecc.) grazie al quale Conserve Italia è oggi la prima azienda italiana a gestire l'intera filiera, dalla semina alla trasformazione industriale.

Alla luce di questi importanti risultati, Conserve Italia intende proseguire in questa direzione e al momento sta già lavorando a progetti finalizzati ad aumentare le coltivazioni di lenticchie e fagioli in Italia.

Buoni risultati per i nuovi succhi di frutta Conserve Italia

Dall'inizio della crisi, i consumi al bar hanno registrato un preoccupante e progressivo calo che sta interessando tutte le merceologie, dal té ai succhi di frutta. Per fronteggiare questa contrazione, all'inizio del 2014 Conserve Italia ha deciso di puntare su una strategia commerciale basata su nuove opportunità di consumo e nuove referenze, che ha dimostrato, numeri alla mano, la sua efficacia.

Insieme alle nuove referenze di Valfrutta bar e ai nuovi formati Derby Blue, è di questi giorni il lancio dell'edizione limitata di Yoga Tricolore "Italiani fino all'ultimo sorso", che punta proprio a rafforzare il concetto di italianità della marca e della frutta protagonista del tricolore, mela, pera e arancia rossa, tutta rigorosamente italiana.

Proposto in occasione dei Mondiali di Calcio, questo prodotto sta incontrando grande successo di pubblico. Il lancio è casualmente sfuggito all'attenzione di una nota organizzazione agricola, secondo la quale invece un'altra novità di Conserve Italia, ovvero un prodotto a base di pompelmo dedicato ai bar della riviera romagnola, costituirebbe un "oltraggio" per "i produttori associati" che non sarebbero "adeguatamente rappresentati nelle loro produzioni di punta".

I nuovi prodotti stanno trascinando tutta la gamma dei succhi portando a risultati importanti: oggi Conserve Italia ha rafforzato la propria leadership di mercato riuscendo ad invertire il trend di vendite. E sono proprio i succhi di pera, pesca ed albicocca a mostrare performance superiori alla crescita media, a dimostrazione che le attività sul consumatore, anche se non riguardano il gusto specifico, portano un beneficio a tutta la gamma.

Gli ultimi risultati di vendita della bottiglia da 200 ml. di Conserve Italia relativi a maggio 2014 certificati da Iri vedono, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, un +8,61% per i succhi di pesca, un +7,49% per la pera e un +8,43% per l'albicocca.

I 14 mila produttori associati del gruppo saranno ben lieti di leggere che nel mercato dei grossisti di bevande Conserve Italia, sempre secondo i dati Iri, ha guadagnato 1,6 punti rispetto all'anno precedente nel mercato dei succhi di frutta al bar, rafforzando la sua posizione di leadership pari al 53,7%. Infine, rispetto al riferimento alle risorse economiche spese per la promozione del prodotto pompelmo, l'azienda fa notare che il succo Pompelmo Rosa è stato prodotto in edizione limitata in sole 50.000 bottiglie, contro i 100 milioni di bottiglie da 200 ml. prodotte ogni anno, per un investimento complessivo pari a 5.000 euro.



GRAZIE AI RISULTATI DEL PROGETTO DI RICERCA CONDOTTO IN EMILIA ROMAGNA

Kiwi, la convivenza con la Batteriosi è possibile

Lamberto Mazzotti
Centro Stampa

Per prevenire e contenere l'infezione è comunque indispensabile una corretta gestione agronomica dei frutteti. Sul fronte della difesa stiamo attraversando una fase di work in progress nella quale, comunque, alcuni prodotti come i rameici ed il Bion (Acibenzolar-S-methyl) continuano a ricoprire un ruolo importante nella lotta al PSA.

Una importante risposta alle ipotesi che fino a ieri erano semplici deduzioni o intuizioni derivate dalla conoscenza di altri batteri: è questo, in sintesi, il risultato del progetto di ricerca e sperimentazione sulla Batteriosi del kiwi condotto in Emilia Romagna negli ultimi due anni. Coordinato dal CRPV (Centro Ricerche Produ-

zioni Vegetali) e cofinanziato dalla Regione Emilia Romagna, da Apo Conerpo insieme ad altre Organizzazioni dei Produttori Ortofrutticoli, banche e altri organismi privati di servizi, tutti legati alla filiera produttiva del kiwi, il progetto si poneva essenzialmente l'obiettivo di studiare a fondo la malattia e individuare le tecniche migliori per contrastarla. Provocato dal batterio *Pseudomonas syringae* pv. *actinidiae* (PSA), il cancro dell'actinidia è comparso in Italia nel 2008 nell'area di maggior diffusione di questa specie, ovvero il Lazio, e si è poi diffuso in altre zone del Centro Nord tra cui la Romagna, particolarmente vocata per questo frutto. Contemporaneamente, la batteriosi si è propagata rapidamente in tutti i Paesi del mondo produttori di kiwi causando la quasi completa

estirpazione della varietà gialla Hort 16A, più sensibile, e mettendo a dura prova, in molte aree, anche la tradizionale cultivar verde Hayward, ancora oggi la più coltivata.

“Grazie a questa iniziativa, che rappresenta un esempio virtuoso di lavoro di squadra a cui hanno partecipato in modo sinergico istituzioni pubbliche, cooperative, agricoltori, tecnici e ricercatori, abbiamo ottenuto informazioni estremamente utili per affrontare con maggiore consapevolezza la prevenzione e la difesa del kiwi dal PSA” – dichiara Maria Grazia Tommasini, coordinatrice del progetto per CRPV. “In particolare – prosegue Tommasini – abbiamo potuto approfondire alcuni importanti aspetti epidemiologici di *Pseudomonas syringae* pv. *Actinidiae* relativi ad esempio all'influenza del polline e dei frutti nella disseminazione del batterio: mentre i frutti non manifestano presenza di Psa alla raccolta e pertanto non rappresentano un rischio, il polline può rappresentare un veicolo di diffusione della malattia. Il progetto ha anche confermato la capacità di sopravvivenza del batterio come ospite occasionale su altre colture e specie infestanti, senza dare origine a sintomi. Interessanti prospettive sembrano essere offerte da antagonisti isolati da impianti di kiwi infetti e su cui gli studi stanno proseguendo.

In merito alle pratiche agronomiche, l'irrigazione, entro i limiti della normale restituzione idrica, sembra non avere particolari effetti sullo sviluppo del batterio, influenzato invece



Actinidieto alterato da PSA.

dalla **fertilizzazione** ed in particolare da alcuni **microelementi** come lo zinco, su cui si sta ulteriormente indagando”.

“Se da un lato i risultati di due anni di ricerca confermano l'importanza di una corretta gestione agronomica per prevenire e contenere questa malattia – sottolinea Tommasini – dall'altro evidenziano che sul fronte della **difesa** stiamo attraversando una fase di work in progress nella quale, comunque, alcuni prodotti come i rameici ed il Bion (Acibenzolar-S-methyl) continuano a ricoprire un ruolo importante nella lotta al PSA”. Gli studi sulle tecniche vivaistiche per la conservazione del **materiale di fonte** sono stati efficaci e materiale sicuro è disponibile presso il Centro Attività Vivaistiche di Tebano.

Le indagini sulla **micropopagazione** hanno evidenziato un elevato grado di sopravvivenza e patogenicità del batterio nel tempo pur senza sintomi, anche con dosaggi molto ridotti del patogeno. Risulta quindi fondamentale partire per la moltiplicazione da materiale sano e controllato nelle diverse fasi fino al trasferimento in campo.

In sintesi, il progetto di ricerca realizzato dall'ottobre 2011 al settembre 2013 ha consentito di conoscere più in dettaglio la dinamica infettiva del batterio che colpisce il kiwi provocando conseguenze particolarmente gravi fino alla morte delle piante e alla conseguente estirpazione dei frutteti, fenomeno purtroppo verificatosi in diverse aree produttive italiane e di altri Paesi.

In Emilia Romagna, la malattia ha registrato una certa diffusione anche se l'azione di monitoraggio portata avanti dai tecnici delle Organizzazioni dei Produttori ha permesso di raggiungere un buon livello di controllo in quanto gli espianti decretati dal Servizio Fitosanitario dalla comparsa della malattia al 2013 hanno interessato in tutto 153 ettari. Da sottolineare poi l'importanza del sostegno, non solo tecnico e politico ma soprattutto economico, garantito dalla Regione

Emilia Romagna che dal 2010 al 2013 ha distribuito alle aziende colpite dalla batteriosi circa 2 milioni e 300 mila euro per risarcire l'abbattimento di piante di actinidia (tra frutteti e viva), permettendo così di superare la fase critica.

“La stretta sinergia tra le diverse parti coinvolte – dichiara l'**Assessore all'Agricoltura dell'Emilia Romagna, Tiberio Rabboni** – ha permesso la predisposizione di linee guida da parte del Servizio fitosanitario regionale come contributo per una convivenza con il PSA”.

“In questi due anni – sottolinea il **direttore di CRPV, Alvaro Crociani** – abbiamo fatto importanti passi avanti nella conoscenza della Batteriosi del kiwi e degli strumenti migliori per prevenirla e contenerla. Restano però ancora molti aspetti da approfondire e dubbi da chiarire. A questi interrogativi cercherà di rispondere il nuovo progetto '**Ricerche su PSA del kiwi e PPV delle drupacee**', che proseguirà l'attività di ricerca in questo campo per altri due anni. Sempre coordinato dal CRPV e cofinanziato in particolare dalla Regione Emilia Romagna, cercherà di fornire le indicazioni per consentire una convivenza, seppur non semplice, con la Batteriosi prevedendo che non sarà possibile debellarla completamente”. Contemporaneamente, anche il nuovo Programma Regionale di Sviluppo Rurale 2014-2020 contribuirà a gettare un “raggio di luce” su questa terribile malattia. “A tale proposito – dichiara il **presidente Giampiero Reggidori** – il CRPV si pone come elemento attivo e protagonista a supporto della nuova programmazione agricola regionale rimarcando il proprio ruolo di primo piano nella raccolta delle esigenze di ricerca e sperimentazione grazie alla professionalità, all'esperienza ed al forte legame



Tralcio di kiwi colpito da PSA.

con il mondo della produzione”.

“La ricerca da sola non basta a rendere più solido e competitivo un settore economico, tanto più quando si parla di agricoltura: serve una **filiera dell'innovazione** che parta dal produttore e torni al produttore – prosegue Reggidori”.

“Il compito di CRPV – conclude il presidente – è essenzialmente quello di rendere più fluida questa filiera ponendosi come intermediario tra le esigenze della produzione e gli enti pubblici. Una caratteristica ideale per rispondere alla nuova indicazione comunitaria in tema di innovazione agricola. La parola d'ordine dei PSR è infatti sinergia ed i beneficiari delle risorse (95 milioni di euro in Emilia Romagna contro i 35 del periodo 2007-2013) potranno essere soprattutto i cosiddetti Gruppi Operativi, aggregazioni di agricoltori, ricercatori, broker per l'innovazione e associazioni. CRPV si sente in linea con questo profilo ed è pronto a rispondere alla richiesta europea”.

IMPORTANTE STRUMENTO PER AUTOMATIZZARE I PROGETTI

Il Project Management nei processi aziendali

Carlo Millo
Product Manager Gruppo Sistema

Esistono delle modalità di gestione delle attività aziendali che aumentano l'efficienza organizzativa. L'approccio del Project Management e la soluzione di Microsoft SharePoint a supporto dei processi aziendali.

Tutte le attività aziendali sono finalizzate ad un obiettivo e comportano la messa a punto di un processo organizzativo. Anche le attività di supporto, come, ad esempio, il trasloco di un ufficio, la partecipazione ad una fiera, l'ammodernamento di una linea di produzione, richiedono impegno per ottimizzare le risorse coinvolte e per raggiungere il risultato nei tempi previsti. Proprio questi impegni di supporto sono spesso sottovalutati per l'impatto organizzativo e, in molte occasioni, vengono gestiti senza l'aiuto di strumenti informatici che facilitano la programmazione.

L'approccio del Project Management, ovvero l'elaborazione strutturata degli impegni, può creare nuova efficienza, abbreviando i tempi e ottimizzando l'utilizzo delle risorse.

Con il Project Management è infatti possibile prevedere subito le risorse necessarie, definire i tempi e le fasi di avanzamento, così da valutare in corso d'opera i risultati ed essere in grado di adottare eventuali interventi di correzione. Chi ha la responsabilità di un progetto conosce bene le difficoltà da affrontare per rispettare i costi ed i tempi previsti: le priorità

aziendali e le disponibilità delle risorse variano nel corso della realizzazione dell'iniziativa e, se si vuole raggiungere l'obiettivo, è necessario un continuo controllo e un aggiornamento delle pianificazioni previste. Microsoft SharePoint è uno strumento software che si presta in modo molto semplice ad automatizzare progetti aziendali, indipendentemente dalla loro dimensione e durata.

Una caratteristica interessante per le aziende che hanno adottato il sistema operativo Windows Server è la possibilità di utilizzare gratuitamente la versione Foundation 2013 di Microsoft Sharepoint. Con Microsoft SharePoint, oltre alla pianificazione di team di lavoro, degli incarichi e delle fasi di avanzamento, si possono attivare diagrammi di flusso e di avanzamento, con notifiche legate agli stati di avanzamento con work flow di verifica e approvazione. Un aspetto funzionale molto interessante di Microsoft SharePoint, anche nella sua versione Foundation 2013, è la gestione documentale. Si tratta di un sistema molto avanzato che permette, ad esempio, il "versioning" automatico dei documenti, così da avere sempre in evidenza l'ultima redazione, conservando le versioni precedenti; le autorizzazioni sulla visione e scrittura comple-

tano la gestione documentale. Infine, nell'ultima edizione di SharePoint 2013, anche nella versione Foundation, è stato introdotto un ambiente di comunicazione in modalità "Social" dove inserire informazioni ed annotazioni non strutturate. Si tratta di una funzione che porta in azienda le peculiarità di un sistema di condivisione che ha una grande diffusione nelle relazioni interpersonali e che sta entrando anche nelle attività di tipo professionali.

Creare un ambiente di Project Management è molto facile, non richiede competenze informatiche particolari e può essere replicato su tutte le attività aziendali.

Sfruttando le funzionalità già predisposte, sono sufficienti poche ore di formazione per essere in grado di configurare un portale di gestione progetto. L'interfaccia molto intuitiva e l'integrazione con gli altri strumenti di Microsoft facilita l'adozione in tutti i contesti organizzativi che già fanno uso di Microsoft Outlook, Excel, Word.

Gli utenti attraverso un Browser e la connessione a Internet possono vedere e aggiornare attività e informazioni in base alle autorizzazioni disposte dal capo progetto, in completa mobilità, in qualsiasi momento e luogo.

Per le Aziende che intendono introdurre il Project Management nella gestione delle attività, Gruppo Sistema (www.grupposistema.it) mette a disposizione la sua competenza nella realizzazione di soluzioni Share Point.

