

ORTOFRUTTA NOTIZIE

APRILE 2015



**AUMENTANO LE OPPORTUNITÀ
PER LE OP SOCIE DI FINAF**



**PERE: PROVE TECNICHE
CONTRO IL RISCALDO**



**CONFCOOPERATIVE IN UDIENZA
DA PAPA FRANCESCO**



APRILE 2015

Sommario

- 4 Aumentano le opportunità per le Op socie di Finaf
LISA MARTINI
- 6 Pere: prove tecniche contro il Riscaldamento
MONICA GUIZZARDI
- 7 Conserve Italia cresce sul mercato interno ed estero
UFFICIO STAMPA CONSERVE ITALIA
- 8 Promozioni, la distribuzione italiana volta pagina
GABRIELE FERRI
- 9 Brio protagonista al Biofach di Norimberga
LAMBERTO MAZZOTTI
- 10 Confcooperative in udienza da Papa Francesco
MARIO PARISI
- 12 Fragola: innovazione e qualità per invertire la rotta
DANIELE MISSERE

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

Ma il settore ortofrutticolo deve fare sistema "Fioriscono" i primi germogli di ripresa

**Davide Vernocchi
Presidente Apo Conerpo**

Cambia il vento sull'economia italiana: il ribasso dell'euro spinge le esportazioni, il calo dei prezzi del petrolio consente ingenti risparmi, il Quantitative Easing della Bce mette in circolazione risorse considerevoli, l'Istat prevede una crescita del Pil dello 0,1% per il primo trimestre del 2015. Dopo sette lunghi anni, la crisi non è ancora finita, ma lo scenario generale sembra un po' meno cupo. Questi timidi segnali di ripresa rappresentano una prima inversione di tendenza che va colta appieno per poter garantire un nuovo sviluppo a tutti i settori produttivi del nostro Paese, compreso quello ortofrutticolo.



Un comparto che ha davanti a sé buone prospettive, ma che deve sapersi riorganizzare e mettersi in discussione facendo sistema per aumentare ulteriormente la propria competitività e vincere le sfide del mercato globale.

A questo proposito, occorre proseguire con determinazione sulla strada dell'aggregazione dell'offerta, che in questi anni ha consentito ad Apo Conerpo di collocare le produzioni dei soci su nuovi mercati, anche molto lontani, grazie a una dimensione adeguata, un'organizzazione strutturata ed un'elevata qualità del prodotto. Questo risultato è stato ottenuto anche in funzione del costante impegno, di operatori e istituzioni, rivolto all'abbattimento delle barriere fitosanitarie che ostacolano l'accesso dei prodotti italiani su molti mercati esteri.

Così, dopo le prime spedizioni di kiwi in Corea, Cina e Taiwan nel 2013, e l'apertura di appositi dossier per esportare questo frutto anche in Giappone, Messico, Sud Africa, Vietnam, Israele e Nuova Zelanda, gli Stati Uniti hanno aperto i propri confini alle mele e pere italiane. Si tratta di un importante tassello del processo di internazionalizzazione avviato negli ultimi anni.

Gli sforzi portati avanti in questi anni, finalizzati ad armonizzare l'uso dei presidi fitosanitari, rappresentano un elemento concreto di svolta per il settore.

Queste aperture dei confini stranieri rivestono grande importanza anche alla luce della stagnazione dei consumi in atto sul mercato italiano e dei gravi danni provocati dall'embargo russo che colpisce in particolare proprio la frutta fresca. Interessanti opportunità potranno arrivare anche dall'Expo di Milano: l'Esposizione offrirà infatti ai visitatori provenienti da tutto il mondo la possibilità di conoscere ed assaggiare le eccellenze delle tradizioni agroalimentari e gastronomiche di ogni Paese, a partire dal nostro, che a livello ortofrutticolo può contare su numerose produzioni di qualità, certificate e garantite dalla UE, come la Pera Abate Fetel Igp dell'Emilia Romagna, le Pesche e Nettarine Igp di Romagna e la Patata Dop di Bologna.

CON IL NUOVO PROGRAMMA OPERATIVO, CHE TERMINERÀ NEL 2019

Aumentano le opportunità per le Op socie di Finaf

Lisa Martini
Ufficio OCM e progettazione Finaf

Presentata alla Regione Emilia Romagna la relazione finale dell'annualità 2014 del Programma Operativo 2014/2017.

Il 13 febbraio scorso Finaf ha presentato alla Regione Emilia Romagna la relazione di chiusura dell'annualità 2014 del Programma Operativo 2014/2017 di tutte le Op aderenti all'Associazione di Produttori transnazionale a cui il Programma stesso è stato delegato. Sono stati evidenziati gli obiettivi raggiunti grazie agli interventi programmati dalle Op in fase di presentazione del Programma Operativo ed implementati nel corso del 2014. Tra le misure individuate dalla Strategia Nazionale ed attivate da Finaf per il raggiungimento degli obiettivi previsti dal Programma Operativo, quelle che hanno assorbito le maggiori risorse sono, come si può evincere dal grafico, soprattutto le misure relative al miglioramento della qualità delle produzioni (41,93%) seguite da quelle finalizzate alla applicazione e promozione di pratiche colturali rispettose dell'ambiente secondo quanto prescritto dalla Disciplina ambientale (25,58%); significative anche le spese sostenute per migliorare le condizioni di commercializzazione, che hanno assorbito il 10,99% del fondo d'esercizio, quelle destinate alla pianificazione della produzione (10,47%) e quelle finalizzate alla prevenzione e gestione delle crisi (9,95%).

Le economie di scala che le dimensioni di Finaf (la più grande Aop d'Europa) consentono ed il livello di efficien-

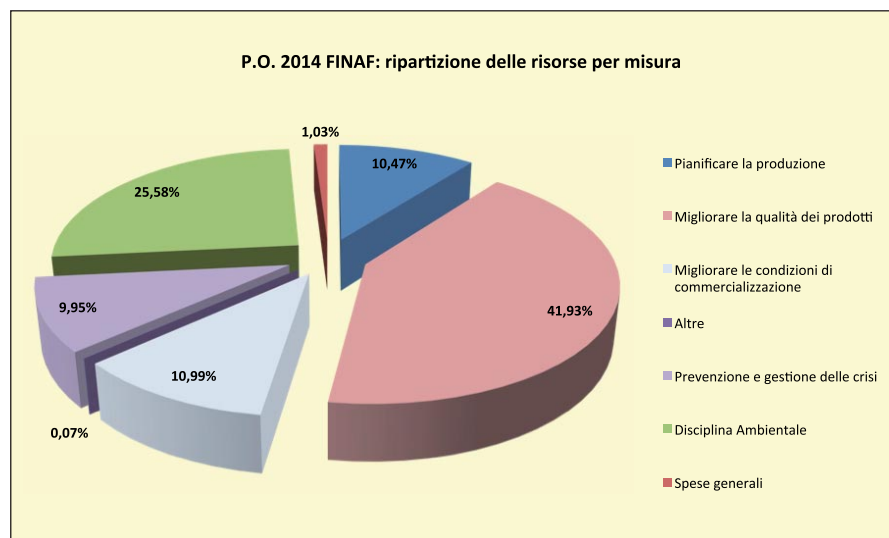
za raggiunto hanno permesso anche di dimezzare le spese generali, scese ad appena l'1,03%, massimizzando gli investimenti diretti a favore dei soci.

Per quanto riguarda gli interventi che hanno coinvolto direttamente le aziende agricole socie, l'iniziativa più importante è rappresentata dalla riconversione varietale. A tale proposito, è opportuno sottolineare che la disponibilità di varietà migliori incide immediatamente sulla qualità e sulla quantità delle produzioni e da questo miglioramento derivano ovvi benefici tecnici (meno scarto e rese maggiori nelle lavorazioni) che si traducono in vantaggi economici diretti ed in una maggiore competitività della proposta commerciale. Pertanto, la messa a dimora di nuove varietà ortofrutticole da parte delle aziende agricole socie delle Op garantisce un buon livello di pianificazione della produzione che estrin-

seca i suoi effetti positivi su tutta la filiera. Nel corso del 2014 questa iniziativa ha coinvolto oltre 465 ettari di piante perenni per un ammontare di risorse pari a più di 5 milioni di euro.

Estremamente significativi anche gli investimenti dedicati alla realizzazione di impianti di irrigazione e microirrigazione e di impianti antigrandine che complessivamente hanno coinvolto una superficie di circa 1.300 ettari. Importanti poi le azioni per l'adozione di tecniche per il miglioramento della qualità (diradamento manuale, potatura delle piante, miglioramento qualitativo delle orticole e imbianchimento, cimatura, sfogliatura e doppia raccolta) che hanno interessato circa 140 aziende agricole per una superficie di oltre 500 ettari.

Nel 2014 le Op aderenti a Finaf hanno dedicato particolare attenzione anche agli investimenti legati alle strutture di



lavorazione e conservazione finalizzati ad aumentarne il valore commerciale attraverso la realizzazione ed il potenziamento degli impianti di condizionamento, l'introduzione di linee di lavorazione del prodotto, dotate delle caratteristiche più innovative, oltre all'introduzione di macchinari per la movimentazione interna dei prodotti al fine di ottimizzare la gestione logistica delle strutture.

Un altro obiettivo perseguito da Finaf è stato poi la riduzione dell'impatto ambientale delle tecniche di produzione e lavorazione. In particolare, le Op socie hanno applicato tecniche di produzione integrata per una superficie pari a quasi 32.000 ettari con circa 200 tecnici, mentre oltre 6.000 ettari sono stati interessanti alla pratica della confusione sessuale. A supporto di queste azioni sono state effettuate quasi 8.500 analisi di laboratorio (fitofarmaci, acqua, foglie e suolo). Sempre restando nelle azioni ambientali, hanno rivestito una certa importanza anche gli investimenti relativi alla realizzazione di impianti di depurazione delle acque e di produzione di energia rinnovabile. Infine, sono state destinate significative risorse allo sviluppo di attività di promozione e comunicazione riguardanti i marchi delle Op e delle filiali, sia nell'ambito del programma operativo ordinario che come misura di prevenzione delle crisi di mercato. A tale

proposito, le misure destinate alla prevenzione e gestione delle crisi hanno riguardato nel complesso il 9,95% del Fondo d'esercizio della Aop, di cui il 31% è stato destinato ai ritiri dal mercato. Con la rendicontazione dell'annualità 2014 si è chiusa per Finaf anche la programmazione 2014/2017. Infatti, con il nuovo Regolamento (UE) n. 1308/2013, entrato in vigore al termine del 2013, Finaf, in accordo con le proprie Op socie, ha scelto di avvalersi della possibilità, concessa dalle nuove disposizioni, di ripresentare un programma operativo di più ampio respiro, che terminerà nel 2019, potendo al contempo eventualmente usufruire delle nuove opportunità introdotte dal mutato quadro normativo. Opportunità che si possono così riassumere:

• **Omogeneizzazione dei Programmi Operativi**

L'adozione di un nuovo Programma Operativo pluriennale a partire dal 2015 consentirà a tutte le Op socie di Finaf di operare in un ambito programmatico omogeneo sia da un punto di vista di contenuti che da un punto di vista temporale. Infatti, alla luce del progressivo ampliamento della base sociale di Finaf registrato nel corso degli ultimi anni, molte delle nuove Op aderenti, avendo mantenuto in essere il proprio Programma Operativo pluriennale, non mostravano una coincidenza con la programmazione

pluriennale della Aop. Pertanto, la scelta di adeguarsi alla nuova normativa comunitaria attraverso la presentazione di un nuovo Programma Operativo quinquennale si configura come una risposta ad una ricerca di maggiore uniformità e coerenza tra le varie linee programmatiche delle numerose Op aderenti a Finaf.

• **Prolungamento del periodo di programmazione**

Grazie al nuovo Programma Operativo che terminerà nel 2019, per le Op socie di Finaf diventa possibile ampliare il periodo di programmazione in modo da poter tenere conto anche di investimenti di più ampio respiro, di durata quinquennale. La possibilità di disporre di un periodo di programmazione più lungo garantisce altresì una maggiore certezza e stabilità normativa alle Op ed alle proprie aziende agricole socie, agevolandone la programmazione degli investimenti.

• **Possibilità di utilizzare le novità previste dal Regolamento 1308/2013**

La presentazione di un nuovo Programma Operativo consente di applicare le novità previste dalle nuove disposizioni normative come una maggiore valorizzazione del ruolo della Aop e l'introduzione di nuove misure per prevenire e contrastare le crisi di mercato.

Pertanto il nuovo Programma Operativo di Finaf, la cui prima annualità è stata approvata dalla Regione Emilia Romagna il 29 dicembre 2014, con un Valore della Produzione Commercializzata per il 2015 pari a circa 764 milioni di Euro e un Fondo di Esercizio che si attesta intorno ai 72 milioni di Euro, lancia nuovi traguardi per tutte le Op socie situate in numerose regioni del territorio nazionale oltre che in Francia. Questo consentirà di dare una risposta concreta alle esigenze dei produttori soci, attraverso progetti che, tramite la pianificazione della produzione, garantiscano il miglioramento della qualità delle produzioni e l'incremento del loro valore sia da un punto di vista ambientale che commerciale per affrontare con determinazione le prossime sfide del mercato.

OP e REGIONI DI INFLUENZA PROGRAMMA OPERATIVO 2015					
EMILIA ROMAGNA	LAZIO	LOMBARDIA	PUGLIA	SICILIA	FRANCIA
APO CONERPO	ALPO	IL TRICOLORE	CONAPO	FARO	CONSERVE GARD
OROGEL FRESCO	HORTA	APOL IND.	BIO ORTO	I FRUTTI DELLA VALLE DEI TEMPLI	UNIPROLEDI
AGRIBOLOGNA		VERDE INTESA	LA PALMA		
FUNGHIE DELLE TERRE DI ROMAGNA			CACCAVELLI GROUP		
OPERA			FIMAGRI		
ASIPO					
COOPERATIVA MODENESE ESSICCAZIONE FRUTTA					

PROSEGUE SENZA SOSTA L'IMPEGNO DI APO CONERPO IN QUESTA DIREZIONE

Pere: prove tecniche contro il Riscaldo

Monica Guizzardi
Ufficio Tecnico Apo Conerpo

Alla collaborazione con la società olandese N Sure si affiancano le prove di trattamento post raccolta con prodotti ad azione protettiva nei confronti della fisiopatía. In questa campagna è stata avviata la raccolta degli indici di maturità delle Abate Fetel per monitorare l'andamento dei parametri di maturazione nel corso della raccolta.

Prosegue senza soste l'attività di Apo Conerpo volta a supportare le cooperative socie nella scelta e nell'applicazione delle strategie di conservazione più adeguate al prodotto ed al mercato cui è destinato. In particolare, per quanto riguarda la conservazione delle pere, sono diverse le attività attualmente in cantiere, alcune nuove, altre invece a integrazione delle iniziative avviate gli scorsi anni. Continua infatti la collaborazione con la società olandese N Sure (di cui abbiamo parlato nel numero di Ortofrutta Notizie di Maggio 2014), con il contributo dell'OI pera, per l'individuazione di geni specifici che consentano di stabilire il grado di suscettibilità delle diverse partite e di prevedere l'eventuale insorgenza del Riscaldo Superficiale.

Lo studio, eseguito su partite provenienti da 8 zone produttive diverse, si propone di dare una informazione accurata e rappresentativa

della realtà produttiva regionale. Contemporaneamente alle attività dei biologi molecolari olandesi, sono in corso prove di trattamento post-raccolta delle pere con prodotti ad azione protettiva nei confronti del riscaldamento: la ricerca di alternative all'etossichina esplora, in questo senso, nuovi formulati a base di additivi alimentari, con la supervisione del mondo scientifico.

GLI INDICI DI MATURITÀ DELLE ABATE FETEL

Nel corso di questa campagna è iniziata la raccolta degli indici di maturità delle pere Abate Fetel in conferimento presso i magazzini delle Cooperative di Apo Conerpo: questa attività, che verrà ripetuta nei prossimi

anni, si prefigge lo scopo di creare un grande database al servizio delle strutture associate che consentirà anno per anno di monitorare l'andamento dei parametri di maturazione nel corso della raccolta.

I dati di maturazione inseriti nel database consentiranno di definire con maggiore precisione e circoscrivere la finestra di raccolta ottimale delle pere, in modo che il prodotto in ingresso possieda le caratteristiche ottimali per la conservazione refrigerata.

Non solo, ma i dati raccolti per più anni saranno utili per costituire una conoscenza storica delle aziende, basata su dati oggettivi, ed individuare zone rappresentative del territorio. Infine, i dati di maturazione raccolti potranno essere utilizzati per stabilire

una sorta di "classifica" delle celle, in modo da indicare per ciascuna di esse i tempi ottimali di conservazione del prodotto.

I parametri di maturazione rilevati al conferimento verranno intrecciati con le informazioni di tipo tecnico relative alla tipologia di stoccaggio (tempistiche di riempimento delle celle, parametri di conservazione adottati - temperatura, umidità relativa e regimazione gassosa - ed eventuale trattamento post-raccolta con Smart Fresh); ciò consentirà di prevedere i risultati della conservazione sulla base dei dati del prodotto di partenza.



BUON ANDAMENTO DELLE VENDITE NELL'ESERCIZIO 2014/2015

Conserve Italia cresce sul mercato interno ed estero

Ufficio Stampa Conserve Italia

Il Gruppo riprende a crescere sul mercato italiano e sviluppa il fatturato fuori dai confini nazionali.

In queste ultime settimane, tutti, dai politici agli imprenditori, cominciano timidamente a pronunciare la parola "ripresa".

Per realtà quali Conserve Italia, la ripresa è legata inevitabilmente ad una crescita dei consumi alimentari, da anni in profonda stagnazione. Nonostante qualche primo, piccolo, segnale di ottimismo, è presto per affermare che le vendite sul mercato interno stiano tornando a dare soddisfazioni. In effetti, gli italiani comprano ancora poco, scelgono confezioni ridotte, non fanno più grandi scorte, riducendo al minimo lo spreco.

In questo contesto, Conserve Italia, anche grazie ai marchi Cirio, Valfrutta e Yoga, ha ripreso il trend di crescita nel settore retail. Un risultato ottenuto anche con il contributo di nuovi prodotti, come i Triangolini Valfrutta (succhi di frutta di pera e pesca), puntando sempre più alla marginalità e sempre meno sulle promozioni ad ogni costo.

Il settore della ristorazione (horeca) sta offrendo margini di crescita significativi: sono positive le forniture di conserve vegetali Valfrutta e di pomodoro Cirio e particolarmente soddisfacenti le vendite delle nuove referenze di succhi, nonché la leadership nel canale bar con i succhi di frutta Yoga e Derby. Uno degli aspetti principali della strategia aziendale

2014/2015 è il rafforzamento oltre confine, dove il Gruppo ha investito sui brand di punta – Cirio, Valfrutta e Yoga – in grado di garantire maggiore marginalità rispetto alla marca privata. Nel Regno Unito, in un solo anno, la quota di vendite Cirio ha fatto registrare l'aumento record del 32% grazie



ad una strategia commerciale incentrata sulla promozione del marchio accompagnata da investimenti pubblicitari. Oggi, nelle catene distributive del Regno Unito, Cirio ha una quota di mercato pari al 5,7% e si attesta come seconda marca di pomodoro in assoluto: un traguardo frutto di un lavoro mirato e capillare che proseguirà anche nei prossimi anni.

Conserve Italia si è poi spinta fino in Giappone siglando un accordo per la distribuzione dei prodotti Cirio con la società Nippon, storico distributore di brand di punta del made in Italy, per la vendita sia nelle catene dei supermercati nipponici sia nelle principali catene di ristoranti, molti dei quali italiani, del gigante asiatico. Positive le prime risposte in arrivo

dalla Germania, dove è stata aperta una nuova sede a Francoforte e siglato un accordo con la catena distributiva Rewe, che hanno portato le vendite a superare i 30 milioni di euro, risultato non trascurabile alla luce della grande presenza dei discount e della private label che si registra in questo Paese.

Rafforzamento e sviluppo di nuovi mercati all'estero, crescita nell'horeca, presidio del mercato interno sono le linee strategiche messe in atto negli ultimi mesi da Conserve Italia con l'obiettivo di rimanere ancorati alla mission aziendale, dando valore alla produzione dei soci. Garantire la presenza sul mercato e accrescere la marginalità è la migliore risposta che il Gruppo può dare ai 14mila produttori, valorizzando il loro impegno e il lavoro quotidiano, trasformando la loro frutta e gli ortaggi in prodotti di punta sul mercato, in brand riconosciuti ed apprezzati. Conserve Italia si è lasciata alle spalle in fretta il 2013 e ha riportato il bilancio in positivo già nel 2014; non ha nascosto le difficoltà, ma le ha affrontate con determinazione e qualche inevitabile sacrificio puntando alla rifocalizzazione sul business, all'efficientamento dei costi e alla riduzione complessiva del debito. Il business plan approvato in Assemblea lo scorso ottobre sta dando i risultati sperati: l'esercizio in corso si preannuncia molto positivo, il Gruppo tiene bene su un mercato italiano ancora in calo e ha la prospettiva di vedere il fatturato estero registrare, a fine anno, un aumento a doppia cifra.

E IN GERMANIA LIDL CONSIDERA MENO STRATEGICO IL PREZZO

Promozioni, la distribuzione italiana volta pagina

Gabriele Ferri
Direttore Generale Naturitalia

Le due principali catene nazionali, Coop e Conad, hanno annunciato di volerle ridimensionare anche perché in molti casi, come quello dei prodotti ortofrutticoli, non contribuiscono ad aumentare i consumi.

Al di là dell'effettivo andamento climatico, sta per arrivare la stagione primaverile e con essa inizierà la nuova campagna dell'ortofrutta italiana che partirà con le primissime quote di fragole ottenute in serra in Calabria e Basilicata e con i primi asparagi provenienti dalla Campania e dal Lazio. L'auspicio degli operatori è che queste primizie possano garantire risultati più soddisfacenti dopo le deludenti performances ottenute dalla maggior parte delle specie ortofrutticole italiane nella campagna precedente. Una speranza che sembra potersi concretizzare in quanto al momento tutto sta procedendo nel migliore dei modi. La produzione meridionale sta infatti rispettando i normali tempi di maturazione e potrà quindi arrivare sul mercato nel momento giusto ed ottenere così un buon andamento commerciale. La produzione del Nord Italia mostra invece un leggero ritardo rispetto al 2014, ma risulta comunque nella media delle ultime annate.

Al di là dell'andamento produttivo, un altro aspetto incoraggiante deriva dal trend dei consumi che, secondo diverse fonti, sono dati in leggero aumento nei primi mesi di quest'anno. Anche se la speranza non costituisce certamente uno degli elementi da uti-

lizzare nelle analisi e nelle previsioni economiche, pare che la nostra agricoltura possa aggrapparsi solo a questo elemento per cercare stimoli positivi e voglia di continuare ad investire. Dobbiamo comunque segnalare che in questi giorni dal mercato, sia nazio-

solo dipendenza senza generare alcun effetto. Fino ad oggi questa "droga" ha fatto veramente tanto male alla produzione, causando anche molte vittime. Da anni infatti tutte le catene distributive impongono ai fornitori poco organizzati come quelli del mondo ortofrutticolo prezzi sempre più bassi e promozioni che proseguono senza soluzione di continuità, incidendo in modo irrimediabile nelle medie finali di realizzo di tutte le specie, e parallelamente non aumentano i consumi di ortofrutta, al contrario in continua diminuzione.

La decisione di Coop e Conad potrà senza dubbio avere effetti positivi anche se la responsabilità delle nostre incapacità organizzative non sono da attribuire alla distribuzione: dobbiamo farcene carico e lavorare per modificare lo stato attuale delle cose con l'obiettivo di migliorare l'immissione sul mercato dei prodotti evitando di venderne più di quanti il consumatore sia in grado di acquistare.

Anche il segnale che arriva da Lidl è decisamente rivoluzionario: se pensiamo che la catena di discount più importante in Europa, che da sempre ha basato la sua comunicazione sul prezzo, abbandona questa strada per focalizzarsi su qualità, freschezza e ingredienti, possiamo affermare che ci troviamo di fronte ad un cambio di rotta veramente straordinario.

In conclusione, ribadendo come sia la decisione di Coop e Conad che quella di Lidl rappresentano importanti novità per il nostro settore, dobbiamo ora prepararci a cogliere i frutti che produrranno.



nale che estero, arrivano alcuni altri, seppur deboli, segnali positivi.

Nel nostro Paese le catene distributive Coop e Conad hanno avviato una azione comune nella battaglia contro le promozioni, mentre in Germania la catena di discount Lidl ha cambiato il proprio posizionamento considerando il prezzo meno strategico.

Per quanto riguarda la prima novità, i leader delle due principali catene italiane hanno dichiarato che le promozioni rischiano di diventare asfissianti per la grande distribuzione, che vuole ridimensionarne il peso considerando come la droga in grado di creare

LEADER NELLA COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI ALIMENTARI BIO

Brio protagonista al Biofach di Norimberga

Lamberto Mazzotti
Centro Stampa

Momento di confronto cruciale per il biologico, Biofach ha certificato lo sviluppo del settore nei Paesi europei. Bilancio positivo per la società di Campagnola di Zevio (Vr) del Gruppo Apo Conerpo.

BRIO, azienda leader nella commercializzazione di prodotti alimentari bio e aderente al Gruppo Apo Conerpo, ha partecipato a Biofach, la più importante rassegna mondiale dedicata al biologico svoltasi a Norimberga dall'11 al 14 febbraio. Un appuntamento strategico in quanto riunisce i principali buyer e operatori mondiali del comparto (il quartiere fieristico della città tedesca ha "ospitato" circa 2.200 espositori ed oltre 42.000 visitatori) e incentrato quest'anno in particolare sull'analisi delle potenzialità future del biologico, come indica lo slogan Organic 3.0. Si tratta di un settore in costante crescita come dimostrano i dati secondo i quali nel 2014 nel nostro paese la domanda di questi prodotti è aumentata dell'8% rispetto all'anno precedente, la percentuale di consumatori di alimenti bio ha raggiunto il 59% e il fatturato complessivo si è collocato sui 3,6 miliardi di euro tra mercato interno ed estero. "L'appuntamento di Biofach - ha dichiarato il presidente di BRIO, Gianni Amidei - ha rappresentato il palcoscenico ideale per la presentazione internazionale del nuovo assetto della società di Campagnola di Zevio (VR), che

ha realizzato un importante processo di aggregazione per rafforzare ulteriormente la propria presenza all'interno di questo comparto e conquistare la leadership nella produzione e commercializzazione dell'ortofrutta coltivata con tecniche naturali e certificate, rispettose della salute e dell'ambiente".

"Complessivamente, - dichiara il direttore generale di BRIO, Andrea Bertoldi - il gruppo commercializza oggi circa 330.000 quintali di prodotti bio con un fatturato di quasi 56 milioni di euro ottenuto per il 90% dalla vendita di ortofrutticoli". "In questo scenario - prosegue Bertoldi - nel 2014 il marchio Alce Nero, che 'firma' la produzione di ortofrutta biologica dei soci BRIO dedicata al canale della Grande Distribuzione Organizzata, ha fatto registrare un **lusinghiero +27,8% delle vendite in valore e un incremento del 7% in volume** (dati Nielsen rilevati a fine dicem-

bre)". "BRIO - conclude il direttore generale - condivide molti valori alla base dell'azione quotidiana di Alce Nero di cui è diventata socia nel 2011. Dalla collaborazione con questo importante protagonista del biologico (che conta oltre 1.000 agricoltori e apicoltori) è nata una linea di ortofrutta fresca di gamma top con referenze distintive per qualità e sapore. Tra gli obiettivi dell'aggregazione anche lo sviluppo di nuovi canali commerciali sui mercati esteri". Estero, dunque, ma non solo: l'Italia resta una meta strategica e, complice l'aggregazione con Agrintesa, Alegra e Apo Conerpo, fa registrare un aumento del fatturato. "Alla fiera di Norimberga - dichiara il direttore commerciale Tom Fusato - abbiamo notato un maggiore interesse rispetto agli anni precedenti, 'condito' dalla presenza di nuovi clienti, fatto che non avveniva da alcuni anni. Se per l'ortofrutta il mercato è consolidato, per altri comparti il fermento è notevole sia per l'innovazione tecnologica, sia per l'apertura a nuovi prodotti". Prospettive dunque interessanti, pur a fronte delle diverse specificità dei vari Paesi. E l'Italia? Soffre svariate criticità. "Senza adeguate strategie da parte dei supermercati e l'allargamento a nuove realtà specializzate - afferma Fusato - sarà difficile allinearsi ai Paesi più evoluti; servirebbe una maggiore apertura su questi due fronti affinché la crescita, pure importante anche nel nostro Paese, possa consentirci di raggiungere gli standard medi europei di sviluppo e penetrazione del biologico".



UNA DELEGAZIONE DI 7.000 COOPERATORI PROVENIENTI DA TUTTA ITALIA

Confcooperative in udienza da Papa Francesco

Mario Parisi
Centro Stampa

Il presidente della Confederazione, Maurizio Gardini, ha richiamato l'esigenza di curare i mali che hanno provocato questa crisi. Il Papa ha ricordato che le cooperative sono il motore di una nuova economia.

Una delegazione di 7.000 cooperatori, soci della Confcooperative, guidati dal presidente Maurizio Gardini, è stata ricevuta in udienza da Papa Francesco, in occasione dei 70 anni dalla ricostituzione della Confederazione Cooperative Italiane avvenuta nel 1945 dopo la fine del fascismo che aveva sciolto la Confcooperative, nata nel 1919. "È stata una giornata storica per la cooperazione italiana e per Confcooperative", ha affermato Gardini. "Il nostro compito è andare avanti e provare a cambiare l'economia, migliorare la vita della gente, mettere al centro la persona, dimostrare che il profitto non è l'unico motivo per fare impresa e neanche quello prevalente, correggere la competizione con la solidarietà nei mercati nazionali e mondiali, dare un forte contributo a rinnovare il welfare italiano su base di sussidiarietà e di mutualità", ha detto il presidente rivolgendosi al Papa. "Questo è ciò che noi pensiamo debba essere l'insegnamento di questa crisi che dura da sette anni - ha proseguito Gardini - l'obiettivo non è tornare agli stessi livelli di prima, ma umanizzare l'economia e curare quei mali che hanno provocato la crisi". "La Chiesa italiana ha svolto un

ruolo importante nell'accompagnare e sostenere la crescita del nostro movimento cooperativo - ha aggiunto Gardini". "È un forte motivo di gratitudine, ma oggi noi siamo rivolti alla strada che dobbiamo ancora fare. Con la nostra forza di volontà e la sua benedizione Santità noi ci impegneremo per fare il nostro meglio e lasciare ai giovani, alle generazioni che verranno, una eredità di un mondo migliore", ha concluso il presidente di Confcooperative.

Dopo Gardini ha preso la parola Alessandro Azzi, presidente di Federcasse, il quale ha ricordato che le Banche di Credito Cooperativo avvertono oggi, ancor più che in passato, la responsabilità e l'urgenza di essere banche di persone, attente ai bisogni reali, attraverso un uso responsabile e differente del denaro, continuando ad essere "fabbriche di fiducia". "Le BCC e le Casse Rurali italiane sono nate oltre 130 anni fa - ha ricordato Azzi - e dall'Enciclica 'Rerum Novarum' di Papa Leone XIII, nel 1891, hanno ricevuto una spinta straordinaria che si è tradotta in vita quotidiana, in decisioni imprenditoriali, soluzioni organizzative all'insegna della solida-

rietà". Uniche banche a mutualità prevalente (danno credito prevalentemente ai soci), le BCC sostengono l'artigianato e la manifattura, l'agricoltura, il terzo settore, le famiglie, i giovani. "Consapevoli del compito straordinario, e bisognosi di altri insegnamenti e di nuovo vigore - ha concluso Azzi - ci stringiamo a Lei, Santità, per ricevere il sostegno della Sua preghiera e della Sua parola". Durante l'udienza sono state raccontate al Papa alcune esperienze cooperative particolarmente significative. Don Antonio Loffredo e Susy Galeone hanno presentato la storia della cooperativa La Paranza di Napoli, formata da più di 50 giovani auto-organizzati in cooperative sociali: alcuni si prendono cura delle catacombe e delle basiliche del rione Sanità, dalla manutenzione alla valorizzazione, altri accompagnano



i pellegrini e i visitatori provenienti da tutto il mondo, altre coop sociali ancora si dedicano all'aggregazione e alla crescita dei più piccoli.

"La cooperazione sociale – hanno dichiarato Don Antonio Loffredo e Susy Galeone – per noi non è solo una forma giuridica: è un'esperienza, la sola che possa invertire la dinamica del pregiudizio e della rassegnazione. È così che nel rione Sanità di Napoli la memoria del passato e la cooperazione tra tanti giovani cominciano a disegnare l'immagine quasi profetica di una nuova storia di umanità e di speranza".

Paola Bernardi ha invece presentato al Pontefice la cooperativa Casiopea di Boves (CN), che svolge inserimento lavorativo di persone in situazioni di disagio sociale nel settore delle pulizie fin dalla sua costituzione nel 2004. Si occupa anche di agricoltura sociale, con diversi progetti intersettoriali come quello degli orti solidali e sociali avviato nel 2012, che consente di affrontare le nuove povertà e i disagi di molte famiglie. Condividendo i frutti del raccolto, viene dato il giusto valore all'opportunità ricevuta.

Roberto Morgagni ha illustrato a Papa Francesco la storia della cooperativa Lincoop di Bertinoro (FC). Un caso di "workers buyout" che ha visto gli operai di una azienda in crisi

diventare imprenditori di se stessi. Un gruppo di dipendenti rimasti disoccupati hanno rilevato l'attività della loro ex azienda, salvando il proprio lavoro e hanno aggiunto nuovo mercato al vecchio. Nata dalle ceneri di una impresa che ha chiuso, Lincoop, azienda di segnaletica stradale, all'inizio aveva un solo contratto, ma in pochi mesi ha trovato commesse in diverse parti d'Italia. **Papa Francesco ha aperto il suo discorso rivolto ai 7.000 operatori di Confcooperative con una battuta: "Le cooperative sfidano tutto, anche la matematica, perché in cooperativa uno più uno fa tre! E in cooperativa, un fallimento è mezzo fallimento. Questo è il bello delle cooperative"**. Sottolineando che la Chiesa ha sempre riconosciuto, apprezzato e incoraggiato l'esperienza cooperativa, il Santo Padre ha poi ribadito il no al lavoro nero e al denaro che diventa idolo e si è deciso all'economia del dono che mette al centro la persona e alla globalizzazione della solidarietà. Papa Francesco ha quindi voluto offrire a



Confcooperative alcuni incoraggiamenti concreti: le cooperative devono continuare ad essere il motore che solleva e sviluppa la parte più debole delle nostre comunità locali e della società civile.

Il secondo incoraggiamento proposto dal Pontefice è quello di attivarsi come protagonisti per realizzare nuove

soluzioni di Welfare, in particolare nel campo della sanità, un settore delicato dove tanta gente povera non trova più risposte adeguate ai propri bisogni. Il terzo incoraggiamento riguarda l'economia, il suo rapporto con la giustizia sociale, con la dignità e il valore delle persone. Realizzando una qualità nuova di economia, si crea la capacità di far crescere le persone in tutte le loro potenzialità. Occorre poi **proseguire con decisione sulla strada della conciliazione, o meglio dell'armonizzazione, tra lavoro e famiglia**. Il movimento cooperativo può esercitare un ruolo importante per sostenere, facilitare e anche incoraggiare la vita delle famiglie. Ricordando che le cooperative in genere non sono state fondate da grandi capitalisti, anzi si dice spesso che esse siano strutturalmente sottocapitalizzate, **il Papa ha invitato ad investire e ad investire bene**.

"Il denaro a servizio della vita può essere gestito nel modo giusto dalla cooperativa – ha aggiunto Bergoglio – se però è una cooperativa autentica. Per questo vi dico che fate bene, e vi dico di farlo sempre più, a contrastare e combattere le false cooperative".

Al termine dell'udienza la delegazione di Confcooperative ha offerto alcuni doni al Santo Padre, tra i quali una bottiglia del vino della pace proveniente dalla Cantina Produttori Cormons, nella Doc Collio.



IN ROMAGNA LA COLTURA STA PERDENDO TERRENO

Fragola: innovazione e qualità per invertire la rotta

Daniele Missere
Responsabile Settore Frutticolo CRPV

Presente e futuro della coltura il tema a cui è stato dedicato il convegno organizzato a Cesena dal CRPV. Al centro dei lavori i vantaggi che si possono ottenere coltivando piante fresche "cime radicate" in alternativa a quelle "frigoconservate" e la coltivazione di varietà rifiorenti a "giorno neutro".

In Romagna la coltivazione della fragola ha perso ettari e produttori, ma si può ancora recuperare puntando sull'innovazione e su frutti di alta qualità: è questo uno dei messaggi lanciati lo scorso 24 febbraio a Cesena durante l'incontro tecnico sul tema "Fragola in coltura protetta e pieno campo: innovazio-

ni tecniche e difesa", organizzato dal CRPV (Centro Ricerche Produzioni Vegetali) insieme al Mercato Ortofrutticolo di Cesena.

LA PRODUZIONE DI FRAGOLE IN ITALIA

In questa occasione, **Gianluca Baruzzi** (CRA-FRF) ha presentato i dati del CSO di Ferrara, in base ai quali lo scorso anno in Italia sono stati coltivati circa 3.700 ettari di fragola (stabili rispetto all'anno precedente), di cui il 40% al Nord (Emilia Romagna, Piemonte, Veneto e Trentino Alto Adige) e il restante 60% al Sud (Campania, Basilicata, Calabria e Sicilia).

Sempre in base ai dati del CSO, è

interessante notare come il flusso produttivo sia profondamente cambiato dagli anni '80 a oggi.

Mentre in passato gran parte dell'offerta era concentrata nel periodo compreso tra fine aprile e inizio giugno (con le produzioni della Campania, Basilicata e Romagna), oggi è, infatti, possibile trovare sul mercato fragole italiane quasi tutti i mesi dell'anno: si parte da gennaio, con le produzioni siciliane, fino ad arrivare a ottobre con le varietà rifiorenti o in coltura autunnale del Veronese, passando per le classiche produzioni primaverili e quelle estive delle aree di montagna del Nord Italia.

LE PIANTE "CIME RADICATE"

Baruzzi ha poi evidenziato i vantaggi che si possono ottenere coltivando piante fresche "cime radicate" in alternativa a quelle "frigoconservate".

Le piante cime radicate sono ottenute prelevando da vivai, opportunamente predisposti, cime di stoloni non radicati ma provvisti di abbozzi radicali e posti a radicare in contenitori alveolari. Nell'arco di 25-30 giorni, le piante sono ben radicate e pronte per essere messe a dimora.

Questo tipo di pianta ha in parte sostituito la pianta fresca a radice nuda, mantenendone i caratteri positivi (precocità di maturazione, buona qualità dei frutti) e presentando il vantaggio di avere meno problemi di ripresa dopo il trapian-



Fragoleto sotto serra.

to con conseguente maggiore omogeneità d'impianto.

La pianta cima radicata può permettere piantagioni più tardive, senza perdere in produttività e richiede minore dispendio di acqua per l'irrigazione.

L'utilizzo di questo tipo di pianta si è diffuso principalmente nelle aree di coltivazione del Centro e Nord Italia (Cesenate e Cuneese), nel Nord Europa e ultimamente, soprattutto, nelle aree meridionali (Basilicata e Sicilia).

OBIETTIVO RIFIORENTE

Un altro tema trattato da Baruzzi è stato quello della **coltivazione di varietà rifiorenti a "giorno neutro"**, che, essendo dotate del carattere genetico DN (Day Neutral), sono in grado di produrre fragole a prescindere dalla durata di luce giornaliera.

In via di diffusione soprattutto in Piemonte e Trentino Alto Adige, e recentemente anche in Romagna, questa tecnica consente di ampliare il periodo produttivo, anticipando le raccolte primaverili (marzo-aprile) e permettendo un secondo raccolto autunnale (fino alla metà di dicembre) con possibilità di produrre fragole anche durante il periodo estivo.

La coltivazione della fragola rifiorente avviene esclusivamente in ambiente protetto utilizzando coperture con film plastico per tutta la durata del ciclo vegeto-produttivo.

Queste piante hanno, infatti, dei limiti nell'emissione dei fiori nel periodo estivo, a causa di temperature troppo alte che ne rallentano o inibiscono l'attitudine a rifiorire.

Di norma, i prezzi che l'agricoltore spunta in periodi diversi da quelli tipici delle cultivar unifere sono

più elevati e tali da coprire i maggiori costi colturali, lasciando margini di reddito interessanti. Inoltre, la coltivazione della fragola rifiorente tende a eliminare i picchi produttivi, attualmente concentrati in 20-25 giorni, e a dilazionare la raccolta in un periodo più esteso, con evidenti vantaggi sul piano economico-commerciale.

DIFESA FITOSANITARIA

L'incontro tecnico è proseguito con la relazione di **Claudia Sbrighi** (Astra Innovazione e Sviluppo), che ha presentato i risultati di due prove in cui sono stati confrontati diversi prodotti fungicidi impiegabili sia in coltura biologica che convenzionale. La prima prova, volta a verificare l'efficacia dei diversi prodotti nei confronti della Botrite (muffa grigia) e della maculatura causata da *Gnomonia*

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

nia fragariae su fragola in pieno campo, ha testato i seguenti formulati:

- Amylo-X (a base di *Bacillus amyloliquefaciens*);
- Serenade Max (*Bacillus subtilis*);
- Scala (pyrimethanil);
- Signum (pyraclostrobin + boscalid);
- Switch (cyprodinil + fludioxonil).

I rilievi in campo sono stati eseguiti in tre momenti (15, 22 e 30 maggio) e i migliori risultati sono stati ottenuti dai formulati chimici e in particolare dallo Switch (il quale ha evidenziato frutti colpiti da muffa grigia con percentuali variabili da 0,5 a 2% secondo il periodo), seguito dallo Scala (1,7-15,4%) e dal Signum (11,3-29,1%). I prodotti a base di *Bacillus* hanno invece fatto registrare percentuali di frutti colpiti piuttosto elevate (in media dal 10 al 25%) e vicine a quelle del testimone non trattato.

Risultati analoghi si sono avuti nei confronti della Gnomonia, con la differenza che lo Scala non è stato in grado di contrastare efficacemente gli attacchi del fungo nell'ultimo periodo (30 maggio); tendenza questa che ha interessato un po' tutti i prodotti testati.



Piantine di fragole.



Fragole colpite da patogeni fungini.

La seconda prova ha avuto l'obiettivo di valutare l'efficacia di diversi formulati nei confronti della Botrite su fragola coltivata sotto tunnel.

In questo caso i prodotti messi a confronto sono stati:

- Amylo-X (a base di *Bacillus amyloliquefaciens*);
- Karma (bicarbonato di potassio);

- Serenade Max (*Bacillus subtilis*);
- Geoxe (fludioxonil);
- Signum (pyraclostrobin + boscalid);
- Switch (cyprodinil + fludioxonil);
- Prolectus (fenpyrazamine).

I rilievi in campo, eseguiti in occasione di tre raccolte (24 aprile, 2 e 9 maggio), nel complesso hanno confermato l'ottima efficacia dello Switch (con solo 0,5% di frutti infetti), abbastanza simile a quella del Geoxe (1%); seguiti dal Prolectus (2%) e dal Signum, quest'ultimo con oltre il 7% di fragole interessate da attacchi di muffa grigia.

Tra i prodotti impiegabili in coltura biologica, il Karma (a base di bicarbonato di K) ha fatto registrare una percentuale di frutti infetti del 14%; inferiore comunque ai formulati a base di *Bacillus* che, con percentuali tra il 18 e il 19%, hanno avuto in pratica la stessa efficacia del controllo non trattato.

I rilievi compiuti in post-raccolta, dopo tre giorni di conservazione in cella frigo a 4 °C e due giorni di shelf life (raccolta del 2-05), hanno evidenziato risultati analoghi a quelli ottenuti alla raccolta.