

ORTOFRUTTA NOTIZIE

Ottobre 2016

**Le novità Apo Conerpo
protagoniste
al Macrùt**

**Conserve Italia,
40 anni di crescita
e innovazione**

**Black Glamour,
nuova opportunità
per i soci**



Sommarario

- 4 Le novità Apo Conerpo
protagoniste al Macfrut
MARIO PARISI
- 7 Ortofrutta, settore strategico
per l'economia italiana
LAMBERTO MAZZOTTI
- 8 Un consorzio per il Fungo
Italiano Certificato
LISA MARTINI
- 9 Conserve Italia, 40 anni
di crescita e innovazione
MAURIZIO GARDINI
- 10 Emilia Romagna: la Plv agricola
raggiunge i 4,2 miliardi
ANNALITA MORUZZI
- 11 Black Glamour*, nuova
opportunità per i soci
GIUSEPPE PALLOTTI
- 14 La "rivoluzione" Big Data
ed Internet delle Cose
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

Di fronte al difficile scenario internazionale

Misure efficaci a sostegno dell'export e delle produzioni

Davide Vernocchi

Presidente Apo Conerpo

Se fino a pochi anni fa l'internazionalizzazione era una scelta strategica per poter ampliare il proprio raggio d'azione e garantire ai produttori una buona redditività, dopo l'embargo russo la ricerca di nuovi mercati esteri è diventata un imperativo per compensare i danni legati al blocco dell'export su questo mercato che ha sempre assorbito importanti quantitativi di ortofrutta italiana. Prodotti di alta qualità, garantita da un sistema organizzato in grado di controllare tutte le fasi della filiera.



Per poter far fronte alle conseguenze di fattori esterni ed imprevedibili come le tensioni geopolitiche nel Nord Africa e nel Medio Oriente, che si sommano all'embargo russo, da un lato le autorità europee devono adottare e potenziare l'efficacia e la tempestività di strumenti come l'attività di promozione, il sostegno all'assicurazione del credito, il supporto nell'approvazione dei protocolli di esportazione verso i Paesi terzi, per sostenere sempre meglio le imprese esportatrici, dall'altro il Ministero deve essere strutturato in maniera più organica per fronteggiare queste emergenze. A tale proposito, è un risultato decisamente importante quello raggiunto dalla recente negoziazione condotta dalla nostra Amministrazione con le autorità canadesi che hanno sospeso per un anno le nuove condizioni imposte per l'export del kiwi italiano in questo paese di oltre Oceano. Questi frutti non saranno infatti soggetti ai nuovi requisiti fitosanitari chiesti per kiwi e drupacee, per prevenire l'introduzione della *Lobesia Botrana*, che contenevano misure inapplicabili nel nostro Paese. Va quindi salutata con grande soddisfazione l'istituzione, da parte del Ministero, del "Gruppo di lavoro barriere fitosanitarie" che potrà favorire un confronto tempestivo su problematiche di grande importanza per l'export ortofrutticolo italiano.

Una novità che si aggiunge al recente raggiungimento di una maggiore armonizzazione tra i diversi Paesi europei, indispensabile per fronteggiare le numerose emergenze fitosanitarie provocate dalla continua restrizione dei principi attivi utilizzabili a livello comunitario (spesso legata alle lobbies delle multinazionali), dai cambiamenti climatici e dall'ingresso di prodotti ortofrutticoli che arrivano da altri Paesi senza essere stati adeguatamente controllati. Questi prodotti introducono quindi patogeni molto dannosi quali *Pseudomonas syringae* pv. actinidia (batteriosi del kiwi), mosaico del pesco, *Halyomorpha halys* (cimice asiatica) che attacca pero, pesco e vite, *Aphanostigma Piri* (fillossera del pero), *Citrus Black Spot* (macchia nera degli agrumi), *Xylella fastidiosa* (Batteriosi dell'olivo) e altre. Spesso i nostri produttori non hanno i mezzi necessari per fronteggiare in tempi rapidi queste patologie e conseguentemente la redditività della loro azienda agricola oltre che dal mercato dipende anche dalla tempestività con cui queste misure vengono applicate per fronteggiare queste emergenze. A tale proposito, bisogna pretendere l'adozione di rigorosi controlli da parte dei Paesi esteri secondo criteri di reciprocità e contemporaneamente sostenere sempre più il processo di innovazione e ricerca per individuare nuove soluzioni adeguate a contrastare le emergenze fitosanitarie in collaborazione con istituzioni e centri di ricerca e sperimentazione italiani ed europei.

L'Alleanza delle Cooperative Italiane è in prima linea con un impegno costante per tutelare i produttori associati ed affiancarli su queste importanti tematiche.

PRESENTATE NEGLI STAND DELLE SOCIETÀ ALEGRA E NATURITALIA

Le novità Apo Conerpo protagoniste al Macfrut

Mario Parisi
Centro Stampa

La principale Organizzazione di produttori ortofrutticoli europea con una produzione di 1.050.000 tonnellate, una superficie coltivata di 31.000 ettari ed un fatturato di 703 milioni di euro, ha partecipato alla rassegna riminese, che ha richiamato tra i padiglioni del quartiere fieristico i maggiori operatori del settore.

Anche quest'anno, Macfrut ha rappresentato per Apo Conerpo un'occasione di grande rilievo per proporre alla clientela italiana ed internazionale le ultime novità di una gamma completa di ortofrutta di qualità, genuina e dalle ottime caratteristiche organolettiche, ottenuta nelle aree più vocate del Paese. Assieme alle sue filiali, infatti, il Gruppo opera costantemente per ottimizzare i risultati ottenuti dai produttori associati. Con questo spirito, la principale Organizzazione di produttori ortofrutticoli europea, con una produzione di 1.050.000 tonnellate ed un fatturato di 703 milioni di euro, ha partecipato alla rassegna riminese, che ha richiamato tra i padiglioni del quartiere fieristico i maggiori operatori del settore nonché i rappresentanti delle istituzioni regionali e nazionali.

La presentazione delle più recenti novità, come pure il primo bilancio sulla campagna estiva ed il perfezionamento degli accordi per la commercializzazione della frutta autunnale, hanno animato gli stand delle business unit Alegra e Naturitalia.

Società che, fedeli alla filosofia del Gruppo, considerano fondamentale l'innovazione di prodotto e di processo, un settore in cui affiancano Apo Conerpo impegnato in prima linea nel supporto alla ricerca e sperimentazione, al fine di migliorare la qualità delle produzioni ed aumentare la difesa dalle fitopatie attraverso il rinnovo varietale, e contemporaneamente sostengono, anche finanziariamente, le cooperative socie per l'ammodernamento degli impianti di conservazione e lavorazione.

Alegra ha illustrato i nuovi progetti ai più importanti protagonisti della filiera ed ai principali clienti di tutto il mondo all'interno di un grande spazio espositivo, con una superficie di 200

metri quadrati, che ha ospitato anche le società collegate Valfrutta Fresco e Brio, specializzata nel biologico. La business unit ha approfittato della rassegna per fare il punto sulla campagna estiva e, soprattutto, per programmare al meglio la campagna autunno-invernale con particolare riguardo al cachi classico e a polpa soda, un prodotto per il quale la società faentina detiene la leadership produttiva e commerciale a livello nazionale, e al kiwi. Per quanto riguarda questo frutto, Alegra ha presentato una linea di alta qualità con maturazione e caratteristiche organolettiche ottimali per conquistare i mercati internazionali più esigenti e con nuove confezioni studiate ad hoc.



I riflettori dello stand sono stati puntati poi su **Cornelio®** – il peperone ad alta digeribilità con polpa dolce, soda e croccante distribuito da **Valfrutta Fresco**, che a meno di due anni dal suo debutto sta registrando un crescente successo – e sulle **insalate di IV gamma della linea Benessere**. Presso lo stand **Alegra** sono state “ospitate” anche le **nuove referenze di ortofrutta fresca biologica di Alce Nero**: le zucchine “**Gemelle**”, i pomodori “**Rustici**” e il kiwi “**Dorello**”, tutti prodotti con qualità distintive e appartenenti alla linea **Top Alce Nero**, un progetto sviluppato insieme a **BRIO**.

La partecipazione di **Valfrutta Fresco** a **Macfrut 2016** non si è limitata allo stand, ma si è arricchita di altri due momenti particolarmente importanti e originali. Innanzitutto, l'area chiamata **New Retail Solution**, situata all'ingresso della rassegna fieristica ed ideata per presentare ai visitatori un'ipotesi di supermercato del futuro. Qui la società ha proposto un esempio di isola per la vendita sia assistita che a libero servizio, allestita con la presentazione della categoria del pomodoro, ed una proposta di segmentazione dell'of-

ferta. Nell'area **Valfrutta Fresco** ha trovato spazio, tra le diverse tipologie provenienti dalla Sicilia, anche una nuova ed interessante linea di **pomodori di alta qualità** coltivati all'interno di serre tecnologiche situate in Nord Italia. Per quanto riguarda la segmentazione, invece, sono state presentate le tipologie di pomodoro ideali per essere consumate crude (**Cuore di bue**, **Costoluto**, **Datterino**, **Otello**, **Cocktail Rosa-Tatami**, **Mix Datterini**) ed altre adatte anche alla cottura (**Grappolo**, **Pomilio**, **Cilieginio**, **Campanino**). L'isola è stata completata da una esposizione ed un'area dedicata alla **vendita assistita di specialità di stagione di alta qualità**, come uva, nettarine, susine, meloni, mini melanzane, fichi d'india, peperoni **Cornelio**, etc.

Nella grande arena denominata **Fruit & Veg Fantasy Show**, all'interno del quartiere fieristico, è stata invece proposta, per la prima volta, un'area interamente riservata all'**ortofrutta cruda con ricette esclusive** ideate per valorizzare i prodotti delle aziende partner dell'iniziativa. Tra queste anche **Valfrutta Fresco**, che ha proposto una gustosa **cheesecake a base di uva**, **mandorle** e **cioccolato**

fondente e la degustazione delle insalate della linea **Benessere di IV gamma**.

Anche lo stand **Naturitalia**, altra business unit del Gruppo **Apo Conerpo**, ha presentato interessanti novità a cominciare dalle patate, una delle produzioni di punta della ricca e qualificata gamma di ortofrutta fresca della società ottenuta nelle aree più vocate delle regioni del Nord, del Centro e del Sud Italia con una copertura integrale dell'intero calendario annuale. È sempre più ampio l'assortimento di **Naturitalia**, che oltre alle patate a pasta gialla, bianca e viola, a buccia rossa, a pasta soda, alla produzione novella, completa l'offerta con le patate di quarta gamma per rispondere ai nuovi stili di vita, orientati verso prodotti ad alto contenuto di servizi. Contemporaneamente, la business unit ribadisce il suo forte legame con il territorio e l'attenzione alla produzione locale presentando sul mercato la nuova linea **Patata dell'Appennino Emiliano**.

Un altro fiore all'occhiello della gamma **Naturitalia** su cui si sono accesi i riflettori riminesi è il kiwi **jingold**, nelle tipologie a polpa verde e gialla, apprezzato dai consumatori per le caratteristiche organolettiche d'eccellenza, in particolare per i frutti della linea di prodotto maturo al punto giusto.

Standard particolarmente elevati contraddistinguono anche le pere a marca **Opera**, leader per qualità ed assortimento, distribuite in Italia ed all'estero.

Questi frutti garantiscono un livello qualitativo decisamente alto perché nascono e crescono nel territorio da sempre più vocato per la coltivazione del pero, cioè nel cuore fertile delle pianure del Nord Italia, prevalentemente in **Emilia Romagna**, ma anche in alcune microzone selezionate della **Lombardia** e del **Veneto**. Ma la qualità deriva anche dalla competenza e dalla pluridecennale esperienza dei 1.000 frutticoltori che hanno voluto **Opera**





e che con impegno e passione lavorano ogni giorno, da decenni, per far crescere ogni pera buona e sana da

mangiare, rispettosa dell'ambiente e bella da vedere. Nel quartiere fieristico del Macfrut,

Naturitalia ha illustrato ai propri stakeholders anche i risultati e gli obiettivi della campagna commerciale oltremare che interessa prodotti come pere, kiwi, mele e susine distribuiti nei principali mercati americani, asiatici e del Sud Africa nonché il recente sviluppo di nuove relazioni con la Grande Distribuzione in India per la fornitura diretta di ortofrutta.

L'edizione 2016 della rassegna riminese ha costituito poi la vetrina per il debutto internazionale di "FRUIT24! L'occasione è sempre giusta per gustare l'ortofrutta", il progetto triennale messo a punto da Apo Conerpo e co-finanziato da Unione Europea e Mipaaf per promuovere il consumo di frutta e verdura fresca, esaltandone le ottime caratteristiche organolettiche e gli effetti benefici sulla salute. Negli stand delle business unit erano presenti corner informativi con materiale illustrativo sul progetto.

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

CON UN FATTURATO COMPLESSIVO DI 12 MILIARDI DI EURO

Ortofrutta, settore strategico per l'economia italiana

Lamberto Mazzotti
Centro Stampa

L'importanza di questo comparto è stata ricordata dal Ministro Martina, che ha inaugurato la rassegna internazionale svoltasi a Rimini dal 14 al 16 settembre.

Numeri record per la 33° edizione del Macfrut: crescita della superficie espositiva, da 6 a 7 padiglioni, per 40.000 metri quadrati di area occupata (+20% rispetto al 2015), oltre 1.000 espositori, con 139 new entry (di cui 26 esteri), più di 38.000 visitatori (+9%). Kermesse sempre più internazionale con un espositore su quattro proveniente dall'estero e con la presenza di 1.000 buyer. La rassegna si è svolta a Rimini dal 14 al 16 settembre ed ha riunito i principali protagonisti di un settore strategico per l'Italia, prima voce dell'export agroalimentare con 8 miliardi di euro (+60,1% in dieci anni).

E il ruolo centrale dell'ortofrutta nell'economia nazionale è stato sottolineato, durante l'inaugurazione, anche dal ministro delle Politiche Agricole, Maurizio Martina, il quale ha ricordato che l'Italia è il primo Paese in Europa per produzione di ortofrutta con un fatturato di 12 miliardi di euro. "Nonostante le contingenze e le difficoltà – ha proseguito il Ministro – dobbiamo continuare a lavorare per sviluppare la leadership in questo campo. Con un obiettivo prioritario: tutelare il reddito dei produttori ortofrutticoli. Per questo dobbiamo vincere una sfida fondamentale come quella dell'aggregazione. Meno orga-

nizzazioni e più organizzazione. Per farlo abbiamo davanti due strumenti che intendiamo usare fino in fondo: la riforma delle organizzazioni dei produttori e l'aggiornamento della strategia nazionale per la programmazione delle Op". "I nostri agricoltori – ha aggiunto Martina – iniziano sempre più a mettersi insieme, ad aumentare la loro forza di mercato. Occorre fare di più, soprattutto in alcuni territori, accompagnandoli in questo percorso anche attraverso il confronto con le



esperienze forti e positive che abbiamo. Servono strumenti nuovi anche per la gestione delle crisi di mercato sul fronte europeo. Ci stiamo battendo a Bruxelles, ingaggiando alleanze con Francia e Spagna per arrivare a risultati attuali e concreti. Uno dei primi risultati operativi è stato l'aumento dal 2017 dei prezzi di ritiro dell'ortofrutta, fermi dal 2011. Allo stesso tempo

dobbiamo essere attenti agli accordi internazionali che troppo spesso in passato hanno penalizzato soprattutto l'agricoltura mediterranea".

Il Ministro Martina ha concluso il suo intervento affermando che "vogliamo guardare al futuro, rendere forte, competitivo e sostenibile il modello agricolo e ortofrutticolo italiano. Come Governo stiamo lavorando per questo e penso in particolare al piano di ricerca pubblica sulle produzioni nazionali e a quello per lo sviluppo dell'agricoltura di precisione. Sono chiavi fondamentali per aprire nuovi spazi all'agricoltura italiana e proiettarla sempre più decisamente verso il mondo".

Appena archiviata l'edizione 2016, Macfrut guarda già al futuro e programma la rassegna del 2017, che si terrà sempre a Rimini ma dal 10 al 12 maggio prossimo con numerose novità.

L'emblema della manifestazione sarà la Fragola, frutto simbolo della primavera, che segna il ritorno di Macfrut a maggio. Ma la fragola è anche il simbolo della "riscossa" dell'ortofrutta italiana. In grave crisi fino a qualche anno fa, la fragolicoltura italiana sta vivendo una fase di grande rilancio. La Regione partner sarà la Basilicata, primo produttore italiano di fragole.

A testimoniare che l'internazionalizzazione rimane uno dei punti chiave della rassegna, il Paese partner sarà la Cina, che rappresenta già oggi il principale mercato per il nostro kiwi e un grande acquirente di tecnologie per il settore.

CREATO CON L'OBIETTIVO DI VALORIZZARE QUESTO PRODOTTO

Un consorzio per il Fungo Italiano Certificato

Lisa Martini
Ufficio OCM e Progettazione Finaf

L'Op Gbc Funghi delle Terre di Romagna ha dato vita a questa realtà, insieme ad altre tre Organizzazioni di Produttori del settore, al fine di aumentare i consumi di funghi coltivati di origine italiana.

Incentivare il consumo di funghi coltivati di origine italiana: con questo obiettivo la **Gbc Funghi delle Terre di Romagna**, Organizzazione di Produttori di Coriano in provincia di Rimini, insieme ad altre tre Op del settore, ha dato vita all'ambizioso progetto di creare un'organizzazione comune destinata alla valorizzazione di questo prodotto. Specializzata nella produzione e vendita di funghi da coltivazione, Gbc Funghi delle Terre di Romagna è da diversi anni socia della Aop Finaf, la più grande Associazione di Organizzazioni di Produttori in Europa. Il progetto della Op ha dato vita al **Consorzio FUNGO ITALIANO** a cui aderiscono, oltre a Gbc Funghi delle Terre di Romagna, anche due Op del Veneto e una del Lazio. Obiettivo del Consorzio, che aggrega circa il 70% della produzione nazionale, è, da un lato, quello di educare e di informare il consumatore sulle caratteristiche e le proprietà del fungo coltivato, come l'alto contenuto proteico, il limitato contenuto calorico, il bassissimo contenuto di sale, l'assenza di grassi, l'assenza di glutine e lattosio, tutte proprietà che in pratica lo rendono "un concen-

trato di salute"; dall'altro lato, il Consorzio, al fine di assicurare il consumatore, associa produttori che seguono uno specifico disciplinare tecnico: attraverso un ente terzo di certificazione, questo identifica l'origine italiana delle materie prime e dell'intero ciclo produttivo al fine di eliminare, o almeno ridurre del 50%, i limiti di tolleranza dei residui di principi attivi ammessi dalla legislazione italiana, la più severa ed avanzata in Europa. Il Consorzio incentiva, per la difesa dai parassiti, l'utilizzo di metodi alternativi che agiscono sia attraverso la regolazione della temperatura dell'ambiente e del substrato, sia attraverso l'eliminazione degli insetti tramite mezzi che non prevedono l'utilizzo di fitofarmaci. Ogni step della filiera del Fungo Italiano Certificato è costantemente monitorato per ottenere la crescita del fungo nel pieno rispetto dei suoi ritmi biologici e al fine di garantire un prodotto di qualità. Il Consorzio Fungo Italiano, in



quanto filiale delle OP aderenti, opererà con azioni promozionali e di marketing mirate allo scopo di valorizzare il marchio "Fungo Italiano Certificato", in modo da aumentare l'appeal e la fidelizzazione del consumatore per il marchio. Prosegue quindi il percorso della concentrazione e aggregazione della produzione, elemento necessario al fine di garantire l'incremento del valore commerciale della produzione, senza rinunciare alla specificità ed alla valorizzazione della qualità dei prodotti locali.

In concomitanza con questo nuovo progetto, la Op Gbc Funghi delle Terre di Romagna, socia di Finaf, ha voluto inserire nella propria denominazione sociale l'acronimo del suo motto: "Garantiamo bontà coltivata", in modo da mettere in evidenza fin dal proprio nome la "mission" che si prefigge, sia nei confronti dei buyer e acquirenti professionali del prodotto, che nei confronti dei consumatori.



PARTNER DI



CELEBRATI ANCHE I 70 ANNI DI YOGA E I 160 DI CIRIO

Conserve Italia, 40 anni di crescita e innovazione

Maurizio Gardini
Presidente Conserve Italia

Una storia importante di valorizzazione della filiera agricola e diffusione dei prodotti italiani nel mondo, con la volontà di continuare la sfida dell'internazionalizzazione e dell'affermazione del made in Italy nei mercati esteri.

Sono trascorsi 40 anni da quel 1976 in cui venne costituito il consorzio cooperativo Conserve Italia. Erano anni in cui la cooperazione ortofrutticola italiana viveva una fase di espansione e si avvertiva forte da più parti l'esigenza di centralizzare l'attività di commercializzazione dei prodotti trasformati.

L'atto costitutivo di Conserve Italia fu firmato da 8 consorzi di trasformazione, situati in 5 regioni italiane, tra cui il Consorzio Calpo, nato 10 anni prima, che mise a disposizione il marchio Valfrutta per la commercializzazione dei prodotti dei soci. Dal 1994, con il passaggio a consorzio di secondo grado, Conserve Italia ha assorbito alcuni consorzi associati acquisendo gli stabilimenti produttivi e assumendo il controllo della filiera dalla produzione al mercato. La via era tracciata. La direzione era quella di far confluire in un'unica struttura l'attività di valorizzazione dei prodotti agricoli dei soci. Una mission che è arrivata, immutata e rafforzata, fino ad oggi. Siamo arrivati al traguardo dei primi 40 anni di vita. Ed oggi siamo qui a raccontare una storia, scritta da tante persone che hanno contribuito a realizzare un piccolo miracolo dell'alimentare italiano.

È infatti grazie al loro lavoro che è stato possibile costruire un'azienda di successo, una cooperativa vera, capace di interpretare, già dai primi giorni della sua attività, la *mission* di valorizzare i prodotti agricoli in modo completo, dalla produzione alla tavola del consumatore, con un proprio marchio, quello di Valfrutta.

Siamo stati sempre vicini ai nostri soci agricoli, cominciando proprio dalla terra, da dove nasce il prodotto. Abbiamo fornito ai nostri produttori tutta l'assistenza possibile, cercando di aumentare e diversificare la loro produzione, e avviando progetti sempre innovativi, per la frutta, per i legumi da industria e per il pomodoro.

Abbiamo puntato parallelamente anche alla valorizzazione del prodotto trasformato, cercando di trovare sempre nuove collocazioni e nuovi sbocchi sui mercati, non solo in Italia ma anche all'estero. Per creare ulteriore valore aggiunto ai prodotti dei soci, nel corso del tempo abbiamo gestito con lungimiranza scelte strategiche e commerciali, ideato e curato il lancio



di nuovi marchi e di nuove referenze. Nel mezzo di questa storia, il corso degli eventi ha portato Conserve Italia a difendere e mantenere nel nostro Paese due marchi importanti dell'agricoltura italiana. Siamo orgogliosi di aver tenuto saldi nelle mani dei produttori italiani il marchio Cirio e il marchio Yoga, strappandoli a concorrenti stranieri, evitando quello "shopping" selvaggio che tanto ha impoverito l'agroalimentare italiano.

Tutti questi aspetti sono stati raccolti in un libro, "Il Bisogno e il Sogno", che abbiamo presentato lo scorso 30 settembre presso la nostra sede e per il quale vorrei ringraziare Giuliano Vecchi, che con passione e disponibilità ha voluto scrivere di un'azienda per la quale ha dato un grande contributo di cultura e di esperienza, ed Elio Pezzi, che ha arricchito questa storia attraverso le testimonianze di molti dei suoi protagonisti, dando spazio nella seconda parte del libro ai suoi veri autori, le migliaia di produttori agricoli associati a Conserve Italia.



IN AUMENTO DEL 2% RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE

Emilia Romagna: la Plv agricola raggiunge i 4,2 miliardi

Annalita Moruzzi
Centro Stampa

In ripresa l'occupazione (+1,5%), accelera l'export (+6,2%). L'andamento delle produzioni vegetali ha raggiunto una Plv di quasi 2,3 miliardi di euro (+5,6%).

Torna a crescere il valore della produzione agricola dell'Emilia Romagna (+2%), che nel 2015 ha toccato i 4,2 miliardi di euro, mentre l'export agroalimentare mette a segno addirittura un +6,2% arrivando a quota 5,7 miliardi; bene l'occupazione in campagna che aumenta per il secondo anno consecutivo (+1,5% per 66.110 occupati): sono alcuni degli elementi emersi dal Rapporto agroalimentare promosso da Regione e Unioncamere.

“Siamo di fronte a un'annata positiva, con dati interessanti, in particolare quello sull'export, che vanno nella direzione giusta, quella di un'agricoltura che punta sulla qualità, l'innovazione, l'internazionalizzazione – ha commentato l'assessore regionale all'agricoltura Simona Caselli – come Regione stiamo lavorando per sostenere, anche attraverso il Psr, le Ocm e i progetti con Governo e Ue, questo processo. Aggregazione, gioco di squadra, integrazione sono fondamentali non solo per competere sui mercati, ma anche per investire in ricerca e fare efficaci programmi di promozione”.

“L'Emilia-Romagna è al quinto posto tra le prime 10 regioni europee – ha

detto Andrea Zanlari, consigliere di Unioncamere Emilia-Romagna referente per il settore agroalimentare – Sempre più accentuata è la proiezione ai mercati esteri. L'export regionale ha registrato un aumento significativo trainato soprattutto dai mercati extra Ue”. I prodotti made in Emilia-Romagna, come ha spiegato Gabriele Canali (università Cattolica del Sacro Cuore Piacenza) vanno soprattutto fuori dall'Europa: 4 miliardi su 5,7 vengono infatti fatturati sui mercati extra Ue, con un aumento nel 2015 del 14% e punte del +28,5% negli Usa, +34,4% in Cina e +109% in Vietnam (ma non va dimenticato anche un +9,4% in Gran Bretagna). Risultati importanti che confermano la forza di un sistema agroalimentare che vale complessivamente 25 miliardi e che conta il 17,2% del totale nazionale dell'export di frutta, il 25% di quello di pomodoro, il 46% dei salumi e il 31% dei formaggi.

Export dunque sempre più come fon-

damentale leva di sviluppo anche a fronte di una sostanziale stabilità dei consumi interni. Il tema è stato al centro della tavola rotonda “Le imprese di successo sui mercati a maggiore valore aggiunto” che ha visto confrontarsi i rappresentanti di alcuni grandi gruppi dell'agroalimentare emiliano-romagnolo, tra i quali Davide Vernocchi, presidente di Apo Conerpo.

Entrando nel dettaglio dei principali settori, l'andamento delle produzioni vegetali ha raggiunto una Plv di quasi 2,3 miliardi di euro (+5,6%). In particolare si è verificato un forte recupero, sulla campagna precedente, di patate e ortaggi, con quasi 470 milioni di euro nel 2015 (+23%) e delle produzioni arboree (oltre 1 miliardo di euro, +10%). Il consistente incremento ha riguardato in particolare le patate (+56%), dove il forte aumento del prezzo ha più che compensato la riduzione della produzione, ma anche i pomodori da industria (+12,5%).

I buoni risultati della Plv delle arboree sono collegati soprattutto al forte aumento dei prezzi per mele e pere (+22% e +37%), ma anche per il comparto delle pesche e nettarine, con un aumento del valore rispetto all'anno precedente del 15%, mentre in controtendenza rimane l'actinidia (-30%), proprio per il calo dei prezzi. Nella zootecnia si registra nel 2015 un'ulteriore riduzione del valore della produzione (-2,2%), anche se molto inferiore a quella dell'anno precedente.



BUONI I RISULTATI AGRONOMICI, POMOLOGICI E QUALITATIVI

Black Glamour*, nuova opportunità per i soci

Giuseppe Pallotti
Ufficio Tecnico Apo Conerpo

Interessante per la rusticità, le elevate performance produttive e la lunga finestra di raccolta, la nuova varietà nata dalla collaborazione tra Newplant e Università di Bologna colma un vuoto produttivo nell'offerta di susine nere. *Black Glamour** vince il confronto con *Friar*, la varietà di riferimento simile per epoca e per tipologia di prodotto.



DALMONTE che avranno l'obbligo di venderli ai soli produttori delle OP suddette. Negli altri Paesi dell'Unione Europea, la diffusione sarà effettuata con un unico vivaista per Paese, dietro precisi accordi relativi al numero di piante ed alla produzione dei frutti.

Le caratteristiche di Black Glamour*

*Black Glamour** deriva dall'incrocio *Black Amber x Howard Sun* effettuato nel 1994. L'albero è vigoroso, fortemente assurgente (si presta bene ad

La stretta collaborazione tra Newplant, società che opera nel settore dell'innovazione varietale raggruppando le tre principali OP della regione Emilia-Romagna (una delle quali è Apo Conerpo) e il DipSA dell'Università di Bologna tramite il co-finanziamento finalizzato al susino ha portato alla diffusione di una nuova susina cino giapponese denominata *Black Glamour** (tutelata dal 2015 con domanda di privativa comunitaria n. 2015/2481) che in uno dei campi di valutazione comparata di Newplant per un quinquennio consecutivo ha fornito buoni risultati agronomici, pomologici e qualitativi.

L'Università di Bologna, tramite un'apposita convenzione, ha concesso a Newplant la licenza temporanea esclusiva per la moltiplicazione, produzione e commercializzazione degli alberi e dei frutti di *Black Glamour** nel territorio di tutta l'Unione Europea. In Italia, la nuova varietà potrà essere piantata, per ora fino al 2022, solamente dai frutticoltori aderenti alle tre OP che costituiscono Newplant.

La produzione degli alberi, che sarà pianificata con due anni di anticipo, è stata assegnata ai Vivai

Tab. 1 - Caratteristiche qualitative dei frutti di Black Glamour

Anno	Peso (g)	Durofel	Durezza (kg)	°Brix	Acidità (g/l)	L*	Chroma
2012	106,5	75	3,24	15,4	4,0	28,8	8,4
2013	96,6	71	3,19	13,0	6,3	27,4	9,3
2014	114,5	76	3,30	13,1	4,2	26,9	8,7
2015	107,9	74	3,24	13,1	5,3	29,1	8,0
Med.	106,38	74	3,24	13,65	4,95	28,05	8,60

Tab. 2 - Caratteristiche qualitative di Black Glamour in raccolte successive.
La finestra di raccolta

Data	Peso ¹ (g)	Durofel ¹	Durezza ¹ (Kg)	°Brix ¹	Acidità ¹ (g/l)	L* ¹	Chroma ¹
29-lug	107.9 a	74 a	3.24 a	13.1 c	5.3 a	29.1 a	8.00 a
06-ago	111.6 a	66 b	2.45 b	14.5 b	1.5 a	25.8 b	5.34 b
12-ago	116.3 a	67 b	2.19 b	14.8 b	1.8 a	26.2 b	4.66 b
25-ago	110.0 a	62 c	1.70 c	15.7 a	2.6 a	25.9 b	2.91 c

¹ a lettere diverse corrispondono differenze statisticamente significative



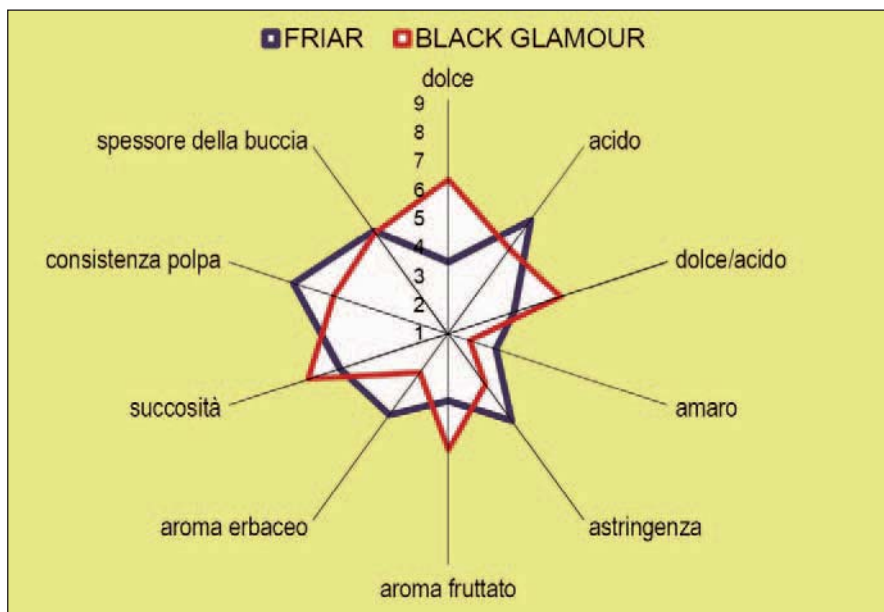
Black Glamour, particolare della polpa bianca.

impianti ad elevata densità), rapido nella messa a frutto con produttività elevata e costante anche in annate climaticamente poco favorevoli. Può raggiungere livelli produttivi anche molto elevati (40 t/ha). La fioritura è precoce (epoca *Black Amber*) e fruttifica sia su dardi che su rami misti. Rispetto a *Shiro*, *Black Glamour** si raccoglie circa 20-25 giorni dopo e anticipa di qualche giorno *Friar*. Nelle aree emiliano-romagnole la raccolta avviene tra la fine di luglio e la prima settimana di agosto, con frutti che maturano uniformemente. Non ha mai presentato fenomeni di cascola pre-raccolta. I frutti hanno pezzatura elevata (calibro prevalente 55 mm), forma sferoidale leggermente appiattita; talvolta mostra un apice leggermente sporgente. La buccia è sovraccolorata su tutta la superficie e uniformemente in viola scuro che vira al nerastro a completa maturazione; l'epidermide è ricoperta da pruina abbondante e persistente. La polpa è di colore giallo chiaro, di ottima consistenza, di tessitura fine, succosa, aromatica, di buona quali-

tà, dolce e con un livello di acidità intermedio. Il peduncolo è medio-corto ed il nocciolo risulta medio-piccolo, globoso, semi-spicco. Nella tabella 1 sono riportati i dati delle principali caratteristiche dei frutti di *Black Glamour** raccolti nelle ultime quattro annate.

La finestra di raccolta

Per individuare il momento ottimale di raccolta commerciale dei frutti di *Black Glamour** ed il relativo grado di tenuta alla maturazione in pianta, nel corso del 2015 è stata impostata una verifica che ha previsto quattro raccolte distanziate di una settimana, ad iniziare dal 29 luglio (I° stacco) fino al 25 agosto (IV° stacco). I risultati ottenuti (tab. 2) mostrano, al I° stacco una pezzatura dei frutti già definitiva, buona consistenza della polpa, discreto tenore zuccherino, con valori di acidità però ancora troppo elevati e colore dell'epidermide scarso. Nei due stacchi successivi (II° e III°) i frutti hanno raggiunto il giusto grado di maturazione con buon equilibrio tra tutti i parametri qualitativi in particolare nel rapporto zuccheri/acidi. Nel IV° stacco si è notato un discreto calo della consistenza dei frutti, l'incremento del grado zuccherino con un'acidità che si è mantenuta nella norma ed un miglioramento della colorazione dei frutti per intensità e brillantezza. Questi risultati ci permettono di affermare che *Black Glamour** ha un'ampia finestra di raccolta quantificabile in tre settimane circa.



Conservabilità

Nel corso del 2013 sono state condotte specifiche sperimentazioni presso lo stabilimento Agrintesa di Faenza (RA). Campioni di oltre 200 frutti raccolti in due date (31 luglio – I stacco e 6 agosto – II stacco) sono stati posti in conservazione in celle refrigerate a 0°C. Le analisi di laboratorio su consistenza della polpa, zuccheri, acidi e colore sono state eseguite sia alla raccolta che ad ognuna delle uscite effettuate a cadenza settimanale dalla conservazione. I risultati hanno messo in risalto un calo significativo di consistenza della polpa solo dopo quattro settimane di raccolta, il mantenimento della dolcezza e della acidità dei frutti in tutte le uscite, un lieve miglioramento della lucentezza dalla buccia e l'inscurimento del colore del frutto durante la conservazione. *Buona quindi la conservabilità per Black Glamour* che a 0°C e in RN si prolunga per 30 giorni.*

Profilo sensoriale

La qualità dei frutti è stata saggiata con analisi sensoriali eseguite dal laboratorio di ASTRA, mettendo a



Black Glamour, la produttività.

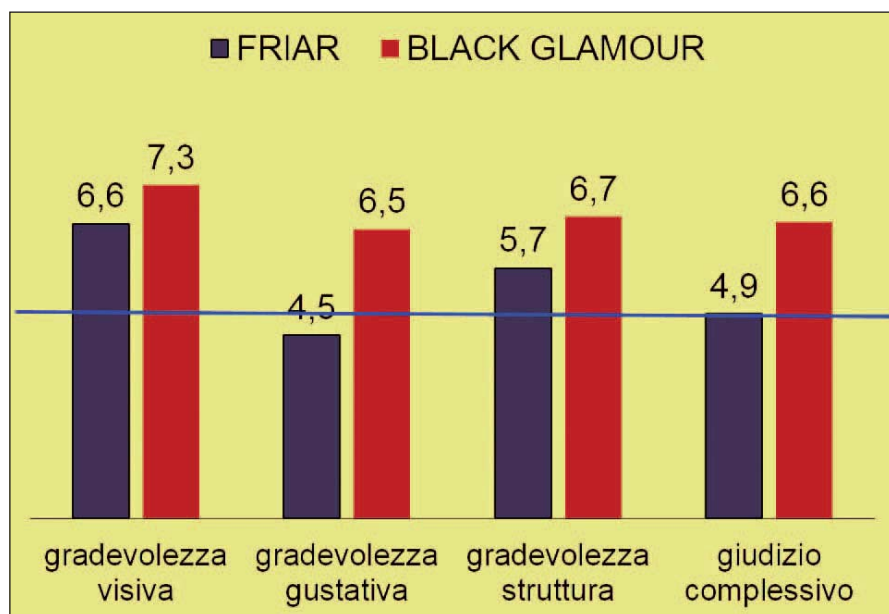
confronto frutti di *Black Glamour** con *Friar*, la varietà di riferimento simile per epoca e tipologia di prodotto. I giudizi premiano *Black Glamour** in particolare per la dolcezza, il rapporto zuccheri-acidi, la succosità e l'aroma di fruttato. *Friar* appare invece più consisten-

te, più acida e astringente e con un marcato retrogusto erbaceo. I risultati di alcuni panel sono riportati nella figura a pag. 12.

I giudizi di gradevolezza (figura a pag. 13) premiano *Black Glamour** in tutte le valutazioni ed in particolare sull'indice di gradevolezza gustativa (6,4 contro 4,4 di *Friar*). La nuova varietà è piaciuta molto di più rispetto a *Friar*.

In sintesi, tra le susine a buccia nera e polpa gialla, *Black Glamour** risulta interessante per epoca di raccolta, precoce messa a frutto, elevata produttività oltre che per le ottime caratteristiche pomologiche e organolettiche dei frutti.

Si rammenta che gli alberi saranno prodotti in numero sufficiente a soddisfare le richieste dei soci delle cooperative associate solamente con ordini fatti almeno un anno e mezzo prima. Non saranno disponibili alberi "liberi". Nell'intento di valorizzare al meglio questa nuova varietà, è stata definita fin d'ora la superficie che dovrà essere messa a dimora fino al 2022 e per il periodo di riferimento non ci saranno deroghe di alcun tipo.



SONO FENOMENI CHE CAMBIERANNO L'AGRICOLTURA

La "rivoluzione" Big Data ed Internet delle Cose

Carlo Millo
Gruppo Sistema

Big Data ed Internet delle cose, due termini che sembrano interessare solo gli esperti IT.

In realtà molto presto tutti i comparti produttivi e di servizio saranno influenzati da questi fenomeni; anche il Settore Primario troverà nuove tecniche per il risparmio di risorse, per la logistica, per la difesa del territorio.

Lo sviluppo dell'Agricoltura di precisione.

Di *Internet delle cose*, espresso con l'acronimo I.O.T. (Internet of things), ne avevamo parlato recentemente sul numero di Luglio/Agosto di "Ortofrutta Notizie"; si tratta di oggetti che, attraverso un collegamento internet, segnalano ed adeguano le loro funzionalità in base a dati raccolti durante il loro funzionamento o reperiti su banche dati disponibili sul web.

Per *Big data* si intende la raccolta e la disponibilità molto estesa di dati e informazioni, raggiungibili molto velocemente da qualsiasi dislocazione geografica. Si tratta non solo di dati organizzati in database, ma anche di dati/informazioni non strutturate, come immagini, dati GPS, mail, ecc.

Internet delle cose e *Big data* scaturiscono quindi dalla rivoluzione di internet, dalla interconnessione tra strumenti e dati che risiedono sul web.

È evidente che questo fenomeno influenzerà la nostra interazione con gli strumenti di tutti i giorni; un esempio: semafori intelligenti che diventano verdi quando un'auto si avvicina al semaforo, mentre nell'altro lato non transita nessuna macchina; semafori che poi trasmettono il transito ad altri dispositivi che si adegueranno in base al traffico in tempo reale, come le smart car, di cui oggi tanto si parla, mezzi capaci di guidare da soli e di assistere il guidatore.

Internet delle cose e *Big data* hanno ampi spazi di applicazione in tutti i settori di produzione e servizi.

Domotica, Robotica, Industria Biomedicale, Avionica, Industria sono gli ambiti che vengono spesso citati, ma in realtà questo sviluppo tecnologico interesserà tutti i settori; anche il comparto Primario sarà sempre più interessato da queste tecnologie.

Si parla oggi di *Agricoltura di precisione* con l'adozione di pratiche che consentono di decidere come e quando intervenire, ad esempio nella gestione delle colture (irrigazione, difesa dai patogeni, raccolta...) in base a dati agronomici, meteorologici, GPS, capitolati di produzione, ecc.

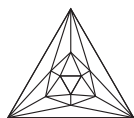
Sensori sui campi, sui mezzi agricoli, mappe geografiche, rilevazione da droni, centraline meteo, immagini satellitari permetteranno una agricoltura molto precisa nell'uso delle risorse e quindi indirizzata verso una continua ricerca di efficienza produttiva.

Interessante a questo proposito è la ricerca *Precision Farming Software Market by Software - Analysis & Forecast to 2020* realizzata nel 2015 dalla società di ricerche di mercato MarketsandMarkets, che prevede tassi di crescita annuale del 15% delle tecnologie finalizzate alla Agricoltura di precisione.

Perché questo si realizzi è necessario l'accesso alla rete in banda larga in tutte le zone rurali, requisito ancora lontano nelle nostre campagne, ma su questo tema l'Unione Europea sta orientando investimenti importanti che dovrebbero limitare il nostro divario di copertura territoriale rispetto alla media europea.

Lo scenario indicato *Internet delle cose* e *Big data* è molto interessante e richiederà nel tempo un adeguamento tecnologico da parte di tutti i soggetti della filiera agroalimentare. Gruppo Sistema (www.grupposistema.it)

sarà pronta a sostenere i propri clienti verso una agricoltura sempre più efficiente ed innovativa, implementando nuove soluzioni software basate anche su *Big Data* ed *Internet delle cose*.



Gruppo Sistema

Information, Technology & Communication