

ORTOERUTTA NOTIZIE

Luglio-Agosto 2017



**APO CONERPO:
AGGREGAZIONE E INVESTIMENTI
TRAINANO LA CRESCITA**



**FRUIT24!, SECONDO
ANNO ALL'INSEGNA
DELLA CREATIVITÀ**



**AGRINTESA, 10 ANNI
INTENSI "PERCORSI
INSIEME" AI SOCI**

Sommario

- 4 Aggregazione e investimenti trainano la crescita
GABRIELE CHIESA
- 8 Naturalia, Roberto Cera confermato alla presidenza
MARIO PARISI
- 9 Alegra: crescono volumi commercializzati e fatturato
LAMBERTO MAZZOTTI
- 10 FRUIT24!, secondo anno all'insegna della creatività
ANNALITA MORUZZI
- 11 Agrintesa, 10 anni intensi "percorsi insieme" ai soci
MARIO PARISI
- 12 Stefano Soli direttore generale Valfrutta Fresco
ANNALITA MORUZZI
- 13 Valfrutta Fresco presenta il melone *Meloro*
STEFANO SOLI
- 14 Produzione e fatturato in aumento per CESAC
LAMBERTO MAZZOTTI

Grazie all'accordo siglato con Edagricole, i soci di Apo Conerpo possono sottoscrivere un abbonamento on line al settimanale Terra e Vita a condizioni economiche particolarmente favorevoli, con un prezzo scontato del 30%.

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

Necessario un patto forte tra produttori e istituzioni

Ortofrutta: le promozioni trainano i consumi

Davide Vernocchi
Presidente Apo Conerpo

Dopo la sensibile contrazione registrata a partire dal 2000, con un calo complessivo del 17% (da 9,5 a circa 8 milioni di tonnellate), nel 2015 i consumi di ortofrutta in Italia hanno finalmente mostrato un'inversione di tendenza, con un incremento del 3% rispetto all'anno precedente, ulteriormente rafforzatosi nel corso del 2016. In base ai dati Gfk elaborati dal Centro Servizi Ortofrutticoli per Macfrut Consumer's Trend, infatti, l'anno scorso nel nostro Paese, gli acquisti di prodotti ortofrutticoli si sono attestati a 8,27 milioni di tonnellate, con un aumento del 2,1% per la frutta e dello 0,6% per gli ortaggi, per una spesa totale di oltre 1,37 miliardi di euro (+1,4%).



Si tratta di un segnale indubbiamente incoraggiante per il settore, influenzato anche dalle numerose campagne promozionali realizzate negli ultimi tempi dalle principali Organizzazioni nazionali dei produttori affiancate dalle Istituzioni. Tra queste, ha giocato, e giocherà ancora, un ruolo importante il progetto triennale, avviato nel 2016, denominato "FRUIT24! L'occasione è sempre giusta per gustare l'ortofrutta", messo a punto e coordinato da Apo Conerpo e cofinanziato da Unione Europea e Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali per incentivare gli acquisti di frutta e verdura degli Italiani, rispondendo alla esigenza, sempre più conclamata, di benessere e naturalità.

Anche alla luce dei positivi risultati ottenuti nella prima annualità, questo progetto costituisce senza dubbio un esempio positivo della collaborazione tra mondo produttivo e istituzioni. Ciò però non sempre succede! È il caso del progetto "Frutta nelle scuole", ideato per promuovere il piacere e l'abitudine al consumo di frutta in età scolare. L'annualità 2016/2017 ha visto svilire il valore dell'iniziativa con l'avvio della stessa a marzo anziché all'inizio dell'anno scolastico, come ormai sta purtroppo succedendo da diversi anni.

Contemporaneamente, è da condannare che invece di distribuire alle scolaresche frutta italiana e di alta qualità certificata per conquistare i consumatori del futuro con prodotti sani, belli da vedere e buoni da gustare, si distribuisca frutta senza queste caratteristiche e che talora proviene da Paesi esteri. Queste incongruenze rischiano di avere un impatto negativo e di compromettere la valenza del progetto, danneggiando al tempo stesso l'immagine generale dell'ortofrutta italiana. La colpa di questo fenomeno è dell'impostazione del bando, che è al ribasso e quindi tende a favorire gli speculatori senza tenere nella giusta considerazione la qualità dei prodotti.

In un momento positivo, caratterizzato da una ripresa dei consumi dopo anni di contrazione, non è possibile adottare atteggiamenti sbagliati che, magari anche solo per la leggerezza di qualcuno, finiscono per ripercuotersi come un boomerang sul settore. Occorre fare sistema e fornire un'immagine unica ed unitaria dei primati dell'ortofrutta italiana remando tutti nella stessa direzione per evitare pericolosi e dannosi naufragi prima di raggiungere la riva.

BILANCIO 2016 POSITIVO PER IL GRUPPO APO CONERPO

Aggregazione e investimenti trainano la crescita

Gabriele Chiesa
Direttore Generale Apo Conerpo

Nel 2016 l'Op ha collocato sul mercato oltre 1.140.000 tonnellate di prodotti ortofrutticoli freschi. Il volume d'affari ha raggiunto i 716 milioni di euro; patrimonio netto a 26,7 milioni, investimenti strutturali per 31,2 milioni.

Bilancio 2016 positivo per Apo Conerpo nonostante l'andamento climatico, i deboli segnali di miglioramento del quadro economico generale e le incertezze geopolitiche in molti mercati. Il rafforzamento della politica aggregativa, i forti investimenti e le campagne di sensibilizzazione sugli effetti benefici di frutta e verdura sulla salute hanno infatti permesso un'ulteriore crescita. In questo contesto, la produzione del principale gruppo europeo dell'ortofrutta fresca ha fatto registrare un incremento del 4,3% con un conferimento, da parte dei soci, di quasi 1.100.000 tonnellate (709.000 di verdura e 387.000 di frutta), a cui vanno aggiunte le quantità acquistate, pari a 34.000 tonnellate di frutta e 61.000 di ortaggi e patate. Il volume d'affari ha raggiunto i 716 milioni di euro, con un incremento di quasi il 2% rispetto ai 703 milioni del 2015. Sono senza dubbio positivi i dati del bilancio, approvato dall'assemblea dei soci, ottenuti anche grazie alla stagione abbastanza calda, che ha favorito il collocamento della frutta estiva, pur con rese inferiori agli anni precedenti, e nonostante il perdurare del blocco delle espor-

tazioni sul mercato russo, che non ha certo facilitato la commercializzazione dei prodotti a maturazione autunnale alla luce della forte concorrenza di altri produttori europei indirizzati con la loro offerta su altri Paesi della UE per compensare la chiusura della Russia.

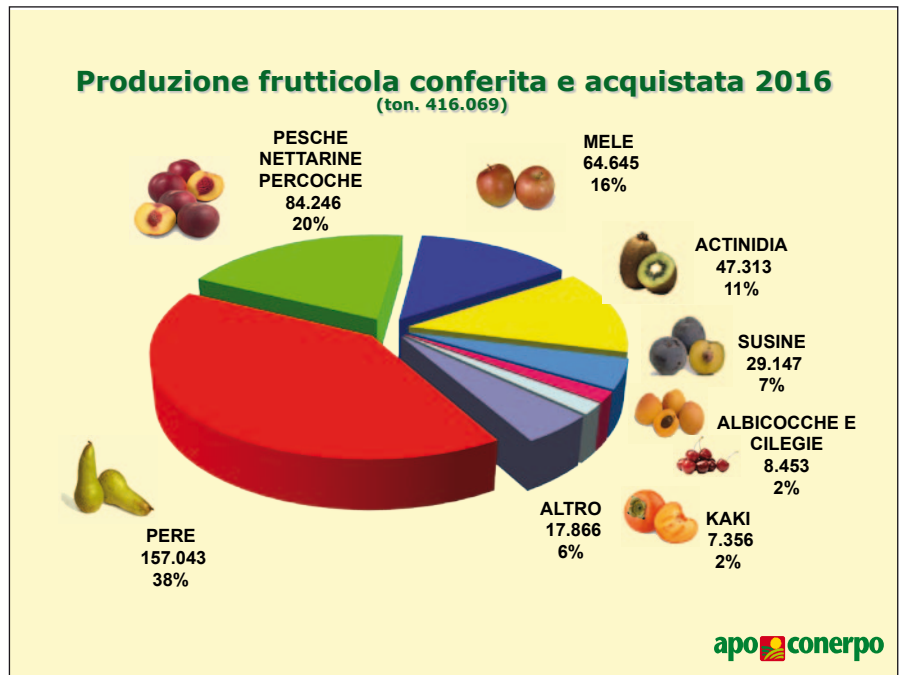
In un contesto generale 2016 che per l'andamento climatico è stato caratterizzato da una contrazione delle produzioni frutticole e da un incremento del pomodoro destinato all'industria di trasformazione, delle altre orticole e delle patate, Apo Conerpo ha registrato una **diminuzione del 4,2% dei volumi di frutta conferiti dai soci, che hanno**

sfiato le 387.000 tonnellate, con indice negativo per pere, kiwi, pesche e nettarine ed aumenti per albicocche, susine e mele. Per gli ortaggi, i volumi conferiti hanno sfiorato le 650.000 tonnellate (+8,7% sul 2015 con indice negativo solo per cocomeri e zucche) di cui oltre 460.000 di pomodoro da industria (+9,7% rispetto all'anno precedente). In aumento anche la produzione di patate (+21,6%), che ha superato le 59.000 tonnellate.

Sostanzialmente stabile la superficie coltivata dai soci del Gruppo, superiore ai 30.600 ettari, con una leggera flessione degli investimenti a orticole (13.544 ettari) e un lieve



aumento per le specie frutticole (17.103 ettari). Per molti prodotti Apo Conerpo costituisce il gruppo di riferimento a livello italiano esprimendo quasi il 27% dell'intera superficie nazionale investita a piselli, il 20% di quella coltivata a pere, il 15% per i kaki, il 10% per il kiwi, il 9% per le nettarine e per le susine, solo per citare i più rappresentativi. Per aumentare sempre più il livello qualitativo delle produzioni è stata ulteriormente rafforzata la diffusione dell'assistenza tecnica in campagna ed è stato aumentato il numero dei controlli lungo la filiera. In quest'ottica, 106 tecnici delle Cooperative associate hanno verificato ed applicato i Disciplinari di Produzione Integrata in 22.088 ettari di produzione ed hanno fornito assistenza tecnica su 1.328 ettari di produzioni biologiche per un totale di 23.416 ettari sui 30.399 investiti, con riflessi positivi nella gestione del magazzino, delle stazioni di condizionamento e nella commercializzazione. Contemporaneamente, Apo Conerpo ritiene prioritaria l'attività di ricerca e sperimentazione, sviluppando



tematiche come le nuove tecniche di impianto e gestione agronomica dei frutteti, la difesa, la valutazione qualitativa in post raccolta, la verifica di nuovi formulati e tecniche di conservazione, gli studi sulle minori emissioni di CO₂, le risposte produttive

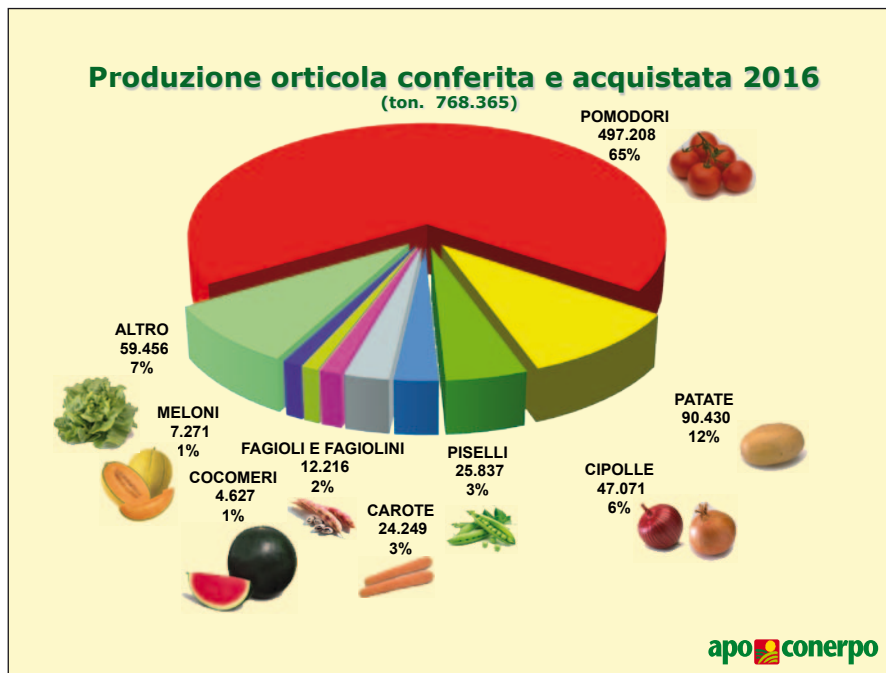
e qualitative delle nuove selezioni e varietà frutticole.

A questo proposito gioca un ruolo di primo piano l'azione di New Plant, la società costituita nel 2002 per sviluppare il miglioramento genetico ed incentivare il rinnovamento varietale. Da allora sono state valutate oltre 1.630 selezioni e 3.900 semenzali, di cui circa 30 proposte ai produttori per la coltivazione.

Passando dai dati produttivi a quelli commerciali, nel 2016 la stagione abbastanza calda e siccitosa ha influito positivamente sul collocamento delle specie frutticole a maturazione estiva, quali pesche, nettarine e albicocche, meno sui prodotti a maturazione autunno invernale, con prezzi non sempre soddisfacenti, soprattutto all'inizio della campagna.

Complessivamente, Apo Conerpo, insieme alle filiali Alegra, Brio, Naturalitalia, Opera e Valfrutta Fresco, ha collocato sul mercato oltre 1.140.000 tonnellate di ortofrutta fresca (+6% sul 2015).

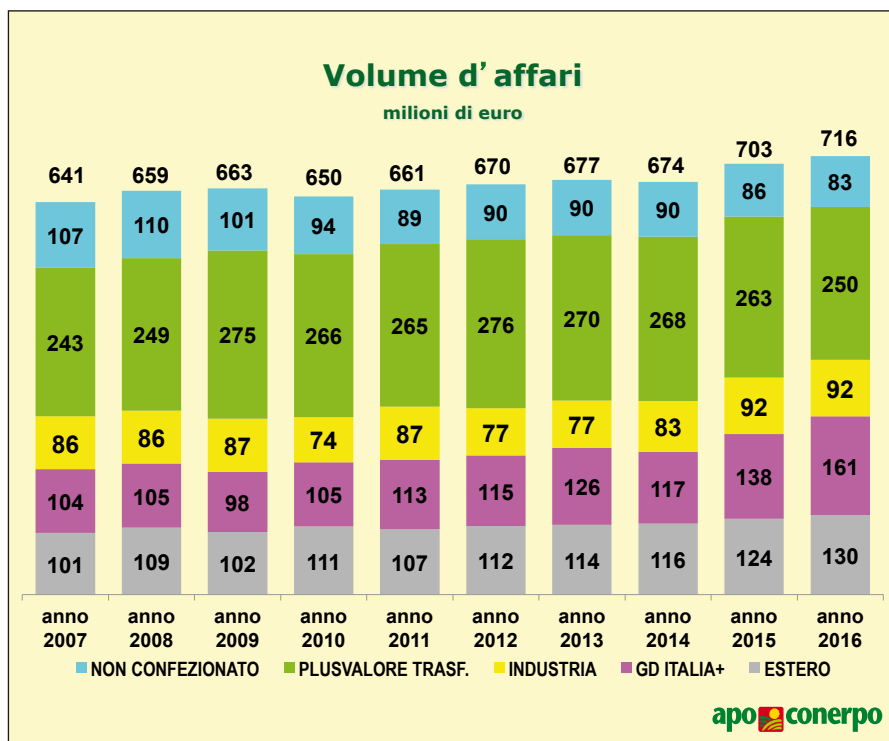
Per quanto concerne i diversi canali, oltre 134.600 tonnellate sono state indirizzate all'esportazione (+2%) per un valore di 130 milioni di euro



(+5%), più di 216.000 tonnellate alla Grande Distribuzione Italiana (+17%) per un valore di 161 milioni di euro (+16%), oltre 126.000 al mercato tradizionale (-7%) per un valore di circa 83,5 milioni (-3%) e più di 663.000 all'industria di trasformazione per un valore di 92 milioni di euro. Il plusvalore del trasformato ha raggiunto i 250 milioni.

Questi dati evidenziano un positivo incremento delle quantità commercializzate di ortofrutta destinata al consumo fresco (+3,8%) ed un ancor più positivo aumento del fatturato (+7,7%), possibile grazie ad una crescita del prezzo medio di vendita dei prodotti, risultato ottenuto anche in virtù dell'efficace lavoro svolto dalle nostre filiali che hanno collocato i prodotti del Gruppo sui mercati a maggior valore aggiunto. Meno soddisfacente invece il collocamento del pomodoro da industria e di altre orticole come le cipolle, che hanno spuntato quotazioni inferiori all'anno precedente.

L'aumento del fatturato insieme alla ulteriore riduzione delle spese



generali ha contribuito a generare un avanzo della gestione che ha permesso di erogare anche quest'anno un ristorno ai soci e non ha impedi-

to di chiudere l'esercizio con un utile netto, pari a 77.215 euro, che è stato destinato a riserva, rafforzando ulteriormente il patrimonio aziendale, superiore ai 26,7 milioni di euro.

La solidità patrimoniale di Apo Conerpo è fondamentale per affrontare i nuovi investimenti per lo sviluppo e mantenere i programmi di supporto delle filiali, delle cooperative socie e delle altre società strumentali. Complessivamente, gli investimenti strutturali hanno raggiunto i 31,2 milioni all'interno dei quali le partecipazioni nelle società del Gruppo ammontano a 29,1 milioni.

Particolarmente soddisfacenti le politiche di aggregazione portate avanti negli ultimi anni che hanno consentito l'ingresso di 8 nuove cooperative che con i loro prodotti integrano, rafforzano e fanno crescere il Gruppo. Si tratta delle cooperative LA PRIMAVERA di Zevio (VR), leader nelle produzioni biologiche da consumo fresco, AGRICOOP BIO di Avola (SR), specializzata nella produzione di limoni,



AGRIFUTUR di Caserta, ottima produttrice di pesche e meloni ma soprattutto di fragole, **PIANO STELLA (CL)**, dove si concentra la produzione del peperone Cornelio, le cooperative **VALLI DELL'APPENNINO TOSCO ROMAGNOLO di Cesena** e **SELVELLO di Roccastrada (GR)**, specializzate nella produzione di frutta biologica per la trasformazione, **AGRI BIO L'ARCOBALENO di Agrigento**, che produce agrumi, e **KORE di Marsala** che sta sviluppando la produzione di melograno. Nel prossimo quinquennio l'attività di Apo Conerpo si concentrerà in particolare in queste direzioni: il supporto alla ricerca e sperimentazione, che andrebbe sostenuta anche a livello pubblico, per migliorare la qualità delle produzioni ed aumentare la difesa dalle fitopatie (con particolare riguardo ad alcune emergenze come PSA, moscerino della frutta

o *Drosophila suzuki* e cimice asiatica); l'innovazione di prodotto; il supporto, anche finanziario, alle cooperative socie per l'ammodernamento degli impianti di conservazione e lavorazione dei prodotti ortofrutticoli; l'ulteriore sviluppo delle produzioni a destinazione industriale. Tra gli altri obiettivi di Apo Conerpo, il continuo sviluppo dell'aggregazione; la promozione e valorizzazione dei prodotti dei soci, con la prosecuzione del progetto 'FRUIT24!' e con azioni mirate di supporto alle vendite in stretta collaborazione con le pro-



prie filiali, puntando all'affermazione dei marchi del gruppo anche per il prodotto fresco e sviluppando concrete sinergie con Conserve Italia per i trasformati; l'internazionalizzazione delle vendite, cercando di rimuovere i vari ostacoli che in alcuni paesi impediscono l'ingresso ai prodotti dei nostri soci e creando quindi le condizioni per aprire e creare nuovi mercati.

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

IL VALORE DELLA PRODUZIONE SUPERA I 140 MILIONI DI EURO

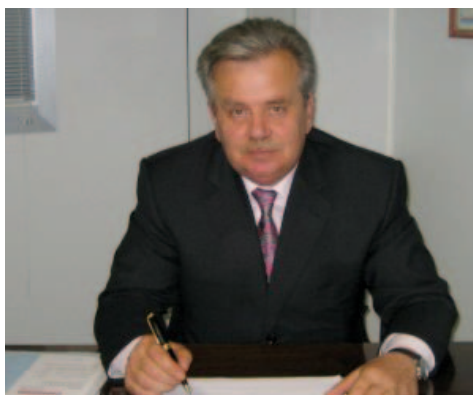
Naturitalia, Roberto Cera confermato alla presidenza

Mario Parisi
Centro Stampa

Un moderno sistema di cooperative specializzate nel settore ortofrutticolo, con produzioni localizzate nelle più vocate regioni italiane.

Nonostante le incertezze economiche in Europa, che hanno creato notevoli problemi sul fronte occupazionale con riflessi negativi sui consumi, penalizzati tra l'altro anche dal protrarsi dell'embargo russo, **Naturitalia ha chiuso positivamente il 2016 con un significativo incremento delle quantità collocate sul mercato (+3,9%) e del fatturato (+14,7%).** A delineare questo scenario l'Assemblea annuale di Naturitalia, società commerciale del Gruppo Apo Conerpo e di Europ Fruit, che ha anche confermato il ferrarese **Roberto Cera alla presidenza** mentre alla vice presidenza ha riconfermato **Adriano Petteni** ed ha nominato **Stefano Andraghetti**.

"Nel 2016 – ha sottolineato il presidente Cera – abbiamo commercializzato complessivamente circa **135.000 tonnellate di ortofrutta da consumo fresco**, di cui quasi **91.000 esitate presso la Grande Distribuzione Organizzata** e oltre **43.000 tonnellate destinate all'esportazione**; il valore della produzione ha superato i **140 milioni di euro**. Un risultato ottenuto grazie alla



migliore valorizzazione dei prodotti conferiti, collocati su mercati particolarmente remunerativi". Anche nel 2016, infatti, Naturitalia ha continuato il suo impegno nell'individuazione



dei migliori sbocchi commerciali per le produzioni ortofrutticole dei soci, sia sul mercato nazionale che su quelli esteri. "La società – ha aggiunto Cera – ha proseguito con sempre maggiore decisione sulla strada dell'internazionalizzazione e parallelamente ha sviluppato ulteriormente l'innovazione, aumentando gli investimenti nella ricerca e sperimentazione, nella consapevolezza che questi elementi costituiscono le chiavi del successo per il settore". "Nata nel 2002 – ha affermato il direttore generale, **Gabriele Ferri** – in questi quindici anni Naturitalia ha registrato uno sviluppo costante e oggi rappresenta un partner qualificato dei più importanti gruppi distributivi italiani ed internazionali. Ai suoi interlocutori, infatti, può offrire una gamma completa di ortofrutta fresca di qualità e moderni servizi quali programmi commerciali personalizzati, forniture costanti e regolari, attività di marketing, assistenza post vendita".

"Per conquistare quote di mercato sempre maggiori – hanno concluso Cera e Ferri – occorre comunicare chiaramente questi plus della nostra produzione che presenta caratteristiche di eccellenza dal punto di vista della qualità organolettica e sotto il profilo della salubrità. Tutto ciò per poter garantire ai nostri agricoltori associati la giusta remunerazione attraverso una adeguata valorizzazione del made in Italy ortofrutticolo".

NATURITALIA IN CIFRE	
Valore produzione (31/12/2016) - Milioni di euro	143
Produzione complessiva – fresco e industria (TON)	420 mila
Centrali di lavorazione (Italia)	38
Piattaforme logistiche (Italia)	5
Tecnici di campagna	58
Responsabili controllo qualità	38

APPROVAZIONE DEL BILANCIO E RINNOVO DELLE CARICHE ALL'ASSEMBLEA

Alegra: crescono volumi commercializzati e fatturato

Lamberto Mazzotti
Centro Stampa

Mauro Laghi nominato Direttore Generale della società; sostituisce Gianni Amidei che dopo 15 anni lascia l'incarico di Consigliere Delegato, ma resta all'interno di altre aziende collegate.

Si è chiuso positivamente l'esercizio 2016 per ALEGRA, business unit del Gruppo ortofrutticolo Apo Conerpo. Il bilancio della società faentina, approvato dall'Assemblea dei soci presieduta dal presidente Pier Giorgio Lenzarini, evidenzia infatti dati decisamente soddisfacenti che dimostrano il buon andamento.

In particolare, i quantitativi di prodotti ortofrutticoli commercializzati sono cresciuti del 5,33% rispetto al 2015, superando quota 1.900.000 quintali, mentre il fatturato del prodotto collocato da Alegra è aumentato dell'8,56%, salendo a 194 milioni di euro.

"L'annata conclusa il 31 dicembre 2016 - ha dichiarato il presidente, Pier Giorgio Lenzarini - è stata positiva grazie alla capacità del nostro Ufficio Commerciale di sviluppare importanti relazioni con nuovi partner del settore rispettando pienamente l'obiettivo di rispondere alle esigenze della importante base sociale".

Dopo l'approvazione del bilancio, l'Assemblea ha provveduto al rinnovo delle cariche sociali per il prossimo triennio. Il nuovo CdA ha confermato alla presidenza Pier Giorgio Lenzarini e alla vicepresidenza Raffaele Drei; ha inoltre conferito l'incarico di direttore generale a Mauro Laghi, 45 anni, faentino, laureato in agraria con un



percorso professionale svolto interamente all'interno del gruppo Agrintesa con ruoli di crescente responsabilità.

"In questi anni Laghi ha dimostrato grandi capacità professionali e umane - ha sottolineato Lenzarini - e potrà quindi proseguire con successo nella direzione indicata dalla società, apportando il dinamismo necessario a rendere Alegra sempre più forte e competitiva sul mercato globale". Esprimendo grande soddisfazione per il prestigioso incarico ricevuto, Laghi



Mauro Laghi, direttore Alegra.

ha garantito il massimo impegno a perseguire tutti gli obiettivi indicati dal nuovo Consiglio di Amministrazione. Complimentandosi con il nuovo direttore generale, il Consiglio di Alegra ha reso merito a Gianni Amidei, che dopo 15 anni lascia la carica di consigliere delegato, ringraziandolo per il grande impegno profuso per la crescita costante della società commerciale.

Alegra è nata e si è sviluppata sotto la guida di Gianni Amidei, che ha messo a disposizione il suo ricco bagaglio di conoscenze ed esperienze per la crescita di un'intera generazione di dirigenti. Ora Alegra, società di riferimento del comparto ortofrutticolo a livello internazionale è strutturata per affrontare il futuro e le prossime sfide nel rispetto della continuità, con determinazione e rinnovate energie.

"Facendo proprio lo slogan 'Insieme più grandi', - ha concluso Lenzarini - in questi anni Amidei, con grande entusiasmo e tenacia, ha fatto compiere un balzo da gigante ad Alegra con un aumento di fatturato di oltre 70 milioni di euro grazie alla firma di accordi commerciali con nuovi partner che hanno permesso di allargare e completare la gamma d'offerta del gruppo e di consolidare proficui rapporti di collaborazione, tuttora attivi".

Gianni Amidei lascia l'incarico di Consigliere Delegato, ma continua ad assicurare il suo insostituibile contributo di esperienza come membro del CdA di Agrintesa e di altre società commerciali collegate.

PROGETTO PROMOSSO PER INCENTIVARE I CONSUMI DI FRUTTA E VERDURA FRESCA

FRUIT24!, secondo anno all'insegna della creatività

Annalita Moruzzi
Centro Stampa

Dopo il successo della prima annualità, nel 2017 sono in cantiere nuove e originali attività promozionali.

Parte con nuove iniziative originali e creative il secondo anno di FRUIT24!, il progetto triennale messo a punto da Apo Conerpo, e co-finanziato da Unione Europea e Mipaaf, per promuovere il consumo quotidiano di frutta e verdura di stagione. Nel primo anno FRUIT24! ha raggiunto i consumatori italiani attraverso vari strumenti: sito (www.fruit24.it), pagina Facebook (<https://www.facebook.com/Fruit24-246950442339334/?fref=ts>), Instagram (www.instagram.com/fruit.24/), eventi consumer organizzati sul territorio, iniziative promozionali nei punti vendita, distribuzione di materiale informativo e una campagna advertising su riviste cartacee e digitali.

"FRUIT24! - dichiara **Davide Vernocchi** presidente di Apo Conerpo - è un programma di informazione e promozione proposto per valorizzare le peculiarità positive della frutta e della verdura nell'alimentazione quotidiana. FRUIT24! ha modernizzato il vissuto di questi prodotti puntando su nuove

modalità e occasioni di consumo nei diversi momenti della giornata, costruendo veri e propri menù, diversi in funzione delle stagioni. Il bilancio positivo della prima annualità viene ora 'capitalizzato' con un ulteriore passo avanti per cogliere tutte le possibilità legate alla positiva evoluzione dei consumi". Secondo una recente indagine di SGMARKETING AGROALIMENTARE - esecutore del progetto - oltre il 38% dei consumatori sceglie i prodotti vegetali come piatto principale ed il 24% come sostitutivo di carne e pesce.

"L'aumento della propensione all'acquisto di vegetali - afferma **Claudio Scalise** managing partner per SGMARKETING - ha raggiunto livelli interessanti, con un +4,9% nei consumi di frutta e verdura rispetto all'anno precedente, confermato dai dati Nielsen al 31 marzo 2017". "Da qui la centralità del Progetto FRUIT24! - aggiunge Scalise - finalizzato proprio a suggerire l'assunzione di frutta e verdura in tutte le occasioni di consumo giornaliero. Nel 2016, le azioni realizzate hanno registrato un grande interesse nei consumatori finali con un tour in 14 città del Centro Nord Italia per un totale di 368 giornate e un numero di contatti molto elevato. Anche le insegne distributive hanno apprezzato il concept di

FRUIT24! che ha coinvolto più di 700 punti vendita per un totale di oltre 6.000 giornate promozionali".

"In questa prossima fase del progetto - annuncia Scalise - la campagna prevede una serie di azioni supportate dalla creatività estetica di nuove realizza-



zioni di Visual Food. Nuove settimane promozionali nei punti vendita delle principali catene distributive si affiancheranno ad eventi dedicati al pubblico con degustazione di prodotti ortofruttili freschi nelle spiagge della riviera romagnola. Inoltre è in programma un road show cittadino con la presenza di un mezzo personalizzato, un team leader e due hostess, nonché di un cuoco specializzato nella realizzazione di presentazioni creative con frutta e verdura. Tutti i nutrizionisti sono d'accordo sull'importanza del consumo di frutta e verdura. **Giorgio Donegani** esperto di nutrizione e di educazione alimentare, sottolinea che "ultimamente si sono moltiplicati gli studi che dimostrano l'utilità di un consumo quotidiano di vegetali freschi; malgrado ciò, ancora troppe persone considerano questi alimenti un semplice accessorio della dieta". "Le campagne informative e di educazione alimentare come FRUIT24! - sottolinea **Duccio Caccioni** esperto di marketing ortofruttilo - sono quindi essenziali per consolidare una corretta cultura alimentare che produce benessere e benefici anche economici, al punto tale che ogni euro speso nell'informazione centuplica il proprio valore se può migliorare gli stili di vita e di acquisto dei consumatori".



NATA PER SOSTENERE E SVILUPPARE LE AZIENDE DEGLI ASSOCIATI

Agrintesa, 10 anni intensi “percorsi insieme” ai soci

Mario Parisi
Centro Stampa

Realtà di punta di Apo Conerpo, conta 4.000 produttori, 2.000 dipendenti e sviluppa un valore della produzione di oltre 290 milioni di euro. Commercializza 295.000 tonnellate di prodotti ortofrutticoli e 1.350.000 ettolitri di vino.

È un anniversario importante quello celebrato a fine maggio da Agrintesa presso la propria sede di Faenza davanti ad una folla rappresentativa di soci, dirigenti e dipendenti e alla presenza di autorità civili locali e rappresentanti del settore. La cooperativa, nata nel 2007 dalla fusione di tre realtà di primo piano aderenti ad Apo Conerpo (Intesa, Agrifrut ed Emiliafrutta), ha infatti festeggiato i 10 anni di attività. Un periodo davvero particolare, in quanto in gran parte caratterizzato dalla pesante crisi economica mondiale, iniziata nel 2008, che ha modificato profondamente lo scenario e continua ancora a far sentire i suoi effetti anche sul settore agricolo ed agroalimentare. “Ciò nonostante – ha dichiarato il presidente, Raffaele Drei – Agrintesa ricopre oggi un ruolo di primo piano nel panorama ortofrutticolo italiano ed europeo a conferma della lungimiranza delle scelte effettuate dieci anni fa”.

“Questo risultato – ha proseguito Drei – dimostra il grande dinamismo della cooperativa e dei suoi soci che, pur di fronte alle difficoltà, hanno continuato a credere ed investire nella

loro attività, puntando con decisione sull’innovazione e la specializzazione”. Nell’ultimo decennio, il comparto ortofrutticolo è stato interessato da cambiamenti radicali con interessanti opportunità commerciali quali l’apertura di nuovi mercati, lo sviluppo di nuove specie e varietà, l’applicazione di pratiche agronomiche tese al rispetto dell’ambiente ed al costante miglioramento della produzione. Contemporaneamente, si è assistito ad una competitività sempre più spinta tra le diverse aree di produzione, spesso sfociata in pericolose crisi di mercato.



“Le scelte compiute nel 2007 da soci, consiglieri e dirigenti delle cooperative da cui è nata Agrintesa – ha affermato il direttore generale, Cristian Moretti – hanno anticipato questi mutamenti e la nostra azienda ha così mostrato di poter affrontare con successo le nuove sfide del mercato globale, sempre più complesso”.

“L’esperienza di questi 10 anni – ha concluso il presidente Drei – può essere letta come una sfida non facile di integrazione tra un modello di reale partecipazione associativa e i progetti

di moderna imprenditorialità agricola di dimensione globale. Ogni socio cooperatore merita un profondo ringraziamento per tutto quanto realizzato e, al tempo stesso, può sentirsi orgoglioso di essere elemento integrante di una azienda giovane, nata nel 2007, ma con un DNA di oltre 50 anni di storia e valori”.

All’evento hanno partecipato numerosi ospiti, tra cui Stefano Bonaccini, presidente della Regione Emilia Romagna, che ha ricordato come in questi ultimi anni l’Emilia Romagna sia stata la prima regione a livello italiano per tasso di crescita sottolineando che il patto

per il lavoro sottoscritto anche dal mondo cooperativo ha contribuito all’obiettivo di ridurre la disoccupazione. Bonaccini ha inoltre ricordato che gli abitanti dell’Emilia Romagna sono abituati a considerare il benessere un obiettivo non solo da raggiungere, ma anche da condividere e che questa filosofia ha animato i rappresentanti di Agrintesa, che hanno compreso

l’esigenza di lavorare insieme.

Maurizio Gardini, presidente Nazionale di Confcooperative, ha ricordato che cooperazione significa vivere insieme la mutualità e la partecipazione e lavorare insieme per il bene di un territorio al fine di dare risposte ai diversi bisogni della comunità.

“Il vero aspetto distintivo delle cooperative – ha aggiunto Gardini – è il patrimonio intergenerazionale in quanto le riserve indivisibili costituiscono un importante elemento di garanzia per il futuro delle cooperative stesse”.

GIANNI AMIDEI LASCIA L'INCARICO DI AMMINISTRATORE DELEGATO

Stefano Soli direttore generale Valfrutta Fresco

Mario Parisi
Centro Stampa

La società si propone di valorizzare le migliori produzioni degli associati attraverso una efficace politica di marca e di garantire una risposta puntuale alle molteplici e mutevoli esigenze dei consumatori.

Cambio ai vertici di Valfrutta Fresco, la società consortile nata nel 2008 con l'obiettivo di valorizzare le migliori produzioni degli associati attraverso una efficace politica di marca, garantendo una risposta puntuale alle molteplici e mutevoli esigenze dei consumatori. Il nuovo Consiglio di Amministrazione eletto dall'Assemblea ha nominato Stefano Soli direttore generale; fino ad oggi direttore commerciale e marketing della società, Soli subentra a Gianni Amidei, che lascia l'incarico di Amministratore Delegato ricoperto sin dal 2008.

20 SPECIE CON CIRCA 100 REFERENZE

Complimentandosi con il nuovo direttore generale, il Consiglio ha espresso un sentito ringraziamento a Gianni Amidei, che attraverso il grande impegno profuso in questi anni ha saputo guidare Valfrutta Fresco con dinamismo e tenacia. La società ha registrato una crescita rapida e costante e commercializza, in Italia e all'estero, 20 spe-

cie ortofrutticole con circa 100 referenze di alta qualità "firmate" dal marchio Valfrutta a cui si aggiunge anche una linea di insalate di quarta gamma con circa 40 referenze.

NUOVI TRAGUARDI SEMPRE PIÙ AMBIZIOSI

"Grazie alla pluriennale esperienza maturata da Stefano Soli nel settore ortofrutticolo, con incarichi di crescente responsabilità, - ha affermato Gabriele Chiesa, confermato presidente dal CdA - Valfrutta Fresco punta a raggiungere nuovi traguardi, sempre più ambiziosi, offrendo ai consumatori una gamma crescente di prodotti 100% italiani, naturali e genuini, freschi e gustosi, garantiti da un sistema di rintracciabilità che consente di conoscere l'intero percorso del prodotto, dalla campagna fino al punto vendita".



Stefano Soli.

Soli ha assicurato il massimo impegno per raggiungere gli obiettivi indicati dal nuovo Consiglio, affermando che la sua azione sarà finalizzata in particolare a portare valore alla filiera dei prodotti ortofrutticoli freschi facendo crescere ulteriormente la marca in tutti i migliori canali distributivi".

PARTNER DELLA GDO

"Grazie al suo know-how all'avanguardia - ha concluso Soli - Valfrutta rappresenta, per la distribuzione, un importante fornitore di prodotti ortofrutticoli di alta qualità e un partner in grado di offrire proposte innovative per aumentare le vendite e soddisfare al meglio i consumatori".

VALFRUTTA FRESCO IN CIFRE	
Aziende associate	5
Aziende fornitrici (2016)	28
Tonnellate prodotto commercializzato (2016, prima e quarta gamma)	oltre 8.400
Canali commerciali: GDO	48,94%
Mercato interno	44,40%
Esportazione	6,66%

DESTINATO AL DETTAGLIO TRADIZIONALE E ALLA GRANDE DISTRIBUZIONE

Valfrutta Fresco presenta il melone *Meloro*

Stefano Soli
Direttore Generale Valfrutta Fresco

Dolce e croccante è coltivato nel rispetto dell'ambiente, secondo i disciplinari della produzione integrata, in Sicilia, nel mantovano e nel basso modenese.

La gamma Valfrutta Fresco si arricchisce di un nuovo interessante prodotto, *Meloro*, un melone della tipologia gialletto con caratteristiche innovative rispetto ai gialletti oggi disponibili sul mercato. Il nome richiama da una parte l'aspetto esteriore del prodotto, quindi la polpa esterna giallo-dorata, e dall'altra intende evidenziare l'eccellenza in termini di caratteristiche organolettiche. La polpa, di colore arancio-chiaro, è infatti estremamente croccante con un sapore aromatico che ricorda quello del miele. Il gusto è un invito al consumo di numerose fette.

A livello di pezzatura, infine, *Meloro* offre un calibro medio-grosso che va da 1,2 kg fino a un massimo di 2 kg nel periodo più tardivo. Questi nuovi meloni sono coltivati nel rispetto dell'ambiente, secondo i disciplinari della produzione integrata, in Sicilia, nel mantovano e nel basso modenese. Il nostro programma di produzione per questa prima annata interessa circa 12 ettari. Alla fine di

maggio sono partiti i primi stacchi di prodotto precoce in Sicilia, nelle aree di Licata e di Marsala (Paceco). Da giugno, si va avanti fino a settembre con le produzioni del Nord Italia.

Meloro fa parte della linea di alta gamma firmata da Valfrutta Fresco e il marchio con le sue caratteristiche distintive ("polpa arancio dolce e croccante") è evidenziato sia nelle confezioni sia nei nastri che avvolgono i singoli pezzi.

Questo prodotto è destinato non solo al dettaglio tradizionale, attraverso la rete dei Maestri della Frutta, ma anche alla grande distribuzione nazionale con un posizionamento premium. L'intera produzione sarà lavorata e confezionata all'interno della cooperativa Italfrutta di San Felice sul Panaro, in provincia di Modena. Ciò permetterà di gestire le consegne in AxA



rispondendo alle specifiche richieste dei singoli clienti con consegna giornaliera sui principali mercati e per la moderna distribuzione. Il prodotto presenta ottime caratteristiche sotto il profilo qualitativo, che sulla base dei test realizzati nel 2016, si mantiene costante durante tutta la stagione e nelle diverse zone.

Per Valfrutta Fresco, *Meloro* rappresenta quindi la promessa al consumatore finale di poter gustare un melone innovativo e sempre di qualità superiore da maggio a settembre.

Riteniamo, in particolare, che sia il prodotto migliore con il quale segmentare l'offerta in termini di caratteristiche qualitative (calore, sapore, profumo, ecc.), e non solo di tipologie di prodotto, al fine di portare valore alla categoria.



PROSEGUE LA CRESCITA DELLA COOPERATIVA DI CONSELICE (RA)

Produzione e fatturato in aumento per CESAC

Lamberto Mazzotti
Centro Stampa

Lo sviluppo continua nonostante la congiuntura economica ancora difficile e il trend negativo dei prezzi dei prodotti agricoli. Risultati positivi per tutti i settori di attività, dalle orticole ai cereali, dal vitivinicolo al mangimistico fino ai servizi.

Nonostante il trend generale negativo dei listini di vendita della maggior parte dei prodotti agricoli, il 2016 ha fatto registrare un'ulteriore crescita per il CESAC, cooperativa aderente a Confcooperative, Apo Conerpo e OP Grandi Colture con sede a Conselice (Ra) e stabilimenti in provincia di Bologna e Ferrara. Sono infatti decisamente positivi i principali dati del bilancio del Centro Economico Servizi Agricoli approvato dall'Assemblea dei soci.

"Il valore totale della produzione – sottolinea il presidente della cooperativa, Stefano Andraghetti – ha superato i 66,6 milioni di euro, con un incremento superiore all'11% rispetto ai quasi 60 milioni di euro dell'annata precedente, mentre i ricavi delle

vendite sono passati da 57,5 a oltre 63 milioni di euro (+9,6%). La produzione conferita si è attestata sulle 147.000 tonnellate, così suddivise: circa 90.000 tonnellate di cereali (in netto aumento rispetto alle 77.000 del 2015), quasi 50.000 tonnellate di orticole, di cui oltre 23.000 di pata-

te e più di 26.000 di cipolle, e 7.600 tonnellate di uva".

"Anche l'andamento patrimoniale risulta soddisfacente – prosegue Andraghetti – con numerosi indici stabili sui livelli dell'anno precedente e alcuni in aumento. Sostanzialmente stazionario sui valori del 2015 l'indice di autonomia patrimoniale, attestatosi a 0,07, l'indice di indebitamento (13,02), l'indice del peso del capitale permanente (0,22) e l'indice di struttura finanziaria (0,79).

In aumento l'attivo fisso, passato da quasi 15.100.000 euro ad oltre 16.150.000 euro, l'attivo circolante (da circa 36,7 ad oltre 40,1 milioni)



e i mezzi propri, da 3,7 a più di 4 milioni di euro, con un aumento superiore all'8%. Crescono anche le immobilizzazioni (e quindi gli investimenti), passate da quasi 15,2 ad oltre 16,1 milioni di euro. Il risultato netto ha superato i 190.000 euro". "L'ultimo esercizio – dichiara il presi-

dente della cooperativa – si è chiuso quindi con una crescita importante, prevista nel piano triennale, e con risultati generali più che positivi".

"Per quanto riguarda le strategie attuate e programmate dalla cooperativa – sottolinea Andraghetti – nell'ambito del Piano Triennale varato l'anno scorso abbiamo messo a punto un nuovo, moderno, programma informatico, che sarà operativo il 1° gennaio 2018, con l'obiettivo di unificare i tre sistemi utilizzati fino ad oggi e poter così potenziare e velocizzare le informazioni gestionali, finanziarie e patrimoniali. Per il 2017, abbiamo inoltre deliberato

importanti investimenti, per migliorare la funzionalità dei nuovi impianti acquisiti, tra cui il nuovo depuratore a Medicina per ampliare le attività orticole, gli interventi di miglioramento degli impianti di stoccaggio dei cereali a San Matteo della Decima e Castel Guelfo, il miglioramento degli impianti della cantina di Conselice, la manutenzione straordinaria dell'impianto di medicina per la produzione

orticola fresca e di quarta gamma". "Si tratta di progetti significativi – conclude Andraghetti – che consentono l'ulteriore consolidamento dell'azienda, garantendo stabilità, innovazione e sviluppo alla cooperativa e, quindi, benessere e progresso al territorio".