

ORTOFRUTTA NOTIZIE

NOVEMBRE-DICEMBRE 2013



**L'ORTOFRUTTA DI QUALITÀ
"CONQUISTA" LA COREA**



**AGRINTESA, IN NETTO AUMENTO
IL VALORE DELLA PRODUZIONE**



**AGROFARMACI, ACCELERARE
L'ARMONIZZAZIONE NELLA UE**

Sommario

- 4 Ocm, grandi investimenti per vincere le sfide
MAURO CARDELLI
- 5 Arrivano da Lazio e Puglia i nuovi soci di Finaf
LISA MARTINI
- 6 L'ortofrutta di qualità "conquista" la Corea
GABRIELE FERRI
- 7 Agrintesa, in netto aumento il valore della produzione
MARIO PARISI
- 8 CIRIO "seduce" i consumatori inglesi
ANNALITA MORUZZI
- 9 Agrofarmaci, lotta alla concorrenza sleale
MARIO PARISI
- 10 I "Maestri della Frutta" promuovono la qualità
LAMBERTO MAZZOTTI
- 11 Agrofarmaci, accelerare l'armonizzazione nella Ue
GIAMPIERO REGGIDORI
- 14 NAV GREEN semplifica la gestione del magazzino
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

In base alla proposta della Commissione Ocm, la riforma "guarda" ad Est?

Davide Vernocchi
Presidente Apo Conerpo

Una volta approvata la riforma della PAC, è ora il turno delle varie OCM di settore. Per quanto concerne quella relativa all'ortofrutta, l'opzione prevista dalla Commissione sembra confermare l'attuale impostazione degli aiuti, incentrata sulla presentazione di Programmi Operativi legati al Valore del Prodotto Commercializzato (VPC) e sul ruolo centrale delle Organizzazioni di Produttori. Un aspetto sicuramente positivo come pure l'intenzione di proseguire nella strada dell'internazionalizzazione, per assicurare nuovi sbocchi commerciali alla produzione ortofrutticola europea di qualità, e nell'ulteriore sviluppo dell'attività di ricerca e sperimentazione, sempre più importante per proporre sul mercato prodotti in linea con le mutate esigenze dei consumatori.



Tuttavia, il reale impatto della riforma potrà essere pienamente apprezzato soltanto dopo una valutazione complessiva che comprende l'esame di altri aspetti importanti quali il miglioramento degli strumenti di prevenzione e gestione delle crisi ma soprattutto le dotazioni finanziarie e le soluzioni ipotizzate per aumentare la concentrazione dell'offerta nei paesi e/o nelle regioni a scarso livello aggregativo. A tale proposito, non condividiamo l'idea di "spostare" le risorse da quegli stati, come l'Italia, che fino ad oggi le hanno utilizzate seriamente per aumentare la concentrazione dell'offerta a quelli in cui l'aggregazione delle imprese ortofrutticole è ancora agli inizi, con particolare riferimento all'Europa dell'Est.

Il sistema ortofrutticolo italiano rifiuta quindi qualunque ipotesi che possa creare modelli di OP di serie A e di serie B penalizzando le aziende che in questi anni hanno seguito con decisione la via dell'integrazione.

Tutto questo anche perché se è vero che nelle regioni settentrionali del nostro paese la concentrazione delle aziende ortofrutticole ha raggiunto un buon livello, nelle aree del Centro Sud resta invece molta strada da compiere e pertanto le risorse comunitarie possono ancora rappresentare uno strumento fondamentale per modernizzare il settore ed aumentarne la competitività.

Nella prossima riforma quindi per noi diventa quanto mai strategico il mantenimento di un budget aperto per il settore come in passato con regole chiare e trasparenti per il riconoscimento delle Op che devono prevedere il controllo esclusivo da parte dei produttori e il conferimento totale.

DEFINITE LE STRATEGIE DI APO CONERPO PER ESSERE PROTAGONISTI

Ocm, grandi investimenti per vincere le sfide

Mauro Cardelli
Direttore Operativo AOP Finaf

Il Programma Operativo della OP Apo Conerpo viene individuato quale strumento principale per il raggiungimento degli Obiettivi indicati dai Regolamenti Comunitari e dalle disposizioni nazionali che disciplinano l'Ocm ortofrutta.

È stato presentato il 18 ottobre alla Regione Emilia Romagna il Programma Operativo poliennale 2014/2017 di F.In.A.F. contestualmente all'Esecutivo Annuale 2014, espressione delle 22 Organizzazioni di Produttori aderenti alla AOP a cui il Programma stesso è stato delegato. Venti di queste OP operano in 6 regioni italiane (7 in Emilia Romagna, 5 in Puglia, 3 in Lombardia, 2 in Lazio, 2 in Sicilia e 1 nelle Marche) e 2 OP sono in territorio francese: complessivamente raggruppano quasi 10.000 produttori agricoli.

Per il 2014 il Valore del Prodotto Commercializzato di F.In.A.F. supera gli 814.500.000 euro (per l'esattezza si attesta a 814.510.708,16 euro), calcolato in base ai regolamenti comunitari applicati ed ai decreti emanati dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali. Si tratta di un importo rilevante che rende F.In.A.F., costituita nel 2001 dalle OP Apo Conerpo e Conserve Gard, leader eu-

ropeo non solo per i valori espressi, ma anche per la grande gamma di prodotti che comprende, sia nel campo del mercato fresco che nel settore della trasformazione.

Il valore del prodotto commercializzato dalla OP Apo Conerpo rappresenta oltre il 60% del totale del VPC della AOP F.In.A.F. Il programma operativo poliennale che Apo Conerpo intende realizzare nel periodo 2014/2017 ammonta complessivamente a circa 187 milioni di euro e si articolerà attraverso l'attuazione di misure e azioni specifiche così come previsto dalla Strategia Nazionale. Per il 2014 Apo Conerpo svilupperà azioni per un totale di circa 45,5 milioni di euro a beneficio delle 45 cooperative associate, che si concretizzeranno nelle seguenti misure:

- azioni tese a pianificare la produzione;
- misure volte a migliorare o a salvaguardare la qualità dei prodotti;
- azioni finalizzate a migliorare le con-

dizioni di commercializzazione;

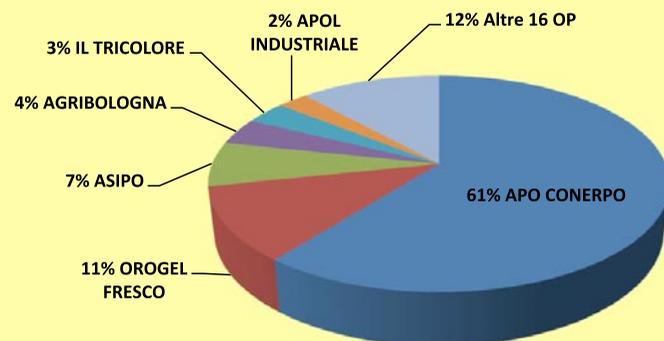
- azioni ambientali;
- misure di prevenzione e gestione delle crisi.

Per quanto riguarda le risorse destinate alla produzione, le azioni programmate per l'anno 2014 si concretizzeranno nei seguenti investimenti:

- la messa a dimora di 490 ettari di frutteti (5,35 milioni di euro);
- l'adozione di impianti di irrigazione e microirrigazione su circa 400 ettari (850 mila euro);
- l'installazione di ali gocciolanti per microirrigazione annuale su 1.680 ettari (circa 500 mila euro);
- la messa in opera di impianti antigrandine su 110 ettari (1,3 milioni di euro);
- l'adozione di circa 230.000 imballi per la raccolta e la conservazione dei prodotti (500 mila euro);
- l'applicazione di sistemi di confusione sessuale su 5.460 ettari (790 mila euro);

- la coltivazione di 460.000 piantine orticole micro innestate (250 mila euro);
- la diffusione di sistemi di Produzione integrata su 19.160 ettari (4,4 milioni di euro);
- l'esecuzione di 4.680 analisi sui residui di fitofarmaci (815 mila euro);
- la realizzazione di azioni di assistenza tecnica in campagna con 376 tecnici (3.180.000 euro).

F.IN.A.F. Programma Operativo 2014 - Ripartizione % VPC



AUMENTANO ANCORA LE STRUTTURE CHE ADERISCONO ALLA AOP

Arrivano da Lazio e Puglia i nuovi soci di Finaf

Lisa Martini
Ufficio OCM e Progettazione Finaf

Le nuove adesioni rafforzano ulteriormente la base della AOP ed aumentano la sua competitività.

Continua a crescere la base sociale di F.In.A.F., l'Associazione di Organizzazioni di Produttori costituita nel 2001 dalle OP Apo Conerpo e Conserve Gard che attualmente gestisce il Programma Operativo di 22 OP associate.

Le ultime adesioni, in ordine di tempo, riguardano tre importanti realtà del panorama ortofrutticolo italiano: le OP **Fimagri** e **La Palma** con sede in Puglia nel Foggiano e la OP **Horta** di Tarquinia in Lazio.

Nata nel 2004, **Fimagri**, con sede a Manfredonia (FG), vanta una lunga esperienza nella produzione del pomodoro da industria, coltivato nella vasta pianura di Foggia, da sempre vocata alla produzione di questa coltura. L'ampia gamma comprende anche altri ortaggi per il mercato fresco come asparagi, carciofi, melanzane, cavoli, peperoni, zucche e zucchine. Alla OP aderiscono complessivamente 65 produttori per una superficie pari a circa 450 ettari. Negli ultimi anni Fimagri è riuscita a consolidare la propria posizione sul mercato del pomodoro da industria nonostante le crescenti difficoltà del settore, aumentando contemporaneamente il fatturato relativo al comparto del fresco e riuscendo a raggiungere un Valore della Produzione Commercializzata pari a circa 3,5 milioni di Euro. L'altra OP pugliese entrata in F.In.A.F., la cooperativa **La Palma** di Lesina (FG), è stata fondata nel 1984 e nel

2012 ha ottenuto il riconoscimento ai sensi del Regolamento 1234/2007. Con una base sociale complessiva di 147 produttori soci, una superficie di circa 832 ettari e un Valore della Produzione Commercializzata pari a circa



6,8 milioni di euro, opera nel foggiano, in particolare a Lesina, pur avendo soci anche in Abruzzo, Molise Campania e Lazio. Il prodotto principale è il pomodoro da industria, che rappresenta il 90% della produzione complessiva, mentre il restante 10% è composto da altre specie orticole quali broccolo, finocchio ed insalata.

La OP laziale che ha aderito a F.In.A.F., **Horta** società cooperativa agricola, è stata costituita nel 2009 per iniziativa di un gruppo di imprenditori ortofrutticoli della provincia di Viterbo ed è stata riconosciuta come OP dalla Regione Lazio nel 2010.

La base sociale è composta da 34 produttori agricoli operanti tutti nel territorio laziale tra le provincie di Roma e Viterbo con una spiccata vocazione alla coltivazione di prodotti orticoli per il mercato del fresco, in particolare melone, cocomero, finocchio e cavolfiore, ma anche seppur in misura minore asparagi, cicorie, carciofi, fave, insalate e pomodori da mensa, per una superficie complessiva pari a circa 684 ettari.

Per quanto riguarda le orticole da industria, una produzione di particolare rilevanza (pari a circa il 20% del totale) è rappresentata dal pomodoro. Il VPC raggiunto dalla OP nel corso del 2012 ha sfiorato i 5,5 milioni di euro.

“Con l'adesione di queste nuove OP – dichiara il presidente, Roberto Cera – si amplia e si rafforza ulteriormente la base sociale di F.In.A.F., che associa strutture operanti in tutti i settori del panorama ortofrutticolo, dal comparto del fresco a quello del trasformato. L'AOP assume così una sempre maggior valenza come elemento di aggregazione fra le principali realtà ortofrutticole europee, anche alla luce dell'ampia gamma di servizi offerti ai soci nell'ambito della gestione dei Programmi Operativi”. “Parallelamente – conclude Cera – il costante incremento dei soci di F.In.A.F. consente altresì di favorire la maggiore integrazione possibile tra la produzione e la commercializzazione dei prodotti ortofrutticoli coltivati nell'area mediterranea al fine di fornire le risposte più adeguate alle nuove esigenze del mercato e dei consumatori”.

IL CONSUMATORE PREMIA I PRODOTTI MIGLIORI COME ASPETTO E SAPORE

L'ortofrutta di qualità "conquista" la Corea

Gabriele Ferri
Direttore Generale *Naturitalia*

Il kiwi è l'unico prodotto italiano a cui questo Paese ha recentemente aperto i confini. *Naturitalia* propone un'offerta in grado di rispondere alle esigenze dei consumatori coreani, particolarmente attenti alle caratteristiche organolettiche dei frutti e al loro aspetto esteriore.

Oltre ad offrire una nitida fotografia della situazione internazionale del kiwi, l'incontro dell'Iko svoltosi recentemente a Seul ha rappresentato anche un'occasione importante per approfondire le conoscenze del mercato all'ingrosso della Corea del Sud e le politiche distributive adottate dalla prima catena distributiva di quel Paese. A questo proposito, è stato possibile verificare che se le metodologie organizzative e commerciali del mercato all'ingrosso sono sostanzialmente simili a quelle seguite nel resto del mondo, l'atteggiamento della GDO è decisamente diverso. Passando alcune ore nel reparto ortofrutta di E-MART, la prima catena distributiva coreana, ad osservare il comportamento degli addetti e dei consu-

matori abbiamo infatti notato sostanziali differenze rispetto a quanto normalmente accade nei punti vendita delle più importanti catene europee. Sul fronte distributivo siamo rimasti colpiti dall'elevato standard qualitativo dei prodotti per quanto concerne il calibro e l'aspetto, dal prezzo, dal grande numero di persone che lavorano nel reparto, dall'attenzione quasi maniacale all'ordine della merce esposta e alla pulizia, nonché dalle numerose iniziative di degustazione organizzate nell'ambito della giornata all'interno del punto vendita.

Anche il consumatore poi evidenzia un atteggiamento diverso, più maturo, rispetto a quanto si può osservare nei supermercati europei: sceglie i prodotti con estrema cura e attenzione senza rovistare e danneggiare gli altri frutti presenti negli espositori, mostra grande interesse per le degustazioni ponendo numerose domande molto tecniche sulle principali caratteristiche del prodotto proposto dalle promoter, che sono in grado di fornire risposte puntuali ed esaurienti anche perché spesso sono dipendenti della stessa catena distributiva e non occasionali collaboratrici legate soltanto alle iniziative promozionali.

Verificare che in qualche paese del mondo i consumatori esprimono grande apprezzamento per i prodotti ortofrutticoli di qualità riempie di gioia chi, come *Naturitalia*, ha da sempre "sposato" questa strada per offrire ai propri clienti di tutto il mondo produzioni con elevati standard organolettici e gustativi ottenute nel pieno rispetto dell'ambiente. Conoscendo



bene tutte le difficoltà e i sacrifici necessari per produrre qualità è quindi motivo di soddisfazione vedere che questi plus vengono accolti con grande entusiasmo. Attualmente, l'unico prodotto ortofrutticolo ammesso in questo mercato è il kiwi e per rispondere alle alte aspettative dei consumatori coreani è necessario indirizzare a questo paese i frutti migliori in termini di aspetto, grado Brix e sostanza secca. In questo modo dimostriamo di saper offrire i prodotti giusti a chi è disposto ad apprezzare e premiare la qualità rendendo facilmente riconoscibili queste caratteristiche. Tutto ciò però contrasta con la tendenza a raccogliere in anticipo il kiwi purtroppo ancora diffusa in alcune aree del nostro Paese. Fortunatamente il fenomeno è in netta diminuzione rispetto al recente passato e sono fiducioso che presto scomparirà del tutto anche grazie all'attento lavoro che i tecnici delle aziende socie del Consorzio Kiwifruit of Italy (KOI) stanno svolgendo per assistere i produttori nella definizione della giusta data di raccolta.



NELL'ESERCIZIO 2012/2013 HA SFIORATO I 275 MILIONI DI EURO (+15%)

Agrintesa, in netto aumento il valore della produzione

Mario Parisi
Centro Stampa

Efficienza gestionale e moderne strategie commerciali all'origine del successo della cooperativa faentina aderente ad Apo Conerpo.

È decisamente positivo il bilancio di Agrintesa che, nonostante la crisi economica, ha chiuso l'esercizio 2012/2013 con un valore della produzione in netto aumento rispetto all'annata precedente, attestatosi sui 274,4 milioni di euro, un livello mai raggiunto prima d'ora, e con un utile di 798.000 euro.

La commercializzazione ha interessato, complessivamente, poco meno di 2.600.000 quintali di prodotti ortofrutticoli e circa 1.250.000 ettolitri di vino. Questi dati sono stati illustrati dal presidente di Agrintesa, Raffaele

Drei, e dal direttore, Cristian Moretti, in occasione delle assemblee comprensoriali svoltesi a Castelfranco Emilia (Mo), Forlì, Bagnacavallo (Ra) e Faenza (Ra). "Le indicazioni emerse dal bilancio – afferma il presidente Raffaele Drei – testimoniano la crescita della nostra cooperativa che può contare oggi su più di 5.000 soci, un patrimonio netto di oltre 107,6 milioni di euro, quasi 1.900 dipendenti, tra fissi e stagionali, 16 punti vendita e 26 stabilimenti".

"Nell'esercizio chiuso al 30 aprile 2013 – prosegue Drei – Agrintesa ha visto aumentare significativamente i propri ricavi pur a fronte di una generale contrazione della produzione provocata soprattutto dalle



avverse condizioni climatiche. Soddisfacenti quindi le liquidazioni erogate ai soci che nel complesso raggiungono valori importanti grazie all'ottimo trend del settore vitivinicolo e al buon andamento del comparto ortofrutticolo, soprattutto per i prodotti autunno-invernali".

"Ciò indica anche che il piano industriale messo a punto negli ultimi anni sta cominciando a generare risultati – dichiara il direttore Cristian Moretti. La radicale riorganizzazione delle strutture produttive frutticole e vitivinicole, con la sempre maggiore specializzazione e concentrazione delle lavorazioni, ha infatti consentito di razionalizzare e ridurre i costi fissi e di innalzare ulteriormente il livello qualitativo dei prodotti".

"In questo costante percorso di crescita e miglioramento – conclude Moretti – nell'esercizio scorso sono stati investiti quasi 7,5 milioni di euro e Agrintesa ha potuto inoltre rafforzare la sua leadership adottando mirate strategie commerciali di diversificazione e valorizzazione della propria produzione ortofrutticola e vitivinicola".

Liquidazioni record per l'uva

“Dopo alcune annate difficili e una vendemmia 2011 in ripresa, nell'ultimo esercizio, riguardante il raccolto 2012, il comparto vitivinicolo ha fatto registrare ottimi risultati che hanno consentito di garantire ai soci una redditività in sensibile aumento, finalmente su livelli più che positivi”: è quanto afferma Cristian Moretti, direttore di Agrintesa. “Complessivamente – prosegue Moretti – le liquidazioni della vendemmia 2012 hanno superato i 63 milioni di euro, un valore record che premia la fedeltà dimostrata dagli associati e testimonia la validità delle scelte della nostra cooperativa, confermatasi primo produttore vitivinicolo sia in termini di quantità che di valore del conferimento”.

“Attraverso il profondo processo di razionalizzazione e modernizzazione portato avanti in questi anni – dichiara il direttore della cooperativa – la cantina ha infatti migliorato costantemente i processi di lavorazione, perfezionando le proprie tecnologie e contenendo i costi gestionali. Importanti, per il raggiungimento di questi risultati, anche il lavoro di riconversione degli impianti e la costante riqualificazione della produzione”.



PROSEGUE LA CRESCITA ALL'ESTERO DELLO STORICO MARCHIO ALIMENTARE

CIRIO "seduce" i consumatori inglesi

Annalita Moruzzi
Centro Stampa

Sempre più diffusa la presenza negli assortimenti d'importanti catene distributive del mercato britannico. In futuro nuovi investimenti nel Progetto Usa.

Prosegue senza soste la crescita di CIRIO all'estero. Grazie all'elevata qualità dei suoi prodotti, infatti, il marchio del made in Italy alimentare che fa capo a Conserve Italia ha conquistato anche il difficile mercato inglese. Da alcuni mesi i prodotti CIRIO hanno raggiunto un importante posizionamento sugli scaffali di Sainsbury, una delle principali catene distributive britanniche, rafforzando così ulteriormente la propria notorietà. La partnership con questa importante insegna si è avviata dopo la positiva conclusione dei test realizzati per sondare il grado d'interesse e l'orientamento dei consumatori. Inizialmente, la distribuzione dei prodotti CIRIO ha interessato un numero limitato di sto-



Cesare Concilio.

res, ma si è presto allargata, con ben 6 referenze a base di pomodoro, all'intera rete di Sainsbury, costituita da oltre 500 punti vendita diffusi su tutto il territorio inglese. Il lancio della Passata 500 CIRIO in pet in due versioni (naturale e aromatizzata) ha coinvolto invece 200 stores.

"La conquista del mercato britannico, molto rilevante per valorizzare ulteriormente la nostra presenza commerciale, è motivo di grande soddisfazione per Conserve Italia - sottoli-

nea il direttore commerciale estero, Cesare Concilio - dal momento che oggi il marchio CIRIO è distribuito da due tra le maggiori realtà inglesi della Grande Distribuzione, come Sainsbury e Waitrose". "Queste due importanti insegne distributive - secondo le direzioni commerciale & marketing - rappresentano i partner ideali per Conserve Italia in Gran Bretagna per la tipologia dei loro clienti finali, che vengono definiti "foodies" (amanti del buon cibo), e per questo rappresentano i contesti commerciali migliori per far conoscere ed apprezzare l'alta qualità dell'offerta CIRIO".

"Attualmente - afferma Diego Pariotti, deputy export director PL & Brands - stiamo registrando ottimi risultati di vendite per i prodotti CIRIO non soltanto nella Grande Distribuzione, ma anche nel mercato "etnico" e nel canale dei wholesalers (grossisti), al punto che il marchio ha raggiunto una tale diffusione sul mercato inglese da essere oggi un brand riconosciuto da larga parte dei consumatori d'oltremarina. Non è certo un caso, quindi, se due importanti chef londinesi hanno scelto le specialità CIRIO in maniera del tutto anonima per garantire gusto e naturalità ai propri piatti".

"Per il futuro - hanno concluso Concilio e Pariotti, dal mese di luglio nuovi Managing Directors della sede in Inghilterra - stiamo sviluppando un progetto commerciale indirizzato al mercato statunitense, dove abbiamo ottenuto un primo riscontro molto positivo anche perché i prodotti CIRIO sono già presenti regolarmente negli scaffali di ShopRite nell'East Coast".

Cirio ci mette il cuore

È il cuore l'elemento della nuova immagine CIRIO che esprime i valori di una delle marche storiche del made in Italy alimentare e rinnova così il profondo legame con il consumatore, valorizzando ancor di più la propria expertise unica con la quale ha lasciato un segno indelebile nelle abitudini alimentari degli italiani. Il felice payoff "Cuore Italiano" rende esplicito il posizionamento della marca. Con passione CIRIO coltiva e seleziona



i migliori pomodori italiani e con forte impegno dona agli amanti della buona tavola il vero sapore di pomodoro italiano. Oltre al logo, il rinnovo dell'immagine delle confezioni è l'altra grande novità con la quale CIRIO ripropone con efficacia la propria personalità vincente. Un'immagine attuale, dinamica e vicina al consumatore, che punta a mettere in risalto il gusto originale, la semplice rusticità dei propri prodotti e l'appetizing.

DI FRONTE AI PERMESSI ECCEZIONALI CONCESSI AD ALCUNI PAESI

Agrofarmaci, lotta alla concorrenza sleale

Mario Parisi
Centro Stampa

Il tema è stato al centro del convegno organizzato da Agrinsieme al Macfrut, che ha anche sottolineato l'importanza dell'aggregazione per accorciare la filiera ed aumentare la competitività. Tutto questo alla vigilia di importanti decisioni sul piano politico che, se opportunamente utilizzate, potranno risultare decisive per lo sviluppo organico del settore.

“In un mercato sempre più globale anche per l'ortofrutta servono regole comuni per competere”: lo ha dichiarato il presidente di Confcooperative, Maurizio Gardini, durante il convegno “Verso il 2020” organizzato da Agrinsieme nell'ambito del Macfrut. “A questo proposito – ha affermato Gardini – non si capisce perché in alcuni Paesi come la Spagna siano concesse autorizzazioni eccezionali al commercio e all'impiego degli agrofarmaci su alcune colture. Una

pratica da condannare in quanto di fatto crea una concorrenza commerciale sleale nei confronti di quei Paesi, come l'Italia, che rispettano le regole e danneggia in particolare le esportazioni”. Secondo Agrinsieme, in Europa non c'è quindi uniformità sull'utilizzo degli

agrofarmaci. Mentre in certi Paesi l'uso di alcune sostanze è consentito, in situazioni di emergenza e per alcuni periodi, in Italia le autorizzazioni vengono invece negate o rilasciate con estrema lentezza.

Le organizzazioni agricole e cooperative riunite in Agrinsieme hanno così inviato una lettera al Ministero delle Politiche Agricole per chiedere che venga affrontato con urgenza questo tema al fine di avviare un reale processo di armonizzazione delle autorizza-



zioni all'interno dell'Unione Europea. E non si è fatta attendere la risposta del Ministero, che a sua volta ha inviato una lettera al Ministero della Salute per sollecitare un impegno in sede europea per evitare situazioni che arrechino danni ai produttori italiani. All'azione del Ministro Nunzia De Girolamo ha poi fatto seguito l'annuncio del Presidente della Commissione Agricoltura del Parlamento Ue, Paolo De Castro, che intende avviare una serie di approfondimenti in seno al Parlamento europeo nel corso dei quali verranno valutati tutti i possibili interventi, compresa una interrogazione scritta alla Commissione Europea. Ringraziando il Ministro De Girolamo e il Presidente De Castro per le loro azioni, che dimostrano la capacità del sistema Paese di farsi interprete delle esigenze e dei problemi dei produttori e l'attenzione con cui le Istituzioni nazionali e comunitarie intendono seguire il problema, Agrinsieme auspica che arrivino risposte concrete in grado di mettere fine a situazioni di concorrenza sleale e che vadano nella direzione di un non più rinviabile processo di armonizzazione.

L'agricoltura vale il 17% del PIL

Anche per il settore agricolo il 2012 è stato l'anno peggiore dall'inizio della crisi economica con una caduta del valore aggiunto, in termini reali, del 4,4% rispetto all'anno precedente. Il calo è stato più forte nelle ripartizioni settentrionali (-5,1%), colpite dal lungo periodo siccitoso estivo che ha danneggiato tutti i comparti agricoli. Il settore ha risentito anche della battuta d'arresto degli investimenti diminuiti del 9,6% in termini reali. D'altro lato si registrano anche dei segnali positivi sulla tenuta del settore agricolo italiano e sul suo ruolo centrale nell'economia del Paese.

L'agricoltura è infatti in grado di muovere, a monte e a valle, un giro d'affari del valore complessivo di 252 miliardi di euro, pari al 17% del PIL italiano. Questi dati, insieme ad un'ampia fotografia del settore, sono contenuti nella 26ª edizione della pubblicazione “L'agricoltura italiana conta” realizzata dall'Inea.



SI PARTE CON OLTRE 220 DETTAGLIANTI SPECIALIZZATI

I “Maestri della Frutta” promuovono la qualità

Lamberto Mazzotti
Centro Stampa

Si tratta di un progetto innovativo proposto da Valfrutta Fresco, insieme ad altri importanti protagonisti del settore, quali Dole Italia e consorzio Vog con il brand Marlene®, per migliorare costantemente la valorizzazione dei prodotti.

Un club esclusivo di dettaglianti specializzati in ortofrutta con l'obiettivo di trasferire sempre meglio il valore dei loro prodotti al consumatore finale: è quanto prevede l'innovativo progetto “Maestri della Frutta” finalizzato a mettere in contatto diretto chi produce e chi distribuisce ortofrutta e promosso da Valfrutta Fresco, società commerciale del Gruppo Apo Conerpo, insieme ad altri due importanti player del settore quali Dole Italia e Vog.

Protagonisti dell'iniziativa sono i mi-



gliori fruttivendoli italiani, che ricoprono un ruolo di primo piano quando si desidera comunicare ai consumatori, con chiarezza e competenza, informazioni precise sui diversi prodotti ortofrutticoli, sulle loro caratteristiche organolettiche specifiche e sulle migliori modalità di consumo. Il progetto “Maestri della Frutta” coinvolge un'ampia e qualificata platea di dettaglianti composta inizialmente da **più di 100 professionisti** concentrati in **Emilia Romagna, Veneto e Puglia** ed in particolare nelle città di **Bologna, Verona e Bari**, a cui se ne aggiungeranno a breve **altri 120 a Forlì, Cesena, Rimini, Lecce e Taranto**, con l'obiettivo di arrivare, entro tre anni, alla copertura dell'intero territorio nazionale.

Attraverso questo innovativo progetto di marketing, Valfrutta Fresco intende presidiare in tutta Italia il canale di vendita specializzato nell'ortofrutta alla luce del suo ruolo strategico. Nell'ultimo anno, infatti, i fruttivendoli hanno registrato un leggero, ma significativo au-

mento della quota di mercato arrivando al 20% del totale, percentuale che sale al 40% se si aggiungono ambulanti e mercati rionali.

La scelta dei dettaglianti specializzati come partner del progetto deriva anche dall'apprezzamento mostrato da questi operatori per i marchi dei produttori, che trovano veri e propri fiori all'occhiello dell'ortofrutta nell'ampia gamma “firmata” da Valfrutta, garanzia di una fornitura regolare e continuativa di un assortimento completo di prodotti di altissima qualità. Valfrutta Fresco si propone infatti 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 moderni.

Potendo vantare una presenza consolidata ed articolata nei canali distributivi moderni, con questo progetto Valfrutta Fresco desidera aumentare il suo presidio del canale tradizionale, oggi oggetto di profonde trasformazioni, con un'attività costante e capillare che un'iniziativa di ampio respiro come i “Maestri della Frutta” può tranquillamente garantire.

Il progetto prevede un utilizzo innovativo, a livello locale, dei tradizionali strumenti di comunicazione di massa (above the line) selezionati in modo flessibile a seconda del messaggio da veicolare: radio, televisione, affissione, carta stampata, eventi. Le attività promozionali sul campo (below the line) saranno gestite da un team di responsabili di area qualificati che assicureranno un'assistenza costante ai partecipanti.



Da sinistra: Stefano Soli - Valfrutta Fresco, Vittorio Grotta - Dole Italia, Gerhard Dichgans - Vog.

OCCORRE UNIFORMARE L'AUTORIZZAZIONE AL COMMERCIO E ALL'IMPIEGO

Agrofarmaci, accelerare l'armonizzazione nella Ue

Giampiero Reggidori
Ufficio Produzioni Agricole Apo Conerpo

Fra emergenze fitosanitarie, cambiamento della normativa europea in materia di autorizzazione al commercio e all'impiego degli agrofarmaci, politiche europee sull'Agricoltura Sostenibile, stiamo attraversando una delicata fase di passaggio che complica la filiera produttiva creando sleali concorrenze commerciali fra gli stessi paesi.

Si dice spesso che "ripetere giova" e per i temi che affronteremo in queste pagine il detto è più che mai calzante. Coltivare la terra, nella visione tradizionale dell'agricoltura, evoca paesaggi bucolici, vita all'aria aperta, rispetto dei cicli naturali, raccolta di buoni frutti.

In realtà le cose non sono proprio così e, come sostengono gli addetti ai lavori, il progresso tecnologico ha in parte complicato la coltivazione della terra. Nel tentativo di armonizzare le opportunità e stabilire regole omogenee di mercato in diversi comparti del settore, rischiamo infatti di trovarci in una situazione opposta. Potenza dell'uomo! **Pertanto ritorniamo su questi temi anche nel nostro mensile per fare il punto in particolare sulle problematiche fitosanitarie, in campo e in post raccolta.**

Oggi l'autorizzazione al commercio e all'impiego degli agrofarmaci in Europa è disciplinato dal Regolamento 1107 dell'Ottobre 2009 che uniforma le modalità di registrazione, commercializzazione e impiego degli agrofarmaci nei paesi Europei.

Le regole però non sono completamente uguali in tutta Europa perché essendo diverse le coltivazioni principali diffuse al Sud e al Nord anche le esigenze (secondo l'Europa) non sono identiche. Quindi l'omogeneità è stata di fatto circoscritta ai paesi di ognuna della 3 sottozona in cui è stata divisa l'Europa. La nostra macrozona (chiamata anche zona 3 o zona sud) è composta da Italia, Spagna, Portogallo, Francia, Grecia, Bulgaria, Cipro e Malta. Paesi che hanno coltivazioni e clima, e quindi esigenze in materia di difesa fitosanitaria, abbastanza simili.

Nel tentativo di correre ai ripari in situazioni fitosanitarie particolari locali e temporanee di uno Stato Membro, il Regolamento però prevede il ricorso all'articolo

53 che permette, per "situazioni di emergenza fitosanitaria", su richiesta del mondo della produzione, l'autorizzazione d'uso, al massimo per 120 giorni, di una sostanza attiva (con eventuali nomi dei prodotti commerciali sottesi) con-

tro un'avversità su una coltura.

Il ricorso a questa modalità oggi è gestito in modo più o meno largo (o restrittivo) dai diversi Stati Membri e crea quindi opportunità diverse che si traducono in concorrenza commerciale poco leale sui mercati. Aggiungiamo poi che la nuova normativa si sovrappone ancora a quella decaduta, la Direttiva 414/1991 recepita in Italia con il Decreto Legislativo 194 del 1994 e che ha disciplinato, fino a ieri, registrazioni, immissioni in commercio e modalità d'impiego dei fitofarmaci.

Pertanto ci sono ancora molecole in fase di revisione come previsto dalla Direttiva stessa e se saranno revocate la società produttrice dovrà ripresentare nuovi dossier per una nuova



Foglie di kiwi colpite da batteriosi.



Monilia del pesco.

valutazione sulla base del Regolamento 1107/2009.

L'obiettivo rimane comunque arrivare nel giro di 2-3 anni al definitivo allineamento delle autorizzazioni d'uso degli agrofarmaci negli Stati Membri di ogni sottozona.

Vediamo allora qualche esempio di esigenze nel campo della difesa, che vengono purtroppo affrontate in modo diverso da paese a paese, con l'ausilio dell'art. 53. Senza ovviamente voler qui disquisire sulle valutazioni tossicologiche ed ambientali che hanno portato alla revoca delle sostanze di cui parliamo e che ovviamente hanno ogni buona ragione d'essere.

Carota: difesa dai nematodi del suolo con 1-3 dicloropropene, revocato.

Per molte coltivazioni orticole la difesa dai nematodi del suolo si è complicata a seguito della revoca delle sostanze attive fino a ieri impiegate. Il Ministero della Sanità autorizza "l'uso di emergenza" su richiesta dei produttori "sulle colture del tabacco (dal 15 marzo 2013 al 12 luglio 2013) e della fragola (dal 1 giugno 2013 al 28 settembre 2013) con la composizione e alle condizioni indicate nelle etichette allegato al decreto". Non con-

cede però l'uso di emergenza per la coltura della carota, mentre in Francia è stato concesso. E questa è già una prima discriminazione.

Fragola: revoca dell'uso della Cloropicrina per la disinfezione dei suoli.

Il 18 giugno 2013 è stato autorizzato l'uso per 120

giorni, a partire dal 1° Luglio 2013, del prodotto fitosanitario TRIPICRIN 2013 a base della sostanza attiva Chloropicrina. Da usare come agente fumigante per il controllo di patogeni fungini del suolo per la difesa del pomodoro in serra e della fragola in campo ed in serra. Il problema della geodisinfezione dei terreni si presenterà in tutta la sua concretezza perché sono ormai revocate le sostanze attive più efficaci. Le alternative si studiano sia tra le pratiche agronomiche fondamentali come la rotazione e la successione culturale adeguata, sia con le tecniche biofisiche come la biofumigazione, la solarizzazione e la termovaporizzazione. Altri fumiganti del suolo adesso disponibili, quali Dazomet e Metam Sodio, non possono essere considerati alternativi alla Cloropicrina vista la loro minore efficacia fungicida. Inoltre l'autorizzazione del Dazomet permette l'uso soltanto una volta ogni tre anni sul medesimo appezzamento, limitando quindi le possibilità di una disinfezione adeguata, mentre i formulati a base di metam sodio non sono autorizzati sulle coltivazioni di fragola.

Pomacee, drupacee ed altre frutti-

cole: mancanza di insetticidi efficaci, come il Dimetoato, su alcune avversità quali la Drosophila suzuki e la Ceratitis capitata.

Gravi danni nelle produzioni frutticole sono oggi causati da Drosophila Suzuki e da Ceratitis capitata, quest'ultima tristemente famosa come Mosca Mediterranea. La revisione degli agrofarmaci attuata nell'ambito della Direttiva 414/1991 ha ridotto le disponibilità di sostanze attive efficaci, anche se solo in parte, nella difesa da questi insetti. Un esempio è il Dimetoato. Per questo motivo le Organizzazioni dei Produttori già dal 2011, poi di nuovo nel 2012, formalizzarono la richiesta di autorizzazione per "uso di emergenza" su diverse colture, piccoli frutti, ciliegio e altre. Sempre però con esito negativo. Intanto Spagna e Francia acconsentirono all'autorizzazione. Anche questa è una discriminante che crea concorrenza sleale. Qualche nuova sostanza attiva è in corso di valutazione per aver già dimostrato una certa efficacia, ma come si sa il processo di registrazione è piuttosto lungo.

Conservazione pere in post raccolta, in particolare difesa dal "riscaldamento superficiale".

I trattamenti post raccolta con antiossidanti sono indispensabili per difendere il prodotto da ossidazione dell'epidermide (fisiopatia nota come "Riscaldamento Superficiale") che provoca grave deprezzamento delle pere in conservazione. Gli antiossidanti storicamente utilizzati su pomacee (etossichina e difenilammia) non sono più autorizzati dalla normativa vigente. In Spagna e Portogallo è stata invece concessa l'autorizzazione all'impiego di emergenza su pere della molecola Etossichina anche per l'annata 2013/2014 (sfruttando l'art. 53 del Regolamento 1107/2009). Per l'Italia è stata concessa solo per la campagna 2012. E anche in questo caso emerge la discriminante che genera concorrenza commerciale poco leale.

Oggi, in Italia, l'unica possibilità allo

studio per la protezione delle pere dal riscaldamento superficiale è rappresentata dal trattamento con 1-metilciclopropene (prodotto commerciale Smart Fresh). Influenzando il metabolismo respiratorio del frutto l'1-metilciclopropene ha effetti secondari sulla manifestazione del riscaldamento. Tale prodotto, già messo a punto per le mele, ha ancora bisogno di approfondimenti sperimentali per le pere. Servirebbe ancora la pari opportunità dell'uso di emergenza dell'Etossichina nei paesi europei produttori di pere, ovviamente anche solo per pochi anni, nell'attesa delle alternative.

Difesa post raccolta (da funghi) delle drupacee, in particolare pesche, nettarine, susine e ciliegie

Le drupacee soffrono dell'aggressione di alcune avversità (vedi monilie infettanti i frutti in campo) che con andamenti climatici umidi e piovosi durante la primavera-estate riducono la conservabilità post raccolta. In generale è richiesta quindi una difesa (corposa per numero di interventi e costosa) in campo per tentare di migliorare la conservabilità e la "tenuta" in post raccolta. Da molti anni le sperimentazioni hanno dimostrato che l'intervento post raccolta (con vari agrofarmaci, comunque fra quelli già autorizzati sulla pianta) produce maggiori effetti conservativi rispetto alla somma di tanti interventi in campo. Sarebbe necessario riprendere l'argomento degli interventi post raccolta drupacee, sia per ridurre l'impatto agrofarmaci che il costo sostenuto. Anche in questo caso esiste una concorrenzialità commerciale scorretta derivata da differenti possibilità tecniche fra i paesi europei e quelli extraeuropei che possono eseguirli (legalmente) e spesso hanno ancora (legale) l'uso del bromuro di metile per la disinfezione delle celle. Ovviamente non si vuole arrivare a riammettere l'utilizzo del bromuro di metile, ma occorre riaprire il confronto sul tema "post raccolta" delle drupacee, considerando anche che per altre specie si sono

avute autorizzazioni in tal senso.

Fitoregolatori finalizzati ad un'allegazione equilibrata ed omogenea. In particolare per pesco, susino e uva da tavola.

Tema che presenta criticità forti, in particolare per la situazione che si è creata fra un paese come

l'Italia ed il resto dell'UE. In Italia non ci sono fitoregolatori ammessi allo scopo mentre in Europa se ne fa un uso più marcato, in quasi tutti i paesi, in particolare con un prodotto a base di "pacobutrazolo" sul pesco, regolarmente registrato come brachizzante, per aumentare l'allegazione, favorirne l'omogeneità e l'uniformità sulle varie parti della pianta. Contribuendo anche alla riduzione dei costi di gestione del frutteto, in particolare per il diradamento manuale. Anche questo è un caso che determina differenze di opportunità fra molti Paesi della UE e l'Italia (dove al momento non è autorizzato). Sarebbe meglio che l'utilizzo fosse ammesso in tutti i Paesi che ne dimostrino l'esigenza oppure che il divieto fosse valido per tutti. Tra l'altro questo principio attivo, essendo autorizzato regolarmente in quasi tutti i paesi della UE, potrebbe esserlo anche in Italia applicando l'art. 40 del regolamento 1107/2009 (Mutuo Riconoscimento).

Ovviamente, con le riflessioni sollevate in questo articolo e gli esempi fatti non intendiamo pretendere la possibilità di utilizzare per forza qualsiasi tipo di agrofarmaco che ci



Danno da lenticolite sul pesco.

risolva tutti i problemi, senza valutarne i rischi tossicologici ed ambientali. Siamo a pieno titolo impegnati nell'obiettivo di un'Agricoltura Sostenibile, in particolare per la Sicurezza Alimentare e l'applicazione di Tecniche a Basso Impatto Ambientale. E da molti anni abbiamo combattuto sull'esigenza dell'armonizzazione, almeno nella UE, dei Residui Massimi Ammessi (RMA) da fitofarmaci nelle derrate alimentari. Armonizzazione raggiunta con il Regolamento CE 396/2005 e con le norme correlati e seguenti.

Adesso bisogna completare l'armonizzazione sulle autorizzazioni al commercio ed impiego degli Agrofarmaci, come formalizzato dal Regolamento 1107/2009, almeno dentro ogni macroarea e riducendo quasi a zero le differenze d'opportunità dei vari paesi. Abbiamo sempre detto che le differenze che determinano concorrenza commerciale non possono e non devono essere quelle che riguardano la Sicurezza Alimentare e le tecniche atte a diminuire gli impatti ambientali del fare agricoltura lungo la filiera. Ce ne sono già troppe fra Paesi europei ed extra europei!

SOFTWARE GESTIONALE DI GRUPPO SISTEMA

NAV GREEN semplifica le lavorazioni del magazzino

Carlo Millo
Product Manager Gruppo Sistema

NAV GREEN è la soluzione software per l'Ortofrutta destinata a Grossisti, Esportatori, Magazzini di condizionamento, Piattaforme di confezionamento, Operatori di mercato, Consorzi di commercializzazione e Organizzazioni di produttori. Tra le molte coperture funzionali di NAV GREEN anche la gestione delle lavorazioni del magazzino, che viene automatizzata in modo molto semplice ed efficiente.

NAV GREEN è il software gestionale di Gruppo Sistema (www.grupposistema.it) dedicato al settore Ortofrutticolo per gestire i processi di vendita, approvvigionamento, lavorazione, logistica e distribuzione in modo integrato ed efficiente. È quindi rivolto a tutti gli operatori della filiera ortofrutticola: Grossisti, Esportatori, Magazzini di condizionamento, Piattaforme di confezionamento, Operatori di mercato, Consorzi di commercializzazione e Organizzazioni di produttori. Tra le diverse coperture funzionali di NAV GREEN riveste particolare importanza la gestione delle lavorazioni del magazzino. Vediamo in breve i processi che si sviluppano nel magazzino e le automatizzazioni permesse da NAV GREEN. Attraverso il piano delle consegne NAV

GREEN consente al responsabile delle lavorazioni di programmare ed abbinare gli ordini di lavoro per le diverse linee. Il prodotto che entra ed esce dalle linee è identificato attraverso la lettura di codici a barre. Ciò permette di avere la certezza della quantità e della qualità del prodotto lavorato e di garantire la continuità nella tracciatura dei lotti e delle partite.

Terminali mobili o fissi, con wi-fi e schermi touch screen, semplificano al personale di linea la rilevazione del prodotto in entrata, l'acquisizione dei pesi dalle bilance in uscita, la stampa delle etichette dei colli e quelle logistiche per i bancali (SSCC).

Il responsabile del magazzino governa in tempo reale il programma di lavoro delle diverse linee, verifica lo stato di avanzamento e può intervenire per aggiornarne la sequenza di lavorazione o aggiungere nuovi ordini.

I bancali, una volta usciti dalle linee, sono a disposizione dei mulettisti incaricati di allestire le spedizioni o di conservarli in cella. Anche per

queste attività la lettura delle etichette logistiche con dispositivi mobili velocizza la preparazione dei carichi e riduce drasticamente i tempi di lavoro e gli errori tipici dei sistemi manuali.

Gli ordini di lavorazione completati aggiornano le giacenze dei prodotti e degli imballi, rilevano la manodopera utilizzata ed eventuali non conformità per il sistema di qualità.

Gestire gli ordini di lavorazione con NAV GREEN dà all'imprenditore o al direttore la possibilità di valutare quotidianamente l'efficienza delle linee, misurando le rese ed i costi dei prodotti lavorati; inoltre consente al responsabile del magazzino di risparmiare il quotidiano inventario serale per avere informazioni certe sulla reale consistenza del prodotto in giacenza.

Un potente strumento di controllo di gestione e business intelligence permette di analizzare rapidamente con report e grafici le informazioni derivanti dalle lavorazioni inserite nel sistema, aggregando i dati per tipologia di prodotto o di lavorazione, per cliente e per partita del fornitore.

Oltre al valore della copertura funzionale, Navgreen si avvantaggia della tecnologia Microsoft Dynamics che assicura stabilità, continuità di aggiornamenti e possibilità di adozione anche per mercati esteri.



navgreen
Gruppo Sistema