

ORTOFRUTTA NOTIZIE

Novembre 2015

**Finaf, l'Assemblea approva
il Programma Operativo 2016**

**Conserve Italia, Gardini
riconfermato presidente**

**Kiwi: in sensibile aumento
la produzione mondiale**



Sommario

- 4 Finaf, l'Assemblea approva il Programma Operativo 2016
LISA MARTINI
- 5 Conserve Italia, Gardini riconfermato presidente
UFFICIO STAMPA CONSERVE ITALIA
- 6 Naturitalia e Jingold ad Asia Fruit Logistica
GABRIELE FERRI
- 7 La Primavera: Migliorini è il nuovo presidente
MARIO PARISI
- 8 Macfrut, record di visitatori alla prima edizione riminese
MARIO PARISI
- 9 Patate e cipolle: il caldo ha "gelato" la produzione
LAMBERTO MAZZOTTI
- 10 Agrinsieme promuove l'ortofrutta italiana
ALINA FIORELLISI
- 12 Kiwi: in sensibile aumento la produzione mondiale
GIAMPIERO REGGIDORI

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

Importanti passi avanti negli ultimi anni Il futuro dell'agricoltura passa dalla sostenibilità

Davide Vernocchi
Presidente Apo Conerpo

Negli ultimi anni, in virtù della crescente richiesta di salubrità e genuinità dei prodotti alimentari e della sempre maggiore ricerca di uno sviluppo sostenibile, le tematiche socio-ambientali sono diventate parte integrante degli obiettivi della politica agricola. Da tempo infatti è cresciuta la sensibilità del consumatore verso acquisti consapevoli includendo nel concetto di qualità degli agroalimentari anche valori quali la sostenibilità ambientale e sociale della produzione. In questo contesto, il successo dell'agricoltura, oltre che alla sua capacità competitiva, è quindi legato alla capacità dell'impresa di produrre alimenti sani e contribuire, al tempo stesso, alla protezione delle risorse naturali e allo sviluppo equilibrato del territorio, creando occupazione e riservando maggiore attenzione alla qualità del lavoro. Da qui deriva l'importanza dell'agricoltura per l'economia del nostro Paese in quanto dovrebbe svolgere un ruolo sociale di primo piano, garantendo un reddito equo ai produttori e agli operatori impegnati nelle diverse fasi della filiera e favorendo la permanenza dell'uomo nelle aree rurali.



Ma oltre ad assolvere a questo compito fondamentale, che naturalmente si somma alla funzione primaria del comparto, vale a dire fornire prodotti per l'alimentazione della popolazione, l'agricoltura si pone anche come preziosa sentinella dell'ambiente, in grado di curare il territorio riducendo il rischio idrogeologico e preservando la biodiversità. Dal punto di vista strettamente agronomico, il settore promuove la sostenibilità ambientale attraverso l'utilizzo di moderne tecniche di coltivazione a basso impatto con limitato impiego di fertilizzanti e agrofarmaci di sintesi e con consumi idrici ridotti.

Tutto ciò è ed è stato possibile grazie agli investimenti in risorse umane ed economiche e alle scelte che gli agricoltori italiani con le proprie associazioni dei produttori, come Apo Conerpo, e lo Stato attraverso le sue leggi hanno assunto su queste tematiche come testimonianza ad esempio l'adozione ultradecennale della lotta integrata. Risultano poi fondamentali i notevoli progressi compiuti dalla tecnologia. Negli ultimi anni, infatti, ricerca e innovazione hanno fatto passi da gigante anche in agricoltura, fornendo a questo settore gli strumenti migliori per ottenere ottimi risultati produttivi nel pieno rispetto dell'ambiente e della salute dell'uomo.

Molto spesso però questa evoluzione non è adeguatamente conosciuta dal consumatore finale e in generale dalla collettività, che tende ancora a considerare il nostro settore quale uno dei principali responsabili dell'inquinamento e del degrado ambientale.

A tale proposito, con il supporto delle Istituzioni, è indispensabile potenziare le iniziative di **comunicazione** per valorizzare adeguatamente i prodotti agroalimentari, che, in virtù degli importanti investimenti effettuati negli ultimi tempi, in particolare dalla cooperazione, presentano un alto livello qualitativo e offrono ampie garanzie di sicurezza per i consumatori grazie all'utilizzo dei disciplinari di produzione integrata ed al sempre maggiore ricorso alle tecniche di coltivazione biologiche.

IL VALORE DEL PRODOTTO COMMERCIALIZZATO SFIORA GLI 800 MILIONI

Finaf, l'Assemblea approva il Programma Operativo 2016

Lisa Martini
Ufficio OCM e Progettazione Finaf

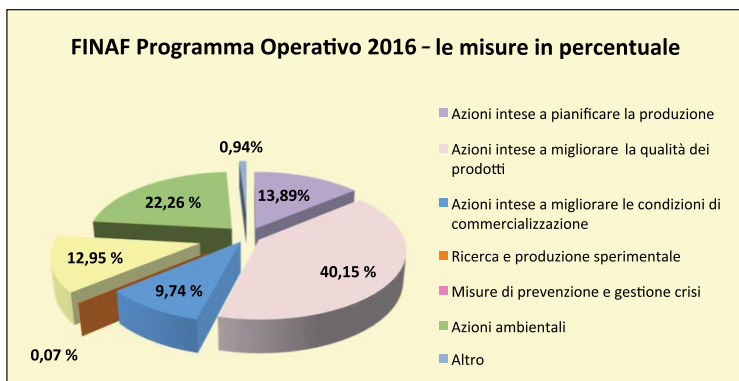
Lo scenario normativo è sostanzialmente immutato rispetto alla annualità precedente in quanto non sono ancora stati emanati i nuovi regolamenti comunitari.

L'Assemblea di Finaf ha approvato l'annualità 2016 del Programma Operativo 2015/2019 presentata il 30 settembre alla Regione Emilia Romagna ed espressione delle 20 Op aderenti alla Associazione di produttori a cui il Programma stesso è stato delegato. Di queste Op 7 operano in **Emilia Romagna** (Agribologna, Apo Conerpo, Asipo, Cooperativa Modenese Essiccazione Frutta, I Funghi delle Terre di Romagna, Orogel e Perarte), 5 in **Puglia** (Bio Orto, Caccavelli Group, Conapo, Fimagri e La Palma), 2 in **Lombardia** (Apol Industriale e Verde Intesa), 2 in **Lazio** (Alpo e Horta) e 2 in **Sicilia** (Faro e I Frutti della Valle dei Templi); 2 Op, poi, *Conserva Gard e Uniproledi*, sono in **territorio francese**. Insieme le Organizzazioni di Produttori aderenti a Finaf raggruppano quasi 10.000 produttori agricoli. Per l'annualità 2016 il Valore del Prodotto Commercializzato di Finaf sfiora gli 800 milioni di Euro, un importo importante che rende la Aop leader europeo sia per i valori espressi che per la varietà di produzioni. Il Fondo d'esercizio si attesta a circa 73 milioni di Euro e si articola nelle seguenti mi-

sure: *Azioni tese a pianificare la produzione; Misure volte a migliorare o a salvaguardare la qualità dei prodotti; Azioni finalizzate a migliorare le condizioni di commercializzazione; Ricerca e produzione sperimentale; Attività di formazione non legate alla prevenzione e alla gestione delle crisi e azioni tese a promuovere il ricorso a servizi di consulenza; Misure di prevenzione e gestione delle crisi; Azioni ambientali.* In particolare queste misure si concretizzeranno in numerosi interventi tra cui:

- Messa a dimora di 774,8 ettari di

- Applicazione di sistemi di confusione sessuale su 6.300 ettari (circa 965 mila Euro);
- Diffusione di sistemi di produzione integrata su 25.334 ettari (per un importo di oltre 6 milioni);
- Realizzazione di oltre 51.000 analisi al fine di assicurare un elevato livello qualitativo delle produzioni (oltre 1 milione);
- Impiego di assistenza tecnica qualificata in campagna per un totale di circa 170 tecnici a cui si pensa di destinare un importo pari ad oltre 4,5 milioni.



piante pluriennali per un totale di oltre 8 milioni di Euro;

- Impianti di irrigazione per circa 1.440 ettari di frutteto per oltre 1,4 milioni;
- Impianti antigrandine su 257 ettari per un investimento di oltre 2,1 milioni;
- Acquisizione di macchinari per il condizionamento e la lavorazione dei prodotti al fine di valorizzarne gli aspetti qualitativi e commerciali per un importo di circa 5 milioni;
- Messa in atto di tecniche migliorative di coltivazione per una superficie di circa 852 ettari (quasi un 1 milione);

Il Programma Operativo prevede infine interventi per prevenire e fronteggiare le crisi di mercato non soltanto attivando le procedure di ritiro del prodotto dal mercato, ma anche attraverso azioni preventive di promozione, che consentiranno alle Op di valorizzare i marchi commerciali propri e delle filiali. Si farà poi ricorso all'assicurazione sul raccolto

(prevista solo sul territorio francese), nonché alle nuove opportunità offerte dal Reg. 1308/2013 e più specificatamente alle azioni di reimpianto di frutteti in seguito ad estirpazione obbligatoria.

La Aop Finaf, anche per l'annualità 2016, ha dunque inteso garantire alle proprie 20 Op socie la possibilità di usufruire di uno strumento programmatico di ampio respiro e grazie al quale poter sfruttare al meglio tutte le opportunità fornite dalle disposizioni comunitarie nell'ambito dell'Ocm.

PIER PAOLO ROSETTI È IL NUOVO DIRETTORE GENERALE

Conserve Italia, Gardini riconfermato presidente

Ufficio Stampa Conserve Italia

Il Gruppo ha chiuso l'esercizio con un fatturato aggregato di 1.012 milioni di euro. La capofila ha registrato vendite in aumento del 3,2%, con un forte incremento delle esportazioni.

Maurizio Gardini è stato riconfermato all'unanimità presidente di Conserve Italia dall'Assemblea dei soci durante la quale sono stati resi noti i dati relativi al bilancio del Gruppo, che ha chiuso l'esercizio 2014/15 con un fatturato aggregato di 1.012 milioni di euro. Positive in particolare le performance della capofila Conserve Italia, che ha visto un ritorno alla crescita del fatturato net-net (+3,2%) grazie all'aumento delle vendite nel canale retail (+2,3%), alla buona tenuta del canale horeca e al forte incremento sui mercati esteri (+10%). Decisamente positive poi le vendite della capofila alle controllate estere, che hanno registrato un forte incremento, in conseguenza del fatto che sono state trasferite nel nostro Paese lavorazioni pri-



Pier Paolo Rosetti.

ma effettuate in Francia e ora invece realizzate utilizzando materie prime dei soci e manodopera degli stabilimenti italiani.

"Siamo orgogliosi di presentare ai soci il miglior bilancio della storia" - ha dichiarato il presidente Maurizio Gardini nel suo intervento all'Assemblea. "È stato un anno estremamente positivo, suggellato da un lusinghiero segno più nelle vendite, che assume ancora più valore se si considera il contesto di generale contrazione dei consumi. Grazie al fatturato in crescita, abbiamo potuto aumentare gli investimenti di marketing, con un ritorno in grande stile alla comunicazione pubblicitaria sia per il pomodoro Cirio, sia con i nuovi succhi Triangolini Valfrutta. Non sorprende più invece la crescita a due cifre delle vendite all'estero, che fa leva soprattutto sulla notorietà e la forza commerciale del brand Cirio, in virtù di importanti accordi distributivi siglati in mercati come Regno Unito, Germania, Usa e Giappone". Il Gruppo Conserve Italia ha registrato un consistente miglioramento della posizione finanziaria netta, che ha visto una ulteriore riduzione di 38 milioni rispetto al precedente esercizio, con un risultato superiore a quello atteso. Solo a livello Italia, il calo è stato di 31 milioni di euro. Il patrimonio netto è di 221 milioni di euro, con un rapporto debiti/patrimonio a quota 1. La redditività della gestione è migliorata nonostante il calo dei proventi straordinari e dei contributi provenienti dai programmi operativi. Il valore dell'Ebitda, sostanzialmente in linea con l'anno precedente, è di 66,5



Maurizio Gardini.

milioni di euro (pari all'8,5% del fatturato lordo) e consente di arrivare ad un risultato d'esercizio in netto miglioramento. Gli investimenti del Gruppo ammontano ad oltre 40 milioni di euro e comprendono sia quelli tecnici che quelli di marketing.

L'assemblea ha anche ratificato il passaggio di consegne nel ruolo di direttore generale da Angel Sanchez a Pier Paolo Rosetti. A Sanchez l'Assemblea ha espresso un sentito ringraziamento per l'importante lavoro e per i grandi risultati conseguiti da quando ha assunto nel 2005 la direzione di Conserve Italia. Il nuovo direttore generale Pier Paolo Rosetti, dirigente dalla lunga carriera interna all'azienda, guarda fiducioso al prossimo futuro. "Forti della ritrovata solidità finanziaria, legata anche alle nuove operazioni di finanziamento a medio/lungo termine e alla sensibile diminuzione degli oneri finanziari - ha commentato Pier Paolo Rosetti - intendiamo giocare un ruolo da protagonisti sul mercato italiano e proseguire nello sviluppo delle vendite all'estero".

PRESENTI ALLA RASSEGNA CON UNO STAND MODERNO E ACCOGLIENTE

Naturitalia e Jingold ad Asia Fruit Logistica

Gabriele Ferri
Direttore Generale Naturitalia

Unica fiera annuale dedicata all'ortofrutta fresca organizzata nel continente asiatico, ha ospitato oltre 550 espositori provenienti da più di 40 paesi e distribuiti su una superficie del 30% superiore a quella dell'anno scorso. Le due società italiane hanno potuto consolidare i rapporti già avviati con i partner asiatici e conoscere nuovi operatori e key players di questi importanti mercati

Programmare l'ormai imminente campagna di commercializzazione della frutta italiana autunno-invernale con la clientela tradizionale e incontrare nuovi buyer e grossisti potenzialmente interessati a queste produzioni di qualità: si è svolta lungo questo doppio binario la partecipazione di Naturitalia e Jingold all'edizione 2015 di Asia Fruit Logistica. Un appuntamento decisamente importante per gli operatori internazio-

nali del settore in quanto si tratta dell'unica fiera annuale dedicata esclusivamente all'ortofrutta fresca organizzata nel continente asiatico. Svoltasi ad Hong Kong dal 2 al 4 settembre, la rassegna ha ospitato oltre 550 espositori provenienti da più di 40 paesi e distribuiti su una superficie complessiva superiore di ben il 30% rispetto a quella dell'anno precedente.

Naturitalia, sistema integrato di aziende agricole specializzate nella produzione di frutta ed ortaggi, e Jingold, realtà nata per tutelare e garantire il gusto e l'eccellenza di un frutto unico quale il kiwi a polpa gialla, hanno partecipato ad Asia Fruit Logistica all'interno di uno stand moderno ed accogliente, caratterizzato da ampi spazi e grafica accattivante.

Una presenza importante dal momento che, anno dopo anno, questo appuntamento fieristico si conferma sempre più come un momento fondamentale per i players mondiali che vogliono operare nel mercato asiatico. E per il gruppo a cui appartengono Naturitalia e Jingold i paesi asiatici rivestono un ruolo decisamente rilevante, in particolare nel momento attuale in cui è fondamentale individuare nuove piazze di sbocco per le nostre produzioni ortofrutticole, che consentano di compensare le mancate esportazioni sul mercato russo.

La partecipazione alla rassegna di Hong Kong

non ha tradito le aspettative, permettendo ai rappresentanti delle due società di consolidare i rapporti già avviati con i partner asiatici e di conoscere nuovi operatori di questi mercati, più remunerativi di quelli europei in quanto gli effetti della pesante crisi finanziaria globale sembrano qui non essere ancora percepiti dai consumatori.

Oltre ai buoni risultati commerciali, la partecipazione a questa manifestazione altamente specializzata ha anche consentito di fare il punto sugli importanti sviluppi della produzione cinese, competitor da monitorare con grande attenzione. Non bisogna infatti dimenticare che questo rimane il principale paese dell'area sotto il profilo produttivo, ma ciò non influenza i rapporti commerciali instaurati con altri Paesi, tra cui l'Italia, e l'auspicio è che tale situazione non subisca cambiamenti a breve.

A questo proposito, all'inizio di novembre partiranno dal nostro Paese i primi container di kiwi e pere destinati a queste aree dove la domanda di prodotto italiano di qualità è piuttosto interessante. Il potere d'acquisto di una grossa fetta di consumatori infatti è cresciuto enormemente negli ultimi anni. Per quanto riguarda il kiwi in particolare, dai dati diffusi all'Asian Fruit Congress è emerso che l'importazione in Cina, Giappone, Honk Kong, Taiwan, Corea del Sud e Malesia nel 2014 ha sfiorato le 200.000 tonnellate, con un incremento del 20% sull'anno precedente, e circa il 15% di questo prodotto proviene dall'Italia.



SI IMPEGNERÀ PER FAVORIRE L'ULTERIORE AUMENTO DELLA BASE SOCIALE

La Primavera: Migliorini è il nuovo presidente

Mario Parisi
Centro Stampa

Nata oltre 25 anni fa, la cooperativa è una realtà di primo piano per l'ortofrutta biologica a livello nazionale.

Albino Migliorini è il nuovo presidente della cooperativa agricola "La Primavera" di Campagna di Zevio (VR), realtà di punta per l'ortofrutta biologica con 87 soci, concentrati in prevalenza (72) nel Veronese e in parte (15) in Calabria, nella zona di Rosarno (RC). Il fatturato della cooperativa, aderente ad Apo Conerpo, sfiora i 7,3 milioni di euro mentre la produzione media annua supera i 60.000 quintali, composti soprattutto da mele, pere, kiwi, arance, clementini e da un'ampia gamma di orticole. Frutticoltore biologico di Bonavigo

(VR), Migliorini è stato nominato dall'Assemblea, che ha anche provveduto a rinnovare il Consiglio di Amministrazione della cooperativa.

Il neo presidente subentra a Gaetano Zenti, che dopo aver ricoperto questo incarico per otto anni, svolgendo un lavoro decisamente importante e proficuo, ha scelto di lasciare spazio a nuovi attori. **Alla vice presidenza è stato confermato Silvio Sterzi**, orticoltore e viticoltore biologico di Sommacampagna (VR).

Completano il CdA Andreas Bauer, Simone Bazzoni, Agnese Fiorio, Paolo Fontanabona e Sebastiano Navarra. Tra le novità più significative, la presenza, per la prima volta, di una componente femminile, con Agnese Fiorio, e di un rappresentante del sud,



Albino Migliorini.

il calabrese Sebastiano Navarra. Con questo rinnovamento del Consiglio, che testimonia tra l'altro la dimensione sempre più nazionale della cooperativa e prevede un importante ricambio generazionale, La Primavera si conferma un'azienda moderna e dinamica, in grado di mettere in campo tutte le sue forze per rispondere al meglio alle nuove esigenze del mercato. A tale proposito, l'impegno del nuovo presidente e dell'intero Cda sarà rivolto in particolare all'ulteriore espansione della base sociale della cooperativa con l'acquisizione di altri soci che consentano di aumentare il conferimento di prodotti biologici, sempre più apprezzati dai consumatori. Grazie anche all'adesione, con la società controllata Brio, alla cooperativa Agrintesa di Faenza (RA), associata ad Apo Conerpo, La Primavera potrà ricoprire un ruolo sempre più importante nella produzione e commercializzazione dell'ortofrutta bio.

La ristorazione collettiva "sposa" il biologico

Offrire un'alimentazione più sana a milioni di persone, in gran parte bambini e ragazzi, che ogni giorno mangiano fuori casa, migliorando il livello di salute della popolazione e riducendo la spesa sanitaria: sono alcuni dei vantaggi che si possono ottenere proponendo un menu biologico a chi frequenta la ristorazione collettiva. È quanto ha affermato, **Andrea Bertoldi, direttore generale di BRIO** – realtà di primo piano nella produzione e commercializzazione di prodotti alimentari bio con un fatturato vicino ai 56 milioni di euro – intervenendo al convegno **"Il bio nel piatto" organizzato all'Expo da Fedagri-Confcooperative**. I prodotti biologici sono sempre più diffusi sia sulle tavole domestiche che nella ristorazione collettiva, come testimonia il **sensibile aumento (+43%) delle mense scolastiche con menu bio, passate negli ultimi 10 anni da 839 a 1.249 (dati Biobank)**. Ogni giorno BRIO rifornisce circa 650 plessi, distribuiti in 12 regioni (Piemonte, Lombardia, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Marche, Umbria, Lazio, Abruzzo, Molise e Campania).



ARRIVATI A QUOTA 39.000, LIVELLO MAI RAGGIUNTO FINO AD OGGI

Macfrut, record di visitatori alla prima edizione riminese

Mario Parisi
Centro Stampa

Bilancio positivo per la rassegna annuale dedicata all'ortofrutta, un settore cardine dell'economia italiana in quanto rappresenta la seconda voce dell'export agroalimentare con circa 4,1 miliardi di euro, preceduta solo dal comparto enologico.

Grandi numeri per la 32^a edizione del Macfrut, la prima ospitata alla Fiera di Rimini, inaugurata dal Viceministro per le Politiche Agricole Alimentari e Forestali Andrea Olivero, il quale ha mostrato apprezzamento per la collaborazione tra Cesena e Rimini, che dimostra grande coraggio e lungimiranza. I visitatori hanno raggiunto quota 39.000, record assoluto da quando è nato il Salone dedicato all'ortofrutta, gli espositori hanno superato le 1.000 unità (erano 800 nel 2014), distribuiti in 6 padiglioni su una superficie complessiva di 33.000 metri quadrati (20.000 l'anno scorso), provenienti da 30 Paesi dei 5 Continenti. Un espositore su cinque è arrivato da oltrecon-

fine, a dimostrazione dell'internazionalità della rassegna, con importanti new entry come Messico ed Ecuador (primo esportatore mondiale di banane, ma bisognoso di tecnologie, mezzi agronomici e conoscenze per migliorare la produttività degli impianti). Alla fiera ha poi partecipato per la prima volta anche una delegazione dell'Iran, mercato che assorbe già volumi consistenti di ortofrutta italiana che potrebbero aumentare ulteriormente in caso di revoca dell'embargo.

Paese d'onore della 32^a edizione del Macfrut era la Repubblica Dominicana. Non era la prima volta che il Paese centro americano partecipava e quest'anno ha apprezzato gli importanti passi avanti compiuti dalla manifestazione. Anche la Polonia aveva un grande spazio espositivo e ha organizzato diversi momenti di incontro. Durante un convegno, è emerso che l'Italia per questo Paese rappresenta solo il settimo esportatore del settore agroalimentare, con il 4% del totale. La Germania è il primo fornitore (26%), seguita da Paesi Bassi (11%), Svezia, Belgio, Spagna, Danimarca (4%).

"I margini per rapporti commerciali più stretti ci sono - ha affermato



Monika Wicinska, segretario dell'Ufficio di promozione e commercio estero polacco. La Polonia importa molta frutta e ortaggi".

Oltre all'ampia sezione espositiva, l'edizione 2015 del Macfrut ha presentato anche un ricco e qualificato programma convegnistico con numerosi workshop e meeting sui temi più attuali ed importanti dell'ortofrutticoltura nonché interessanti convenzioni delle principali aziende espositrici: in tutto oltre 50 eventi.

Alla vigilia dell'apertura della kermesse riminese, poi, presso la Fiera di Cesena si è svolto il primo Forum sulla filiera ortofrutticola, un appuntamento unico a livello europeo che ha messo in luce le valenze innovative dell'intera filiera, dalla produzione alle tecnologie, dal packaging alla logistica alla distribuzione, per ottenere importanti indicazioni. Tra le sessioni in programma "Frutta e verdura nel supermercato del futuro", "Presente e futuro delle promozioni nel punto vendita, esperienze a confronto", "L'innovazione tecnologica strumento strategico per conquistare i mercati".



LE RESE SONO DIMINuite DEL 30-35% RISPETTO ALL'ANNO SCORSO

Patate e cipolle: il caldo ha "gelato" la produzione

Lamberto Mazzotti
Centro Stampa

Il livello qualitativo è particolarmente elevato e il mercato esprime apprezzamento per queste orticole che stanno ottenendo quotazioni interessanti.

La campagna delle patate è caratterizzata quest'anno da una sensibile contrazione delle rese produttive, passate dagli oltre 500 quintali ad ettaro del 2014 a una media di circa 380 quintali (-30%).

"Le cause di questa diminuzione – sostiene Stefano Andraghetti, presidente del CESAC di Conselice (Ra), associato ad Apo Conerpo – sono da ricercare nell'andamento climatico, che in primavera ha registrato una grande abbondanza di precipitazioni piovose e poi, dall'inizio di luglio a metà agosto, ha visto le temperature raggiungere livelli estremamente elevati, sempre superiori alle medie stagionali".

"Un mix esplosivo – prosegue Andraghetti – che ha interessato e penalizzato gran parte del territorio europeo e ha sensibilmente ridotto le previsioni di raccolta delle orticole nelle aree produttive di Bologna, Ravenna e Ferrara. Contemporaneamente a questo fenomeno, la nostra cooperativa ha però vissuto una fase di espansione delle superfici coltivate dalla base sociale, che fortunatamente ha in buona parte compensato la diminuzione delle rese".

Passando dalla sfera produttiva a quella commerciale, la campagna 2015 ha avuto un avvio abbastanza lento del quale sembrano, paradossalmente, aver beneficiato i prezzi in

campagna, che al momento risultano decisamente soddisfacenti.

"A tale proposito – afferma Stefano Andraghetti – la Borsa Merci di Bologna ha stabilito la distribuzione ai produttori, a partire da inizio ottobre, di un rilevante acconto, pari a 15 centesimi di euro al chilo di patate, mentre CESAC (Centro Economico Servizi Agricoli) si impegnerà, da parte sua, per un ulteriore incremento dei prezzi di vendita all'ingrosso. Un obiettivo che si auspica possa essere



Stefano Andraghetti.

raggiunto anche grazie all'ottimo livello qualitativo della produzione 2015, decisamente superiore rispetto al 2014 per tutto il raccolto tranne che per le partite di patate ottenute in alcuni, limitati, impianti danneggiati da attacchi d'insetti, particolarmente attivi e aggressivi con le alte temperature".

L'andamento climatico ha influenzato anche la produzione di cipolle, altro fiore all'occhiello dell'ampia gamma CESAC, leader nel settore con il 10% dell'intero raccolto nazionale e con il

63% del prodotto ottenuto nel comprensorio bolognese.

La stagione particolarmente calda, infatti, ha provocato una contrazione media del 30-35% delle rese produttive rispetto all'annata precedente.

"Le quotazioni – conclude Andraghetti – si attestano su valori soddisfacenti e nell'ultimo periodo stanno mostrando una interessante tendenza al rialzo. Questo andamento positivo delle vendite di cipolle, favorito anche dalla qualità più che buona con un'alta concentrazione dei calibri medi, dovrebbe consentire di garantire ai soci liquidazioni simili a quelle raggiunte due anni fa, attestatesi su ottimi livelli. Con la normalizzazione delle temperature si sta inoltre registrando un ulteriore aumento della domanda sul mercato nazionale, che esprime una richiesta sostanzialmente equilibrata per la produzione bianca, gialla e rossa".

"Sempre in tema di prodotti orticoli – ricorda il presidente Andraghetti – stiamo sviluppando il progetto di miglioramento dell'impianto per la produzione di quarta gamma di patate, cipolle ed altre orticole, che consentirà la lavorazione di nuove referenze vegetali e l'avvio della produzione e commercializzazione anche delle confezioni per famiglia dopo i buoni risultati ottenuti con i prodotti destinati alla ristorazione e alle mense". "Sempre sul fronte dell'innovazione – conclude Andraghetti – a breve termine avvieremo l'installazione di un nuovo impianto fotovoltaico da 500 kw che dovrebbe entrare in funzione entro fine 2015 consentendo una forte riduzione dei consumi energetici aziendali".

CON LA CAMPIONESSA DI TUFFI TANIA CAGNOTTO COME TESTIMONIAL

Agrinsieme promuove l'ortofrutta italiana

Alina Fiordellisi
Ufficio Stampa Agrinsieme

È "allarme rosso" per la salute degli italiani, soprattutto i bambini che non danno il giusto peso al consumo di ortofrutta. Bisogna cambiare rotta. Serve un'alleanza tra produttori e cittadini.

In quindici anni gli acquisti di frutta e verdura sono diminuiti di 1,7 milioni di tonnellate (-18%) e la contrazione non accenna a fermarsi. Nel primo semestre di quest'anno è stato perso un altro 3%, con flessioni brusche soprattutto per agrumi (-6,8%) e ortaggi (-4,6%). Nel 2014 i consumi pro capite di prodotti ortofrutticoli freschi si sono fermati a 130,6 kg, vale a dire 360 grammi al giorno, al di sotto delle raccomandazioni OMS (almeno 400 grammi a persona al giorno). E questo fa scattare un allarme sanitario perché al diminuire dei consumi di ortofrutta corrisponde un preoccupante aumento dell'obesità, soprattutto infantile. Circa il 12% dei bambini è obeso e nella fascia d'età tra i 6 e gli 11 anni ben uno su tre è in sovrappeso e tutto ciò perché avendo abbandonato la Dieta Mediterranea si è fatta strada un'alimentazione non corretta con pesanti ricadute sulla salute dei cittadini e sui conti della sanità (oggi i costi sociali di obesità e sedentarietà toccano, in Italia, i 65 miliardi di euro all'anno). Paradossale per un Paese come il nostro che non solo ha nel proprio patrimonio culturale la Dieta Mediterranea, ma che è il primo produttore europeo di frutta e verdura e che

detiene 32 Dop nel settore ortofrutta ed è il Paese che fa più controlli sui propri prodotti.

I dati più recenti del ministero della Salute (2013) lo confermano: la percentuale di controlli positivi con residui superiori alla norma è stata di appena lo 0,8% (in particolare 0,7% frutta e 0,9% ortaggi).

Questi temi sono stati al centro di una conferenza stampa organizzata al Macfrut da Agrinsieme. "Di fronte a tale scenario - hanno spiegato Gior-

gio Mercuri, Franco Verrascina, Giandomenico Consalvo, Antonio Dosi e Giovanni Luppi in rappresentanza del coordinamento tra Cia, Confagricoltura, Aci e Copagri - abbiamo avvertito la necessità di rilanciare l'immagine della frutta e della verdura italiana, di dialogare con il consumatore per incentivarlo a consumare più ortofrutta spiegandone i benefici, peraltro accreditati dalla comunità scientifica internazionale. Così abbiamo incontrato Tania Cagnotto, che è la tuffatrice con

L'export ortofrutticolo raggiunge i 7 miliardi

L'ortofrutta è il primo comparto agricolo italiano in termini di esportazione: vale 7 miliardi di euro. Anche nei primi cinque mesi del 2015, rispetto allo stesso periodo del 2014, il valore dell'export mostra un andamento positivo per tutte le voci del segmento. In particolare molto bene il comparto orticolo, con una crescita in valore del 12,7%, a cui però corrispondono quantità in contrazione del 2,3%, probabile segno di un miglioramento della qualità (quindi delle quotazioni) del prodotto esportato. La produzione lo scorso anno ha toccato i 12 miliardi di euro rappresentando quasi un quarto dell'intera produzione agricola nazionale.

Le aziende ortofrutticole attive in Italia sono 492.000 (il 30,5% del totale delle imprese agricole) e gestiscono un milione di ettari di Superficie Agricola Utilizzata (SAU), circa l'8% del totale nazionale. L'Italia si colloca al



primo posto in Europa sia per quanto riguarda il valore della produzione orticola (20% del totale Ue) sia per quella frutticola (20%); nel primo caso grazie anche al primato comunitario in termini di superfici (18% del totale orticole Ue), mentre per la frutta figuriamo al secondo posto (17%) dietro la Spagna, che detiene il 30% della SAU coltivata a frutta in Europa.

il più ricco carnet di medaglie di sempre nella storia d'Italia, per parlare del valore dell'ortofrutta italiana: valore economico, sociale, nutrizionale. Con lei lanciamo una campagna che è un invito a tutti i consumatori: **"Tuffati nella frutta perché è buona e sana, è ortofrutta italiana"**.

La campionessa ha accettato con entusiasmo di fare da testimonial dichiarando "Amo la frutta e la verdura, ne mangio moltissima e credo davvero che sia indispensabile per stare in salute e in forma. Penso che i ragazzi che ci prendono a modello dovrebbero seguirci non solo nei successi sportivi, ma anche nel nostro modello di vita. Per vincere bisogna sacrificarsi, lavorare tanto e tenersi in forma, rispettando il nostro corpo. Mangiare frutta e verdura significa volersi bene". Insomma, hanno ribadito i vertici di Agrinsieme, "diventa chiaro che oggi occorre incoraggiare e sostenere un'alimentazione sana e corretta. Le due



parole chiave devono essere 'informare' ed 'educare'. C'è bisogno di un'alleanza tra produttori e cittadini per incentivare il consumo di ortofrutta, necessaria sia per il benessere quoti-

diano che come prevenzione all'insorgere di malattie – hanno aggiunto – e al tempo stesso per sostenere il reddito delle 490mila aziende agricole che in Italia coltivano frutta e ortaggi".

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



NELL'EMISFERO NORD PREVISTO UN INCREMENTO DELL'8,70%

Kiwi: in sensibile aumento la produzione mondiale

Giampiero Reggidori
Ufficio Produzioni Agricole Apo Conerpo

Le previsioni produttive per la prossima campagna commerciale dell'Emisfero Nord e la verifica della produzione ormai esaurita dell'Emisfero Sud sono stati i temi principali dell'IKO svoltosi dal 30 settembre al 2 ottobre.

L'Emisfero Nord registra un aumento della produzione dell'8,7% circa sul 2014 nei principali paesi produttori aderenti IKO (Cina esclusa), mentre quello Sud mostra un aumento intorno al 36%.

L'incontro dell'IKO (International Kiwifruit Organization), formato dai paesi maggiori produttori di actinidia nel mondo, si è tenuto quest'anno in Grecia a Paralia. Erano presenti quasi tutte le delegazioni che abitualmente partecipano all'Organizzazione Internazionale: Spagna, Portogallo, Francia, Italia, Nuova Zelanda, Cile, Stati Uniti (California). Assente solo la Corea del Sud.

LE PREVISIONI PRODUTTIVE

Le previsioni di produzione 2015 (per l'Emisfero Sud si parla già dei dati reali di vendita) sono caratterizzate da due elementi principali: il recupero produttivo del Cile, che nell'anno precedente era stato colpito da una pesante gelata primaverile, e un aumento delle superfici coltivate, frutto anche dell'entrata in produzione di molti ettari messi in coltivazione contemporaneamente e successivamente all'estirpazione degli impianti colpiti

dalla batteriosi. Questa malattia provocata da *Pseudomonas syringae* pv *actinidiae* ha rallentato l'aggressività, soprattutto grazie alle condizioni climatiche (l'inverno più mite), all'estirpazione dei frutteti colpiti e alla continua azione di prevenzione messa in atto dagli agricoltori coscienti. In quanto alla difesa, si confermano l'azione batteriostatica del rame (anche a dosi minime e ripetute, tenendo anche conto che in Europa i limiti dei quantitativi di rame distribuibili per ettaro all'anno saranno in diminuzione) e una certa efficacia di alcune sostanze di origine naturale (batteri antagonisti) o come l'acibenzolar-methyl. La maggior attenzione alla moltiplicazione del materiale riproduttivo (piante sane nel vivaio) risulta fondamentale per la prevenzione, come pure l'attenzione alla sanità del polline.

Nel 2015, l'andamento meteorologico è stato nuovamente "strano" in entrambe gli emisferi, anche se i climatologi confermano che ci dovremo abituare a questa estrema variabilità. L'inverno 2014/2015 è risultato nuovamente più caldo rispetto al classico andamento stagionale. La primavera dell'emisfero Nord

è stata molto piovosa, con fenomeni intensi, magari locali, spesso accompagnati da grandinate e/o trombe d'aria. Molto calda l'estate con temperature ben oltre la media da fine giugno a metà settembre.

Nei paesi dell'Emisfero Nord quest'anno si attende una produzione commercializzabile pari a circa 799.000 tonnellate (esclusa la Cina), nei paesi aderenti IKO, con un incremento dell'8,7% rispetto al consuntivo della stagione precedente. Per gli altri paesi dell'Emisfero Nord (non aderenti IKO) la produzione attesa è sulle 176.500 tonnellate con un 8,95% in più sul commercializzato 2014. In tutti i paesi produttori di actinidia, estrapolando i dati fino ad ora in possesso sull'incidenza della batteriosi relativamente alla mancata produzione, è stato applicato un coefficiente stimato di perdita già compreso nelle stime indicate. Nello stesso tempo i dati tengono



conto, per ogni paese, degli abbattimenti di vecchi impianti e dei nuovi entrati in piena produzione (3° anno di vita). La varietà principale è sempre l'Hayward (kiwi verde) seguita a distanza da alcune nuove cultivar a polpa gialla (quelle meno sensibili alla batteriosi o alcune nuove che dovranno comunque essere verificate in relazione alla tolleranza alla batteriosi). Le regioni italiane che coltivano kiwi sono ancora, in ordine decrescente di superfici investite: Lazio, Piemonte, Emilia Romagna, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Basilicata, Calabria e Campania. Oltre ad analizzare le previsioni produttive, l'incontro ha rappresentato anche l'occasione per discutere su vari temi. Ovviamente la batteriosi, della quale abbiamo in parte già riferito e sulla quale è stato ribadito che occorre proseguire nella prevenzione agronomica nei campi e nei vivai. Sono poi stati affrontati argomenti come la diffusione dei consumi, il loro ampliamento nei paesi dove sono ancora limitati, l'educazione al consumo di kiwi tra i ragazzi e i giovani, le azioni di marketing per il sostegno del prodotto, l'abbattimento delle barriere doganali per l'espansione della commercializzazione. Inoltre, si è proceduto ad un aggiornamento sulle norme di qualità commerciali che hanno due livelli d'interesse: uno obbligatorio per i paesi della Comunità Europea (gestito tramite Regolamento EU) e l'altro su scala

internazionale (Unece/ONU) gestito tramite quelli che sono chiamati gli Standard Internazionali di Qualità Unece. Per quanto riguarda la UE, il Regolamento Comunitario segue pedissequamente (assumendole direttamente) le eventuali variazioni degli Standard Internazionali Unece. Questo per evitare diverse regole nel commercio internazionale, che creerebbero confusione nelle garanzie in materia sia tra gli operatori del settore che tra i consumatori. Diventa sempre più importante tenere in considerazione le nuove varietà precoci (gialle e verdi) con i parametri qualitativi (grado °Brix, sostanza secca, epoca di raccolta) su livelli diversi dalla tradizionale Hayward o dall'Hort 16A (Zespri Gold), ormai ridotta a una superficie limitata. Sta poi entrando sulla scena commerciale l'Arguta (il kiwi ciliegia) che vedremo come sarà recepito.

Riportiamo di seguito un breve commento sulle previsioni di commercializzazione dei diversi paesi.

Italia

La produzione commercializzabile 2015 è stimata in 495.505 tonnellate, con un incremento del 7,5% sul 2014. Questo aumento è dovuto alla crescita delle superfici, soprattutto in regioni diverse dalle tradizionali coltivatrici, e al recupero di quelle estirpate dopo gli espunti delle piante colpite dalla batteriosi. Aggiungiamo poi che la crisi dei prezzi al produttore relativa ad altre

specie, in particolare il pesco, sposta l'attenzione dei produttori verso altri lidi.

Francia

La produzione commercializzabile di kiwi in Francia è prevista sulle 60.000 tonnellate, con un aumento del 10,1% sull'anno precedente.

La superficie in produzione sta cambiando, se

non altro per la sostituzione dei vecchi impianti. Si punta sul rinnovamento varietale con una maggior introduzione di cultivar a polpa gialla più dolci, ma si attende anche l'evoluzione della batteriosi. Considerando le quantità prodotte e i consumi interni, la Francia in realtà non esporta molto e tende a collocare sul proprio mercato la maggior parte del prodotto.

Portogallo

La produzione commercializzabile 2015 è stimata intorno alle 24.000 tonnellate, in aumento di circa il 10,5% rispetto al 2014. La superficie è stazionaria, ma emerge la volontà di investire. Hayward è la cultivar prevalente a cui si affiancano nuovi impianti di Summerkiwi e Early Green.

Spagna

Secondo le previsioni la produzione commercializzabile si posiziona sulle 14.500 tonnellate, con circa un 16% in più rispetto allo scorso anno. La coltivazione di kiwi in Spagna rimane concentrata nelle regioni dell'Asturia e della Galizia, nel nord del paese, sull'oceano Atlantico. C'è una discreta spinta per nuovi impianti, anche per diversificare le coltivazioni tipiche spagnole. La varietà più diffusa è l'Hayward, a cui si affiancano Summerkiwi e Jingold (varietà Jin Tao) su superfici circoscritte. I consumi del prodotto spagnolo sono soprattutto interni e per soddisfare la domanda del mercato nazionale continua l'importazione.

Corea del Sud

Le stime indicano per il 2015 il mantenimento dei medesimi valori rispetto al 2014, che ha mostrato una tendenza alla diminuzione sugli anni precedenti. Hayward è ancora la varietà più importante, mentre Zespri Gold rimane stabile, ma in sensibile diminuzione, ancora in attesa delle conseguenze legate agli attacchi della batteriosi. Considerando che il kiwi è consumato soprattutto all'interno del paese, il prezzo alla produzione e anche quello al consumo sono sempre nettamente più alti di quelli di riferimento in Europa. Ancora oggi, per soddisfare la domanda interna, la



Giovane impianto di kiwi in Grecia.

Corea del Sud importa molto prodotto in particolare da Cile, Nuova Zelanda e anche dalla California.

Stati Uniti d'America (California)

La California è ancora in fase interlocutoria rispetto al futuro del kiwi. Le stime del 2015 indicano un raccolto

di circa 23.800 tonnellate, fra varietà verdi (Hayward) e gialle, con un aumento del 9,68% rispetto al 2014. Problemi climatici, come la recente pesante siccità estiva che si aggiunge a quella degli ultimi anni, stanno creando difficoltà alla definizione degli indirizzi futuri in campo agricolo.

Grecia

La Grecia prevede una produzione di circa 170.000 tonnellate, con un aumento dell'11,46% rispetto all'anno precedente (nel 2014 e nel 2013 si era registrata una caduta della produzione per diverse ragioni, fra cui il freddo dell'inverno 2013). La Macedonia continua ad essere la regione dove si concentra maggiormente la coltivazione. Hayward è la varietà principale; seguono Summerkiwi, Soreli e Tschelidid che però sta sparendo a causa della minor qualità.

Cile

La produzione 2015 commercializzata è aumentata per il recupero delle perdite determinate dalla gelata primaverile del settembre 2013 e si attesta sulle 177.000 tonnellate (+71,35% sull'anno precedente). Per un paese

come il Cile (terzo produttore al mondo dopo Italia e Nuova Zelanda, esclusa la Cina) è un ritorno su livelli importanti. Il Cile continua ad aumentare la superficie coltivata. L'Hayward è la varietà prevalente, pur non crescendo molto come superficie,

come il Brasile e l'Argentina.

Nuova Zelanda

La produzione della Nuova Zelanda si attesterà intorno alle 414.000 tonnellate (+29,74% rispetto al 2014). È il paese che ha risentito maggiormente della batteriosi (su Hort 16 A in particolare)

e quindi sta ripristinando le antiche superfici e anche di più. Si registrano nuovi impianti, in particolare con G3 e G9. Per le varietà gialle neozelandesi il marchio commerciale è Sun Gold. Sono ancora notevoli gli investimenti in ricerca e soprattutto nella valorizzazione del kiwi.

In conclusione ribadiamo alcuni concetti già esposti lo scorso anno: coltura in continua evoluzione per molte ragioni già evidenziate, l'actinidia richiede grande attenzione sui comportamenti futuri. Si conferma che possono ancora aumentare i consumi mondiali, sia dove il frutto è poco conosciuto sia dove è già diffuso. Dopo il quasi "monopolio" della verde Hayward si sta velocizzando il passaggio ad una molteplicità di varietà

ed è difficile dire se questo sia un bene. Di solito, su altre specie il continuo rinnovamento varietale, fine a se stesso, se non è adeguatamente sostenuto per il collocamento sul mercato, genera caos commerciale e nei consumi. L'incognita della batteriosi rimane, ma si può arrivare alla convivenza e a varietà tolleranti.

La produzione "commercializzabile" di kiwi nei paesi più importanti del mondo (tonnellate)

Paesi	Anno 2014 Consuntivo commercializzato	Anno 2015 Previsione commercializzabile	Anno 2015/2014 Differenza % prodotto comm. 2015 su 2014
Paesi emisfero Nord aderenti IKO			
Italia	460.923	495.505	7,50%
Grecia	152.517	170.000	11,46%
Francia	54.500	60.000	10,09%
Portogallo	21.733	24.000	10,43%
Stati Uniti (California)	21.700	23.800	9,68%
Spagna	12.505	14.500	15,95%
Corea del Sud	11.000	11.000	0,00%
Totale paesi emisfero nord IKO (senza Cina)	734.878	798.805	8,70%
CINA (fonti varie da IKO)	1.200.000	1.250.000	4,17%
Totale paesi emisfero nord (con Cina)	1.934.878	2.048.805	5,89%
Altri paesi emisfero Nord			
Iran (stime naz. uff. su export)	80.000	100.000	25,00%
Turchia (stime naz. non verificate)	41.000	40.000	-2,44%
Giappone (stima)	37.500	33.000	-12,00%
Israele (stima)	3.500	3.500	0,00%
Totale altri paesi emisfero Nord	162.000	176.500	8,95%
Paesi emisfero Sud (IKO e non)			
Nuova Zelanda	319.100	414.000	29,74%
Cile (export, oltre l'80% del totale prodotto)	103.114	176.690	71,35%
Australia (stima)	6.000	6.000	0,00%
Argentina/Uruguay (stima)	18.000	18.500	2,78%
Brasile (stima)	18.000	18.000	0,00%
Sud Africa (stima)	3.000	3.000	0,00%
Totale paesi emisfero Sud (IKO e non)	467.214	636.190	36,17%
Totale generale	2.564.092	2.861.495	11,60%

Fonte: IKO 2015, FAO ed altri

N.B: la produzione commercializzabile 2015 dei paesi dell'Emisfero Nord è da intendersi come previsione, quella dei paesi dell'Emisfero Sud è quasi il saldo, stimato per la fine della campagna, sui dati reali fino a metà settembre e inerente la produzione commercializzata nella campagna in esame. I dati si riferiscono ormai a tutte le varietà (polpa verde e gialla, precoci e non) già in produzione. La produzione della Cina è un dato stimato e riguarda coltivazioni sia agricole che a carattere familiare, in particolare con varietà a ciclo di conservazione breve.

mentre sono ormai affermate coltivazioni di Summerkiwi, Jingold (Jin Tao), Green Light e Soreli. L'export continua a rappresentare la forza del kiwi cileno (in maggior parte indirizzato verso l'Europa) e le destinazioni sono ormai le più diverse in tutto il mondo, ovviamente con un occhio privilegiato ai grandi paesi confinanti