

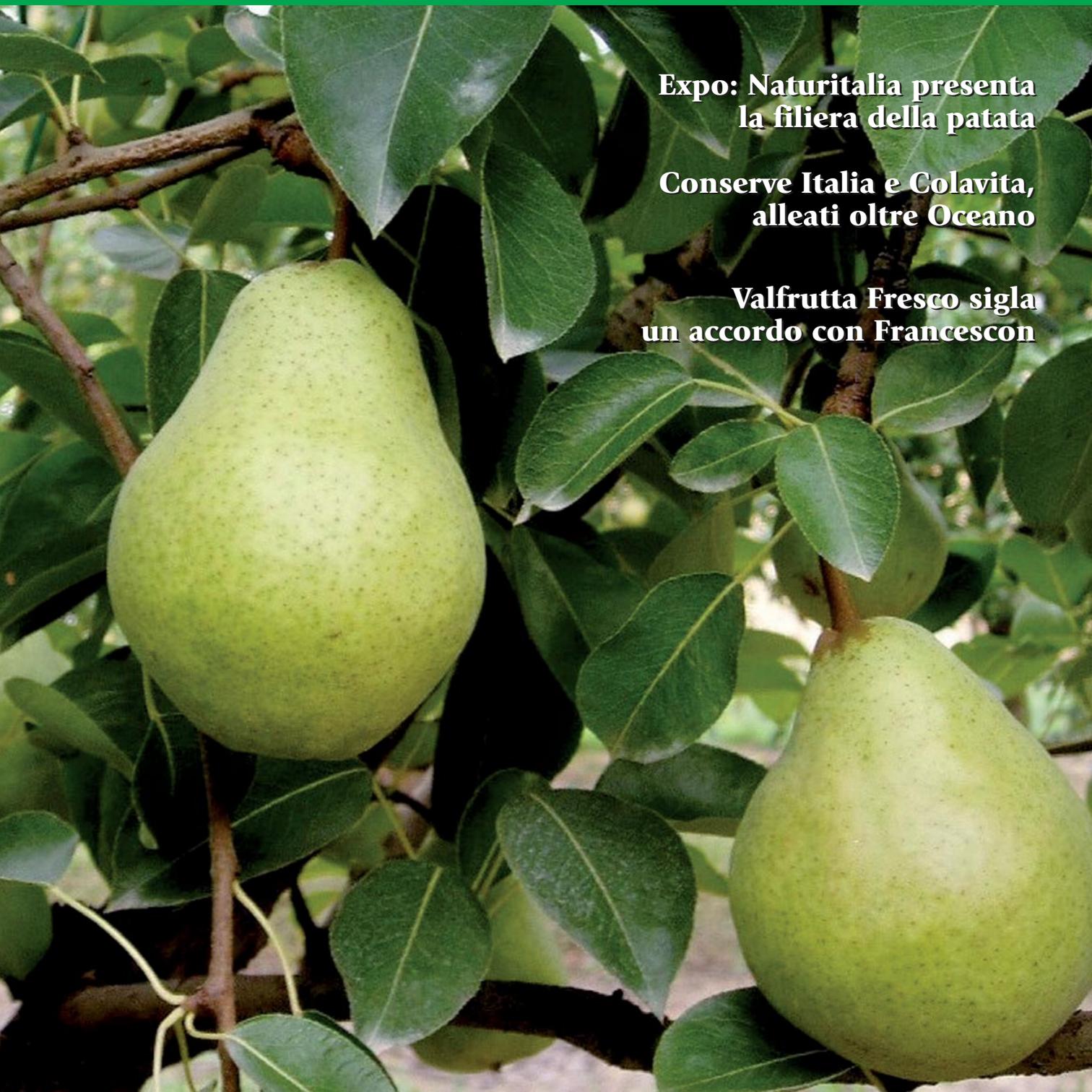
ORTOFRUTTA NOTIZIE

Ottobre 2015

**Expo: Naturitalia presenta
la filiera della patata**

**Conserve Italia e Colavita,
alleati oltre Oceano**

**Valfrutta Fresco sigla
un accordo con Francescon**



Sommario

- 4 Expo: Naturitalia presenta la filiera della patata
MARIO PARISI
- 6 Conserve Italia e Colavita, alleati oltre Oceano
UFFICIO STAMPA CONSERVE ITALIA
- 7 Ortofrutta e sport, binomio vincente per una vita sana
ANNALITA MORUZZI
- 8 Agrinsieme alla "Festa della frutta e verdura"
ALINA FIORELLISI
- 10 Valfrutta Fresco sigla un accordo con Francescon
LAMBERTO MAZZOTTI
- 11 Pomacee: in leggero calo la produzione europea
GIAMPIERO REGGIDORI
- 14 Si diffondono le applicazioni per la collaborazione aziendale
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

Con numerosi eventi organizzati da Apo Conerpo L'ortofrutta italiana protagonista all'Expo

Davide Vernocchi
Presidente Apo Conerpo

A poche settimane dal momento in cui calerà il sipario su Expo 2015, si può tracciare un primo, seppur ancora parziale, bilancio della manifestazione. Un evento che ha registrato un grandissimo successo, richiamando a Milano diversi milioni di visitatori provenienti da tutte le regioni italiane e da moltissimi paesi di tutti i continenti.



Il Decumano che attraversa l'intero quartiere espositivo, esteso su 110 ettari, si è popolato di migliaia di persone di ogni razza, cultura e religione che hanno potuto conoscere e gustare i migliori prodotti agroalimentari del Pianeta (tra cui spiccano quelli italiani) distribuiti in 80 padiglioni.

All'interno della produzione del nostro paese, un ruolo di primo piano lo gioca senza dubbio l'ortofrutta, che comprende numerosi prodotti di qualità, certificati e garantiti dalla Ue, come la Pera Abate Fetel Igp dell'Emilia Romagna, le Pesche e Nettarine Igp di Romagna e la Patata Dop di Bologna. Prodotti che garantiscono la massima sicurezza alimentare e la totale ecosostenibilità, risultati ottenuti anche grazie alla notevole vocazionalità ambientale e al particolare modello organizzativo del settore ortofrutticolo basato su un forte legame tra territorio e comunità e su valori distintivi quali la partecipazione attiva, responsabile e democratica, la valorizzazione delle competenze e l'impegno condiviso. La cooperazione gioca un ruolo primario all'interno di questo sistema, che è stato presentato all'Esposizione Universale di Milano con molteplici appuntamenti organizzati dal Gruppo Apo Conerpo e da alcune delle sue più importanti cooperative e business unit assieme al Centro Servizi Ortofrutticoli. In queste occasioni sono stati illustrati, ad un'ampia e qualificata platea, le elevate caratteristiche organolettiche e qualitative dell'ortofrutta fresca italiana e i numeri di un settore per il quale il nostro paese detiene la leadership mondiale con 491 mila aziende, oltre 1 milione di ettari coltivati e 12,8 miliardi di valore di produzione.

Un'altra opportunità per capire quanto sia positivo nutrire il pianeta e quanta energia per la vita arrivi dal lavoro dei campi l'ha offerta Agrinsieme, che ha partecipato alla "Festa della frutta e della verdura", interessante appuntamento svoltosi a fine luglio nell'ambito dell'Expo e tutto all'insegna di show, dimostrazioni e degustazioni.

In conclusione, seppur ancora non definitivo, il primo bilancio dell'Expo risulta senza dubbio positivo e dimostra le grandi capacità organizzative di un paese come l'Italia, che pur attraversando un momento non semplice a causa della lunga e pesante crisi economica, è in grado di raggiungere risultati più che importanti quando riesce a superare gli ostacoli burocratici e a fare sistema mettendo in atto le migliori progettualità.

È UNO DEI 6 PLAYERS PRINCIPALI, CHE CONTROLLANO IL 55% DELLA PRODUZIONE

Expo: Naturitalia presenta la filiera della patata

Mario Parisi
Centro Stampa

Origine nazionale, innovazione e aggregazione costituiscono la "ricetta" vincente della società commerciale del gruppo Apo Conerpo che risponde perfettamente alle esigenze del mercato evidenziate dall'indagine commissionata alla Nielsen e illustrata nell'ambito dell'Esposizione Universale di Milano.

Con una produzione complessiva di oltre 80.000 tonnellate, interamente ottenute sul territorio nazionale, **Naturitalia** è uno dei top players operanti nel nostro paese nel settore della patata, che rappresenta uno dei prodotti di punta della sua ampia e qualificata gamma di ortofrutta fresca. "Coltivate con le più moderne tecniche agronomiche e nelle aree più vocate del paese, in particolare Emilia Romagna e Lazio ma anche Friuli Venezia Giulia e Abruzzo, - dichiara **Gabriele Ferri, Direttore Generale della società** - le patate Naturitalia garantiscono la massima genuinità e ottime caratteristiche organolettiche e sono quindi in grado di fornire le migliori risposte alle diverse esigenze della clientela".

UN FORTE LEGAME CON IL TERRITORIO

"La nostra produzione - prosegue Ferri - esprime il forte legame con il territorio italiano di origine, garanzia di qualità della materia prima, ed è coltivata e distribuita nel pieno rispetto dell'ambiente grazie anche al sistema a filiera corta che riduce sen-

sibilmente il numero degli operatori commerciali dal campo alla tavola". Oltre alle tradizionali **patate a pasta gialla e bianca** e a quelle a **buccia rossa**, l'offerta comprende la **produzione novella**, nonché le **patate a pasta viola** e a **pasta soda**. "Due new entry, queste, particolarmente interessanti - dichiara **Augusto Renella, Marketing Manager di Naturitalia** - ottenute recentemente grazie alla crescente attenzione dedicata dalla nostra società alla ricerca e all'innovazione".

"Per rispondere alle sfide di un mercato sempre più competitivo, infatti, - prosegue Renella - negli ultimi anni abbiamo aumentato ulteriormente gli investimenti in questo settore, proponendo ai consumatori nuove varietà, ma anche nuovi prodotti in grado di assecondare i gusti più diversi e i palati più esigenti".

A tale proposito, la **patata a pasta soda** ha un sapore decisamente delicato e una polpa più compatta rispetto alle altre varietà ed è indicata soprattutto per

essere cotta bollita o al vapore e per la preparazione di insalate. Con la sua polpa di colore viola e la buccia ambrata, la **patata a pasta viola** aggiunge invece un tocco di colore ed originalità in cucina. Particolarmente apprezzata per le sue qualità estetiche e gustative, si presta bene per essere cotta frita, schiacciata in purè e bollita per realizzare gustose insalate.

"Sempre attenta all'evoluzione delle esigenze dei consumatori, - ricorda Renella - Naturitalia completa la sua offerta con le **patate di quarta gamma** per rispondere ai nuovi stili di vita, sempre più frenetici e orien-



Da sinistra Gabriele Ferri e Augusto Renella.

tati verso prodotti ad alto contenuto di servizio”.

“A questa proposta estremamente ampia per numero delle referenze e volumi delle produzioni – conclude Renella – la nostra società abbina numerosi e moderni servizi quali i programmi commerciali personalizzati con la massima flessibilità, la regolarità di fornitura, la segmentazione produttiva e una scelta davvero ricca di confezioni (da 1, 1.5, 2 chili, ma anche quelle tra i 3 e i 5 kg, attualmente le più richieste dal mercato)”.

UN'AMPIA E QUALIFICATA BASE PRODUTTIVA

Grazie a un'ampia e qualificata base produttiva, la business unit del Gruppo Apo Conerpo si pone come struttura di punta dell'ortofruitticoltura italiana organizzata, garantendo un'elevata concentrazione dell'offerta per molti prodotti tra cui le patate.

Alla luce di questo mix di fattori, la società si presenta quindi con le



carte perfettamente in regola per rispondere alle nuove esigenze del mercato emerse dalla ricerca commissionata alla Nielsen e presentata a Milano in occasione dell'evento “La filiera della Patata Naturitalia ad Expo 2015. Uno sguardo al prodotto, ai territori di produzione e al mercato”.

Lo studio, infatti, evidenzia, tra l'altro, la crescente importanza attribuita dai consumatori di patate ad aspetti quali l'innovazione. Una richiesta a cui Naturitalia ha risposto con la produzione di quarta gamma e con nuovi, interessanti, prodotti speciali quali le patate a pasta soda e quelle a pasta viola”. Secondo i dati dell'indagine Nielsen, su una produzione italiana complessiva di circa 1.600.000 tonnellate, quasi 19.000 sono rappresentate da nuove referenze e più di 22.000 tonnellate da prodotti nuovissimi.

Un altro aspetto su cui Naturitalia si mostra in piena sintonia con le attuali tendenze del consumo è l'origine dei prodotti commercializzati, provenienti al 100% da aziende agricole

operanti sul territorio nazionale.

GRANDE ATTEZIONE ALL'ORIGINE DEI PRODOTTI

Dallo studio Nielsen, condotto su un panel di 9.000 famiglie, emerge che nella scelta dei prodotti alimentari ben il 77% degli italiani guarda con attenzione al paese di origine e al luogo di provenienza, mentre il 58% cerca di mangiare solo cibi ottenuti nel nostro paese e il 65% compra prodotti con certificazione di provenienza (DOP; IGP, DOC, ecc.); il 68% degli italiani, poi, considera importante la sicurezza alimentare. “La ricerca infine – conclude il Direttore Generale, Gabriele Ferri – sottolinea che il mercato è molto frammentato e che 6 players, tra cui Naturitalia, rappresentano il 57% della produzione mentre il restante 43% è in mano ad una miriade di oltre 200 soggetti. Una situazione che va superata, aumentando il più possibile la concentrazione del prodotto, anche per evitare una competizione esasperata con inevitabili ripercussioni negative sulle quotazioni. Tutto ciò tenendo conto che la coltivazione delle patate rappresenta un grande valore (basti pensare ai vantaggi arrecati al territorio bolognese dove la coltura è arrivata 200 anni fa) e pertanto non possiamo permetterci di perderla a causa di problemi organizzativi”.



L'OBIETTIVO È COMMERCIALIZZARE IL POMODORO CIRIO NEGLI USA

Conserve Italia e Colavita, alleati oltre Oceano

Ufficio Stampa Conserve Italia

La cooperativa bolognese potrà beneficiare della rete distributiva dell'azienda molisana diffusa sull'intero territorio nordamericano.

Aumentare ulteriormente le vendite dei propri prodotti di punta all'estero: con questo obiettivo Conserve Italia ha siglato un'importante alleanza commerciale con Colavita, azienda molisana leader nella vendita di olio extravergine di oliva italiano in America. Grazie a questo accordo Conserve Italia potrà

commercializzare il pomodoro a marchio Cirio attraverso la rete distributiva Usa di Colavita, diffusa sull'intero territorio nordamericano con due sedi operative, la principale nel New Jersey e l'altra in California.

“Con questa alleanza – dichiara Cesare Concilio, Direttore Commerciale Estero Conserve Italia – puntiamo alla grande forza evocativa del connubio di due prodotti made in Italy, quali il pomodoro e l'olio extravergine di oliva, tra i più apprezzati e richiesti dai consumatori americani”.

Attualmente il fatturato sviluppato da

Conserve Italia in Nord America è pari a circa 1 milione di euro, di cui 500 mila euro legati al brand Cirio, con una crescita del 50% in due anni.

“In virtù dell'intesa siglata con Colavita – spiega Concilio – puntiamo ad incrementare ulteriormente i nostri ricavi su un mercato dove la domanda di prodotti italiani è altissima”.

“Le possibilità di crescita sono molte – afferma Concilio – perché gli Usa sono tra i primi cinque paesi importatori di pomodoro, nonostante siano il primo produttore mondiale con una media di circa 12 milioni di tonnellate (quest'anno è prevista una produzione record di circa 14 milioni). La difficoltà di penetrazione sul mercato statunitense è legata alla scarsa concentrazione della rete distributiva, che costringe le aziende italiane a dialogare con decine di catene retail attive nei diversi stati americani, peraltro con grandi differenze operative. Da qui la decisione di affidare la commercializzazione del pomodoro Cirio in esclusiva ai brokers di Colavita, presenti da anni in gran parte del Nord America”. Per rendere ancora più salda questa alleanza, Conserve Italia ha organizzato un incontro con 50 agenti di Colavita provenienti da diversi stati Usa, che hanno visitato le linee produttive dei prodotti Cirio presso lo stabilimento di Pomposa e hanno effettuato alcuni test per confrontare i pomodori Cirio con altri prodotti simili realizzati da aziende concorrenti americane. Da tale confronto è emerso che i prodotti Cirio vantano standard qualitativi più elevati rispetto al pomodoro americano.

L'assessore Caselli in visita a Pomposa

Alla fine di agosto Conserve Italia ha accolto nel suo stabilimento di Pomposa (FE) l'assessore all'Agricoltura dell'Emilia Romagna, Simona Caselli, ed i vertici dell'Oli Pomodoro da Industria Nord Italia per fare il punto sulla campagna 2015. Il presidente di Conserve Italia, Maurizio Gardini, ha ricordato il ruolo di assoluto rilievo del pomodoro nelle strategie produttive e commerciali di Conserve Italia. Riferendosi alla campagna corrente, Gardini ha sottolineato come l'andamento meteorologico altalenante degli ultimi mesi abbia penalizzato gli indici produttivi, soprattutto nei comprensori ravennate e ferraresi, per cui presso gli stabilimenti Conserve Italia del Nord Italia verrà a mancare circa il 10% di materia prima. “In ogni caso – ha proseguito il presidente – la nostra base produttiva sta rispettando i propri impegni di conferimento a conferma che la trasparenza contrattuale ed il rispetto delle regole condivise sono i migliori presupposti per una soddisfacente gestione della filiera del pomodoro”.

L'assessore regionale Caselli ha sottolineato che “pur in presenza di un'annata caratterizzata da forti anomalie climatiche, i risultati della prima parte della stagione evidenziano l'importanza di una filiera coesa e ben organizzata”.



400 GRAMMI LA DOSE GIORNALIERA CONSIGLIATA DALL'OMS

Ortofrutta e sport, binomio vincente per una vita sana

Annalita Moruzzi
Centro Stampa

All'inizio di settembre, nell'ambito dell'Expo, all'interno dell'area CSO, si è svolta una giornata dedicata a questo connubio.

In tale occasione, Alega, società commerciale del Gruppo Apo Conerpo, ha consegnato il premio *Superfruitness* a Ivan Giancesini, campione del rugby italiano.

Ivan Giancesini di Mirano (VE), uscito da una scuola di rugby che ha formato e continua a sfornare campioni di questo sport dove contano le regole della lealtà, dell'onore, della fatica, con una stretta di mano si è aggiudicato il primo premio *Superfruitness* ad EXPO nell'area gestita da CSO e dedicata ai valori della frutta e di un importante alleato, vale a dire lo sport.

A consegnare il riconoscimento Pier Giorgio Lenzarini, presidente di Alega, un grande gruppo di produttori italiani che oggi vanta un fatturato 160 milioni di euro ed una produzione annuale che coprende tutta la gamma di ortofrutta disponibile in Italia.

"Con i nostri produttori - ha affermato il presidente Pier Giorgio Lenzarini - ci impegniamo ogni giorno per portare sulle tavole italiane ed europee frutta e verdura di assoluta qualità. Il nostro è un lavoro duro, pieno di imprevisti, che richiede costanza, impegno e umiltà, ma che alla fine è il più gratificante del mondo. Il rugby ci

assomiglia un po' per le doti di grande forza e determinazione necessarie per praticarlo e siamo orgogliosi di assegnare ad un campione di questo sport che ci sta dando tantissime soddisfazioni il premio *Superfruitness*, un supereroe che acquisisce sempre più energie mangiando frutta".

La frutta e lo sport costituiscono un abbinamento perfetto per vivere sani



e in forma. Le linee Guida del Ministero della Sanità e dell'OMS concordano sul fatto che occorre mangiare almeno 400 grammi al giorno di frutta e verdura e fare attività fisica con costanza.

"Quando si pratica uno sport - ha dichiarato Ivan Giancesini - in genere si segue una dieta alimentare che ci consente di mantenere non solo un peso ed un equilibrio idoneo alla nostra struttura fisica, ma di acquisire anche quell'agilità che, se si è in sovrappeso, tende a scomparire. Ovviamente, nel rugby ci sono ruoli

specifici da ricoprire con atleti dalle strutture fisiche molto diverse tra loro. In ogni caso, nella nostra dieta la frutta e la verdura sono una componente essenziale a cominciare dalla colazione del mattino per proseguire a pranzo prima di una gara e terminare alla sera dove si concentra particolarmente l'apporto di proteine vegetali in modo da favorire nel corso della notte il processo di rigenerazione delle fibre muscolari".

L'evento organizzato dal CSO a Expo, nell'ambito del Progetto Europeo *Fruitness*, ha suscitato molto interesse tra il folto pubblico di curiosi e addetti ai lavori presenti per ascoltare una storia affascinante di successo imprenditoriale come quella di Alega/Valfrutta e di una disciplina come il rugby e di un campione che incarna al meglio i valori dello sport.

Finanziato da Unione Europea, Stato italiano e CSO, *Fruitness* coinvolge 5 paesi (Regno Unito, Svezia, Polonia, Germania e Danimarca) e si propone di promuovere i consumi di frutta informando sulle qualità nutrizionali di questi prodotti e sui benefici effetti sulla salute. Decisamente soddisfacenti i risultati ottenuti in questi 9 anni dal Progetto, che ha raggiunto più di 60 milioni di contatti attraverso azioni promozionali condotte in 10.000 punti vendita e attività di comunicazione sui media oltre che con la partecipazione a numerosi eventi sempre al fine di stimolare la domanda di frutta e un sano stile di vita.

PROMOSSA DALL'EXPO PER STIMOLARE I CONSUMI

Agrinsieme alla "Festa della frutta e verdura"

Alina Fiordellisi
Ufficio Stampa Agrinsieme

Agrinsieme ha partecipato all'iniziativa distribuendo ai visitatori la qualità italiana. Vanno rilanciati i consumi e va sostenuto il reddito degli agricoltori. Un'alleanza tra campi e cittadini per la salute.

Alla fine di luglio i visitatori di Expo hanno avuto un'occasione in più per capire quanto sia positivo nutrire il pianeta e quanta energia per la vita provenga dal lavoro dei campi: la sfida l'ha lanciata Agrinsieme partecipando alla "Festa della frutta e della verdura" promossa all'Esposizione di Milano con iniziative speciali rivolte a stimolare il consumo di frutta e con una riflessione a più voci sul comparto ortofrutticolo, che è il più importante del nostro agroalimentare sia per fatturato che per export. Ma nonostante ciò

è sottovalutato sia nelle politiche economiche sia in quelle legate alla corretta alimentazione.

"Per questo – ha affermato Dino Scanavino, coordinatore nazionale di Agrinsieme e presidente di Cia – abbiamo partecipato alla "Festa della frutta e della verdura" indetta da Expo e articolata in tre momenti relativi ad altrettanti aspetti: il primo è la necessità di rilanciare i consumi interni, anche per ragioni di salute e benessere dei consumatori; il secondo è la richiesta di un reddito equo e stabile per le imprese agricole accorciando la filiera e soprattutto restringendo la forbice tra prezzi in campo e prezzi al consumo; il terzo è la difesa del Made in Italy in un comparto che è cresciuto grazie all'export, ma che ha avuto pesanti contraccolpi dall'aumento delle barriere non tariffarie (specie fitosanitarie) degli altri

Paesi nonché dalla chiusura, dallo scorso anno, del mercato russo".

"Quanto all'articolazione della 'Festa della frutta e della verdura' – ha proseguito Scanavino – abbiamo cercato di costruire un rapporto diretto con i visitatori di Expo, di esporre le nostre opinioni al governo e di rafforzare le partnership con i paesi esteri presenti all'Esposizione Universale. Così abbiamo distribuito frutta e materiale informativo ai visitatori per tutto il giorno, abbiamo organizzato una conferenza a cui abbiamo invitato i ministri delle Politiche agricole Maurizio Martina e della Salute Beatrice Lorenzin e abbiamo incontrato molte delegazioni dei paesi presenti a Expo tra i quali Qatar, Cuba, Emirati Arabi, Gabon e Russia. Per noi è fondamentale consolidare queste partnership estere visto che l'export è il principale sbocco della nostra produzione".

L'iniziativa di Agrinsieme – che coordina Cia, Confagricoltura, Copagri e Alleanza delle cooperative agroalimentari (oltre un milione di aziende per più della metà della superficie coltivata e del valore della produzione agricola nazionale, oltre 5 mila cooperative e il 40% del fatturato agroalimentare italiano) – prevedeva la distribuzione, lungo il Decumano di Expo, di frutta a tutti i visitatori. Frutta distribuita anche nell'atrio di Palazzo Italia dove, nella Sala delle Conferenze al quarto piano, si è tenuto il confronto con le istituzioni. Al governo Agrinsieme chiede un'alleanza tra produttori e cittadini per incentivare il consumo di frutta e verdura, così importanti per la salute dei con-



sumatori, e al tempo stesso di sostenere il reddito delle imprese agricole con la partecipazione attiva dell'esecutivo sia per campagne di promozione al consumo e d'informazione ai cittadini, sia con azioni di sostegno al settore sul mercato interno ed estero.

LIEVE RIMBALZO DEI CONSUMI

La partecipazione alla "Festa della frutta e della verdura" indetta da Expo è stata anche l'occasione per fare il punto sui consumi interni. Da Agrinsieme è arrivato un deciso allarme sulla tenuta della dieta mediterranea. "Sembra un paradosso – sottolinea Scanavino – ma proprio noi italiani che siamo i detentori del più sano regime alimentare del mondo lo stiamo abbandonando per due fondamentali ragioni: la prima è che la crisi ha tolto potere d'acquisto alle famiglie che si orientano su cibi sazianti a minor valore, la seconda che abbiamo importato modelli di consumo ali-

mentari che non appartengono alla nostra cultura e che si rivelano non salutari. Per questo vogliamo rilanciare il consumo di frutta e verdura". Anche in virtù del grande caldo di quest'estate, si è registrato un parziale risveglio dei consumi di frutta e verdura, con un incremento stimato nell'ordine del 5%. Ma è troppo poco per recuperare la costante erosione che ha investito soprattutto i giovani, attratti dal junk-food. Dai dati di Nomisma emerge che gli italiani negli ultimi 15 anni hanno ridotto di 1,7 milioni di tonnellate il consumo di frutta e verdura (-18%). Nell'ultimo anno i consumi di prodotti ortofrutticoli freschi si sono fermati a 130,6 kg, vale a dire 360 grammi al giorno a testa: a soffrire soprattutto la frutta (-15%) mentre gli ortaggi limitano la contrazione al 6%. Meglio fa solo la Spagna, con 179,4 kg a testa; dati peggiori per Svizzera (106,5), Germania (194), Regno Unito (99,6) e Francia (85,2). Il dato del consumo giornaliero ha

allontanato l'Italia dalla razione giornaliera raccomandata, pari a 400 grammi al giorno suddivisi in 4 porzioni di frutta e verdura. Il 22% della frutta è acquistata confezionata e il restante 78% sfusa.

Negli ultimi mesi si è avuta una lieve ma significativa inversione di tendenza. Un dato confermato indirettamente anche da Google che, attraverso il suo Google Summer Trends, la classifica del motore di ricerca sulle principali ricerche estive sul web, certifica come gli alimenti più ricercati dagli italiani siano stati, nel mese di luglio, ciliegie, banana, mela e melone. Nella top ten anche fragole, fave e albicocche. Infine un dato su cui occorre riflettere è quello che lega il consumo di frutta e verdura alla salute. Secondo un recente studio 600 grammi al giorno di frutta e verdura riducono del 15% il rischio di malattie cardiovascolari, del 27% i rischi di patologie respiratorie e di oltre il 40% il rischio di malattie dell'apparato digerente.

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

SCOPO DELLA PARTNERSHIP È LA VALORIZZAZIONE DEL MELONE

Valfrutta Fresco sigla un accordo con Francescon

Lamberto Mazzotti
Centro Stampa

Realizzazione di una confezione per due meloni per Valfrutta e sviluppo della commercializzazione del prodotto premium a marchio Valfrutta sono i primi obiettivi.

Valfrutta Fresco, business unit del Gruppo Apo Conerpo, e Op Francescon hanno stretto un accordo strategico per la valorizzazione del melone a tutto tondo. La marca di gamma in ortofrutta più nota e prestigiosa sul mercato italiano e il più importante produttore nazionale di melone hanno quindi deciso di unire le forze per mettere a valore i reciproci primati. Il primo passo operativo è la realizzazione per il marchio Valfrutta di una confezione per due meloni – per il momento destinata al Melone Mantovano IGP, di cui Francescon è il più

importante produttore – sviluppata in collaborazione con il Gruppo Sorma. Si tratta di una vaschetta in cartoncino che ospita due frutti, egualizzabile fra 2,5 e 3 chilogrammi, chiusa con manico impiegando la tecnologia Ecopunnet di Sorma e, quindi, totalmente riciclabile e meccanicizzabile.

La confezione può essere clusterizzata in 3 pezzi nel 30x50 o quattro pezzi nel 40x60. La possibilità del prezzo a collo e il manico per l'asporto lo rendono un prodotto di grande impatto per l'area del *convenience* e di grande duttilità su tutti i format distributivi.

Accanto a questo lancio, l'accordo prevede poi lo **sviluppo della com-**



mercializzazione del prodotto premium a marchio Valfrutta nel segmento del mercato tradizionale (Centri agroalimentari e dettaglio specializzato) per ampliare la gamma sulla politica di alta qualità intrapresa da Valfrutta nel recente passato su questo canale.

“Francescon rappresenta per Valfrutta il partner ideale in virtù della continuità dell’offerta sull’alta gamma che ci può garantire grazie alle dimensioni produttive e al calendario commerciale completo di cui dispone”, commenta l’accordo **Stefano Soli, direttore commerciale di Valfrutta Fresco.**

“Da parte nostra – sottolinea **Bruno Francescon, presidente dell’omonima OP** – Valfrutta Fresco costituisce un riferimento importante per la politica di marca al consumo sul segmento del mercato tradizionale e nell’area premium, grazie alla notorietà e al valore della marca, che completano perfettamente la nostra leadership in ambito produttivo, commerciale e nell’applicazione dell’innovazione varietale sul melone”.

Pere, la grandine riduce la produzione di Abate e Kaiser

La terribile grandinata che all’inizio di settembre ha colpito le aree produttive più importanti della pericoltura italiana, tra Ferrara e Modena, ha provocato una grave perdita di prodotto.

“Fortunatamente – dichiara il presidente dell’OI Pera, Gianni Amidei – in quel momento per diverse varietà erano già state ultimate le operazioni di raccolta e i danni si sono concentrati in particolare su Abate, di cui era stato raccolto circa il 35%, e Kaiser, la cui raccolta era in una fase più avanzata”.

“Sulla base delle indicazioni fornite dai tecnici delle diverse strutture socie dell’OI Pera – conclude Amidei – attualmente (15 settembre) si quantifica una perdita di circa 39.000 tonnellate, vale a dire il 13% della produzione di Abate e Kaiser dell’Emilia Romagna”.

L’entità dei danni comporterà notevoli ripercussioni su tutto l’indotto, che in valore possono essere tradotte in una perdita di oltre 40 milioni di euro.

IN OCCASIONE DI PROGNOFRUIT PRESENTATE LE PREVISIONI

Pomacee: in leggero calo la produzione europea

Giampiero Reggiodori
Ufficio Produzioni Agricole Apo Conerpo

L'abituale conferenza internazionale che presenta le previsioni produttive di mele e pere a livello mondiale, Prognosfruit, quest'anno si è tenuta a Merano, in provincia di Bolzano, il 6 e 7 agosto. Per quanto riguarda le pere, nella UE a 28 paesi è stimata una produzione inferiore del 3,3% rispetto al 2014. Per le mele, sempre nei paesi UE, è attesa una produzione inferiore del 4,7%. Durante i lavori sono stati trattati anche altri temi.

Oltre alle previsioni di produzione, in occasione di questo appuntamento sono stati anche affrontati vari argomenti di grande importanza per il settore: l'andamento di mercato, la valorizzazione delle mele e delle pere, i percorsi per aumentare i consumi, l'approccio "all'Agricoltura Sostenibile" di indirizzo comunitario e mondiale. È stato poi riaffrontato il tema dell'embargo della Russia all'ingresso di prodotti agroalimentari provenienti dalla UE e sono stati trattati altri argomenti più tecnici come la valutazione dell'impatto

delle norme sulla revisione degli agrofarmaci e delle barriere fitosanitarie all'export nei paesi non ancora raggiunti dalle esportazioni italiane.

Le previsioni produttive per il 2015 nei paesi UE, raffrontate con la media degli ultimi 4 anni, evidenziano un lieve aumento per le pere, più consistente per le mele. Ciò significa che i produttori ripongono ancora una certa fiducia nelle due specie.

LE ANOMALIE CLIMATICHE

La situazione climatica si sta confer-



mando sempre più variabile ed anomala in entrambi gli emisferi.

I fenomeni estremi, lontani dalle caratteristiche stagionali, si ripetono sempre più, soprattutto quelli come

temporali, precipitazioni brevi ed intense, trombe d'aria, alluvioni più o meno vaste e lunghi periodi siccitosi con temperature decisamente superiori alla media. Questi fenomeni influenzano lo sviluppo normale delle coltivazioni.

Nell'emisfero nord l'inverno 2014/2015 è stato meno freddo del normale e la primavera è stata caratterizzata da abbondanti periodi piovosi.

Pero

Per quest'anno la



previsione per le pere (Tabella 1) indica, nei paesi europei della UE, una produzione leggermente inferiore al consuntivo 2014, con una diminuzione del 3,3%; considerando altri paesi dell'Europa extra UE, la stima evidenzia invece un lieve incremento produttivo (+1,3%).

A livello dei singoli paesi si registrano andamenti leggermente anomali da un anno all'altro.

Per l'Italia, ad esempio, è atteso un calo di circa l'1,8% sul 2014.

L'andamento della superficie coltivata a pero conferma quanto affermato l'anno scorso: il Belgio risulta ancora molto interessato a questa specie, l'Italia in parte, come l'Olanda, il Portogallo e la Spagna.

Discreto movimento nei paesi dell'Europa dell'Est che investono nuove superfici a pero oppure rinnovano i vecchi impianti.

PERE: L'ITALIA È IL PRIMO PRODUTTORE EUROPEO

L'Italia continua ad essere il principale paese produttore europeo con un ventaglio di varietà qualificate come Abate Fetel, Conference, William bianco (soprattutto da industria) e Kaiser, mentre gli altri paesi sono soprattutto concentrati su una o al massimo due cultivar: il Portogallo sulla Rocha, la Spagna sulla Blanquilla, la Conference e in piccola parte il William bianco, l'Olanda, il Belgio e la Francia sulla Conference.

Le nuove varietà (come Sweet Sensation, Carmen ed altre) entrano comunque lentamente sia in coltivazione che nelle abitudini di consumo a dimostrazione della "specificità" anche alimentare della pera con prezzi già altalenanti. Aumenta la tendenza a produrre Abate Fetel anche in altri paesi centro europei.

Fra i paesi extra UE colpisce (ma non più di tanto), come al solito, il dato della Cina anche se si tratta di una stima.

Tabella 1 – Produzione di pere 2014 e previsioni 2015

Paesi	Consuntivo 2014 (Tons)	Previsione 2015 (Tons)	Variaz. prev. 2015 su cons. 2014 (%)
Paesi UE			
Italia	736.000	723.000	-1,8%
Spagna	400.000	377.000	-5,8%
Belgio	374.000	347.000	-7,2%
Olanda	349.000	327.000	-6,3%
Portogallo	203.000	151.000	-25,6%
Austria (stima)	50.700	50.500	-0,4%
Francia	131.000	149.000	13,7%
Polonia	50.000	80.000	60,0%
Grecia	37.000	41.000	10,8%
Ungheria	40.000	33.000	-17,5%
Germania	45.000	46.000	2,2%
Gran Bretagna	24.000	25.000	4,2%
Romania	17.000	20.000	17,6%
Danimarca	6.000	6.000	0,0%
Slovenia	4.000	4.000	0,0%
Repubblica Ceca	4.000	10.500	162,5%
Bulgaria (stima)	2.900	2.600	-10,3%
Croazia	2.000	1.500	-25,0%
Slovacchia	770	1.000	29,9%
Svezia	620	1.000	61,3%
Lettonia	1.000	1.250	25,0%
Lussemburgo (stima)	300	350	16,7%
Cipro (stima)	1.100	1.050	-4,5%
Totale UE (28 paesi)	2.479.390	2.398.750	-3,3%
<i>Nota: Estonia, Lituania, Finlandia, Irlanda, Malta: nessuna stima, quantità non rilevante.</i>			
Alcuni altri paesi extra UE			
Turchia	290.000	395.000	36,2%
Ucraina	157.000	168.000	7,0%
Bielorussia	52.000	50.000	-3,8%
Federazione Russa	45.000	47.000	4,4%
Serbia	40.000	44.000	10,0%
Svizzera	26.000	23.000	-11,5%
Albania (stima)	7.000	6.500	-7,1%
Bosnia Erzegovina	5.000	11.000	120,0%
Moldova	5.000	4.400	-12,0%
Macedonia	3.000	2.400	-20,0%
Totale altri paesi extra UE	630.000	751.300	19,3%
Totale paesi europei indicati	3.109.390	3.150.050	1,3%
Vari paesi emisfero Nord			
Cina (stima)	14.300.000	14.400.000	0,7%
Stati Uniti d'America (consumo fresco)	663.000	668.000	0,8%
Messico	20.000	20.600	3,0%
Canada (stima)	10.000	10.000	0,0%
Totale vari paesi emisfero Nord	14.993.000	15.098.600	0,7%
Totale emisfero Nord	18.102.390	18.248.650	0,8%
Vari paesi emisfero Sud			
Argentina	794.000	658.000	-17,1%
Sud Africa	399.000	387.000	-3,0%
Cile	170.000	196.000	15,3%
Brasile (stima)	139.000	145.000	4,3%
Australia	107.000	11.000	-89,7%
Nuova Zelanda	10.000	13.000	30,0%
Totale vari paesi emisfero Sud	1.619.000	1.410.000	-12,9%
Totale generale	19.721.390	19.658.650	-0,3%

Fonte: Prognosfruit 2015 (Merano-Bolzano, Italia) e FAOSTAT.

Tabella 2 – Produzione di mele 2014 e previsioni 2015

Paesi	Consuntivo 2014 (Tons)	Previsione 2015 (Tons)	Variaz. prev. 2015 su cons. 2014 (%)
Paesi UE			
Polonia	3.750.000	3.750.000	0,0%
Italia	2.456.000	2.328.000	-5,2%
Francia	1.444.000	1.594.000	10,4%
Germania	1.116.000	885.000	-20,7%
Ungheria	920.000	618.000	-32,8%
Spagna	505.000	486.000	-3,8%
Olanda	353.000	330.000	-6,5%
Belgio	326.000	258.000	-20,9%
Romania	382.000	351.000	-8,1%
Portogallo	272.000	291.000	7,0%
Grecia	245.000	238.000	-2,9%
Gran Bretagna	225.000	211.000	-6,2%
Austria	188.000	179.000	-4,8%
Repubblica Ceca	131.000	151.000	15,3%
Slovenia	68.000	72.000	5,9%
Croazia	62.000	101.000	62,9%
Irlanda (stima)	44.000	45.000	2,3%
Slovacchia	46.000	41.000	-10,9%
Bulgaria (stima)	54.500	52.000	-4,6%
Lituania	27.000	37.000	37,0%
Danimarca	26.000	24.000	-7,7%
Svezia	16.000	21.000	31,3%
Lettonia	10.000	9.000	-10,0%
Cipro (stima)	7.900	7.200	-8,9%
Finlandia (stima)	5.300	4.800	-9,4%
Estonia (stima)	1.200	1.100	-8,3%
Lussemburgo (stima)	2.600	2.500	-3,8%
Totale UE (28 paesi)	12.683.500	12.087.600	-4,7%
<i>Nota: Malta, non stimata; quantità non rilevante.</i>			
Alcuni altri paesi extra UE			
Turchia	2.109.000	2.541.000	20,5%
Federazione Russa	1.707.000	1.775.000	4,0%
Ucraina	1.082.000	1.254.000	15,9%
Moldova	420.000	250.000	-40,5%
Serbia	317.000	350.000	10,4%
Bielorussia	160.000	155.000	-3,1%
Svizzera	143.000	136.000	-4,9%
Macedonia	85.000	70.000	-17,6%
Albania (stima)	46.500	46.000	-1,1%
Bosnia-Erzegovina	61.000	69.000	13,1%
Totale altri paesi extra UE	6.130.500	6.646.000	8,4%
Totale paesi Europei indicati	18.814.000	18.733.600	-0,4%
Alcuni altri paesi emisfero Nord			
Cina	35.000.000	37.625.000	7,5%
Usa (United State of America)	5.131.000	4.943.000	-3,7%
Canada	410.000	302.000	-26,3%
Messico (stima)	350.000	360.000	2,9%
Totale altri paesi emisfero Nord	40.891.000	43.230.000	5,7%
Totale emisfero Nord	59.705.000	61.963.600	3,8%
Alcuni paesi emisfero Sud			
Cile	1.667.000	1.678.000	0,7%
Brasile	1.165.000	1.234.000	5,9%
Argentina	890.000	680.000	-23,6%
Sud Africa	794.000	874.000	10,1%
Nuova Zelanda	478.000	538.000	12,6%
Australia	275.000	311.000	13,1%
Totale vari paesi emisfero Sud	5.269.000	5.315.000	0,9%
Totale generale	64.974.000	67.278.600	3,5%
<i>Fonte: Prognosfruit 2014 (Merano-Bolzano, Italia) e FAOSTAT.</i>			
<i>Nota: i dati dei paesi dell'emisfero Sud si riferiscono all'ultima campagna, quindi sono praticamente relativi alla quantità raccolta.</i>			

Per quanto riguarda le altre aree del mondo, si registra una produzione in generale inferiore al 2014 per molti paesi, soprattutto a causa di andamenti climatici non favorevoli.

Melo

Per le mele (tabella 2) la produzione si attesta su livelli inferiori al 2014 nella UE (-4,7%), mentre è maggiore di circa l'8% rispetto alla media degli ultimi 4-5 anni.

MELE: POLONIA E ITALIA LEADER EUROPEI

I primi due paesi produttori in Europa sono la Polonia, che registra una stabilità della coltura, e l'Italia, dove si riscontra un leggero calo rispetto al 2014.

Il dibattito sulle nuove varietà apprezzate dal mercato, a parte il folto gruppo Fuji, oggi si concentra su quelle gestite a club (es: Pink Lady, Modi, Kanzi, ecc...).

Fra i paesi europei ancora esterni alla UE, si segnalano come produttori la Turchia, la Federazione Russa e l'Ucraina, mentre all'esterno del contesto europeo emergono la solita Cina e paesi da tempo conosciuti per la produzione di mele come Stati Uniti d'America, Cile, Brasile, Argentina, Repubblica Sud Africana, Nuova Zelanda, in ordine decrescente di quantità prodotte.

Poi Messico, Australia e Canada.

È SEMPRE LA GOLDEN LA PIÙ DIFFUSA

In relazione alle varietà, sono ancora in evidenza i principali gruppi già conosciuti: la Golden Delicious è sempre la più diffusa nei paesi esaminati; seguono Red Delicious, Stark Delicious, Gala, Jonagold, Idared, Granny Smith, Brebaurn.

Infine, non per minor importanza, registrano un piccolo aumento il gruppo delle Fuji, il gruppo delle Pink (superfici controllate) e altre nuove varietà.

LO CONFERMA LO STUDIO DEL POLITECNICO DI MILANO

Si diffondono le applicazioni per la collaborazione aziendale

Carlo Millo
Gruppo Sistema

Anche nelle imprese italiane si stanno diffondendo le applicazioni software per le attività di collaborazione aziendale, ora definite "Social Business Collaboration"; lo afferma il recente studio dell'Osservatorio Collaborative Business del Politecnico di Milano.

Non è la prima volta che su queste pagine evidenziamo il valore dei processi collaborativi nell'organizzazione aziendale. A confermare la validità di questi strumenti è il recente studio dell'Osservatorio Collaborative Business del Politecnico di Milano.

Questa ricerca indica infatti come nel 2014, nel segmento delle aziende intervistate, il 61% delle grandi imprese e il 20% delle PMI abbia attivato almeno un progetto a supporto dei processi collaborativi, confermando una crescita a doppia cifra rispetto all'anno precedente.

Si parla di Collaboration nelle Organizzazioni quando si realizzano processi che permettono la condivisione di informazioni aziendali, anche con dispositivi mobili, in modalità strutturata (es. gestioni documentali) oppure con l'approccio tipico dei social network, attraverso post e pagine di condivisione. L'obiettivo è inserire stili di lavoro collaborativi per aumentare la produttivi-

tà e l'efficacia nell'operatività di tutte le principali attività aziendali; in sintesi la collaboration per condividere e far crescere il know-how all'interno di tutta l'organizzazione aziendale. I processi interessati dai progetti di Social Business Collaboration evidenziati dallo studio sono diversi e spesso tra loro connessi secondo queste percentuali: 34% marketing e vendite, 32% gestione dei sistemi informativi, 29% comunicazione interna, 22% acquisti, 12% logistica, 11% gestione risorse (le percentuali derivano dalla possibilità di scelte multiple).

Questa tendenza interessa quindi sia le aziende di produzione che quelle commerciali e di servizi, coinvolgendo anche aree apparentemente distanti tra loro (amministrativa, commerciale, produzione, logistica etc.).

Un dato importante è che l'85% delle aziende che hanno realizzato progetti in ambito collaborativo si dichiara soddisfatto o molto soddisfatto dei risultati operativi conseguiti.

Per supportare progetti di Collaboration esistono diversi strumenti; il più diffuso è certamente Microsoft SharePoint, una applicazione software

che già da tempo si è dimostrata un ottimo strumento anche per aziende di piccola dimensione.

La versione Foundation 2013 di Microsoft Sharepoint è inclusa nella licenza Windows Server, sistema operativo molto diffuso nelle infrastrutture IT, così da permettere l'attivazione di servizi Sharepoint senza costi di licenza.

Inoltre Sharepoint fa parte della suite Microsoft Office 365 e può essere adottato anche in modalità Cloud, con un canone mensile, eliminando qualsiasi investimento nella infrastruttura IT.

Sharepoint rende rapida l'attivazione di progetti di collaborazione, di gestione documentale attraverso un corredo di funzionalità molto evoluto quali, ad esempio, i workflow per automatizzare flussi organizzativi, la gestione delle cronologie dei documenti, la ricerca dei contenuti, le notifiche legate alle modifiche, le autorizzazioni a livello utente e le pagine in modalità social.

Per le aziende che intendono utilizzare questo strumento, Gruppo Sistema (www.grupposistema.it) mette a disposizione la sua esperienza sia per formare competenze interne alle im-

prese, sia per realizzare applicazioni Microsoft SharePoint, assicurando una continua assistenza agli utenti e, se necessario, l'integrazione con software gestionali.



Gruppo Sistema
Information, Technology & Communication