

# ORTOFRUTTA NOTIZIE

Luglio-Agosto 2016



**Apo Conerpo:  
crisi e clima  
non frenano la crescita**

**Cirio, all'origine  
del made in Italy  
agroalimentare**

**Nuove varietà  
coltivabili grazie  
alla genomica?**

### Sommario

- 4 Apo Conerpo: crisi e clima non frenano la crescita  
GABRIELE CHIESA
- 7 Cirio, all'origine del made in Italy agroalimentare  
UFFICIO STAMPA CONSERVE ITALIA
- 8 Ciliegie, Agrintesa "seleziona" la migliore qualità  
LAMBERTO MAZZOTTI
- 9 Campagna soddisfacente per il kiwi Jingold italiano  
UFFICIO STAMPA JINGOLD
- 10 CESAC, bilancio positivo: fatturato a 57,5 milioni  
MARIO PARISI
- 11 Nuove varietà coltivabili grazie alla genomica?  
GIUSEPPE PALLOTTI
- 14 Gli strumenti di digitalizzazione dei processi aziendali  
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

Ma l'Italia potrà ritirare solo 13.900 tonnellate

## Embargo, prorogati gli aiuti per l'ortofrutta

**Davide Vernocchi**  
Presidente Apo Conerpo

**S**ono sempre più numerose e minacciose le nubi che si addensano sull'agroalimentare italiano, alle prese con i pesanti danni causati dall'embargo russo – che in due anni ha ridotto di quasi il 50% l'export del nostro paese su quel mercato – a cui si aggiungono le ripercussioni delle tensioni geo-politiche in atto in alcuni paesi del Nord Africa, Libia in testa, e da poche settimane anche il nuovo scenario scaturito dal referendum che ha decretato l'uscita della Gran Bretagna dall'Unione Europea. Il voto sulla Brexit provocherà, infatti, la svalutazione della Sterlina, che potrà complicare anche i rapporti commerciali con il Paese di oltre Manica, il quarto sbocco estero dei prodotti agroalimentari made in Italy con un volume d'affari di 3,2 miliardi di euro, cresciuto del 9% nel 2015 (elaborazioni Ismea su dati IHS-Gta). Per quanto concerne l'ortofrutta fresca e trasformata, l'Italia è addirittura il secondo esportatore nel Regno Unito. Di fronte a un simile scenario, il mondo produttivo è impegnato in prima linea per contenere i danni, investendo crescenti risorse, economiche e umane, nella ricerca di nuovi sbocchi commerciali puntando sull'alta qualità dell'offerta e sull'elevato livello di competitività del sistema, ma deve assolutamente poter contare anche sul sostegno delle Istituzioni. Aspettative legittime che invece vengono purtroppo, almeno in parte, disattese; sì, perché la Commissione Ue, alla luce della proroga dell'embargo russo sui prodotti agroalimentari europei fino a tutto il 2017, ha rinnovato per un anno, dal 1° luglio 2016 al 30 giugno 2017, le misure di sostegno eccezionali per i produttori ortofrutticoli danneggiati dal blocco delle esportazioni verso quel Paese. E fin qui nulla da eccepire, anzi; il provvedimento, largamente atteso ed auspicato dagli operatori del settore e dalle loro associazioni, va senza dubbio salutato con favore.

Ma la soddisfazione lascia il passo all'amarezza quando si passa ad analizzare i dati. Bruxelles ha infatti deciso di tagliare il plafond dei quantitativi di prodotti ritirabili dal mercato, che si basa sulle esportazioni dei singoli Stati verso la Russia nei tre mesi precedenti l'embargo, a cui ogni Paese potrà poi aggiungere un quantitativo supplementare fino a 3.000 tonnellate. Il provvedimento riguarda cinque categorie di prodotti (mele e pere; prugne, uva da tavola e kiwi; pomodori, carote, peperoni, cetrioli e cetriolini; arance, clementine, mandarini e limoni; pesche e pesche noci) e interessa 16 Paesi con quantitativi ritirabili molto diversi che determineranno forti sperequazioni. Su un plafond complessivo di 226.700 tonnellate (due anni fa erano 400.000), la Polonia ne potrà ritirare 99.400 (43,8% del totale), la Spagna 38.800, il Belgio 30.700, la Grecia 14.800. L'Italia si trova al quinto posto con solo 13.900 tonnellate di prodotti (-70%) di cui 5.300 tonnellate di mele e pere, 4.600 tra prugne, uva da tavola e kiwi, 2.800 di pesche e nettarine, 1.000 di agrumi e 200 di ortaggi (pomodori, carote, peperoni, cetrioli e cetriolini). Questa scelta della Commissione europea penalizza fortemente un sistema produttivo moderno ed efficiente come quello italiano che, grazie al grande impegno ed ai consistenti investimenti degli agricoltori, cerca di aumentare costantemente il livello di competitività e di qualità, ma si scontra con dinamiche che non favoriscono la salvaguardia e lo sviluppo del settore. Ancora una volta, purtroppo, la Comunità non riesce a prendere in carico integralmente un problema e si limita a fornire una risposta parziale e insufficiente.



STABILI A QUOTA 1.050.000 TONNELLATE I VOLUMI CONFERITI DAI SOCI

# Apo Conerpo: crisi e clima non frenano la crescita

Gabriele Chiesa  
Direttore Generale Apo Conerpo

Nel 2015 l'Op ha collocato sul mercato oltre 1.070.000 tonnellate di prodotti ortofrutticoli freschi. Il volume d'affari ha superato i 700 milioni di euro, il patrimonio netto ha sfiorato i 28 milioni. Gli investimenti strutturali hanno raggiunto i 37,6 milioni di euro.

**N**onostante l'andamento climatico anomalo, con temperature particolarmente elevate nel periodo estivo che hanno ridotto la produttività degli ortaggi e della frutta, la congiuntura economica ancora molto difficile, con disoccupazione alta e consumi bassi, e le tensioni geopolitiche in atto in alcuni Paesi tra cui soprattutto la Russia, Apo Conerpo ha chiuso il 2015 con un bilancio positivo. In questo scenario, infatti, la produzione del più grande gruppo europeo dell'ortofrutta fresca è rimasta praticamente stazionaria sui livelli del 2014, attestandosi di poco sotto quota 1.050.000 tonnellate (-0,86%) mentre il fatturato ha sfiorato i 703 milioni di euro, facendo registrare un incremento del 4,3% sull'anno precedente e superando per la prima volta i 700 milioni di euro.

Si tratta di dati soddisfacenti e in contro tendenza rispetto al contesto generale, che testimoniano chiaramente la validità delle scelte effettuate dal Gruppo, incentrate sulla valorizzazione delle proprie filiali commerciali (Alegra, Brio, Naturalia, Opera, Valfrutta Fresco) e sulla ricerca dei canali commerciali maggiormente remunerativi.

Nel 2015 Apo Conerpo ha registrato un aumento dell'1,94% dei volumi di frutta conferiti dai soci, che hanno superato le 403.000 tonnellate, con indice però negativo per albicocche, ciliegie, nettarine e susine ed incrementi per kiwi, pere, kaki, castagne e marroni. Per quanto concerne il pomodoro da industria, la produzione ha sfiorato le 450.000 tonnellate con un +6,3% rispetto all'anno precedente. Per gli ortaggi nel loro complesso, i volumi conferiti ad Apo Conerpo si sono attestati sulle 596.600 tonnellate (-1,50% rispetto al 2014), con indice negativo per fragole, fagiolini e zucche, ma soprattutto per fagioli e piselli, condizionati dalla scarsa allegagione nei mesi

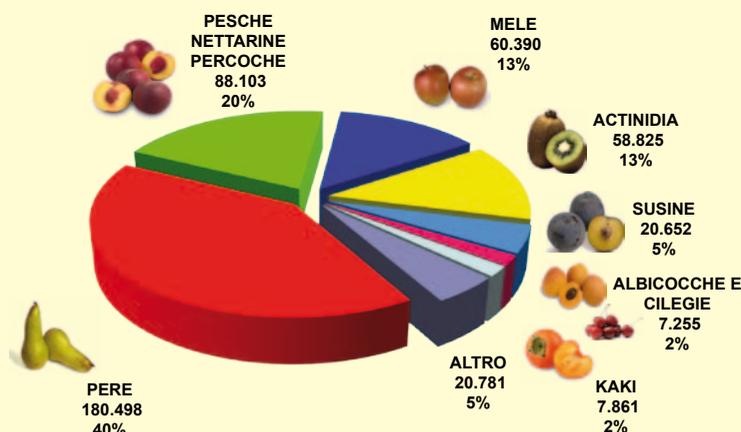
primaverili e dalla forte siccità estiva. In diminuzione anche la produzione di patate (-13,57%), attestatasi sulle 48.600 tonnellate.

## In aumento le superfici frutticole

Buone notizie sul fronte delle superfici frutticole di Apo Conerpo, che hanno fatto registrare un aumento, passando da quasi 16.500 a oltre 17.000 ettari ed interrompendo così il trend negativo degli ultimi dieci anni caratterizzati da una diminuzione costante. Considerando anche le specie orticole, nel 2015 la superficie complessiva coltivata dai soci del Gruppo ha sfiorato i 31.000 ettari

## Produzione frutticola conferita e acquistata 2015

(ton. 444.365)

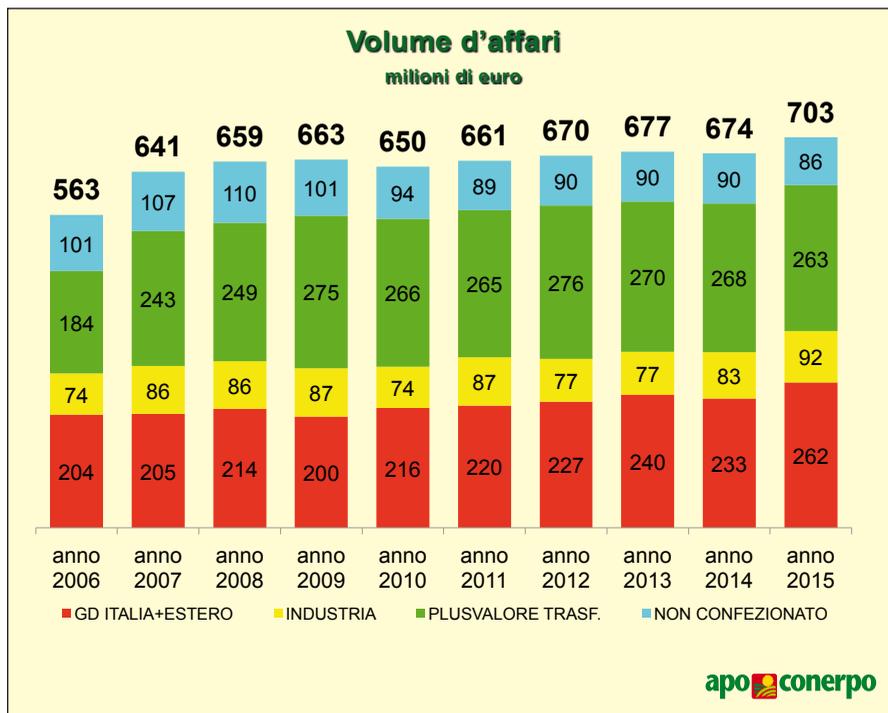


apo conerpo

(erano 30.200 nel 2014).

Passando dai dati produttivi a quelli commerciali, nel 2015 la stagione particolarmente calda ha influito positivamente sul collocamento delle specie estive, quali pesche, nettarine e susine, meno sui prodotti autunno-invernali, con prezzi non sempre soddisfacenti, soprattutto all'inizio della campagna. Complessivamente, Apo Conerpo, insieme alle filiali Alegria, Brio, Naturitalia, Opera e Valfrutta Fresco, ha collocato sul mercato oltre 1.070.000 tonnellate di ortofrutta fresca, di cui 670.000 di ortaggi e 400.000 di frutta.

Per quanto concerne i diversi canali, oltre 132.000 tonnellate sono state indirizzate all'export (-2,19%) per un valore di 124 milioni di euro (+7,29%), più di 175.000 tonnellate alla Grande Distribuzione Italiana (+13,87%) per un valore superiore ai 138 milioni di euro (+18,74%), oltre 135.000 al mercato tradizionale (-6,12%) per un valore di 86 milioni (-5,10%) e 632.000 all'industria di trasformazione per un valore di 92 milioni. Il plusvalore del trasformato ha raggiunto i 263 milioni. Questi dati evidenziano un incremento del fatturato nonostante un'offerta in



linea con l'anno precedente, risultato ottenuto anche grazie all'efficace lavoro svolto dalle società commerciali del Gruppo che hanno collocato i prodotti sui mercati a maggior valore aggiunto.

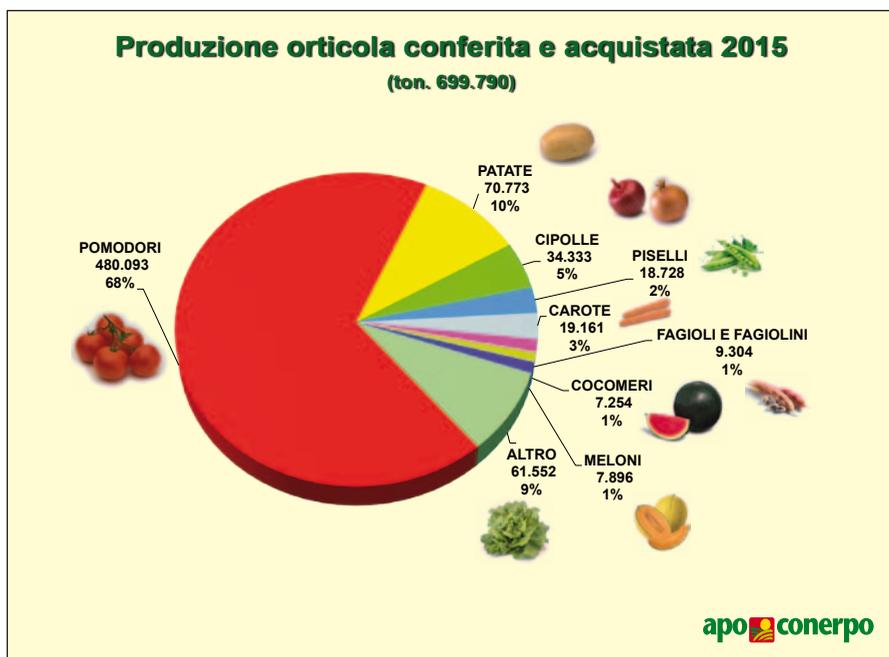
Un risultato importante soprattutto

in un momento come quello attuale in cui la prolungata recessione ha ridotto l'occupazione e la capacità di spesa delle famiglie europee e ha condizionato negativamente i consumi anche dei prodotti ortofrutticoli per quanto dal 2014 si siano registrati i primi timidi segnali di inversione di tendenza.

La destinazione dell'utile 2014 ad aumento gratuito del capitale sociale e alle riserve indivisibili, l'attribuzione di un ristorno ai soci, per il 50% erogato con azioni gratuite, unitamente al risultato positivo conseguito nell'esercizio 2015, hanno consentito di consolidare il patrimonio netto della capofila Apo Conerpo a quota 27,6 milioni di euro.

Questo rafforzamento patrimoniale è fondamentale per il reperimento delle risorse finanziarie necessarie per affrontare i nuovi investimenti per lo sviluppo del Gruppo e mantenere i programmi di supporto delle filiali, delle cooperative socie e delle altre società strumentali avviati negli anni precedenti.

Complessivamente, gli investimenti strutturali hanno raggiunto i 37,6



milioni di euro all'interno dei quali le partecipazioni nelle società del gruppo ammontano a 28,7 milioni. Nel 2015 è stata costituita una nuova filiale, in forma cooperativa, denominata Opera, alla quale Apo Conerpo ha affidato la commercializzazione dell'intera produzione pericola del Gruppo, pari a 200.000 tonnellate, ottenute da 1.000 produttori su una superficie di quasi 6.000 ettari.

Avviato il "progetto pera", la Op sta valutando analoghe forme di aggregazione e collaborazione per altre produzioni del Gruppo come kiwi, patate e cipolle, e in generale tutte le colture dove economie di scala, investimenti mirati e forte specializzazione costituiscono forse gli unici elementi per poter generare reddito per i soci. Parallelamente allo sviluppo delle forme aggregative, Apo Conerpo ha anche proseguito la sua

azione di contenimento dei costi generali e delle spese di funzionamento riuscendo così ad ottenere un risultato economico positivo ed in grado di consentire per quest'anno l'erogazione di un ristorno ai soci pari a 435.000 euro, superiore di oltre il 30% rispetto all'anno precedente, e di chiudere l'esercizio con un utile netto di 115.000 euro.

Nel prossimo quinquennio, l'attività di Apo Conerpo si concentrerà in particolare in queste direzioni: il supporto alla ricerca e sperimentazione per migliorare la qualità delle produzioni ed aumentare la difesa dalle fitopatie (con particolare riguardo ad alcune emergenze come PSA, moscerino della frutta o *Drosophila suzukii* e cimice asiatica), l'innovazione di prodotto, il supporto alle aziende agricole per il rinnovo varietale, il sostegno, anche finanziario, alle cooperative

soci per l'ammodernamento degli impianti di conservazione e lavorazione tra cui la modernissima tecnologia UNITEC recentemente inaugurata nello stabilimento Agrintesa di Castelfranco Emilia (Mo) per la selezione e la calibratura delle ciliegie. Tra gli altri obiettivi di Apo Conerpo per i prossimi anni anche l'ulteriore sviluppo delle produzioni a destinazione industriale, l'internazionalizzazione delle vendite, la valorizzazione dei prodotti dei soci anche grazie all'avvio di 'Fruit24! Ogni occasione è giusta per consumare ortofrutta'. Un progetto triennale recentemente messo a punto da Apo Conerpo e co-finanziato dall'Unione europea e dal Mipaaf con un investimento di 3,7 milioni di euro, per promuovere il consumo di frutta e verdura fresca, esaltandone le ottime caratteristiche organolettiche e gli effetti benefici sulla salute.

# calibry

Il porta calibri  
per la raccolta della frutta



RICHIEDI IL TUO  
CAMPIONE GRATUITO

www.calibry.it - Tel. 349.8798312

Bins in plastica



Cassette in legno  
lato trasversale



Bins in plastica



Predisposto per calibri  
in alluminio e plastica



DA 160 ANNI PROTAGONISTA SULLE TAVOLE DEGLI ITALIANI

# Cirio, all'origine del made in Italy agroalimentare

Ufficio Stampa Conserve Italia

L'importante compleanno di uno dei marchi alimentari più antichi d'Italia è stato festeggiato con un affollato open day presso lo stabilimento di Pomposa (FE) svoltosi alla presenza di una nutrita rappresentanza di dipendenti e soci con le loro famiglie.

**M**ancavano cinque anni all'Unità d'Italia e nel nostro paese imperversavano ancora le Guerre di Indipendenza, quando dall'intuizione di un giovane talentuoso piemontese, Francesco Cirio, nacque un'impresa fiorente in grado di esportare in tutto il mondo prodotti alimentari conservati grazie alla tecnica dell'appertizzazione per superare i problemi di deperibilità. In 160 anni di storia, questo marchio ha consolidato il suo posizionamento come leader nel settore alimentare, facendo leva sull'assoluta qualità dei propri prodotti, sulla notorietà e sull'apprezzamento da parte dei consumatori.

A questo importante anniversario del marchio Cirio, dal 2004 di proprietà del consorzio cooperativo Conserve Italia, è stato dedicato l'open day organizzato a metà giugno presso lo stabilimento di Pomposa (Fe), il sito produttivo agroalimentare più grande d'Europa con una superficie complessiva di oltre 440.000 metri quadrati, di cui circa 120.000 coperti. "Lo stabilimento di Pomposa – ha dichiarato il presidente di Conserve Italia, Maurizio Gardini – rappresenta un impor-

tante patrimonio per il territorio del basso Ferrarese sotto il profilo economico e sociale, sia per gli aspetti occupazionali con oltre 1.000 collaboratori, tra fissi e stagionali, sia per il conferimento del prodotto da parte degli associati operanti nel comprensorio. Qui, l'alta qualità ottenuta in campagna dai nostri soci viene salvaguardata e ulteriormente valorizzata grazie alle tecnologie più moderne ed efficaci".

"In questo stabilimento, fiore all'occhiello di Conserve Italia – ha sottolineato il direttore generale, Pier Paolo Rosetti – vengono lavorate ogni anno oltre 300.000 tonnellate di materie prime (pomodoro, legumi e frutta), pari ad oltre il 50% dei volumi trasformati complessivamente dal Gruppo, realizzando più di 500 milioni di confezioni di prodotti. Per la gestione di tali grandi volumi, per lo più concentrati in brevi periodi dell'anno, sono stati realizzati due magazzini automatici per lo stoccaggio dei prodotti fini-

ti, che hanno una capacità di oltre 80.000 posti pallet. Lo stabilimento dispone anche di un modernissimo ed efficientissimo laboratorio di analisi per verificare che il prodotto, fresco e lavorato, rispetti rigorosamente gli standard qualitativi previsti dai capitoli di Conserve Italia. Si tratta di una fase estremamente importante in quanto consente di garantire la qualità Cirio, uno dei nostri must riconosciuti dal mercato".

In occasione dell'open day, è stata allestita presso lo stabilimento di Pomposa una mostra che ha consentito ai numerosi visitatori di ripercorrere la storia del fondatore e della Cirio, apprezzando l'evoluzione della marca a partire dalle grandi intuizioni del fondatore fino alle attuali campagne di comunicazione di Conserve Italia. Grande spazio è stato infatti riservato alle azioni di comunicazione e marketing, con le riproduzioni di opere pubblicitarie firmate da artisti di talento. A dimostrazione di come Cirio, sin dall'inizio della sua storia, abbia mostrato

un'innata sensibilità per la comunicazione, riuscendo a creare un solido legame affettivo tra la marca e i suoi consumatori, che è stato riprodotto anche nello spot Cirio - Cuore Italiano, realizzato nel 2015 dal regista Ferzan Özpetek. Proprio questo spot Cirio si è aggiudicato di recente il Premio TV Moige (Movimento Italiano Genitori Onlus) che viene assegnato alle eccellenze televisive, selezionate tra programmi di intrattenimento e spot, più adatte a figli e genitori.



GRAZIE ALLA MODERNISSIMA TECNOLOGIA UNITEC CHERRY VISION 2

# Ciliegie, Agrintesa “seleziona” la migliore qualità

Lamberto Mazzottii  
Centro Stampa

Nello stabilimento di Castelfranco Emilia (MO) inaugurata una sala di lavorazione dedicata alle ciliegie con impianto di selezione che conta 8 canali e vanta una produttività di circa 40 quintali ora.

**I**mportanti novità nella “patria” italiana delle ciliegie: la cooperativa Agrintesa, aderente al Gruppo Apo Conerpo e da sempre attenta all’innovazione, ha installato nello stabilimento di Castelfranco Emilia (MO) un modernissimo impianto di selezione e calibratura di questi frutti, realizzato da Unitec, azienda internazionale specializzata nell’innovazione nel comparto ortofrutticolo con soluzioni dedicate a oltre 35 tipologie di frutta e ortaggi.

“L’investimento – dichiara Cristian Moretti, direttore generale di Agrintesa – consentirà di aumentare ulteriormente la nostra competitività attraverso un costante innalzamento del grado di affidabilità delle nostre forniture e la crescita del livello di classificazione qualitativa del prodotto. Ciò permetterà di recuperare efficienza in tutte le fasi del processo di lavorazione con una conseguente diminuzione dei costi e un rilevante incremento della valorizzazione del prodotto”. “Innovazioni come quella realizzata dalla nostra cooperativa a Castelfranco Emilia – prosegue Moretti – sono fondamentali per poter competere al meglio a livello internazionale e rispondere pienamente alle richieste dei clienti più esigenti, ma disposti a corrispondere un premium price per

il prodotto di alta qualità”.

“Abbiamo rivisto integralmente la nostra filiera delle ciliegie – aggiunge Moretti – partendo dall’ingresso in magazzino, fase in cui operiamo attraverso un rapido raffreddamento del prodotto in idro cooling, fino ai successivi



Raffaele Benedetti, direttore commerciale UNITEC, e Cristian Moretti, direttore generale AGRINTESA.

passaggi affidati alla tecnologia Unitec”. Il nuovo impianto di selezione, infatti, è stato collocato in un’area dedicata, completamente rinnovata con un controllo costante della temperatura. La tecnologia adottata è assolutamente all’avanguardia, altamente automatizzata, in grado di effettuare tutte le operazioni legate alla lavorazione delle ciliegie, dalla depalletizzazione/svuotamento delle casse in automatico alla calibratura, selezione della qualità, fino al confezionamento, garantendo inoltre la completa tracciabilità del prodotto. Si tratta di un impianto con calibratrice a 8 canali e una produttività di circa 40 quintali ora. La linea è in grado di realizzare molteplici tipologie di packaging, dai cestini ai pla-

teaux, fino alle casse con il prodotto alla rinfusa.

“Naturalmente per preservare la qualità delle ciliegie – dichiara Moretti – tutte le fasi della lavorazione avvengono in acqua fredda per salvaguardarne le caratteristiche organolettiche, la durezza e la shelf-life”.

L’impianto è dotato della tecnologia Cherry Vision 2, il sistema interamente sviluppato all’interno del reparto R&D di Unitec per la selezione non distruttiva della qualità interna ed esterna delle ciliegie, che rappresenta un grande passo in avanti nell’analisi dei difetti di questi frutti.

“Grazie a questo investimento – afferma il direttore – Agrintesa può qualificare ulteriormente la propria offerta, proponendo al mercato un prodotto con standard fino ad oggi impensabili per questo frutto, che per la nostra cooperativa ricopre un ruolo decisamente importante”.

“Siamo felici di poter mettere a disposizione di un’azienda di grande rilievo come Agrintesa la nostra esperienza e il know how maturati nel settore della lavorazione delle ciliegie a livello mondiale – dichiara Raffaele Benedetti, direttore commerciale di Unitec. Questo impianto è il frutto di un’intensa collaborazione che abbiamo avviato con Agrintesa per essere al loro fianco in questo percorso orientato alla valorizzazione del prodotto con un aumento della coerenza e classificazione della qualità offerta”. “Oggi nel mondo – conclude Benedetti – ci sono molte aziende che stanno ottenendo importanti risultati di miglioramento qualitativo grazie alle nostre tecnologie”.

DECISAMENTE POSITIVI I RISULTATI ECONOMICI

# Campagna soddisfacente per il kiwi Jingold italiano

Ufficio Stampa Jingold

In costante aumento la produzione destinata ai Paesi di oltremare, ma l'Europa resta il mercato principale.

Grazie anche all'elevato livello qualitativo del prodotto, la campagna 2015-2016 si è chiusa con risultati economici positivi per il kiwi Jingold™ italiano, sia giallo che verde, nonostante la contrazione generale dei prezzi del comparto. Per il kiwi a polpa gialla, si è registrato un raccolto record con un volume di prodotto vendibile vicino agli 8 milioni di chilogrammi. In questo segmento, il mercato è caratterizzato da una offerta ancora inferiore alla domanda, ma lo scenario è sempre

più competitivo e questo rende ancora più importante la valorizzazione del prodotto attraverso politiche di qualità e di marca.

Avviata attorno alla metà di ottobre, la commercializzazione è proseguita costantemente sino alla fine di marzo, poco prima dell'arrivo sui mercati della produzione cilena.

I programmi di vendita del kiwi a polpa verde a marchio Jingold™ delle varietà Hayward e Boerica® in Europa sono proseguiti regolarmente sino alla fine della campagna, caratterizzata da una forte propensione all'export



extra-UE. "Nella stagione 2015/2016 – dichiara **Moreno Armuzzi, marketing & sales manager di Jingold** – la distribuzione del kiwi Jingold ha visto un consolidamento nei mercati principali e l'ingresso in alcuni importanti areali nuovi, con un costante aumento dei volumi destinati ai paesi di oltremare anche se l'Europa rimane il mercato più importante".

"A questo proposito – sottolinea **Armuzzi** – nel vecchio Continente, si è registrato un risultato estremamente brillante in **Germania (+100% dei volumi commercializzati)** e **Italia (+74%)**, dove si è concentrata l'attività di promozione".

Fuori dai confini europei, Jingold prosegue la sua espansione verso il **Far East** asiatico, dove, oltre ai mercati ormai storici come la Cina, viene collocato in Paesi nei quali il consumo di kiwi è iniziato solo recentemente. In aumento anche le quantità esportate in **Nord e Sud America**, riguardanti in particolare il kiwi a polpa gialla.

"I dati – commenta **Alessandro Fornari, direttore di Jingold** – dimostrano che il nostro target di consumatori è fedele al kiwi giallo per le caratteristiche organolettiche d'eccellenza".

## Kiwi verde: annata deludente

È tempo di bilanci per la campagna 2015 del kiwi verde dell'Emisfero Nord, caratterizzata da una produzione record, superiore a 1.045.000 tonnellate, di cui 554.000 ottenute in Italia (+17%). A causa delle abbondanti scorte di prodotto dell'Emisfero Sud presenti nei magazzini, nell'autunno scorso la campagna è iniziata in ritardo su tutti i mercati. Di conseguenza, si è registrata una riduzione delle quotazioni e delle quantità collocate, attestatesi su livelli inferiori alle aspettative. In alcune aree del paese, però, le rese per ettaro sono state particolarmente alte e hanno permesso ai produttori di realizzare un fatturato complessivo accettabile anche se le quotazioni al chilo si sono collocate su livelli molto bassi. Se si considera che la superficie coltivata a kiwi è in aumento in tutte le zone vocate, non possiamo ignorare quanto accaduto in questa stagione; dobbiamo mettere in campo nuove forme aggregative per gestire la commercializzazione in modo differente, creando un marchio che permetta ai consumatori di individuare il kiwi di qualità prodotto in Italia, con la consapevolezza che buona parte della produzione ottenuta nel nostro paese non è inferiore a quella firmata da marchi esteri e apprezzata dai consumatori.



BUONO L'ANDAMENTO DEI PRINCIPALI INDICI PATRIMONIALI E FINANZIARI

# CESAC, bilancio positivo: fatturato a 57,5 milioni

Mario Parisi  
Centro Stampa

Il nuovo piano triennale prevede l'ulteriore consolidamento della struttura e un costante aumento del volume d'affari.

**P**rosegue la crescita del CESAC, cooperativa aderente a Confcooperative e ad Apo Conerpo con sede a Conselice (Ra) e stabilimenti in provincia di Bologna e Ferrara: sono infatti positivi i principali dati del bilancio 2015.

"Il fatturato – sottolinea Stefano Andraghetti, confermato alla presidenza – si è collocato sui 57,5 milioni di euro, il patrimonio netto ha superato i 3,8 milioni di euro, gli addetti hanno raggiunto le 242 unità, i soci hanno superato quota 1.300. La produzione conferita si è attestata sulle 118.800 tonnellate, così suddivise: 77.000 tonnellate di cereali, 35.000 di orticole, di cui 18.000 di patate e 17.000 di cipolle, 6.800 tonnellate di uva".

"Anche l'andamento patrimoniale risulta soddisfacente – dichiara Andraghetti – con numerosi indici stabili sui livelli dell'anno precedente ed alcuni in aumento. Praticamente stazionari sui valori del 2014 l'indice di autonomia patrimoniale, attestatosi a 0,07, l'indice del peso del capitale permanente (0,25) e l'incidenza degli oneri finanziari sul fatturato pari all'1,24%. In aumento l'indicatore di liquidità primaria, passato dallo 0,48 del 2014 allo 0,49 del 2015, e l'incidenza degli ammortamenti sul fatturato, salita dall'1,46% all'1,87%. Crescono anche le im-

bilizzazioni (e quindi gli investimenti), passate da quasi 14,2 a circa 15,2 milioni di euro (+29%) e coperte con mezzi propri della cooperativa".

"CESAC – afferma Stefano Andraghetti – ha quindi chiuso l'esercizio con un bilancio positivo nonostante la difficile congiuntura economica e l'andamento climatico anomalo".

A questo proposito, le elevate temperature dell'estate 2015 hanno provocato una sensibile contrazione delle



rese produttive delle principali specie di cereali (-10% per i grani e fino a -30% per mais, sorgo e soia). Il livello qualitativo si è mantenuto più che soddisfacente. Sempre a causa del caldo, si è registrata una forte contrazione delle rese produttive anche per patate e cipolle, diminuite in media del 30-35%. "Fortunatamente – ricorda il presidente – l'aumento delle superfici coltivate dalla base sociale ha in buona parte compensato la diminuzione delle rese".

"Lo sviluppo registrato anche nel 2015 – aggiunge Andraghetti – è il frutto di scelte precise maturate dal

CESAC, che ha voluto e saputo mettersi in gioco per cogliere le opportunità di crescita proiettandosi con decisione e coraggio nel futuro".

"Un coraggio – prosegue il presidente – che in questi anni ha portato la nostra cooperativa ad ampliare le proprie dimensioni nonché i settori di attività, entrando nel comparto delle orticole con l'acquisizione in affitto dell'attività della cooperativa Tre Spighe, l'incorporazione della cooperativa Cometa di Medicina (Bo), l'acquisto dello stabilimento Sermenghi di Medicina (Bo) e siglando un accordo con il Consorzio dei Partecipanti di San Giovanni in Persiceto per la gestione del suo Centro di Stoccaggio Cereali di San Matteo della Decima (Bo)".

"Con queste operazioni – ricorda Andraghetti – il CESAC ha potuto salvare alcune realtà storiche del territorio e numerosi posti di lavoro, mettendo in atto sinergie strategiche e raggiungendo importanti economie di scala".

Forte di questi risultati, il CESAC è pronto ad affrontare le nuove sfide, proponendosi sul mercato sempre più come un'azienda multi settoriale.

"La valorizzazione delle potenzialità di ogni singolo settore – conclude il presidente Andraghetti – è uno degli obiettivi prioritari del piano triennale che prevede l'ulteriore consolidamento dell'azienda. Attraverso questo progetto, che si basa anche sull'aumento del capitale sociale e delle riserve, il fatturato dovrebbe registrare un aumento costante, portandosi sui 65 milioni di euro nel 2016 ed arrivando a quota 68 milioni nel 2018".

PROSPETTIVE INTERESSANTI CON LA CISGENICA E L'EDITING GENETICO

# Nuove varietà coltivabili grazie alla genomica?

Giuseppe Pallotti  
Ufficio Tecnico Apo Conerpo

Con le tecniche moderne di modificazione genetica si possono ridurre sensibilmente i tempi per ottenere nuove cultivar rispetto a quelli necessari con il breeding tradizionale.

Nell'ambito della 79° Mostra dell'Agricoltura di Faenza, svoltasi in marzo, si è tenuto un interessante convegno promosso dal CRPV sul tema "La cisgenica e l'editing genetico come frontiera per nuove varietà sostenibili: opinioni a confronto". Obiettivo degli organizzatori era approfondire le conoscenze delle tecniche di modificazione genetica venute oggi alla ribalta e comprenderne l'eventuale impatto sull'opinione comune di produttori e consumatori.

Fino dalla prime coltivazioni di mais e soia Roundup ready, il dibattito tra sostenitori e detrattori delle modificazioni indotte con l'ingegneria genetica è sempre stato molto aspro e acceso, spesso a causa di informazione scarsa o parziale o per posizioni preconcepite manifestate a prescindere.

Le ultime tecniche di modificazione genetica, come la cisgenica e l'editing genetico, appaiono decisamente più accettabili e si ritiene possano riavvicinare l'opinione pubblica, ovviamente a seguito di una corretta informazione; il convegno si prefiggeva anche questo obiettivo.

I lavori sono stati aperti da **Giampiero Reggidori, presidente di Crpv**, il quale ha auspicato che l'incontro potesse fare maggiore chiarezza sulle nuove

tecniche di manipolazione genetica per l'ottenimento di nuove varietà e che si aprisse un dibattito costruttivo.

**Luigi Cattivelli del Crea di Fiorenzuola D'Arda** (Centro Ricerche per la Genomica vegetale) ha trattato le nuove tecniche di manipolazione genetica confrontandole con le tecniche ormai obsolete. "Da sempre - ha affermato Cattivelli - l'uomo cerca di migliorare le varietà utilizzate in agricoltura con l'intento di ottenere maggiori rese, migliori caratteristiche organolettiche e soprattutto la resistenza alle principali patie ed oggi tale richiesta è molto pressante perché si vogliono risultati in tempi molto brevi". Fino a pochi decenni fa l'unico metodo possibile per creare una nuova varietà era il **breeding tra-**

**dizionale**, tecnica che si basa sull'incrocio e la selezione della progenie ottenuta. Con questa tecnica, mediamente occorrono 5 o 6 cicli di incroci che, una coltura erbacea significano 5-6 anni, ma per una frutticola non sono meno di 20 anni.

Con la tecnica tradizionale, per ottenere una nuova varietà con i caratteri desiderati sono quindi necessari tempi lunghissimi che si abbreviano enormemente quando si adottano tecniche di manipolazione genetica. Tralasciando le vecchie tecniche come la **TRANSGENESI**, in cui il gene o la "base" desiderata si trova su una specie diversa e viene trasferita nel DNA della nuova pianta che si vuole ottenere tramite batteri che lasciano traccia della loro presenza, o

## Yoga "brinda" a 70 anni di successi con due nuovi succhi di frutta

**Y**oga spegne 70 candeline e per celebrare una storia di grandi successi regala al mondo Horeca due nuove *limited edition* all'insegna della migliore frutta italiana. **Yoga Pesca Nettarina** e **Yoga Pera Williams** sono le new entry con le quali il famoso brand (Gruppo Conserve Italia) porterà nei bar tutto il sapore intenso della frutta made in Romagna. Oltre ad essere prodotti esclusivamente con le tipiche varietà dell'Emilia-Romagna, i due nuovi succhi di frutta Yoga Pesca Nettarina e Yoga Pera Williams contengono solo frutta, senza aromi, e zucchero semplice come nella ricetta originale. Da sempre sinonimo di frutta da bere per i consumatori italiani, fin dall'inizio Yoga ha dato una forte connotazione nazionale all'origine della sua produzione, scegliendo la buona frutta di qualità, fresca, genuina e nutriente prodotta in Italia, ed in particolare in Romagna.

Il grande legame con la Romagna si è rafforzato in occasione del **lancio ufficiale di Yoga Pesca Nettarina** il 1° luglio, **durante la Notte Rosa 2016**, il famoso "capodanno dell'estate" che lungo 170 chilometri della Riviera Romagnola saluta l'avvio della stagione estiva.



la **MUTAGENESI**, dove tramite applicazioni chimiche si inducono mutazioni che ci possono portare il carattere, oggi ci si affida a **CISGENESI** e **GENOME EDITING**, tecniche apparentemente meno problematiche.

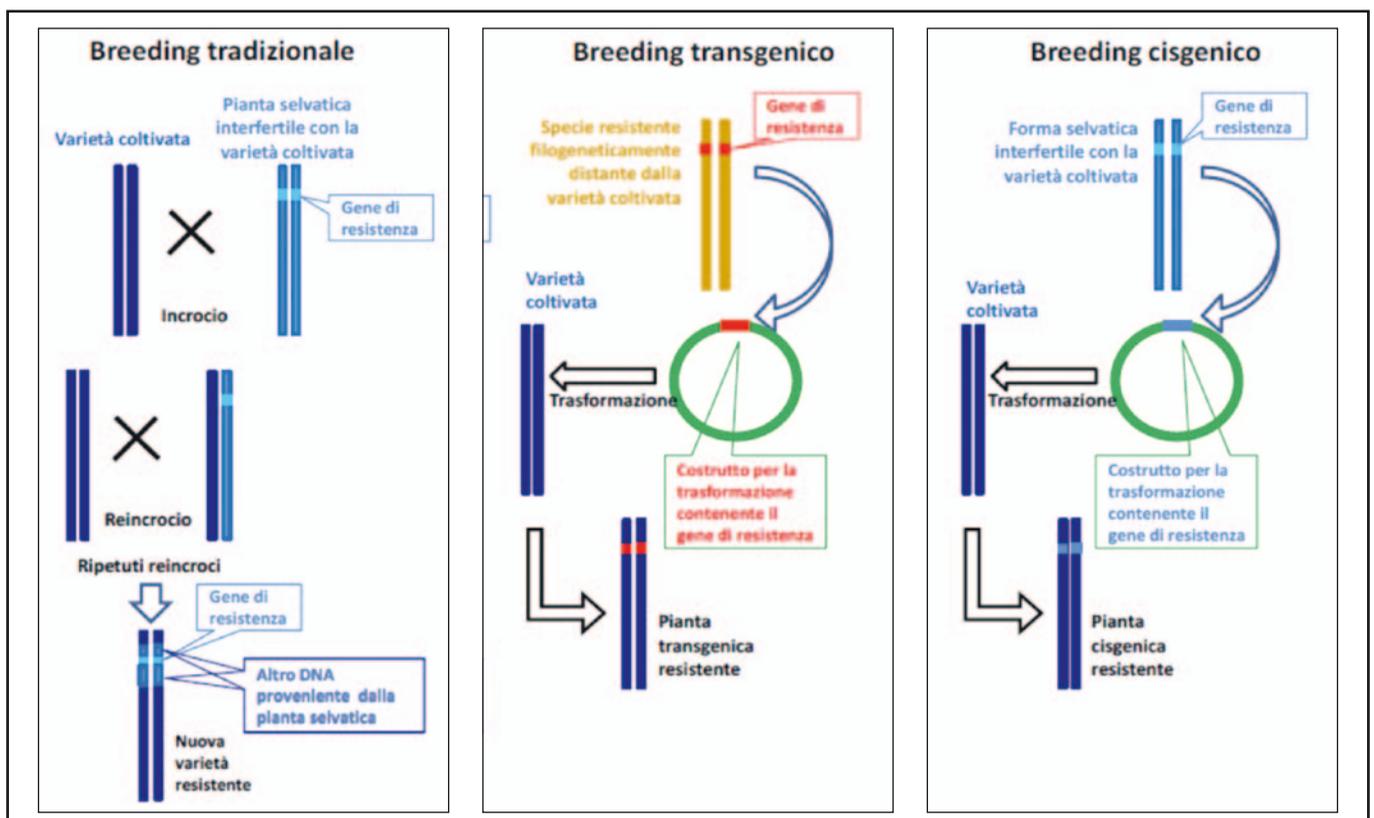
Si parla di **CISGENESI** quando il DNA di una pianta viene modificato usando **UN SOLO GENE**; questo viene prelevato da una pianta della stessa specie o di una specie molto vicina dal punto di vista botanico e con la quale è interfertile e viene inserito tramite un agrobatterio. Si ottiene così la nuova varietà che è diversa dalla pianta originale per un solo gene su un totale di 3.500–4.000. Questa tecnica è molto simile a quanto può avvenire in natura; la differenza sta nel fatto che con il breeding tradizionale la diversità tra le due piante (l'originale e quella nuova) sta nel 4-5% di geni differenti tra le due, mentre con la cisgenesi è differente per **UN SOLO GENE**.

Negli ultimi anni si sta lavorando con la tecnica del **GENOME EDITING**, una sorta di "mutagenesi mirata" che consiste nel tagliare in laboratorio, con l'ausilio di un batterio e sfruttando le sue difese naturali nei confronti dei virus, il DNA nella zona in cui si vuole estrarre la base. A seguito di questo taglio il DNA del vegetale mette in atto dei processi di riparazione che spesso sono imprecisi e possono portare a piccole mutazioni. Il sistema (detto costruito) che ha prodotto il taglio, quindi l'eliminazione della base o del gene indesiderato, si può rimuovere completamente e non rimane nessuna traccia. L'esempio calzante riguarda un gene che fa parte del DNA dell'orzo (MLO) che fu scoperto con la mutagenesi e, se non funziona, produce la completa resistenza all'oidio. MLO si trovò in tutte le piante. Sul frumento MLO però è prodotto da 3 geni e non da 1 come nell'orzo; con

la tecnica del Genome Editing si può quindi costruire tranquillamente una varietà resistente mentre in natura il processo è sì possibile, ma molto più difficile e lungo.

"Attenzione alle semplificazioni ed ai facili entusiasmi" – ha ammonito Cattivelli. "Nessuna di queste tecniche è la soluzione ideale. Rimangono ancora alcuni problemi irrisolti, come l'eliminazione dei costrutti produttori della modificazione genetica".

Molto probabilmente il giusto approccio futuro per la costituzione di nuove varietà passa attraverso l'integrazione di tutti i metodi di modificazione genetica, dal **BREEDING TRADIZIONALE** al **SILENZIAMENTO GENICO**, l'ultima tecnica allo studio e che consiste nell'inibire l'espressione di un gene: dovranno essere utilizzati per giungere in tempi brevi, molto inferiori a quelli attuali, alla costituzione di nuove varietà.



Ha poi preso la parola **Bruno Mezzetti dell'Università di Ancona**, studioso e profondo conoscitore delle tecniche di modificazione genetica degli ortofrutticoli avendo condotto direttamente test su uva apirena, fragole di bosco, lamponi e pomodori per renderli seedless. Mezzetti ha affermato molto chiaramente che la strada della ricerca è ancora lunga e serviranno ancora diversi anni (Cattivelli ne stima tre) prima che i laboratori possano produrre varietà modificate tramite cisgenesi o genome editing e ha citato come esempio le numerose ricerche purtroppo ancora senza successo condotte a livello mondiale nei confronti del Sharka del pesco.

Oggi tutti studiano queste tecniche, ma se escludiamo pesco e vite dove si hanno conoscenze del genoma abbastanza approfondite, purtroppo ne mancano ancora molte. Il DNA delle piante resta ancora per larga parte un gran mistero e una delle priorità è

proprio la sua conoscenza completa. C'è un dibattito molto allargato sul fatto che i risultati ottenuti tramite cisgenesi, genome editing e silenziamento genico siano da considerarsi OGM o meno. In Europa la distinzione si basa sul metodo e non sul prodotto finale ottenuto; per l'Unione Europea il genome editing non produce un OGM se elimino il 'costrutto' che ha portato alla modifica genetica, ma per questo serve almeno una generazione della pianta, cosa non sempre possibile.

Che la produzione abbia le idee chiare si è ben capito dall'intervento di **Davide Vernocchi, presidente di Apo Conerpo e coordinatore del settore ortofrutticolo dell'ACI** (Alleanza delle Cooperative Italiane agroalimentari). Il mondo agricolo ha fame di ricerca, ma si deve confrontare con i consumatori che accusano i produttori come prima causa di inquinamento. In campa-

gna c'è una grande richiesta di ricerca, di innovazioni, di nuove varietà e di nuove tecniche, per uscire dalla logica delle commodities, affrontare i nostri competitori ad armi pari e dare redditività alle aziende agricole; tutto ciò passa attraverso il miglioramento genetico. A titolo esemplificativo Vernocchi ha citato la procedura per ottenere con il breeding tradizionale una nuova mela ticchiolatura-resistente che necessita di 7-10 anni; una varietà simile con le nuove tecniche di modificazione genetica si otterrebbe in 1 o 2 anni.

Non dimentichiamo infine la giusta informazione. Dobbiamo spiegare al consumatore che se acquista una mela resistente alla ticchiolatura non significa che si mangia un qualcosa di simile ad un "mostro", ma che mangia il frutto di una pianta che ha subito diversi trattamenti fungicidi in meno.

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

## SUPERARE IL GERGO INFORMATICO

# Gli strumenti di digitalizzazione dei processi aziendali

Carlo Millo  
Gruppo Sistema

Per gli imprenditori e per chi gestisce le aree di business aziendali è molto difficile orientarsi tra gli acronimi informatici; soluzioni software utili ai processi aziendali spesso si nascondono dietro un gergo troppo tecnico.

È quindi compito di chi propone soluzioni software comprendere e delimitare i flussi organizzativi prima della individuazione degli strumenti informatici che si identificano con gli acronimi.

Il linguaggio informatico è ricco di acronimi di derivazione anglosassone: CRM, ERP, BI, SFA, CMS, WMS, IOT... e si potrebbe continuare fino a occupare l'intera pagina. L'Informatica è molto prolifica nel coniare sempre nuovi acronimi che spesso rendono poco comprensibili gli strumenti di innovazione digitale. Chi opera in azienda - imprenditore, manager, responsabile di aree di business - ragiona in termini di processo, mentre chi propone soluzioni informatiche spesso parla per soluzione ed acronimi. Per una azienda informatica come Gruppo Sistema ([www.grupposistema.it](http://www.grupposistema.it)) che lavora per comparti merceologici verticali, in particolare per il settore Ortofrutta, questa attenzione ai processi, piuttosto che ai prodotti IT, è molto presente, ma il rischio di usare un gergo per addetti ai lavori è sempre in agguato. Consideriamo ad esempio un

processo di sviluppo commerciale: il responsabile parlerà della necessità di seguire lo sviluppo delle trattative che sono state generate durante una fiera all'estero, di sapere quale operatore commerciale ha preso in carico il contatto e richiederà che tutti gli agenti abbiano modo di inviare l'ordine di vendita, di avere il catalogo aggiornato in tempo reale con i prezzi e la disponibilità di magazzino; un informatico avrebbe parlato subito di CRM e SFA, dando per scontata la conoscenza delle funzionalità tipiche di questi strumenti.

Di fatto, dietro alle esigenze del responsabile commerciale, si configura la predisposizione di diversi strumenti e chi realizzerà il progetto valuterà gli strumenti più idonei; al centro delle valutazioni saranno sempre i processi che si vogliono digitalizzare. Per chi non ha confidenza con questi acronimi descriviamo rapidamente il significato di alcuni tra i più usati:

C.R.M.- Customer relationship management - soluzione per gestire le relazioni con il cliente in ambito com-

merciale, marketing ed assistenza.

E.R.P. - Enterprise resource planning - sistema che gestisce ed integra tutti i processi di business di un'azienda (vendite, acquisti, gestione magazzino, contabilità, ecc.).

B.I. - Business Intelligence - strumento di elaborazione delle informazioni presenti all'interno dell'azienda per valutare le performance di business e supportare le decisioni aziendali.

S.F.A. - Sales Force Automation - applicazione utilizzabile in mobilità per agevolare la vendita degli agenti presso i clienti, con gestione degli ordini, dei cataloghi, delle informazioni sul cliente.

C.M.S. - Content management system - una applicazione per gestire i contenuti di un sito web (testi, immagini, filmati, audio) da parte di operatori non informatici.

W.M.S. - warehouse management system - un sistema per la gestione e l'ottimizzazione del magazzino (ricevimento del materiale, allocazione, inventari, prelievi, ecc.).

Chiudiamo con un acronimo recente di cui sentiremo molto parlare: I.O.T - Internet of things - oggetti che, attraverso un collegamento internet, potranno comunicare dati ed accedere ad informazioni in modo da segnalare o adeguare le loro funzionalità; una nuova frontiera della digitalizzazione e della innovazione che darà ottimi risultati a chi saprà interpretarla, allineandola alla conoscenza dei propri processi di business.

