

ORTOERUTTA NOTIZIE

Novembre 2016



**Finaf, sfiora i 730 milioni
il valore del prodotto**

**La cooperativa Kore
aderisce ad Apo Conerpo**

**Festa di compleanno
per Conserve Italia**

Sommario

- 4 Finaf, sfiora i 730 milioni
il valore del prodotto
LISA MARTINI
- 5 La cooperativa Kore
aderisce ad Apo Conerpo
LUCIANA BERGONZONI
- 6 Campagna abbastanza
positiva per le drupacee
GABRIELE FERRI
- 7 Agrintesa si conferma leader
nella filiera italiana dei kaki
MARIO PARISI
- 8 Biologico: in aumento
mercato interno ed export
ANNALITA MORUZZI
- 9 Festa di compleanno
per Conserve Italia
LAMBERTO MAZZOTTI
- 10 I vantaggi dell'orticoltura
biologica in serra
ANDREA BERTOLDI
PAOLO FONTANABONA
- 12 Pomacee: in diminuzione
le pere, stabili le mele
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

Tra prodotti biologici e produzione integrata

L'ortofrutta italiana è garanzia di qualità

Davide Vernocchi
Presidente Apo Conerpo

La filiera italiana del biologico sta vivendo un momento di grande attualità grazie ad un rapido e costante aumento della domanda al punto che il settore è ormai decisamente uscito dalla logica di nicchia per assumere un ruolo di grande rilievo nel mercato alimentare generale.

Sempre più attenti alla salvaguardia della salute e dell'ambiente e alla tutela della biodiversità, infatti, i consumatori si rivolgono con maggiore frequenza all'offerta di aziende che, come Apo Conerpo, possono vantare una forte coscienza ecologica declinata in tutte le fasi della filiera, dalla produzione alla commercializzazione. Nella top ten dei prodotti alimentari bio acquistati dalle famiglie italiane, l'ortofrutta fresca occupa la prima posizione.

Grazie anche alle certificazioni rilasciate da appositi organismi, il biologico è un settore molto controllato nel panorama dell'agroalimentare italiano. La legge prevede una verifica annuale per ogni azienda, ma spesso vengono realizzate anche più ispezioni.

Pertanto, premesso che quando un comparto raggiunge dimensioni produttive ed economiche importanti c'è sempre qualcuno che tenta di approfittarne e che in ogni famiglia si può nascondere una "pecora nera", le inchieste scandalistiche realizzate recentemente da alcune trasmissioni televisive forniscono un'immagine distorta del biologico e inducono i consumatori a dubitare di un settore che è invece maturo e garantisce elevati standard di qualità e sicurezza.

Caratteristiche, queste, che peraltro nel nostro Paese non sono un'esclusiva del bio, ma riguardano tutte le produzioni ortofrutticole.

La produzione integrata, diffusa ormai da diversi decenni, privilegia l'uso di mezzi tecnico-agronomici il più naturali possibili a parziale sostituzione delle sostanze chimiche che possono avere un più alto impatto sull'agroecosistema, assicurando così una maggiore sostenibilità della stessa, compresi gli ambienti di lavoro in cui operano nella quotidianità i nostri associati. Si pensi ad esempio al modo in cui è cambiato il frutteto con l'abbandono dei fosfororganici e con la diffusione della confusione sessuale.

Apo Conerpo da oltre 30 anni utilizza sul territorio pratiche agronomiche capaci di conciliare una agricoltura tra le più intensamente produttive d'Europa con la salvaguardia dell'ambiente e la salute dei consumatori. Si tratta appunto della produzione integrata, un insieme di norme tecniche e di metodologie operative, applicate in sinergia, per ridurre e razionalizzare l'impiego di mezzi chimici, assicurando contemporaneamente l'ottenimento di prodotti di elevata qualità cercando in questo modo di distinguersi sul mercato e quindi dalle produzioni provenienti da quei paesi dove l'attenzione a queste problematiche non esiste. Un ruolo determinante, al riguardo, è svolto in campagna dai tecnici delle nostre coop che affiancano i produttori nell'applicazione di queste tecniche e fungono da cinghia di trasmissione di quelli che sono i risultati della ricerca e le esigenze del mercato. Scrupolosi e sistematici controlli nelle successive fasi di selezione, confezionamento e distribuzione assicurano un prodotto di qualità e la totale rintracciabilità della produzione, dal campo alla tavola.



L'ASSEMBLEA HA APPROVATO IL PROGRAMMA OPERATIVO 2017

Finaf, sfiora i 730 milioni il valore del prodotto

Lisa Martini
Ufficio Ocm e Progettazione Finaf

La Aop ha inteso garantire alle proprie Op aderenti la possibilità di usufruire di uno strumento programmatico di ampio respiro.

L'Assemblea dei soci ha approvato l'annualità 2017 del Programma Operativo 2015/2019 di Finaf, presentata il 30 settembre alla Regione Emilia Romagna. La terza annualità del Programma Operativo è stata delegata a Finaf da 17 Op aderenti alla Associazione di produttori. Quindici di queste operano in 5 regioni italiane: Apo Conerpo, Asipo, Cooperativa Modenese Essiccazione Frutta, Gbc Funghi delle Terre di Romagna, Orogel e Perarte in **Emilia Romagna**, Bio Orto, Conapo, Fimagri e La Palma in **Puglia**, Apol Industriale e Verde Intesa in **Lombardia**, Alpo e Horta in **Lazio**, la Op Faro in **Sicilia**, mentre 2 Op, Conserve Gard e Uniproledi, sono in **territorio francese**; insieme le Organizzazioni aderenti a Finaf raggruppano quasi 10.000 produttori agricoli.

L'esecutivo annuale 2017 è stato presentato in uno scenario normativo sostanzialmente immutato in quanto, non essendo ancora stati emanati i nuovi regolamenti comunitari delegati e di esecuzione, le disposizioni comunitarie nonché quelle nazionali sono rimaste le stesse applicate nelle precedenti annualità. Per l'annualità 2017 il Valore del Prodotto Commercializzato di Finaf sfiora i 730 milioni di Euro, un importo

che rende la Aop leader europeo sia per i valori espressi che per la varietà di produzioni, e ha generato un Fondo d'esercizio pari a circa 67 milioni di Euro che si articolerà nelle seguenti misure: *Azioni intese 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 intese a promuovere il ricorso a servizi di consulenza; Misure di prevenzione e gestione delle crisi; Azioni ambientali.* In particolare queste misure si concretizzeranno in una pluralità di interventi tra cui:

- Messa a dimora di 818 ettari di piante pluriennali per un totale di oltre 8 milioni di Euro;
- Impianti di irrigazione per 1.390 ettari di frutteto, per oltre 1,8 milioni di Euro di spesa prevista;
- Impianti antigrandine su 263 ettari di superficie per un investimento pari ad oltre 2,4 milioni di Euro;
- 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 8,2 milioni di Euro, che riguarderà sia l'acquisto che altre modalità come noleggio, leasing;

- Messa in atto di tecniche migliorative di coltivazione per una superficie pari a 2.760 ettari (circa 1 milione di Euro);
- Applicazione di sistemi di confusione sessuale su 5.800 ettari di superficie (circa 840 mila Euro);
- Diffusione di sistemi di produzione integrata su oltre 8.000 ettari di superficie (per un importo di 2,1 milioni di Euro);
- Realizzazione di oltre 5.200 analisi per assicurare un elevato livello qualitativo delle produzioni (oltre 500.000 Euro);
- Impiego di assistenza tecnica qualificata in campagna, per un totale di circa 140 tecnici a cui si prevede di destinare un importo pari ad oltre 4 milioni di Euro. Nell'ambito del Programma Operativo sono infine stati previsti interventi per prevenire e fronteggiare le crisi di mercato, che negli ultimi anni hanno interessato il settore ortofrutticolo con sempre maggiore frequenza. In particolare, si intende rispondere alle crisi non soltanto attivando le procedure di ritiro del prodotto, ma anche attraverso azioni preventive di promozione, che consentiranno alle Op di valorizzare i marchi commerciali propri e delle filiali. Infine si intende fare ricorso anche all'assicurazione sul raccolto (solo sul territorio francese).



REALTÀ SICILIANA SPECIALIZZATA NELLA PRODUZIONE DI MELOGRANO

La cooperativa Kore aderisce ad Apo Conerpo

Luciana Bergonzoni
Responsabile Servizi Associazione Apo Conerpo

Con questo nuovo ingresso, la Op arricchisce e completa la sua gamma d'offerta con un prodotto particolarmente interessante e richiesto dal mercato, anche alla luce delle sue importanti proprietà salutistiche: il melograno.

La Cooperativa Kore di Marsala (TP) entra nella base sociale di Apo Conerpo, diventando così il primo avamposto della Op nella Sicilia Occidentale; il 23 settembre scorso il CdA della Organizzazione ha infatti accettato la domanda di ammissione a socio della struttura siciliana. Nata nel maggio del 2014 dall'unione di aziende produttrici di melogra-



no, la cooperativa conta tra i soci molti giovani agricoltori che hanno riproposto in chiave moderna ed economicamente remunerativa la coltivazione di un frutto antico legato da sempre al territorio ed alla cultura classica; si pensi ad esempio alla presenza del melograno nei miti di Ade (nella mitologia greca dio degli inferi e fratello di Zeus) e Persefone (detta anche Kore, moglie di Ade).

Ecco quindi che il nome della cooperativa si ispira alla Dea Persefone che si vede anche in forma stilizzata nel logo. Persefone, avendo assaggiato (spinta da Ade) alcuni chicchi di melograno dovrebbe essere destinata a rimanere negli inferi, sposando Ade, ma è figlia di Zeus e dal momento che ha mangiato solo pochi frutti Zeus consente che possa passare sei mesi all'anno negli inferi (autunno ed inverno) e sei mesi sulla terra accanto alla madre Demetra (appunto la Terra), che sono i mesi della fertilità e della produttività (primavera ed estate).

Tutta la produzione viene controllata e gestita dalla cooperativa dalla posa delle piante alla fase di raccolta fino alla maturazione ottimale. Al momento, aderiscono 50 produttori di melograno per una superficie totale di 112 ettari. La varietà coltivata è WONDERFUL, la più ricercata sul mercato nazionale ed europeo.

I soci, alla ricerca di risultati economi-



ci favorevoli, si sono ispirati alle recenti esperienze in materia di produzione di melograni realizzate nel medio oriente (soprattutto Israele) anche con la presenza diretta in loco di alcuni soci e con la collaborazione di alcuni tecnici specializzati.

La cooperativa si pone l'obiettivo di acquisire ancora nuovi produttori dedi-

cati alla coltura del melograno già a partire dall'inizio del prossimo anno, ma al tempo stesso intende porre un tetto massimo agli ettari investiti per evitare di produrre quantità superiori a quelle che il mercato può gestire.

Nel frattempo, Kore sta già valutando di allargare la cerchia dei prodotti gestiti con nuove colture quali fragole e meloni ed ha già attivato un progetto in collaborazione con Brio per l'impianto di 10 ettari di asparagi. Parallelamente, ha acquisito il magazzino che attualmente ospita l'attività di stoccaggio, lavorazione e commercializzazione del prodotto (quasi interamente realizzata attraverso Valfrutta). Ma Kore guarda al futuro e si pone l'obiettivo di creare altri sbocchi commerciali attraverso l'adesione al Gruppo Apo Conerpo e tramite l'acquisizione di macchinari per la trasformazione diretta del prodotto in succo, senza costi di trasporto per la lavorazione. Ricordiamo poi che recentemente si sta utilizzando il melograno anche nella cosmetica, che potrebbe rappresentare un'ulteriore destinazione per il prodotto.

DOMANDA E PREZZI IN AUMENTO PER IL PRODOTTO DI NATURITALIA

Campagna abbastanza positiva per le drupacee

Gabriele Ferri
Direttore Generale Naturitalia

Dopo anni difficili, avari di soddisfazioni, i produttori potranno finalmente ottenere un risultato economico più soddisfacente.

Fatta eccezione per le susine, la cui commercializzazione proseguirà ancora per alcune settimane, è ormai terminata la campagna 2016 delle drupacee e a questo punto (15 ottobre) possiamo quindi impostare un primo bilancio dell'annata anche se non disponiamo dei dati produttivi nazionali.

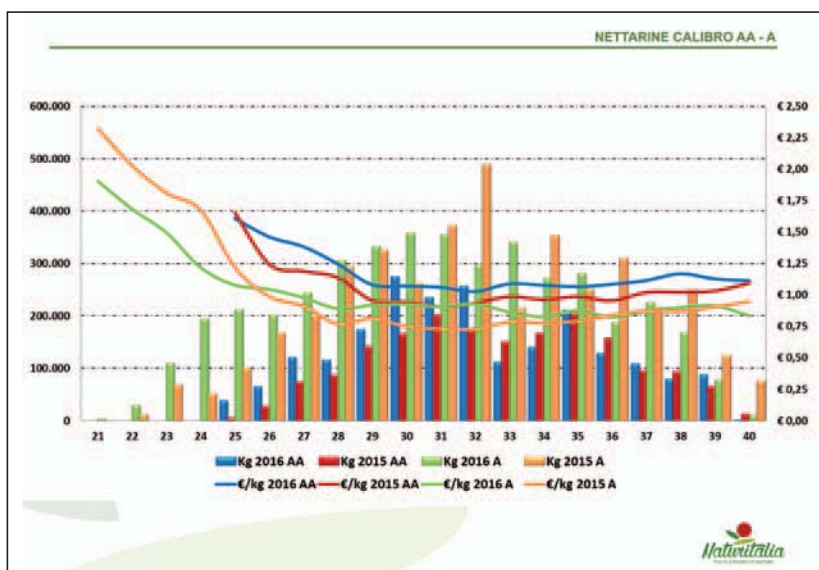
Per quanto riguarda l'andamento di mercato di pesche e nettarine, durante la stagione abbiamo letto più volte commenti positivi sulla stampa, ma per avere una valutazione concreta dei risultati ottenuti abbiamo sintetizzato l'andamento dei prezzi e delle quantità vendute da Naturitalia (il grafico si riferisce alle nettarine).

Nel periodo centrale della stagione, quello più importante in termini quantitativi, le quotazioni si sono attestate su livelli superiori a quelli dell'esercizio precedente. Considerando che i costi non sono sostanzialmente cambiati rispetto all'anno scorso, questo andamento garantirà ai produttori di ottenere finalmente (è proprio il caso di dirlo) un

risultato migliore. Al momento non possiamo stabilire se l'aumento dei prezzi per i peschicoltori potrà coprire la contrazione produttiva legata alla diminuzione delle rese, ma ci auguriamo comunque che possa garantire un'equa remunerazione ai produttori di drupacee che ormai da troppo tempo devono fare i conti con redditi decisamente insoddisfacenti. Analizzando i dati sui consumi elaborati da IHA, aggiornati alla fine di luglio, si nota un significativo aumento per pesche (+4%) e nettarine (+3%) rispetto all'annata precedente. A fronte di un mercato nazionale che ha assorbito maggiori quantità e ad una produzione in diminuzione, dovremmo poter affermare che si è usciti dal tunnel. Per il momento questa conclusione ci pare alquanto affrettata e deside-

riamo ottenere informazioni precise sulle superfici coltivate. Entro i primi giorni di novembre conosceremo la situazione produttiva italiana grazie ai dati sulla situazione catastale elaborata dal CSO. Per una programmazione ancora più efficace, in futuro bisognerebbe realizzare anche per il prodotto spagnolo, greco e francese lo stesso lavoro effettuato per la produzione italiana per stabilire con esattezza in che misura la diminuzione produttiva è da attribuire agli espianti e quanto invece a situazioni contingenti legate alle condizioni meteorologiche della primavera.

In conclusione, riteniamo di poter affermare che la campagna delle drupacee si è chiusa in modo abbastanza positivo sul fronte dei realizzati e dei consumi anche se questo non è sufficiente per esprimere previsioni altrettanto ottimistiche per il futuro in quanto ci mancano, a questo proposito, le indicazioni necessarie per un'analisi corretta. Senza dubbio nei prossimi mesi ci adopereremo per ottenere queste informazioni e magari anche per lo sviluppo di qualche iniziativa che consenta di fidelizzare maggiormente i consumatori con l'intento di aumentare la domanda di questi straordinari frutti.



GRAZIE ANCHE ALL'ELEVATO LIVELLO DI SPECIALIZZAZIONE

Agrintesa si conferma leader nella filiera italiana dei kaki

Mario Parisi
Centro Stampa

Avvio di campagna positivo: buono il livello qualitativo, soddisfacenti le quotazioni.

“**D**opo il raccolto abbondante del 2015, quest'anno la produzione italiana di kaki si colloca su livelli normali dal punto di vista quantitativo e presenta una buona pezzatura e parametri zuccherini e colore in linea con gli standard: grazie a questo mix favorevole, la stagione dovrebbe registrare un andamento positivo con prezzi soddisfacenti”. È quanto afferma **Cristian Moretti, direttore generale di Agrintesa, aderente al Gruppo ortofrutticolo Apo Conerpo e alla business unit Alega,** che colloca sul mercato il prodotto della cooperativa “firmato” con il proprio marchio e con il brand Valfrutta.

“L'annata 2016 è partita bene – dichiara **Enrico Bucchi dell'ufficio commerciale di Alega** – anche grazie al repentino cambiamento del clima. Al momento (15 ottobre) siamo presenti nelle principali catene distributive italiane con la **varietà Kaki Tipo di Romagna,** apprezzata per la dolcezza e l'aroma; le quotazioni si collocano su buoni livelli. Nelle prossime settimane inizierà anche la commercializzazione del **prodotto a polpa soda,** sempre più apprezzato”.

Grazie alla spiccata vocazionalità del territorio in cui opera e all'elevato livello di specializzazione, **Agrintesa si conferma leader nazionale del settore** con un'ampia e qualificata offerta di entrambe le tipologie di prodotto: **4.200 tonnellate della**

varietà Tipo, con frutti a polpa morbida, e 2.300 tonnellate di kaki Rojo Brillante con frutti a polpa soda, in grado di intercettare le nuove tendenze del consumo.

“Proprio per rispondere alle mutate richieste del mercato – sottolinea **Moretti** – la nostra cooperativa, che vanta una lunga tradizione di qualità



nel settore dei kaki, negli ultimi anni ha spinto i soci a diversificare la produzione di questa specie e attualmente **Rojo Brillante** raggiunge una quota superiore al 35% della produzione complessiva”. L'interesse per i kaki a polpa soda, dal sapore dolce e delicato e pratici da mangiare, al momento è maggiore sul mercato estero. Ma alla luce dell'importante trend di crescita, probabilmente nei prossimi anni i consumi registreranno un rapido aumento anche nel Bel Paese.

L'innovazione legata alla varietà **Rojo Brillante** non interessa solo la fase produttiva: presso lo stabilimento Agrintesa di Faenza, infatti, è stato installato un **nuovo impianto di maturazione,** adatto sia per i kaki a

polpa tenera che per quelli a polpa soda. Con questo investimento la cooperativa diventa la realtà più moderna e avanzata nelle tecnologie per la maturazione dei kaki e può gestire oltre 1.000 tonnellate di prodotto alla settimana.

Grazie anche alla business unit Alega a cui aderisce, Agrintesa vanta quindi una lunga e qualificata esperienza e un invidiabile know how, diffuso lungo tutta la filiera, dalla produzione di alta qualità legata alla grande vocazionalità del territorio emiliano-romagnolo alla gestione del prodotto in magazzino, dal confezionamento alla commercializzazione: “tutte operazioni – dichiara il **responsabile Marketing di Alega, Stefano Soli** – che ci permettono di essere riconosciuti come gli specialisti dei kaki”.

“Alega – prosegue **Soli** – conferma così la sua leadership, garantendo alla clientela qualità e quantità con una presenza costante sul mercato e ponendosi come un partner sempre più strategico per le principali insegne distributive alle quali offre moderni servizi post vendita come i packaging personalizzati tra i quali spiccano i vassoi con 2 frutti”.

“Per valorizzare sempre più il prodotto ed incentivare i consumi – conclude **Soli** – nelle prossime settimane inizieremo la tradizionale attività di promozione e comunicazione basata sulla distribuzione di materiale specifico (pieghevoli informativi e ricettari) e sulla programmazione di azioni in store con la degustazione di prodotto”.

A SANA I DATI DELL'OSSERVATORIO "TUTTI I NUMERI DEL BIO"

Biologico: in aumento mercato interno ed export

Annalita Moruzzi
Centro Stampa

Più che positivo il bilancio di Sana con 833 espositori (+19%), 50.000 metri quadri di rassegna (+30%), più di 60 appuntamenti tra convegni, workshop e presentazioni delle aziende, 2.300 incontri b2b con i buyer internazionali arrivati da 27 Paesi.

Bilancio positivo per Sana, il Salone Internazionale del Biologico e del Naturale svoltosi a Bologna dal 9 al 12 settembre, che ha registrato un aumento dei visitatori

(a quota 47.200), degli espositori (833 con un +19%) e della superficie, pari a 50.000 metri quadrati (+30% rispetto al 2015). Ancora più massiccia poi la presenza dei buyer internazionali, arrivati da 27 Paesi (+29%), che hanno dato vita a oltre 2.300 incontri B2B. Sono stati circa 4.800 i partecipanti all'intenso programma culturale che si è articolato negli oltre 60 convegni, nei tre incontri dell'Academy e nei nume-



rosi appuntamenti organizzati dalle aziende, dalle associazioni e dagli enti di categoria che hanno sviluppato le tematiche di maggiore attualità ed interesse.

Il trend di crescita di Sana segue la tendenza del mercato come illustrato nel giorno inaugurale, alla presenza tra gli altri di **Andrea Olivero, Vice ministro delle Politiche agricole, alimentari e forestali**, nell'Osservatorio SANA-ICE 2016 "Tutti i numeri del Bio" promosso e finanziato da ICE in collaborazione con BolognaFiere e realizzato da Nomisma con il patrocinio di FederBio e AssoBio.

La ricerca ha messo in evidenza che alla luce della crescente attenzione per l'ambiente i consumatori scelgono sempre più spesso prodotti biologici e che tutti gli indicatori più importanti sono in aumento: superfici (+7,5% rispetto al 2014), operatori (+8,2% rispetto al 2014), vendite (+15% rispetto al 2014). Ma non è solo il mercato interno ad ottenere ottimi risultati: l'export cresce addirittura del 408% rispetto al 2008 e del 16% rispetto a un anno fa.

La grande modernità della pera

Il Festival Internazionale della Pera svoltosi a Ferrara ha puntato i riflettori sul riconoscimento dell'IGP ottenuto dalla Pera dell'Emilia Romagna nel 1998.

"Una identità a tutela del legame prodotto/territorio – ha dichiarato **Paolo Bruni, presidente di CSO ITALY** – che in questi anni ci ha visto protagonisti di grandi campagne di comunicazione". La possibile evoluzione del marchio IGP l'ha spiegata **Luca Granata, General Manager di Opera**: "Il riconoscimento IGP per la pera è importante perché lega prodotto e territorio, ma diventerà ancora più importante quando vedremo approvate le variazioni che abbiamo richiesto e che renderanno il disciplinare maggiormente rispondente alla realtà produttiva". "Siamo di fronte – ha proseguito Granata – ad una delle rare eccellenze ortofrutticole italiane. La coltiviamo solo noi, è il quarto frutto più consumato in Italia dopo banane, mele e arance, ne mangiamo 5,5 kg a testa all'anno". Alla pera serve anche comunicazione. Non abbiamo mai detto che è un prodotto modernissimo e invece lo dobbiamo rimarcare perché è nutraceutico ed è senza ogm, senza olio di palma, senza glutine, senza grassi, al 100% biodegradabile e al 100% italiano, prodotto da 3.000 agricoltori del territorio, tutti requisiti richiestissimi dal consumatore consapevole di oggi. La pera ha grandi valori, ma finora non li abbiamo raccontati. Da novembre Opera avvierà la prima campagna televisiva nazionale dedicata alla pera. Il percorso per la valorizzazione di questo frutto è ancora lungo e difficile ma la comunicazione di Opera forse rappresenterà un piccolo passo avanti nella giusta direzione per tutti, sia produttori che consumatori.



UN COINVOLGENTE EVENTO ORGANIZZATO AL PALAFIERA DI FORLÌ

Festa di compleanno per Conserve Italia

Lamberto Mazzotti
Centro Stampa

Di fronte ad un pubblico di 4.000 persone, ripercorsa la storia dell'azienda, che oggi rappresenta la prima industria conserviera cooperativa italiana. Oltre al quarantennale del gruppo, celebrati anche i 70 anni del marchio Yoga e i 160 di Cirio.

Una grande festa alla quale ha partecipato un pubblico di oltre 4.000 persone, composto in gran parte da dipendenti e collaboratori, provenienti da tutti gli stabilimenti italiani del Gruppo e dalle società controllate presenti all'estero, oltre che da una nutrita rappresentanza dei 14.000 produttori agricoli aderenti alle cooperative associate: con questo evento, organizzato al Palafiera di Forlì, Conserve Italia ha celebrato il proprio quarantennale e contemporaneamente i 70 anni del marchio Yoga e i 160 di Cirio. Tre esperienze nate e cresciute nel Belpaese e sviluppatesi grazie all'impegno di uomini eccezionali che

hanno saputo unire le forze per ottenere buoni frutti dando vita ad una realtà leader nell'agroalimentare.

Tra un compleanno e l'altro, la serata di Forlì ha rappresentato una piacevole occasione per rinsaldare lo spirito di squadra, il senso di appartenenza e l'orgoglio per la storia e gli sforzi compiuti in questi anni dall'azienda. "Quarant'anni fa, alcune cooperative, al fine di valorizzare le produzioni dei soci, hanno dato avvio a questo sogno, decidendo di fare rete e seguendo i principi di mutualità tipici della cooperazione, come ha ricordato il presidente Maurizio Gardini. Oggi, Conserve Italia rappresenta una realtà di successo, una cooperativa vera, capace di interpretare al meglio la propria mission, ovvero valorizzare i prodotti agricoli dei soci in modo completo, dalla coltivazione alla tavola del consumatore.

E lo spirito cooperativo dell'azienda è testimoniato anche dallo scambio intergenerazionale tra uomini e donne accomunate dalla stessa passione".

"Dopo gli importanti obiettivi raggiunti in questi anni - ha ricordato il direttore gene-



rale Pier Paolo Rosetti - il futuro di Conserve Italia passa dall'ulteriore sviluppo del *made in Italy* attraverso l'incremento di progetti di filiera che consentano di estendere le produzioni presso i soci dell'azienda. Innovazione e nuovi prodotti permettono infatti di ottenere maggior valore aggiunto e di entrare più facilmente sui nuovi mercati, offrendo importanti alternative ai soci in questi anni così difficili per il settore agricolo".

La festa organizzata al Palafiera di Forlì è stata arricchita dalla presenza del presidente del consiglio Matteo Renzi che, insieme al ministro delle politiche agricole Maurizio Martina, al ministro del lavoro Giuliano Poletti e al sottosegretario al ministero dell'economia Paola De Micheli, ha reso merito al lavoro svolto in questi anni da Conserve Italia. Un'impresa cooperativa che ha realizzato una storia importante e ha saputo portare nel mondo il *made in Italy* più vero ed autentico, esportando prodotti di qualità ottenuti con materie prime coltivate e lavorate in Italia.



UNA CONCRETA OPPORTUNITÀ DI REDDITO PER IL NORD ITALIA

I vantaggi dell'orticoltura biologica in serra

Andrea Bertoldi – *Direttore Generale BRIO*

Paolo Fontanabona – *Consigliere BRIO e La Primavera, agricoltore biologico*

La domanda di questi prodotti è superiore all'offerta. Nel 2015 la superficie coltivata a ortaggi bio in Italia è risultata inferiore ai 30.000 ettari.

Le vendite di prodotti biologici in Italia e in Europa continuano a crescere a ritmi sostenuti e aumenta anche la domanda di produzioni orticole, in particolare quelle ottenute in coltura protetta. Frutta e ortaggi (freschi e trasformati) registrano incrementi tra il 15 ed il 18%. A fronte di questa situazione di mercato permane però un'offerta carente per le specie orticole. I dati recentemente presentati dal SINAB (Sistema d'Informazione Nazionale sull'Agricoltura Biologica) al Sana, la fiera del biologico, evidenziano come la superficie investita ad ortaggi bio sia davvero limitata: nel 2015 si attestava appena a 29.494 ettari, di cui solo una piccolissima percentuale in coltura protetta e in

gran parte dislocati al sud. Eppure, Veneto ed Emilia Romagna avrebbero le caratteristiche per diventare l'orto biologico d'Europa grazie all'elevato livello qualitativo del prodotto ottenuto in queste aree e all'efficiente sistema logistico.

L'esperienza di BRIO dimostra che è possibile consegnare verdura fresca di ottima qualità in tutta Europa e che la domanda potenziale è rilevante. Possiamo infatti sfruttare importanti "finestre" fra le produzioni provenienti dal sud e quelle dei mercati del nord Europa e l'alta qualità dei nostri prodotti è molto apprezzata. Un simile contesto impone di approfondire le possibilità legate agli ortaggi bio in coltura protetta e sarebbe imperdonabile, in una situazione di eccedenza di offerta del prodotto convenzionale, non cogliere questa opportunità.

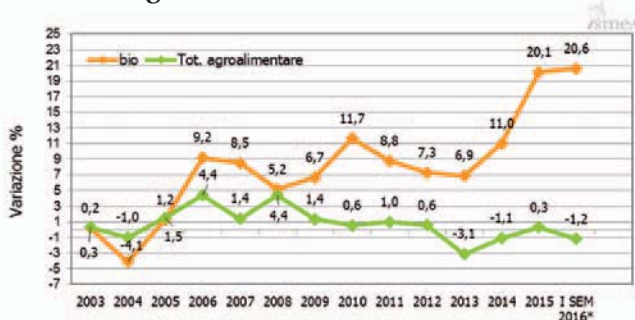
Da un paio d'anni BRIO Spa è la Business Unit di Apo Conerpo per il settore del biologico e sta portando avanti un impegnativo progetto di sviluppo che la condurrà in pochi anni a raggiungere i 100 milioni di fatturato di ortofruttili freschi con crescita medie del 15% annuo. Per realizzare questo obiettivo è necessario che si sviluppi la produzione in



concomitanza con l'incessante crescita del mercato del bio. Negli ultimi due anni stiamo assistendo ad un costante aumento della produzione frutticola associata mentre si registra una situazione di stasi per le colture orticole anche se queste rappresentano quasi il 40% del valore commercializzato da BRIO.

Questo tipo di coltivazione offre ottimi risultati nel biologico dal momento che consente di controllare l'ambiente pedoclimatico nel quale si svolge la coltivazione. Il bio, infatti, ha armi meno efficaci rispetto ai sistemi convenzionali di coltivazione per combattere insetti e malattie fungine ed è quindi molto importante controllare l'ambiente per prevenire l'insorgere di malattie. Sempre a questo scopo è fondamentale ricorrere alle rotazioni fra diverse colture programmando coltivazioni che si adeguino sia alle esigenze commerciali che a quelle aziendali. Nelle regioni del nord Italia le colture più interessanti sono tutte le tipologie di insalate, numerose varietà di pomodoro, fragola, peperone, melone, melanzana, zucchina, sedano, cavolo rapa, finocchio, valeriana, rucola e spinacio. Nel caso di aziende miste orticole e frutticole sarà, ad esempio,

Dinamica annua dei consumi in valore del bio a peso fisso nella GDO e confronto con il trend dell'agroalimentare totale – Variazioni %



Dati Ismea – Nielsen e Panel Ismea – GfK Eurisko. Rilevazioni sui prodotti, confezionati e non, nella GDO: ipermercati (>2499 mq); supermercati (399-2499 mq); liberi servizi (100-399 mq) e discount

possibile attuare una programmazione colturale che consenta di avere poche esigenze di manodopera sugli ortaggi nel periodo di massimo lavoro per la coltivazione frutticola. L'azienda mista frutticola - orticola rappresenta una buona soluzione per raggiungere un equilibrio economico aziendale e nella gestione della manodopera. L'orticoltura in serra garantisce una intensità di produzione in grado di fornire un buon reddito anche se la superficie aziendale è modesta. Da un ettaro coltivato sotto serra, che può essere seguito anche solo a livello familiare senza l'esigenza di altri addetti, si può ottenere una PLV fino a 70.000/75.000 euro. Ovviamente, l'altra faccia della medaglia è la necessità di avere un investimento per ettaro abbastanza alto: la realizzazione di strutture idonee e di coperture adeguate richiede una spesa iniziale di circa 60.000 euro per ettaro. Le strutture hanno una durata che può raggiungere i 40 anni mentre il film di copertura mediamente dura circa 4

anni. Un altro elemento di difficoltà è l'elevato investimento di manodopera che a volte crea problemi organizzativi. In questo senso è importante programmare colture che consentano un lavoro abbastanza continuativo in modo da valorizzare le professionalità che si sviluppano in azienda. Decisamente importante è poi l'aspetto logistico dal momento che il conferimento è un'operazione molto frequente e con quantità ridotte rispetto alle specie frutticole. Per ovviare a questo problema è importante che la produzione sia dislocata in zone vicine ai magazzini di conferimento. Nel caso di BRIO i magazzini ideali sono quelli di Zevio (VR) e Gambettola (FC). Nell'Italia centrale e in Sicilia i magazzini di riferimento sono Pomezia (Roma) e Rosolini (SR).

La cooperazione si è sviluppata nei nostri territori soprattutto intorno alla frutta, ma la coltura orticola si presta molto bene ad un rapporto cooperativo solido dato che necessita di un ser-

vizio commerciale più impegnativo e di un frequente ed intenso dialogo fra chi produce e chi vende.

Un'altra particolarità è che molti prodotti vengono conferiti già confezionati dai produttori allo scopo di ridurre al minimo le manipolazioni e velocizzare la gestione dei prodotti. Questa modalità è spesso apprezzata dai conferenti dato che lascia all'azienda agricola il valore aggiunto derivante dal lavoro di confezionamento del prodotto: lavorare in questo modo implica una buona professionalità dato che i prodotti devono garantire una uniformità di lavorazione da parte dei diversi soci. La coltivazione in serra è quindi una grande opportunità che va colta dai nostri associati e che BRIO intende promuovere per cercare di rispondere ad una domanda importante che offre una valida redditività anche in presenza di superfici limitate.

Eventuali aziende interessate possono contattare il responsabile approvvigionamenti di BRIO, Pierpaolo Lugoboni.

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

LE PREVISIONI PRODUTTIVE PRESENTATE AD AMBURGO A PROGNOFRUIT

Pomacee: in diminuzione le pere, stabili le mele

Giampiero Reggidori
Ufficio Produzioni Agricole Apo Conerpo

Il convegno internazionale sulle previsioni produttive di mele e pere a livello mondiale, Prognosfruit, quest'anno si è tenuto ad Amburgo (Germania) il 4 e 5 agosto. Per le pere, nella UE a 28 paesi (compresa ancora la Gran Bretagna) è stimata una produzione inferiore del 10,4% rispetto al 2015. Per le mele, sempre nei paesi UE, è attesa una diminuzione del 2,7%.

Oltre all'analisi delle previsioni di produzione, in occasione dell'incontro sono stati anche affrontati diversi argomenti particolarmente importanti per il set-

tore: 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. La situazione climatica si sta confermando sempre più variabile ed anomala in entrambi gli emis-

estri, lontani dalle caratteristiche stagionali, si ripetono sempre più spesso. In particolare, si registra un aumento di 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 2015/2016 è risultato ancora una volta meno

freddo rispetto alla norma e la primavera è stata caratterizzata da abbondanti periodi piovosi, con abbassamenti termici maggiori della media.

Pero

Per quest'anno la previsione per le pere (Tabella 1) indica, nei paesi europei della UE, una produzione inferiore al consuntivo 2015 (a causa della primavera non favorevole all'allegagione), con una diminuzione del 10,4%. Per altri paesi dell'Europa extra UE, la stima evidenzia invece un lieve incremento produttivo (+1,9%).

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'11,3% sul 2015. A livello mondiale si stima un aumento del 3,2%.

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.

Si registra poi un discreto movimento nei paesi dell'Europa dell'Est, che investono nuove superfici a pero oppure rinnovano i vecchi impianti.

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 la William bianca, 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.

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 2015 nella UE (-2,7%).

I primi due paesi produttori in Europa sono la Polonia, che stima un leggero aumento di produzione, e l'Italia, dove si prevede un raccolto stabile. 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, Modì, Kanzi, ecc...)

Fra i paesi europei ancora esterni alla

Tabella 1 – Produzione di pere 2015 e previsioni 2016

Paesi	Consuntivo 2015 (Tons)	Previsione 2016 (Tons)	Variaz. prev. 2016 su cons. 2015 (%)
Paesi UE			
Italia	764.000	678.000	-11,3%
Olanda	349.000	352.000	0,9%
Belgio	369.000	332.000	-10,0%
Spagna	344.000	303.000	-11,9%
Portogallo	134.000	135.000	0,7%
Francia	155.000	134.000	-13,5%
Polonia	80.000	65.000	-18,8%
Grecia	60.000	43.000	-28,3%
Germania	43.000	36.000	-16,3%
Ungheria	33.000	35.000	6,1%
Gran Bretagna	25.000	28.000	12,0%
Austria (stima)	55.000	22.000	-60,0%
Romania	13.000	16.000	23,1%
Repubblica ceca	10.000	6.000	-40,0%
Danimarca	6.000	6.000	0,0%
Bulgaria (stima)	3.000	2.600	-13,3%
Croazia	2.900	1.300	-55,2%
Slovenia	4.000	1.000	-75,0%
Slovacchia	1.000	1.000	0,0%
Svezia	1.000	1.000	0,0%
Cipro (stima)	900	950	5,6%
Lettonia (stima)	1.000	800	-20,0%
Lussemburgo (stima)	300	350	16,7%
Finlandia (stima)	200	200	0,0%
Totale UE (28 paesi)	2.454.300	2.200.200	-10,4%
<i>Nota: Estonia, Lituania, Irlanda, Malta: nessuna stima, quantità non rilevante.</i>			
Alcuni altri paesi, extra UE			
Turchia	390.000	410.000	5,1%
Ucraina	168.000	171.000	1,8%
Bielorussia	50.000	50.000	0,0%
Federazione Russa	46.000	46.000	0,0%
Serbia	44.000	45.000	2,3%
Svizzera	23.000	19.000	-17,4%
Albania (stima)	7.000	6.500	-7,1%
Bosnia Erzegovina	11.000	6.000	-45,5%
Moldova	4.000	4.000	0,0%
Macedonia	2.000	2.000	0,0%
Totale altri paesi, extra UE	745.000	759.500	1,9%
Totale paesi europei indicati	3.199.300	2.959.700	-7,5%
Vari paesi emisfero Nord			
Cina (stima)	17.860.000	19.000.000	6,4%
Stati Uniti d'America (cons. fresco)	648.000	629.000	-2,9%
Messico	24.000	24.000	0,0%
Canada (stima)	10.000	10.000	0,0%
Totale vari paesi emisfero Nord	18.542.000	19.663.000	6,0%
Totale emisfero Nord	21.741.300	22.622.700	4,1%
Vari paesi emisfero Sud			
Argentina	810.000	716.000	-11,6%
Sud Africa	380.000	376.000	-1,1%
Cile	196.000	177.000	-9,7%
Brasile (stima)	148.000	150.000	1,4%
Australia	104.000	96.000	-7,7%
Nuova Zelanda	12.000	13.000	8,3%
Totale vari paesi emisfero Sud	1.650.000	1.528.000	-7,4%
Totale generale	23.391.300	24.150.700	3,2%
<i>Fonte: Prognosfruit 2016 (Hamburg Germania) 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>			

Tabella 2 – Produzione di mele 2015 e previsioni 2016

Paesi	Consuntivo 2015 (Tons)	Previsione 2016 (Tons)	Variaz. prev. 2016 su cons. 2015 (%)
Paesi			
Polonia	3.979.000	4.150.000	4,3%
Italia	2.280.000	2.282.000	0,1%
Francia	1.674.000	1.564.000	-6,6%
Germania	973.000	1.052.000	8,1%
Spagna	482.000	509.000	5,6%
Ungheria	522.000	449.000	-14,0%
Romania	336.000	371.000	10,4%
Olanda	336.000	332.000	-1,2%
Portogallo	329.000	263.000	-20,1%
Grecia	242.000	263.000	8,7%
Gran Bretagna	243.000	250.000	2,9%
Belgio	285.000	234.000	-17,9%
Repubblica Ceca	156.000	113.000	-27,6%
Bulgaria (stima)	58.400	52.000	-11,0%
Lituania	46.000	38.000	-17,4%
Croazia	101.000	35.000	-65,3%
Austria	177.000	22.000	-87,6%
Danimarca	24.000	22.000	-8,3%
Svezia	21.000	20.000	-4,8%
Slovacchia	40.000	17.000	-57,5%
Irlanda (stima)	18.800	16.500	-12,2%
Slovenia	71.000	12.000	-83,1%
Lettonia	8.000	8.000	0,0%
Cipro (stima)	5.100	4.900	-3,9%
Finlandia (stima)	6.000	4.800	-20,0%
Lussemburgo (stima)	2.400	2.200	-8,3%
Estonia (stima)	1.600	1.100	-31,3%
Totale UE (28 paesi)	12.417.300	12.087.500	-2,7%
<i>Nota: Malta, non stimata; quantità non rilevante</i>			
Alcuni altri paesi, extra UE			
Turchia	2.466.000	2.851.000	15,6%
Federazione Russa	1.707.000	1.736.000	1,7%
Ucraina	1.196.000	676.000	-43,5%
Serbia	356.000	400.000	12,4%
Moldova	250.000	300.000	20,0%
Bielorussia	155.000	155.000	0,0%
Svizzera	140.000	134.000	-4,3%
Macedonia	70.000	70.000	0,0%
Albania (stima)	46.500	46.000	-1,1%
Bosnia-Erzegovina	69.000	28.000	-59,4%
Norvegia (stima)	5.000	8.000	60,0%
Totale altri paesi extra UE	6.460.500	6.404.000	-0,9%
Totale paesi europei indicati	18.877.800	18.491.500	-2,0%
Alcuni altri paesi emisfero Nord			
Cina	43.112.000	43.000.000	-0,3%
Usa (United State of America)	4.473.000	5.017.000	12,2%
Messico (stima)	717.000	600.000	-16,3%
Canada	351.000	283.000	-19,4%
Totale altri paesi emisfero Nord	48.653.000	48.900.000	0,5%
Totale emisfero Nord	67.530.800	67.391.500	-0,2%
Alcuni paesi emisfero Sud			
Cile	1.678.000	1.635.000	-2,6%
Brasile	1.145.000	1.100.000	-3,9%
Sud Africa	863.000	883.000	2,3%
Argentina	834.000	640.000	-23,3%
Nuova Zelanda	554.000	548.000	-1,1%
Australia	309.000	311.000	0,6%
Totale vari paesi emisfero Sud	5.383.000	5.117.000	-4,9%
Totale generale	72.913.800	72.508.500	-0,6%
<i>Fonte: Prognosfruit 2016 (Hamburg - Germania) 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>			

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. 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.

In generale melo e pero rappresentano per tutti i paesi partecipanti a Prognosfruit due specie importanti, soprattutto la prima.

A tal punto che comunque nel dibattito collaterale alle previsioni sull'andamento dei consumi è stata sottolineata l'importanza di insistere con l'informazione atta ad aumentare i consumi dove già sono conosciuti i due prodotti e a stimolarne il bisogno dove sono ancora poco noti.

In realtà esiste una differenza di approccio fra la mela e la pera da parte del consumatore. La prima è già ampiamente qualificata e rientra tranquillamente nella dieta frutticola di tutti i paesi del mondo. La seconda è ancora "per intenditori" e vi ricorrono coloro che hanno avuto occasione di provarla e inserirla nella propria dieta.

Però la conoscenza è più circoscritta ai paesi di coltivazione, mentre la mela spazia maggiormente ad ampio raggio nel mondo dei consumatori.

Per entrambe si è comunque detto che il futuro dell'affermazione è legato anche alla gestione dell'intera filiera, con il modello club per le nuove varietà.