

ORTOFRUTTA NOTIZIE

Marzo 2016



•
•
•
•
**Opera, primi risultati
e obiettivi futuri**

**Qualità e ambiente
le priorità per Finaf**

**Nuove varietà, passi avanti
contro le illegalità**

UNA FILIERA TUTTA ITALIANA



NATURITALIA AL SERVIZIO DELLA QUALITÀ E DEL MERCATO



C'è
Gigi Filare
sempre pronto
a spiegare.

Naturitalia produce e distribuisce ortofrutta italiana, di stagione, sicura e rispettosa dell'ambiente. Grazie alla gestione completa della filiera è in grado di soddisfare al meglio le esigenze della moderna distribuzione e i gusti dei consumatori, in Italia e nel mondo.

NATURITALIA, SPECIALISTA NELL'ORTOFRUTTA.

www.naturit.it


Naturitalia
THE FLAVOURS OF NATURE

NATURITALIA DISTRIBUISCE

 **Jingold**
lo specialista del kiwi

Sommario

- 4 Opera, primi risultati e obiettivi futuri
LAMBERTO MAZZOTTI
- 6 Kiwi, Jingold investe nell'innovazione varietale
ALESSANDRO FORNARI
- 7 Le novità di Alegra presentate a Fruit Logistica
MARIO PARISI
- 8 Qualità e ambiente le priorità per Finaf
LISA MARTINI
- 9 Arrivano nei bar i succhi Bio Valfrutta
UFFICIO STAMPA CONSERVE ITALIA
- 10 Record di visitatori a Fruit Logistica 2016
LAMBERTO MAZZOTTI
- 11 Nuove varietà, passi avanti contro le illegalità
GIAMPIERO REGGIDORI
- 14 Collaborazione in azienda con Microsoft Sharepoint
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

L'ortofrutta italiana protagonista a Fruit Logistica Qualità e competitività per vincere le sfide

Davide Vernocchi
Presidente Apo Conerpo

Da anni Fruit Logistica rappresenta l'appuntamento più rilevante per gli operatori internazionali dell'ortofrutta fresca, settore che nel nostro paese riveste un ruolo di primaria importanza all'interno del panorama agricolo generale (con un raccolto medio annuo di circa 25 milioni di tonnellate l'Italia si colloca infatti ai primi posti della classifica mondiale dei produttori di frutta e verdura). L'edizione 2016 della rassegna berlinese ha confermato la validità di questa tesi, registrando una partecipazione record con oltre 70.000 visitatori professionali, provenienti da più di 130 paesi, e quasi 2.900 espositori, arrivati da 84 nazioni, che hanno presentato una panoramica completa del settore ortofrutticolo. Un contesto dove tutti sono convinti di avere la frutta più buona e più bella del mondo.



Questi numeri rendono Fruit Logistica la più importante vetrina mondiale dell'ortofrutta e quindi un'occasione speciale per incontrare la clientela, tradizionale e potenziale, e far emergere l'eccellenza delle nostre produzioni e l'efficienza delle imprese italiane impegnate in un mercato globale sempre più grande, complesso e competitivo.

Grazie alle condizioni pedoclimatiche particolarmente favorevoli e alle migliori e più moderne tecniche di coltivazione, rispettose della salute e dell'ambiente, l'ortofrutta italiana raggiunge caratteristiche organolettiche assolutamente elevate e conta numerosi prodotti certificati e garantiti dalla UE. Tra questi la Pera Abate Fetel Igp dell'Emilia Romagna, le Pesche e Nettarine Igp di Romagna e la Patata Dop di Bologna.

Si tratta di risultati decisamente importanti e incoraggianti che però non sono sufficienti per garantire alla nostra ortofrutticoltura lo sviluppo e la redditività che merita.

Come abbiamo potuto constatare anche tra gli stand di Fruit Logistica, infatti, gli altri Paesi produttori, tra cui quelli emergenti, si presentano sul mercato con uno spirito sempre più aggressivo perché riconoscono nell'ortofrutta il settore di punta della loro crescita economica. Per competere con questi Paesi, dobbiamo assolutamente puntare sempre di più sulla qualità dei nostri prodotti e sulla competitività dei nostri sistemi e quindi su una adeguata concentrazione dell'offerta. Credo che questo sia il vero tema dell'ortofrutta italiana dove, al di là della presenza o meno di adeguate politiche di settore, i VERI responsabili o protagonisti di questi processi SIAMO NOI PRODUTTORI.

Solo così l'ortofrutta made in Italy potrà proseguire la sua espansione al di fuori dei confini nazionali e, grazie alle sue caratteristiche distintive, conquistare nuovi mercati, in particolare quelli più esigenti e remunerativi, per garantire ai produttori la giusta redditività. Una strada, questa, decisamente importante soprattutto in questo periodo in cui l'embargo russo continua a penalizzare l'agroalimentare di alcuni paesi europei tra cui l'Italia. Basti pensare, a questo proposito, che l'export made in Italy verso Mosca è crollato dai 485 milioni di euro del 2014 ai 241 milioni dell'anno scorso.

PRESENTATI A FERRARA NELL'INCONTRO CON I PRODUTTORI

Opera, primi risultati e obiettivi futuri

Lamberto Mazzotti
Centro Stampa

È l'unica organizzazione italiana specializzata esclusivamente sulle pere e si propone di diventare la marca preferita dai consumatori e dai migliori distributori. Conta 18 soci, più di 1.000 produttori, 7.500 ettari di pero, oltre 207.000 tonnellate di prodotto conferito nel 2015, più di 1.000 clienti riforniti in oltre 40 Paesi per un fatturato previsto di circa 150 milioni di euro.

Informare i frutticoltori sul lavoro svolto nei primi otto mesi di attività dopo la nascita della nuova azienda e ascoltare le loro osservazioni, i loro suggerimenti, le loro critiche e le loro richieste: questi i due obiettivi principali con cui **Opera Sca** ha organizzato l'incontro svoltosi il 23 gennaio scorso presso il Centro Congressi Fiera di Ferrara alla presenza di circa 1.000 produttori di pere che in larga parte fanno riferimento alle 18 aziende socie.

LA FOTOGRAFIA DELL'AZIENDA

Aperti dal presidente di Opera, **Adriano Aldrovandi**, i lavori sono proseguiti con l'intervento del direttore **Luca Granata**, che ha sinteticamente ricordato alcuni dei dati principali dell'azienda (18 soci, più di 1.000 produttori, 7.500 ettari di pero, oltre 207.000 tonnellate – cioè il 27% della produzione nazionale di pere – di conferimento nel 2015, più di 1.000 clienti forniti in oltre 40 Paesi per un fatturato previsto di circa 150

milioni di euro), ma ha soprattutto fornito dettagli sulle attività già svolte e sul livello organizzativo finora raggiunto nei diversi settori aziendali.

Il direttore commerciale di Opera, **Gabriele Ferri**, ha invece fornito dati sui primi risultati concreti ottenuti dalla

società in particolare per le varietà estive, tra cui spicca il buon risultato di liquidazione al produttore di Carmen 60+, pari a 0,83 €/Kg.



Granata in chiusura ha poi ricordato gli obiettivi strategici di Opera: soddisfazione di Consumatori e Clienti, innovazione di prodotto e di proces-



La riproduzione di una gigantesca pera Abate in plastica con il bollino Opera e un piedistallo che ricorda i colori del logo, riprodotto sulle pareti laterali, campeggia davanti all'ingresso del quartiere fieristico di Berlino.

so, forte crescita dell'export, politica di marca e miglioramento continuo. Tuttavia il direttore di Opera ha sottolineato con decisione come l'obiettivo strategico decisamente più importante debba restare la **forte crescita dei volumi gestiti, realizzabile con l'aggregazione ad Opera di altri produttori di pere e/o di altre aziende della filiera**, perché solo in tal modo sarà possibile incidere rapidamente e significativamente sul Mercato. Se tutti gli obiettivi strategici – ed in particolare la Crescita - saranno realizzati, Opera ritiene di poter diventare, entro 5 anni, la marca di pere preferita dai Consumatori e dai migliori Distributori in molte nazioni del mondo ed il punto di riferimento per tutta la filiera della pera, contribuendo così a far tornare economicamente sostenibile la coltivazione del pero in Emilia-Romagna.

NUOVE ALLEANZE

Ulteriori alleanze con altri operatori e produttori della filiera consentirebbero di raggiungere la quantità di

prodotto indicata come necessaria (350.000 – 400.000 tonnellate) per poter sviluppare azioni concrete in



Un'immagine dello stand Opera, allestito all'interno del padiglione italiano nell'ambito di Fruit Logistica, che ha registrato un massiccio e qualificato afflusso di operatori e visitatori per tutta la durata della rassegna.

Mele e pere europee: più semplice l'export negli Usa

Da settembre per le aziende europee potrebbe diventare più facile esportare pere e mele negli USA. Ciò vale anche per Italia e Francia, che già vendono questi prodotti oltreoceano (oltre 800 tonnellate nel 2014) grazie ad accordi bilaterali tra le autorità nazionali e l'ufficio ispettivo americano su piante e animali (Aphis).



La Commissione europea ha intensificato i propri sforzi con l'amministrazione USA per arrivare all'attuazione di un regolamento che semplifichi le importazioni statunitensi di mele e pere.

La procedura però è piuttosto laboriosa perché prevede un'ispezione di tecnici americani sul posto prima della partenza dei container.

La Ue e il Dipartimento dell'Agricoltura degli Stati Uniti (USDA) hanno concordato un protocollo specifico di misure che coltivatori e autorità competenti dei paesi Ue devono adottare per esportare oltreoceano. La pubblicazione da parte dell'USDA della bozza del regolamento rappresenta un ulteriore passo in avanti.

grado di incidere significativamente e rapidamente sulla redditività dei produttori.

Secondo i dirigenti di Opera questo è l'obiettivo primario che tutti i produttori di pere e gli altri attori della filiera italiana dovrebbero perseguire con determinazione.

INCENTIVARE LE POLITICHE DI AGGREGAZIONE

L'ulteriore crescita unita al costante miglioramento del livello organizzativo rappresentano infatti scelte strategiche indispensabili per potersi rapportare con altri soggetti quali le moderne catene distributive che da tempo hanno sposato la politica delle concentrazioni.

Anche l'agricoltura, quindi, deve seguire con maggiore decisione questa strada, mettendo in atto importanti politiche di aggregazione come quelle attuate appunto dalla distribuzione, ma anche da molti altri soggetti economici quali le banche, le assicurazioni, le telecomunicazioni, solo per fare alcuni esempi.

CON LE PROMETTENTI CULTIVAR A POLPA VERDE, ROSSA E GIALLA

Kiwi: Jingold investe nell'innovazione varietale

Alessandro Fornari
Direttore Jingold

L'innovazione varietale rappresenta un elemento strategico per rafforzare il ruolo da protagonisti nello scenario ortofrutticolo internazionale.

Nel periodo di piena emergenza batteriosi c'è stato un momento in cui anche ricercatori e tecnici mettevano in discussione il futuro dell'Actinidia in Italia. In quella stessa fase il nostro consorzio investiva con decisione nell'innovazione varietale nella convinzione che quella fosse l'unica strada percorribile per garantire la sopravvivenza e, anzi, il rilancio di questa importante coltura frutticola.

Oggi, i produttori ci ripagano mostrando un grande interesse per le nuove cultivar di cui abbiamo acquisito i diritti. Varietà innovative ottenute da actinidi che si estendono su una superficie di ben 50 ettari contro i 35 ettari che avevamo programmato all'inizio della sperimentazione.

Questa è solo l'ultima, in ordine di tempo, delle novità introdotte dal nostro consorzio, una realtà imprenditoriale che ha portato il marchio **Jingold** ad essere sinonimo di kiwi a polpa gialla di qualità grazie alla cultivar **Jintao** selezionata dall'Università di Udine in collaborazione con l'Istituto cinese di Botanica di Wuhan (WIB). Jintao, il cui nome commerciale è Jingold, ha raggiunto il suo record produttivo con 8mila tonnellate prodotte

in Italia e 4mila tonnellate in Cile. Oggi, in collaborazione con il medesimo Istituto, Jingold ha acquisito, dopo lunghi programmi di ricerca, i diritti su tre nuove varietà di kiwi:

1. "**Jinyan**", cultivar a polpa gialla studiata per i mercati oltremare.
2. "**Z5Z6**", varietà a polpa verde ad alto contenuto di sostanza secca ed elevato grado brix.
3. "**Oriental Red**" (Dong Hong), la prima cultivar a polpa rossa ottenuta da un programma di breeding ad elevata conservazione.

Per quanto riguarda quest'ultima, l'Istituto WIB aveva già avviato, fin dal 2008, un programma di breeding sul kiwi a polpa rossa. All'epoca, infatti, l'unica varietà cinese con questa caratteristica striatura rossa aveva un calibro troppo piccolo e una scarsa conservabilità. Sul mercato europeo non è possibile commercializzare frutti di peso inferiore ai 65 grammi; inoltre, la tenuta in post-

raccolta è un altro requisito essenziale nelle vendite".

Nel 2013/14, dopo aver osservato in Cina i campi prova, Jingold ha messo in produzione il primo materiale vegetale e nel 2015 ha infine presentato ufficialmente la nuova gamma varietale ai produttori, soci e non.

L'ottima risposta da parte degli actinidicoltori ci ha piacevolmente sorpreso. Anche coloro che, a causa della batteriosi, non avevano effettuato nuovi impianti nel periodo 2010/2012 stanno ora rimettendosi in gioco con le nuove varietà, nonostante queste siano al loro esordio e non siano dunque equiparabili a Jingold, che ormai non ha più segreti.

Le nuove cultivar sono ancora in parte da scoprire nel senso che dobbiamo ancora conoscere bene il loro comportamento in campo, approfondire le migliori tecniche agronomiche da utilizzare, effettuare i primi test commerciali (che avvieremo a partire dalla prossima raccolta nella campagna 2016/17) per capire la risposta del consumatore e quindi la segmentazione di mercato più idonea. Sempre sotto il profilo commerciale bisognerà poi studiare il packaging mentre il brand per le nuove tipologie di kiwi rimarrà agganciato al marchio ombrello Jingold che ha già un proprio spazio riconosciuto e affermato sul mercato nazionale e internazionale.

In sintesi, abbiamo gettato il seme per il raccolto dei prossimi anni e per questo ci sentiamo un passo avanti.



Frutti della varietà Oriental Red.

DAI NUOVI PRODOTTI AGLI ACCORDI CON ALTRE REALTÀ ORTOFRUTTICOLE

Le novità di Alegra presentate a Fruit Logistica

Mario Parisi
Centro Stampa

Gli ultimi mesi sono stati particolarmente ricchi di novità per Alegra, business unit del gruppo Apo Conerpo, che le ha presentate in occasione di Fruit Logistica.

Lo stand realizzato a Berlino da Alegra (che comprende anche Valfrutta Fresco e Brio) ha ospitato, per tutta la rassegna, un'ampia e qualificata rappresentanza dei più importanti protagonisti del settore e dei principali clienti, interessati a conoscere i nuovi progetti del Gruppo.

“Per garantire i migliori risultati ai produttori – ha affermato **Gianni Amidei, amministratore delegato di Alegra** – è indispensabile crescere in qualità, quantità e innovazione. In quest'ottica, dopo aver sviluppato, negli ultimi mesi, alcuni test molto significativi in termini di apprezzamento da parte dei consumatori, ci presentiamo con il marchio Valfrutta, sinonimo di italianità e di alta qualità, anche all'estero. Per elevare il livello qualitativo del nostro prodotto, a partire dalla campagna estiva offriremo alla clientela internazionale le migliori varietà di albicocche, susine e soprattutto pesche e nettarine e poi il progetto si allargherà per comprendere il kiwi di alta qualità: il tutto 'firmato' Valfrutta”.

Fondamentale per la crescita, l'innovazione rappresenta uno dei pilastri per il Gruppo, che alla rassegna berlinese ha presentato il **peperone Cornelio®** a marchio registrato distribuito con successo da Valfrutta Fresco sul mer-

cato italiano ma anche in Germania, Svizzera e Danimarca. “Frutto di un progetto innovativo e condiviso, nato dalla stretta collaborazione fra una grande azienda sementiera come **Enza Zaden**, che ha curato la selezione varietale, alcuni produttori partner del gruppo Valfrutta per la coltivazione e la business unit Alegra, che ha l'esclusiva commerciale per l'Europa – ha rilevato **Amidei** – **Cornelio®** presenta buccia sottile, polpa dolce, soda e croccante, pochi semi. Caratteristiche apprezzate



dai consumatori e grazie alle quali possiamo proporre in chiave moderna un prodotto della tradizione italiana come il peperone, in particolare la tipologia **Corno di Toro**, dando una spinta alla sua diffusione”.

Le novità del Gruppo interessano anche la quarta gamma: grazie all'accordo siglato con **Cultiva**, la società nata dalla **Op Valle Padana**, Alegra ha presentato a Fruit Logistica la **Linea Benessere Valfrutta**, 5 referenze di verdure in busta proposte in mix innovativi e originali con semi di girasole, bacche di Goji, semi di lino, mandorle,

semi di sesamo insieme a semi di zucca. Prodotti che rispondono perfettamente alle nuove esigenze dei consumatori, incentrate su elevati valori nutrizionali, naturalità e salute.

A Berlino hanno debuttato anche i **Deliziorti**, i coloratissimi e saporitissimi pomodorini siciliani coltivati tra le province di Ragusa e Siracusa da **Colle d'Oro**, azienda di Ispica (RG) che alla fine del 2015 ha siglato un **accordo con Valfrutta Fresco** per la commercializzazione di questi prodotti. Decisamente ampia la gamma, che spazia dall'agrodolce **Cherry Lemon** (giallo) al dolce e inebriante **Delirio** (rosso), dal **Dolcenero** (di colore scuro) al **Dulcemiel** (verde e dolcissimo) fino al pomodorino **Goloso** (arancione).

“In occasione di Fruit Logistica – ha concluso **Amidei** – è stato presentato alla clientela anche l'importante accordo siglato nel 2015 con la **cooperativa Osas di Castrovillari**, azienda leader in Calabria nella produzione di pesche, nettarine e clementine **entrata nella base sociale di Alegra**. Un'intesa che apre le porte ad una collaborazione sinergica tra Osas e Agrintesa per lo sviluppo di progetti commerciali comuni e dimostra la grande attenzione dedicata dal Gruppo all'ampliamento degli orizzonti geografici e produttivi con particolare riguardo al sud del Paese. L'accordo risponde alla logica di aggregazione portata avanti con grande determinazione dal Gruppo al fine di aumentare ulteriormente la propria offerta merceologica con un paniere sempre più ricco di eccellenze italiane”.

NEL 2015 HANNO ASSORBITO OLTRE IL 66% DELLE RISORSE

Qualità e ambiente le priorità per Finaf

Lisa Martini
Ufficio OCM e progettazione Finaf

Presentata alla Regione Emilia Romagna la relazione finale della annualità 2015 del Programma Operativo 2015/2019.

Il 15 febbraio Finaf ha presentato alla Regione Emilia Romagna la relazione di chiusura della prima annualità del Programma Operativo 2015/2019 di tutte le Op socie con investimenti realizzati per complessivi 68,4 milioni di euro.

Per quanto concerne gli obiettivi raggiunti dalle Op aderenti a Finaf grazie agli interventi implementati, il miglioramento della qualità delle produzioni è una priorità assorbendo il 41,24% delle risorse totali.

Seguono le misure ambientali con il 22,17% delle risorse e gli interventi destinati a pianificare la produzione (14,97%). Significative poi le spese per le azioni finalizzate ad incrementare il valore commerciale dei prodotti (10,88%) nonché quelle indirizzate alla prevenzione e gestione

delle crisi (9,65%). Entrando nel dettaglio dei singoli interventi, tra gli investimenti che hanno coinvolto direttamente le aziende agricole socie l'iniziativa più importante è rappresentata dalla riconversione varietale. Una scelta strategica mirata ad incidere sia sul rinnovamento degli impianti frutticoli, sia sulle tecniche di impianto e di gestione agronomica. Per la filiera ortofrutticola è infatti fondamentale soddisfare le esigenze del consumatore attraverso prodotti innovativi, ma anche puntare verso varietà resistenti, rispettose dell'ambiente ed economicamente sostenibili. Nel 2015 questa iniziativa ha coinvolto oltre 900 ettari di piante perenni per circa 9 milioni di Euro. Kiwi, pero e melo le principali specie coinvolte.

Estremamente significativi anche gli investimenti per la realizzazione di impianti di irrigazione e microirrigazione e di impianti antigrandine, che hanno interessato circa 1.400 ettari. Le azioni per il miglioramento della qualità (diradamento manuale, pota-

tura delle piante, miglioramento qualitativo delle orticole e imbianchimento, cimatura, sfogliatura e doppia raccolta) hanno coinvolto più di 160 aziende e oltre 600 ettari.

Le Op aderenti a Finaf hanno investito anche sulle strutture di lavorazione e conservazione al fine di aumentarne il valore commerciale attraverso la realizzazione ed il potenziamento degli impianti di condizionamento, l'introduzione di linee di lavorazione innovative e di macchinari per la movimentazione interna dei prodotti finalizzati ad un'ottimizzazione della gestione logistica e dei magazzini per contribuire a garantire le ottimali condizioni di stoccaggio e conservazione delle produzioni.

Particolare attenzione è stata inoltre dedicata alle azioni finalizzate a ridurre l'impatto ambientale dei metodi di produzione. A questo proposito, sono state applicate tecniche di produzione integrata su circa 22.500 ettari con quasi 160 tecnici, mentre oltre 6.000 ettari sono stati interessati dalla pratica della confusione sessuale. A supporto di queste azioni sono state poste in essere quasi 8.300 analisi di laboratorio (fitofarmaci, acqua foglie e suolo). Infine sono state destinate significative risorse allo sviluppo di attività di promozione e comunicazione riguardanti i marchi delle Op e delle filiali. Le azioni destinate alla prevenzione e gestione delle crisi hanno riguardato il 9,65% del Fondo d'esercizio della Aop, di cui il 21% è stato destinato ai ritiri dal mercato (quasi esclusivamente distribuzione gratuita).



SONO SEI REFERENZE IN BOTTIGLIA TRASPARENTE DA 200 ML

Arrivano nei bar i succhi Bio Valfrutta

Ufficio Stampa Conserve Italia

Una delle marche più amate dalle famiglie italiane lancia nel canale Horeca i nuovi succhi di frutta bio.

Rispondere ad un mercato sempre più esigente e competitivo e garantire ai consumatori l'eccellenza di una produzione italiana, buona e genuina, e la sicurezza di tecniche di lavorazione evolute e moderne: con questo obiettivo Conserve Italia adotta scelte aziendali e strategie produttive improntate alla ricerca di uno sviluppo che privilegia la qua-

lità delle materie prime e l'innovazione di prodotto e di processo.

In quest'ottica, il leader europeo dell'ortofrutta trasformata presenta un'interessante novità, i **succhi di frutta Valfrutta Bio**, in linea con il trend del mercato che mostra un aumento costante dei prodotti biologici. Ottenuti nel rispetto di un'etica green che privilegia sostenibilità ambientale, italianità e bontà delle materie prime utilizzate, questi succhi sono proposti nel canale Bar in sei gusti: pera italiana, pesca italiana, albicocca italiana, arancia 100% italiana,

arancia carota limone (frutta e carote italiane) e mirtilli selvatici. Ideali per gustare il sapore ricco e intenso della frutta migliore anche fuori casa, i succhi Valfrutta bio sono prodotti senza impiego di conservanti, additivi, ogm e coloranti (*a norma di legge*), soltanto con frutta italiana coltivata secondo il metodo biologico e mirtilli selvatici dei paesi europei rigorosamente controllati e certificati (*certificazione CEA*).



Questa nuova linea risponde pienamente alla filosofia del marchio: da sempre Valfrutta crede con passione in un'agricoltura sostenibile, che dà frutti sani e genuini, rispettando la natura e l'ambiente, con valori di marca improntati ad un'etica green dal campo fino allo scaffale.

Anche la bottiglia con cui vengono proposti i succhi è rispettosa dell'ambiente: il 100% della carta dell'etichetta e parte del vetro sono riciclati. Un packaging sobrio ed elegante, che rimanda alla semplicità della natura e che vuole sottolineare la qualità del prodotto.

Si tratta di 6 referenze in bottiglia trasparente da 200ml con tappo a corona caratterizzate dallo stesso logo BIO che Valfrutta propone già nel canale retail per la linea del pomodoro e dei legumi in scatola.

Bilanci e prospettive delle orticole da industria

Presso la sede di Conserve Italia, a San Lazzaro di Savena (BO), si è tenuto il primo convegno dedicato alle colture orticole da industria e al pomodoro. I lavori sono iniziati con l'illustrazione del consuntivo della campagna 2015 e delle prospettive di mercato dei prodotti a base di pomodoro e dei vegetali (legumi e mais dolce). A seguire **Tiziano Galassi, Responsabile del Servizio Fitosanitario Regione Emilia-Romagna**, ha parlato della difesa fitosanitaria per le colture industriali mentre **Roberto Confalonieri dell'Università di Milano** è intervenuto sulle nuove tecnologie per lo sviluppo di servizi in agricoltura finalizzate ad ottimizzare la gestione del lavoro. Sono poi stati premiati alcuni soci conferenti, che nella campagna 2015 hanno ottenuto, per le varie colture, le migliori performance produttive e qualitative:



Pomodoro: **Azienda Agricola Mangolini Alberto** di Codigoro (FE) - **cooperativa Casa Mesola**

Piselli: **Azienda Agricola Filios Roberto** di Sarmato (PC) - **cooperativa Lusuco**

Fagioli borlotti: **Società Agricola Felicia** di Masi Torello (FE) - **cooperativa PROPARG**

Mais dolce: **Azienda Agricola Torreggiani Luciano** di Baricella (BO) - **cooperativa Patfrut**

Fagiolino: **Azienda Agricola Giacomelli Francesco** di Nogarole Rocca (VR) - **cooperativa Colombare**

NEI TRE GIORNI DELLA RASSEGNA HANNO SUPERATO LE 70.000 UNITÀ

Record di visitatori a Fruit Logistica 2016

Lamberto Mazzotti
Centro Stampa

Alla kermesse berlinese presentate le ultime tendenze del mercato, le novità produttive e tecnologiche e i nuovi progetti e strumenti messi a punto dai diversi attori della filiera.

Si è chiusa con un bilancio più che positivo l'edizione 2016 di Fruit Logistica, la più importante manifestazione mondiale dedicata all'ortofrutta fresca, svoltasi presso il quartiere fieristico di Berlino dal 3 al 5 febbraio. Oltre 70.000 i visitatori professionali (5.000 in più dell'anno scorso), provenienti da 130 paesi: quasi due terzi dalla Ue, il 9% da altri stati europei, il 12% dall'America del Nord, del Sud e del Centro, l'8% dall'Africa, il 5%

dal Medio Oriente e il 3% dall'Asia. In aumento anche gli espositori, arrivati da 84 paesi, che hanno sfiorato le 2.900 unità (+5% circa rispetto all'edizione 2015 della rassegna).

Tra questi anche il Gruppo Apo Conerpo, presente all'interno del padiglione italiano con le sue filiali commerciali Alegra, BRIO, Naturitalia, Valfrutta Fresco e Opera.

L'Italia era il paese più rappresentato a Fruit Logistica anche perché è il principale fornitore di ortofrutta per



la Germania, che assorbe mediamente circa il 30% dell'export italiano di frutta e verdura, pari a quasi 1,1 milioni di tonnellate.

Partner ufficiale di Fruit Logistica 2016 l'Egitto, un paese in cui la storia dell'agricoltura risale a più di 5.000 anni fa e che oggi riveste un ruolo significativo nel settore dei prodotti freschi con importanti esportazioni di frutta e verdura in numerosi paesi. Le esportazioni egiziane nella stagione 2013/2014 hanno raggiunto i 2 miliardi di dollari in valore e i 2,9 milioni di tonnellate in volume, indirizzate soprattutto in Russia, Arabia Saudita e Gran Bretagna. Anche Iraq, Emirati Arabi Uniti, Libia, Italia, Paesi Bassi e Kuwait sono importanti clienti.

Nel corso della rassegna è stato ricordato che secondo le statistiche pubblicate da Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbh (AMI), nel 2015 in tutto il mondo sono stati prodotti oltre 1,05 miliardi di tonnellate di verdure (esclusi i meloni) e più di 830 milioni di tonnellate di frutta (compresi i meloni).

Brio, fatturato a 62 milioni

Prosegue senza sosta la crescita di **BRIO, società di Campagnola di Zevio (Vr)** leader nella commercializzazione dei prodotti alimentari biologici.

Nonostante la crisi economica, nel 2015 l'azienda veronese, filiale del Gruppo Apo Conerpo per il biologico, ha collocato sul mercato quasi **340.000 quintali di prodotti**, registrando un incremento del 10,5% del **fatturato**, attestatosi sui **62 milioni di euro**. "Un risultato decisamente soddisfacente – dichiara il presidente, **Gianni Amidei** – che riflette il buon andamento generale del settore bio, i cui consumatori abituali hanno mostrato un aumento costante negli ultimi anni superando quota 3,2 milioni, e conferma la validità delle scelte effettuate dal nostro Gruppo. Per rafforzare ulteriormente la propria presenza all'interno del comparto, infatti, nel 2014 **BRIO ha realizzato un importante processo di aggregazione** con l'obiettivo di conquistare la leadership nella produzione e commercializzazione dell'ortofrutta coltivata con tecniche naturali e certificate".

"Il 90% del volume d'affari sviluppato dalla nostra società – afferma il direttore generale di BRIO, **Andrea Bertoldi** – proviene dalla vendita di ortofruttricoli".



IL PUNTO SULLA DIFESA DELLE PRIVATIVE SUI MATERIALI VEGETALI

Nuove varietà, passi avanti contro le illegalità

Giampiero Reggidori
Ufficio Produzioni Agricole Apo Conerpo

Da tempo si assiste alla moltiplicazione o alla coltivazione abusiva, da parte di chi non ne ha diritto, di piante (o parti di piante come le gemme) o materiali vegetali in genere (sementi) derivati dai brevetti o dalla gestione esclusiva in base alle norme esistenti.

Sia per le coltivazioni sementiere (grandi colture ed orticole) che per quelle arboree da frutto, si è sviluppato già da diverso tempo un percorso chiave nella diffusione e nella gestione (moltiplicazione, coltivazione e commercializzazione) delle nuove varietà, che segue due direttrici principali e fondamentali per il controllo delle quantità di prodotti immessi sul mercato e la loro valorizzazione:

1. Brevettare le nuove varietà per recuperare i costi della ricerca e proteggerle dalla diffusione incontrollata, quindi illegale.

2. Gestirne la diffusione (coltivazione e/o commercializzazione) in modo circoscritto a soggetti organizzati (passando per la moltiplicazione dei materiali vegetali tramite vivaisti scelti e in numero ridotto) di significativa rappresentanza a livello europeo, o anche mondiale, per tenere sotto controllo le superfici coltivate e i risultati quanti/qualitativi ottenuti.

Il primo percorso riguarda tutti i prodotti (non solo quelli agricoli) immessi a vario titolo sul mercato, con l'intento di salvaguardarne le moltiplicazioni illegali che non per-

metterebbero all'editore e al diffusore la difesa del marchio di valorizzazione e il rientro dei costi per la ricerca d'innovazione in tal senso.

Il secondo percorso (tipico anche per il settore dei prodotti agroalimentari) riguarda l'esigenza di:

- salvaguardare il livello qualitativo di cui il prodotto è portatore e che viene decantato, superiore o distinto dagli altri, che si dovrà poi mantenere sul mercato;
- circoscrivere le superfici coltivate e tenerle monitorate come localizza-

zione nelle regioni del mondo per non creare eccessi di produzione che vanno poi ad "intarsare" il mercato limitando il prezzo per i produttori o addirittura costringendo alla distruzione di parte del prodotto;

- rientrare di una quota parte dei costi della ricerca.

Non si tratta di "blindare" nel senso negativo del termine le possibilità di coltivazione/produzione per alzare gli introiti degli editori/diffusori delle varietà in questione, perché è comunque previsto che la royalty applicata alla semente/pianta sia comunque discussa a livello di "accettabilità" di mercato e non vada a rappresentare un aggra-

vio di costo per chi deve acquistare per coltivare e produrre.

L'innovazione varietale e/o di prodotto oggi percorre la strada della brevettazione delle nuove cultivar e della successiva gestione "in esclusiva" delle coltivazioni ed eventualmente del prodotto derivato (il riferimento sulle privative comunitarie è il Regolamento CE n. 2100/1994). Si tratta di un percorso quasi obbligato per poter garantire il valore aggiunto del prodotto agli agricoltori difendendoli da coloro che multi-



Pere della varietà Falstaff.

plicano (vivaisti) o coltivano (agricoltori) illegalmente le varietà protette e soggette a privativa. Non si tratta di meccanismi che vogliono vincolare o bloccare i produttori agricoli, ma di modelli gestionali ed organizzativi che permettono di redistribuire il margine reddituale in modo equo su tutti gli attori della filiera.

È necessario il massimo rispetto delle condizioni di gestione delle novità vegetali per i detentori (agricoltori compresi), altrimenti si crea differenza sleale fra chi paga legalmente le royalties e le piante della varietà protetta e chi invece le riproduce abusivamente direttamente nelle aziende agricole oppure le moltiplica abusivamente per rivenderle come vivaista.

In Italia il fenomeno è largamente diffuso e attraverso verifiche incrociate si è riusciti anche a capire quanto. Proprio per questo, fin dalle sue origini la società Pro Planta, nata al fine di difendere gli aventi diritti in materia e soprattutto gli agricoltori/vivaisti che operano con serietà, si è adoperata, e sta continuando anche oggi in questa direzione, affinché la legislazione (italiana, europea

ed internazionale) venga adeguata all'esigenza di maggior incisività, chiarezza e riduzione dei tempi decisionali nel caso di azioni legali. Molti passi avanti sono stati fatti, come quello di definire i tribunali italiani specializzati nel settore, ma tanti devono ancora essere compiuti per ottenere maggior trasparenza nella gestione dei materiali soggetti a privativa e quindi maggior rigidità nelle procedure di controllo e verifiche delle attività presunte illegali.

Un discorso a parte merita il regime sanzionatorio, che va adeguato al danno creato dalle illegalità. Di pari passo è necessario che gli enti pubblici o privati che a vario titolo operano in questo campo (Servizi Regionali, Consorzi di Difesa delle Coltivazioni Intensive, Assicurazioni, ecc...), rispondano ai titolari dei brevetti e/o delle privative che richiedono informazioni sulle varietà protette e a chi le possiede a diverso titolo (coltivatore, vivaista, commerciante).

L'alto costo delle piante, unito alle royalties, che qualcuno lamenta nel caso delle varietà soggette a privativa, non sarebbe considerato tale se tutti le moltiplicassero o le coltiva-

sero rispettando le regole. Negli ultimi anni sono state attivate importanti azioni legali e conclusi "accordi amichevoli" con gli agricoltori e i vivaisti che avevano adottato comportamenti "illegali". Come pure sono state operate azioni legali contro soggetti abusivi che hanno portato al risarcimento dei danni e alla condanna degli imputati per moltiplicazione/coltivazione abusiva di varietà soggette a privativa. Un esempio interessante arriva dalla Spagna, dalla Catalogna, dove nel settembre 2015 per il possesso a scopo di vendita di varietà di pesche e nettarine detenute illegalmente è stato punito un vivaista con 9 mesi di reclusione (pena massima 3 anni) e il rimborso di ingenti somme di denaro. Nel caso specifico il tribunale ha accolto come prova il fingerprinting (analisi del DNA).

Inoltre il tavolo ortofruccicolo della Catalogna e dell'Aragona sta lavorando ad un accordo fra parte pubblica (patrocinio) e parte privata (vivaisti e produttori organizzati) finalizzato al rispetto e alla tutela degli aventi diritto, in materia di moltiplicazione, coltivazione e messa in commercio di materiali vegetali protetti.

Il lavoro da fare nella direzione indicata è importante e oggi sono in corso rapporti con i principali breeders italiani ed internazionali per stringere accordi inerenti le modalità e le azioni atte alla difesa dei diritti in materia di protezione dei materiali vegetali. Anche all'interno delle istituzioni scientifiche pubbliche, dove si svolge molto del lavoro per l'innovazione varietale e molte sono le varietà licenziate, anche a fini di sviluppo e diffusione tramite brevetto e gestione in esclusiva, esiste poi il problema della protezione dalle moltiplicazioni e/o coltivazioni illegali. Però fino ad oggi, fatta salva qualche eccezione, il percorso della difesa delle privative è stato blando e disarticolato, con conseguenze che si possono immaginare. La recente firma dell'accordo fra mondo della produzione organizza-



Nuova varietà di albicocche.

ta (OP ortofrutta) e mondo dei vivaisti associati al CAV, denominato "accordo volontario per la produzione e commercializzazione di materiale vivaistico frutticolo di qualità superiore in grado di assicurare un elevato grado di successo nei primi anni dall'impianto", prevede implicitamente il rispetto delle norme in materia di tutela delle privative dei materiali vegetali, nei rapporti fra gli associati delle parti. È un accordo volontario che nel rispetto delle norme in materia vuole concretizzare il passaggio da un rapporto cliente/fornitore tradizionale (spesso conflittuale e poco rispettoso delle regole) a quello interattivo e collaborativo tipico di due fasi di una filiera unica, con ruoli e responsabilità diverse comunque consequenziali fra loro. Non si coltiva una buona pianta, con buoni frutti, se è "nata male" in vivaio e non si gratifica il lavoro del vivaista se non si è professionisti e profes-



Nuova varietà di nectarine.

sionali nel rapporto con lui, nelle campagne. È un binario che può, anzi deve, condurre all'eliminazione dei danni commerciali e morali

a soggetti come vivaisti e produttori agricoli, che già devono fare i conti con numerosi problemi in arrivo dall'esterno.

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

È LO STRUMENTO INFORMATICO ADATTO A TUTTE LE IMPRESE

Collaborazione in azienda con Microsoft Sharepoint

Carlo Millo
Gruppo Sistema

Nel numero di Ottobre 2015 di questo periodico abbiamo visto come il recente studio condotto dall'Osservatorio Business del Politecnico di Milano "Social Business Collaboration" ha registrato un aumento dei progetti di collaborazione nelle aziende italiane.

Microsoft Sharepoint è lo strumento che si sta diffondendo per le sue qualità di facilità ed economicità nei processi collaborativi.

All'interno delle imprese esistono processi basati sullo scambio di informazione tra colleghi, clienti, fornitori spesso gestiti in modo estemporaneo e poco efficiente perché non coperti dai software gestionali tradizionali. Si tratta di processi fortemente legati alle diverse organizzazioni che vengono spesso classificati come collaborazione aziendale.

Rientrano in questa categoria i portali di gestione documentale, quelli di comunicazione verso sedi remote e per la gestione di progetti e commesse; ma anche le più semplici procedure centralizzate di inserimento delle note spese e delle indennità di viaggio, di gestione del turnover del personale, di prenotazione delle risorse aziendali e di approvvigionamento sono da considerare come elementi dei processi di collaborazione in azienda.

Per supportare queste esigenze lo strumento informatico più utilizzato è Microsoft SharePoint, soluzione ottimale anche per aziende di piccola dimensione, indipendentemente dal loro comparto di attività. Microsoft SharePoint ha funzionalità semplici e potenti per la gestione delle diverse versioni dei documenti (versioning), ha un motore di ricerca efficiente, gestisce work flow e notifiche per modulare le applicazioni ai flussi organizzativi e alle necessità di riservatezza delle risorse informative. In tutte le applicazioni si ha un controllo completo su chi ha accessibilità alle informazioni e su chi ha effettivamente eseguito l'accesso.

Microsoft SharePoint inoltre si presta all'uso in mobilità con tablet e smartphone e ha modelli di interazione tipo social; nella versione Server 2013, è disponibile un nuovo modello di sito per la business intelligence, progettato per agevolare la gestione centralizzata di report e cruscotti aziendali.

La distribuzione di Microsoft Sharepoint è facile: si può scegliere tra la modalità di fornitura tradizionale, con l'installazione del software in locale sui server aziendali, e la

modalità cloud, un servizio online disponibile sui siti di Microsoft Office 365.

Nel primo caso, sfruttando la versione Foundation di Microsoft Sharepoint, inclusa nel sistema operativo IT Windows Server, si possono attivare i servizi Sharepoint senza costi di licenza.

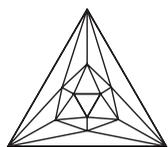
Il cloud invece trasforma l'investimento di software ed infrastruttura in un canone: si paga solo quello che si usa, per il tempo che serve; si possono aumentare o diminuire numero di licenze e risorse informatiche in base ad esigenze transitorie.

Il cloud presenta vantaggi interessanti: in azienda non è necessaria la presenza di infrastruttura perché un data center esterno si farà carico del corretto funzionamento delle applicazioni e della sicurezza dei dati con tecnologie sempre aggiornate.

Gruppo Sistema (www.grupposistema.it) mette a disposizione la sua esperienza per le aziende che vogliono restare in contatto con i colleghi, i clienti ed i fornitori, adottando modelli di lavoro collaborativo.

Gruppo Sistema è anche in grado di formare competenze interne alle imprese per realizzare applica-

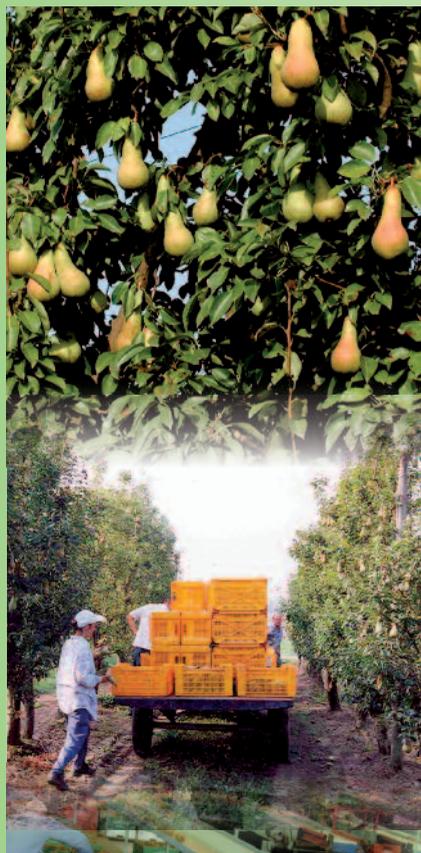
zioni Microsoft SharePoint, assicurando assistenza agli utenti e, quando necessario, l'integrazione con software gestionali.



Gruppo Sistema

Information, Technology & Communication

LEADER EUROPEO DELL'ORTOFRUTTA



Nata più di 40 anni fa con l'obiettivo di valorizzare la produzione di migliaia di aziende agricole, Apo Conerpo è la principale Organizzazione di produttori ortofrutticoli europea con 45 cooperative, 7.000 produttori delle regioni più vocate d'Italia, una produzione di 1.100.000 tonnellate e un fatturato di 685 milioni di euro.

Apo Conerpo offre alla propria clientela una gamma completa di ortofrutta di qualità, naturale e dalle ottime caratteristiche organolettiche. L'offerta di Apo Conerpo viene commercializzata allo stato fresco, ma anche indirizzata alla trasformazione per produzioni "firmate" da marchi storici come Valfrutta, Yoga, Derby, Jolly Colombani e Cirio.

L'attività di Apo Conerpo si sviluppa lungo l'intera filiera, ma nasce in campagna, dove i tecnici forniscono precise indicazioni su scelte varietali, programmi di coltivazione e disciplinari di produzione, tenendo conto della vocazionalità da un lato e dell'evoluzione del mercato dall'altro. A livello commerciale, Apo Conerpo si avvale del supporto di cinque società (Alegra, Naturitalia, Valfrutta Fresco, Opera per le pere e Brio per il biologico) in grado di garantire risposte rapide e flessibili alle richieste del consumatore.

La mission di Apo Conerpo si traduce in un impegno costante di valorizzazione del prodotto dei soci, ispirandosi ai principi di mutualità e agli ideali che contraddistinguono da sempre la cooperazione.





BPER:

Banca

I NOSTRI PRODOTTI PER LE AZIENDE AGRICOLE

Soluzioni per coltivare i tuoi progetti.

Vogliamo essere ancora più attenti al territorio. Per questo abbiamo pensato a un pacchetto di prodotti e servizi che affiancano l'imprenditore agricolo nella propria attività. Ti proponiamo soluzioni finanziarie sia per l'attività ordinaria che straordinaria.

Ti aspettiamo in filiale per trovare insieme la migliore soluzione per te.

www.bper.it
800 20 50 40



Vicina. Oltre le attese.

