

# ORTOERUTTA NOTIZIE

Marzo 2019



**F.I.N.A.F. RAFFORZA LA VOCAZIONE  
GREEN E PUNTA SULL'AMBIENTE**



**CIRIO, IL POMODORO ITALIANO  
TORNA IN COMUNICAZIONE**



**RETI ANTIGRANDINE COLORATE  
SU IMPIANTI DI MELE FUJI**

## Sommarario

- 4 Verso un'agricoltura in armonia con l'ambiente  
MONICA GUIZZARDI
- 5 F.In.A.F. rafforza la vocazione green e punta sull'ambiente  
LISA MARTINI
- 6 Naturitalia, nuovo spazio espositivo a Fruit Logistica  
AUGUSTO RENELLA
- 7 Le innovazioni di Alegra in mostra a Berlino  
MARIO PARISI
- 8 L'agricoltura smart garanzia per il futuro  
UFFICIO STAMPA CDO AGROALIMENTARE
- 9 Cirio, il pomodoro italiano torna in comunicazione  
UFFICIO STAMPA CONSERVE ITALIA
- 10 I grandi consumatori trainano il mercato dello sfuso  
MARIO PARISI
- 11 Reti antigrandine colorate su impianti di mele Fuji  
MASSIMO BASAGLIA
- 14 Agroalimentare, una suite per la digitalizzazione  
UFFICIO STAMPA GRUPPO SISTEMA

*Grazie all'accordo siglato con Edagricole, i soci di Apo Conerpo possono sottoscrivere un abbonamento on line al settimanale Terra e Vita a condizioni economiche particolarmente favorevoli, con un prezzo scontato del 30%.*

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

## Obiettivo, aumentare la competitività delle imprese Aggregazione e semplificazione per competere sul mercato globale

**Davide Vernocchi**  
Presidente Apo Conerpo



**D**a poche settimane si è conclusa una delle fiere mondiali più importanti per l'ortofrutta, Fruit Logistica. In questa occasione, i produttori di circa 100 paesi si presentano al mercato europeo, sicuramente uno dei più importanti, con la convinzione che il proprio prodotto sia il più bello, il più buono e il più competitivo. Solo visitando questa rassegna si comprende cosa sia la GLOBALIZZAZIONE e quanto essa possa rappresentare un'opportunità ma anche un pericolo per le nostre imprese. L'Italia era presente con oltre 500 espositori, la Spagna con più di 300. Nonostante i numeri italiani confortanti, che farebbero intuire una decisa leadership e una posizione di competitività sull'esportazione nel mercato globale, se analizziamo i dati economici l'export di ortofrutta del paese iberico è più del doppio di quello italiano superando i 10 miliardi di Euro.

Alla luce di questi dati, bisogna chiedersi se la crescita esponenziale dell'export spagnolo sia imputabile solo al sistema paese che vede gli agricoltori avvantaggiati sui costi di produzione o anche ad una maggiore capacità aggregativa. In questi anni abbiamo assistito ad una importate accelerazione dei processi di aggregazione dei principali gruppi di acquisto europei al punto che in alcuni paesi la GD controlla quasi il 90% dell'offerta con non più di 6/7 gruppi.

Compattare la produzione, ridurre la concorrenza interna, concentrare l'offerta diventano la via obbligata se vogliamo affrontare e vincere la sfida della globalizzazione. La crescita dimensionale di una impresa non dipende dalla politica. I produttori sono i protagonisti. Purtroppo, logiche personali o di "campanile" spesso prevalgono sulla necessità, sempre più impellente, di difendere il prezzo delle produzioni ortofrutticole.

La politica può condizionare certi processi, ma non risolverli. Diventa quanto mai importante fare squadra tra imprese e pubblico in una logica di SISTEMA dove ciascuno deve fare la propria parte.

Se di fronte a fenomeni come l'embargo russo il mondo agricolo non può che subire le scelte dei grandi della politica, su altre problematiche come burocrazia, logistica, barriere fito, controlli sulla merce d'importazione, promozione dei consumi si potrebbe fare molto.

Sburocratizzazione e semplificazione si trovano da anni in tutte le agende elettorali. La logica del nostro paese provoca una perdita di valore di circa 15/20 punti percentuali. Le barriere fito stanno limitando enormemente la capacità di esportazione delle aziende più efficienti. L'apertura dell'ultimo mercato risale ormai a 6 anni fa con gli Stati Uniti per mele e pere poi sono stati istituiti tanti tavoli di concertazione che non hanno portato a nulla. Altri paesi come la Polonia, la Francia o la Spagna, pur facendo parte della UE e avendo a che fare con le stesse barriere, sono riusciti ad aprire importanti mercati come Cina, Vietnam e altri.

I controlli sulla merce d'importazione per difendere l'origine e il principio della reciprocità spesso presentano grandi lacune, soprattutto a livello UE, al punto che costituiscono la principale causa dell'ingresso di parassiti "alieni".

Ci sono però anche alcuni aspetti positivi. In questi anni, nel nostro paese sono sorte importanti aggregazioni di produttori di mele o di pere. L'Italia è stata uno dei primi paesi ad impegnarsi alla costituzione di un catasto specifico di settore oltre ad essere uno dei principali protagonisti nella difesa dell'OCM. In molti casi stiamo quindi percorrendo la strada giusta per essere all'altezza dei mercati mondiali e dobbiamo perseguirla con maggiore forza. Un ulteriore elemento fondamentale per il futuro delle nostre aziende sarà l'ormai prossima discussione della nuova politica comunitaria: dobbiamo augurarci che prevalgano scelte coraggiose, capaci di premiare reali percorsi aggregativi e non rendite di posizione come abbiamo visto in passato. Le altre misure potranno essere di aiuto, ma non faranno la differenza rispetto all'esigenza di competitività delle nostre imprese per competere sul grande mercato mondiale.

A QUESTO SCOPO, PRIORITARIE INNOVAZIONE E FORMAZIONE

# Verso un'agricoltura in armonia con l'ambiente

**Monica Guizzardi**  
*Responsabile Ufficio Tecnico Apo Conerpo*

Monitoraggio, pratiche agricole e regolamentazione dell'uso dei fitofarmaci al centro di un convegno organizzato da Legambiente.

In occasione del convegno "Pesticidi nell'ambiente" organizzato a Bologna da Legambiente Emilia Romagna, è stato presentato il dossier "Pesticidi in Emilia Romagna 2019", una pubblicazione che annualmente elabora le analisi dei residui nelle acque effettuate da ARPAE per conto della Regione. L'indagine ha evidenziato che lo scorso anno in Emilia Romagna si è registrato un miglioramento (rispetto al 2016) dei parametri ed una crescita continua delle superfici destinate ad agricoltura biologica. La regione, con 8 kg/ettaro di fitofarmaci acquistati, rimane comunque molto al di sopra della media nazionale. Tra i numerosi interventi, si segnalano **Marco Deserti della Regione Emilia Romagna**, che ha delineato un quadro generale sullo stato di salute delle acque superficiali e sotterranee della

regione, ed il Prof. **Pierluigi Viaroli dell'Università di Parma**, che ha analizzato l'attuale situazione idrica alla luce degli interventi effettuati negli ultimi 50 anni dall'uomo sul territorio (bonifiche, prelievo di inerti, cementificazione, realizzazione di grandi infrastrutture - come le reti autostradale e ferroviaria -, dighe nell'arco alpino e regolazione dei grandi laghi ma anche spopolamento delle aree rurali e/o montane). Il Prof. **Giovanni Dinnelli dell'Università di Bologna** ha parlato delle possibili strategie per la riduzione della chimica in agricoltura, ponendo l'accento su innovazione tecnologica ed agroecologia. **Raffaella Canepel dell'Agenzia Provinciale per la protezione dell'ambiente di Trento** ha portato la propria esperienza in termini di monitoraggio dei corsi d'acqua, formazione degli addetti e messa a punto di strumenti operativi (dispositivi caricabotte e stazioni di lavaggio delle botti collettive) per ridurre l'inquinamento puntiforme dei fitofarmaci, ossia quello provocato dalle operazioni di riempimento e lavaggio dei serbatoi degli atomizzatori.

**Stefano Boncompagni, del Servizio Fitosanitario Regionale**, ha illustrato l'attività del suo ufficio nella predisposizione dei disciplinari di Produzione Integrata, ed in particolare i criteri adottati per selezionare i principi attivi da inserire, privilegiando



quelli caratterizzati da un profilo tossicologico più favorevole e quelli che non mostrano una elevata frequenza di ritrovamento nelle acque. **Davide Vernocchi, in rappresentanza di Apo Conerpo**, ha portato la propria testimonianza in merito alle misure messe in atto da una grande Associazione di Produttori in tema di sostenibilità. Apo Conerpo può contare su un nutrito apparato tecnico in grado di trasferire conoscenze ed opportunità alla base sociale e ciò è di fondamentale importanza per sviluppare e portare avanti progetti di riduzione delle emissioni di gas clima alteranti. Il tema della sostenibilità ambientale, economica e sociale è, secondo Vernocchi, basilare, perché solo una tecnica agronomica rispettosa dell'ambiente, dell'uomo e del lavoro può consentire di sostenere le nostre produzioni senza gravare sull'ambiente in cui tutti noi viviamo, sulla dignità e sulla remunerazione degli addetti. **L'Assessore all'Agricoltura Simona Caselli** ha sottolineato che l'obiettivo prioritario della Regione è accompagnare il settore verso un'agricoltura in armonia con l'ambiente e per questo la prossima programmazione vedrà prioritari l'innovazione e la formazione.



# F.In.A.F. rafforza la vocazione green e punta sull'ambiente

Lisa Martini  
Ufficio OCM e Progettazione F.In.A.F.

In sensibile aumento le azioni riguardanti questo tema, che hanno assorbito circa 13,5 milioni di euro (+9% sul 2017 e +20% rispetto al 2016).

**S**i è chiusa, con la presentazione alla Regione Emilia Romagna, il 15 febbraio, la prima annualità del Programma Operativo 2018-2022 di F.In.A.F, la più grande Aop europea. Come nelle precedenti programmazioni, tra le iniziative più significative, in particolare per il settore frutticolo, la riconversione varietale che ha interessato una superficie di circa 600 ettari per un importo di oltre 7 milioni di euro, soprattutto per le specie pero, albicocco e susino.

Nell'annualità 2018 è inoltre proseguito l'impegno della Aop verso il miglioramento qualitativo delle produzioni avviate al consumo con investimenti, in acquisto e in leasing, di nuove tecnologie per la lavorazione dei prodotti destinati al mercato del fresco e alla trasformazione per 9.491.028 euro. Un'altra azione di rilievo è rappresentata dagli investimenti in logistica, sia per la movimentazione interna (bins e casse plastica), sia per i carrelli elevatori, che ha impegnato più di 2 milioni di euro.

Come ogni anno, poi, i Regolamenti Comunitari hanno consentito di investire risorse anche nella prevenzione e gestione delle crisi e quindi sono state ritirate dal mercato 5.706.871 tonnellate

di prodotti, destinati alla distribuzione gratuita e alla distillazione, per un importo di 2.471.308 euro.

Strategiche infine, sempre nella prevenzione delle crisi, le attività promozionali dei marchi delle Op e delle filiali che hanno visto le Organizzazioni di Produttori impegnate per 3,6 milioni di euro.

Sono però le azioni ambientali che

elevato livello di protezione ambientale, F.In.A.F. ha inserito 147 tecnici nell'ambito del programma operativo per oltre 4,2 milioni di euro.

È stata inoltre attivata la pratica della confusione sessuale, che ha interessato circa 4.600 ettari per un valore superiore agli 800 mila euro, nonché l'applicazione di prodotti per lotta biologica su circa 2.300 ettari per un

importo vicino ai 250 mila euro. Sempre nell'ambito delle azioni ambientali sono state realizzate 5.244 analisi su residui di fitofarmaci, acque e suolo per un valore di oltre 460 mila euro; si segnala infine l'iniziativa, anch'essa in aumento, sul trasporto combinato, che nel 2018 ha sfiorato i 2 milioni di euro.

Già dalla prima annualità le azioni ambientali inserite dalla Aop coprono il 21% dell'intero Fondo di esercizio, una percentuale che supera di oltre il 100% il livello indicato dalla strategia nazionale nell'intera programmazione.

Il trend mostra inoltre una crescita rispetto alla programmazione precedente, evidenziando una visione di sviluppo futuro strettamente correlata alle esigenze di salvaguardia dell'ambiente.

Il perseguimento della sostenibilità economica e della redditività delle aziende agricole, anche tramite il Programma Operativo, non può dunque prescindere dalla costante ricerca e applicazione di pratiche agronomiche sostenibili, in grado di assicurare competitività e valore alla attività agricola anche nei confronti dei paesi terzi.



hanno registrato una crescita significativa rispetto al periodo precedente. Le 17 Op aderenti a F.In.A.F. hanno infatti realizzato interventi di natura ambientale per circa 13,5 milioni di euro, con un incremento del 9% rispetto al 2017 e di oltre il 20% rispetto al 2016. Tra le iniziative attivate l'applicazione dei disciplinari di Produzione Integrata su circa 16.500 ettari per un importo di oltre 3,7 milioni di euro, quasi il doppio rispetto alla annualità precedente.

Per quanto riguarda l'assistenza tecnica per migliorare o mantenere un

CON MATERIALI NATURALI E COMUNICAZIONE DI FORTE IMPATTO

# Naturitalia, nuovo spazio espositivo a Fruit Logistica

Augusto Renella  
Marketing R&D Manager Naturitalia

La business unit del gruppo Apo Conerpo ha presentato alla rassegna berlinese un ampio assortimento di prodotti ed i nuovi progetti per il 2019.

Con oltre 3.200 espositori e più di 78.000 visitatori, provenienti da 135 Paesi, la manifestazione berlinese si conferma l'appuntamento più importante del settore ortofrutticolo sia per la quantità che per la rappresentatività dei partecipanti. Naturitalia si è presentata ai visitatori della manifestazione con un nuovo stand, realizzato con materiali naturali come il legno e caratterizzato da una comunicazione di forte impatto, che ha ospitato un'ampia offerta di prodotti ortofrutticoli. L'utilizzo del legno ha conferito allo spazio un'impronta decisamente naturale, in linea con l'identità di produttori di ortofrutta associati in cooperative.

L'esposizione, particolarmente importante per assortimento e dimensione, ha dato ampio risalto alle eccellenze ortofrutticole ottenute dagli agricoltori di Naturitalia associati nelle diverse zone d'Italia.

Lo stand presentava inoltre uno schermo di grandi dimensioni, a parete, in grado di garantire grande visibilità alla filiera, ai prodotti ed ai servizi di Naturitalia. La fiera è stata anche l'occasione per presentare al mercato le attività della so-



cietà commerciale di Apo Conerpo previste per il 2019; nei prossimi mesi Naturitalia dedicherà particolare attenzione allo sviluppo del comparto della frutta estiva proponendo un calendario particolarmente completo per le drupacee e l'uva da tavola. Su queste due filiere

si stanno concentrando le attività di sviluppo e innovazione varietale del sistema con l'obiettivo di offrire ai clienti prodotti in linea con le aspettative dei consumatori in Italia ed all'estero.

Per lo sviluppo e la valorizzazione delle drupacee e dell'uva da tavola sono previste attività di marketing off line ed on line.

Grazie alle cooperative associate, Naturitalia è in grado di offrire al mercato un calendario completo di Pesche, Nettarine, Albicocche e Susine provenienti dalle aree agricole più vocate d'Italia, da Nord a Sud. Naturitalia si propone di sviluppare ulteriormente il comparto delle uve da tavola attraverso un importante progetto di qualificazione e ricerca da parte della società e delle cooperative associate.

Le produzioni di uva con seme e senza seme offerte attualmente provengono prevalentemente dalla Puglia. La crescente domanda di uva senza semi nei mercati internazionali orienta

l'attività delle cooperative di Naturitalia verso la produzione di varietà apirene dalle elevate caratteristiche organolettiche. La business unit del Gruppo Apo Conerpo considera il rinnovamento varietale delle produzioni ortofrutticole uno strumento importante per migliorare il reddito degli agricoltori e proporre varietà in linea con l'evoluzione della domanda dei consumatori e del mercato.



PRODOTTI DI PRIMA E QUARTA GAMMA DI ALTA QUALITÀ

# Le innovazioni di Alegra in mostra a Berlino

Mario Parisi  
Centro Stampa

Il Gruppo leader nell'ortofrutta fresca ha partecipato alla rassegna Fruit Logistica con nuovi prodotti e originali packaging green. Azienda da sempre marketing oriented, si concentra sulla diversificazione dell'offerta.

**A**nche quest'anno, per la terza volta consecutiva, il Gruppo Alegra ha partecipato con le sue società collegate Valfrutta Fresco e BRIO alla rassegna Fruit Logistica, svoltasi a Berlino dal 6 all'8 Febbraio. "La principale fiera mondiale dedicata alla filiera ortofrutticola si è confermata un appuntamento fondamentale per gli operatori del settore – sottolinea il direttore del Gruppo Alegra, Mauro Laghi – e un'occasione estremamente importante per incontrare la clientela internazionale e fare il punto sulla campagna autunno-invernale con particolare riguardo all'andamento delle mele e del kiwi".

Teatro di questi appuntamenti l'ampia area espositiva di Alegra, business unit di Apo Conerpo, collocata all'interno di Spazio Italy. Studiata per offrire la giusta visibilità a tutte le divisioni del Gruppo, lo stand Alegra si è presentato rinnovato, con una grafica moderna ed accattivante, incentrata sul frutto protagonista assoluto del mercato in questo momento, ovvero il kiwi. "Un prodotto – afferma Laghi – per il quale siamo in grado di proporre alla clientela un'offerta costante ed uniforme con elevati standard qualitativi. Negli ultimi anni, infatti, oltre a sviluppare un'importante

capacità produttiva per poter soddisfare un'ampia domanda, ci siamo concentrati sulla diversificazione dell'offerta introducendo sul mercato il kiwi giallo e in seguito quello rosso".

Completa la gamma il kiwi a marchio Valfrutta, segmento premium del Gruppo Alegra, presente a Berlino con le nuove confezioni biodegradabili e compostabili.

"Oltre a questo nuovo packaging – dichiara il direttore Stefano Soli – Valfrutta Fresco ha proposto a Fruit Logistica anche alcune innovazioni nell'offerta dei prodotti di prima e quarta gamma. Tra questi ultimi, le verdure pronte da cuocere e da gustare, l'ampia scelta di insalate con le ciotole arricchite ad alto contenuto di servizio. Al loro interno una base vegetale mista, un arricchitore e il kit dressing (olio extravergine di oliva, aceto balsamico, sale, forchetta e toagliolo) per consumare l'insalata comodamente fuori casa".

"La rassegna berlinese – prosegue Soli – ha tenuto a battesimo anche la linea 'Le Specialità' ideata da Valfrutta per



offrire le migliori varietà di frutta e verdura ai consumatori che desiderano nuove esperienze sensoriali con prodotti esclusivi. Lo stand Alegra proponeva promettenti varietà di pomodori, ma entro breve tempo questa linea si arricchirà di interessanti innovazioni che debutteranno nella prossima stagione primaverile-estiva".

Tra i prodotti di punta dell'ampia gamma del Gruppo non poteva poi mancare *Cornelio*<sup>®</sup>, il peperone 100% italiano ad alta digeribilità con buccia sottile, polpa soda e croccante distribuito da Valfrutta Fresco. Coltivato tutto l'anno in coltura protetta nei migliori areali della Sicilia, ha frutti di colore giallo e rosso brillante dalla caratteristica forma allungata e sta registrando un crescente interesse tra i consumatori, sia sul mercato italiano che all'estero.

"A Fruit Logistica – concludono Laghi e Soli – abbiamo presentato infine le caratteristiche ed i primati dei nostri prodotti ortofrutticoli biologici sviluppati dalla società collegata BRIO in collaborazione con Alce Nero, da trent'anni espressione dell'agricoltura bio. Una gamma ampia e qualificata, che negli ultimi tempi si è arricchita di nuove, originali, produzioni nonché di packaging moderni e innovativi".



CONSENTE DI ADATTARSI ALLE ESIGENZE DEL MERCATO E CREARE VALORE

# L'agricoltura smart garanzia per il futuro

Ufficio Stampa Cdo Agroalimentare

Quattrocento operatori del settore per un'occasione di dialogo, approfondimento e cultura innovatrice con i protagonisti dell'agroalimentare italiano.

**A**gricoltura smart e creazione di valore sono i due focus del 16° Forum Cdo Agroalimentare svoltosi a Milano Marittima (Ra). I lavori sono stati aperti da **Camillo Gardini, presidente Cdo Agroalimentare**, che ha ricordato: "Sedici

anni fa eravamo partiti con un gruppo di 80 persone. Oggi siamo arrivati a 400. Eravamo partiti con la necessità di conoscenza e il secondo filo conduttore era la speranza. Conoscenza e speranza sono le due parole chiave per affrontare l'agricoltura smart e la creazione di valore". "Speranza e conoscenza sono fondamentali - ha ricordato **Simona Casel-**



**li, assessore regionale all'Agricoltura** - e per il futuro dobbiamo continuare a puntare su quattro punti chiave: programmazione, filiere, innovazione ed internazionalizzazione".

A guidare i lavori del Forum, **Angelo Frascarelli, professore di Economia e Politica Agraria all'Università di Perugia**, che ha lanciato il tema dell'agricoltura smart: "Si pensa sia solo tecnologia, ma non è così. È necessità di adattarsi alle esigenze del mercato, offrire nuovi prodotti sicuri e di qualità, a prezzi accessibili, provenienti dalla filiera integrata. Tra i vantaggi dell'agricoltura smart, la maggiore produzione, una qualità più elevata, una corretta gestione dell'acqua e la diminuzione dei costi di produzione, fino alla generale riduzione dell'impatto sull'ambiente". Il forum si è sviluppato con varie sessioni, dedicate ad **agricoltura smart, tecnologie innovative, creazione del valore, vertical coordination** con la partecipazione di qualificati imprenditori, studiosi e accademici.

A chiudere i lavori **Paolo De Castro, vicepresidente della Commissione Agricoltura al Parlamento Europeo**, che ha parlato di innovazione genetica e pratiche commerciali sleali.

## Fruit Logistica, vetrina mondiale dell'ortofrutta

**C**on un incremento del numero di visitatori ed espositori, maggiori innovazioni e una crescente internazionalizzazione, Fruit Logistica 2019 sottolinea il ruolo di piattaforma business leader a livello globale nel settore del commercio frutticolo. Dal 6 all'8 febbraio oltre 78.000 operatori di settore provenienti da 135 paesi hanno incontrato i 3.200 espositori di 90 Stati che hanno presentato un panorama completo del comparto ortofrutticolo.

Particolarmente interessante la fotografia del settore presentata in occasione della rassegna e delineata nell'**European Statistics Handbook 2019**, edito da Fruit Logistica. Secondo i dati del rapporto, nel 2018 in Europa sono stati prodotti 47 milioni di tonnellate di frutta e 56 milioni di tonnellate di verdura (103 milioni di tonnellate in totale), il 42% delle quali nei due più importanti Paesi produttori del continente, Italia e Spagna. Dopo la Germania (8,5 milioni di tonnellate), il Regno Unito, al centro della Brexit, è il primo importatore europeo con 6,5 milioni di tonnellate. Il saldo della bilancia commerciale inerente gli scambi con i Paesi terzi resta in rosso, con 47 milioni di tonnellate importate e 37 milioni esportate, con un delta commerciale negativo di oltre 12 miliardi di euro.



CON LA CAMPAGNA "NON SI PUÒ FARE A MENO DI CIRIO"

# Cirio, il pomodoro italiano torna in comunicazione

Ufficio Stampa Conserve Italia

Nel frattempo tra gli scaffali arrivano le nuove Salse Pronte da Pelato di Puglia, un allargamento della linea *Le Selezioni* realizzato con i migliori pomodori pelati 'lunghi' 100% pugliesi.

**G**uarda al futuro ricordando la propria storia ultracentenaria, la nuova campagna pubblicitaria di Cirio, il brand premium del pomodoro di Conserve Italia.

"Non si può fare a meno di Cirio" è il titolo scelto per lo spot che – dopo l'esordio del 9 febbraio – sarà trasmesso sino alla fine di marzo su tv, radio e web e rilanciato anche con uscite sulla stampa nazionale.

## UNA FILIERA CON 14.000 AGRICOLTORI

"Siamo contenti di essere tornati in comunicazione con uno dei nostri marchi di punta, sinonimo del pomodoro 100% italiano – ha dichiarato il direttore generale di Conserve Italia **Pier Paolo Rosetti** – un brand che può contare su una filiera composta da 14.000 agricoltori e che i consumatori continuano a percepire e preferire".

Come spiega **Federico Cappi**, direttore marketing retail di Conserve Italia, "la rassicurante storicità di Cirio è un unicum, un tratto distintivo e punto di forza indiscutibile. È proprio perché veniamo da lontano che ci permettiamo di dire che senza la qualità dei nostri pomodori la tradizione gastronomica italiana sarebbe diversa. Par-

liamo di uno dei marchi alimentari più longevi e più noti al mondo, dalla storia così lunga – è nato nel 1856 – che può essere considerato parte integrante della tradizione del nostro paese".

Se è vero dunque che Cirio ha "creato" il mondo del pomodoro e ne ha tutelato la qualità negli anni, e che ancora oggi, a distanza di oltre 160 anni, è in grado di trasferire e portare con sé i valori autentici della italianità e dello stare a tavola, ecco allora che l'obiettivo della nuova campagna (curata dall'agenzia Aldo Biasi Comunicazione) non è altro che ribadire e riaffermare i valori di assoluta qualità di un prodotto che da sempre è presente nell'immaginario e nella vita quotidiana degli italiani. Una qualità che anche quest'anno, per la quarta volta consecutiva, è stata riconosciuta dal premio Quality Award



per passate, polpe e pelati, un attestato di gradimento che arriva direttamente dai consumatori.

Nel frattempo, non mancano le novità di prodotto che i consumatori possono trovare sugli scaffali della Distribuzione. L'ultima è rappresentata dalle *Salse Pronte da Pelato di Puglia Cirio*, un allargamento della linea *Le Selezioni* realizzato con i migliori pomodori pelati 'lunghi' 100% pugliesi, raccolti al giusto grado di maturazione e presenti in tre ricette: *Classica*, *Goji e Menta*, *Maggiorana e Pepe Rosa*.

A un anno e mezzo dal loro lancio sul mercato, continua poi la crescita dei *Sughi Rustici Cirio* (sei ricette realizzate con pomodori 100% italiani e pensate per esaltare la cucina tradizionale), in particolare del *Ragù Rustico* e del *Basilico dell'Orto* che stanno registrando buone performance.

A sostenere questa linea, oltre alla qualità dei prodotti preparati nello stabilimento di Ravarino (Mo), c'è sicuramente l'immagine molto rustica e legata alla tradizione casalinga, a partire dal vasetto personalizzato.



NELLA GDO RIGUARDA IL 70,8% DEI LORO ACQUISTI DI ORTOFRUTTA

# I grandi consumatori trainano il mercato dello sfuso

Mario Parisi  
Centro Stampa

Una ricerca condotta da Nielsen fa emergere i driver dell'acquisto di prodotti sfusi o confezionati nel comparto frutta e verdura.

**I**l 70,8% degli acquisti degli alto-acquirenti di frutta e verdura fresca è riconducibile a ortofrutta sfusa. Infatti, i responsabili del recente e lieve calo del comparto ortofrutticolo non confezionato (-5,5% 2018 vs. 2017) sono i 12 milioni di basso-acquirenti, che acquistano meno prodotti vegetali indipendentemente dal

fatto che si tratti di prodotti confezionati o sfusi. I basso-acquirenti, diversamente, solo nel 39,9% dei casi acquistano frutta non confezionata.

È quanto emerge dalla nuova ricerca Nielsen sul comparto ortofrutticolo, presentata a Bologna in occasione della rassegna MARCA, che indaga le motivazioni e i comportamenti d'acquisto dei consumatori nei confronti dei prodotti sfusi rispetto a quelli preconfezionati (ortofrutta a peso variabile rispetto a



quella a peso imposto). I numeri del comparto alimentare nel corso del 2018 sono stabili rispetto al 2017, facendo registrare una variazione del +0,4% anno su anno a Totale Italia (Iper+Super+Liberi Servizi+Discount). A fronte dell'andamento del comparto fresco e nello specifico dell'ortofrutta, il cui giro d'affari equivale a più di 10 miliardi di euro (-0,7%, fonte: Nielsen Trade\*MIS, totale negozio, 2018 vs. 2017), Nielsen ha indagato le abitudini di acquisto degli italiani, che oggi sono circa 24,2 milioni di famiglie, stabili rispetto all'anno scorso, in fatto di frutta e verdura. La spesa media annua per l'ortofrutta nella GDO per nucleo familiare si aggira intorno ai 315 euro, ripartita in circa 60 atti d'acquisto nei 365 giorni.

Gli alto-acquirenti di ortofrutta fresca, ovvero i consumatori che acquistano quantità sopra la media di prodotti nel comparto, sono famiglie medio grandi, formate da adulti e vivono soprattutto al Nord e nel Centro Italia. Al contrario, i basso-acquirenti sono sovrallocati al Sud e sono soprattutto famiglie più giovani o composte da single.

## Bilancio positivo per Marca 2019

**B**ilancio positivo per la 15<sup>a</sup> edizione di MarcabyBolognaFiere che si è conclusa con la presenza di **oltre 10.100 operatori professionali (+6% rispetto al 2018)** e un **incremento del 17% per gli operatori esteri** con delegazioni di buyer internazionali provenienti da 14 Paesi, a conferma dell'interesse verso i prodotti made in Italy. Ben 750 le aziende presenti su una superficie espositiva di 38.000 metri quadrati.

I convegni e gli studi presentati nei due giorni della rassegna hanno illustrato scenari e confrontato tendenze, riconfermando la manifestazione come luogo in cui si traccia il futuro della MDD. Nel corso della fiera bolognese, è stato ricordato che i prodotti a Marca del Distributore sono ormai prossimi al 20% del mercato, sviluppano un giro d'affari di circa 10,3 miliardi di euro, che si prevede raggiungerà gli 11 miliardi entro il 2020, e sono trainanti per l'industria alimentare italiana. È un segmento di mercato in grande sviluppo, pesa ormai per 1 acquisto su 5 nella distribuzione moderna, fidelizza i consumatori, cresce in assortimento, linee e referenze e rappresenta la vera novità, rispet-



to ai prodotti di marca industriale, in un panorama di consumi di beni, alimentari e non, a crescita zero.

MarcabyBolognaFiere si consolida quindi ulteriormente come appuntamento di networking per la filiera e come momento sempre più strategico per chiunque operi nel settore.

I RISULTATI DI ESPERIENZE PLURIENNALI CONDOTTE NEL FERRARESE

# Reti antigrandine colorate su impianti di mele Fuji

Massimo Basaglia  
Ufficio Tecnico Apo Conerpo

In termini pratici, per l'applicazione in impianti frutticoli, le reti gialle e le reti rosse permettono di gestire meglio la crescita della pianta.

Alla fine del secolo scorso in Emilia Romagna si sono diffuse le protezioni di impianti di pomacee con reti antigrandine, a causa del sensibile aumento di grandinate e fortunali. Inizialmente, si utilizzavano reti nere, additivate con carbon black, in quanto robuste, resistenti alle sollecitazioni e durature nel tempo. Sotto queste reti, però, le piante presentavano una fioritura inferiore, un ritardo di maturazione e una minor colorazione dei frutti rispetto agli impianti non coperti, oltre a maggiori problemi nel controllo delle malattie fungine per la maggiore umidità. Successivamente, sono arrivate sul mercato reti bianche, grigie e nell'ultimo decennio di altri colori. Le reti bianche si sono subito mostrate interessanti in quanto sembravano non interferire sulla maturazione delle gemme e dei frutti, però dopo 5 - 6 anni iniziavano a mostrare un cedimento strutturale, rompendosi dove si appoggiano sui fili della struttura portante. La rete grigia (ordito

bianco, trama nera) sembrava essere una mediazione interessante. Nel frattempo si stavano diffondendo reti verdi, in particolare sui pereti, e sono apparse le prime reti rosse.

Nel 2006, l'ufficio tecnico di Apo Conerpo in collaborazione con la cooperativa Patfrut e Melapiù ha messo a confronto in un nuovo impianto di mele Fuji (cv Kiku 8) dell'azienda Mazzoccola di Gradizza (Copparo - FE) le reti dei seguenti colori: nera / bianca / grigia / verde (ordito bianco, trama verde) / rossa (ordito bianco, trama rossa) della ditta Agrinova.



Lo scopo principale della prova era ottenere mele Fuji con una buona parte della buccia di colore rosso brillante, caratteristica apprezzata dal mercato e pertanto attentamente valutata nel monitoraggio della produzione insieme al vigore delle piante con la misurazione della lunghezza dei germogli. Iniziati a giugno 2006, quando sono

state installate le reti, i rilievi si sono conclusi nel 2009. Già pochi mesi dopo l'installazione si è evidenziata una risposta diversa delle piante in funzione della luce filtrata dalle reti. Queste caratteristiche sono state confermate per tutti gli anni in cui le reti sono state presenti. Le piante sono risultate molto meno vigorose con rete rossa, poi hanno mostrato un vigore intermedio con rete bianca e grigia fino ad avere il massimo dello sviluppo vegetativo sotto le reti nere ed in particolare le verdi dove i getti hanno forato le reti

e chiuso il passaggio tra i filari.

La colorazione dei frutti è stata inversamente proporzionale alla vigoria della pianta. Sotto le reti rosse i frutti presentavano già prima della raccolta una buccia con un rosso più intenso e diffuso, ma, nelle annate più calde vi era una maggior incidenza di frutti 'scottati'. I

frutti sotto le reti verdi e nere erano molto meno colorati e mantenevano la base di colore verde anche con raccolte ritardate e non si trovavano frutti scottati. Situazione intermedia poi per la colorazione dei frutti sotto la rete bianca, con risultati molto vicini alla rossa, e sotto la rete grigia. Già dopo due anni la rete rossa perse il colore diventando bianca. A fine

2009 si decise di terminare il confronto, in quanto i dati si retenevano stabili. Nel 2010 l'azienda sostituì tutte le reti, uniformando la copertura con una rete grigia. Nel giro di un paio d'anni riuscì a livellare la vigoria di tutte le tesi ed uniformare l'impianto. Nel 2010 si decise di proseguire il confronto in un nuovo campo adiacente di mele Fuji Fubrax confermando la rete grigia di Agrinova e ripetendo la rete rossa confidando nelle indicazioni dell'azienda per un colore più stabile. Furono bocciate le reti nere e verdi ritenute non adatte per impianti di mele rosse e si scartò la bianca per i confermati limiti di tenuta. A queste si aggiunsero la rete rossa, le reti gialla, la rete perlata e la rete blu allora distribuite dalla ditta Tenax. Oggi, queste reti, nominate iridium, sono prodotte dalla ditta Agrintech.

Come indice vegetativo fu rilevato periodicamente il diametro del tronco a 50 cm di altezza, ritenuto il valore più semplice ed indicativo del vigore da misurare rispetto alla lunghezza dei germogli. Il tronco delle Fuji innestate su EM9 ha una crescita annua modesta, però rappresenta bene il vigore della pianta.

La produzione è stata valutata in base ai parametri commerciali indicati dall'ufficio tecnico della cooperativa Patfrut.

Sette anni di misurazioni confermano il minor sviluppo vegetativo sotto la rete rossa iridium. In questo campo la riduzione di vigoria è molta mar-

cata, forse anche troppo se confrontata con altre esperienze simili. Probabilmente le piante sotto le reti rossa iridium si sarebbero avvantaggiate di una diversa gestione agronomica rispetto alle altre tesi. Questa tesi ottiene un risultato sulla colorazione dei frutti per diffusione sulla buccia e per intensità di colore. Tra il quinto e sesto anno però la rete perde il colore rosso diventando bianca. La rete rossa Agrinova parte con prestazioni analoghe alla rete rossa iridium ma al terzo anno si presenta già bianca e come tale si comporta. La rete gialla iridium genera un comportamento delle piante molto vicino alla rossa iridium, ma con maggiore vigore della vegetazione e mantenendo una buona colorazione dei frutti. Si nota una certa variabilità dei risultati tra le diverse annate rispetto alle altre tesi a confronto.

La rete perlata iridium induce un buon vigore vegetativo, simile alla rete grigia, ma non esagerato come la rete blu. La colorazione dei frutti è inferiore rispetto alle altre tesi escludendo il blu, ma anche la presenza di frutti scottati è quasi nulla.

Le piante sotto la rete blu iridium, in questa prova, risultano completamente ingestibili per eccesso di vigoria. I germogli in cima hanno in breve raggiunto le reti, non riuscendole a forare in quanto robuste, mentre lateralmente hanno chiuso il passaggio ai mezzi agricoli. Vi è una produzione buona e con elevata pez-

zatura ma i frutti non prendono il sovracoloro rosso. La rete grigia si conferma un compromesso affidabile, con prestazioni intermedie in termini di vigoria delle piante e colorazione dei frutti.

Nel 2017 si è deciso di continuare la valutazione in un nuovo impianto di Fuji Fubrax

nei pressi di Ferrara, sostituendo la rete rossa iridium con una rete giallo fluo iridium proposta da Agrintech, che dovrebbe dare pestazioni simili alla rossa, ma è ritenuta più stabile nel tempo come colorazione. È stata confrontata con la rete grigia quale testimone di riferimento. Inoltre, si è voluto rivedere la rete perlata per valutare i danni provocati da scottature e da estati particolarmente calde ed assolate.

Dalle primissime osservazioni del 2017 e 2018 sembra non ci siano evidenti differenze tra le tesi nella colorazione della buccia e nello sviluppo delle piante, se non una tendenza ad anticipare la colorazione rossa sotto le reti fluo e una minor presenza di frutti assolati sotto la rete perlata.

Le tesi esposte in queste pagine trovano conferma nel convegno – *IRIDIUM 10 YEARS* – organizzato a Faenza il 23 gennaio 2019 da AGRINTECH, che produce e commercializza le reti iridium; specializzata in tessuti per l'agricoltura, opera in Italia da 10 anni e raggiunge una copertura di circa 1.300 ettari, di cui il 50% è rappresentato da actinidia, poi drupacee ed altre specie.

Il fulcro del convegno è stata la relazione del prof. Davide Neri sulle reti antigrandine fotoselettive, che ha fornito una spiegazione scientifica di quanto osservato in campo. Ha sottolineato come la copertura con reti sia in grado di cambiare il micro clima modificando lo spettro e la quantità di luce assorbita e diffusa. In presenza di luce, le piante lavorano in una frequenza compresa tra 400 nm (violetto) e 750 nm (rosso). La fotosintesi delle piante ha il picco massimo di attività a 450 nm, luce blu, ed un altro picco a 600 nm tra l'arancio ed il rosso.

Ogni tipologia di rete crea ombreggiamento (mediamente si perde il 20% dei raggi U.V.), che in estate è positivo per la salute delle piante e dell'uomo, mentre in primavera limita l'attività della pianta.

I fotoni apportano energia della quale solo il 2% viene utilizzata dalla



pianta per la crescita, mentre il rimanente 98% fornisce calore (già una variazione media di 1-2 ° comporta differenze sul comportamento della pianta). Questo aspetto dovrebbe essere considerato per una attenta gestione idrica del frutteto, ma anche per le maggiori o minori bagnature nella difesa antiparassitaria.

La luce bianca è composta da tutte le lunghezze d'onda. Occorre valutare quanta luce e quale lunghezza d'onda intercetta ogni tipo di rete. Il rosso porta meno luce, ma la lunghezza d'onda che lascia filtrare stimola la pianta a sviluppare più sostanza rispetto ad una rete neutra.

La rete nera abbatte circa del 25% tutte le lunghezze d'onda, mentre una rete chiara/neutra ne abbatte solo il 2-4%. Il colore grigio (filo ordito bianco + filo trama nero) ha un abbattimento intermedio tra il bianco ed il nero. Il colore blu abbatte di più lo spettro rosso, mentre il colore rosso abbat-

te maggiormente lo spettro blu. Il giallo ha un comportamento molto simile al rosso ma trattiene maggiormente lo spettro verde. Medesimo comportamento per il giallo fluo, più luminosa però della gialla classica. Le radiazioni nella fascia verde - gialla, tra i 500 nm e i 600 nm, sono le più favorevoli per la stimolazione delle gibberelline nei vegetali. La rete perla lascia filtrare molta luce meglio diffusa dalla presenza della rete.

In sintesi non vi è un colore in assoluto migliore degli altri, ognuno ha le proprie caratteristiche ed in funzione del periodo dell'anno stimola determinate risposte sulle piante. In termi-



ni pratici, negli impianti frutticoli le reti gialle e le reti rosse permettono di gestire meglio la crescita della pianta. Attualmente, la rete gialla è la principale copertura degli impianti di actinidia dove aumenta sensibilmente la sostanza secca presente nei frutti, migliorandone le qualità organolettiche e la conservazione.

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

NAVGREEN, PIATTAFORMA TECNOLOGICA INTEGRATA DI GRUPPO SISTEMA

# Agroalimentare, una suite per la digitalizzazione

Ufficio Stampa Gruppo Sistema

Unendo le competenze interdisciplinari con la capacità di implementare progetti, l'azienda ceseana è in grado di connettere tutte le aree aziendali affinché si possano gestire le informazioni in modo integrato, univoco e dinamico.

**M**oderno System Integrator, dal 1984 Gruppo Sistema traduce in automazione informatica le esigenze e i processi aziendali, offrendo soluzioni innovative per la gestione operativa ed il controllo delle attività caratteristiche della filiera dell'ortofrutta fresca. Grazie alla grande esperienza maturata nella conoscenza dei processi specifici, propone alle aziende del comparto sistemi che facilitano lo scambio delle informazioni e la gestione integrata dei processi di business.

A questo proposito, riveste un ruolo di primaria importanza la suite NavGreen; sviluppata da Gruppo Sistema, è una piattaforma tecnologica integrata che parla la lingua del settore e risolve esigenze specifiche. Concetti come partita, lotto, campagna, specie/varietà, calibro, marca, imballo, confezione, pedana, provenienza, tipo

di condizionamento, differenziale qualitativo, pesi netti, pesi lordi, tare, chiusure prezzi, sono presenti per ogni registrazione riguardante il prodotto (ordini, entrate, uscite, lavorazioni, giacenza, ecc.).

NavGreen si rivolge a: Magazzini di condizionamento, Cooperative Agricole, Importatori - Esportatori, Posteggio Mercato Ortofrutticolo, Organizzazioni di produttori (OP e AOP), Consorzi commerciali, Piattaforme distributive.

Queste le caratteristiche principali della suite: estende le funzionalità di un ERP internazionale; è specializzata per il settore dell'ortofrutta; gestisce tutta l'azienda in modo integrato; dispone di un ricco ecosistema di

Addon e App; è aperta ad applicazioni quali CRM, BI, Portali collaborativi, Catasto; è disponibile anche in modalità Cloud as a Service.

Nativamente integrato con l'intera piattaforma Microsoft Dynamics 365 che aumenta le funzionalità tipiche di un ERP, NavGreen è interconnesso con: lettori di codici a barre, bilance automatiche, etichettatrici, macchine di lavorazione, sistemi industriali di raccolta dati.

Tra le realtà di punta del settore ortofrutticolo che adottano NavGreen, La Trentina, che utilizza questo sistema informativo per le attività del consorzio; Naturitalia, per la gestione integrata e centralizzata di tutte le attività tipiche del settore ortofrutta;

Opera, con deployment di un progetto 100% cloud su Microsoft Azure che ospita tutto il sistema informativo; Apo Conerpo, che usa questo strumento innovativo e potente per gestire dati e informazioni.

Gruppo Sistema si conferma quindi un partner strategico per le imprese del comparto in quanto unendo le competenze interdisciplinari con la capacità di implementare progetti è in grado di connettere tutte le aree aziendali affinché si possano gestire le informazioni in modo integrato, univoco e dinamico.

