

# ORTOFRUTTA NOTIZIE

Ottobre 2020



**I SUCCHI YOGA BEVANDA  
UFFICIALE DI X FACTOR 2020**



**VALFRUTTA FRESCO, IL CORNELIO  
CONTINUA A CRESCERE**



**NATURITALIA, AL VIA L'EXPORT  
VERSO I MERCATI OLTREMARE**





La Natura di Prima Mano

# CORNELIO®

## Il Peperone Dolce Italiano

**PROVA  
LA DIFFERENZA**



# PIÙ

DOLCE  
VALORE NEL PDV  
FEDELTA'  
PROMOZIONI

CORNELIO® è coltivato con le tecniche della produzione integrata nei migliori areali della Sicilia con la sua caratteristica forma a corno allungata, colori intensi, polpa soda, dolce, croccante e pochi semi. Con la sua buccia sottile è ideale da mangiare crudo con tutta la buccia ed è molto versatile in cucina.



### UN SUCCESSO TUTTO ITALIANO

  
PRODOTTO ITALIANO



## Sommario

- 4 Come comunicare la sostenibilità?  
MONICA GUIZZARDI
- 5 Aba Mediterranea entra in F.In.A.F.  
LISA MARTINI
- 6 I succhi Yoga bevanda ufficiale di X Factor  
GIOVANNI BUCCHI
- 7 Valfrutta Fresco, il Cornelio continua a crescere  
ALESSANDRO PANTANI
- 8 Naturitalia, al via l'export verso i mercati Oltremare  
AUGUSTO RENELLA
- 9 Ortaggi e patate di qualità finanziamenti in arrivo  
ALESSANDRO PANTANI
- 11 Opera, al via la campagna di comunicazione  
ALESSANDRO PANTANI
- 12 *Notizie dal mondo Agroalimentare*  
Orto bio-intensivo, esperimento di agricoltura autosufficiente  
PIER PAOLO PASOTTI, MILENA PELLICONI E VALERIA ALTAMURA

*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

Presentato il progetto regionale di rilancio

## Una buona piattaforma per salvare l'ortofrutta

**Davide Vernocchi**  
Presidente Apo Conerpo

La piattaforma proposta dalla Regione Emilia-Romagna rappresenta una valida base di discussione per intervenire su un problema che ormai è sempre più evidente: l'ortofrutta regionale, da sempre fiore all'occhiello nazionale, sta affrontando una costante riduzione in termini di aree coltivate. A rappresentare l'eccellenza rimangono le strutture cooperative, gli impianti di produzione e lavorazione ma l'analisi dei catasti riporta dati ben poco confortanti: in vent'anni abbiamo perso un terzo della superficie dedicata alla coltivazione delle pere e dimezzato quella delle pesche nettarine. Occorre trovare un modo per invertire la rotta.



I sei assi strategici proposti dall'Assessore regionale all'Agricoltura Alessio Mammi riposizionano al centro la competitività del sistema ortofrutticolo emiliano-romagnolo e saranno un buon punto di partenza per il tavolo nazionale del prossimo 22 ottobre. Il progetto strategico di sostegno e di rilancio per il settore frutticolo proposto dalla Regione Emilia Romagna, da rendere operativo già dal 2021 e con una prospettiva almeno triennale, mira a ridurre i costi di produzione e a sostenere gli investimenti necessari per l'adattamento ai cambiamenti climatici, la ricerca di nuove tecniche di difesa chimica e biologica, l'attivazione di strumenti per la gestione del rischio, l'incremento della sostenibilità lungo tutta la filiera, la riconversione varietale in funzione delle preferenze di gusto e della nuova domanda espressa dai consumatori e la promozione delle eccellenze regionali.

Si tratta di proposte che non solo condividiamo ma che ci hanno visti coinvolti in numerose occasioni di confronto istituzionale approdate, infine, alla stesura di questo documento: una strategia che parte dall'ascolto e dal confronto con le realtà del territorio, prime sentinelle dello stato di salute del comparto e delle criticità che il settore si trova sempre più spesso ad affrontare.

Proprio in tema di criticità, vorrei soffermarmi anche sull'annuncio dell'arrivo di risorse per i produttori: degli 80 milioni in tre anni promessi dal Ministro Bellanova a livello nazionale come indennizzo dei danni da cimice asiatica del 2019, circa 57 saranno destinati alle sole aziende dell'Emilia-Romagna. Pur trattandosi di una cifra che non può coprire gli enormi danni subiti dagli agricoltori, alla luce degli attuali meccanismi della Legge 102 si tratta di un risultato certamente positivo, frutto di un importante lavoro di squadra pubblico-privato finalizzato a sostenere e supportare per quanto possibile le aziende più colpite. Ora è necessario che queste risorse arrivino entro la fine del 2020, momento in cui i produttori agricoli si trovano ad affrontare diverse scadenze economiche: non possiamo che apprezzare, in questo senso, l'impegno dell'Assessore Regionale Mammi ad anticipare il più possibile le risorse e a velocizzare i pagamenti.

Concludo questo mio spazio annunciando che da questo numero di Ortofrutta Notizie cominceranno a fare la comparsa alcuni articoli che, pur non riguardando direttamente l'attività di Apo Conerpo, riteniamo possano essere di interesse per i nostri associati: li riconoscerete da alcuni elementi grafici diversi dall'usuale format, fra cui la dicitura "Notizie dal mondo agroalimentare". Lo scopo sarà quello di promuovere e accrescere la conoscenza su temi importanti, raccontando esperienze e percorsi innovativi, nella convinzione che possano contribuire ad accrescere le competenze di tutto il comparto. Buona lettura!

APO CONERPO CAPOFILA DEL PROGETTO SPOT

# Come comunicare la sostenibilità?

Monica Guizzardi  
Responsabile ufficio tecnico Apo Conerpo

Presentata una proposta progettuale per valorizzare e comunicare il percorso della OP nell'ambito della sostenibilità ambientale, economica e sociale delle produzioni. Al centro le filiere di kiwi, nettarine, pere, cipolle e patate.

Oggi il termine "sostenibile" lo troviamo ovunque. In TV, nei messaggi pubblicitari, è quasi abusato: potendo riguardare settori molto diversi e distanti tra loro (ad es. l'alimentare, l'automotive, l'energetico o il distributivo), il termine sostenibile rischia di perdere di efficacia, di diventare un aggettivo come un altro. Ma banalizzare un concetto così importante come la produzione sostenibile non sembrerebbe una buona idea: presentati alla recente fiera Sana Restart 2020, dove grande spazio è stato dedicato alla sostenibilità, i risultati dell'indagine condotta da Nomisma indicano che c'è grande sensibilità al tema ambientale con quasi il 90% degli intervistati che si dichiara preoccupato per la salute dell'uomo e del pianeta. Sul fronte agroalimentare l'indagine riporta che il 69% dei consumatori intervistati definisce sostenibile l'alimento ottenuto facendo attenzione all'ambiente e si dice convinto che tutti i cittadini possano contribuire a salvaguardare il pianeta con piccole azioni quotidiane. Tra queste piccole azioni

quotidiane si segnalano anche l'acquisto, o il consumo consapevole, di prodotti agroalimentari sostenibili. Ma come possiamo comunicare al consumatore questa sostenibilità? Quale messaggio, oltre lo slogan, può valorizzare l'impegno di migliaia di produttori?



Apo Conerpo ha risposto a questa domanda presentando una proposta progettuale denominata SPOT (Sostenibilità Prodotti Ortofrutticoli) finalizzata a rendere più trasparente, e comprensibile, il percorso di crescita della nostra realtà nell'ambito della sostenibilità ambientale. L'idea alla base del progetto SPOT poggia innanzi tutto sulla valorizzazione della sostenibilità, declinata nei suoi tre aspetti (ambientale, ma anche economico e sociale). Per far questo all'interno del progetto sono state selezionate alcune filiere simbolo come actinidia, nettarine, pere

e, tra gli ortaggi, cipolle e patate; riguardo a tali prodotti si provvederà alla descrizione delle attuali performance ambientali e del percorso di miglioramento intrapreso per ridurre l'impronta carbonica. Alla fase di misurazione seguiranno studi per la messa a punto e l'applicazione di adeguate tecniche (di campo, di magazzino ecc) in grado di consentire un'ulteriore e costante riduzione degli impatti e permettere, tra 10 o 20 anni, di poter contare su un'impronta ambientale ancora più favorevole. Il tutto senza dimenticare la sostenibilità economica e sociale: la sostenibilità ambientale è infatti parte integrante della cosiddetta responsabilità sociale d'impresa, perché chi produce non può più essere visto separato dal resto ma bensì inserito in un contesto territoriale e sociale, con l'intento di preservarne il patrimonio ambientale, sociale e umano per attuali e future generazioni.

Per quanto riguarda il partenariato, il progetto SPOT prevede, a fianco dei produttori (Apo Conerpo capofila e le cooperative Agrintesa, Patfrut e Conserve Italia come partner effettivi coinvolti nelle fasi di produzione e trasformazione dei prodotti ortofrutticoli) il mondo della ricerca (CNR IBE come coordinatore scientifico, accanto a LCA Lab), l'agenzia di comunicazione Formicablu, il CRPV come coordinatore del progetto ed Irecoop per l'attività di formazione.

LA OP PUGLIESE È SPECIALIZZATA IN PRODUZIONI BIO

# Aba Mediterranea entra in F.In.A.F.

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

L'organizzazione di produttori associa 24 realtà ortofrutticole fra Puglia e Basilicata, in particolare nel Metapontino.

**P**rosegue la crescita nel territorio Pugliese della base sociale di F.In.A.F., l'Associazione di Organizzazioni di Produttori costituita nel 2001 dalle Op Apo Conerpo e Conserve Gard, che attualmente gestisce il Programma Operativo di 14 OP associate.

In queste ultime settimane ha aderito alla AOP la OP Aba Mediterranea S.C.A. – Agricoltori Biologici

Associazione Mediterranea Società Cooperativa Agricola, costituita nel 2014 e avente sede legale in provincia di Taranto e sede Operativa nel comune di Policoro in provincia di Matera.

La cooperativa è un'Organizzazione di Produttori operanti esclusivamente secondo il regime biologico e nasce come risposta alle esigenze di un gruppo di agricoltori provenienti da diverse esperienze e in grado di gestire l'intera filiera dalla produzione alla consegna ai clienti.

L'OP oggi è costituita da 24 produttori di frutta e ortaggi provenienti dalle principali aree ortofrutticole di Puglia e Basilicata, in particolare nella zona del metapontino, aggregatisi con il progetto di far crescere la cultura bio, migliorando nel

contempo la qualità dei prodotti e dell'ambiente di produzione.

## AMPIA GAMMA FOCUS SULL'EXPORT

Aba Mediterranea, con un valore della produzione commercializzata che supera i 7 milioni di Euro, un



volume di oltre 63 mila tonnellate di prodotto per circa 362 ettari di superficie, dispone di una base produttiva con un'ampia varietà di prodotti che vanno dalla frutta agli ortaggi alle erbe aromatiche. Per quanto riguarda le colture frutticole vale la pena citare: uva da tavola, ciliegie, albicocche, pesche, nettarine, meloni, angurie e agrumi, mentre tra gli ortaggi vale la pena menzionare i principali quali cavolfiore, finocchi, bietole, oltre scarole ed erbe aromatiche.

Per quanto riguarda la gamma di prodotti, essa tende ad ampliarsi man mano che migliorano le tecniche di produzione, mentre per il confezionamento dei prodotti la OP si avvale di una struttura situata a Policoro (MT) e dotata di ampia sala di lavorazione e di impianti

frigorifero per il condizionamento e lo stoccaggio. In merito agli sbocchi commerciali, ABA Mediterranea commercializza nei Paesi del nord Europa, con particolare riferimento alla Germania e ai Paesi scandinavi e, in piccole quote anche in Italia. La produzione è interamente biologica e gli acquirenti sono sia i piccoli negozi specializzati del nostro Paese (come per esempio El Tamiso e Rete Bio), ma soprattutto le catene di negozi biologici italiani (es. Ecor) ed esteri (es. Biotropic, Dennree tedeschi) e i supermercati (es. Spar).

## UNA PRESENZA SEMPRE PIÙ FORTE

Si rafforza con questa nuova adesione la rappresentatività di F.In.A.F. sul territorio pugliese: con l'ingresso di Aba Mediterranea diventano 5 le OP riconosciute in questa regione nella compagine sociale della AOP. Inoltre con l'adesione di una OP interamente biologica si amplia e rafforza ulteriormente la base sociale di F.In.A.F. (che associa strutture operanti in tutti i settori del panorama ortofrutticolo, dal comparto del fresco a quello del trasformato) facendo in modo che essa assuma una sempre maggior valenza come elemento di aggregazione fra le principali realtà ortofrutticole europee, anche alla luce delle sinergie promosse tra le OP socie, nonché dell'ampia gamma di servizi offerti ai soci nell'ambito della gestione dei Programmi Operativi.

AL VIA ANCHE LA NUOVA COMUNICAZIONE DIGITAL DEL BRAND

# I succhi Yoga bevanda ufficiale di X Factor 2020

Giovanni Bucchi

La migliore frutta da bere della filiera cooperativa di Conserve Italia protagonista nel celebre show di Sky.

I succhi Yoga saranno Official Partner di X Factor 2020, la nuova edizione dello show di Sky prodotto da Fremantle in onda fino a dicembre il giovedì alle 21.15 su Sky Uno, sempre disponibile on demand, visibile su Sky Go e in streaming su NOW TV; il venerdì, in prima serata, su TV8. Una partnership inedita con cui Yoga porta per la prima volta i succhi di frutta in uno dei più famosi show musicali della televisione.

## INSIEME A GIUDICI E ARTISTI

L'iniziativa prevede, oltre alla classica presenza del marchio di Conserve Italia nella messa in onda del programma, anche la possibilità per concorrenti e giuria di poter bere i succhi Yoga nei vari momenti della loro vita quotidiana, dalle prove dei concorrenti negli studi musicali agli incontri dei quattro giudici della nuova edizione, che saranno Emma, Hell Raton, Manuel Agnelli e Mika.

Yoga sarà partner esclusivo del format nel settore bevande.

## IL TARGET: TUTTA LA FAMIGLIA

“Abbiamo scelto questa partnership – spiega Federico Cappi, direttore marketing retail di Conserve Italia, il consorzio cooperativo proprietario del marchio Yoga – perché è nostra intenzione rivolgerci ad un bacino di consumatori che includa tutta la famiglia e in tal senso il programma X Factor è da sempre apprezzato da un pubblico alquanto eterogeneo per classi di età.

Non solo: la nostra scelta è caduta sul noto show anche per via del forte interesse che riscuote, sin dal suo pri-

mo lancio, sui vari social-network: è una trasmissione della quale si parla e si discute molto anche dopo la messa in onda, in virtù della sua capacità di generare un flusso continuo di commenti sulle esibizioni dei concorrenti, che le consentono di porsi a lungo tra i temi più discussi”.

“Siamo molto soddisfatti di questa partnership – aggiunge il direttore generale di Conserve Italia, Pier Paolo Rosetti – che offre una straordinaria vetrina nazionale ai succhi di frutta realizzati con la materia prima della filiera cooperativa. Anche in questo modo valorizziamo al meglio la produzione conferita dai soci, portando

la migliore frutta dei nostri agricoltori sugli schermi di tutta Italia”.

## NUOVO SITO E NUOVE PAGINE SOCIAL

Proprio in concomitanza con X Factor, ha preso il via anche la nuova attività di comunicazione digital del marchio Yoga, che ha previsto la creazione di un nuovo sito web e l'apertura e la gestione delle pagine Facebook, Instagram e Tik Tok dal titolo Yoga Succhi accompagnate dal claim “Chi Yoga, fa bene”. Tutte le attività digital sono curate dall'agenzia di comunicazione e marketing padovana Gruppo Icat.



AL VIA UNA PRODUZIONE FUORI SUOLO PER I MESI INVERNALI

# Valfrutta Fresco, il Cornelio continua a crescere

Alessandro Pantani

Il peperone siciliano ad alta digeribilità fa breccia nei gusti dei consumatori: buon trend di vendite, superficiali in aumento e sono in arrivo attività di comunicazione dedicate

**S**egnali positivi per il peperone Cornelio, referenza premium di Valfrutta Fresco inserita nella linea delle Specialità: i feedback del mercato sono molto positivi e nei mesi autunnali e invernali verrà avviata una produzione fuori suolo che si affiancherà a quelle già in essere, in coltura protetta in suolo. "Valfrutta Fresco – spiega il Direttore Generale Stefano Soli - ha nel proprio DNA una vocazione alla massima qualità che si concretizza in una gamma completa di prodotti 100% italiani, fortemente innovativi e selezionati fra le migliori eccellenze del Paese coltivate nei territori maggiormente vocati. Proprio su questo fronte, a inizio 2020 abbiamo lanciato la linea delle Specialità: varietà innovative con elevatissime proprietà organolettiche. Il percorso scelto dall'azienda, infatti, va in una direzione specifica: i prodotti che si fregiano del marchio Valfrutta Fresco, siano essi frutta o ortaggi, oltre che belli da vedere devono essere buoni. Il gusto è uno dei driver portanti nello sviluppo delle linee che raggiungono gli scaffali". Il peperone Cornelio incarna perfettamente questi valori e sta otte-

nendo un'importante risposta di mercato: "A breve – prosegue Soli – inseriremo altre due linee di produzione in Sicilia per rispondere a una richiesta crescente da parte dei clienti della Gdo. Le quote di vendita si stanno consolidando e Cornelio sta entrando proprio in questi giorni in nuove realtà distributive. L'accoglienza che ci riserva il consumatore è molto positiva, dato non trascurabile in un periodo dove si registra una generalizzata contrazione dei consu-



mi e dove spesso vengono privilegiate le referenze 'budget'. Le caratteristiche organolettiche uniche di Cornelio lo stanno rendendo sempre più amato e apprezzato su tante tavole e riscontriamo un'importante fidelizzazione da parte di chi lo assaggia".

## CARATTERISTICHE UNICHE

"Il peperone Cornelio – prosegue Soli - è leader sul territorio naziona-

le per il proprio segmento sia nella Distribuzione Moderna che nel dettaglio tradizionale grazie all'alta digeribilità che lo caratterizza. Forma allungata e leggermente curva, giallo canarino o rosso brillante: cresce nelle campagne di Ragusa ed è caratterizzato da polpa dolce, croccante, compatta e con pochi semi e da una buccia sottile che lo rende particolarmente digeribile e quindi apprezzato da tutti quei consumatori che rinunciano al gusto del peperone per la sua "pesantezza".

## L'IMPORTANZA DELLA COMUNICAZIONE

In ottica di valorizzazione, Valfrutta Fresco ha messo in campo diverse iniziative, sfruttando in particolare i media digitali: "Il peperone Cornelio e la Mini Melanzana Violetta, altra eccellenza della linea Specialità prodotta in Sicilia, sono attualmente protagonisti della nuova edizione Mica Pizza e Fichi sia nel suo formato digitale visibile su La7.it che in quello tradizionale, trasmesso nelle case di milioni di italiani – spiega Soli -. La trasmissione rappresenta un viaggio fra le eccellenze italiane in cui non potevano mancare le nostre 'Specialità'. A gennaio 2021, infine, avvieremo un'importante campagna social declinata per valorizzare il peperone Cornelio e le sue caratteristiche uniche, con profili dedicati e una comunicazione pensata per i target più giovani".

IL KIWI JINGOLD, LE PERE OPERA E LE MELE DI APOT TRA I PRODOTTI DI PUNTA

# Naturitalia, al via l'export verso i mercati Oltremare

Augusto Renella  
Marketing R&D Manager Naturitalia

La business unit di Apo Conerpo punta con decisione sui mercati oltremare con un paniere di prodotti simbolo del Made in Italy e garantiti per qualità organolettiche e sicurezza. Destinazione: dalla Cina al Canada, ai principali mercati asiatici.

La business unit di Apo Conerpo punta con decisione sui mercati oltremare con un paniere di prodotti simbolo del Made in Italy e garantiti per qualità organolettiche e sicurezza. Destinazione: dalla Cina al Canada, ai principali mercati asiatici. Nonostante il periodo di difficoltà legato agli effetti dell'epidemia globale da Covid 19 alcuni dei mercati oltremare registrano una buona domanda di importazione di prodotti agroalimentari italiani grazie alla forza del brand Made in Italy e alla ripresa dei consumi.

Naturitalia ha consolidato nel corso degli anni la propria presenza commerciale nei mercati oltremare di Asia, Nord America e Sud America,

sviluppando un paniere in offerta di prodotti ortofrutticoli di qualità con risultati economici soddisfacenti per la produzione.

Il kiwi a marca Jingold, le pere Opera e, dalla stagione 2020, limitatamente ai mercati del Far East, le mele di APOT a marca Melinda e la Trentina, sono tra le eccellenze frutticole che Naturitalia offrirà nei principali mercati oltremare.

In particolare, si prevede di esportare il kiwi Jingold in alcuni dei mercati del Far East presso le insegne della grande distribuzione organizzata: a questo proposito, sono state organizzate delle attività promozionali in Cina con una importante catena di negozi alimentari di fascia premium, Corner's Deli, per la promozione del kiwi Jingold nella regione del Canton.

Le mele di APOT a marca Melinda e la Trentina, sbarcheranno in alcuni dei principali mercati del Far East asiatico grazie ad una serie di rapporti commerciali sviluppati da Naturitalia con importatori e gruppi distributivi in Thailandia, Vietnam, Hong Kong, Taiwan, Singapore ed altri mercati dell'area; saranno realizzate attività di marketing a supporto per la promozione delle mele in collaborazione con Melinda. Buone le pro-



spettive commerciali per le pere Opera in Canada, dove si prevede di sviluppare il canale della distribuzione organizzata grazie ad una partnership commerciale con uno dei principali importatori di ortofrutta del Canada: la varietà di pera Abate Fetel è il prodotto di punta di Opera su cui si baseranno le attività di esportazione verso questo paese.

Potere disporre di un paniere di prodotti ortofrutticoli di qualità e di marca, aggiunge un forte valore alla offerta di Naturitalia nei mercati oltremare e permette di offrire ai clienti un'ampia gamma di prodotti ortofrutticoli italiani, affiancando al kiwi Jingold ed alle pere Opera, le mele di Melinda e La Trentina e ad altri prodotti che saranno distribuiti nel corso della stagione autunnale ed invernale. Nei prossimi anni Naturitalia conta di crescere e guadagnare ulteriori quote di vendita nei mercati oltremare interessati all'ortofrutta italiana, sempre di più conosciuta ed apprezzata per la qualità e la sicurezza alimentare.



PATFRUT FRA LE COOPERATIVE BENEFICIARIE

# Ortaggi e patate di qualità finanziamenti in arrivo

Alessandro Pantani

Gruppo Bancario Cooperativo Iccrea, Cassa Depositi e Prestiti e Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali insieme per un nuovo contratto di filiera di 49,7 milioni di euro, dedicato alla "Valorizzazione della patata e degli ortaggi italiani di qualità". Per Patfrut investimenti per oltre 17 milioni

**Q**uasi 50 milioni in arrivo per ortaggi e patate di qualità: un intervento che vede coinvolti il Gruppo Bancario Cooperativo Iccrea, con Iccrea BancaImpresa, BCC di Roma, Emil Banca, Credito Cooperativo Ravennate Forlivese e Imolese, con il supporto di Cassa Depositi e Prestiti con un finanziamento a sostegno degli investimenti previsti nel **Contratto di Filiera dedicato al ciclo di lavorazione della patata e degli ortaggi Italiani di qualità**. Il Contratto, denominato "Valorizzazione della patata e degli ortaggi italiani di qualità", è destinato alle cooperative Associazione CO.VAL.PA Abruzzo, Patfrut, Associazione Marsicana Produttori di Patate (A.M.P.P) nonché all'Azienda Agricola Ciafardoni Luigi e, indirettamente, Agrifood Abruzzo in qualità di sottoscrittore dell'Accordo di Filiera. Il progetto consentirà la **realizzazione di investimenti complessivi per 49,7 milioni di euro**: oltre ai 37,8 milioni concessi dal Gruppo Bancario Cooperativo Iccrea insieme a Cassa Depositi e Prestiti si aggiungono anche 11,8 milioni circa di contributi in conto capitale del Ministero a valere sul

## Maurizio Gardini confermato alla guida di Confcooperative

**M**aurizio Gardini, il presidente del Gruppo Cooperativo Conserve Italia (Cirio, Valfrutta, Yoga, Derby Blue), è stato riconfermato alla presidenza di Confcooperative per il mandato 2020 - 2024 dell'Assemblea di Confcooperative. Gli 800 delegati, tra quelli presenti a Roma e quelli collegati da 20 sedi territoriali, hanno riconfermato Gardini all'unanimità e per acclamazione. "Siamo felici della conferma del presidente Gardini – ha commentato il presidente di Apo Conerpo, Davide Vernocchi -: proviene dal nostro territorio, conosce le nostre realtà rurali e, soprattutto, conosce bene la nostra cooperazione e le sue declinazioni locali. Il mondo della cooperazione ortofrutticola è una colonna portante di Confcooperative: un mondo **che pone i soci con le loro aziende agricole al centro, in particolare in questo momento davvero complesso**. Insieme al presidente Gardini siamo impegnati a 360 gradi per dare valore alle produzioni e tutelare la redditività delle imprese e siamo felici di poter proseguire lungo questa strada insieme".

In mattinata **Gardini nella sua relazione ha avanzato alla politica le proposte per rimettere in moto il Paese**: ridurre il costo del lavoro, sftire la burocrazia, sbloccare i cantieri, regolarizzare i tempi di pagamenti della PA; investire in innovazione e formazione, oltre che in infrastrutture materiali e immateriali; contrastare la povertà e le disuguaglianze; tutelare la biodiversità delle BCC in Europa; rafforzare le politiche per la famiglia; completare la riforma del Terzo Settore; rendere strutturale la detassazione per il Sud; favorire la capitalizzazione delle imprese.

Importante la testimonianza, nel corso dell'Assemblea, del **presidente di Agrintesa Raffaele Drei** che ha consegnato al presidente del consiglio **Giuseppe Conte**, al ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti **Paola De Micheli** e alla ministra alle Politiche Agricole **Teresa Bellanova** (presenti in sala a Roma), un messaggio da parte al mondo ortofrutticola: "La frutticoltura – ha detto Drei - può svolgere il proprio ruolo nonostante sia stata un po' dimenticata dai Decreti Rilancio. **L'agricoltura e la frutticoltura italiana vanno difese sui tavoli europei con grande senso di pragmatismo e senza abbandonarsi a slogan ambientalisti spesso troppo facili**".



Fondo Sviluppo e Coesione.

Il finanziamento così accordato permetterà la realizzazione di diversi progetti: per l'Emilia Romagna, a Patfrut saranno destinati investimenti per oltre 17,6 milioni di euro volti principalmente all'acquisto e alla ristrutturazione di uno stabilimento produttivo e alla riconversione e all'ammmodernamento di un impianto agroindustriale per la trasformazione di prodotti ortofrutticoli in quarta gamma.

“L'operazione principale – spiega il Presidente di Patfrut, Roberto Cera – vede il rinnovamento del settore IV gamma nel magazzino di Medicina (BO): sarà realizzato un nuovo ambiente e saranno inserite risorse tecnologiche più moderne che permetteranno di aumentare la produzione e migliorarne la qualità. A questo intervento si affianca l'acquisto già perfezionato della struttura di Molinella, da sempre utilizzata pagando un canone di affitto, e l'ammmodernamento degli impianti presenti al suo interno,



mediante l'acquisto di strumenti e macchinari più efficienti. L'obiettivo principale sarà quello di efficientare i processi e valorizzare i prodotti di scarto attraverso la IV gamma generando in questo modo maggiore valore per i produttori delle aziende agricole conferenti. Sono convinto si tratti di una buona opportunità che Patfrut ha opportunamente colto al volo: crediamo sia indispensabile puntare al costante miglioramento di tutti gli aspetti legati alla lavorazione, produzione,

trasformazione e confezionamento dei nostri prodotti”

L'obiettivo globale del progetto, naturalmente, è molto ampio: il target è l'attuazione coordinata di una serie di interventi al fine di aggregare la produzione primaria delle patate e degli ortaggi di qualità, sviluppando un rapporto diretto con le industrie agroalimentari della filiera dedite alla surgelazione e alla quarta gamma. Al contempo, verranno coordinate le attività di commercializzazione del fresco al fine di realizzare un compatto gruppo nazionale in grado di competere anche a livello internazionale.

Complessivamente il progetto coinvolgerà, direttamente e indirettamente, l'intera filiera produttiva composta da oltre 1.100 soci conferenti, cui fanno capo circa 4.700 ettari di superficie coltivata, 15 stabilimenti produttivi ed oltre 149mila tonnellate di prodotti commercializzati come referenze fresche, surgelate e in quarta gamma.

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

PREVISTE AZIONI SU TV, RADIO, WEB E NEI PUNTI VENDITA

# Opera, al via la campagna di comunicazione

Alessandro Pantani

Il Consorzio conferma la spinta promozionale con una campagna di comunicazione cross-piattaforma per raggiungere un pubblico ampio e molto segmentato.

**L**a campagna di comunicazione 2020/21 delle pere Opera è pronta a partire: attraverso TV, radio e internet i prodotti del consorzio parleranno a 60 milioni di italiani e italiane per stupirli e coinvolgerli emotivamente, ma anche per informarli razionalmente sulle caratteristiche, uniche e spesso non sufficientemente note, della pera. "Opera - commenta il direttore Luca Granata -, nonostante le molte difficoltà che la filiera della pera sta attraversando, continua ad essere l'unico Consorzio di produttori di pere che investe significativamente in comunicazione, perché siamo sempre più convinti che la pubblicità rappresenti, insieme a qualità dei frutti e servizio al cliente, uno strumento efficace ed imprescindibile per sostenere e sviluppare la domanda, anche per la frutta di qualità e non solo per gli altri fast moving goods". Il Consorzio Opera continuerà, comunque, anche a investire in altri progetti: "Insisteremo nel ricercare soluzioni efficaci e sostenibili ai problemi agronomici che interessano la produzione di pere - spiega Granata - e lavoriamo per migliorare ulteriormente la soddisfazione sensoriale di chi acquisterà una pera Opera invece che una pera qualsiasi. Contestualmente puntiamo a individuare e testare nuove varietà di pera esclusive ed a reale valore aggiunto per tutta la

filiera e a sviluppare nuove soluzioni di confezionamento in grado di ridurre l'impronta ambientale e di fornire maggiore servizio e valore a chi distribuisce ed a chi acquista pere Opera".

## IL PIANO DELLE ATTIVITÀ

L'attività pubblicitaria 2020/21 vedrà svilupparsi una prima fase dal 18 ottobre al 28 novembre con varie attività. Sul fronte televisivo, ad esempio Opera parlerà ai consumatori italiani tutti i giorni da tutte le principali reti nazionali, durante i programmi e negli spazi orari con maggiore audience per un totale di circa 1.000 spot sulle reti RAI, Mediaset e La7. Per quanto riguarda il product placement, le pere Opera, da metà ottobre a fine novembre 2020, saranno le protagoniste di numerose puntate di 2 tra i programmi di cucina più seguiti dal segmento dei maggiori consumatori di pere: "L'ingrediente perfetto" condotto da

Roberta Capua la domenica mattina su LA7 e "Ricette all'italiana" condotto da Anna Moroni e Davide Mengacci la mattina di tutti i giorni feriali della settimana su Rete 4. Sempre rimanendo nell'ambito dei media tradizionali, le pere Opera sedurranno e convinceranno i Consumatori anche attraverso i principali canali radiofonici RAI. Gli spot pianificati sono oltre 500, e saranno trasmessi durante il mese di novembre 2020, in prevalenza nella fascia di massimo ascolto (Drive Time).

Presidiato, naturalmente al il fronte web e social: le "buonissime ragioni" per preferire una pera Opera ad una pera qualsiasi saranno spiegate ogni giorno, senza soluzione di continuità, sul web, su Facebook, su Instagram, e sul sito [www.operalopera.it](http://www.operalopera.it) continuamente aggiornato e rinnovato. Lo stile di comunicazione sarà innovativo e mirato soprattutto al segmento "mamme 30-50 anni" e "giovani 18-30 anni".

Non mancherà, infine, il materiale di supporto alla vendita: locandine per arredare i PDV, il TakeAway Opera, il pratico guscio porta-pera riutilizzabile e riciclabile per portare con sé una buona pera matura, lo SpicchiaOpera, il comodo e sicuro spicchia-pera che consente di tagliare una pera matura in 8 spicchi uguali con un solo gesto, per preparare insalate e spuntini sorprendenti, le bustine monodose di Aceto alla Pera Opera prodotto in co-branding dal noto acetificio Monari Federzoni e il frullato di pera Abate Opera in doypack da 90g, prodotto in co-branding da Natura Nuova, azienda leader nella realizzazione di prodotti a base di frutta di alta qualità.



UN PROGETTO DI CRPV E ASTRA INNOVAZIONE E SVILUPPO

# Orto bio-intensivo, esperimento di agricoltura autosufficiente

Pier Paolo Pasotti, Milena Pelliconi - *ASTRA Innovazione e Sviluppo - U.O. "M.Neri", Imola (Bo)*  
Valeria Altamura - *CRPV Cesena*

La campagna pericola 2020 è stata profondamente danneggiata da un'esplosione considerevole di casi di maculatura bruna, con picchi del 70% dei frutti compromessi. Ricerca scientifica all'opera su diversi filoni.

**A**stra Innovazione e Sviluppo ha condotto un'attività di sperimentazione nell'ambito dei Gruppi Operativi dell'innovazione (GOI) finalizzata ad individuare **una nuova tecnica di conduzione di un orto**, estrapolando alcune **utili indicazioni provenienti dal mondo della permacultura** applicabili in diverse realtà per la **realizzazione di orti con finalità didattiche, estetiche ed anche produttive, soprattutto nel contesto di attività agrituristiche.**

Infatti, **con il termine di orto bio-intensivo si definisce un orto "sostenibile"**, condotto cioè nel rispetto dell'ambiente e secondo le normative previste dalle tecniche di coltivazione biologica, **assicurando nello stesso tempo un soddisfacente rapporto tra quantità e qualità delle produzioni.** L'obiettivo è quello di creare **condizioni di densità e "diversità" fra le colture simili**, per quanto possibile, **a quelle riscontrabili in eco-sistemi "naturali"**.

In generale i **principi** che regolano questo tipo di coltivazione sono: **nessuna o minima lavorazione dei suoli, nessun apporto di fertilizzanti ed antiparassitari di sintesi e limitata o assente compattazione dei suoli.** Le notizie che fanno riferimento a questo tipo di coltivazione sono datate nel tempo e sembrano risalire già al XIX secolo, quando a Parigi l'intera città si



Immagine 1 - Panoramica delle aiuole di coltivazione in differenti fasi del ciclo produttivo (Foto ASTRA)

rese autosufficiente per l'approvvigionamento di ortaggi attraverso il lavoro di quasi 4.000 cittadini - agricoltori, impiegati su moduli aziendali di superficie compresa tra i 4.000 e gli 8.000 m<sup>2</sup>

## IL PROGETTO AGRICOLTURA AUTOSUFFICIENTE

Per approfondire gli aspetti inerenti all'orto bio-intensivo **dal 2017 è stato**

**realizzato il Progetto "Innovazioni finalizzate alla creazione di sistemi produttivi autosufficienti: la permacultura, l'orto bio-intensivo e la food forest (Agricoltura Autosufficiente)".**

Questo Progetto, di durata triennale, si proponeva di approfondire e sviluppare nuovi sistemi agricoli ad impatto ambientale limitato o nullo, "sfruttare" e valorizzare aree collinari e/o montane altrimenti marginali, implementare le produzioni biologiche e/o naturali e, a livello sociale, coinvolgere realtà produttive impegnate nel recupero di persone a rischio.

**I partner coinvolti** nell'attività sono stati:

- **ASTRA Innovazione e Sviluppo di Faenza:** Azienda Sperimentale che all'interno del Progetto, oltre alla **responsabilità scientifica**, si è occupata della **realizzazione delle prove e della messa a punto delle tecniche agronomiche previste dai protocolli di lavoro**; all'interno della propria Unità Operativa di "Martorano 5", a Cesena, ha provveduto inoltre, nel biennio 2018-2019, alla messa a dimora di un orto intensivo di circa 1000 m<sup>2</sup> di superficie.

- **CRPV (Centro Ricerche Produzioni Vegetali) di Cesena:** Ente Organizzatore della domanda di ricerca; all'interno del Progetto si è occupato dell'attività **di progettazione, del controllo e del coordinamento del lavoro, della divulgazione e della presentazione dei risultati**;

- **Fattoria dell'Autosufficienza:** azienda agricola ed agrituristicamente biologica situata nell'Appennino Romagnolo, ai confini del Parco delle Foreste Casentinesi, a Paganico, nel comune



Immagine 2 - Le leguminose sono state tra le colture maggiormente utilizzate in rotazione (Foto ASTRA)

di Bagno di Romagna. È stato **importante riferimento e prezioso partner operativo del Progetto, ospitando nella sua struttura una Food Forest ed un orto-biointensivo** già avviati da tempo, produttivi ed in “stabile” equilibrio con l’ecosistema circostante.

• **Il Palazzino:** azienda agricola situata in area “svantaggiata” a Montese, in provincia di Modena, ad un’altitudine di circa 800 metri s.l.m. Conduce da anni attività agricola secondo metodi di coltivazione biologica, **è impegnata nel recupero di persone a rischio e nel corso del 2018 ha realizzato all’interno della propria struttura un orto-bio-intensivo.** L’attività prevista dal Piano Operativo è stata condotta su due cicli di coltivazione; il primo con trapianti e/o semine concentrati nel periodo aprile-maggio, ed il secondo con semine/trapianti eseguiti nel periodo luglio-agosto.

• **Coop. Cieli e Terra Nuovi:** azienda agricola biologica situata nel riminese; è una **Cooperativa impegnata nel recupero di persone a rischio ed orientata al rispetto dell’ambiente. Nel corso del 2019 ha allestito un orto bio-intensivo presso il borgo Cà Fanchi, frazione di Pennabilli, in provincia di**

**Rimini.** L’orto ha permesso la coltivazione, il recupero e la valorizzazione di “vecchie” varietà ed ecotipi della zona (cipolla, zucca, cardo, mais, amaranto, fagiolino, patata, ecc.) ed è stato utilizzato anche a scopo divulgativo per attività didattiche e scolastiche.

Se si esclude l’attività già avviata e “consolidata” condotta dalla Fattoria dell’Autosufficienza, **gli orti realizzati da ASTRA Innovazione e Sviluppo,** presso la sede dell’Unità Operativa “Martorano 5” di Cesena, sono sicuramente quelli che per superfici investite hanno consentito la **messa a dimora del maggior numero di specie.**

### I PARAMETRI DI PROGETTAZIONE

Agli elementi di conoscenza messi a disposizione dalla Fattoria dell’Autosufficienza si è cercato di affiancare anche **l’esperienza “maturata” da ASTRA nel settore della sperimentazione agricola, allo scopo di ricreare,** anche in ambienti di pianura e a stretto contatto con sistemi produttivi a media o elevata intensificazione colturale (situazione che nel primo anno di attività ha penalizzato le colture specie

sotto al profilo fitosanitario), **condizioni ideali per l’allestimento di un “funzionale” orto bio-intensivo.**

I principali “parametri” agronomici su cui si è basata la progettazione dell’orto sono stati:

- **predisposizione sul perimetro dell’orto di “siepi tagliavento”,** poste a dimora per garantire riparo alle colture. Sono state approntate impiegando **principalmente piante “aromatiche” come salvia, rosmarino, melissa, timo, basilico e menta,** specie che oltre alla funzione “protettiva” nei confronti del vento potevano garantire utilizzi culinari, essere impiegate come base per la preparazione di essenze, come **“rifugio” per insetti “pronubi” e/o per l’entomofauna utile** e anche come “repellente” nei confronti di alcune specie di parassiti;
- **impiego di “banker plants”,** dette anche piante “spia”, in grado cioè di **segnalare in anticipo la comparsa di sintomatologie crittogamiche** (peronospora, oidio, marciumi, ecc.) **o focolai di infestazioni da afidi, ragnetto, nematodi, altica, ecc.** Queste specie rivestono una vera e propria funzione di controllo “preventiva” nei confronti delle colture “principali”, consentendo il tempestivo

intervento degli operatori agricoli e facilitando la difesa fito-sanitaria.

- **utilizzo di varietà/ibridi resistenti o tolleranti ai più comuni patogeni e/o parassiti delle colture** (funghi, batteri, virus, insetti, ecc.); la scelta di questi materiali si è resa possibile grazie alle conoscenze scaturite dalla pluriennale attività di ASTRA nel settore della verifica varietale;
- sistemazione delle aree di coltivazione destinando a ciascuna **coltura "aiuole" baulate di circa 30 m<sup>2</sup> di superficie**; l'impiego della baulatura è stato adottato per **favorire una maggiore aerazione degli apparati epigei delle piante, migliorare lo sgrondo delle acque di irrigazione e ridurre**



Immagine 3 - Una corretta rotazione ed una buona copertura del terreno assicurano un efficace controllo delle infestanti (Foto ASTRA)

**il rischio di infezioni crittogamiche.**

La preparazione delle "aiuole" di coltivazione potrà essere di volta in volta modulata in funzione della superficie aziendale e della disposizione delle aree di coltivazione: "in piano" o su "terrazzamenti", in caso di appezzamenti collinari o di montagna;

- la **scelta delle colture è stata eseguita in funzione della vocazionalità della zona di produzione**, cercando comunque di valutare un numero elevato di materiali e **prevedendo un piano di coltivazione ed avvicendamento economicamente "sostenibile" e finalizzato ad una eventuale ottimizzazione della PLV aziendale**;

- **utilizzo di pacciamature.** La pacciamatura consente di proteggere il suolo dalla compattazione, riduce l'erosione ed il dilavamento di nutrienti causato dal vento e dalle piogge, evita lo sviluppo di infestanti ed "ottimizza" i consumi idrici. La scelta dei materiali è attualmente molto diversificata; oltre ai tradizionali teli in PE, da rimuovere una volta terminato il ciclo di coltivazione, sono disponibili anche **pacciamature bio-degradabili, registrate per le coltivazioni biologiche, a base di cellulosa o derivate da colture vegetali** (amido di mais, patata, ecc.). Questi materiali, in funzione dello spessore e del tipo di lavorazione a cui sono sottoposti, possono adattarsi con profitto a diversi tipi di cicli e colture;

- **rotazioni colturali.** Anche in questo caso si è cercato di **adottare un piano di avvicendamenti che tutelasse la qualità delle produzioni e preservasse nello stesso tempo la "salute" del terreno**, in termini di struttura, fertilità e stato sanitario. Sono stati evitati ristoppi, la successione di colture della stessa specie o di specie diverse con patologie, paras-

siti e/o infestanti comuni, ed alternando colture da rinnovo e/o sarchiate con altre maggiormente esigenti e depauperanti. Notevole è **stato l'impiego di leguminose (fagiolini, fava), piante "azotofissatrici" in grado di migliorare la fertilità del terreno**;

- **consociazioni.** Si è cercato di **concentrare la coltivazione sulla stessa aiuola e/o in aiuole contigue di specie in grado di sviluppare tra loro interazioni positive**, favorendo un impiego più efficiente e completo della superficie di coltivazione, limitando così lo sviluppo di infestanti, sfruttando la possibilità di poter usare una coltura come sostegno od "ombreggiante" per un'altra, oppure come "antagonista" di determinati parassiti;

- **densità di coltivazione.** Partendo dalle indicazioni contenute nei **"Disciplinari di Produzione Integrata" della Regione Emilia-Romagna** sono stati adottati sesti di impianto più "densi", cercando **il giusto compromesso tra qualità delle raccolte, rese produttive, pezzature di frutti, bacche e/o cespi e "copertura" del terreno**, parametro indispensabile per contenere lo sviluppo delle infestanti e limitare gli interventi di scerbatura.

Nel biennio di prova sono state **poste a dimora numerose tipologie di ortaggio**. Tra le principali ricordiamo: **crucifere** (cavolo cappuccio, cavolo broccolo, cavolo nero, ravanella, rucola, broccolo, cavolino di Bruxelles, rapa, rafano), **solanacee** (pomodoro, patata), **cucurbitacee** (zucca, zucchini), **ombrellifere** (carota, prezzemolo, sedano, finocchio, sedano rapa), **agliacee** (cipolla, aglio, porro), **compositae** (lattughe, radicchi, cicoria, ecc.), **leguminose** (fagiolini, fava), **chenopodiacee** (spinaci, lischi).

—————  
Iniziativa realizzata nell'ambito del Programma regionale di sviluppo rurale 2014-2020 – Tipo di operazione 16.1.01 – Gruppi operativi del partenariato europeo per l'innovazione: "produttività e sostenibilità dell'agricoltura" – Focus Area 5E – Progetto "Innovazioni finalizzate alla creazione di sistemi produttivi autosufficienti: la permacultura, l'orto bio-intensivo e la foodforest".

## LEADER EUROPEO DELL'ORTOFRUTTA



Nata più di 50 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 47 cooperative, 6.000 produttori delle regioni più vocate d'Italia, una produzione di 1.050.000 tonnellate e un fatturato di 700 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](http://www.bper.it)  
800 20 50 40



Vicina. Oltre le attese.

