

# ORTOFRUTTA NOTIZIE

*Novembre 2020*



**IL NOSTRO IMPEGNO  
A TUTELA DELL'AMBIENTE**

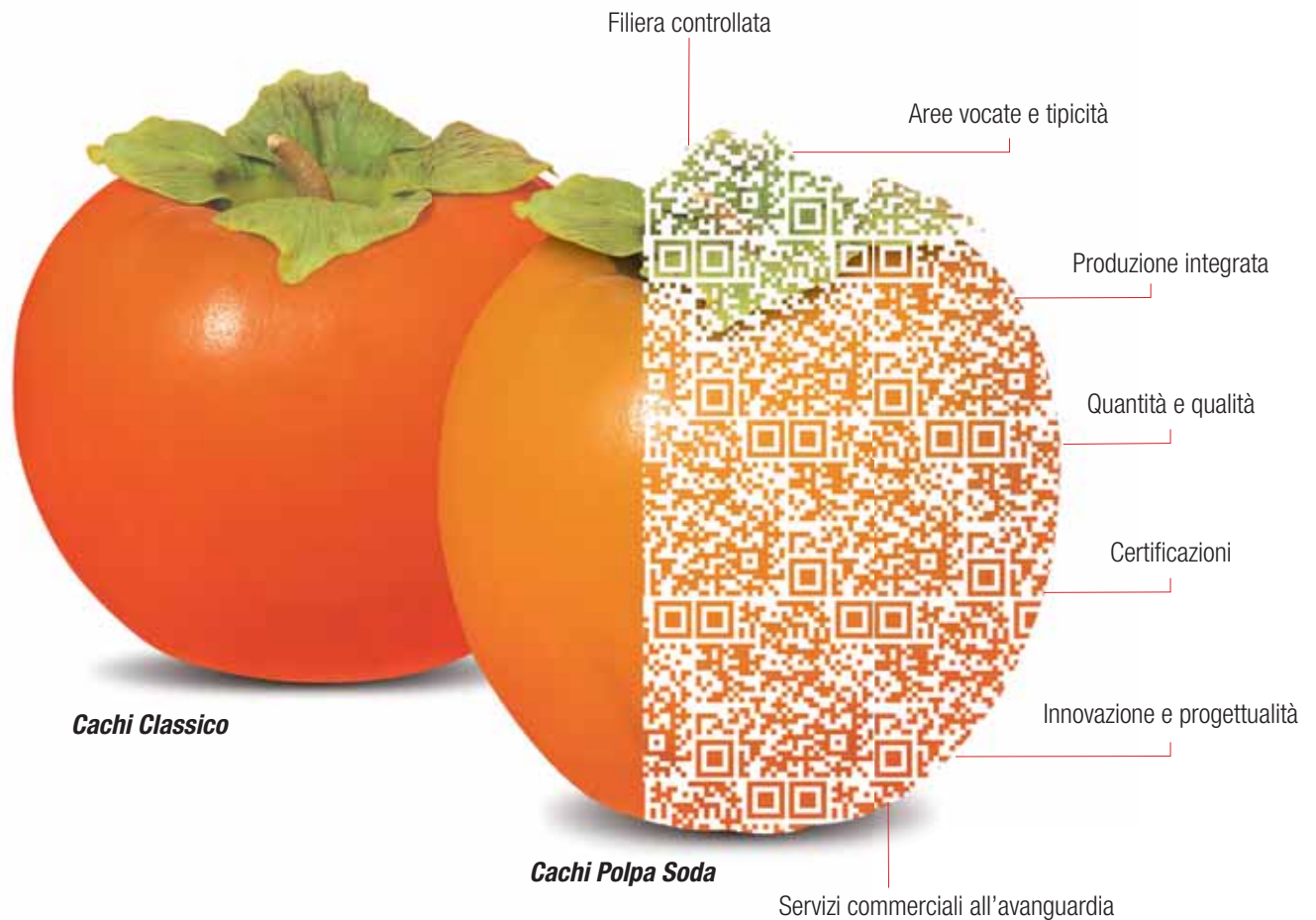


**IL PROGRAMMA OPERATIVO  
È SEMPRE PIÙ "GREEN"**



**AGRINTESA, CASTELLARI  
È IL NUOVO PRESIDENTE**

# Il partner sicuro e affidabile.



Solo un leader dell'ortofrutta può offrirti la garanzia di una filiera corta con una gamma di prodotti controllati dal campo alla tavola, la partnership per la realizzazione di private label, continuità di fornitura e servizi commerciali all'avanguardia.

**Scegli Alegra: professionisti della frutta, partner del mercato.**



### Sommario

- 4 Il nostro impegno a tutela dell'ambiente  
GABRIELE CHIESA
- 6 Il Programma Operativo è sempre più "green"  
LISA MARTINI
- 7 Le novità di Valfrutta all'insegna del benessere  
GIOVANNI BUCCHI
- 8 Alegra, campagna al via per le clementine di Calabria  
ALESSANDRO PANTANI
- 9 Per Naturitalia fiere digitali e comunicazione online  
AUGUSTO RENELLA
- 10 "La redditività delle aziende al centro della politica regionale"  
ALESSANDRO PANTANI
- 12 Agrintesa, Aristide Castellari è il nuovo presidente  
ALESSANDRO PANTANI
- 14 Made Green in Italy: valorizzare la sostenibilità  
MONICA GUIZZARDI

*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

Resta aperto il nodo delle gelate e della legge 102

## Ristori dei danni da cimice: una sinergia positiva

**Davide Vernocchi**  
Presidente Apo Conerpo

**I**soci di Apo Conerpo sanno bene che, da queste colonne, non abbiamo mai risparmiato alle Istituzioni il nostro pensiero, anche quando non allineato con scelte e decisioni a livello nazionale e locale. Allo stesso modo, negli anni, ci siamo sempre posti con spirito di aperta collaborazione e grande disponibilità al confronto su tutte quelle tematiche che, anno dopo anno, hanno reso più difficile (quando non rischioso di compromettere) la sopravvivenza delle aziende agricole.

Con la stessa franchezza oggi ritengo sia opportuno riconoscere come, nei confronti della disastrosa invasione della cimice asiatica che si è abbattuta con violenza inaudita sulle produzioni dei nostri soci nel 2019, le Istituzioni di ogni ordine e grado e tutte le rappresentanze agricole si sono attivate con grande solerzia dando vita a una risposta senza precedenti. Il Governo, al quale abbiamo spesso rivolto critiche, in questa occasione ha mantenuto quanto promesso e proprio in questi giorni sono arrivati gli attesi ristori per le aziende agricole più colpite. La Regione Emilia-Romagna è stata protagonista e garante autorevole degli impegni presi dall'Esecutivo: nell'arco di 12 mesi da quando Apo Conerpo, insieme a tutte le principali OP interessate, ha prodotto uno studio molto approfondito dei danni, della loro estensione e delle produzioni più colpite, 63 milioni di euro sono diventati disponibili come supporto per i produttori, e questo grazie anche all'impegno costante di via Aldo Moro. Situazioni come queste sono l'esempio palese di come la macchina pubblica non sia semplicemente un Leviatano che fagocita tutto fra burocrazia ed eterni ritardi: quando Istituzioni, rappresentanze agricole e imprese private collaborano, quando si incontrano i giusti interlocutori, quando si formulano richieste precise e motivate, i risultati arrivano. Un percorso corale e virtuoso che vorremmo che si trasformasse in "ordinaria amministrazione": lo sforzo che il sistema, con tutte le sue parti, è riuscito a portare avanti può e deve diventare lo standard di fronte a situazioni di tale portata.

In questo senso, mi preme sottolineare come rimangano "aperte" altre due partite importanti: il primo fronte è sicuramente quello della revisione della Legge 102. Occorre un impegno concreto da parte del mondo politico a modificarla, rendendola efficace nella mutata realtà attuale: serve una norma snella e concreta che regoli gli indennizzi di fronte ad eventi eccezionali che, complice il cambiamento climatico, sono sempre più frequenti e sempre più minacciano la sopravvivenza delle imprese agricole.

Il secondo fronte è quello dei ristori ai produttori colpiti dalle terribili gelate primaverili: allo stato attuale quello che è stato promesso ai frutticultori è irrisorio rispetto a danni che si estendono fino alle produzioni attuali (dopo aver annichilito il raccolto di drupacee nella stagione estiva). L'eccezionalità dell'evento e l'entità dell'impatto mette a serio rischio centinaia di aziende e migliaia di posti di lavoro: è una ferita aperta nel tessuto produttivo e sociale. Siamo pronti a fare la nostra parte: aspettiamo dal Governo un segnale per curarla. Insieme.



PUBBLICATO L'ECO RAPPORTO 2020 REALIZZATO CON LEGAMBIENTE

# Il nostro impegno a tutela dell'ambiente

Gabriele Chiesa  
Direttore Generale Apo Conerpo

Apo Conerpo ha realizzato insieme a Legambiente un primo report di sostenibilità delle proprie attività, fra impegno a tutela del territorio, innovazione, ricerca e sostegno ai produttori.

rendicontazione dei costi e dei ricavi aziendali restituisce un'immagine, seppur puntuale e analitica, tuttavia parziale dell'associazione dei produttori rispetto alla propria missione sui territori, sia dal punto di vista sociale, che ambientale.

al consumatore finale. Lo sforzo di Apo Conerpo nelle sue pratiche agroecologiche "dal campo alla tavola" si concretizza in diversi modi: dalla **tutela della fertilità del suolo** che oggi rappresenta indubbiamente una priorità grazie al continuo aggiornamento professionale degli operatori, **dall'innovazione sia varietale che delle tecniche produttive** (agricoltura di precisione, OGM Free, lotta integrata e coltivazione biologica, ricerca di varietà resistenti ai patogeni) che sono anche biodiversità, vocazione, tradizione e futuro di chi opera concretamente nel settore primario.

Un primo, importante, passo per tracciare i contorni di un impegno quotidiano, ampio nella sua estensione e vario nelle diverse forme di espressione: **l'Eco Rapporto delle politiche ambientali di Apo Conerpo, realizzato in sinergia con Legambiente** vuole essere questo. Un documento ampio che spazia su diversi temi ma senza pretesa di essere esaustivo in questa sua prima edizione e, al contempo, **la dimostrazione di una precisa volontà da parte della OP di imboccare un percorso di vera sostenibilità ambientale dando maggiore organicità ai tanti interventi e alle tante azioni già realizzate, definire degli obiettivi e pianificare una strada maestra da percorrere negli anni futuri.** Il volume rappresenta anche un modo concreto per "aprire le porte" di Apo Conerpo al pubblico e permettere ai cittadini-consumatori di avere una panoramica delle attività agro-ambientali più significative e tangibili che vengono svolte dall'OP e dalle sue filiali. Perché molto sin qui si è fatto ma, spesso, troppo poco si è raccontato: il bilancio annuale e la relativa



L'eco rapporto 2020 vuole colmare questo racconto parziale, dando la massima visibilità alle tematiche ambientali e alle buone pratiche messe in campo dai nostri associati lungo tutta la filiera produttiva fino

## UN LEGAME INSCINDIBILE

"Oggi fare agricoltura associata significa tutelare i propri territori, per gli aspetti sociali, dell'occupazione e della salute ma anche dell'ambiente - si legge nelle conclusioni del volume -. Questi sono tutti fattori tra loro correlati, perché ciascuno è condizione necessaria all'altro: la tutela dell'ambiente, la protezione della biodiversità e la riduzione delle molecole chimiche disperse in aria acqua e nel suolo rappresentano, infatti, il presupposto essenziale per la tutela della salute dei lavoratori e dei cittadini, dove il collante principale è rappresentato dalla sensibilizzazione, il coinvolgimento attivo e la formazione degli agricoltori". Apo Conerpo è impegnata atti-

vamente su questi fronti, dando vita a un percorso di sostenibilità vera: ne sono un esempio le nostre azioni di contrasto ai cambiamenti climatici attraverso la riduzione delle emissioni di gas serra, il contenimento dell'impronta idrica delle produzioni dei nostri soci, la riduzione nell'utilizzo della chimica di sintesi ma anche la diminuzione dei guasti ambientali


e sanitari provocati dall'effetto deriva, oltre allo sviluppo dell'agricoltura biologica in sinergia con il mondo della ricerca e dalla sperimentazione. Altrettanto importanti sono gli interventi adottati sulla tracciabilità, la difesa del suolo e degli ecosistemi, la tutela della biodiversità, lo sviluppo dell'economia circolare.

"Tutti questi interventi - si legge nel rapporto -, rappresentano un percorso strategico e virtuoso che si caratterizza attraverso un impegno concreto a 360 gradi per cercare di contribuire attivamente a contrastare la crisi climatica e stimolare fortemente l'intero settore agricolo sulle tematiche, quanto mai prioritarie, legata alla sostenibilità ambientale. Da questo punto di vista diventa molto importante favorire con efficacia lo sviluppo, la continuità e l'ulteriore moltiplicazione dell'impegno di Apo Conerpo sui fronti più importanti e urgenti legati alle politiche e alle pratiche agroecologiche. Ridurre sempre di più gli input chimici, idrici, energetici, favorire l'aumento della fertilità dei suoli e moltiplicare gli sforzi per garantire il pieno rispetto dell'economia circolare, diventano obiettivi prioritari da perseguire con impegno ed efficacia.

**IL PROGETTO "FRUTTETO INTELLIGENTE" TENDE A INTRODURRE NELLE AZIENDE I PRIMI ELEMENTI DELL'USO DELLE TECNOLOGIE DEL WEB CHE SARANNO LA COLONNA PORTANTE DELLE PRATICHE AGRICOLE DI UN PROSSIMO FUTURO**

Tra i progetti di ricerca e sperimentazione alcuni, relativi all'applicazione di sensoristica e robotizzazione per un'agricoltura di precisione, potrebbero avere interessanti sviluppi sul fronte della sostenibilità delle produzioni. Il progetto "Frutteto intelligente" trova la messa a punto di un frutteto altamente sostenibile, a bilancio di carbonio negativo, sotto uno scenario futuro che tutelerà ma, anzi, creerà e a portata di mano. Questo progetto fa l'altro tende a simulare nelle aziende agricole i primi strumenti dell'uso delle tecnologie avanzate del Web che saranno la colonna portante delle pratiche agricole di un prossimo futuro.

Le aziende di Apo Conerpo e l'impegno nella riduzione delle emissioni di carbonio anche nella scelta e gestione dei sistemi irrigui per la riduzione degli sprechi. Per le colture arboricole sono necessari, infatti, degli interventi irrigui sempre più consistenti in quanto gli eventi primari dei mesi primaverili-estivi sono spesso concentrati e molto intensi, non efficaci per le esigenze del terreno e delle colture. L'acqua non va sprecata, per questo motivo Apo Conerpo ha fatto nell'ultimo decennio un enorme sforzo per implementare le aziende agricole verso l'irrigazione a bassa pressione che non solo risparmia l'uso dell'acqua fino al 30%, ma riduce fino al 70% la quantità di energia per distribuirlo.



**FRUTTETO INTELLIGENTE**

Struttura di irrigazione a bassa pressione per la distribuzione dell'acqua in modo efficiente.

**IRRIGAZIONE, bassa pressione**

**- 30% acqua**

**- 70% energia**

In merito all'approvvigionamento energetico gran parte degli edifici del gruppo Apo Conerpo (uffici e magazzini delle strutture) sono dotati di pannelli fotovoltaici: tali dotazioni sono in grado di produrre energia elettrica riducendo i consumi di energia elettrica di almeno il 30%. Un impegno di valorizzazione degli scarti (sottoprodotti) nella zona industriale conestruendo, tramite la produzione di metano e compost, ad abbattere i consumi energetici restituendo al ciclo produttivo energia e materiale organico utile per le coltivazioni.

**Pannelli FOTOVOLTAICI**

**- 30% energia**



Installazione di pannelli fotovoltaici sul tetto dell'azienda Apo Conerpo.

Anche gli interventi correlati con le buone pratiche di economia circolare e la realizzazione di un packaging ecologico rappresentano, dal nostro punto di vista, priorità imprescindibili da portare avanti con sempre maggiore determinazione. Diventa inoltre molto importante per Legambiente riuscire a moltiplicare esempi innova-

**TALI DOTAZIONI SONO IN GRADO DI PRODURRE ENERGIA ELETTRICA RIDUCENDO I CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA DI ALMENO IL 30%.**

**ECONOMIA CIRCOLARE**

In merito all'economia circolare è bene sottolineare che in agricoltura non esistono scarti che non possano essere riutilizzati: ciò che non può essere destinato alla vendita sul mercato del fresco (perché non conforme alle norme di commercializzazione, o a causa di un surplus produttivo) viene destinato all'industria di trasformazione e a canali di sostegno alla fascia inferiore della popolazione (distribuzione gratuita). La quota di prodotto che risulta non idonea al consumo viene destinata alla distillazione, alla biodegradazione ed alla produzione di compost. Compostare complessivamente dei rifiuti da mercato di Apo Conerpo, ogni anno, è pari mediamente a 4.000 tonnellate di sottoprodotto che vengono destinati alle beneficienze e ad altri usi.



Stall di Apo Conerpo durante un evento di promozione del fresco.

tivi e progetti specifici sperimentali nell'ambito dell'agro-ecologia, che possono non solo dare continuità al percorso intrapreso da Apo Conerpo, ma diventare sempre più un esempio da seguire per l'intera filiera agricola".

### L'IMPEGNO SOCIALE

Fra i fili conduttori della nostra attività, dall'eco rapporto emerge un'altra grande priorità: quella

della difesa della comunità rurali. La cultura contadina, infatti, pone il rispetto della natura al primo posto e ha nel proprio DNA l'identità, il rapporto con il territorio e l'economia circolare. L'impegno concreto delle comunità rurali rappresenta il migliore antidoto all'abbandono, sempre crescente, delle terre coltivate, ed è cruciale in termini di presidio territoriale, coesione sociale e sviluppo ecologicamente sostenibile dell'attività agricola. "I primi ambientalisti - afferma il presidente di Apo Conerpo, Davide Vernocchi all'interno dell'eco rapporto - e i primi consumatori sono i nostri soci, sono le donne e gli uomini in campo a difesa della natura, della biodiversità, del rapporto uomo e ambiente, di un modello consapevole di produzione e consumo. Il mondo agricolo associato deve dialogare con il mondo ambientalista perché è interesse comune che ai cittadini pervenga l'idea che una buona agricoltura è possibile".

L'eco rapporto delle politiche ambientali di Apo Conerpo, ne sono certo, è un primo importante passo in questa direzione. E di certo non l'ultimo che percorreremo insieme a Legambiente.

OLTRE 68 MILIONI DI EURO PER IL FONDO DI ESERCIZIO PER IL 2021

# Il Programma Operativo è sempre più "green"

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

L'Assemblea di FINAF ha approvato la penultima annualità del Programma Operativo 2018-2022 presentata alla Regione Emilia Romagna.

Per l'annualità 2021 la programmazione delle OP si è inserita in un nuovo scenario normativo, caratterizzato da alcune novità per la determinazione di importi massimali e forfettari, ma in particolare per la cancellazione di due importanti interventi tra quelli ammissibili: le Ali gocciolanti ad utilizzo non ripetuto e la copertura con tunnel mobili che non potranno più beneficiare del sostegno nell'ambito dei programmi operativi delle OP, costretti quindi a subire importanti rimodulazioni.

Il Presidente, dopo aver illustrato all'Assemblea i suddetti cambiamenti normativi ha proceduto quindi a presentare l'articolazione dell'annualità 2021 del P.O. il quale presenta complessivamente un valore della produzione commercializzata pari a 752,7 milioni di euro. Un dato che, pur in leggero calo rispetto al 2020, in realtà si configura come estremamente positivo: nel 2019 (anno di riferimento per il VPC 2021) i danni provocati sulla frutta dalla cimice asiatica e dalla maculatura bruna sono stati, infatti, elevatissimi. La diversificazione produttiva e territoriale delle OP socie ha pertanto consentito di contenere i danni compensando il calo della frutta con una VPC finale che, con un -0,11%, può sostanzialmente dirsi stabile. Crescono inoltre per l'annualità 2021 le OP che hanno delegato a F.In.A.F., la presen-

tazione del Programma Operativo: 14 Organizzazioni di Produttori, di cui 5 in Emilia Romagna, 5 in Puglia, 2 in Lombardia e 2 in Lazio.

Il Fondo di esercizio della annualità 2021 supera i 68 milioni di euro che si articolano nelle seguenti Misure:

- M1 Pianificazione della produzione, compresi gli investimenti in immobilizzazioni materiali: 13,3% delle risorse
- M2 Miglioramento o mantenimento della qualità dei prodotti, freschi o trasformati, compresi gli investimenti in immobilizzazioni materiali: 36,9% delle risorse;
- M31 Incremento del valore com-



merciale dei prodotti e miglioramento della commercializzazione, compresi gli investimenti in immobilizzazioni materiali: 15,06 % delle risorse;

- M32 Promozione dei prodotti, freschi o trasformati, e attività di comunicazione diverse da quelle di promozione e di comunicazione realizzate nell'ambito delle misure di prevenzione e gestione delle crisi: 2,4% delle risorse;
- M4 Ricerca e produzione per fini sperimentali, compresi gli investimenti in immobilizzazioni materiali: 0,8% delle risorse;
- M6 Azioni di prevenzione e gestio-

ne delle crisi elencate all'articolo 33, paragrafo 3, primo comma, del regolamento (UE) n. 1308/2013: 9,9% delle risorse;

- M7 Azioni ambientali di cui all'articolo 33 (5), del regolamento (UE) n. 1308/2013, inclusi gli investimenti in beni materiali: 20,7% delle risorse.

Per quanto riguarda la ripartizione delle spese è importante segnalare che, pur a fronte di una leggera riduzione del Fondo d'esercizio complessivo, si registra un incremento delle azioni ambientali di quasi il 2% rispetto al 2020, portando la Misura 7 della AOP a superare la soglia del 20%, divenendo così la seconda misura del P.O. in termini di concentrazione di risorse (oltre 14 milioni). Gli interventi riguardano principalmente: la messa in atto della Produzione Integrata per oltre 7,5 milioni (considerando anche l'assistenza tecnica), la realizzazione di investimenti aventi valenza ambientale per circa 1 milione, oltre 2 milioni che verranno destinati all'utilizzo di tecniche, materiali e prodotti a ridotto impatto ambientale, mentre circa 1 milione di euro sarà speso per l'utilizzo di piante e semi resistenti.

Infine sono state ripresentate, rispetto al 2020, spese per circa 2 milioni di euro da destinare al trasporto combinato gomma/ferrovia e gomma/nave.

Il Programma Operativo della AOP F.In.A.F si conferma, quindi, sempre più green e attento alle tematiche ambientali, in linea con la nuova strategia Farm to Fork studiata dalla Commissione Europea per rendere il sistema alimentare sempre più sostenibile.

DAL KIT BALANCE AL SUCCO DI POMODORO BIO 100% ITALIANO

# Le novità di Valfrutta all'insegna del benessere

Giovanni Bucchi

La marca di Conserve Italia ha lanciato anche il concorso Triangolino d'Oro rivolto ai bambini.

**È** un autunno ricco di novità per Valfrutta, la storica marca della "natura di prima mano" di proprietà del consorzio cooperativo Conserve Italia. Con il mese di settembre ha infatti iniziato a fare il suo debutto sugli scaffali della Distribuzione il Kit Balance che mette insieme frullato di frutta e verdura, snack proteico e frutta secca (il tutto declinato in tre diverse ricette) per una pausa sana ed equilibrata. Questa innovazione rappresenta il debutto di Valfrutta nella categoria degli snack e arriva dopo oltre un anno di lavoro congiunto tra le diverse aree aziendali, a partire da Ricerca & Sviluppo, Marketing Retail, Assicurazione Qualità, Produzione e Acquisti. A mettere la firma nel Kit Balance è stato anche il biologo nutrizionista e divulgatore scientifi-



co Iader Fabbri, mentre un contributo è arrivato anche dall'Università di Pavia.

Da un prodotto che guarda ad un consumatore adulto, attento al benessere e con la passione dello sport, si passa poi al target bambino al quale Valfrutta si è sempre rivolta. In questo caso la novità arriva dall'iniziativa "Alla scoperta del Triangolino d'oro", un concorso (in vigore fino a giugno 2021) che premia tutti quei



bambini che troveranno un Triangolino color oro all'interno delle confezioni degli originali succhi in Brik a forma triangolare.

Realizzato appositamente da Tetra Pak, lo speciale triangolino (non edibile) contraddistinto dalla vernice dorata è presente solo all'interno di alcune confezioni, insieme ai succhi. I fortunati vincitori che lo troveranno potranno contattare il numero telefonico indicato sul prodotto, comunicare il codice univoco di vincita e scegliere uno tra i due premi messi in palio: la console Nintendo



Switch e La casa dei sogni di Barbie. Il concorso del Triangolino d'oro sarà accompagnato anche da diverse attività di comunicazione da parte di Valfrutta, che vanno dalla campagna social a supporto, agli espositori dedicati nei punti vendita, fino alla nuova area dedicata sul sito [www.triangolini.it](http://www.triangolini.it). Previsto anche il lancio di uno spot pubblicitario che sarà on air sui principali canali tematici tra dicembre e gennaio.

Dal canale retail all'horeca, la voglia di innovazione di Valfrutta non cambia. Ne è un esempio il nuovo Succo di Pomodoro 100% italiano Valfrutta BIO, realizzato esclusivamente con i pomodori coltivati in Emilia-Romagna con agricoltura biologica certificata dai produttori delle cooperative agricole socie di Conserve Italia. In questo caso, si tratta di un prodotto destinato ai bar, che si presenta nella bottiglia di vetro da 200 ml con tappo twist-off e può essere consumato sia da solo (con un pizzico di limone e sale) sia come base per cocktail raffinati e apprezzati in tutto il mondo, a partire dal celebre Bloody Mary.

PRODUZIONE SU DEL 25% RISPETTO AL 2019

# Alegra, campagna al via per le clementine di Calabria

Alessandro Pantani

Dopo le ottime performance sul fronte organolettico delle precoci "Ruby" e "Spinoso", arrivano sugli scaffali della Gdo le clementine Comuni. Cresce la produzione biologica.

**C**ampagna a due velocità quella 2020 delle clementine di Alegra, business unit del gruppo Apo Conerpo: buoni volumi, circa il 25% in più rispetto al 2019, e un elevato grado brix caratterizzano gli agrumi che la società di Faenza commercializza grazie alla produzione della cooperativa OSAS di Castrovillari (CS), nel cuore della Piana di Sibari, di cui Alegra è socia. La raccolta, tuttavia, mostra calibri tendenzialmente piccoli: sebbene con l'andare del tempo si vadano ingrandendo, rimane un'alta percentuale di prodotto piccolo più difficilmente collocabile sul mercato.

"La campagna sta partendo lentamente, complice il clima mite, ma rimaniamo ottimisti - spiega Rita Biserni, marke-

ting estero di Alegra -: dopo le varietà precoci, sta arrivando sugli scaffali della Gdo nazionale ed estera la clementina Comune. Sul fronte dei volumi, registriamo un raccolto di circa 2.000 tonnellate, il 25% in più rispetto all'annata 2019 che si era caratterizzata per una notevole scarsità di prodotto. La qualità dei frutti è eccellente e le prime clementine sono arrivate sul mercato con un grado brix elevato, fino a due punti superiore alla media: una dolcezza molto apprezzata dal consumatore che si sta confermando anche nella raccolta attuale".

Grazie agli investimenti sul fronte varietale, la finestra di commercializzazione è ormai molto ampia: "Si comincia a ottobre - prosegue Biserni - con le varietà precoci Ruby e Spinoso a cui fa seguito, nei mesi di novembre e dicembre la clementina classica. A gennaio sarà invece il turno delle produzioni tardive, in particolare Nour e Tango: abbiamo selezionato solo varietà prive di semi che hanno dato ottimi riscontri sia in termini di volumi che di risposta dei consumatori. A queste si affiancano le produzioni bio nell'ambito di un percorso intrapreso con decisione circa quattro anni fa e che sta vedendo gli impianti giungere alla fine della conversione. A oggi, circa il 60% delle nostre clementine che arrivano sugli scaffali sono coltivate secondo il disciplinare dell'agricol-

tura biologica: queste referenze sono commercializzate da Brio, la business unit specializzata nella produzione e gestione di tutti i nostri prodotti bio".

Un prodotto dalle qualità organolettiche eccellenti il cui successo affonda letteralmente le radici in un territorio particolarmente vocato: "Le clementine coltivate da OSAS - prosegue Biserni -, che può vantare anche il marchio IGP per questa produzione, provengono dalla piana di Sibari, un territorio che garantisce le caratteristiche idonee per questo frutto: terreni di medio impasto con un contenuto di limo, argilla e calcare in proporzioni ideali. Il risultato è un frutto eccellente al palato che, a differenza di quanto avviene altrove, nasce direttamente privo di semi anche nella varietà Comune".

Le clementine Alegra raggiungeranno principalmente il mercato nazionale, ma non solo: "La destinazione d'elezione è la Gdo italiana - prosegue Biserni - alla quale riserviamo i calibri maggiori. Sul fronte estero, nonostante la fortissima competizione della Spagna e della Grecia sui mercati europei, ci stiamo ritagliando spazi crescenti in particolare nei Paesi dell'Est. Quello degli agrumi e delle clementine in particolare è un settore con grandi potenzialità e opportunità di crescita dove intendiamo continuare a investire per raggiungere sempre più consumatori. Grazie alle scelte varietali e alle competenze dei nostri produttori possiamo garantire ai nostri clienti la disponibilità di un prodotto dalle qualità organolettiche superiori lungo tutta la finestra di commercializzazione".





UNA STRATEGIA DETTATA ANCHE DAGLI EFFETTI DELLA PANDEMIA

# Per Naturitalia fiere digitali e comunicazione online

Augusto Renella  
Marketing R&D Manager Naturitalia

A seguito dei cambiamenti generati dall'emergenza Covid 19, Naturitalia ha adeguato le proprie attività di comunicazione e sviluppo commerciale in uno scenario incerto e in costante mutamento.

**I**l digitale, in questi mesi segnati dalla pandemia, rappresenta uno degli strumenti più efficaci per consentire di mantenere una buona visibilità dell'azienda e dei prodotti ortofrutticoli sul mercato nazionale ed internazionale.

Nel corso degli ultimi mesi, Naturitalia, business unit di Apo Conerpo, ha partecipato ad eventi fieristici digitali che si sono tenuti in sostituzione di importanti fiere del settore: l'emergenza sanitaria ha infatti imposto il distanziamento sociale e moltissimi eventi di settore sono stati convertiti nella versione digitale.

Partecipare alle fiere digitali ha significato costruire degli spazi nuovi dove presentare l'azienda Naturitalia, le caratteristiche e le qualità dei prodotti ortofrutticoli offerti, la filiera ed il sistema dei servizi.

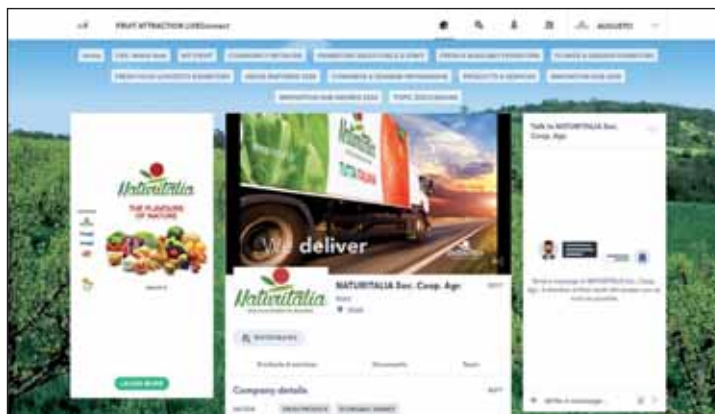
Macfrut Digital e Fruit Attraction Live Connect sono stati i primi eventi di settore digitali a cui Natu-

ritalia ha partecipato nel corso del 2020: l'esperienza è risultata molto interessante ed ha rappresentato l'occasione per sperimentare forme di presentazione nuove per i prodotti ortofrutticoli. Inoltre, la partecipazione a webinar e seminari

Nel corso del 2021 si prevede di sviluppare ulteriormente la comunicazione digitale con una maggiore presenza sui canali social, per informare i consumatori e promuovere i prodotti di Naturitalia in Italia ed all'estero, con l'obiettivo di catturare l'attenzione dei target affinché un numero crescente di soggetti sia invogliato a seguire la comunicazione dell'azienda e consumare i prodotti.

Le strategie di comunicazione digitale di Naturitalia si svilupperanno con messaggi e contenuti diversi a seconda che il destinatario della comunicazione sia un addetto ai lavori oppure un consumatore, individuando i media più utilizzati dal target di riferimento e più adatti alla trasmissione dei contenuti d'interesse per l'azienda.

Le fiere digitali e la comunicazione online rappresentano un'occasione importante per acquisire nuove opportunità commerciali per Naturitalia, in un contesto in cui è imposto il distanziamento sociale: sfruttare le possibilità di crescita utilizzando la tecnologia digitale permette, anche per i prodotti ortofrutticoli, di ampliare la clientela ottimizzando inoltre i costi per raggiungere nuovi mercati di sbocco.



ha consentito dei momenti di confronto con gli operatori del settore e la clientela, oltre a rappresentare un'occasione per la promozione dei prodotti ortofrutticoli di marca.

zando la tecnologia digitale permette, anche per i prodotti ortofrutticoli, di ampliare la clientela ottimizzando inoltre i costi per raggiungere nuovi mercati di sbocco.

INTERVISTA ALL'ASSESSORE REGIONALE ALL'AGRICOLTURA ALESSIO MAMMI

# “La redditività delle aziende al centro della politica regionale”

Alessandro Pantani

Dalla cimice asiatica alle gelate, dalla revisione della legge 102 al piano di rilancio dell'ortofrutta: prima parte dell'intervista all'assessore all'Agricoltura della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi.

Letto nell'Assemblea Legislativa del 26 gennaio, Alessio Mammi ha accettato la sfida rappresentata dal ruolo di assessore all'agricoltura dell'Emilia Romagna con grande motivazione: “È un'esperienza straordinaria – racconta - che mi ha permesso di focalizzare il valore e la qualità dei prodotti agroalimentari del nostro territorio, l'impegno delle imprese e dei lavoratori del comparto e il potenziale altissimo della nostra regione in ambito agricolo”. Un'esperienza partita in salita: pochi giorni dopo la nomina è scattato infatti il lockdown: “Avevo promesso che mi sarei recato fin da subito sul territorio, ma l'emergenza Covid ha dato priorità a varie urgenze e a distanza. Abbiamo recuperato bene il rapporto quotidiano con le imprese agricole sul territorio nei mesi estivi durante i quali non mi sono mai fermato, girando in lungo e in largo la regione, da Piacenza a Rimini. Ho detto fin da subito che la mia attenzione si sarebbe focalizzata soprattutto nel sostegno al reddito delle imprese agricole e nel potenziamento delle filiere, ed è quello che stiamo cercando di fare come ha anche dimostrato

lo scorrimento di tutte le graduatorie che abbiamo promosso negli scorsi mesi, il sostegno al comparto dell'ortofrutta colpito da gelate e fitopatie, le nuove progettualità in campo”.

*La Regione ha recentemente presentato un piano di rilancio dell'ortofrutta articolato lungo “sei assi strategici”: in cosa consiste?*

Abbiamo presentato al Ministero dell'Agricoltura gli assi strategici per un piano di rilancio dell'ortofrutta consapevoli che, per uscire dalla crisi, rispondere alla sfida del cambiamento climatico e ridare competitività al

settore servono interventi di sistema e risorse a livello nazionale. Questi 6 assi sono: filiera competitiva; lavoro sostenibile e di qualità; adattamento al cambiamento climatico; gestione del rischio; ricerca e innovazione; promozione ed export. Per ognuno di essi abbiamo individuato specifiche linee di intervento e indicato i possibili canali di finanziamento, nazionali e regionali, attraverso cui attuarlo: il Recovery Fund, i fondi diretti dei Ministeri, l'OCM ortofrutta, il PSRN e il PSR. Il primo obiettivo è fare in modo che alcuni interventi strategici siano inseriti nei progetti del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza che

saranno finanziati con il Recovery Fund. Poi, come Regione, faremo la nostra parte attraverso il PSR che sarà rifinanziato e rimarrà vigente anche per il biennio 2021-2022. Nei mesi scorsi abbiamo stanziato 25 milioni di euro aggiuntivi dal bilancio regionale per sostenere l'agricoltura, prestando molta attenzione alla velocità dei pagamenti. Agrea, l'agenzia regionale di erogazione risorse in agricoltura ha stanziato tante risorse come nel 2019, nonostante le difficoltà legate al Covid. Sono inoltre disponibili altri fondi, se il Governo garantisce la restituzione di risorse straordinarie che deve darci, che andrebbero a sostenere in buona parte il settore ortofrutta. Nella stesura del piano è stato determinante il ruolo dei rappresentanti della filiera ortofrutticola. Fin dall'inizio abbiamo pensato que-



sta proposta di piano non come un qualcosa calato dall'alto ma come un documento condiviso, espressione dei fabbisogni della filiera. Le rappresentanze hanno contribuito fattivamente alla redazione che è una sintesi di tutti i contributi raccolti.

***Punto focale per la salvaguardia delle filiere è la difesa della redditività delle imprese agricole: come si raggiunge questo obiettivo?***

La difesa della redditività delle aziende è al centro della politica regionale. Senza sostenibilità economica non c'è nemmeno sostenibilità ambientale e sociale. L'obiettivo va raggiunto mettendo in campo una serie di azioni che devono essere sostenute e sviluppate dalla parte pubblica e dai produttori. Le principali le abbiamo indicate nel nostro Piano di rilancio: rafforzamento dell'aggregazione per governare meglio l'offerta e la programmazione produttiva; sostegno alla riconversione varietale per rispondere alle nuove domande di mercato; investimenti in tecniche innovative di difesa, di conservazione, trasformazione e confezionamento; miglioramento delle infrastrutture per la logistica e il trasporto; riduzione del costo del lavoro per le aziende attraverso sgravi contributivi e fiscali; attivazione di strumenti per la gestione del rischio e la prevenzione dei danni derivanti da avversità atmosferiche e fitopatie; tanta ricerca e innovazione per migliorare produttività e sostenibilità, ridurre i costi e adattarsi ai cambiamenti climatici che mettono a rischio le produzioni e di conseguenza il reddito. Poi abbiamo detto al Governo, nel documento citato prima, di ridurre gli oneri fiscali sulle imprese a partire da quelli sul lavoro. È stata una scelta sbagliata quella di escludere l'ortofrutta dagli sgravi previsti nel Decreto Rilancio dello scorso agosto.

*Alle aziende regionali arriveranno circa 63 milioni di euro come ristoro*



***per i danni della cimice asiatica. Pur essendo una cifra che non copre gli enormi danni causati dal parassita, siamo di fronte a un buon risultato.***

Il 5 novembre la Conferenza delle Regioni ha dato l'intesa sullo schema di decreto ministeriale per il riparto a livello nazionale dei fondi stanziati dal Governo per gli indennizzi dei danni da cimice asiatica, grazie al grande lavoro svolto insieme alle associazioni degli agricoltori: non copre tutti i danni, ma si tratta della cifra più alta mai ottenuta. Sono in tutto 110 milioni di euro, 70 dei quali programmati sul 2020, e i restanti sui successivi due anni. Con l'ultimo aggiustamento alla Regione Emilia-Romagna andranno 63 milioni di euro, il 57% di tutte le risorse messe a disposizione. Inizieremo a erogare i finanziamenti alle imprese già da dicembre, e poi anticiperemo come Regione gli indennizzi 2022 al 2021, velocizzando i pagamenti.

*Sul fronte dei danni da gelate la Regione Emilia-Romagna si è fatta portavo-*

***ce del durissimo colpo subito dalla frutticoltura regionale ottenendo una deroga alla legge 102 finanziata con 20 milioni di euro. Un primo risultato positivo ma ben inferiore alle necessità: anche per questo, dal mondo della produzione si chiede a gran voce una riforma radicale della legge.***

La modifica del D.Lgs. 102/2004 è uno dei punti che abbiamo inserito nel Piano strategico di rilancio: occorre semplificare le procedure e accelerare i tempi per l'erogazione degli indennizzi, ad esempio introducendo tra le agevolazioni il credito di imposta. Dobbiamo però essere tutti consapevoli che, pur semplificando le procedure, di fronte alle crescenti avversità connesse con il cambiamento climatico, non si potrà fare affidamento solo sugli indennizzi del fondo di solidarietà nazionale, che tra l'altro non copre i danni assicurabili. Per le gelate abbiamo

ottenuto una deroga in considerazione dell'eccezionalità dell'evento, senza la quale non ci sarebbero né l'attuale stanziamento di 20 milioni di euro, su cui mi sto impegnando perché possa essere aumentato, né gli sgravi contributivi previsti per le aziende colpite. Ricordo che in passato di fronte ad eventi simili la deroga alla L.102 non fu concessa e non fu stanziato nemmeno un euro di indennizzi. Oltre a prevenire i danni, fronte su cui stiamo intervenendo con uno specifico bando del PSR, occorre quindi attivare sempre di più strumenti ordinari di gestione del rischio, dalle polizze assicurative ai fondi di mutualizzazione previsti e sostenuti dall'OCM, la cui attivazione è stata ulteriormente agevolata con recenti modifiche al regolamento UE proprio a seguito dell'emergenza cimice asiatica. Un'opportunità che so essere già stata colta da Apo Conerpo che ha costituito un fondo ad hoc per la cimice.

*(Continua sul prossimo numero)*

RAFFAELE DREI PASSA IL TESTIMONE DOPO 23 ANNI

# Agrintesa, Aristide Castellari è il nuovo presidente

Alessandro Pantani

Cambio al vertice nel segno della continuità nella cooperativa romagnola. Il 51enne faentino guiderà la realtà leader nazionale dell'ortofrutta e del vino. Raffaele Drei in carica come vice presidente fino al rinnovo delle cariche nel 2021.

**A**ristide Castellari è il nuovo presidente di Agrintesa, realtà di punta del gruppo Apo Conerpo: il Consiglio di Amministrazione ha affidato al 51enne imprenditore agricolo faentino la guida della cooperativa romagnola durante la riunione del 9 novembre. Castellari succede a Raffaele Drei, che ha condotto la cooperativa per 23 anni, guidandone la trasformazione da realtà locale a grande impresa leader a livello nazionale nell'ortofrutta e nel vino. Un cambio al vertice nel segno della continuità: Aristide Castellari è infatti stato vice presidente di Agrin-

tesa negli ultimi 5 anni, lavorando in assoluta sinergia con il presidente uscente e lo stesso Drei ricoprirà il ruolo di vice presidente fino al rinnovo delle cariche che si terrà nel 2021.

## UN PERCORSO CONDIVISO

“Agrintesa ha il rinnovamento nel proprio DNA – commenta il presidente uscente Raffaele Drei -: nel corso degli anni abbiamo percorso strade innovative e coraggiose che hanno portato la cooperativa ai vertici del sistema ortofrutticolo e vitivinicolo nazionale. Abbiamo affrontato annate difficili, attraversando un periodo storico caratterizzato da grandi cambiamenti e siamo stati al fianco dei produttori che si sono confrontati con grandi e inedite difficoltà. Ogni progetto, ogni nuovo processo messo in atto, ogni iniziativa è stata guidata da una volontà precisa: crescere, per il benessere e la salvaguardia dei produttori. Un obiettivo che ho perseguito, insieme ai soci e ai collaboratori che mi hanno onorato della loro fiducia per tutti questi anni, cercando di garantire sempre ad Agrintesa la forza economica per rinnovarsi, affrontare i cambiamenti ambientali, climatici e di mercato, evolversi da un punto di vista tecnologico e accrescere le proprie professionalità. Un processo

costante che non può escludere le persone: in questi anni Agrintesa ha rinnovato profondamente i quadri dirigenziali, accogliendo forze e stimoli nuovi grazie a figure giovani che oggi occupano ruoli di massima responsabilità. In questo quadro, il presidente non può che essere d'esempio: in questi anni ho lavorato insieme ad Aristide Castellari, accompagnandolo nella sua crescita professionale, condividendo con lui sfide, decisioni e battaglie. Oggi riteniamo che i tempi siano maturi per suggellare un avvicendamento costruito nel tempo. Aristide sarà un ottimo presidente e io continuerò a essere al suo fianco in qualità di vice presidente, come indicato dal Consiglio di Amministrazione, fino al rinnovo delle cariche previsto per il 2021, quando i soci torneranno a esprimersi sul futuro di Agrintesa. A loro e a tutti i collaboratori va il mio più sincero ringraziamento per la strada percorsa insieme”.

## PRONTO ALLA SFIDA

“Accetto con grande onore e orgoglio l'incarico che mi viene affidato dal Consiglio di Amministrazione – commenta il neo-presidente Aristide Castellari -: una sfida che accolgo con grande senso di responsabilità e spirito di servizio nei confronti di Agrintesa e dei soci. Sono convinto che le cooperative possano dirsi guidate bene se al vertice si trovano figure che hanno a cuore il benessere della propria base sociale, come è stato ampiamente dimostrato nel corso della lunga



presidenza di Raffaele Drei. Il secondo ringraziamento va proprio a lui che, in questi anni, si è messo a disposizione per guidarmi e farmi crescere, trasmettendomi il suo grande attaccamento ad Agrintesa e la sua profonda conoscenza della storia e delle dinamiche della cooperativa. Raccolgere il testimone di una presidenza autorevole e di spessore come la sua pone l'asticella molto in alto ma questo è lo stile di Agrintesa: grandi obiettivi che conducano a grandi traguardi per il bene di tutti i soci e a risultati concreti e misurabili per l'azienda".

La presidenza di Castellari si apre nel segno della sfida: "Il primo nodo che dovremo affrontare - commenta il presidente - è quello di un'annata molto difficile, segnata dalle gelate primaverili e dalla pandemia, dopo un 2019 caratterizzato dall'invasione della cimice asiatica. Saremo al fianco dei nostri soci per tutelare e sostenere chi ha perso gran parte o addirittura tutto il raccolto: anche

## La cooperazione nel DNA

**A**ristide Castellari, 51 anni, è produttore frutticolo e vitivinicolo. Conduce, insieme al fratello e al nipote, un'azienda agricola di 60 ettari nella campagna di Faenza (RA) coltivata principalmente a kiwi, a cui si affianca una produzione di susine e ciliegie. Vicepresidente di Agrintesa dal 2015 (riconfermato nel 2018), Castellari vanta una lunga storia di impegno e attività nell'ambito cooperativo. Un percorso che si innesta nel solco della tradizione familiare: il nonno, suo omonimo, è stato infatti tra i soci fondatori della PAF di Faenza, la cooperativa da cui nel 2007, sotto la guida di Raffaele Drei, è nata l'attuale Agrintesa.



su questo fronte ringrazio Drei per avermi lasciato le redini di una cooperativa finanziariamente ed economicamente solida.

Pur nelle difficoltà di mercato e produttive, Agrintesa è riuscita a ottenere risultati di rilievo, quand'anche non perfettamente in linea con le

aspettative dei soci, registrando sempre performance pari o superiori a quelle dei propri competitor e crescendo con grande dinamicità. Siamo pronti a continuare a rivestire il ruolo di protagonisti nella frutticoltura e vitivinicoltura regionale e nazionale".

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

IL PROGETTO, PARTITO NEL 2019, TERMINERÀ NEL 2022

# Made Green in Italy: valorizzare la sostenibilità

Monica Guizzardi  
Responsabile ufficio tecnico Apo Conerpo

Apo Conerpo partecipa al progetto Life MAGIS con la cipolla di Medicina. Obiettivo: ottenere un marchio "green" a garanzia della tipicità e sostenibilità delle produzioni.

**I**l Made in Italy è un marchio che comunica eccellenza in tutto il mondo: perché non migliorarlo, rendendolo anche eco-sostenibile e garantendo un valore aggiunto alle produzioni che esportiamo? Questa l'idea dietro il progetto Life MAGIS (MAde Green in Italy Scheme), sviluppato da ENEA e co-finanziato dal Programma europeo Life: i prodotti italiani, se in linea con le iniziative europee per la promozione della green economy, potranno vantare un marchio "verde", a garanzia di tipicità e di sostenibilità delle produzioni. Apo Conerpo partecipa al progetto con un prodotto tipico, la Cipolla di Medicina, per la quale è stato richiesto il riconoscimento IGP.

Il progetto, partito nel settembre 2019, terminerà a fine 2022 con l'obiettivo

finale di migliorare il profilo ambientale di alcuni prodotti italiani che vengono esportati in tutto il mondo: dall'agroalimentare (caffè, formaggio, prodotti da forno e da ricorrenza, gelati ed ortofrutta) al pellame ed ai serramenti. Attraverso il marchio "Made Green in Italy" predisposto dal Ministero dell'Ambiente verranno valorizzati i prodotti con le migliori prestazioni ambientali: sarà la stessa ENEA a guidare la sperimentazione dell'intero processo, partendo dallo sviluppo delle regole fino al controllo di qualità e quindi all'aderenza con le indicazioni europee in materia ambientale. **Importanti istituzioni scientifiche sono state coinvolte nel progetto:** oltre al capofila ENEA (Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile) partecipano la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, l'Istituto per la Bioeconomia del CNR e l'Università Tecnica di Aquisgrana (RWTH).

E per quanto riguarda i partner industriali oltre ad Apo Conerpo partecipano il Consorzio per la Tutela del Formaggio Pecorino Romano, Legnolegno, Lineapelle e Unione Italiana Food che rappresentano i settori di riferimento per i prodotti coinvolti nella sperimentazione ossia la cipolla di Medicina, il formaggio pecorino IGP, i serramenti in legno, il pellame, il caffè, i prodotti da forno, da ricorrenza ed i gelati. Nell'ambito del progetto Life MAGIS sono previste, per cia-



scun prodotto target, sperimentazioni dell'intero processo produttivo, a partire dalle regole di categoria di prodotto e dalla definizione delle classi di prestazione ambientale fino alla loro applicazione in aziende pilota.

Al calcolo delle impronte ambientali sono affiancate attività sui consumatori di cinque Paesi della Comunità Europea, per stabilire (tramite interviste) la percezione e l'efficacia delle informazioni veicolate dal marchio Made Green in Italy e perfezionare di conseguenza il messaggio promozionale. La Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa sta approfondendo le attuali dinamiche che influenzano le intenzioni d'acquisto verso i cosiddetti prodotti "green", il livello di fiducia verso le marche e le difficoltà nella comprensione degli slogan pubblicitari. Si tratta di aspetti cruciali per progettare azioni di comunicazione in grado di supportare la diffusione tra le aziende di valutazioni PEF (Product Environmental Footprint) e del marchio Made Green in Italy, aumentando il livello di soddisfazione dei consumatori, nonché per identificare un sistema di riferimento per confrontare nel tempo la crescita della consapevolezza dei consumatori e la riduzione delle barriere percepite. Il risultato finale è il miglioramento del profilo ambientale di prodotti italiani, il rafforzamento della comunicazione delle loro qualità ambientali e l'aumento della loro attrattiva nei confronti dei consumatori.



## 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.

