

# ORTOFRUTTA NOTIZIE

Giugno 2021



**PROGETTO IN&OUT  
AI NASTRI DI PARTENZA**



**VALFRUTTA, BENESSERE AL CENTRO  
CON DIFESTA E BUONMIX**



**AREFLH, TRE PROPOSTE  
PER AIUTARE I PRODUTTORI**



La Natura di Prima Mano

# CORNELIO®

## Il Peperone Dolce Italiano

**PROVA  
LA DIFFERENZA**



# PIÙ

DOLCE  
VALORE NEL PDV  
FEDELTÀ  
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 Gelate, 862 milioni di danni alla frutta estiva  
ALESSANDRO PANTANI
- 6 AREFLH, tre proposte per aiutare i produttori  
LISA MARTINI
- 7 Controlli ufficiali: cambia la normativa  
ALESSIA FARAONE
- 8 Progetto IN&OUT ai nastri di partenza  
JACOPO SERAFINI
- 10 Valfrutta, benessere al centro con Difesa e Buonmix  
GIOVANNI BUCCHI
- 11 Alegra, campagna cerasicola nel segno dell'innovazione  
ALESSANDRO PANTANI
- 13 Con la pandemia vola il costo del packaging  
JACOPO SERAFINI

*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

Dopo Fruit24, Apo Conerpo lancia IN&OUT

## I progetti europei sono un'opportunità per raccontarci

**Davide Vernocchi**  
Presidente Apo Conerpo

**I**n occasione della conferenza stampa per la presentazione ufficiale del progetto IN&OUT di cui leggerete nelle pagine di questo numero, ho avuto occasione di soffermarmi sull'utilità (per non dire sulla necessità) dei progetti di promozione e comunicazione.

Apo Conerpo, con i propri soci, è da vent'anni in prima linea sul fronte della sostenibilità a 360 gradi: promuoviamo l'utilizzo di tecniche di produzione integrata, salvaguardiamo l'ambiente, ci impegniamo per preservare le risorse naturali (acqua in primis, ma anche terra ed energia), cerchiamo di garantire il giusto reddito ai produttori, e con le nostre attività generiamo un indotto importante sul fronte del lavoro. Basti pensare che nelle nostre cooperative lavorano, ogni anno, circa 3.500 stagionali. Il nostro impegno perché "il tavolo a tre gambe" della sostenibilità resti in piedi è ampio e costante.

Eppure questo nostro impegno spesso è noto solo al nostro interno: lo sforzo quotidiano, rilevante anche in termini economici, difficilmente raggiunge il mondo al di fuori del nostro sistema, in particolare il consumatore che finisce per essere vittima inconsapevole di altre narrazioni, che talvolta dipingono la produzione con tinte oscure. Ma anche, in senso più ampio, tutti i cittadini e il mondo della politica: conoscere ciò che facciamo ogni giorno è un elemento fondamentale per comprendere le nostre istanze.

Ecco perché ritengo che progetti come IN&OUT, un'iniziativa di respiro europeo che coinvolge altri Paesi oltre l'Italia, siano davvero un'opportunità importante. I numeri che sono alla base del progetto sono imponenti: in tre anni le nostre business unit intendono raggiungere 50 milioni di consumatori con un'azione informativa ma anche educativa che passerà attraverso i media e i punti vendita della Grande Distribuzione, dove verranno realizzate oltre 10.000 giornate di attività, tasting e promozione. L'obiettivo sarà proprio quello di raccontare la sostenibilità, la salubrità, la tracciabilità, la sicurezza delle nostre filiere cooperative. In sintesi, IN&OUT farà emergere i valori "dentro e fuori" da ogni frutto e tutto ciò che ogni giorno, 12 mesi all'anno, ogni nostro produttore mette letteralmente "in campo" per garantire sulle tavole dei consumatori la presenza di ortofrutta buona, sana, sicura, sostenibile e amica dell'ambiente.

Per Apo Conerpo non si tratta di una "prima volta": nello scorso triennio abbiamo dato vita al progetto "Fruit24" per promuovere il consumo della frutta nei consumatori italiani. Con IN&OUT vogliamo fare un ulteriore passo in avanti e un salto di qualità, riappropriandoci della narrazione e svelando al consumatore ciò che ci siamo detti per anni: che dietro ogni frutto e ogni ortaggio "c'è tutto un mondo dentro".



LA SITUAZIONE FOTOGRAFATA NEL REPORT DI CSO ITALY

# Gelate, 862 milioni di danni alla frutta estiva

Alessandro Pantani

Oltre un quarto dei danni concentrato in Emilia-Romagna. Nell'analisi realizzata per conto di Alleanza Cooperative Agroalimentari si focalizza su pesche, albicocche, susine e ciliegie. Ancora non quantificati i danni su pere, mele e kiwi.

**8** 62 milioni di euro i danni al comparto della frutta estiva e primaverile: è questo il conto presentato dalle gelate tardive di marzo e aprile 2021. Nello specifico, **454 milioni per perdita di prodotto, ai quali si sommano i danni relativi alla fase di lavorazione, che superano i 150 milioni di euro, e una perdita di valore dell'indotto stimata in 258 milioni di euro.** A pagare il prezzo più alto è l'Emilia Romagna, con **232 milioni di euro**, oltre un quarto del totale.

Sono questi i principali risultati del report realizzato dal CSO Italy Centro Servizi Ortofrutticoli su indi-

cazione dell'Alleanza Cooperative Agroalimentari: "Uno dei motivi che ci ha spinto a far redigere una stima completa sulle perdite economiche complessive per le drupacee - commenta il **Presidente di Apo Conerpo nonché coordinatore del Settore Ortofrutticolo di Alleanza Cooperative Agroalimentari, Davide Vernocchi** - è il fatto che la rilevanza del fenomeno e l'impatto sul comparto ortofrutticolo nazionale derivante dall'andamento climatico degli ultimi mesi sia stato a nostro avviso alquanto sottovalutato, se è stato più facile per i falò accesi dai vignaioli francesi trovare spazio sui nostri media nazionali e non per le piante distrutte dei nostri areali produttivi".

Mai fino a questo momento eventi climatici avevano avuto impatti così devastanti su tutte le colture, provocando perdite tanto rilevanti a livello nazionale e regionale: "Il cambiamento climatico sta determinando l'anticipo delle fasi fenologiche delle

piante - spiega Vernocchi -. La fioritura dei frutteti oggi avviene fino a 20 giorni prima rispetto al passato: è per questo che le gelate primaverili causano danni così importanti". Danni che risultano ancora più penalizzanti in quelle aree come l'Emilia-Romagna che già nel 2020 erano state colpite dal gelo e che si trovano a far fronte per il secondo anno consecutivo a nuove perdite economiche, senza dimenticare la stagione 2019 caratterizzata dall'invasione della cimice asiatica che aveva polverizzato in particolare la produzione di pere. Di fronte a un quadro così delicato e compromesso (le analisi del CSO Italy includeranno nei prossimi mesi anche le stime dei danni di pere, mele e kiwi) il presidente di Apo Conerpo ha lanciato un appello a consumare frutta coltivata e lavorata in Italia. "Il nostro auspicio - sottolinea Davide Vernocchi - è che anche in Italia la distribuzione dia spazio e un giusto valore alla produzione made in

## Stima danni economici da gelo 2021 - Totale Italia

dati espressi in €	Danno alla produzione	Danni economici costi fissi strutture	Danni economici indotto	DANNO TOTALE
albicocco	79.715.244	23.619.332	47.238.663	150.573.239
pesco	209.606.749	89.345.814	134.018.721	432.971.285
susino	62.662.148	25.064.859	50.129.718	137.856.725
ciliegio	102.462.275	12.295.473	26.640.192	141.397.940
<b>Totale specie</b>	<b>454.446.416</b>	<b>150.325.478</b>	<b>258.027.294</b>	<b>862.799.188</b>

fonte: CSO Italy

Italy, proprio come avviene in Francia, dove i consumatori accettano di pagare fino a 2 euro in più al chilo le loro fragole, pur di premiare e difendere la produzione nazionale”.

Occorre, nel frattempo lavorare fin da subito a tutti i livelli per favorire gli investimenti negli strumenti di difesa attiva che salvaguardino la filiera a vantaggio del consumatore. “È necessario, poi – avverte Vernocchi -, che la ricerca aiuti la nostra frutticoltura a essere sempre più resistente agli effetti del cambiamento climatico e servono veri e propri paracadute per intervenire su una situazione che da eccezionale rischia di diventare cronica trovando soluzioni a livello europeo in vista della nuova Pac. Non è più rimandabile, inoltre, un intervento sulla legge 102: si tratta di uno strumento estremamente dipendente dalla sensibilità politica del momento e questo impedisce di poter contare su tempi e risposte certe. Nel caso della cimice asiatica sono arrivati indennizzi importanti e tempestivi, mentre ancora oggi non sappiamo se la norma sarà applicabile per i danni da gelate.

Gli strumenti assicurativi, purtroppo, hanno dimostrato per l'ennesima volta di non essere un adeguato argine al problema: l'interesse da parte delle compagnie assicurative a far fronte a questi tipi di eventi eccezionali è piuttosto scarso e anche quando c'è, il produttore si trova di fronte a costi e condizioni decisamente insostenibili”.

### I DANNI IN EMILIA-ROMAGNA

Con 232 milioni di euro complessivi, l'Emilia-Romagna è, ancora una volta, la regione più colpita. Per quanto riguarda le albicocche, ammontano a 30 milioni di euro i danni relativi alla produzione, ai quali vanno aggiunti quelli della fase del post raccolta (8,7 milioni di euro) e dell'indotto, pari a 17,5 milioni di euro. La quantificazione del danno economico alla produzione delle pesche e nettarine è stimata in 50,5 milioni di euro, quella

## Più investimenti contro le gelate

L'Assessore Regionale Alessio Mammi ha visitato, lo scorso 20 maggio, due aziende agricole socie della cooperativa Agrintesa che hanno installato ventole anti-brina. Questi sistemi, attivati dagli agricoltori durante le gelate tardive di fine marzo e inizio aprile hanno sortito effetti positivi, salvaguardando quote di produzione. Ma si tratta di interventi limitati che ancora non riescono a proteggere la maggior parte della produzione, per questo vanno incentivati insieme ad altre azioni a tutela della frutticoltura regionale. “Dopo le gelate del 2020, abbiamo deciso in collaborazione con le associazioni agricole e cooperative, di realizzare un bando per i sistemi antibrina e questi sono i primi risultati, e sono risultati molto positivi e incoraggianti per la nostra Regione – ha dichiarato l'assessore Alessio Mammi -. Proprio per



questa ragione lo ripeteremo nel 2021, mettendo nuove risorse per tutelare le produzioni dal gelo e dai cambiamenti climatici. Vedere gli effetti in maniera così tangibile è motivo di soddisfazione, che premia il notevole sforzo fatto per individuare le risorse necessarie, con le quali si è finanziato il 70% delle spese sostenute da coloro che hanno deciso di introdurre questi impianti. Siamo consapevoli che il lavoro non è finito, ma anzi, la bontà di queste prime sperimentazioni ci spinge a proseguire ed aumentare il nostro impegno. Gli uffici hanno già avuto il mandato di mettersi al lavoro ed entro l'estate verrà riproposto un nuovo bando con ancora più risorse destinate alla difesa attiva delle produzioni. Nei prossimi giorni inoltre, nell'interlocuzione che avrò con il ministro Patuanelli, mi farò portavoce di queste esigenze, perché c'è in gioco una filiera importante che coinvolge quotidianamente migliaia di aziende e un numero significativo di lavoratori”.

della fase di lavorazione e confezionamento in 21 milioni di euro. Sono 31 i milioni di euro che si perderanno invece per l'indotto. Oltre 30 milioni di euro, invece, il computo sulla produzione di susine, con post raccolta

e indotto che si attestano rispettivamente a 12 e a 24 milioni. 5 milioni di euro, infine, i danni alla produzione di ciliegie, mezzo milione quelli per il post raccolta e 1,2 milioni la perdita dell'indotto.

LE RICHIESTE ALL'INDOMANI DELLE GELATE

# AREFLH, tre proposte per aiutare i produttori

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

L'Assemblea ha presentato al Commissario Europeo Janusz Wojciechowski tre proposte per sostenere il mondo produttivo colpito con estrema durezza dalle gelate primaverili. Obiettivo: fornire un sostegno per accompagnare i produttori lungo un percorso fatto di investimenti e messa in opera di buone pratiche per contrastare le calamità naturali che, sempre con maggiore frequenza, si abbattano sul comparto.

È recentemente stata avanzata da Areflh, l'Assemblea delle Regioni Europee Frutticole Orticole e Floricole a cui la AOP FINAF aderisce, partecipando anche al Consiglio di Amministrazione tramite un proprio rappresentante, una richiesta di aiuto e sostegno al Commissario Europeo Janusz Wojciechowski, sollecitando una reazione istituzionale ai danni gravissimi subiti dal settore ortofrutticolo, dopo le gelate avvenute ad inizio aprile.

Le proposte avanzate in questa sede si vanno ad aggiungere e sono complementari alle richieste già portate avanti a livello nazionale da numerosi attori e rappresentanze istituzionali e, oltre all'attivazione della riserva di crisi prevista dal Regolamento 1306/2013, includono:

1. La possibilità di un aiuto maggiorato per le spese relative ad impianti antibrina e sistemi di avvertimento delle gelate (elevando all'80% la quota di aiuto finanziario della UE per questa tipologia di interventi

in luogo del 50% previsto dall'Articolo 34, paragrafo 1 del Regolamento 1308/2013).

2. Una semplificazione dell'articolo del Regolamento 891/2017 inerente le deroghe per il calcolo del VPC, al fine di garantire almeno

l'85% del valore della produzione commercializzata in caso di eventi calamitosi provanti un deprezzamento di almeno il 15%.

3. Favorire la costituzione di Fondi mutualistici con risorse straordinarie, finalizzati al contenimento prospettico dei danni da gelo.

Trattasi di iniziative dunque volte a fornire un sostegno che, seppur non in maniera immediata, possa, in una



prospettiva a medio termine, accompagnare i produttori verso un percorso di investimenti e buone pratiche da porre in essere nei prossimi anni, al fine di contrastare questi episodi calamitosi che, negli ultimi anni, stan-

no danneggiando in maniera così importante il settore ortofrutticolo.

Premesso infatti che il fenomeno delle gelate tardive è correlato al più generale problema del cambiamento climatico (e pertanto dovrà essere affrontato e gestito mettendo in atto tutte le possibili forme di difesa attiva), è necessario che le OP e i propri soci produttori programmino un piano di investimenti finalizzato a mitigare i danni di questi eventi.

La crisi climatica in agricoltura è un grave fenomeno ed è necessario contrastarla con buone pratiche sostenibili e con l'innovazione. Per questa ragione, Areflh che riunisce realtà produttrici d'Italia, Francia, Spagna, Portogallo, Austria, Irlanda, Germania, Belgio e Grecia, per garantire alle OP/AOP impegnate in questo piano di difesa la stabilità finanziaria e rafforzare la resilienza e la capacità di organizzazione dei produttori, ha portato di fronte alla Commissione Europea le suddette proposte. L'obiettivo è quello di consentire una adeguata copertura finanziaria ai soci delle OP per poter pianificare una efficace strategia di difesa.



Il Commissario Europeo per l'agricoltura, Janusz Wojciechowski.

LA NORMA NAZIONALE SI ADEGUA AL NUOVO REGOLAMENTO EUROPEO

# Controlli ufficiali: cambia la normativa

Alessia Faraone  
Ufficio Tecnico Apo Conerpo

Il decreto legislativo 27 del 2 febbraio 2021 adegua l'ordinamento nazionale alle novità introdotte dal Regolamento UE in materia di controlli ufficiali. Ecco cosa cambia.

Lo scorso 11 maggio si è tenuto un webinar dedicato ai **nuovi controlli ufficiali e decreti attuativi nazionali**, organizzato da Apo Conerpo e presenziato dall'Avv. Gaetano Forte, con una buona partecipazione delle Cooperative associate. L'esigenza di organizzare questo evento nasce dalla volontà di far chiarezza sull'entrata in vigore del **Decreto legislativo n.27 del 02.02.'21**, che ha lo scopo di adeguare l'ordinamento italiano al nuovo **Reg. (UE) 2017/625 sui Controlli Ufficiali**. Tale regolamento si applica a una serie di ambiti (**sanità delle piante, sottoprodotti di origine alimentare, sostanze e residui nei prodotti di origine vegetale e animale, produzione biologica, prodotti DOP, IGP, STG, etichettatura**) che vanno oltre quanto precedentemente previsto dall'abrogato Reg.882/2004.

Secondo la normativa, le autorità coinvolte ad **esercitare i controlli** sono: il **Ministero della Salute** (Autorità esclusiva per le relazioni ufficiali tra Italia, commissione Europea e altri Stati Membri), **le Regioni, le Province Autonome e le ASL** (con il compito di pianificare, programmare, eseguire, monitorare e rendicontare i controlli e le attività ufficiali. Il Ministero della Salute esercita le proprie funzioni di controllo occupandosi

delle **attività dell'operatore interessato** al fine di garantire la sicurezza e la conformità alla normativa dei prodotti alimentari, effettuando controlli anche su prodotti venduti "a distanza" mediante canali web. Al Mipaaf (Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali) spetta il ruolo di **autorità competente sui controlli alimentari non sanitari** (cioè, privi di impatto sulla sicurezza alimentare ma, che possono incidere sulla loro correttezza commerciale). Il Ministero ha anche la facoltà di intervenire



nell'ambito delle **frodi** e, nel caso in cui vi fosse la necessità di intraprendere procedure di controperizia e controversia.

Viene poi **inserito il concetto di "elevata trasparenza"** (Reg.2017/625) nei confronti dei **controlli ufficiali**, proponendo di **mettere annualmente nel web, a disposizione di tutti, i risultati degli accertamenti**. Lo stesso principio vale anche per la **pubblicizzazione delle informazioni di rating** dei singoli operatori e cioè quella

"categorizzazione" che si determina prendendo in considerazione alcuni fattori come:

- i **rischi** che possono influire sulla sicurezza, integrità, salubrità degli alimenti e mangimi;
- le **non conformità** degli operatori;
- l'**affidabilità** dell'Autocontrollo degli operatori;
- i **risultati** dell'Autocontrollo messi in atto dagli operatori (regimi di certificazione di qualità privati).

In base alle norme, poi, **gli operatori del settore alimentare sono tenuti a garantire l'accesso ai luoghi da sottoporre ad ispezione e alle documentazioni** collegate così come devono **collaborare e fornire assistenza nell'assicurare la realizzazione dei prelievi con quantità sufficiente di matrici** per consentire la formazione di campioni da analizzare: qualora non vi sia accordanza sull'entità delle valutazioni dell'autorità competente o sugli esiti dei controlli, il Decreto dà la possibilità all'operatore controllato di poter **usufruire di strumenti di controperizia e controversia**.

Possiamo dunque osservare che il **legislatore europeo introduce un sistema di controlli che va oltre il classico concetto di "Food Safety"** per porre l'attenzione ad eventuali nuove "tipologie di rischio" per la salute umana. Il nuovo approccio legislativo prevede quindi che i controlli non si limitino alla sola impresa alimentare ma venga **estesa l'area di controllo attraverso il coinvolgimento dell'intera filiera "dal campo alla tavola"**.

OBIETTIVO: RAGGIUNGERE 50 MILIONI DI CONSUMATORI IN TRE ANNI

# Progetto IN&OUT ai nastri di partenza

Jacopo Serafini

Presentato ufficialmente il nuovo progetto di Apo Conerpo, finanziato con il contributo dell'Unione Europea, per promuovere la qualità, la salubrità e la sostenibilità della frutta e della verdura nazionale e valorizzare il ruolo delle Organizzazioni di Produttori. Da giugno via alle operazioni promozionali in Italia, Austria e Danimarca.

**P**ronti? Si parte! Con la conferenza stampa di presentazione, ha preso ufficialmente il via IN&OUT, il nuovo progetto di Apo Conerpo, cofinanziato dall'UE per promuovere la sostenibilità, la qualità e la salubrità delle filiere ortofrutticole nazionali e comunitarie riunite nelle OP, strumento di valorizzazione e sostegno per decine di migliaia di produttori agricoli "Grazie a IN&OUT intendiamo raggiungere oltre 50 milioni di consumatori raccontando il nostro impegno per la sostenibilità ambientale, etica ed economica - spiega Davide Vernocchi, presidente di Apo Conerpo -: da oltre 20 anni come OP cooperativa promuoviamo fra i nostri soci agricoltori il modello della produzione integrata, riducendo l'impiego di mezzi chimici e applicando metodi a basso impatto ambientale per ottenere prodotti di elevata qualità senza sprecare acqua, preservando il suolo, valorizzando la stagionalità dei prodotti, combattendo il cambiamento climatico e cercando di garantire, nel contempo, un adeguato reddito ai produttori. Come OP possiamo dire

di operare già nella direzione indicata dagli obiettivi di sostenibilità dell'European Green Deal".

Un grande impegno che fino a oggi non è stato adeguatamente valorizzato: "La sostenibilità è nel nostro DNA - prosegue Vernocchi - ma, ancor più che in passato, dobbiamo comunicare i plus delle filiere ortofrutticole nazionali ed europee sia ai consumatori che agli operatori del trade, vero e proprio 'ultimo miglio' di un percorso che comincia nei campi e nei frutteti dei nostri soci. A entrambi veicoleremo i temi della sostenibilità delle produzioni ortofrutticole, della salubrità, della tracciabilità e, in ultima analisi, della qualità dei nostri prodotti. Tutti valori che l'ortofrutta europea, e in particolare quella rappresen-

tata dai marchi di Apo Conerpo, è in grado di interpretare al meglio. Tutto il buono della frutta e verdura europea inizia in campo: Grazie a IN&OUT potremo raccontarlo a tutti".

"Siamo molto lieti di partecipare a questo progetto insieme ad Apo Conerpo - commenta Angelo Gentili, responsabile agricoltura di Legambiente -. Il progetto IN&OUT cerca di favorire un'agricoltura non solo sostenibile ma anche sociale e competitiva. L'ecologia e il Made in Italy non devono essere soltanto l'asse portante delle strategie future del settore ma anche gli elementi cardinali che ci consentiranno di affrontare la sfida climatica e la transizione ecologica mantenendo la competitività. Per rispondere alla crisi del pianeta e,



contemporaneamente, alle esigenze dei consumatori”.

### I CAPISALDI DEL PROGETTO

“IN&OUT avrà una durata triennale – spiega **Claudio Scalise, Managing partner di SGMarketing** – e vedrà le proprie attività realizzarsi su tre Paesi: Italia, Austria e Danimarca. In questi territori l’obiettivo sarà quello di valorizzare il sistema di garanzia europeo sulla sicurezza e salubrità dell’ortofrutta, attraverso il controllo e la tracciabilità della filiera cooperativa di Apo Conerpo. Coinvolgeremo il consumatore con un’intensa campagna di comunicazione online e offline e un’importante attività informativa nei punti vendita articolata su oltre 10.000 giornate mentre al trade sarà rivolta una massiccia campagna stampa sulle principali riviste di settore. L’obiettivo, già citato, è quello di raggiungere 50 milioni di consumatori e, per almeno 8 milioni di essi, aumentare in modo consistente la consapevolezza delle garanzie dei sistemi di produzione europea sulla salute dei consumatori”. “Lo scenario di mercato attuale – spiega il direttore di SGMarketing,



Salvo Garipoli - ci consegna la figura di un consumatore sempre più alla ricerca di rassicurazione e di elementi utili ad approfondire il senso del consumo. In tale contesto, l’ortofrutta assume un ruolo prioritario perché è espressione del piacere del mangiare sano. Per produzione e distribuzione diventa, dunque, sempre più rilevante la necessità di guidarlo nel processo di spesa e garantirlo attraverso il racconto di una filiera agricola votata alla responsabilità



sociale, economica ed ambientale.”

### ATTIVITÀ AL VIA DAL 1 GIUGNO

Target del progetto saranno i consumatori tra i 25 e i 64 anni, attenti agli aspetti salutistici dei prodotti e ai temi della sostenibilità etica e ambientale e che prediligono le produzioni a filiera corta, certificata e tracciabile. A loro saranno rivolte le principali iniziative messe in campo dalle business unit di Apo Conerpo: Alegria, Brio, Naturitalia e Valfrutta Fresco per dare vita a un’importante azione informativa e promozionale in Italia e nei mercati internazionali, in particolare quelli di Austria e Danimarca, dove saranno svolte azioni specifiche.

A partire dal mese di giugno verranno allestiti spazi dimostrativi in tutte le principali catene della Gdo italiana e nei marchi di riferimento per i due Paesi esteri: un’operazione ad ampio spettro che vedrà la realizzazione di oltre 10.800 giornate promozionali nell’arco dei tre anni. Di queste, più di 6.200 saranno messe in campo nel nostro Paese mentre oltre 2.200 verranno realizzate sia in Austria che in Danimarca.

L’obiettivo, nell’arco del triennio, è quello di intercettare con le azioni promozionali e informative di IN&OUT oltre 50 milioni di consumatori europei, puntando a renderli più informati e consapevoli dei plus dell’ortofrutta nazionale ed europea. A supporto delle iniziative di comunicazione e al fine di verificare l’effettivo impatto del progetto, nel corso dei mesi saranno distribuiti semplici questionari d’opinione: compilandoli e restituendoli alle casse, i consumatori intercettati durante le giornate promozionali potranno anche partecipare a interessanti concorsi a premi. Per la prima annualità di progetto, l’iniziativa ha preso il via l’1 aprile 2021 con il titolo “Fai il pieno di vitamine” e metterà in palio fra tutti i partecipanti fino al 31 agosto 2021, ben 180 centrifughe con cui realizzare gustose e salubri bevande a base di frutta e verdura.

I NUOVI PRODOTTI SONO IN ARRIVO NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE

# Valfrutta, benessere al centro con Difesa e Buonmix

Giovanni Bucchi

Focus sul corretto stile di vita e sulla salute: dal succo con vitamine A, C, D, E e zinco ai nuovi mix di mais, verdure e legumi cotti a vapore.

**D**al benessere alla protezione del sistema immunitario. Cresce sempre di più l'attenzione di Valfrutta per il corretto stile di vita e la salute delle persone, un impegno confermato anche dall'importante partnership con lo IOR – Istituto Oncologico Romagnolo, con il quale la marca della "natura di prima mano" condivide progetti dedicati all'educazione ad una sana alimentazione e ad un corretto stile di vita, con particolare attenzione alle giovani generazioni. Sono due i nuovi prodotti Valfrutta che Conserve Italia (consorzio cooperativo proprietario del marchio)

sta lanciando proprio in queste settimane sul mercato della Grande Distribuzione e che si focalizzano sul tema del benessere. Innanzitutto c'è Valfrutta Difesa, il nuovo succo di frutta ricco di vitamine A, C, D, E e zinco, senza zuccheri aggiunti, proposto nel gusto ACE Passion Fruit e nella confezione da un litro, adatta al consumo di tutta la famiglia. Un bicchiere di Valfrutta Difesa (200 ml) contiene infatti il 50% dei valori nutritivi di riferimento di vitamine A, C, D, il 50% di zinco e il 30% di vitamina E. Da qui il sostegno al corretto funzionamento del sistema immunitario e alla protezione delle cellule dallo stress ossidativo, oltre al fatto che questo succo contiene il 90% di frutta e verdura. La novità di Valfrutta Difesa arriva inoltre in un periodo in cui è massima l'attenzione alla salute ed è considerevolmente

umentata tra i consumatori la consapevolezza sull'importanza di un'alimentazione corretta anche in funzione del rafforzamento del proprio sistema immunitario. Dalle bevande alle conserve vegetali, non cambia l'attenzione del consumatore per prodotti sani, ottenuti con ingredienti naturali e con un'alta componente di servizio. Ed è su questo target che si posiziona la proposta del Buonmix Valfrutta, l'innovativa linea composta da tre mix a base di mais, verdure e legumi, subito pronti da consumare. Si tratta di un'estensione dei Cotti a Vapore, la fortunata gamma Valfrutta che per prima ha sdoganato la cottura a vapore nei vegetali, così da garantire di preservare al massimo le caratteristiche organolettiche dei prodotti con una cottura altamente delicata. La cottura a vapore infatti è l'ideale proprio per tutti i vegetali, in quanto evitando il contatto con l'acqua, le verdure rimangono integre e saporite, morbide e naturalmente ricche di vitamine e sali minerali. Le tre proposte di Buonmix Valfrutta rappresentano un mix di verdure pronte, fresche e selezionate, genuine e piene di gusto, perfette per arricchire un'insalata, una pasta fredda o per un tocco di creatività in cucina.



BUONI VOLUMI, OTTIMA QUALITÀ E IMPIANTO DI LAVORAZIONE RINNOVATO

# Alegra, campagna cerasicola nel segno dell'innovazione

Alessandro Pantani

La business unit di Apo Conerpo commercializzerà le ciliegie dei soci di Agrintesa: attesi 24.000 quintali di prodotto di qualità eccellente che saranno lavorati nella struttura emiliana all'avanguardia dove oggi sono operative 16 linee di calibratura e selezione ottica installate da Unitec.

**C**ampagna cerasicola al via per Alegra: buoni volumi (nonostante gli effetti delle gelate che non hanno consentito una piena produzione) e ottima qualità sono il tratto distintivo di un'annata che nasce nel segno dell'innovazione. Agrintesa, cooperativa di riferimento per la business unit di Apo Conerpo, ha infatti rinnovato l'impianto di Castelfranco Emilia (MO): la struttura, in cui saranno lavorati i 24.000 quintali di prodotto attesi, ha visto il raddoppio delle linee di calibratura e selezione ottica prodotte da Unitec che utilizzano la tecnologia Cherry Vision 3.0, la migliore disponibile sul mercato.

"A metà maggio sono cominciati i primi inserimenti sul mercato delle ciliegie IGP di Vignola e di quelle coltivate dagli agricoltori romagnoli – spiega il responsabile commerciale Italia di Alegra, Enrico Bucchi -: il prodotto è bello, croccante e dal sapore intenso, in linea con le aspettative molto elevate del mercato, caratteristiche che possiamo garantire grazie agli importanti investimenti fatti da Agrintesa nel corso degli anni per dare vita a un rigido protocollo di gestione del prodotto non solo in campo ma anche nei magazzini di lavorazione. Ogni singo-

la ciliegia, all'arrivo in stabilimento viene sottoposta a pre-raffreddamento mediante l'utilizzo di hydrocooler che blocca il processo di maturazione e garantisce al prodotto una shelf life molto elevata senza intaccarne qualità, consistenza e gusto. Grazie alle rinnovate linee Unitec di calibratura e selezione e a tutta l'automazio-



ne presente nello stabilimento per il confezionamento del prodotto, poi, le ciliegie vengono rapidamente suddivise e confezionate in pack trasparenti in R-PET riciclato e riciclabile, in una sintesi ideale di salubrità, conservabilità dei frutti e sostenibilità ambientale. Le confezioni, a questo punto, sono pronte per raggiungere i nostri clienti: con i marchi Alegra e Valfrutta Fresco serviamo tutte le principali catene nazionali, per le quali realizziamo sempre più spesso anche le linee premium a marchio del distributore, e la DO e, grazie all'aumento dei volumi di lavorazioni permesso dal nuovo impianto, siamo pronti ad allargare ancora di più il nostro parco clienti".

Per Agrintesa le ciliegie rappresentano uno dei prodotti fondanti: la superficie a catasto della cooperativa è di 380 ettari coltivati da produttori altamente specializzati, in maggioranza collocati nell'areale modenese di Vignola, che possono fregiarsi del marchio IGP. Le restanti produzioni sono collocate invece in Romagna, soprattutto nell'areale faentino, dove si sta sviluppando sempre di più una cerasicoltura di altissimo livello.

## IL NUOVO IMPIANTO

"Siamo stati una delle prime aziende in Italia a inserire calibratrici e selezionatrici ottiche nei nostri centri di confezionamento con l'installazione nel 2016 delle prime 8 linee Unitec – spiega il DG di Agrintesa, Cristian Moretti -: un'innovazione coraggiosa, all'epoca, che ci permise però, fin da subito, di migliorare la nostra offerta grazie alla suddivisione delle ciliegie per colore e pezzatura e la completa eliminazione di tutti i frutti con anche il minimo difetto, garantendo un prodotto eccellente a tutti i clienti e consumatori. Oggi, in virtù dei risultati raggiunti e l'apprezzamento da parte del mercato e dei clienti, abbiamo realizzato un ulteriore importante investimento, raddoppiando le linee di calibratura e selezione Unitec e aggiornando il sistema alla recentissima tecnologia Cherry Vision 3.0: un ulteriore salto di qualità che ci permetterà di raggiungere gli 80 quintali/ora di ciliegie lavorate continuando a garantire ai nostri clienti e ai consumatori un prodotto di qualità eccellente".

# UNA FILIERA TUTTA ITALIANA



**NATURITALIA AL SERVIZIO DELLA QUALITÀ E DEL MERCATO**



C'è  
Gigi Filare  
sempre pronto  
a spiegare.

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

**NATURITALIA, SPECIALISTA NELL'ORTOFRUTTA.**

**[www.naturit.it](http://www.naturit.it)**

  
**Naturitalia**  
THE FLAVOURS OF NATURE

NATURITALIA DISTRIBUISCE

 **Jingold**  
lo specialista del kiwi

IN AUMENTO IL PREZZO DELLE MATERIE PRIME

# Con la pandemia vola il costo del packaging

Jacopo Serafini

Dalla carta ai polimeri per gli imballi, la crisi pandemica fa schizzare alle stelle il costo dei materiali essenziali per gli imballi, rischiando un aumento di spesa per filiera e consumatore.

**C**arta (e derivati) e plastica alle stelle: la pandemia, com'è noto, ha spinto, in particolare nel corso del primo lockdown, gli acquisti di ortofrutta confezionata in virtù anche della percezione di una maggior salubrità del prodotto protetto all'interno dell'imballo. Un trend che ha inevitabilmente incrementato le richieste di materiali per la produzione di packaging: carta (e derivati) e plastiche per utilizzo alimentare di vario tipo, appunto.

Ma quanto "pesa" il mercato degli imballi? Secondo le stime, questo settore costituisce una percentuale consistente del più ampio comparto del packaging: basti pensare che nell'Unione Europea gli imballi assorbono ben il 40% di tutta la domanda di plastica con un trend (dopo la frenata legata alla crisi economica del 2008) in aumento del 2% all'anno e un volume totale che, a fine 2019, superava i 14 milioni di tonnellate. Dal punto di vista economico, secondo quanto riportato dalla testata online "L'Inkiesta", per il 2020 la società di consulenze Markets and Markets, stima un incremento globale del 5,5%, cioè oltre 100 miliardi di dollari in più rispetto al 2019. Un boom trainato, è facile prevederlo, dal comparto sanitario, alimentare e dalle vendite onli-

ne. Il settore agroalimentare, infatti, concentra ben il 76% degli imballi plastici totali.

Una vera esplosione di richieste che, secondo la più basilare legge del mercato, quella della domanda e dell'offerta, ha visto innalzarsi a razzo anche il costo delle materie prime: ad esempio, complice anche la ritrovata "salute" del prezzo del petrolio (*al momento*

*in cui scriviamo il Brent è tornato a circa 70 dollari) sul fronte delle plastiche il costo dei polimeri per la produzione è salito, da ottobre 2020 a marzo 2021, di oltre il 70%. Non che vada davvero meglio nel comparto della carta/cartone a uso alimentare: le tensioni del mercato mondiale di questi prodotti, come spiegato al Sole24Ore da Claudio Dall'Agata, direttore del*

## Meno plastica per la frutta: ecco il progetto STEP

**O**biiettivo: meno plastica per aiutare il pianeta. CRPV – Centro Ricerche Produzioni Vegetali, in collaborazione l'Università di Modena e Reggio e l'Università di Bologna, Organizzazioni di Produttori e aziende agricole, ha lanciato il progetto STEP con l'obiettivo di ridurre l'utilizzo della plastica in frutticoltura, dal campo allo scaffale della Grande Distribuzione. **"Oggi la plastica convenzionale è ampiamente utilizzata lungo tutta la filiera ortofrutticola – spiega Alvaro Crociani, direttore di CRPV -, dalle pacciamature alle reti anti-grandine e anti-insetto, ai sistemi di irrigazione, a cui si aggiunge tutto il capitolo degli imballi utilizzati per il pack della frutta fresca e di IV gamma. Per decenni è stata considerata la soluzione migliore: affidabile, economica, capace di garantire la salubrità del cibo. Oggi, tuttavia, grazie ai progressi della scienza e della ricerca, abbiamo a disposizione diverse alternative possibili che potrebbero sostituire, in molti casi, la plastica convenzionale e generare percorsi virtuosi di riciclo e recupero. Con il progetto STEP non intendiamo demonizzare la plastica ma capire come utilizzarla al meglio, valorizzandola alla fine del suo ciclo di utilizzo, e individuare quali materiali maggiormente eco-compatibili potrebbero diventare la scelta ideale per il futuro della frutticoltura. Lavoreremo anche sul fronte degli imballaggi per il confezionamento della frutta che, nell'ultimo anno, hanno avuto un ulteriore boom a causa del Covid. L'obiettivo è quello di riuscire a razionalizzare l'uso delle plastiche convenzionali tramite la riduzione della complessità dei pack e degli spessori, individuando nuovi materiali meno impattanti sull'ambiente, realizzati da fonti rinnovabili, biodegradabili e compostabili. La sfida è grande: la frutta è un prodotto vivo e non semplice da gestire garantendo salubrità, resistenza agli urti e trasparenza".**

consorzio Bestack, hanno portato alla "decuplicazione dei prezzi della carta da macero, passata dagli 11 euro per tonnellata di febbraio 2020 agli attuali 140 euro per tonnellata" (Rif. "Cartiere sotto pressione: col Covid costi alle stelle e scarsità di materiali", Il Sole24Ore, 17 marzo 2021).

### LE NOVITÀ DI MAGGIO

Qualche timido raggio di sole ha cominciato però metaforicamente a splendere lo scorso maggio: pur permanendo una situazione critica sul fronte della disponibilità e dei prezzi delle materie prime, la bozza del decreto Sostegni dello scorso maggio ha rinviato a gennaio 2022 l'entrata in vigore della plastic



tax che, secondo le proiezioni, avrebbe impattato principalmente sui margini di reddito dei produttori e sulla spesa del consumatore.

A fine mese, poi, il Conai (il Consorzio Nazionale Imballaggi) ha deliberato una diminuzione del contributo ambientale. Il contributo base passerà da 55 euro/tonnellata a 25 euro/tonnellata a partire dal luglio 2021 per tutti gli imballaggi in carta e cartone. Il risparmio previsto per gli utilizzatori di questo tipo di pack è di oltre 135 milioni di euro, su un immesso al consumo pari a 4,5 milioni di tonnellate. Piccoli segnali ma sicuramente confortanti, nell'attesa che la situazione globale torni a normalizzarsi e, con essa, anche il mercato delle materie prime.

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

## 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.

