

ORTOFRUTTA NOTIZIE

Novembre 2021



**CONSERVE ITALIA, FILIERA
TRE VOLTE SOSTENIBILE**



**CACHI, FORTI DANNI DALLE GELATE
ALEGRA ALLA SFIDA DEL MERCATO**



**NATURITALIA, EXPORT IN CRESCITA
PER LA FRUTTA ESTIVA**

UNA FILIERA TUTTA ITALIANA



NATURITALIA AL SERVIZIO DELLA QUALITÀ E DEL MERCATO



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

NATURITALIA, SPECIALISTA NELL'ORTOFRUTTA.

www.naturit.it


Naturitalia
THE FLAVOURS OF NATURE

NATURITALIA DISTRIBUISCE



Sommarario

- 4 F.In.A.F., scenari futuri oltre il PO 2018-2022
LISA MARTINI
- 6 Opera e UNAPera, in parallelo per il futuro del settore
ALESSANDRO PANTANI
- 8 Agrintesa, Castellari confermato presidente
ALESSANDRO PANTANI
- 10 Patfrut, cambio al vertice arriva Aldo Rizzoglio
JACOPO SERAFINI
- 11 Conserve Italia, filiera tre volte sostenibile
GIOVANNI BUCCHI
- 12 Cachi, forti danni dalle gelate Alegra alla sfida del mercato
ALESSANDRO PANTANI
- 13 Naturitalia, export in crescita per la frutta estiva
AUGUSTO RENELLA
- 14 Ortofrutta, l'Emilia-Romagna chiede interventi strutturali
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

I 6,8 miliardi per l'agricoltura vanno spesi entro il 2026

PNRR, l'ortofrutta è pronta, e la politica?

Davide Vernocchi
Presidente Apo Conerpo

8 00 milioni per la logistica, 1,2 miliardi per i contratti di filiera, 1,5 miliardi per l'agrisolare, 500 milioni per l'innovazione e meccanizzazione nel settore agricolo, poco meno di 2 miliardi per produzioni e tecnologie legate allo sviluppo di biogas e biometano, 880 milioni per la resilienza dell'agrosistema irriguo: nel Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR) al mondo agricolo sono riservati 6,8 miliardi.

Non è mia intenzione discutere qui se siano tanti o pochi rispetto ai 248 miliardi complessivi che da Bruxelles dovranno servire a rilanciare l'economia italiana: posso però affermare con certezza che il primo settore ripone grandi aspettative su queste risorse e tutto il mondo agricolo ne parla come una grande opportunità per il sistema-Paese.

Queste risorse, se investite con intelligenza e progettualità, possono imprimere al comparto un'importante accelerazione in direzione della conversione verso l'agroecologia che la Comunità Europea ci chiede con sempre maggiore insistenza. Ma occorre spenderle, è bene ricordarlo, entro il 2026. I tempi quindi non sono affatto brevi, anzi.

A oggi, tuttavia, con la fine del 2021 dietro l'angolo, al di là di diverse (e condivisibili) dichiarazioni di intenti da parte del mondo politico, ancora non conosciamo le condizioni necessarie tali da consentire alle aziende agricole di accedere a tali risorse, pianificare investimenti, dare vita a progetti che proiettino il nostro settore nella fase post-pandemica. Questo però rappresenta un serio problema e un pesante vincolo per il futuro: gli investimenti del mondo agricolo richiedono tempo per essere sviluppati appieno e per arrivare a compimento. Recentemente ho usato un paragone un po' iperbolico: costruire una cella frigorifera per la gestione della frutta non è come comprare una bicicletta in un negozio specializzato: occorre progettare, confrontarsi con una micidiale burocrazia (spesso anche locale), ottenere permessi e, infine costruire. Tutto questo entro il 2026. Una bella sfida, per usare un eufemismo.

Ecco perché questa attesa diventa sempre più difficile da digerire: sappiamo che ci saranno i fondi, sappiamo quanti saranno e sappiamo entro quando dobbiamo spenderli. Nient'altro. Occorre che la politica nazionale si attivi con la massima celerità affinché il PNRR non diventi l'ennesima occasione sprecata nella storia del nostro Paese: credo che nessuno possa permetterlo e che, ancor di più, nessuno lo desideri.

E il mondo ortofrutticolo, è bene ribadirlo, è pronto e disponibile a mettersi in gioco fin da subito. Aspettiamo quindi un cenno da parte del mondo politico, un segno che indichi che, in tempi brevi se non brevissimi, si possa partire con gli strumenti di accesso a questi fondi, i bandi.

Con un paio di precisazioni, tuttavia: a differenza di quanto accaduto con il FESR, occorrerebbe ridurre il differenziale delle risorse disponibili a nord e a sud del Paese distribuendole in modo più equilibrato. Parallelamente occorre che le grandi imprese del settore possano accedere a queste opportunità permettendo a chi sceglie di aggregarsi per rispondere alle sfide e richieste del mercato di poter contare su fondi importanti con cui dare vita a progetti di grande impatto economico e sociale.

Il treno del futuro passerà molto in fretta: la politica ha il dovere non farlo sfilare davanti senza permetterci di salire a bordo.



APPROVATA L'ULTIMA ANNUALITÀ DEL PROGRAMMA OPERATIVO

F.In.A.F., scenari futuri oltre il PO 2018-2022

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

L'assemblea della AOP è stata occasione per uno sguardo sul prossimo futuro, dalle nuove regole e normative al ruolo delle Associazioni di Organizzazioni di Produttori, alle sfide della sostenibilità ambientale.

L'Assemblea di F.In.A.F. ha approvato l'ultima annualità del Programma Operativo 2018-2022: presentato in Regione Emilia-Romagna, il P.O. è stato delegato alla AOP da 14 Organizzazioni di Produttori aderenti e operanti principalmente in Emilia-Romagna, Puglia, Lombardia e Lazio.

Per il 2022 il Programma Operativo di F.In.A.F. presenta un valore della produzione commercializzata pari a

737,5 milioni di euro che ha generato un Fondo di esercizio pari a 66,94 milioni di euro destinato alle seguenti Misure:

- M1 Pianificazione della produzione, compresi gli investimenti in immobilizzazioni materiali: 17,8% delle risorse
- M2 Miglioramento o mantenimento della qualità dei prodotti, freschi o trasformati: 32,40% delle risorse;
- M3.1 Incremento del valore commerciale dei prodotti e miglioramento della commercializzazione: 16% delle risorse;
- M3.2 Promozione dei prodotti, freschi o trasformati, e attività di comunicazione: 3% delle risorse;
- M4 Ricerca e produzione per fini sperimentali, compresi gli investi-

menti in immobilizzazioni materiali: 0,8% delle risorse;

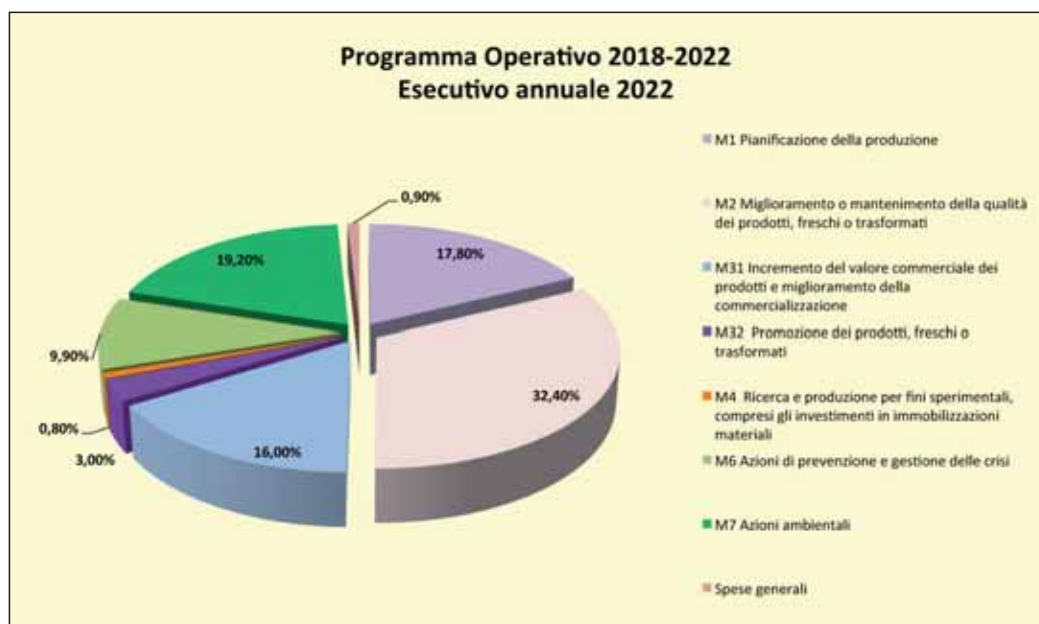
- M6 Azione di prevenzione e gestione delle crisi: 9,9% delle risorse
- M7 Azioni Ambientali per il 19,2% delle risorse.

L'ultima annualità del Programma Operativo pluriennale di F.In.A.F. vede pertanto la quota delle azioni dedicate all'agroambiente raggiungere complessivamente il 19,2%, per un ammontare di risorse che sfiorano i 13 milioni di Euro: un risultato che si conferma essere un ottimo traguardo.

UNO SGUARDO AL FUTURO

Sempre nel corso dell'Assemblea è emerso altresì che, con la chiusura di questa programmazione pluriennale, diviene necessario per F.In.A.F. guardare al futuro e, in particolare, alle nuove regole che disciplineranno i prossimi Programmi Operativi.

Il prossimo scenario normativo è però ancora in fase di definizione: in questo contesto F.In.A.F. presidia numerosi tavoli di confronto a livello comunitario, in particolare attraverso Areflh (l'Assemblea delle regioni ortofrutticole europee alla quale FINAF, tramite un proprio rappresentante, partecipa al Consiglio di Amministrazione); a que-



sta azione si affianca l'attività mensile che prende la forma di incontri dedicati agli esperti del settore OCM tra tutte le OP Europee aderenti. A livello nazionale, invece, si sottolinea l'importanza dell'incontro organizzato dall'Alleanza delle Cooperative Italiane che recentemente ha avuto luogo presso la sede della OP Oro-gel socia di F.In.A.F., con la partecipazione in presenza di Luigi

Polizzi, Direttore Generale delle Politiche Comunitarie ed internazionali del MIPAAF: durante l'incontro si è discusso del Regolamento delegato attualmente in fase di approvazione e del conseguente Piano Strategico nazionale che dovrà darne concreta applicazione sul nostro territorio.

IL RUOLO DELLE AOP

Elemento essenziale su cui puntare nel nuovo scenario normativo sarà quindi il ruolo delle Associazioni di Organizzazioni di Produttori per le quali se da un lato sono previsti numerosi incentivi, dall'altro non sono ancora stati disciplinati i requisiti in base ai quali esse potranno accedervi.

Risulta dunque cruciale l'impianto normativo che darà attuazione alla volontà del Parlamento Europeo di favorire le Associazioni di Organizzazioni di Produttori, in quanto valido strumento di aggregazione. Potrà essere l'occasione di incentivare una centralizzazione delle funzioni in capo a tali organismi, così da poter dare attuazione ad un Programma Operativo Unico con obiettivi definiti a livello di AOP, in grado di mostrare una maggiore efficacia nella realizzazione delle finalità espresse e nella messa in atto di sinergie frutto del processo di aggregazione.

O.P. e REGIONI DI INFLUENZA P.O. 2022			
EMILIA ROMAGNA	LAZIO	LOMBARDIA	PUGLIA
APO CONERPO	COOPERNOCIOLE	APOL IND.	ABA MEDITERRANEA
ASIPO	HORTA	VERDE INTESA	BIO ORTO
COOPERATIVA MODENESE			CONAPO
ESSICCAZIONE FRUTTA			FIMAGRI
Gbc FUNGHI DELLE TERRE DI ROMAGNA			LA PALMA
OROGEL soc. coop.			

La AOP F.In.A.F. rappresenta a tal proposito un esempio di eccellenza per quanto riguarda il processo di aggregazione dal momento che, oltre a raggiungere una base sociale di quasi 8.000 produttori con una superficie complessiva che sfiora i 60.000 ha, rappresenta al suo interno una gamma pressoché completa di tipologie di prodotti, che vanno dalla frutta agli ortaggi, dal prodotto fresco al trasformato, dalle produzioni surgelate a quelle essiccate, fino ad arrivare ad OP specializzate in particolari segmenti come i funghi, le nocciole o i prodotti biologici.

Ne deriva, pertanto, che il ruolo della AOP come strumento aggregante di una così ampia e diversificata base sociale, andrebbe premiato e incentivato là dove la OP aderenti ne delegassero la programmazione e la gestione di un unico e più efficace Programma Operativo.

LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Altro tema cardine della nuova normativa è quello della sostenibilità ambientale: tale aspetto infatti, già alla base di tutto il disegno normativo della nuova PAC, trova anche in ambito OCM una grande rilevanza, in particolare per quanto attiene l'attribuzione di un tetto minimo di spesa

pari al 15% alle Misure ambientali. Si tratta di un obiettivo che seppur auspicabile, dovrebbe essere incentivato attraverso un incremento e non una riduzione del ventaglio di interventi ammissibili nell'ambito di questa misura. È auspicabile altresì che tale tetto di spesa possa essere raggiunto anche nell'ambito di un Programma Operativo unico in capo ad una AOP, in modo da favorire il processo di aggregazione unitamente alla riduzione dell'impatto ambientale. Attenzione va posta nondimeno sulle opportunità che, anche in tema agroambientale, possono essere perseguite dal settore del trasformato che nell'ambito della AOP F.In.A.F. rappresenta un settore di rilievo, sia per quanto riguarda il pomodoro sia altre produzioni orticole e la frutta, tanto tramite le proprie OP associate che attraverso le filiali delle stesse. Promuovere l'aggregazione significa infatti favorirla lungo tutta la filiera produttiva, dalle aziende agricole, alle strutture di lavorazione, fino al prodotto trasformato.

Le azioni e gli interventi portati avanti tramite il Programma Operativo pertanto possono avere un'efficacia di grande portata, in primis a livello agroambientale, se portate avanti da grandi strutture aggregate, con importanti e positive ripercussioni su tutti gli attori della filiera.

INTERVISTA AL PRESIDENTE ADRIANO ALDROVANDI

Opera e UNAPera, in parallelo per il futuro del settore

Alessandro Pantani

Opera fa parte delle realtà fondatrici di UNAPera, il consorzio nato durante l'estate con l'obiettivo di valorizzare la pera IGP dell'Emilia-Romagna. Due progetti non in competizione con un obiettivo chiaro: difendere un'eccellenza regionale e garantire redditi adeguati ai pericoltori.

Impedire la scomparsa della pericoltura in Emilia-Romagna, ridare un reddito adeguato ai produttori e valorizzare un'eccellenza regionale unica nel suo genere: sono questi gli obiettivi principali di UNAPera, consorzio nato a fine luglio 2021 che vede la partecipazione di 25 imprese (fra cui 12 Organizzazioni di Produttori) che rappresentano più del 70% delle pere

commercializzate in Italia negli ultimi tre anni e oltre il 50% dell'export tricolore. Alla guida di questo nuovo soggetto, destinatario anche di importanti sostegni da parte della Regione Emilia-Romagna, c'è il presidente Adriano Aldrovandi che riveste la medesima carica anche in Opera, il consorzio che riunisce circa il 23% della produzione nazionale e che ha aderito con convinzione al progetto UNAPera.

Presidente Aldrovandi, perché c'è bisogno di UNAPera? Come convive



questo progetto con Opera? Opera è stata ed è tutt'ora l'esperienza pilota, il primo passo di un percorso che oggi si è concretizzato in UNAPera, mettendo attorno a un tavolo realtà concorrenti

ma con un obiettivo comune. Le due entità convivono perfettamente: Opera, con i suoi rigorosi criteri di gestione, è, di fatto, un'unica azienda che riunisce circa il 23% del prodotto nazionale e continua il proprio percorso, perseguendo una politica di marca attraverso un brand specifico, comunicazione e strategie proprie. Una strategia che oggi Opera mette in atto in piena sinergia con il progetto UNAPera che rappresenta un percorso di aggregazione diverso e non in competizione. L'aggregazione, inoltre, ci permette di affrontare temi diversi: la valorizzazione del prodotto, gli investimenti sulla qualità, il legame con il territorio. Quindi, come convivono Opera e UNAPera? Benissimo, sono molto fiero di entrambi i progetti.

Quali sono gli obiettivi di UNAPera a breve, medio e lungo periodo?

Nel breve periodo, sicuramente l'obiettivo è impedire la scomparsa della produzione di pere nell'Emilia-Romagna: un valore per il territorio, una tradizione, una specializzazione che non può perdersi. Nel medio periodo sicuramente occorre tornare a restituire un reddito adeguato ai pro-



duttori, in particolare dopo anni così difficili come quelli che stiamo vivendo nell'ultimo triennio.

Infine, nel lungo periodo la sfida sarà quella di restituire la visibilità e valorizzare una vera eccellenza regionale che merita di tornare a essere un prodotto top a scaffale e nel cuore dei consumatori.

In che modo l'adesione di Opera a Unapera rappresenterà un plus per i vostri soci?

Credo sia evidente: valorizzando il prodotto del loro lavoro: i soci che sono in campagna hanno bisogno di ottenere un'adeguata remunerazione per i loro sforzi.

Attraverso questi progetti di aggregazione mettiamo insieme idee e stimoli, incrementiamo la forza sul mercato e mettiamo ordine nel caos che si era venuto a creare. Questi sono valori che portano risposta economica.

Perché non farlo prima, allora?

Nel corso del tempo sono via via diventati operativi gli strumenti tecnici che permettono di farlo: oggi UNAPera esiste grazie al Regolamento Omnibus e ad altre norme che consentono lo sviluppo di questa aggregazione che antepone gli interessi collettivi sull'agricoltura alle norme specifiche sull'aggregazione: soltanto pochi anni fa non sarebbe stato possibile immaginare un'operazione di questo tipo riconosciuta e tutelata dalle norme comunitarie. Siamo di fronte a un'evoluzione dell'assetto normativo che ci ha permesso di muovere un altro passo lungo il percorso virtuoso cominciato con Opera.

In questi primi mesi, qual è stata la risposta del mercato?

Molto positiva: da quando siamo stati riconosciuti a fine luglio, abbiamo già preso contatto con tutti i più grandi players italiani ed esteri della Grande Distribuzione Organizzata e del detta-



glio specializzato con la calendarizzazione di importanti incontri. Ci stiamo accorgendo che si aspettano da parte nostra un riordino del mercato nel segno della qualità e della trasparenza, così che UNAPera diventi interlocutore significativo e affidabile. Quando il mercato è disgregato anche chi compra fa fatica ad avere punti di riferimento chiari: molti fanno il tifo per noi.

Quindi il futuro è nei progetti di aggregazione?

Sì, penso che rappresentino il futuro. Il comparto frutticolo è minacciato da una forma di concorrenza "a basso reddito" e l'aggregazione rappresenta la soluzione ideale. Credo che un'esperienza come questa prima o poi verrà ripresa anche in altri segmenti della frutticoltura che hanno rappresentato una grande eccellenza ma che oggi faticano.

Il 2021 è segnato da una seria mancanza di prodotto: come si gestirà questa carenza sul mercato?

Come fanno le grandi aziende: partiamo da numeri certi e abbiamo programmato un decumulo con l'obiettivo di coprire la finestra commerciale fino a fine febbraio, chiudendola solo in leggero anticipo rispetto alle annate normali. Questo significa uscite settimanali molto più basse di un'annata normale ma garantendo una presenza a scaffale di prodotto italiano abbastanza lunga e valorizzando tutto il prodotto disponibile. Lo stesso vale per l'export visto che circa metà del nostro prodotto viene collocato oltre confine: l'obiettivo è quello di servire tutti i mercati, con le specifiche richieste di varietà e calibri. I mercati esteri, infatti, sono spesso complementari fra loro in termini di richieste e attese del consumatore ed è per questo che occorre preservarli nella loro totalità.



GUERRA NUOVO VICEPRESIDENTE INSIEME A LENZARINI

Agrintesa, Castellari confermato presidente

Alessandro Pantani

Termina la tornata di assemblee per l'approvazione del bilancio 2020-21. Da Castellari la conferma dell'impegno per sostenere le aziende agricole socie, per garantire un futuro a frutticoltura e viticoltura

Avanti, con il rinnovamento nel segno della continuità, per il bene delle aziende agricole socie e per sostenere le sfide che il momento storico impone di affrontare a tutto il mondo ortofrutticolo: è questo il percorso intrapreso da Agrintesa cooperativa leader nazionale nei comparti ortofrutticolo e vitivinicolo con sede a Faenza, socia di riferimento del gruppo Apo Conerpo, confermato con convinzione nel corso delle assemblee per l'approvazione del bilancio di esercizio 2020-21 (chiuso al 30 giugno). Una scelta che trova piena espressione nel rinnovo delle cariche sociali in scadenza di mandato: alla guida del colosso romagnolo

è stato infatti confermato come presidente **Aristide Castellari**, 52 anni, imprenditore agricolo del territorio faentino, che era succeduto un anno fa a **Raffaele Drei**, tuttora componente del consiglio di amministrazione dopo 23 anni alla presidenza.

A coadiuvare Castellari alla guida della cooperativa, è stato nominato come nuovo vicepresidente **Alberto Guerra**, 51 anni, titolare di un'azienda agricola specializzata in frutticoltura e presente nel territorio comunale di Bagnacavallo. Riconfermato infine nel ruolo di vicepresidente **Pier Giorgio Lenzarini**, 56 anni, imprenditore agricolo di Valsamoggia.

UN PERCORSO AVVIATO DA ANNI

“Con questo rinnovo delle cariche che ha visto il coinvolgimento dei soci riuniti nelle assemblee di zona – dichiara il **presidente Aristide Castellari** – si completa il percorso di



rinnovamento avviato da alcuni anni per consentire ad Agrintesa di proseguire al meglio nella sua missione di sostegno alle aziende agricole socie e valorizzazione delle produzioni conferite. **Siamo una vera cooperativa, la nostra governance è espressione diretta della base sociale composta da oltre 4.000 agricoltori che stanno attraversando momenti di grande difficoltà e che chiedono di essere accompagnati e sostenuti da Agrintesa. È proprio quello che il nuovo consiglio di amministrazione intende continuare a fare, portando avanti progetti di innovazione varietale, di sviluppo produttivo e commerciale, non perdendo mai di vista la migliore valorizzazione del prodotto ai soci, confermando la nostra vocazione di riferimento produttivo a livello internazionale nella frutticoltura e nella viticoltura”.**

UN BILANCIO DI ESERCIZIO SANO

L'esercizio 2020-21 di Agrintesa si è concluso con **un valore della produzione consolidato superiore ai 300**



milioni di euro, e un utile di esercizio pari a 600 mila euro.

“Speravamo che la campagna 2021 potesse rappresentare quella della ripartenza dopo il difficilissimo 2020 che ha visto falciate le nostre produzioni dalle gelate, ma il problema si è presentato nuovamente anche a inizio di questa primavera e abbiamo dovuto ancora una volta intervenire in maniera straordinaria per tutelare la nostra base sociale” spiega il direttore generale di Agrintesa, Cristian Moretti. “Abbiamo chiuso un bilancio di esercizio sano, che conferma la nostra solidità, efficienza e competitività – aggiunge Moretti -. Siamo impegnati a incrementare ulteriormente il nostro ruolo nel comparto viticolo, con interventi di ammodernamento dei vigneti e delle nostre cantine.

Confermiamo e rilanciamo la nostra vocazione frutticola, continuando a investire in progetti innovativi ed esclusivi per inserire nuove varietà e prodotti capaci di intercettare i gusti



del consumatore e di resistere al meglio ai cambiamenti climatici: dai kiwi gialli e verdi, alle nettarine piatte con il marchio Ondine, alla frutta estiva di qualità, con tante novità anche in ambito biologico, sono numerose le iniziative che stiamo portando avanti insieme ai nostri soci che possono sempre contare sull’assistenza altamente specializzata dei nostri

agronomi”.

“Un ruolo fondamentale – conclude Moretti – lo ricoprono, ancor più in momenti così particolari e difficili, le nostre società commerciali Alegria, Valfrutta Fresco, Brio e Opera, incaricate dalla OP Apo Conerpo della commercializzazione dei nostri prodotti e riferimento di Agrintesa sulla clientela internazionale”.

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 NUOVO PRESIDENTE SUBENTRA A ROBERTO CERA

Patfrut, cambio al vertice arriva Aldo Rizzoglio

Jacopo Serafini

Imprenditore agricolo di Castenaso specializzato in orticole, già vicepresidente della cooperativa ortofrutticola presente nelle province di Ferrara e Bologna. Il presidente uscente resta in Cda.

Un nuovo presidente per Patfrut, la cooperativa ortofrutticola associata ad Apo Conerpo, con oltre 600 soci presente nelle province di Ferrara e Bologna, e specializzata nella produzione e commercializzazione di frutta fresca (in particolare pere e mele), ortaggi freschi (patate e cipolle) e orticole da industria (pomodoro, mais dolce e piselli).

Un cambio al vertice programmato e preparato da tempo che ha visto un ideale passaggio di testimone lo scorso 30 settembre, quando il Consiglio di Amministrazione ha affidato il timone ad Aldo Rizzoglio, a seguito delle dimissioni presentate dal presidente uscente Roberto Cera.

Contestualmente è stato nominato vicepresidente Simone Bacilieri.

Quarantacinque anni, titolare di un'azienda agricola dedicata alla produzione di patate e cipolle con una cinquantina di ettari nella zona di Castenaso, alle porte di Bologna, Aldo Rizzoglio ricopriva già la carica di vicepresidente di Patfrut e raccoglie così il testimone lasciato da Roberto Cera, in carica dal 2016. Sarà affiancato dal vice-

presidente Simone Bacilieri, 47 anni, titolare di un'azienda agricola di 30 ettari a Voghiera, nel Ferrarese, dove produce pere, mele e aglio.

CERA: "RESTO A DISPOSIZIONE DI PATFRUT"

"Si tratta di un passaggio di consegne programmato e preparato per tempo - spiega Roberto Cera -. Sin dall'ultimo rinnovo delle cariche, avevo preannunciato ai consiglieri e ai soci di Patfrut la mia intenzione di lasciare la presidenza della cooperativa in anticipo rispetto alla scadenza naturale del mandato, prevista a giugno 2023, così da poter seguire al meglio lo sviluppo della mia azienda agricola che richiede sempre più impegno - aggiunge Cera -. Aldo è stato il mio vicepresidente in questi anni, insieme abbiamo lavorato bene e sono certo che sia la persona giusta per questo incarico. Da parte mia, resterò a disposizione della coo-

perativa sia all'interno del Cda che mantenendo gli incarichi esterni, per continuare a rappresentare l'interesse dei soci agricoltori e dell'intero sistema ortofrutticolo".

RIZZOGGIO: "UN GRANDE ONORE"

"Ringrazio innanzitutto Roberto per l'impegno profuso in questi anni e tutti i consiglieri della cooperativa per la fiducia dimostrata nei miei confronti attribuendomi questo importante incarico - afferma il neo presidente di Patfrut, Aldo Rizzoglio -. Per me è un grande onore poter rappresentare tutti i nostri oltre 600 soci produttori; spero di essere all'altezza del compito affidatomi e farò del mio meglio per continuare a fare crescere la cooperativa, come ha fatto Roberto in tutti questi anni".

"Sono numerose le sfide che ci attendono - aggiunge Rizzoglio - a partire dalla necessità di tutelare i frutticoltori e in particolare i pericoltori, vittime anche quest'anno di una campagna difficilissima con gravi carenze di prodotto a causa delle gelate primaverili, della cimice asiatica, della maculatura bruna e di altre fitopatologie. Non smetteremo mai di impegnarci affinché sia salvaguardata la produzione della pera in Emilia-Romagna e si diano sostegni ai frutticoltori per evitare il drastico ridimensionamento di questo comparto".



SONO CINQUE I PRINCIPALI FILONI DI INTERVENTO DELL'AZIENDA

Conserve Italia, filiera tre volte sostenibile

Giovanni Bucchi

Nel Report di Sostenibilità del Gruppo cooperativo tutte le azioni messe in campo: energia rinnovabile, agricoltura di precisione, packaging e trasporti sostenibili, valorizzazione dei sottoprodotti delle lavorazioni.

“Quella di Conserve Italia è una filiera cooperativa tre volte sostenibile: dal punto di vista economico, sociale e ambientale”. Parola di **Maurizio Gardini, presidente di Conserve Italia**, che esordisce così nella *Lettera agli stakeholders* pubblicata nel **Report di Sostenibilità 2021** del Gruppo cooperativo che detiene i marchi Valfrutta, Cirio, Yoga, Derby Blue e Jolly Colombani. Giunto all’ottava edizione (la prima risale al 2004), il Report rappresenta uno strumento fondamentale per comunicare e testimoniare l’impegno quotidiano dell’Azienda nel raggiungere gli obiettivi di sviluppo sostenibile dell’Agenda 2030 dell’ONU. **“Ai nostri oltre 14.000 agricoltori italiani che coltivano frutta, legumi e vegetali, riuniti in 40 cooperative agricole – spiega Gardini – garantiamo ogni anno un adeguato reddito valorizzando le produzioni conferite, in coerenza con la nostra mission cooperativa. E lo facciamo nel massimo rispetto dell’ambiente, impegnandoci a ridurre l’impatto delle produzioni in ogni fase del processo,**

dal campo allo stabilimento fino ai trasporti e alla commercializzazione, misurando gli interventi e certificandone la validità”.

“Non c’è sostenibilità sociale e ambientale, senza adeguata sostenibilità economica” aggiunge il presidente di Conserve Italia. **“Lavoriamo**



580.000 tonnellate di materia prima e vendiamo in 80 Paesi, la competitività è un requisito fondamentale per poterci misurare su tutti i mercati”. Inoltre, “siamo attenti a sostenere le nostre comunità, donando ogni anno centinaia di tonnellate di prodotti alimentari a enti caritatevoli per le famiglie bisognose”.

Nel corso dell’ultimo anno, sono state cinque le principali azioni in ottica green portate avanti da Conserve Italia. Innanzitutto, **l’energia rinnovabile**, come spiega il direttore generale Pier Paolo Rosetti: **“Utilizziamo**

la fonte eolica per coprire i prodotti Valfrutta: circa 20.000.000 kWh di energia elettrica all’anno, per una mancata emissione di 8.000 tonnellate di CO2. Inoltre, i nostri principali stabilimenti sono dotati di impianti di cogenerazione”. Quindi **l’agricoltura di precisione:** **“Promuoviamo**

tra i soci tecniche finalizzate a ottimizzare il consumo idrico e il ricorso a fertilizzanti – aggiunge Rosetti –, abbiamo sviluppato app per smartphone e sistemi di allerta personalizzati, inoltre studiamo nuove varietà capaci di resistere ai cambiamenti climatici”. Lungo il processo produttivo, anche i **packaging ecosostenibili** hanno un ruolo fondamentale. **“Abbiamo introdotto la bottiglia con il 50% di plastica riciclata per i succhi Yoga e Derby Blue e il brik Tetra Crystal con l’86% di materiale da fonti vegetali per i succhi Yoga, Valfrutta e Jolly Colombani. Ora stiamo lavorando per**

proporre con Valfrutta la polpa in Tetra Recart e la passata in bottiglia di vetro riciclato”.

Il rispetto dell’ambiente passa anche dai **trasporti sostenibili:** **“Ogni anno movimentiamo via treno oltre 130.000 tonnellate di prodotti tra Italia ed Europa, riducendo l’emissione in atmosfera di 3.000 tonnellate di CO2 certificate”.** Infine, l’impegno a **“valorizzare i sottoprodotti delle lavorazioni, con il recupero di 50.000 tonnellate destinate all’alimentazione zootecnica e alla produzione di energia”.**

COMPLESSIVAMENTE MANCA CIRCA IL 40% DI PRODOTTO

Cachi, forti danni dalle gelate Alegra alla sfida del mercato

Alessandro Pantani

Moretti, DG di Agrintesa: "Mercato positivo con quotazioni che permetteranno di recuperare in valore i volumi mancanti". Bucchi, responsabile commerciale Italia di Alegra: "Già dall'apertura della campagna abbiamo registrato prezzi molto sostenuti".

Terminata la raccolta del tradizionale "Loto di Romagna" e quella del Rojo Brillante a polpa soda, per i cachi prodotti dai soci di Agrintesa e commercializzati dalle filiali di Apo Conerpo Alegra, Brio e Valfrutta Fresco è tempo di un primo bilancio produttivo mentre per il responso definitivo del mercato si dovrà attendere la metà di dicembre, quando si chiuderà la finestra commerciale. Ma i segnali positivi non mancano.. "Storicamente Agrintesa è l'azienda di riferimento a livello nazionale per i cachi - spiega il Direttore Generale di Agrintesa, Cristian Moretti -. Dagli anni '70, già con il marchio PAF, siamo sinonimo di tipicità, cura nella lavorazione e qualità. Possiamo contare su circa 350 ettari distribuiti nell'areale emiliano-romagnolo: per i nostri soci il caco rappresenta una **cultura importante** che ben si innesta nella programmazione annuale e permette di completare la gamma con un frutto apprezzato dal mercato e qualitativamente superiore. Un'eccellenza produttiva sui cui Agrintesa garantisce un altissimo livello di ser-

vizio: dalla stufatura alla calibrazione, dalla divisione per colore al grado di maturazione dei frutti, il servizio che offriamo ai nostri clienti non ha uguali. E il mercato non ha mai mancato di riconoscere i nostri plus. **Quest'anno il quantitativo di cachi disponibili è largamente inferiore alle medie storiche.** Una contrazione imputabile alle gelate primaverili che hanno causato importanti danni nelle aziende dei nostri soci: a fronte di un **potenziale produttivo superiore alle 7.000 tonnellate, per il**



2021 registriamo un calo a volume di circa il 40% con i danni maggiori sul Rojo Brillante, varietà più sensibile agli effetti delle basse temperature. Un ammanco importante che si innesta in uno scenario frutticolo segnato da altre carenze, in primis quella delle pere: **il mercato, tuttavia, è stato positivo e ha registrato quotazioni che permetteranno di recuperare in valore l'ammanco quantitativo**". Una sfida, quella del mercato, affrontata in prima linea dalle **business**

unit Alegra, Brio e Valfrutta Fresco: "Siamo il punto di riferimento per la GDO nazionale per i cachi - commenta **Enrico Bucchi, Responsabile commerciale Italia di Alegra** -. Ai nostri clienti garantiamo il servizio AxA e AxB e una segmentazione completa di prodotto: **dalla private label, gestita da Alegra, alla linea premium con Valfrutta Fresco, al biologico attraverso l'associata Brio.** Ampia anche la gamma di confezioni, sempre più ecostenibili: dal formato a due frutti per le pezzature più nobili, al vassoio-bomboniera a 4 frutti, passando per il pack monocomponente in carta per il bio. Dal punto di vista del mercato, **già in apertura di campagna abbiamo registrato prezzi molto sostenuti** con quotazioni che hanno raggiunto livelli inediti. Un trend positivo che abbiamo visto mantenersi nelle settimane di commercializzazione. Sul fronte delle richieste in termini di varietà, vediamo **una buona tenuta per il caco tipo mentre il Rojo Brillante, negli anni, ha conquistato posizioni crescenti:** un risultato che dimostra come il consumatore italiano predilige la nostra proposta di prodotto nazionale e filiera garantita al caco spagnolo". Parte dei frutti sono destinati anche al **mercato internazionale: "Austria e Svizzera** - conclude Bucchi - sono storicamente amanti del caco romagnolo: su questi mercati, siamo presenti da anni e siamo punto di riferimento per i consumatori. Complessivamente, sono **destinati al segmento export circa il 10% dei nostri cachi**".

DI RILIEVO LA PERFORMANCE DELLE DRUPACEE

Naturitalia, export in crescita per la frutta estiva

Augusto Renella
Marketing R&D Manager Naturitalia

Trend positivi sui mercati esteri per pesche, nettarine, albicocche, uve da tavola (con e senza seme e varietà club). Paesi scandinavi, Germania ed Europa dell'est le destinazioni d'elezione.

Buoni i risultati commerciali per il paniere della frutta estiva offerta da Naturitalia: **crescono le esportazioni di pesche, nettarine e albicocche** rispetto alla stagione commerciale 2020 ed è **buona la domanda di uve da tavola con seme e senza seme** nei principali mercati europei. Nello specifico, l'azienda ha registrato una crescita in volume e in valore delle esportazioni di drupacee durante la stagione estiva: **complice un calo delle produzioni complessive in Europa**, la domanda di questi frutti è stata regolare nei principali mercati di



sbocco delle produzioni di Naturitalia, come **Germania e Paesi scandinavi**, con quotazioni soddisfacenti per le principali linee di prodotto commercializzato.

In particolare, nonostante i danni da maltempo che hanno interessato alcune zone di produzione in Italia, **le albicocche hanno registrato una crescita marcata nei volumi delle esportazioni** rispetto alla stagione precedente e la qualità del prodotto è stata particolarmente apprezzata dalla clientela. Per quanto riguarda **pesche e nettarine**, l'export è cresciuto in volume, in particolare verso il **mercato tedesco**, dove sono state realizzate forniture dirette ai principali gruppi della distribuzione moderna del Paese. Sul fronte delle **uve da tavola**, poi, la buona qualità delle referenze di Naturitalia è stata particolarmente apprezzata dai clienti dei **Paesi scandinavi e dell'est Europa**, principali mercati esteri di riferimento per queste produzioni.

Le **uve senza seme**, in particolare, hanno registrato una buona domanda di mercato e **confermato il trend in crescita evidenziato negli ultimi anni**, sia per il prodotto convenzionale che per le uve da coltivazione biologica. Naturitalia e le cooperative associate sono, inoltre, **licenziatarie di alcune della varietà di uve club**



senza semi più apprezzate dal mercato e dai consumatori europei: queste linee di prodotto permettono di intercettare le fasce più alte del mercato e consolidare le relazioni commerciali con la clientela.

Anche in questo caso, il mercato scandinavo rappresenta una delle principali aree di sbocco delle uve Naturitalia e, in Paesi come la Finlandia si sono registrati i più alti indici di crescita per l'export. Le **uve con seme**, infine, sono state distribuite principalmente verso i mercati **dell'est Europa, Polonia** in primis, dove sono particolarmente apprezzate dai consumatori per alcune caratteristiche organolettiche, come il gusto e la dimensione sostenuta dell'acino.

In termini di prospettive future, nei prossimi anni Naturitalia punta a **sviluppare ulteriormente le esportazioni di uva da tavola nel mercato europeo**, con una crescita delle produzioni di uve senza seme, convenzionale e biologica, e con lo sviluppo di servizi al mercato e nuove tipologie di confezionamento per il prodotto. L'uva, infatti, è un prodotto strategico del Made in Italy ortofrutticolo e registra ottime performance in esportazione, e da diversi anni un saldo positivo per la bilancia commerciale nazionale.

RICHIESTE CHIARE IN UNA LETTERA INVIATA A PATUANELLI

Ortofrutta, l'Emilia-Romagna chiede interventi strutturali

Jacopo Serafini

L'assessore Mammi: "L'ortofrutta è stata duramente colpita da maltempo e parassiti, servono subito risorse per aiutare questa nostra produzione primaria".

Gelate, cambiamenti climatici, siccità, maculatura bruna, cimice asiatica, moria del kiwi: l'ortofrutta dell'Emilia-Romagna sta attraversando una delle fasi più difficili di sempre e ad essere a rischio è la sopravvivenza stessa di un settore cruciale per il tessuto economico e sociale della Regione e, per estensione, del Paese intero. Lo scenario è quello emergenziale: centinaia di milioni di danni alle produzioni e all'indotto, centinaia di migliaia di giornate di lavoro perse, **intero filiere a rischio, non ultima quella del pero**, che nell'ultimo anno ha registrato cali produttivi davvero gravi (-78% per le Abate Fetel, rispetto a un 2020 già deficitario, stesso calo per le Kaiser e così via con percentuali che oscillano da il -60% e il -45% secondo i dati della OI Pera).

In questo contesto, **non è mancata la voce della Regione Emilia-Romagna**: "Servono interventi strutturali, a livello nazionale, che siano in grado di sostenere economicamente le imprese ortofrutticole della regione. E sto parlando di aziende che sono in seria difficoltà a causa dei danni provocati dai cambiamenti climatici

e dalle fitopatie". Così si è espresso l'assessore regionale all'Agricoltura, **Alessio Mammi**, nella lettera indirizzata al ministro per le Politiche agricole, alimentari e forestali, **Stefano Patuanelli**, in cui sollecita lo sblocco dei 70 milioni di euro previsti dalla legge di Stabilità per i danni da calamità al comparto e dei 160 milioni di euro nell'ambito del decreto Sostegni.

"Come indicato nel documento strategico sull'ortofrutta preparato dalla



Regione Emilia-Romagna, condiviso e redatto con il contributo delle professioni agricole e delle rappresentanze di settore dell'Emilia-Romagna - continua Mammi - **investimenti, sgravi fiscali, ricerca, logistica, sono gli interventi prioritari, e da attuare al più presto**, per dare una prospettiva al rilancio di questo decisivo comparto della nostra agricoltura. La

Regione Emilia-Romagna è disponibile a fare la propria parte per il rilancio del settore, come dimostrano le risorse sulla pera Igp, sugli investimenti antibrina, e in altri ambiti. Intendiamo partecipare attivamente ad una strategia di rilancio del settore ortofrutticolo, vitale per il nostro territorio".

Proprio sul fronte degli investimenti antibrina (che hanno registrato risultati rilevanti nella prevenzione del danno da gelate), via Aldo Moro si è posta in prima fila con un bando, attivo dal 30 luglio al 19 novembre, che ha messo a disposizione 6,5 milioni di euro per coprire i finanziamenti fino al 70% dell'investimento. Un contributo, nello specifico, destinato a promuovere l'acquisto e la messa in opera di ventilatori e bruciatori con funzione antibrina e l'implementazione di impianti irrigui esistenti con l'aggiunta di una linea di adduzione con specifiche funzioni contro il gelo (mediante aspersione sopra o sotto chioma).

Infine, sempre nella prospettiva di sostenere il rilancio dei produttori ortofrutticoli, l'assessore ha anche chiesto al ministro informazioni sulla possibilità di vedere riconosciuti nella prossima legge di Stabilità ulteriori finanziamenti al settore, alle imprese, alle organizzazioni di produttori e alle filiere di prodotto. L'ortofrutta attende, ma gli interventi non possono tardare oltre.

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 FIN NEXT e FIN NEXT SMALL

Soluzioni di finanziamento che beneficiano del contratto di garanzia tra il Fondo Europeo per gli Investimenti e BPER Banca.

BPER Banca ha sottoscritto un accordo con il Fondo Europeo per gli Investimenti, un fondo supportato dal contributo economico degli stati membri per il contrasto alla crisi economica causata dall'emergenza sanitaria.

Il prodotto è destinato alle micro, piccole e medie imprese per investimenti, consolidamento di passività finanziarie e capitale circolante.

Abbiamo due linee di finanziamento: FIN NEXT e FIN NEXT SMALL, per entrambi l'importo minimo è di 25.000 €, variano gli importi massimi richiedibili e le durate massime.

bper.it
800 22 77 88



Per saperne di più, cerca la filiale BPER Banca più comoda su bper.it

Vicina. Oltre le attese.

