

ORTOFRUTTA NOTIZIE

Novembre 2022



**ECCO IL PROGRAMMA OPERATIVO
DI F.I.N.A.F PER IL 2023-2029**

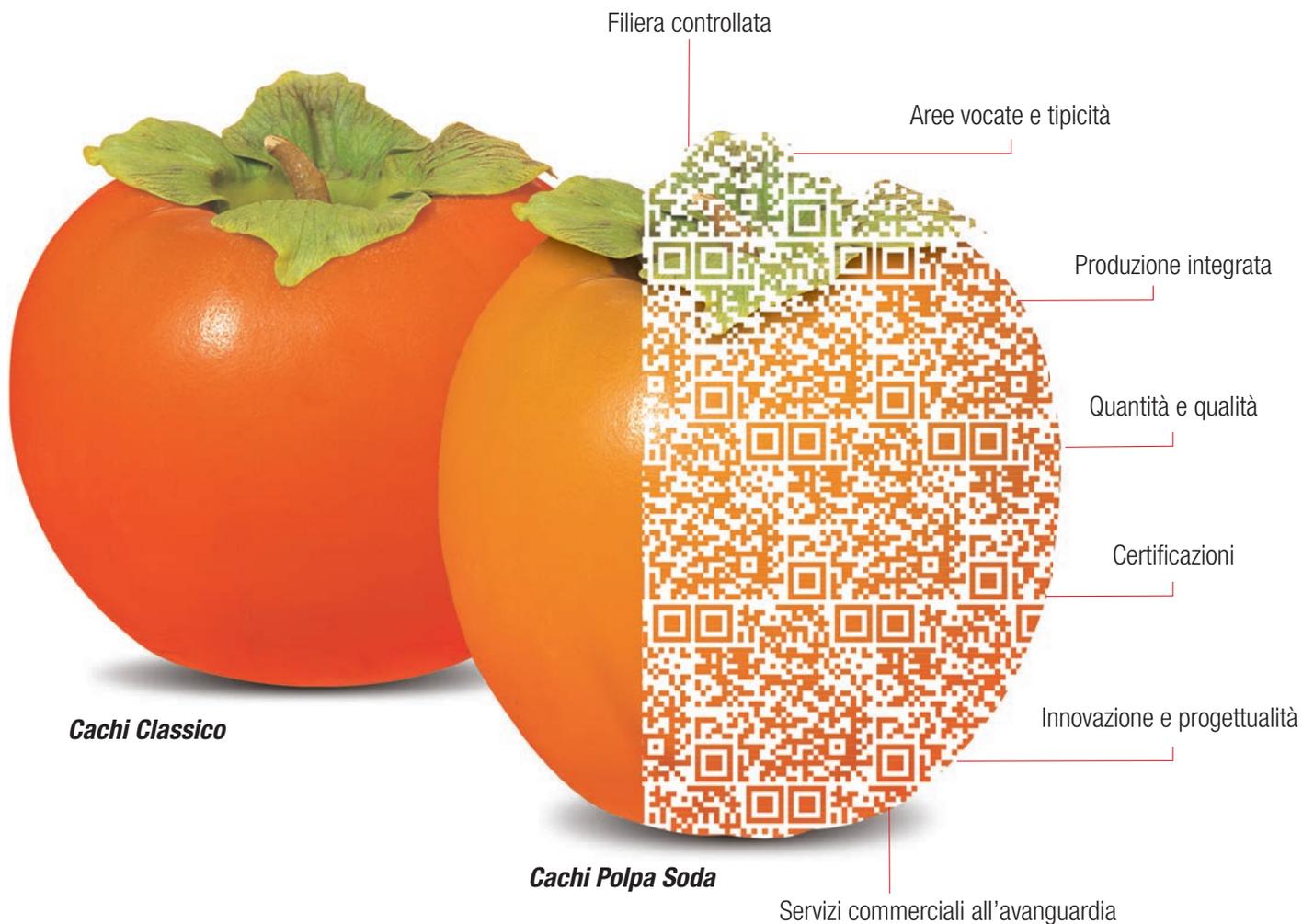


**LA RINASCITA DELLA PERA
DELL'EMILIA-ROMAGNA IGP**



**LO SNODO STRATEGICO
DELLA SOVRANITÀ ALIMENTARE**

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** Ecco il Programma Operativo di F.In.A.F per il 2023-2029
LISA MARTINI
- 8** Agrintesa, bilancio solido per l'annata 2021/22
ALESSANDRO PANTANI
- 9** La rinascita della Pera dell'Emilia-Romagna Igp
JACOPO SERAFINI
- 10** Brio è tra le 100 aziende più green d'Italia
JACOPO SERAFINI
- 12** Conserve Italia rinnova il sostegno al Banco Alimentare
GIOVANNI BUCCHI
- 13** ER, quasi un miliardo di euro per il PSR 2023-27
ALESSANDRO PANTANI
- 14** Lo snodo strategico della Sovranità alimentare
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

Desti interesse l'idea del Fondo AgriCat

Sovranità alimentare e non solo le sfide per il nuovo ministro

Davide Vernocchi
Presidente Apo Conerpo

Il concetto di "Sovranità alimentare" espresso dal neo-ministro Lollobrigida è molto importante: tralasciando le improprie interpretazioni che vedrebbero un richiamo all'autarchia, credo che un approccio strutturato alla valorizzazione dei prodotti agroalimentari italiani possa essere utile tanto nel breve che nel lungo periodo. Una sfida che si innesta in un contesto complesso, aggiungendosi alle sfide già note e legate al mercato e a quelle imposte dai cambiamenti climatici: un quadro impegnativo dove i rapporti con Bruxelles e l'Europa in generale sono e restano quantomai strategici per il futuro del comparto agricolo e ortofrutticolo.



Tutelare il prodotto italiano su tavoli che contano è essenziale: il rischio, in caso contrario, è di assistere a una progressiva delocalizzazione delle produzioni con una conseguente importazione selvaggia di prodotti meno sicuri, coltivati con meno regole e con meno rispetto delle persone ma anche di vedere crescere la presenza sul mercato di multinazionali focalizzate sul guadagno che tenderanno ad appiattare l'offerta di prodotto a scapito del consumatore. È un rischio presente e concreto con le carni, il latte, i formaggi e l'ortofrutta non può pensare di esserne esente.

Ecco perché ritengo che la battaglia per la Sovranità alimentare sia importante e credo di poter affermare che il mondo agricolo e ortofrutticolo in particolare ripone aspettative importanti su questo fronte. Ma dal Governo e dal Ministro Lollobrigida ci attendiamo anche un serio lavoro sul fronte interno: è imprescindibile che la nostra agricoltura diventi più resiliente di fronte a un clima che cambia inesorabilmente e per questo gli organi centrali a Roma dovranno lavorare in parallelo con le Regioni studiando strumenti adeguati e modalità di intervento rapide ed efficaci.

La proposta di tutela dei rischi catastrofali mediante il cosiddetto Fondo AgriCat (uno strumento che interverrebbe con risorse certe in parallelo al mondo assicurativo in caso di eventi alluvionali, siccità e gelate) è sicuramente interessante, garantisce risorse certe rispetto all'attuale legge 102, strettamente legata alle risorse provenienti dalla Finanziaria, e può rappresentare un nuovo, interessante approccio sulle risorse fornite dalla PAC. Forse si tratterà di uno strumento perfetibile ma credo che l'importante sia avviare un percorso in questa direzione: la prova sul campo ci dirà se e come sarà migliorabile.

Infine, confido che il Ministro affronterà con decisione tre temi importanti: penso, in particolare, agli agrofarmaci, dove è necessario un intervento netto sulle norme europee che rischiano di mettere in ginocchio il settore, lasciando i produttori disarmati di fronte alle sfide che il cambiamento climatico porta con sé. In secondo luogo, per proseguire nella riduzione dell'uso dei pesticidi, al mondo agricolo serve una ricerca più libera, senza pregiudizi sulle nuove biotecnologie e orientata a superare le sfide che il cambiamento climatico ci pone di fronte. Ultimo, non per importanza, è essenziale anche un intervento sul fronte della manodopera: la sua assenza, lungo tutta la filiera, quest'anno ha rappresentato un problema enorme per il comparto.

Al Ministro Lollobrigida va il mio miglior augurio di buon lavoro: Apo Conerpo è pronta a confrontarsi e a lavorare insieme.

PRESENTATO ALLA REGIONE EMILIA ROMAGNA, RIUNISCE 11 OP SOCIE

Ecco il Programma Operativo di F.In.A.F per il 2023-2029

Lisa Martini
Direttore F.In.A.F.

L'Associazione di Organizzazioni di Produttori ha stilato e presentato un proprio Programma Operativo: in questo modo potrà beneficiare di contributi aggiuntivi e agevolazioni.

Il 19 ottobre la AOP F.In.A.F. ha presentato alla Regione Emilia Romagna il nuovo Programma Operativo Poliennale 2023-2029, ai sensi dei nuovi Regolamenti (UE) 2115-2116-2117/2021 e del Reg. (Ue) 126/2022 che hanno introdotto importanti novità nella struttura, nei vincoli e nelle opportunità per le OP/AOP del settore ortofrutticolo.

F.In.A.F. ha scelto di presentare un proprio Programma Operativo, in coerenza con le vigenti normative e per questo, in virtù dei nuovi Regolamenti Comunitari, potrà beneficiare di un contributo aggiuntivo pari allo 0,4% del VPC oltre a poter richiedere un co-finanziamento al 60% per alcuni interventi, mantenendo il contributo al 100% per i ritiri dal mercato destinati alla distribuzione gratuita.

Le Organizzazioni di Produttori che hanno scelto di partecipare al Programma Operativo di F.In.A.F. hanno contribuito a dare forma ad una programmazione composta da quasi tutti gli Obiettivi identificati dalla normativa comunitaria per formare un progetto unitario, pur nelle diversità territoriali e nelle specificità produttive delle OP aderenti, che vanno dalla produzione di frutta fresca, frutta essiccata, orticole destinate alla trasformazione, pomodoro da industria, ortaggi per il mercato fresco e funghi.

I FATTORI DI INSTABILITÀ

Lo sviluppo di questo Programma Operativo si inserisce in un contesto macro economico caratterizzato da numerose problematiche sia per il settore ortofrutticolo che per l'economia in generale:

- La situazione post-pandemia e l'attuale scenario bellico in Ucraina che hanno portato ad un continuo incremento dei costi energetici e delle materie prime, e che rappresentano un vero ostacolo alla produzione.
 - L'emergenza inflazionistica che potrebbe portare ad una forte contrazione dei consumi.
 - La presenza di forti cambiamenti climatici (gelate, siccità, ondate di caldo) cui si uniscono emergenze fitosanitarie, con la presenza di nuovi insetti e malattie, che mettono a dura prova le colture orticole e frutticole.
 - La difficoltà emersa durante il periodo pandemico e che tuttora permane, nel reperimento della manodopera.
- Questi fattori di instabilità stanno impattando direttamente sulla competi-

tività e redditività del settore ortofrutticolo italiano ed europeo, con gravi ripercussioni che coinvolgono in prima battuta i produttori agricoli ma anche tutta la filiera e che necessitano di interventi tempestivi. A fronte di questo scenario F.In.A.F. ha individuato, in accordo con le proprie OP socie, un Programma Operativo, finalizzato a individuare una strategia comune di sviluppo che nei prossimi 7 anni consenta di fornire quante più risposte possibili alle criticità e ai bisogni che stanno gravando sul settore ortofrutticolo, individuando una pianificazione a lungo termine che consenta, grazie al valore aggiunto dell'aggregazione e ad investimenti mirati, di salvaguardare il valore di tutta la filiera.

IL NUOVO PROGRAMMA OPERATIVO DI F.IN.A.F.

Al nuovo Programma Operativo della AOP F.In.A.F. partecipano 11 OP socie, di cui 3 OP in Emilia Romagna, 5 OP in Puglia, 2 in Lombardia e 1 in Lazio, per

O.P. e REGIONI DI INFLUENZA P.O. 2023			
EMILIA ROMAGNA	LAZIO	LOMBARDIA	PUGLIA
APO CONERPO	HORTA	APOL IND.	CONAPO
Gbc FUNGHI DELLE TERRE DI ROMAGNA		VERDE INTESA	BIO ORTO
COOPERATIVA MODENESE ESSICCAZIONE FRUTTA			LA PALMA
			FIMAGRI
			ABA
			MEDITERRANEA



Valore della Produzione Commercializzata pari a 613,4 milioni di euro per un Fondo di Esercizio pari a 57,2 milioni di Euro, che anche per fare fronte alle criticità e ai bisogni sopra elencati, si è distribuito nei seguenti **Obiettivi**.

Obiettivo a) pianificazione e organizzazione della produzione, adeguamento della produzione alla domanda

Gli interventi posti in atto per raggiungere questo obiettivo sono di varia tipologia e riguardano gli **investimenti produttivi dei soci che consentono una programmazione colturale e varietale per ampliare la campagna di commercializzazione e diversificare le specie coltivate**. Inoltre, la dotazione aziendale di macchine ed attrezzature, in grado di poter gestire con più efficacia la fase produttiva iniziale del ciclo vegetativo delle colture e la campagna di raccolta, contribuisce al raggiungimento dell'obiettivo. Questi investimenti sono strategici anche per affrontare le sfide climatiche e fitosanitarie degli ultimi anni, infatti la resilienza dei sistemi agricoli (per l'adattamento ai cambiamenti climatici) si ottiene anche attraverso l'impiego di varietà resistenti/resilienti alle avversità biotiche e abiotiche vecchie e nuove.

Obiettivo b) concentrazione dell'offerta

L'obiettivo mira a **favorire una migliore gestione commerciale del prodotto** attraverso la disponibilità di strutture operative complete, dotate di impianti per

il condizionamento, stoccaggio e lavorazione del prodotto fresco, nonché di macchine e attrezzature e di contenitori (es. bins) per la gestione dei flussi di magazzino, partendo dalla fase di campo per l'organizzazione della produzione e delle strategie di gruppo. Con tali investimenti, si intende valorizzare la materia prima conferita dai soci offrendo un prodotto nel quale sono stati inglobati servizi richiesti dai consumatori, ma anche ottenere un abbassamento dei costi unitari di produzione, incrementando di fatto la competitività sul mercato.

Obiettivo d) ricerca e sviluppo in materia di metodi di produzione sostenibili

Risulta importante **incentivare attività di ricerca in materia di metodi di produzione sostenibili**, compresa la resistenza agli organismi nocivi, nonché la mitigazione dei cambiamenti climatici e l'adattamento agli stessi. FINAF ha previsto di realizzare ricerche, sperimentare e sviluppare nuovi prodotti, metodi di produzione innovativi, processi più sostenibili, anche con riferimento alle ricerche di mercato per sfruttare possibili occasioni per incrementare la competitività.

La qualità di un prodotto viene percepita dal consumatore anche in termini di impatto ambientale generato, quindi la sua misura, insieme alla sperimentazione e sviluppo di metodiche produttive alternative più performanti ambientalmente, è oggetto di interesse della AOP.

Obiettivo e) promozione, sviluppo e attuazione di pratiche ambientali

La spesa ambientale riguarda tipi finalizzati **alla promozione e all'attuazione di pratiche agronomiche volte a ridurre l'impatto ambientale**, come la confusione sessuale, la produzione integrata, il sovescio ecc...

Obiettivo f) contributo alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi

La spesa ambientale riguarda tipi di interventi finalizzati alla mitigazione dei cambiamenti climatici, quali, sistemi di produzione energetica da fonti rinnovabili, sistemi per l'agricoltura di precisione, sistemi di difesa delle colture a fronte dell'intensificazione di eventi climatici ed avversità sempre più estremi.

Obiettivo g) incremento del valore commerciale e della qualità dei prodotti

Gli interventi programmati si muovono anche nell'ottica di **acquisizioni di nuove funzioni lungo la filiera, innovazione dei processi di gestione del prodotto e dei rapporti con i clienti**. La AOP per poter portare a compimento la finalità dell'obiettivo si è avvalsa del supporto di tecnici di marketing e della applicazione di tecniche specifiche per il miglioramento della qualità. Questo obiettivo viene perseguito tramite interventi realizzati sia sui prodotti freschi che sui prodotti trasformati, al fine



di valorizzare il valore commerciale degli stessi ed incrementarne l'appeal sul mercato.

Obiettivo h) promozione e commercializzazione dei prodotti

L'ambito operativo è volto ad incentivare le attività di promozione e comunicazione dei prodotti freschi o trasformati. In quest'ottica è fondamentale proporre politiche di marchio per rendere il prodotto maggiormente riconoscibile sul mercato da parte del consumatore. Allo scopo di favorire le occasioni di visibilità e l'instaurarsi di nuovi rapporti commerciali è stata prevista la partecipazione a fiere di settore, l'organizzazione di eventi di promozione e comunicazione la realizzazione di campagne promozionali sui media. Inoltre, sono stati previsti la realizzazione di materiale promozionale, gadget e la realizzazione di siti web ed applicativi social sia da parte delle OP che delle filiali del fresco e del trasformato.

Obiettivo i) incremento del consumo dei prodotti del settore ortofrutticolo

La AOP FINAF nell'ambito di questo obiettivo ha previsto di realizzare una serie di interventi/tipologie di spesa, finalizzate a mettere in risalto comunicazione riguardante i corretti regimi alimentari e le caratteristiche nutrizionali dei prodotti ortofrutticoli a marchio delle OP/filiali, nonché a promuoverne la valenza qualitativa e la sostenibilità ambientale. Le attività previste per F.In.A.F. riunisco-

no diversi interventi con l'obiettivo di valorizzare l'attività della AOP e di migliorare la conoscenza, il prestigio e il consumo dei prodotti ortofrutticoli delle Organizzazioni di Produttori socie, sottolineandone la sicurezza, la tracciabilità, gli aspetti nutrizionali e sanitari e la salubrità.

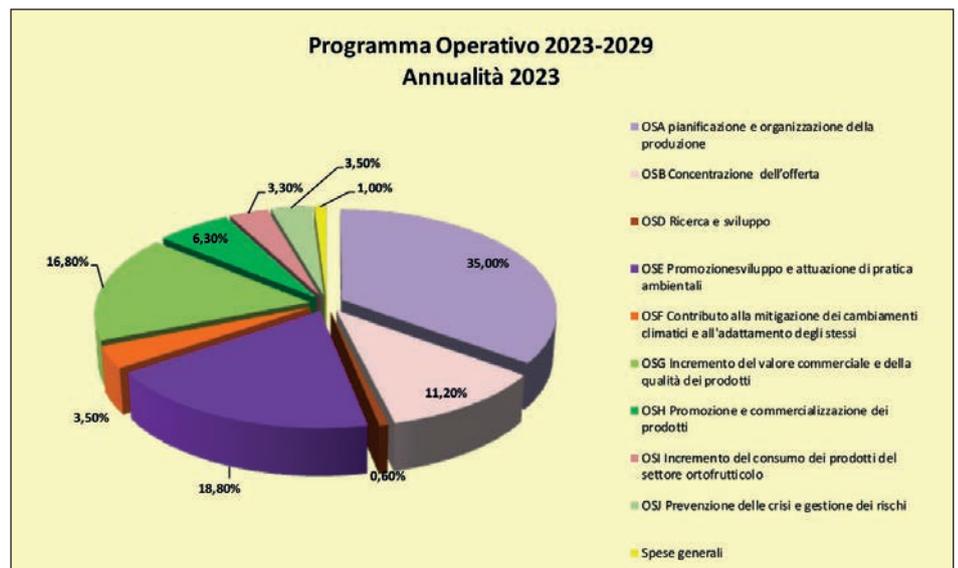
Obiettivo j) prevenzioni delle crisi e gestione dei rischi

Il settore è spesso colpito da problematiche di diversa natura fra le quali rivestono particolare rilevanza quelle climatiche e mercantili: al fine di poter prevenire e fronteggiare crisi e gestire adeguatamente i rischi è necessario intervenire in modo mirato. Nel caso di una crisi conclamata, gli interventi dovranno essere massicci e concentrati

(ad.es. ritiri dal mercato), inoltre in un quadro di emergenza, diventa importante attivare in brevissimo tempo, ad esempio, un sistema di promozione e comunicazione di larghissimo respiro, su scala nazionale, che possa concentrare l'offerta dei prodotti oggetto della crisi e veicolarli verso un canale preferenziale di promozione e di incentivazione al consumo diretto al grande pubblico. Anche le polizze assicurative vengono previste in quanto efficaci strumenti di prevenzione del rischio.

IL RUOLO DEGLI OBIETTIVI AMBIENTALI

Come si evince dal grafico, il Programma Operativo della AOP FINAF ha destinato quasi 13 milioni ad Obiettivi



ambientali e) ed f), pari al 22,7% del Fondo di esercizio complessivo: si tratta quindi di una programmazione molto attenta allo sviluppo di un'agricoltura sostenibile, sia per venire incontro ad una richiesta del mercato sempre più eco-friendly, sia perché negli ultimi anni i cambiamenti climatici hanno rappresentato la più grande sfida per il settore agroalimentare, facendo maturare la consapevolezza che il tema dell'ambiente sta diventando una priorità per il sistema produttivo agricolo e l'adattamento ai cambiamenti climatici diviene uno strumento importante per poter garantire unitamente alla sostenibilità ambientale, anche la sostenibilità economica delle produzioni.

Il Programma Operativo della AOP si configura pertanto come un progetto articolato ed ambizioso, sia per l'impegno che la AOP, unitamente alle OP socie e grazie al prezioso supporto della Direzione Generale Agricoltura, Caccia e Pesca - Settore Organizzazione di mercato, qualità e promozione, della Regione Emilia Romagna, hanno dedi-



cato nel cogliere fin da subito le novità introdotte dalle recenti normative, in modo da sfruttare tutte le opportunità e i possibili vantaggi, sia per la volontà ed il coraggio delle OP socie che hanno scelto di intraprendere una programmazione di così ampio respiro pur in un contesto caratterizzato da innumerevoli difficoltà ed incertezze.

Restano ancora numerose sfide nel corso di questa programmazione settennale, per la quale si prevede un Fondo

di Esercizio per un ammontare di risorse totali che sfiora i 428 Milioni di Euro.

Nelle prossime annualità andranno incrementati gli investimenti in ricerca, in particolare concentrando sulla AOP progetti condivisi e innovativi e si auspica una maggiore semplificazione e apertura per l'inserimento dei sistemi di irrigazione, unitamente alla possibilità di poter inserire investimenti ambientali anche per il settore dei trasformati, al momento preclusi.

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

CASTELLARI: "COOPERATIVA SOLIDA E PRONTA AD AFFRONTARE LE DIFFICOLTÀ"

Agrintesa, bilancio solido per l'annata 2021/22

Alessandro Pantani

La forte riduzione produttiva del 2021 (-25% ortofrutta, -20% uva) per il secondo anno consecutivo compensata da buoni posizionamenti sul mercato e un'elevata ottimizzazione dei costi.

È un bilancio solido quello dell'esercizio 2021-22 (chiuso al 30/04/2022) presentato nel corso delle recenti assemblee territoriali ai propri soci da Agrintesa, cooperativa di punta del Gruppo Apo Conerpo. Nonostante il -25% registrato nei volumi gestiti di ortofrutta e il -20% della vite da vino (dati relativi alla campagna 2021 e inizio 2022), Agrintesa chiude l'annata con un bilancio consolidato di 337 milioni di euro, 895.000 € di utile (che portano il patrimonio netto a 138

milioni) e liquida ai soci 164 milioni e 194mila euro.

"Sebbene da aprile 2021 a maggio 2022 Agrintesa abbia gestito volumi nettamente inferiori rispetto alle medie storiche, il bilancio dell'annata 2021-2022 è positivo - commenta Aristide Castellari, presidente della cooperativa -. Un risultato che è merito dei posizionamenti sul mercato sviluppati dalle società commerciali a cui Agrintesa partecipa: Alegria, Brio, Valfrutta Fresco, Conserve Italia e Opera per l'ortofrutta, Caviro e Contri Spa per il vino. A ciò si affianca una gestione ancor più oculata nell'ultimo biennio orientata a un ulteriore efficientamento di costi e processi. In questo modo, nonostante la contrazione produttiva, siamo riusciti a liquidare ai soci oltre 164 milioni di euro. Si tratta del migliore risultato della storia di

Agrintesa e siamo lieti di averlo raggiunto in un momento storico in cui le sfide per il mondo della produzione sono quantomai complesse. Monitoriamo con attenzione l'impennata incontrollata dei costi alla produzione subito dai nostri soci e gli incrementi impressionanti per energia elettrica, imballaggi e logistica che si sono abbattuti sulla cooperativa: è importante sottolineare quanto il quadro sia preoccupante e come ad essere a rischio sia la tenuta dell'intera filiera. Ma questo bilancio - incalza Castellari - è la con-

ferma che Agrintesa è solida ed è pronta ad affrontare le sfide dei comparti ortofrutticolo e vitivinicolo, tutelando i propri soci e il loro impegno quotidiano".

"Mentre affrontiamo le criticità attuali dobbiamo continuare a guardare avanti, camminando incontro al futuro - commenta il direttore generale Cristian Moretti -: è in questa direzione che vanno gli investimenti e i miglioramenti tecnologici in corso. Penso all'introduzione di nuovi importanti impianti di lavorazione negli stabilimenti di Gambettola e Faenza, all'incremento dell'autoproduzione energetica che prevede l'installazione di ulteriori 6,5 Mwh di impianti fotovoltaici entro la primavera 2023, ma anche all'introduzione di un nuovo software gestionale di gruppo e al rinnovamento completo dell'infrastruttura informatica con la conseguente ottimizzazione di processi e sistemi".

Tante le novità anche sul fronte produttivo, perché il futuro comincia in campo: "Abbiamo presentato ai soci anche i numerosi progetti di sviluppo varietale in cui è impegnata Agrintesa, a partire dai Club di prodotto a cui la cooperativa partecipa con importanti esclusive come le nettarine piatte Ondine, il kiwi VerdeDivo e i kiwi a polpa gialla. A questi si affiancano diversi progetti di sperimentazione in corso nei campi di osservazione attivi nei campi della cooperativa. Ci sono diverse novità allo studio: l'obiettivo è quello di accompagnare i nostri soci favorendo lo sviluppo di produzioni economicamente sostenibili e che rispondano sempre meglio alle esigenze di un mercato in costante trasformazione, anticipandone i trend e cogliendo le opportunità migliori".



Da sinistra il presidente Castellari e il direttore generale Moretti.

DAL BOLLINO ALLA SELEZIONE, ALLA NUOVA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

La rinascita della Pera dell'Emilia-Romagna Igp

Jacopo Serafini

Nell'ultimo biennio in Emilia-Romagna si sono gettate le basi per ridare slancio a uno dei frutti più significativi in regione: dalla costituzione della Aop UnaPera, al rilancio del Consorzio di tutela della Pera dell'Emilia-Romagna Igp. Ora arriva una nuova immagine e un nuovo progetto di marketing e comunicazione per tornare a fare innamorare gli italiani delle pere.

“Vogliamo rilanciare la pera perché fa parte di quel grande patrimonio rappresentato da quelle 44 produzioni Dop e Igp che abbiamo in regione. È un grande patrimonio anche culturale, non solo economico e sociale. **Perché valorizzare l'Igp dell'Emilia-Romagna, perché dare un nome alla pera?** Quel logo significa legame col territorio, significa garantire al cittadino che fa la spesa la provenienza, dargli la possibilità di conoscere il lavoro che c'è dietro al frutto. **L'Igp è qualità, sicurezza alimentare, garanzia di tracciabilità e trasparenza col territorio:** ecco perché è un grande bollino”. L'assessore regionale all'agricoltura **Alessio Mammi** ha tenuto a battesimo così, lo scorso 7 novembre, il progetto “L'inizio di una nuova P-ERA” a cura del Consorzio di Tutela Pera dell'Emilia-Romagna IGP di fronte a una platea fitta di giornalisti ed operatori del settore.

“Intendiamo dare rilevanza e distintività al frutto”, incalza il coordinatore del progetto di valorizzazione, **Roberto Della Casa** a cui fa eco il presidente

del Consorzio di Tutela, **Mauro Grossi**: “Vogliamo creare valore attraverso l'indicazione geografica, collaborando con le marche della grande distribuzione, per esempio, ma anche arrivando direttamente al consumatore finale attraverso una adeguata campagna di comunicazione e promozione”.

IL BOLLINO E LA SELEZIONE

A partire dal 6 novembre la Pera dell'E-



milia Romagna Igp è in commercio con il nuovo bollino di riconoscimento. Un restyling studiato per far vivere il logo da solo e, al contempo, adattarlo a operazioni di co-branding con le principali marche di prodotto o di gamma della produzione e della distribuzione. Ma la vera novità è la Selezione: pere dagli elevati standard qualitativi (2 gra-

di brix in più rispetto all'Igp standard) che così individuate servono a segmentare il mercato verso la fascia alta, trasmettendo valore e distintività. Un'esperienza che segue il modello adottato dai formaggi, come il Parmigiano Reggiano Dop.

LA PERA TORNA IN TV

“L'inizio di una nuova Pera” è segnato anche da un'intensa campagna di comunicazione che coinvolge tv, stampa e social network, che ha l'obiettivo di stimolare e valorizzare il consumo, sostenendo l'awareness di questo frutto d'eccellenza e comunicandone e promuovendone caratteristiche e qualità. In questo senso lo scorso 6 novembre ha debuttato su Mediaset, Rai e reti di Cairo il nuovo spot televisivo: la Pera dell'Emilia Romagna Igp viene presentata all'interno di un teatro come se fosse un prodotto hi-tech e rivoluzionario (grazie anche al coinvolgimento del regista **Federico Brugia** e di **Band VFX**, specializzata in effetti visivi e post-produzione). In collegamento, uno chef del territorio ne esalta l'anima gourmet, mostrando una preparazione dedicata. Sul finale, la parete del teatro si apre su una splendida vallata della campagna dell'Emilia-Romagna, consentendo alla natura di fare il suo ingresso sul palcoscenico. “È uno spot che esce dai soliti canoni della comunicazione ortofrutticola. Un vantaggio competitivo - conclude il coordinatore attività di comunicazione della Pera dell'Emilia Romagna Igp, **Luca Pagliacci** - È uno spot che va visto, capito e interpretato”.

IL PRESIDENTE AMIDEI: "PREMIATO IL NOSTRO IMPEGNO LUNGO TUTTA LA FILIERA".

Brio è tra le 100 aziende più green d'Italia

Alessandro Pantani

L'azienda di Zevio del Gruppo Apo Conerpo è nella top 100 del Sustainability Award 2022, il riconoscimento che premia le realtà più attente a sviluppo sostenibile, responsabilità sociale e rispetto dell'ambiente.

Brio è una delle 100 aziende più sostenibili d'Italia. A certificare l'impegno ambientale e sociale dell'azienda di Zevio specializzata nella produzione e commercializzazione di ortofrutta biologica è il Sustainability Award, il prestigioso riconoscimento promosso da Credit Suisse e Kon Group, con il supporto di Altis-Università Cattolica del Sacro Cuore in qualità di partner scientifico istituzionale, riservato alle aziende italiane che si sono distinte nell'affrontare le sfide dell'emergenza climatica, trasformandola in un'occasione per esprimere innovazione ed attivare le energie migliori nel Paese. "Questo premio ci onora e riempie di orgoglio - commenta il presidente Gianni Amidei - ma soprattutto certifica l'impegno di Brio e dei nostri soci per un'agricoltura sempre più green, amica dell'ambiente e socialmente responsabile. Sfide che fanno parte del nostro DNA e che ci vedono in prima linea giorno dopo giorno lungo tutta la filiera, dal campo allo scaffale".

Secondo le ultime ricerche, negli ultimi anni oltre 300.000 aziende in Italia hanno investito in sostenibilità ed efficienza, rivolgendo particolare attenzione al settore dell'efficienza energetica e nelle fonti rinnovabili, segnando un vero record di eco-investimenti: "Per Brio quello della sostenibilità è un percorso che parte da lontano - prosegue Amidei - da sempre promuoviamo fra i nostri

soci metodi di produzione che siano rispettosi dell'ambiente come l'agricoltura biologica o, spingendosi ancora oltre, i percorsi di certificazione volontaria Naturland o per le produzioni bio-dinamiche, come Demeter. Incentiviamo la conversione dall'agricoltura

convenzionale a quella bio, all'interno di filiere controllate e certificate. Puntiamo a rendere sempre più green i nostri processi attraverso l'utilizzo di energia prodotta da fonti rinnovabili, scegliamo packaging che coniughino elementi innovativi con materiali riciclabili a basso impatto ambientale e poniamo al centro delle nostre attività il rispetto dei lavoratori e la loro sicurezza, la lotta allo sfruttamento minorile attraverso certificazioni internazionali come Global Grasp e SA 8000, adottate anche da gran parte dei nostri soci agricoltori".

E proprio sulla responsabilità sociale Brio ha scelto di puntare con grande decisione: "Abbiamo come obiettivo di garantire un reddito adeguato ai nostri agricoltori e redistribuiamo a loro la ricchezza prodotta dalla nostra attività. Ci impegniamo anche in progetti di sviluppo sostenibile, come nel caso del dell'ananas biologico Dolcetto che ha ricevuto la certificazione Fairtrade, e promuoviamo la crescita umana e professionale e il miglioramento delle condizioni socio-economiche delle comunità locali ovunque Brio si trovi a operare". Un impegno a 360° che non ha mancato di convincere la giuria del Sustainability Award: "Il premio nasce con l'obiettivo di riconoscere il valore delle aziende del Paese che si sono distinte per sviluppo sostenibile, responsabilità sociale e rispetto dell'ambiente - conclude Amidei -. Essere parte della top 100 ci identifica come impresa che ha saputo portare innovazione nel proprio settore attuando, al tempo stesso, un comportamento orientato alla sostenibilità. Un riconoscimento davvero importante dell'impegno di tutta la nostra filiera".



Gianni Amidei, presidente Brio

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


Naturitalia
THE FLAVOURS OF NATURE

NATURITALIA DISTRIBUISCE

 **Jingold**
lo specialista del kiwi

DA 30 ANNI L'AZIENDA SUPPORTA LA ONLUS CON LE PROPRIE DONAZIONI

Conserve Italia rinnova il sostegno al Banco Alimentare

Giovanni Bucchi

Il Gruppo cooperativo ospite dell'evento "Il buono di fare insieme" dedicato alle aziende partner. Donazioni per 500 tonnellate di prodotti all'anno.

“Quello con il Banco Alimentare è un rapporto storico, nato oltre trent'anni fa dalla condivisione di valori come la solidarietà verso le persone più bisognose, l'attenzione alle proprie comunità di appartenenza, la lotta allo spreco alimentare. Valori propri del sistema cooperativo di cui orgogliosamente facciamo parte, e che rappresentano un cardine per le politiche di sostenibilità della nostra Azienda". Così il direttore operation di Conserve Italia Gabriele Brignani è intervenuto all'evento "Il buono di fare insieme" organizzato dalla Fondazione Banco Alimentare dell'Emilia-Romagna Onlus nella elegante cornice di Villa La Babina a Sasso Morelli di Imola, dove l'Organizzazione che distribuisce cibo



Gabriele Brignani, direttore operations Conserve Italia.

alle associazioni caritatevoli ha voluto valorizzare la partnership con alcune aziende della regione.

"Ogni anno - ha spiegato Brignani - Conserve Italia dona oltre 500 tonnellate di alimenti e bevande al Ban-



Il DG Pier Paolo Rosetti intervistato da Teleromagna.

co Alimentare. Dai succhi di frutta alle polpe e passate di pomodoro, passando per mais dolce, fagioli borlotti, piselli e fagiolini: tutti prodotti che, tramite la capillare rete associativa che fa riferimento alla Fondazione regionale, arrivano poi nelle case di famiglie indigenti, anziani soli e con redditi molto bassi, persone emarginate". Inoltre, in occasione della Giornata Nazionale della Colletta Alimentare (che quest'anno si terrà sabato 26 novembre) da ormai 15 anni Conserve Italia dona al Banco Alimentare dell'Emilia-Romagna 5.000 scatole di cartone che vengono utilizzate dai volontari per raccogliere i prodotti alimentari nei punti

di vendita della Distribuzione che aderiscono all'iniziativa.

"Siamo una filiera agricola italiana tre volte sostenibile: dal punto di vista economico, ambientale e sociale. Il sostegno al Banco Alimentare va nella direzione di rafforzare la sostenibilità sociale della nostra filiera nei confronti delle comunità di riferimento, con particolare attenzione alle fasce più fragili della popolazione" ha aggiunto il direttore generale Pier Paolo Rosetti nel corso di un'intervista a Teleromagna che ha raccontato questa importante partnership. "Il sostegno al Banco Alimentare - ha concluso Rosetti - conferma anche il nostro impegno contro lo spreco alimentare grazie alla donazione di eccedenze alimentari e prodotti non conformi alla vendita.

È un'attività molto importante e sulla quale puntiamo particolarmente per diffondere anche tra i nostri soci e i no-



Volontari del Banco Alimentare ricevono una donazione di Conserve Italia.

stri collaboratori una cultura aziendale virtuosa, attenta al recupero del cibo e all'economia circolare".

132 MILIONI IN PIÙ RISPETTO ALLA PRECEDENTE PROGRAMMAZIONE EUROPEA

ER, quasi un miliardo di euro per il PSR 2023-27

Alessandro Pantani

Tre le macro-aree di intervento: competitività, reddito delle imprese e buona occupazione, sostenibilità ambientale dei processi produttivi e delle colture, sviluppo equilibrato dei territori

L'assemblea legislativa dell'Emilia-Romagna ha dato il via libera alla **Programmazione per lo sviluppo rurale 2023-2027**: complessivamente ammontano a **913,2 milioni di euro i fondi per lo sviluppo rurale da qui al 2027**, cifra che colloca la regione al primo posto per valore delle risorse ottenute fra le Regioni del Centro-Nord. Le risorse arriveranno per il 40% dall'Europa, quasi 372 milioni, e per il restante 60% da finanziamento statale (379 milioni) e regionale (162,5 milioni). Si tratta di oltre 132 milioni di euro in più rispetto alla programmazione europea 2014-20, considerati nel nuovo settennato 2021-27 anche i due anni del Psr di transizione 2021 e 2022. "Prosegue l'impegno a favore di un set-

tore fondamentale per l'economia regionale e il Made in Italy, grazie a eccellenze e prodotti unici al mondo. Con la nuova programmazione - ha spiegato l'assessore regionale all'Agricoltura, **Alessio Mammi** - si punta ad accompagnare l'agricoltura regionale verso una maggiore sostenibilità e innovazione digitale e tecnologica, a tutela della qualità che la contraddistingue, ma anche a dare un sostegno concreto al settore nel pieno della crisi energetica, con i prezzi di gas e materie prime alle stelle, e con gli effetti combinati del cambiamento climatico e della pandemia negli ultimi due anni coi quali fare i conti tutti i giorni".

Tre le macro-aree di intervento: **competitività, reddito delle imprese e la buona occupazione**, cui andranno 286 milioni di euro, **sostenibilità ambientale dei processi produttivi e delle colture**, 404 milioni, **sviluppo equilibrato dei territori, a partire dalle aree montane e interne**, con 149 milioni di euro. Sono poi previste azioni **sull'innovazione digitale** in agricoltura a tutte

le aree di intervento, per le quali sono disponibili 51 milioni. Nell'elaborare la propria strategia, la Regione ha tenuto conto del **Piano Nazionale di Riforma e Resilienza (Pnrr)**, che, in un'ottica di sostenibilità globale, destina risorse straordinarie ai settori agricolo, agroalimentare e dello sviluppo del territorio (oltre 10 miliardi di euro a livello nazionale). L'impegno per il periodo 2023-27 che la Regione si trova ad affrontare è **sostenere il sistema agricolo, agroindustriale regionale e i territori rurali** nel perseguimento degli innovativi e ambiziosi obiettivi definiti della nuova Politica agricola comunitari in una congiuntura internazionale di grande difficoltà. Rispetto **agli obiettivi comunitari che prevedono almeno il 35% su interventi per agroambiente e clima**, l'Emilia-Romagna ha raggiunto il 44%, mentre sopra le soglie europee sono anche le risorse destinate ai partenariati pubblico-privati che operano prevalentemente in aree interne e montane, attraverso l'approccio Leader col GAL (Gruppi di Azione Locale).



FRANCESCO LOLLOBRIGIDA È IL NUOVO MINISTRO DELL'AGRICOLTURA

Lo snodo strategico della Sovranità alimentare

Jacopo Serafini

Identikit del nuovo titolare del dicastero di via XX settembre, fra sfide interne ed europee: chi è e quali saranno gli snodi cruciali che dovrà affrontare Francesco Lollobrigida.

Francesco Lollobrigida è il nuovo **Ministro dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e Forestale** e nel suo mandato sarà affiancato dai **Sottosegretari Patrizio Giacomo La Pietra e Luigi D'Eramo**.

Questi i nuovi nomi che guideranno le politiche del settore primario nel Governo Meloni e che saranno chiamati ad affrontare sfide ed emergenze, vecchie e nuove. Sono tre politici esperti - Lollobrigida e La Pietra di Fratelli d'Italia, mentre D'Eramo della Lega - ma nella loro esperienza non hanno mai avuto incarichi diretti nel mondo agricolo.

Il cambio di nome nel dicastero di via

XX Settembre ha suscitato curiosità e aspettative: quella "sovranoità alimentare" non è solo una questione lessicale, ma porta ad ampliare l'azione del ministero stesso.

La sovranoità alimentare affonda le sue radici nei movimenti internazionali degli agricoltori della fine del millennio scorso, per poi evolversi attraverso i contributi di Associazioni, Enti e Organizzazioni fino all'ultima definizione coniata nel 2008 dall'International Assessment of Agricultural Science and Technology for Development (IAASTD), un panel intergovernativo sviluppato con il patrocinio delle Nazioni Unite e della Banca Mondiale, secondo cui la sovranoità alimentare è il diritto dei popoli e degli Stati sovrani a determinare democraticamente le proprie politiche agricole e alimentari. **In Francia esiste già il Ministero dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare** e Oltralpe la questione non è stata politicizzata, ma vissuta come una opportunità per tutelare gli agricoltori francesi e le loro produzioni. Attorno a questa definizione si svilupperà il mandato del ministro Lollobrigida e anche i primi provvedimenti che saranno presi.

Nelle sue prime uscite pubbliche e interviste il titolare di via XX

Settembre è intervenuto a più riprese sul tema: **"Sovranità alimentare vuol dire qualità e difesa di chi produce. Sovranità alimentare significa tutelare i coltivatori per proteggere la filiera agroalimentare e la cultura rurale. Il prodotto italiano è un'eccellenza nel mondo. E il legame con il territorio è di primaria importanza - ha ribadito il Ministro -. Rimettere al centro l'imprenditore agricolo vuol dire avere consumatori soddisfatti dalla qualità dei prodotti e non da un semplice bisogno di mangiare e bere. Significa difendere il nostro ambiente, perché l'agricoltore è il primo ambientalista, che difende l'ecosistema con la consapevolezza di chi lo vive tutti i giorni. Anche su questi principi si basa la Sovranità alimentare. Bisogna aiutare gli agricoltori a produrre a costi più bassi, rispetto a quelli che devono affrontare con il caro energia e su questo sta lavorando il Presidente Meloni con tutto il governo".**

Energia, rincari dei mezzi tecnici e dei fattori produttivi, inflazione galoppante... Sono le emergenze a cui il Governo e il Ministero dell'Agricoltura dovrà mettere mano sin da subito. C'è poi il futuro da pianificare e gli strumenti da mettere in campo per declinare la nuova Pac e la Strategia europea Farm to Fork nel nostro Paese, ad esempio: insomma, l'agenda ministeriale è fitta.

Ma ci sono anche strumenti avviati nella scorsa legislatura che aspettano di essere concretizzati, un esempio su tutti il **catasto frutticolo**. E poi c'è quel **Tavolo ortofrutticolo nazionale** che, dopo essere stato convocato un paio di volte, aspetta di diventare pienamente operativo.



Francesco Lollobrigida in occasione della cerimonia di giuramento del governo. Fonte: Quirinale.it

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

**Diamo valore
al tuo domani,
insieme.**

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.

Chiedi in filiale
o visita il sito bper.it

Vicina. Oltre le attese.

www.bper.it **f** **in** **YouTube**

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale