

ORTOFRUTTA NOTIZIE

Numero 1/2023
Gennaio-Febbraio



**ALEGRA, ONEFINE E VERDEDIVO
CONQUISTANO FRUIT LOGISTICA**



**PER NATURITALIA UN 2023
NEL SEGNO DELL'INNOVAZIONE**



**POMODORO, CONSERVE ITALIA
SI AGGIUDICA IL COMPLESSO EX O.P.O.E.**

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

Sommario

- 4 Il nuovo corso di Ortofrutta Notizie
GABRIELE CHIESA, EUGENIO OCCHIALINI
MAICOL MERCURIALI
- 5 F.In.A.F. il Programma Operativo 2023-27 approvato dalla Regione
LISA MARTINI
- 7 Progetti europei, Apo Conerpo in prima fila per l'ortofrutta
ALESSANDRO PANTANI
- 10 Alegra, Ondine e VerdeDivo conquistano Fruit Logistica
ALESSANDRO PANTANI
- 11 Per Naturalia un 2023 nel segno dell'innovazione
AUGUSTO RENELLA
- 12 Pomodoro, Conserve Italia si aggiudica il complesso ex O.P.O.E.
GIOVANNI BUCCHI
- 13 Vitires, un grande consorzio per i vitigni resistenti
ALESSANDRO PANTANI
- 14 La filiera agroalimentare nel tempo dell'incertezza
RAOUL MONTACUTI

Bilancio convincente per la kermesse internazionale

Fruit Logistica, segnali positivi: l'ortofrutta è più viva che mai

Davide Vernocchi
Presidente Apo Conerpo

Nel momento in cui scriviamo Fruit Logistica 2023 sta chiudendo i battenti mandando in archivio un'edizione finalmente tornata – per dimensioni, per pubblico, per dinamismo – agli standard pre-pandemici. Il mondo, fuori dai padiglioni di Messe Berlin, continua ad affrontare un momento di grandissime tensioni, dalla guerra ai rincari in tutti i settori, passando per gli effetti di una pandemia che, in alcune parti del mondo, ancora imperversa e che ha lasciato segni indelebili in tutto il pianeta, ma da Fruit Logistica è arrivato un segnale chiaro: l'ortofrutta c'è.

Fra i padiglioni abbiamo respirato la voglia di restituire all'ortofrutta l'immagine che merita, nonostante tutte le difficoltà del settore, e abbiamo percepito un importante ottimismo figlio di una rinnovata attenzione per il nostro comparto: penso, ad esempio, al nostro Paese che non solo ha portato a Berlino un numero importante di realtà eccellenti ma che ha anche presidiato la manifestazione con diversi rappresentanti del mondo della politica e delle Istituzioni. Una "prima volta" che non ha mancato di stupirci positivamente e che interpretiamo come un segno di un cambiamento in corso. E come riconoscimento degli sforzi che l'agricoltura italiana sta mettendo in campo nei confronti dell'ambiente e nella tutela di quella sovranità alimentare che è fondamentale nei programmi di Governo. Sono convinto che la politica stia maturando sempre di più la consapevolezza di quanto questi aspetti siano correlati: nel momento in cui scompare un ettaro di frutteto, vale la pena ricordarlo, togliamo un ettaro di bosco nel nostro territorio. E questo ha degli impatti importanti sull'ambiente, sull'economia e sulla qualità della vita delle persone.

Le sfide aperte per il mondo ortofrutticolo sono ancora tante ma, senza dubbio, ora occorre mettere massimo impegno anche nel veicolare una corretta immagine di sé, del proprio ruolo e delle proprie sfide, magari sottolineando anche il proprio ruolo di argine all'inflazione (con i produttori che hanno assorbito, loro malgrado, gran parte dei rincari della filiera ortofrutticola). Il futuro, come ben sappiamo noi produttori ortofrutticoli, è ricco di incognite e di sfide ma il messaggio di Berlino è chiaro: l'ortofrutta italiana è più viva che mai.



CAMBIA L'ORGANIZZAZIONE DELL'HOUSE-ORGAN. OPPORTUNITÀ PER I SOCI

Il nuovo corso di Ortofrutta Notizie

Gabriele Chiesa, Eugenio Occhialini, Maicol Mercuriali

Il magazine diventa una testata giornalistica a tutti gli effetti grazie a una sinergia fra Apo Conerpo, New Business Media e Orma Comunicazione.

Quella che state tenendo in mano è una copia speciale. Apparentemente vi sembrerà simile a quelle precedenti, ma in realtà segna il nuovo corso di Ortofrutta Notizie. L'house-organ di Apo Conerpo diventa infatti una testata giornalistica a tutti gli effetti, autonoma, al servizio dei soci e delle cooperative. E lo fa grazie a una collaborazione a tre, nel segno della continuità e della sostenibilità. Apo Conerpo, New Business Media e Orma Comunicazione sono i tre protagonisti di questa nuova pagina di Ortofrutta Notizie: l'OP continua il proprio impegno per comunicare ai soci, dando loro anche nuove opportunità di informazione; la casa editrice curerà la stampa e la distribuzione della rivista, mentre

l'agenzia di comunicazione - che di Apo Conerpo è anche l'ufficio stampa - si occuperà del coordinamento editoriale e dell'impaginazione, esprimendo anche il direttore responsabile della pubblicazione, Alessandro Pantani, giornalista e socio dell'agenzia.

Quest'anno saranno pubblicati nove numeri di Ortofrutta Notizie, inviati gratuitamente ai soci del Gruppo, e ogni abbonato o socio di Apo Conerpo potrà attivare degli abbonamenti a condizioni speciali per le pubblicazioni di News Business Media (vedi box sotto).

"Grazie a questa convenzione offriamo ai nostri soci la possibilità di una informazione qualificata a prezzi vantaggiosi - spiega Gabriele Chiesa, direttore



generale di Apo Conerpo - Con gli abbonamenti digitali si va verso una transizione che, non dovendo stampare e distribuire il prodotto, ha anche un minore impatto sull'ambiente. Con Ortofrutta Notizie il nostro obiettivo è di comunicare con costanza e precisione tutta l'attività di Apo Conerpo: dal lavoro quotidiano in campagna a quello nei magazzini delle nostre cooperative, dalle dinamiche di mercato in

Italia e all'estero alla ricerca per fornire i massimi livelli di assistenza tecnica. Nelle pagine di Ortofrutta Notizie ci sarà tutto questo e tanto altro".

"È un piacere continuare la storica collaborazione con Apo Conerpo sul progetto editoriale di Ortofrutta Notizie - commenta Eugenio Occhialini, direttore di Edagricole - New Business Media - ed è un piacere mettere a disposizione dei soci dell'Op i nostri magazine come Terra e Vita e la Rivista di Frutticoltura, punti di riferimento nell'informazione professionale di chi lavora in agricoltura e in ortofrutta".

"Seguire la comunicazione di un grande gruppo come Apo Conerpo è stimolante, così come è stimolante poter mettere la firma, così come si dice tra gli addetti ai lavori, a questo house-organ - commenta Maicol Mercuriali, presidente di Orma Comunicazione - Lavoreremo a un prodotto editoriale concreto, che sappia raccontare la vita del mondo Apo Conerpo e trasferire le principali novità del settore ortofrutticolo".

ABBONAMENTI AGEVOLATI, COME ATTIVARLI?

La convenzione sottoscritta permetterà a ogni socio di Apo Conerpo di attivare degli abbonamenti annuali a condizioni agevolate per le pubblicazioni di News Business Media. Per avvalersi di questa opportunità i soci dovranno:

- collegarsi al sito https://www.tecnichenuove.com/argomenti/agricoltura/?product_cat=riviste
- Selezionare la rivista
- Aggiungere il prodotto nel carrello
- Inserire il codice promozionale nella casella di riferimento
- Concludere ordine

Codici e prodotti corrispondenti:

Prodotto	Codice promozionale	Prezzo
Rivista di Frutticoltura (digitale)	FRDAPO1023	10 €(sconto 66%)
Rivista di Frutticoltura (cartaceo)	FRCAPO3023	50,40 €(sconto 30%)
Terra e Vita (digitale)	TVDAPO4023	30 €(sconto 40%)
Terra e Vita (cartaceo)	TVCAPO3023	69,30 €(sconto 30%)

VIA LIBERA ANCHE AL PROGETTO ESECUTIVO PER IL 2023

F.In.A.F, il Programma Operativo approvato dalla Regione

Lisa Martini
Direttore F.In.A.F.

La AOP insieme a 11 OP Socie ha scelto di sviluppare e presentare un proprio PO grazie alle nuove norme comunitarie. Una grande sfida ma un'opportunità importante per salvaguardare il valore di tutta la filiera.

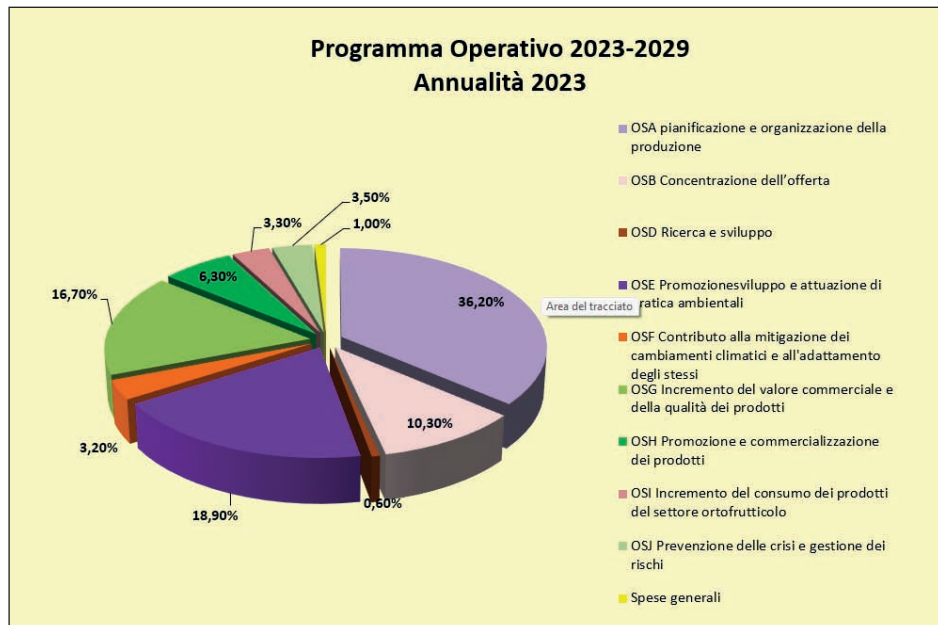
Il Programma Operativo 2023-2029 e il relativo progetto esecutivo per l'annualità 2023 presentati a ottobre 2022 dalla AOP F.In.A.F. sono stati integralmente approvati dalla Regione Emilia-Romagna ai sensi dei nuovi Regolamenti (UE) 2115-2116-2117/2021 e del Reg. (Ue) 126/2022. L'approvazione di questo nuovo Programma Operativo si configura come il coronamento di un progetto ambizioso, percorso dalla AOP F.In.A.F e dalle OP socie, che - con il supporto della Direzione Generale Agricoltura, Caccia e Pesca Settore Orga-

nizzazioni di Mercato, Qualità e Promozione della Regione Emilia-Romagna - hanno scelto di presentare un proprio Programma Operativo, ai sensi della nuova normativa comunitaria, gestendo la programmazione in un contesto normativo nuovo, ma ricco di opportunità legate a nuove prospettive di crescita.

Le nuove regole prevedono infatti la presentazione di un Programma Operativo unico, presentato dalla AOP che avrà come vincolo il 15% del Fondo di esercizio destinato ad azioni ambientali e il 2% alla ricerca nel corso di tutta la durata del PO. Tali vincoli restano in capo alla AOP, che potrà contare su un contributo aggiuntivo pari allo 0,4% del VPC, su un Fondo di esercizio unico come AOP, nonché su alcune azioni cofinanziate al 60% oltre a mantenere il contributo al 100% per i ritiri dal mercato destinati alla distribuzione gratuita.

INSIEME, GUARDANDO AL CLIMA

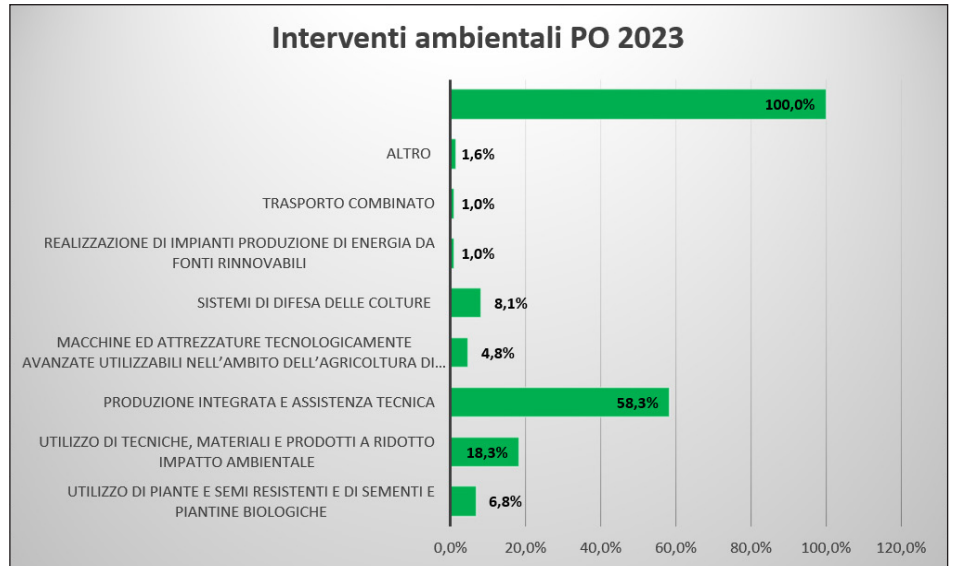
Al nuovo Programma Operativo della AOP F.In.A.F. partecipano 11 OP socie, di cui 3 in Emilia Romagna, 5 in Puglia, 2 in Lombardia e 1 in Lazio, per Valore della Produzione Commercializzata pari a 613,4 milioni di euro per un Fondo di Esercizio pari a 57,2 Milioni di Euro. Le Organizzazioni di Produttori che hanno scelto di partecipare al Programma Operativo di F.In.A.F. hanno contribuito a dare forma a una programmazione composta da quasi tutti gli Obiettivi identificati dalla normativa comunitaria per dare vita a un progetto unitario che vede nella sfida ambientale uno tra gli obiettivi prioritari. Negli ultimi anni infatti il settore agricolo e, in particolare, quello ortofrutticolo è risultato fortemente condizionato dai cambiamenti climatici in atto: fenomeni quali gelate, siccità, ondate di caldo, cui si uniscono emergenze fitosanitarie, con la presenza di nuovi insetti e malattie, hanno messo a dura prova le colture orticole e frutticole. Per questa ragione il Programma Operativo della AOP F.In.A.F. ha destinato oltre il 22% delle risorse disponibili ad Azioni avente carattere ambientale per un ammontare pari a 12,7 milioni di euro, che verranno impiegate in particolare nella pratica della produzione integrata, unitamente al servizio di Assistenza tecnica all'utilizzo di tecniche, materiali e prodotti a ridotto impatto ambientale, come la confusione sessuale e l'applicazione di prodotti di lotta biologica. Tali pratiche sono destinate a privilegiare l'uso di tecniche colturali che garantiscono un minor impatto ambientale e una ridu-



zione dell'immissione nell'ambiente di sostanze chimiche, assicurando una maggiore sostenibilità dell'agricoltura.

SISTEMI DI DIFESA E COLTURE RESISTENTI

Sempre nell'ambito degli Obiettivi ambientali F.In.A.F. ha destinato risorse significative anche ai **sistemi di difesa delle colture** (come reti antigrandine, antivento, antipioggia, ombreggianti, antinsetti, antibrina), a fronte dell'intensificazione di eventi e avversità sempre più estremi quali ad esempio la siccità ed altri fenomeni climatici di elevata intensità. Importanti risorse sono inoltre state destinate all'utilizzo di **piante e semi resistenti** e di sementi e piantine biologiche, in particolare nel settore orticolo, al fine di **ridurre l'utilizzo di prodotti fitosanitari**, puntando su colture maggiormente resistenti, oltre agli investimenti in macchine e attrezzature tecnologicamente avanzate utilizzabili nell'ambito dell'**agricoltura di precisione** e in **impianti di produzione di**



energia da fonti rinnovabili.

Con il PO appena approvato, F.In.A.F. ha inteso individuare, 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, tramite un piano di sviluppo a lungo termine che consenta, grazie al valore aggiunto dell'aggregazione e ad investimenti mirati, di salvaguardare il valore di tutta la filiera.

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



IN&OUT VOLGE AL TERMINE, AL VIA "PEARS WITH LOVE" E IL NUOVO FRUIT24

Progetti europei, Apo Conerpo in prima fila per l'ortofrutta

Alessandro Pantani

Pieno impegno della OP nei progetti comunitari per la valorizzazione della frutta e verdura italiana. Mentre In&Out entra nella sua terza e ultima annualità, il 2023 vede la partenza di altre due importanti iniziative.

Promuovere l'ortofrutta italiana, valorizzarne la sostenibilità (non soltanto ambientale ma anche etica ed economica), informare i consumatori sull'impegno quotidiano dei produttori nel portare sulle tavole italiane ed europee prodotti buoni, sani, dalle qualità organolettiche uniche e amici dell'ambiente, ma anche incentivare la diffusione di buone pratiche e il consumo di frutta e verdura da parte di persone di tutte le fasce di età: l'elenco degli obiettivi dei progetti europei che vedono coinvolto in prima linea Apo Conerpo potrebbe essere ancora molto lungo. La principale Organizzazione di Produttori ortofrutticoli d'Europa ha scelto, da tempo, di impegnarsi in importanti iniziative che mettano al centro prodotti e imprese agricole, valori, eccellenze e sfide e tutto quanto è racchiuso in ogni singolo frutto o ortaggio che viene coltivato dai propri soci. Un impegno che parte da lontano e che, negli ultimi anni (e per i prossimi a venire) si è concretizzato in diversi progetti con differenti target: ma a che punto sono queste iniziative?

IN&OUT, VOLATA FINALE

Avviato nel 2020, In&Out è ufficialmente entrato nel suo ultimo anno di attività: il progetto cofinanziato dalla Comunità Europea nasceva con lo scopo di promuovere **frutta e verdura**

coltivate da un'agricoltura consapevole, nel rispetto dell'ambiente, mettendo in pratica principi di economia circolare, che garantiscano sicurezza per il consumatore, piena tracciabilità e offrano la massima qualità sia dal punto di vista organolettico che per quanto riguarda gli aspetti nutrizionali. In sintesi, il progetto In&Out è stato avviato con l'obiettivo di **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** partendo da un punto focale molto preciso: la filiera di Apo Conerpo. "Dopo la positiva esperienza vissuta con *Fruit24*, il precedente progetto triennale europeo finalizzato a favorire l'aumento dei consumi interni di frutta e verdura, In&Out ha rappresentato un ulteriore passo in avanti e un salto di qualità - commenta Davide Vernocchi, presidente di Apo Conerpo -. Una grande campagna di comunicazione, focalizzata **sulle caratteristiche distintive dei prodotti dei nostri soci: sostenibilità, ambientale certo, ma anche etica, sociale ed economica, rispetto dell'ambiente** in cui i nostri produttori agricoli operano quotidiana-



mente, **sicurezza dei processi produttivi, tracciabilità, applicazione dei principi dell'economia circolare, risparmio delle risorse naturali, valorizzazione del territorio e della stagionalità, sostegno al reddito delle aziende agricole**".

Tre i Paesi target del progetto e due i livelli della comunicazione su cui si è mosso il progetto In&Out: "Oltre all'Italia, le azioni di comunicazione hanno intercettato anche i consumatori di Austria e Danimarca intervenendo **sia sugli operatori che sui media**. Nonostante i limiti imposti dalla pandemia e dai regolamenti sanitari posti in essere dai singoli stati, possiamo dire che,



fin qui, In&Out è stato un successo e, oltre ai consumatori, ha svolto un'importante azione anche sugli operatori del trade".

I NUMERI DEI PRIMI DUE ANNI

A segnare le attività promozionali di In&Out è stata sicuramente la pandemia da Covid-19 che ha inevitabil-

mente ridotto le occasioni di contatto con i consumatori, in particolare nei mesi più critici e dolorosi: ciononostante, complice un'estate 2021 che ha visto allentarsi la morsa dei contagi e una maggior libertà dei movimenti delle persone, il primo anno ha visto il coinvolgimento di oltre 340 punti vendita nei Paesi target.

Di questi, ben 240 in Italia dove sono state otto le catene della Grande Distribuzione interessate (con il coinvolgimento dei punti vendita di Bennet, delle cooperative del gruppo Conad e del gruppo COOP, del Gruppo Arena e di IN'S). 3400 le giornate promozionali effettuate di cui oltre 600 in Dani-

marca, nelle catene Bilka e fòtex, diffuse in tutto il Paese scandinavo. Non da meno il secondo anno di progetto che, al 31 agosto 2022, aveva visto le giornate promozionali superare quota 5.400 con oltre 450 punti vendita coinvolti. Positivi i riscontri anche dei primi due concorsi a premi che rappresentano un importante strumento di misurazione degli impatti della campagna sul consumatore: ogni annualità ha visto,

infatti, la compilazione di oltre 15.000 questionari di opinione, tanto in forma cartacea quanto digitale.

PEARS WITH LOVE AI NASTRI DI PARTENZA

Ha invece preso il via da poche settimane il progetto "Pears with love: a case study of sustainable agriculture", nuovo progetto europeo di Apo Conerpo dedicato, com'è facilmente intuibile, alla valorizzazione di un prodotto che vede l'Italia (e l'Emilia-Romagna in particolare) vestire i panni del protagonista sulla scena europea. Ma non solo: il progetto comunitario vuole mettere in evidenza la necessità di un'agricoltura sostenibile, aumentando nei consumatori la consapevolezza dei suoi benefici per il clima e l'ambiente. Al centro del progetto, la pera, utilizzata come esempio per raccontare una filiera produttiva sostenibile fino al consumatore.

"Si tratta di un progetto fortemente voluto da Apo Conerpo per salvaguardare i valori di sostenibilità ambientale e supportare i consumatori nel compiere scelte alimentari sane e sostenibili - spiega Vernocchi -, fornendo loro informazioni chiare sulle caratteristiche specifiche dei metodi di produzione nell'Unione per tutti prodotti ortofrutticoli e in particolare la pera, in termini di rispetto dell'ambiente, sicurezza alimentare, rintracciabilità, autenticità ed etichettatura".

In particolare, il progetto si concentra sulla sostenibilità della produzione e del consumo della pera, avendo come riferimento la definizione di "agricoltura sostenibile" formulata dalla FAO (cioè quando è parte di un sistema in cui è accessibile a tutti cibo nutriente, la gestione delle risorse naturali tutela l'ecosistema con l'obiettivo di supportare i bisogni umani presenti e del futuro). Grazie ad un approccio sostenibile, infatti, "dal campo alla tavola", sia operatori del settore che i consumatori possono contribuire a proteggere il suolo limitando l'uso dei fertilizzanti e dei pesticidi chimici; ridurre al minimo l'inquinamento e il consumo delle risorse idriche, nonché le emissioni dei gas a effetto serra; potenziare l'agricoltura biologica e di precisione, ma soprattutto, tutelare il più possibile la biodiversità, oltre

L'esordio di "Pears with Love" a Fruit Logistica 2023

Annunciato alla fine di gennaio, "Pears with love" si è presentato ufficialmente al pubblico di buyer e operatori internazionali nel corso di Fruit Logistica 2023, la manifestazione di riferimento a livello mondiale per il mondo ortofrutticolo. Lo stand A10 collocato presso la Hall 2.2 ha ospitato tanti curiosi e interessati nel corso dei tre giorni della kermesse berlinese, conclusa lo scorso 10 febbraio.





a promuovere il consumo sostenibile. Una delle evidenze che il progetto porta alla luce sono i benefici che la produzione frutticola, grazie alla presenza di piante legnose perenni, apporta in termini di carbonio sequestrato, apporto di nutrienti esogeni, possibilità di attuazione di pratiche di coltivazione sostenibili e di biodiversità: al netto dell'impatto dei fattori colturali, tra cui combustibili e fertilizzanti, impiegati durante la produzione, si registra un bilancio del carbonio negativo, stimando che ad ogni tonnellata di pere corrispondono assorbimenti pari a - 47 Kg CO₂.

Ampio l'orizzonte temporale del progetto: "Pears with love", infatti, si estenderà per un triennio e intercetterà i consumatori di tre Paesi dove le pere rappresentano un prodotto importante e apprezzato come Italia, Germania e Francia.

FRUIT24, SECONDA EDIZIONE

Infine, il 2023 vedrà anche il ritorno della seconda edizione di Fruit24,



dopo la positiva esperienza della prima edizione nel triennio 2018-2020. Il progetto, in partenza a giugno punta a sviluppare i consumi di frutta e verdura nei Paesi target (Italia, Grecia, Spagna e Germania per questa edizione) e vedrà all'opera Apo Conerpo e la realtà greca Rachis Pierias. L'impegno sarà quello di informare i consumatori in merito ai vantaggi di un'alimentazione sana ed equilibrata grazie a un maggiore utilizzo di frutta e verdura nei pasti quotidiani: target delle azioni di comunicazione saranno le famiglie e i consumatori fra i 25 e i 64 anni che, secondo le ricerche, sono sempre più attenti ai temi del benessere e della salubrità dei cibi. Fruit 24 punterà anche a informare ed educare i consumatori rispetto al valore di frutta e verdura di stagione, suggerendo menu legati proprio alla stagionalità con proposte pensate per specifici momenti della giornata con l'obiettivo di veicolare una nuova immagine dell'ortofrutta come fresca, naturale, facile da utilizzare, piacevole ed economicamente conveniente ma,



soprattutto, come elemento salubre semplice da consumare. L'idea alla base del progetto è infatti quella di superare le raccomandazioni generiche rispetto al consumo quotidiano di frutta e verdure ma fornire elementi concreti sul fronte delle caratteristiche nutrizionali, dei vantaggi sul benessere dell'assunzione regolare di ortofrutta ma anche sulla sostenibilità delle produzioni. Il progetto, anche in questo caso, avrà durata triennale e non mancheremo di raccontarvi tutte le evoluzioni e le novità anche sulle pagine di Ortofrutta Notizie.

BILANCIO POSITIVO DELLA KERMESSE BERLINESE PER LE BUSINESS UNIT DI APO CONERPO

Alegra: Ondine e VerdeDivo conquistano Fruit Logistica

Alessandro Pantani

Buoni riscontri da buyer e operatori per la gamma presentata a Berlino da Alegra, Brio e Valfrutta Fresco. Grande attenzione per le nettarine piatte Ondine e per l'innovativo kiwi VerdeDivo, protagonista di apprezzati momenti di tasting.

Nonostante Fruit Logistica abbia registrato ancora un 18% in meno di espositori rispetto al periodo pre-pandemico, c'è stato grande movimento nello stand del Gruppo Alegra, con numerosi incontri di business: il bilancio dell'edizione 2023 della manifestazione da parte di Alegra, Brio e Valfrutta Fresco è quindi positivo. Le tre business unit di Apo Conerpo, presenti a Berlino con uno spazio importante nell'ambito della collettiva "Italy, the beauty of quality" organizzata da CSO Italy hanno vissuto tre giorni ad alta intensità incontrando buyer, fornitori e pubblico con l'obiettivo di consolidare i rapporti esistenti, sviluppare nuove opportunità di business e, in ultima analisi, valorizzare al meglio i prodotti dei propri soci. *(Nella foto in basso, la "squadra" del gruppo Alegra a Berlino con il presidente di Apo Conerpo, Davide Vernocchi).* "Le aspettative per l'edizione 2023 di Fruit Logistica erano alte - commenta Mauro Laghi, direttore generale di Alegra - sia in termini di afflusso di pubblico e di operatori che sul fronte dei business meeting e possiamo dire

che le attese sono state rispettate: dopo la ripartenza del 2022, quest'anno la manifestazione berlinese è tornata ad alti livelli, nonostante la concorrenza di altre fiere sia oggi più forte e gli alti costi di partecipazione abbiano ridimensionato il numero di espositori". Protagonisti di questa edizione sono stati sicuramente due progetti ad alto tasso di innovazione e con importanti ambizioni di mercato che vedono Alegra impegnata in prima fila: il kiwi VerdeDivo e le nettarine piatte Ondine. "VerdeDivo, sviluppato da NewPlant, prodotto e commercializzato da Alegra, Apofruit e Orogel Fresco è pronto a dare una scossa al mercato del kiwi verde - prosegue Laghi -: i momenti di assaggio che hanno coinvolto i buyer presenti hanno confermato come VerdeDivo abbia caratteristiche organolettiche uniche, con un bilanciamento ideale fra dolcezza e acidità e una consistenza inaspettata, tutti elementi che concorrono a un'esperienza inedita e piacevole per il palato. Per quanto riguarda le nettarine piatte

Ondine, dopo i risultati molto positivi delle prove di commercializzazione del 2022, quest'anno siamo stati felici di poter presentare agli operatori i nostri impianti in piena produzione grazie ai quali stiamo impostando programmi di fornitura con i nostri principali clienti. Le nettarine piatte Ondine sono un prodotto unico, protagonista di un ambizioso progetto Club che vede coinvolti selezionati operatori nel nostro Paese. Grazie alle varietà coltivate dai nostri soci, saremo pronti a garantire la presenza a scaffale delle nettarine piatte Ondine per tutta la stagione estiva".

Protagonisti nello stand del gruppo Alegra, naturalmente, anche le produzioni stagionali, come mele, kiwi e pere, la gamma di prodotti delle specialità Valfrutta Fresco e le proposte bio di Brio. Per la realtà specializzata nel biologico la kermesse berlinese è stata l'occasione per illustrare e pianificare i programmi futuri per la gamma di prodotti primaverili ed estivi, a partire da fragole e asparagi, per arrivare ai mirtilli e a tutta la gamma della frutta da nocciolo. Valfrutta Fresco, invece, ha presentato a Berlino le sue specialità, a partire dallo zenzero italiano. Spazio anche alle nuove varietà di pomodori, in modo particolare quelle della linea dei prodotti nichel free: una gamma capace di segmentare l'offerta e rispondere ad un'esigenza di una fetta crescente di popolazione.



ARRIVANO LE ONDINE E LE UVE SENZA SEMI CLUB DI IFG

Per Naturitalia un 2023 nel segno dell'innovazione

Augusto Renella
Marketing R&D Manager Naturitalia

La business unit di Apo Conerpo arricchisce il proprio assortimento di drupacee entrando nel progetto di pesche e nettarine piatte Ondine. Annuncia poi lo sviluppo delle seedless Sugar Crisp e Sweet Globe a bacca bianca e Sweet Celebration a bacca rossa.

Due importanti novità entrano da fare parte dell'assortimento di Naturitalia, business unit di Apo Conerpo: le pesche e le nettarine piatte Ondine, protagoniste di un innovativo progetto Club che coinvolge diverse nazioni europee e un ristretto gruppo di operatori autorizzati in Italia; e tre nuove varietà di uva da tavola IFG, uno dei principali breeder di seedless a livello mondiale. L'ampliamento della gamma premium di Naturitalia intende rispondere agli attuali trend di mercato che premiano un'offerta di prodotto segmentata, offrendo al consumatore una proposta di spessore e, al contempo, offrono alla produzione un'adeguata remunerazione.

Quella dell'innovazione varietale è una strada seguita con convinzione dalla business unit di Apo Conerpo. "Naturitalia è impegnata nella ricerca di produzioni in grado di soddisfare le richieste del mercato e dei consumatori ed individuare coltivazioni in grado di fornire risposte economicamente sostenibili per l'intera filiera – commenta il direttore generale Gabriele Ferri -: con le pesche e nettarine Ondine e le uve di IFG, l'innovazione varietale si inserisce in una strategia di sviluppo complessiva per la salvaguardia e la sostenibilità della nostra produzione agricola".

"Le drupacee e l'uva sono prodotti strategici per Naturitalia – aggiunge

Augusto Renella, Coordinatore export e marketing R&D manager -. Con l'inserimento di Ondine la nostra gamma si arricchisce di un prodotto di qualità pensato per i consumatori alla ricerca di un frutto dal gusto dolce, fondente al palato e profumato. Le uve di IFG, invece, sono particolarmente richieste dai mercati ed hanno delle caratteristiche fortemente distintive: con queste nuove proposte senza semi contiamo di sviluppare ulteriormente la nostra presenza nei principali mercati europei, come Germania, Paesi Scandinavi e Regno Unito".

LE NUOVE VARIETÀ

Migliorare e specializzare l'offerta di uve senza semi e consolidare la propria presenza commerciale nei principali mercati di esportazione delle uve italia-



ne: è con questi obiettivi che Naturitalia ha scelto di ampliare la propria gamma con tre varietà club IFG alle quali saranno dedicati, nei prossimi anni, nuovi impianti per oltre 65 ettari.

A partire saranno le varietà a bacca bianca Sugar Crisp e Sweet Globe, caratterizzate da un'esperienza gustativa particolarmente piacevole e buona croccantezza della polpa: la realizzazione dei primi impianti da parte delle cooperative di Naturitalia è prevista in Puglia nella primavera del 2023 con un piano di investimenti che proseguirà anche per gli anni successivi. A partire dalla Primavera del 2024 vedrà, invece, il via alla produzione della varietà a bacca rossa Sweet Celebration, dall'acino tondo, colore rosso intenso e caratterizzata da straordinarie qualità organolettiche.

Oltre a queste novità sul fronte dell'uva, il 2023 – anno che celebra il ventennale dell'avvio delle attività di Naturitalia – vede anche l'ingresso della cooperativa nel progetto Ondine, il marchio premium di frutta piatta a nocciolo di ASF Edition con la partecipazione di Frutaria. "Il sistema Naturitalia è attivo da sempre nella produzione di drupacee, con un ampio assortimento di varietà, un elevato livello di specializzazione e un calendario di distribuzione che abbraccia i principali areali di coltivazione di questi frutti lungo la Penisola – conclude Renella -. Siamo soddisfatti di essere parte del ristretto numero di operatori autorizzati a produrre queste varietà premium protette da brevetto. Nei prossimi anni Naturitalia si è impegnata, infatti, a coltivare la nettarina piatta Ondine e la pesca piatta Ondine, con investimenti a doppia cifra e in crescita".

IL PRESIDENTE GARDINI: "ORA LO STABILIMENTO PUÒ RIENTRARE NELLE POLITICHE DI SVILUPPO".

Pomodoro, Conserve Italia si aggiudica l'ex sito O.P.O.E.

Giovanni Bucchi

Decisione definitiva del Tribunale di Ferrara dopo due anni di gestione in affitto.

È arrivata il 1° febbraio scorso l'aggiudicazione definitiva a Conserve Italia del complesso aziendale ex O.P.O.E. (Organizzazione Produttori Ortofrutticoli Europa) di Dodici Morelli di Cento (FE), una decisione sancita dal Tribunale di Ferrara - Sezione Fallimenti a seguito della procedura fallimentare che aveva interessato alcune società riconducibili alla precedente proprietà. In una nota stampa, il Gruppo cooperativo agroalimentare ha espresso "soddisfazione" per questo epilogo, ricordando come lo stabilimento centese (specializzato nella lavorazione del pomodoro) fosse già stato assegnato in via provvisoria nel

Maggio 2021 con affitto di due anni. "Con la conclusione positiva di questa procedura, lo stabilimento di Dodici Morelli può rientrare a pieno titolo all'interno delle politiche di sviluppo e crescita aziendale - ha dichiarato Maurizio Gardini, Presidente di Conserve Italia -. Due anni fa, sollecitati da più parti, siamo intervenuti con grande tempestività in una situazione di emergenza per salvaguardare i posti di lavoro e fornire prospettive alla filiera agricola locale".

"Come già accaduto in questi due anni, mettiamo a disposizione degli agricoltori locali tutta la nostra struttura produttiva, commerciale e di marketing per valorizzare al meglio le produzioni conferite. E lo continueremo a fare anche grazie ai nostri marchi del pomodoro 100% italiano come Cirio, Valfrutta e Jolly Colombani" ha aggiun-



to il Direttore Generale di Conserve Italia, Pier Paolo Rosetti.

"Nell'areale ferrarese e modenese su cui insiste lo stabilimento O.P.O.E. - ha continuato Rosetti - sono già presenti molti altri soci produttori della filiera cooperativa di Conserve Italia e già in questi due anni abbiamo avviato processi di integrazione con la filiera agricola locale; con questa aggiudicazione definitiva, puntiamo anche a consolidare la nostra base sociale specializzata nella produzione del pomodoro emiliano. Inizieremo a farlo sin dalla prossima campagna, in virtù di un positivo clima di collaborazione con le Istituzioni locali, le Organizzazioni sindacali e le Organizzazioni agricole".

IL CONSORZIO RAPPRESENTA IL 70% DELLE UVE PRODOTTE IN EMILIA-ROMAGNA

Vitires, un grande consorzio per i vitigni resistenti

Alessandro Pantani

Riunisce le principali realtà vitivinicole regionali e il polo di ricerca e innovazione Ri.Nova di Cesena. Plauso dell'Assessore regionale Alessio Mammi.

Cantine Riunite & Civ, Cantina Sociale di San Martino in Rio, Caviro, Terre Cevico e il Centro di ricerche Ri.Nova hanno costituito il Consorzio VITIRES con l'obiettivo di dare vita a un percorso innovativo di sperimentazione e ricerca che porti alla creazione di vitigni resistenti emiliano-romagnoli. Un'unione che rappresenta il 70% delle uve prodotte in Emilia-Romagna e l'11% a livello nazionale (dati vendemmiali 2022). A comporre il Cda che guiderà il consorzio saranno Claudio Biondi per Cantine Riunite & Civ, Alessandro Gallo per Cantina Sociale di San Martino in Rio (vicepresidente), Stefano Lazzarini per Centro di Ricerche Ri.Nova, Marco Nannetti per Terre Cevico (nominato presidente) e Alessandro Patuelli per Caviro.



Scopo primario del consorzio sarà quello di **coordinare ed ampliare programmi di ricerca e sperimentazione**, in sinergia con centri di ricerca pubblici e privati, riguardanti lo studio, la selezione, il miglioramento genetico e varietale di vitigni locali ed autoctoni dell'Emilia-Romagna, al fine di ottenerne cloni e fenotipi resistenti alle malattie fungine ed adatti alle tecniche di coltivazione nel territorio Emiliano-Romagnolo. A oggi sono 16 i **vitigni regionali oggetto di ricerca**, oltre 700 gli **incroci già eseguiti**, le cui **prime selezioni sono già in corso di valutazione per saggiarne le caratteristiche di resistenza ai patogeni** (in particolare oidio e peronospora), l'adattabilità ai nostri ambienti di coltivazione anche in relazione ai cambiamenti climatici in atto, nonché per valutarne le potenzialità enologiche in confronto alle varietà tradizionali di riferimento.

OLTRE LA RICERCA

VITIRES non intende limitarsi alle sole attività di sperimentazione varietale in campo, ma anche avviare alla coltivazione i Vitigni Resistenti ottenuti; curare quindi le fasi di **moltiplicazione e diffusione delle varietà in accordo con i vivai selezionati**, definire programmi pluriennali comuni di coltivazione e fornire assistenza tecnica, agronomica ed enologica in tutte le fasi della "Filiera dei Vitigni Resistenti", **promuovendo tecniche rispettose per l'ambien-**

te e per la salute.

L'impegno del consorzio verso le nuove varietà di Vitigni Resistenti, sarà inoltre rivolto alla loro regolamentazione, anche tramite la gestione delle procedure per l'iscrizione al Registro Nazionale e Regionale delle Varietà di Vite, la messa a punto di **disciplinari di coltivazione**, la **produzione e trasformazione delle uve**, nonché la **tutela dei produttori tramite licenze, marchi d'impresa e attività di vigilanza e verifica contro pratiche commerciali sleali**. Infine, compito di VITIRES sarà quello di **promuovere strategie di marketing integrate per la valorizzazione nazionale ed internazionale delle uve e dei vini derivati**.

"Si tratta di un'ottima iniziativa la costituzione di VITIRES - commenta l'Assessore regionale all'agricoltura Alessio Mammi -. **La Regione Emilia-Romagna crede nella ricerca sperimentale** ed è il territorio italiano che più investe attraverso il PSR nelle attività di innovazione, ovvero più del 4% delle risorse complessive. **Il rafforzamento varietale è una delle soluzioni in campo per il contrasto degli agenti patogeni sulle piante da vite, contro funghi, batteri e altre forme parassitarie**".

"Il consorzio VITIRES - dichiara il neopresidente Marco Nannetti - intende dare una voce unica e partecipativa volta allo sviluppo dei Vitigni Resistenti tipici dell'Emilia-Romagna. Ad unire le nostre strutture è stato il **senso di responsabilità sia verso gli operatori della filiera, sia verso i consumatori**, supportando i viticoltori nel raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità previsti dalle politiche europee della Farm to Fork."

IL 20° FORUM DI CDO AGROALIMENTARE HA RACCOLTO OLTRE 400 OPERATORI E IMPRENDITORI

La filiera agroalimentare nel tempo dell'incertezza

Raoul Montacuti

A Milano Marittima tutta la filiera, dal campo allo scaffale, si è incontrata per confrontarsi sulle sfide del comparto. Presenti anche molti rappresentanti di Apo Conerpo, sul palco e fra il pubblico.

Due giorni, decine di interventi, oltre 400 esperti, tecnici e operatori del comparto agroalimentare: il Forum di Cdo Agroalimentare 2023 va in soffitta nel segno del pieno successo. L'evento di alta formazione ha saputo raccogliere a Milano Marittima imprenditori e professionisti per affrontare i grandi nodi del settore.

"Lavoro e impresa nel tempo dell'incertezza" è il titolo dell'edizione che ha aperto i battenti venerdì 27 gennaio, con il saluto dell'assessore all'Agricoltura della Regione Emilia-Romagna, **Alessio Mammi** e che ha visto alternarsi sul palco oltre 30 relatori, tra cui il presidente della Commissione Agricoltura della Camera, **Mirco Carloni**, e l'eurodeputato **Paolo De Castro**. Tanti i temi



sul tavolo: "Il nostro obiettivo era quello di documentare come, attraverso l'impegno e la passione che caratterizzano le aziende di questo comparto, sia possibile affrontare l'attuale contesto, che per vari fattori è **un tempo di incertezza**: le persone e le imprese che operano nella filiera agroalimentare hanno dimostrato in questi anni di poter avere un approccio costruttivo e resiliente – ha commentato **Camillo Gardini, presidente di Cdo Agroalimentare** -. Siamo partiti dal mercato, dall'analisi dei consumi e del comportamento dei consumatori in **uno scenario che vede l'inflazione a doppia cifra**. Abbiamo affrontato anche il tema del risk management: la **gestione del rischio** è fondamentale in un periodo di incertezza, ma purtroppo non è ancora tenuto in sufficiente considerazione. Abbiamo ascoltato poi l'evoluzione delle tecniche colturali davanti ai **cambiamenti climatici** e le opportunità che il sequestro di anidride carbonica nel suolo può dare al settore e seguito con interesse l'approfondimento sulle politiche europee a cura di **Paolo De Castro**". Proprio il tema del **risk management** ha visto sul palco la testimonianza di **Aristide Castellari, presidente di Agrintesa** (cooperativa associata ad Apo Conerpo) che ha parlato dell'attacco hacker subito dalla cooperativa faentina e dell'importanza della rivoluzione già avviata prima dell'evento con il rinnovamento dell'intera infrastruttura informativa di Agrintesa e il cambio del sistema gestionale con un nuovo E.R.P. SAP con funzionalità e verticali specifici per i diversi comparti dell'azienda: "L'incidente ha confermato la bontà della nostra scelta e accelerato i tempi di messa in opera ma è stato un grande shock – ha raccontato Castellari -. Questo accadimento ci ha fatto capire

che la **sicurezza informatica** è **fondamentale, non è un costo, ma un vero e proprio investimento** per le aziende. Infatti, dopo essere riusciti a superare questo momento difficile, con il nostro management ci siamo organizzati per mettere in campo tutti gli sforzi necessari in termini di persone e investimenti affinché non capitino più situazioni del genere". Spazio anche all'importante investimento per l'installazione di nuovi impianti fotovoltaici messo in campo da Agrintesa in risposta agli effetti della crisi energetica, sempre nel solco dell'attenzione alla sostenibilità che caratterizza la cooperativa.

Spazio poi, nella seconda giornata, al tema della **robotica e dell'innovazione tecnologica**, all'analisi dei vantaggi che il comparto può trarre **dall'agrivoltaico** e dalle comunità energetiche, e ai progetti di **economia circolare** che si stanno moltiplicando nell'agroalimentare e rappresentano una delle chiavi per generare sostenibilità nel settore come testimoniato anche dall'esperienza del Gruppo Caviro con la valorizzazione dei sottoprodotti della produzione di vino.

"In questo tempo di incertezza, abbiamo bisogno di tornare alle radici dell'Europa per guardare al futuro con speranza e certezza – ha dichiarato in conclusione del Forum Gardini -. L'esperienza del monachesimo, che come ci ha ricordato il **prof. Luigino Bruni** è stata la prima e vera democratizzazione dell'Europa portando al lavoro manuale anche gli intellettuali e non più solo gli schiavi, è ciò a cui guardiamo per **costruire luoghi di confronto e di condivisione dove imprenditori agricoli, manager e operatori della filiera agroalimentare possano aiutarsi ad affrontare le sfide della contemporaneità**".

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   

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale