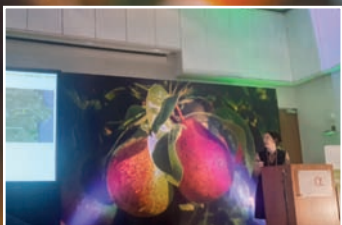


ORTOFRUTTA NOTIZIE

Numero 2/2023
Marzo



**PO 2018-22, GRANDI SFIDE
MA OTTIMO RISULTATO**

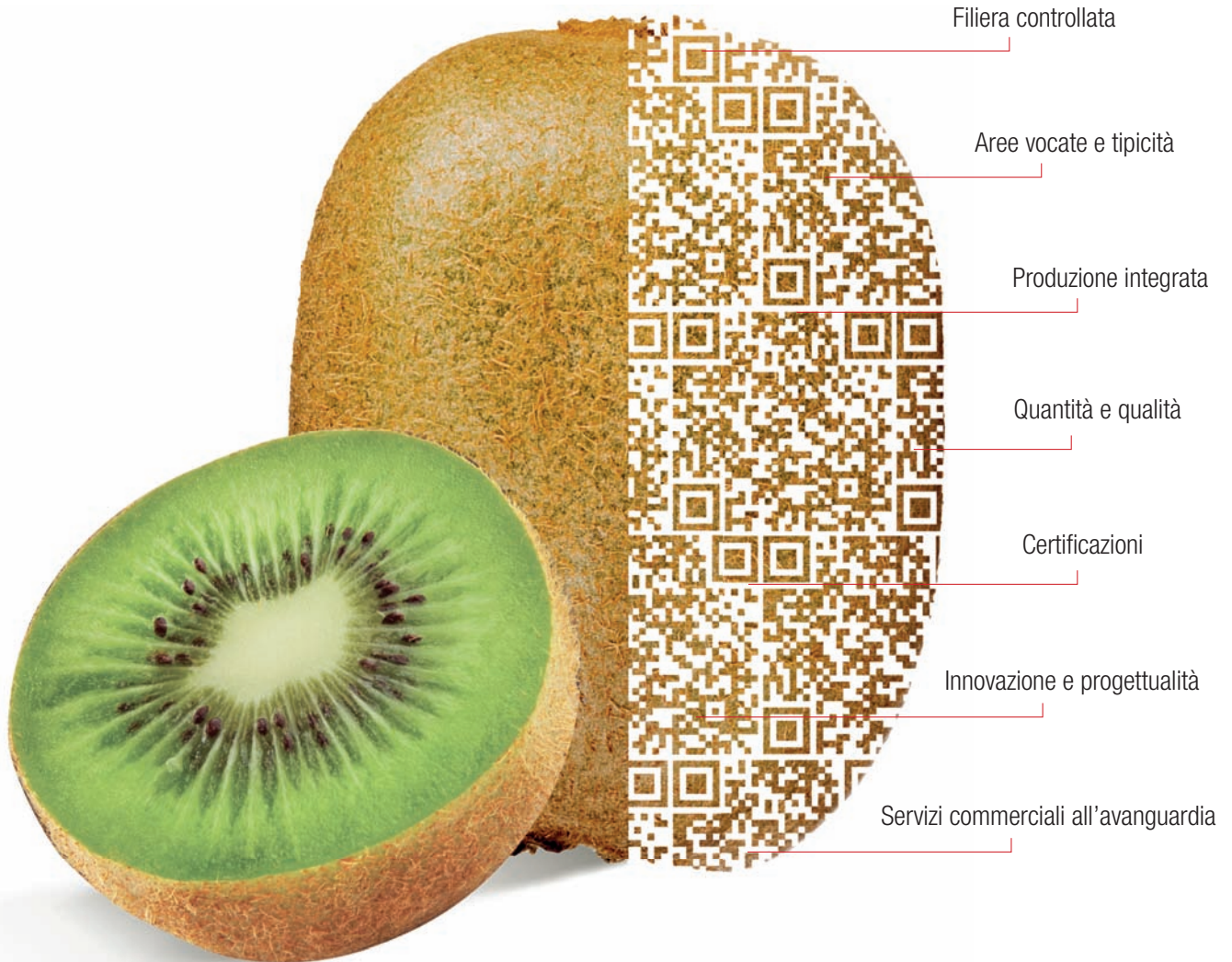


**IN SUDAFRICA SI PARLA DI PERO,
FRA RICERCA E SFIDE FUTURE**



**TAVOLO ORTOFRUTTICOLO,
I NODI DA SCIogliere**

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.

Alegra soc. coop. agricola - Via G. Galilei, 5 - 48018 Faenza (RA) Italy
Tel. +39 0546 624401 - info@alegrait.com - www.alegrait.com



Sommario

- 4 PO 2018-22, grandi sfide ma ottimo risultato
LISA MARTINI
- 6 In Sudafrica si parla di pero, fra ricerca e sfide future
MONICA GUIZZARDI
- 9 Valfrutta Frullato Proteico è il "Miglior Prodotto FOOD 2023"
GIOVANNI BUCCHI
- 10 Gruppo Alegra, frutta estiva nel segno dell'innovazione
ALESSANDRO PANTANI
- 11 Naturitalia, bilancio positivo per la Campagna invernale
AUGUSTO RENELLA
- 12 Cooperative al lavoro per il ricambio generazionale
GIOVANNI BUCCHI
- 14 Tavolo Ortofrutticolo, i nodi da sciogliere
RAOUL MONTACUTI

Segnali positivi dal Tavolo Ortofrutticolo 2023

Per uscire dalla tempesta remiamo nella stessa direzione

Davide Vernocchi
Presidente Apo Conerpo

Nel momento in cui scrivo questo editoriale si è da poco concluso il Tavolo Ortofrutticolo, il primo dal 2021 a oggi. Per la prima volta dopo tanto tempo ho visto seduti attorno a un tavolo i rappresentanti di tutte le anime del mondo ortofrutticolo, a partire dalle grandi confederazioni agricole. E non nascondo che mi ha colpito positivamente la presenza al tavolo dei massimi referenti istituzionali per il nostro mondo, segnale di un'attenzione da parte del mondo della politica che mancava da tempo.



È stato un momento di grande e intenso confronto dove le organizzazioni del mondo ortofrutticolo hanno avuto la possibilità di mettere – letteralmente – sul tavolo sia le criticità immediate da affrontare che quelle di lungo periodo. E non solo: è stato un momento anche di riflessione strategica, per cominciare a tracciare la strada del futuro prossimo. Una necessità quantomai urgente: l'ortofrutta vive un contesto segnato da un drammatico calo dei consumi che va ad aggravare le emergenze che ben conosciamo, legate ai costi e alla redditività delle nostre imprese, alla carenza di manodopera e alla competizione di Paesi esteri decisamente meno attenti alle regole di quanto non siano i nostri produttori. Ad aggravare la situazione, poi, vediamo una comunicazione spesso strumentale ad altri interessi che vuole indicare l'ortofrutta come causa dell'inflazione che affligge le famiglie italiane: una visione paradossale se pensiamo che frutta e verdura incidono sul carrello della spesa per poche migliaia di euro all'anno. Problematiche concrete che sono state ascoltate con un'attenzione nuova da parte della politica.

Naturalmente, sotto i riflettori è finito anche il clima di incertezze determinato dalla crisi idrica e dalla mancanza di manodopera: non ho mancato di sottolineare come il nostro Paese rischi di perdere competitività rispetto agli altri Paesi produttori, specialmente perché altrove si stanno facendo scelte diverse (Penso ai 200 milioni stanziati dal Governo francese per un programma pluriennale di rilancio della competitività della filiera ortofrutticola). Ritengo che al mondo ortofrutticolo serva questo tipo di lavoro di squadra, ponendo attenzione anche alle dinamiche globali, sottolineando alla politica la necessità di lavorare su una maggiore reciprocità degli accordi di libero scambio fra i Paesi (noi importiamo molto ma siamo anche un grande Paese esportatore): la sfida è grande e nessuno ha in mano una bacchetta magica ma, finalmente, sembra che il Sistema-Italia voglia remare tutto nella stessa direzione.

NONOSTANTE PANDEMIA, GUERRA E CAMBIAMENTI CLIMATICI, IL BILANCIO È POSITIVO

PO 2018-22, grandi sfide ma ottimo risultato

Lisa Martini
Direttore F.In.A.F.

Il quinquennio 2018/2022 sarà ricordato come uno dei più complessi e mutevoli degli ultimi decenni. Ciononostante le OP socie di F.In.A.F. hanno saputo utilizzare il Programma Operativo come valido strumento per affrontare le criticità.

Il 14 febbraio, con la presentazione alla Regione Emilia-Romagna della rendicontazione dell'annualità 2022, si è chiuso per la AOP F.In.A.F. il Programma Operativo pluriennale 2018-2022. Il quinquennio in cui si è svolta quest'ultima programmazione è stato caratterizzato da numerosi eventi, alcuni epocali, che hanno contribuito a sconvolgere lo scenario socio-economico mondiale e che naturalmente hanno avuto un impatto significativo anche sul nostro settore.

Lo sviluppo di questo Programma Operativo si è inserito infatti in un contesto macro economico caratterizzato da fenomeni quali:

- la **pandemia da Covid-19** che ha comportato un mutamento radicale nello scenario socio-economico mondiale e che ha coinvolto due annualità complete del Programma Operativo;

- 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 hanno messo a dura prova le colture orticole e frutticole;

- lo **scenario bellico in Ucraina** e l'incremento del costo

delle materie prime;

- l'**emergenza inflazionistica** che potrebbe portare ad una forte contrazione dei consumi.

Tutti questi eventi, che spesso si sono tra loro intrecciati, hanno segnato fortemente l'economia mondiale, compreso il settore ortofrutticolo e portato una serie di mutamenti e di **nuove problematiche da affrontare**.

AGGIUSTAMENTI IN CORSO D'OPERA

Il **passato quinquennio** quindi, essendo caratterizzato da numerosi imprevisti che hanno sconvolto la programmazione degli investimenti e la pianificazione di sviluppo delineata a fine 2017, ha visto **diversi aggiustamenti e ridefinizioni nei contenuti del Programma Operativo**.



Per quanto riguarda la **pandemia** il settore ha dimostrato la capacità di reagire in un contesto di particolare gravità, pur con una forte contrazione per quanto riguarda il comparto Horeca e pur lamentando una maggiore complessità organizzativa, con un deciso incremento dei costi e dei tempi di produzione. La pandemia ha inoltre portato numerosi cambiamenti che hanno coinvolto **la percezione e le scelte dei consumatori e le abitudini di consumo** ed ha introdotto un gravoso problema, che tutt'ora permane, relativo al **reperimento di manodopera**. Nell'ambito del Programma Operativo **la pandemia ha impattato sia sugli investimenti in campagna**, che in taluni momenti hanno subito delle restrizioni, causate essenzialmente dalla impossibilità di reperire materiale e mezzi tecnici dai fornitori nei tempi adeguati alle esigenze agronomiche e aziendali, nonché a fronte di difficoltà nella presenza adeguata di manodopera, sia **sugli investimenti nelle strutture di lavorazione** ove si è preferito orientarsi verso **linee di lavorazione automatizzate**, nonché software per la gestione del prodotto o sistemi finalizzati ad agevolare l'efficienza produttiva, tenuto conto anche delle nuove condizioni di lavoro previste dalle regole sul distanziamento tra addetti e dalla maggiore domanda di prodotto confezionato a scapito di quello presentato sfuso nei punti vendita. Senza considerare che nella maggior parte dei casi sono stati **posticipati, cambiati, o del tutto**



eliminati, gli eventi fieristici previsti, così come le promozioni in store e gli eventi presso la Gdo.

GLI EFFETTI DEL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Se l'emergenza Covid ha avuto impatti significativi, la grande calamità che ha colpito il settore ortofrutticolo in questi anni è il cambiamento climatico, che ha portato fenomeni quali gelate, siccità, bombe d'acqua, nubifragi, ondate di calore, che hanno generato ingenti perdite di prodotto.

I mutamenti climatici si associano inoltre alla presenza di nuove e devastanti emergenze fitosanitarie come la cimice

asiatica e la maculatura bruna che in questi ultimi anni si configurano come i principali nemici della produzione frutticola.

Per fronteggiare questa calamità sono stati messi in campo strumenti di difesa attiva (come le reti di protezione o insetticide) o sistemi di difesa passiva come la realizzazione e la ricapitalizzazione da parte di due OP socie di F.In.A.F. di uno specifico Fondo di mutualizzazione destinato a compensare la perdita di reddito dei produttori a causa della cimice asiatica.

A fronte dei danni provocati dalle fitopatie e dalle infestazioni parassitarie, nonché dalle avversità atmosferiche, nel corso del Programma Operativo 2022,



è stata per la prima volta utilizzata, da una OP socia di F.In.A.F., la **clausola di salvaguardia** prevista dal Reg. (UE) 2245/2021 che permettendo, in caso di danni superiori al 35% per un determinato prodotto, di applicare a tale prodotto il 100% del suo valore registrato nel precedente periodo di riferimento, fornisce un importante strumento per tutelare i produttori, consentendogli di non perdere importanti risorse nell'ambito del Programma Operativo.

LO SCENARIO BELLICO

Ancora con l'avvio della guerra in Ucraina, l'incremento dei prezzi unito ad una significativa difficoltà nel reperimento e nella consegna di numerose merci e componenti, ha inciso in modo importante su un comparto già enormemente provato dalle difficoltà produttive causate dal clima e dai problemi fitosanitari, rendendo necessarie alcune variazioni nella programmazione e nella pianificazione degli investimenti e delle spese previste nell'ambito del Programma Operativo.

Pur con questo scenario avverso e con le citate variazioni, il 2022 si è chiuso per la AOP F.In.A.F. con un Valore della Produzione Commercializzata pari a 759,05 milioni di Euro, con un Fondo di esercizio rendicontato pari a 67,6 milioni di Euro, di cui 21,6 impiegati in azioni ambientali, con un incremento, di oltre due punti percentuali rispetto a quanto previsto al momento della presentazione del Programma Operativo pluriennale relativamente alle spese destinate all'ambiente.

Il quinquennio 2018/2022 si è configurato come uno dei più critici, mutevoli e difficoltosi degli ultimi anni e pur con la presenza di questi numerosi fattori di instabilità (che hanno impattato e stanno impattando direttamente sulla competitività e redditività del settore ortofrutticolo italiano ed europeo, coinvolgendo tutta la filiera), le OP socie di F.In.A.F. hanno saputo utilizzare il Programma Operativo, con i necessari adeguamenti e modifiche, sfruttando le opportunità offerte dal contesto normativo, come un valido strumento per adattarsi alle nuove criticità e attrezzarsi per affrontare nuove sfide.

ORGANIZZATO A STELLENBOSCH IL CONVEGNO INTERNAZIONALE SULLA PERICOLTURA

In Sudafrica si parla di pero, fra ricerca e sfide future

Monica Guizzardi
Responsabile Ufficio Tecnico Apo Conerpo

Dalle tecniche colturali all'analisi del mercato e del gradimento delle diverse varietà, dalle possibilità offerte dalle più recenti tecnologie in campo al miglioramento genetico per lo sviluppo di nuove varietà, alla lotta alle diverse avversità: tutto il mondo delle pere si è radunato in Sudafrica per confrontarsi sul presente e sul futuro del frutto.

Lo scorso gennaio si è tenuto a Stellenbosch, in Sudafrica, il convegno internazionale sulla coltura del pero organizzato dall'I.S.H.S. (International Society of Horticultural Science). Relatori da tutto il mondo si sono succeduti per trattare i temi della tecnica colturale, della sensoristica e del monitoraggio ambientale, della fisiologia, patologia e strategie di difesa delle piante, della conservazione, del miglioramento genetico e sviluppo di nuove varietà, della valorizzazione di prodotto, di panel test e interviste al consumatore. Sono state organizzate visite tecniche a Vadersgave dove è stato possibile visionare impianti di Packham's Triumph, Forelle ed Abate Fetel (fig. 1) e visitare il magazzino di Ceres Fruit Growers dove si effettua stoccaggio, calibrazione e confezionamento del prodotto da commercializzare.

IL RUOLO DELLA RICERCA

A proposito dell' I.S.H.S. il presidente neo-eletto, Francois Laurens, ha sottolineato il ruolo di questa organizzazione nell'ambito della ricerca, per lo scambio di informazioni e per le collaborazioni scientifiche in ambito ortofrutticolo; l'impegno che Laurens si è assunto per



Fig. 1 - Abate Fetel su BA29, anno di impianto 2006, impollinatori Forelle e Flamingo

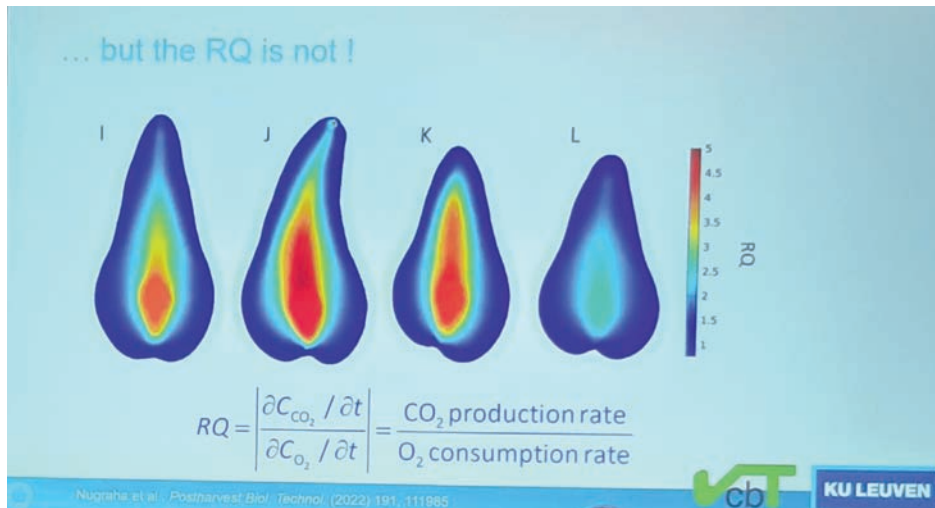


Fig. 2 - Bart Nicolai presenta la ricerca sul quoziente respiratorio dei frutti.

gli anni a venire è quello di coinvolgere nella divulgazione scientifica una maggior platea di persone, anche tecnici e operatori agricoli, ed organizzare eventi dedicati. Anche **Danie Brink**, direttore della Facoltà di Agrosience - Università di Stellenbosch, ha sottolineato l'importanza della formazione e della ricerca in ambito agricolo e frutticolo, in particolare della necessità di rafforzare ed investire nelle reti di laboratori dedicati, in continua espansione nonostante la forte contrazione del finanziamento pubblico in Sudafrica a partire dagli anni 2000 ad oggi. **Stefano Musacchi**, di Washington State University, ha fatto un'analisi della **sostenibilità della coltura del pero**, a partire dai trend mondiali di investimento (superfici in calo

sia in Italia che in USA, ma nel nostro Paese gli ettari espantati non riguardano solo vecchi impianti) fino ai dati relativi ai consumi ed alla purtroppo bassa penetrazione del frutto sul mercato: solo 0.3 Kg all'anno il consumo pro-capite di pere in USA (contro i 6,8 kg in Italia, ndr). **I fattori limitanti la coltura del pero sono davvero molti:** dalle condizioni pedologiche (e tra queste il contenuto in calcare attivo ed i suoli limosi, pesanti, da sempre considerati sfavorevoli al portainnesto cotogno) a quelle meteorologiche, che sempre più frequentemente inducono fioriture anticipate degli impianti rendendo vulnerabili le nostre produzioni ad eventuali ritorni di freddo. A questi fattori si aggiungono **patogeni e paras-**

siti, come *Erwinia*, *Phytoplasma*, *Cydia* e *Stemphylium*. È necessario, secondo Musacchi, **lavorare sul miglioramento genetico del pero** per individuare resistenze o tolleranze alle avversità e selezionare piante in grado di adattarsi alle condizioni climatiche avverse, anche selezionando nuovi portainnesti. È fondamentale inoltre **ripensare alla tecnica impiantistica** in relazione all'aumento generalizzato della radiazione solare e delle temperature in quanto le forme di allevamento in parete sono maggiormente soggette ad ustioni solari sui frutti: le coperture (reti antigrandine o antinsetto) possono rappresentare una strategia di mitigazione dell'intensità luminosa e vanno valutate anche in funzione dell'effetto sulla fotosintesi. Dal lato dei consumi si ritiene **opportuno diversificare le proposte**, prevenendo tipologie di pere diverse (ad es. croccante vs succosa) al fine di intercettare il gusto dei consumatori non abituali; garantire un prodotto con un alto contenuto di sostanza secca (premiante in quanto condiziona la percezione di dolcezza, succosità e aroma del frutto) al fine di assicurare una più gradevole esperienza gustativa; incentivare l'*appeal* del prodotto grazie ad un marketing dedicato, schede informative per guidare il consumo e marchi riconoscibili.

FRA PRODUZIONE E COMMERCIO

Tara Southey, di Terra-Clim, ha illustrato come l'utilizzo dei dati raccolti dai sensori possa consentire ai produttori di disporre di informazioni dettagliate sull'andamento dello stadio fenologico delle colture, del meteo e del terreno in modo da consentire loro di ricevere tempestivamente, tramite una app, informazioni cruciali come il rischio di gelate sulle diverse colture, oltre ad informazioni utili sull'uso degli strumenti per prevenire i danni. In tema di commercializzazione, **Du Preez**, di Hortgro, ha presentato una analisi dettagliata del potenziale produttivo e dei flussi di prodotto verso i mercati esteri: l'Europa è il mercato di elezione del prodotto sudafricano (27%), seguita da Russia (21%), Far East, Asia e Middle East. Ad Oriente piacciono le pere sudafricane: gli incrementi di traf-

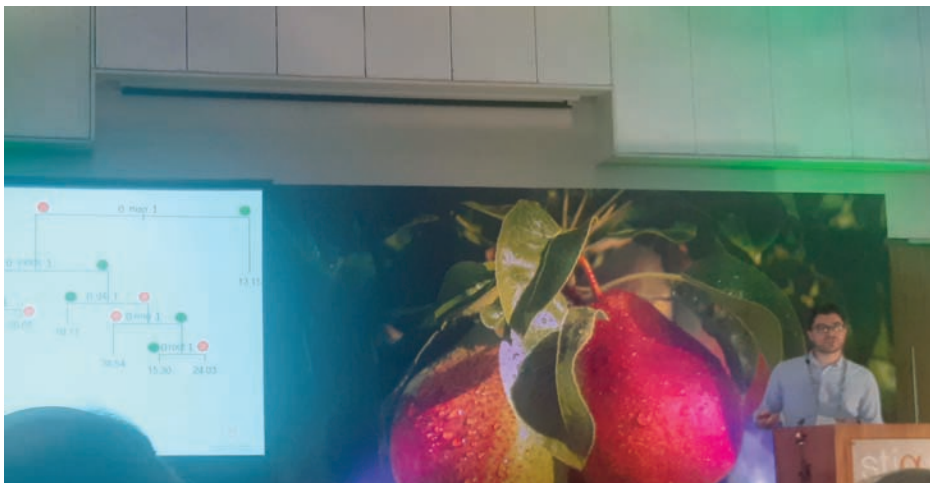


Fig. 3 - Alessandro Bonora illustra i fattori che influiscono sullo sviluppo del riscaldamento superficiale.



Fig. 4 - Veronica Giorgi illustra le ricerche effettuate in collaborazione con Apo Conerpo

fico merci verso alcuni mercati (+44% India, +37% Vietnam, +33% Singapore, +19% Malaysia) sono davvero notevoli. Nella sessione qualità e analisi sensoriale ha preso la parola **Danilo Christen**, di Agroscope, che ha presentato i risultati dell'indagine riguardante la pera, soffermandosi in particolare sulla selezione CH201. Questa varietà, commercializzata con il marchio Fred (un nome perfetto secondo Christen, breve e simpatico) ha ottime potenzialità di affermazione, grazie alle sue caratteristiche qualitative. Esiste una buona possibilità di valorizzazione sensoriale delle pere (tra le quali Abate Fetel è comunque la migliore!) a patto di curare il livello di maturazione dei frutti: secondo l'indagine la preferenza dei consumatori è per i frutti morbidi e succosi (67%). Sempre sul tema preferenze del consumatore **Ann Colonna**, della Oregon State University, che ha relazionato su un'indagine che ha coinvolto milioni di consumatori, conferma la preferenza per la pera matura, ma non troppo succosa, e per un colore virato, giallo intenso.

SINCROTRONI E RETI NEURALI

Riguardo la conservazione delle pere **Bart Nicolai**, dell'Università di Leuven, ha studiato l'imbrunimento dei

frutti in conservazione. Utilizzando il sincrotrone, l'acceleratore di particelle, è stato possibile studiare la modalità di diffusione gassosa di ossigeno e anidride carbonica nel frutto sottoposto a conservazione in atmosfera controllata e capire come si diffondono i gas all'interno dei tessuti. Partendo dall'ipotesi che in conservazione al centro del frutto si creino condizioni di ipossia (scarso ossigeno) che determina l'insorgenza di fenomeni di fermentazione, Nicolai ha studiato la diffusione dei gas a temperatura controllata, evidenziando che la distribuzione dell'ossigeno nei tessuti è tutto sommato uniforme, mentre il quoziente respiratorio degli stessi varia sensibilmente (fig. 2). Lo studio dei tessuti, anche con l'ausilio di una attrezzatura a raggi x, aiuterà a capire i meccanismi di diffusione gassosa e definire efficaci strategie di conservazione dei frutti. **Alessandro Bonora**, dell'Università degli Studi di Bologna, ha illustrato i risultati ottenuti dallo sviluppo di una rete neurale, migliaia di fotografie messe a sistema tramite algoritmi per realizzare uno strumento che rapidamente sia in grado di esprimere una informazione sull'aspetto esterno (aspetto esteriore, colore della buccia, difetti) o sul grado di degradazione dell'amido, per affiancare tecnici e produttori nella definizione della qualità e dell'epoca

ottimale di raccolta dei frutti. Bonora ha poi relazionato sull'attività svolta sulla cv. Abate Fetel, per individuare i fattori predisponenti lo sviluppo di Riscaldamento Superficiale in conservazione. I risultati della prova triennale, condotta in condizioni di refrigerazione normale ed in atmosfera controllata, con o senza l'utilizzo di 1 MCP, indicano che alcuni fattori condizionano la manifestazione del riscaldamento, ad esempio la disponibilità di azoto totale ed il tipo di sostanza organica distribuita in campo. Anche la qualità del frutto sembra influire sulla fisiopatia: pere più dolci e mature sviluppano, secondo Bonora, meno riscaldamento (fig. 3). Sempre dell'Università degli Studi di Bologna è intervenuto **Luca Corelli Grappadelli** per portare all'attenzione un'analisi di sostenibilità in primo luogo economica ma anche tecnica della coltura, analizzando le possibili strategie atte a riposizionare la redditività del pero, a partire dall'automatizzazione delle operazioni colturali, dall'utilizzo delle reti fotosellettive, dall'uso della sensoristica avanzata per realizzare un'agricoltura di precisione a basso input energetico e ridotto utilizzo delle risorse. **Veronica Giorgi**, del Politecnico delle Marche, ha portato **due relazioni sulla mortalità del pero, condotte in collaborazione con Apo Conerpo**, per porre all'attenzione l'importanza dello sviluppo radicale e della conduzione del suolo (lavorato, diserbato o inerbito) sull'esplorazione e la funzionalità della parte assorbente delle radici (fig. 4).

E se la forma e lo sviluppo delle radici dipende dal tipo di suolo, di portainnesto e dal sistema di irrigazione adottato, per quanto riguarda la funzionalità radicale questa è fortemente connessa con la disponibilità di microrganismi nel terreno, i quali trasformano i nutrienti in forme assorbibili.

Lo studio dello sviluppo radicale del pero e dei microrganismi presenti nel terreno è parte di un **progetto denominato Irrigate**, finanziato dalla Regione Emilia Romagna, che terminerà a breve: presto potremo disporre di aggiornamenti riguardo i fattori che favoriscono o al contrario compromettono il benessere radicale e della pianta, influenzando la produttività e la sostenibilità della coltura.

IL PREMIO È RISERVATO ALLE INNOVAZIONI DEL SETTORE AGROALIMENTARE

Valfrutta Frullato Proteico è il “Miglior Prodotto FOOD 2023”

Giovanni Bucchi

Il prodotto è arrivato alla fase finale dopo una prima selezione su dati raccolti da NielsenIQ: l'incoronazione alle Officine del Volo a Milano grazie alle valutazioni dell'indagine Bva Doxa condotta su un panel rappresentativo della popolazione.

Valfrutta Frullato Proteico è il “Miglior Prodotto Food 2023” per la sezione Beverage. L'aggiudicazione è arrivata nei giorni scorsi durante l'evento Food Match tenutosi alle Officine del Volo di Milano e organizzato dal Gruppo editoriale Food, che dal 2014 promuove questa iniziativa dedicata alle innovazioni delle aziende alimentari. L'innovativo succo Valfrutta, che coniuga la freschezza della frutta con il sapore della frutta secca e l'apporto delle proteine vegetali derivate dal frumento, ha ottenuto il **punteggio più alto tra i 5 prodotti top della categoria bevande** giunti alla fase finale dopo una prima selezione su dati raccolti da NielsenIQ; determinante, per questa seconda e ulti-



Roberto Tatini e Federico Cappi ritirano il premio.

ma fase della competizione, l'indagine Bva Doxa condotta su un panel rappresentativo della popolazione italiana. A ritirare il premio “Miglior Prodotto Food 2023” per conto di Conserve Italia sono stati il Direttore Marketing Retail **Federico Cappi** e il Responsabile Ricerca&Sviluppo Bevande **Roberto Tatini**.

“Siamo davvero orgogliosi di ricevere questo ambito riconoscimento che premia l'impegno costante della nostra Azienda a proporre novità sul mercato capaci di intercettare le esigenze dei consumatori” commenta il Direttore Generale **Pier Paolo Rosetti**. “Innovazioni come quella di Valfrutta Frullato Proteico – aggiunge Rosetti – sono rese possibili dal lavoro di squadra che portiamo avanti ogni giorno coinvolgendo tutte le nostre funzioni aziendali, con l'obiettivo di **portare sulle tavole degli italiani prodotti di elevata qualità e in linea con le nuove tendenze di mercato**”.

“Il premio ‘Miglior Prodotto Food 2023’ va a coronare un percorso di successo tracciato negli ultimi anni da Valfrutta nella categoria dei succhi di frutta, dove la marca ha sposato concetti di benessere, salute e naturalità presentando prodotti innovativi attraverso ricette evolute – sottolinea il Direttore Marketing Retail **Federico Cappi** -. Il Frullato Proteico coniuga il sapore della frutta fresca con il



Il Team Ricerca e Sviluppo di Conserve Italia in posa con il premio ricevuto.

gusto della frutta secca e l'apporto delle proteine vegetali derivate dal frumento. Tutto in un'unica bevanda senza zuccheri aggiunti, con il 97% di frutta e proposta in tre gusti inediti”.

LA SCHEDA

Valfrutta Frullato Proteico è una bevanda composta per il **97% di frutta unita a 20 gr/litro di proteine vegetali** derivate da **frumento lavorato in Italia**. Ideale per colazione o come spuntino pieno di gusto e naturalità, è adatto a tutta la famiglia perché è ottenuto con ingredienti salutari e prodotti con la massima cura: **senza zuccheri aggiunti** (contiene naturalmente gli zuccheri presenti nella frutta) e **senza conservanti e coloranti**. Ogni bicchiere da 250ml di Valfrutta Frullato Proteico contiene il **97% di frutta** e **5 gr** di proteine vegetali. L'alto contenuto di frutta si coniuga perfettamente con **nocciola, avena e mandorla** che caratterizzano tre referenze per un mix equilibrato di bontà e benessere: Pera-Uva e Nocciola; Mela-Frutti di Bosco e Avena; Mango-Pesca e Mandorla.

OBIETTIVO: RISPONDERE AL MEGLIO ALLE RICHIESTE DI UN MERCATO IN EVOLUZIONE

Gruppo Alegra, frutta estiva nel segno dell'innovazione

Alessandro Pantani

Nuove varietà più resistenti, con caratteristiche organolettiche superiori, in grado di ampliare il calendario di commercializzazione: l'impegno del Gruppo Alegra, business unit del Gruppo Apo Conerpo..

Parola d'ordine: **innovare**. Cercare varietà migliori, più resistenti, che permettano di ampliare il calendario commerciale e che siano sempre in linea con i gusti in costante evoluzione del consumatore: è questa una delle sfide quotidiane che l'ortofrutta si trova a fronteggiare. Lo sanno bene le aziende del Gruppo Alegra (Alegra, Brio, Valfrutta Fresco) che questa pulsione al rinnovamento l'hanno incisa nel proprio DNA: "L'innovazione varietale è il nostro passaporto per mantenere una posizione competitiva sul mercato - spiega Rita Biserni, marketing estero di Alegra -. La nostra divisione commerciale si interfaccia quotidianamente con i clienti nazionali e internazionali raccogliendo input preziosi che ci permettono di capire in tempo reale in che direzione si muove il mercato e quali gusti stanno prendendo piede nei diversi Paesi dove siamo presenti. Partendo da queste informazioni e lavorando insieme con la parte agronomica si punta a dare la migliore risposta possibile al mercato in termini di qualità, caratteristiche organolettiche e calendario commerciale, **sviluppando varietà che consentano di garantire la giusta remunerazione ai nostri soci**". Un percorso di costante rinnovamento che permette ai produttori di sostituire gli impianti più datati con nuove piante più performanti, nell'accezione più ampia del termine. Con l'inverno ormai alle spalle e in vista della Campagna estiva è opportuno quindi dare uno sguardo

ai fronti su cui si è concentrato, in questi anni, **l'impegno da parte di Agrintesa, socia del Gruppo Apo Conerpo e cooperativa di riferimento per le aziende del Gruppo Alegra.**

ALBICOCCHIE E SUSINE

Negli ultimi anni è stata posta grande attenzione alle **albicocche**, a partire da una **razionalizzazione** delle varietà coltivate dai soci di Agrintesa, con la progressiva sostituzione di quelle più vecchie e lontane dai gusti del merca-



to. Il punto di svolta per questo frutto è stato sicuramente l'inserimento delle **varietà autofertili** che hanno permesso di estendere la produzione anche in pianura (oltre alle tradizionali aree collinari), consentendo di aumentare i volumi disponibili e ampliare il calendario commerciale. A questo primo, importante traguardo raggiunto ora se ne affianca uno nuovo: quello di una selezione sempre più orientata a valorizzare le varietà che offrano qualità organolettiche superiori. Sul fronte delle **susine**, invece, procede il progetto di valorizzazione delle varietà premium con una sempre più rigida selezione di quelle esistenti, privilegiando quelle in grado di garantire colore, pezzatura e grado brix migliori, e prestando la massima attenzione alle tecniche di coltivazione.

PESCHE E NETTARINE

Per questi frutti, nel tempo, è stata registrata una progressiva contrazione degli ettari coltivati: per il Gruppo Alegra la sfida è quella di invertire questo trend e **restituire a pesche e nettarine (coltivate in Emilia-Romagna fin dalla fine del 1800) un ruolo di primo piano proprio attraverso l'innovazione e la selezione di varietà più interessanti per il mercato.** Va in questa direzione, ad esempio, il **progetto Ondine** (nettarine piatte a polpa bianca di alta qualità) che vede Agrintesa fra i capofila, lo sviluppo in collaborazione con Frutaria, di una **nuova varietà di pesche gialle tradizionali**, fortemente aromatiche e dalla polpa dolce e vellutata, e l'impegno sulle **nettarine tonde** grazie anche a **nuove varietà precoci** che permettano un ampliamento del calendario di commercializzazione.

RIFLETTORI SULL'ANDAMENTO IN ITALIA E ALL'ESTERO DI PERE E KIWI

Naturitalia, bilancio positivo per la Campagna invernale

Augusto Renella
Marketing R&D Manager Naturitalia

Un bilancio della campagna della frutta invernale di Naturitalia, business unit del Gruppo Apo Conerpo, tra anomalie del clima e consumi alimentari. Buone le vendite di frutta invernale in Italia e nei principali mercati di esportazione.

Si avvia al termine la campagna della frutta invernale per alcune delle specie frutticole più importanti, come il kiwi e le pere, referenze molto importanti per il sistema Naturitalia che, per questi frutti, è attivo nella produzione e distribuzione sul mercato nazionale e su quelli esteri.

Naturitalia, infatti, distribuisce il kiwi a marca **Jingold**, una delle specie frutticole di punta del paniere aziendale: l'ultima campagna ha registrato una buona domanda di mercato per i frutti a polpa verde, gialla e rossa, confermando un percorso di crescita costante sia in Europa che nei mercati extra europei. L'andamento, tuttavia, non è stato lineare: le attività di vendita del kiwi hanno registrato **nella fase di avvio una domanda di mercato molto variabile**, condizionata dall'andamento rallentato dei consumi, mentre nella seconda parte della stagione si è registrata una buona domanda di prodotto e un trend regolare delle vendite tanto sul fronte interno quanto sui principali Paesi d'esportazione. In particolare, il kiwi a polpa gialla **Jingold** si è dimostrato molto richiesto dai principali gruppi della Distribuzione Moderna per le sue caratteristiche qualitative e la domanda cre-

scente da parte dei consumatori, con il **mercato tedesco** che rappresenta il più importante fronte di esportazione per il prodotto. Oltre i confini europei, infine, le vendite di kiwi sono state indirizzate anche verso i mercati del **Sud Africa e dell'Asia**, dove il prodotto viene distribuito nella fascia alta del mercato.

AL LAVORO SU OPERA

Sul fronte delle **pere**, invece, i frutti prodotti dal sistema Naturitalia vengono commercializzati a marca **Opera**, il consorzio specializzato nella produzione e distribuzione di pere di cui l'azienda è membro. **Le vendite del periodo invernale hanno registrato un andamento regolare** e le quotazioni del prodotto

sono state spesso condizionate dai consumi, molto variabili nei diversi mesi invernali.

La campagna invernale delle pere è stata comunque strettamente legata all'andamento della produzione agricola: il volume è stato superiore a quello della stagione 2021 ma comunque inferiore a quello di una produzione normale a causa dell'andamento climatico sfavorevole durante la coltivazione e la raccolta nel 2022. La campagna invernale, inoltre, ha visto novità importanti sul fronte della **promozione del prodotto verso il consumatore**: le pere Opera sono tornate, infatti, in comunicazione sul mercato italiano con una campagna pubblicitaria sulle principali reti televisive italiane e social media, ma anche con un sito dedicato, banner e comunicati stampa.

FIERE A PIENO REGIME

Naturitalia ha partecipato con uno stand espositivo a **Fruit Logistica 2023**, l'appuntamento mondiale per tutta la filiera e i decision maker del settore ortofrutticolo internazionale, che si è tenuto a Berlino dall'8 al 10 febbraio 2023. La partecipazione alle fiere di settore costituisce, infatti, un tassello importante delle attività di sviluppo commerciale dell'azienda: in quest'ottica, nei prossimi mesi sono previste ulteriori partecipazioni ad eventi di carattere internazionale, in Italia e all'estero, per promuovere le produzioni ortofrutticole delle cooperative socie e realizzare una remunerazione adeguata per gli agricoltori del sistema Naturitalia.



PRESENTATO A BOLOGNA UN CORSO DI ALTA FORMAZIONE PER SOCI AGRICOLTORI UNDER 45

Cooperative al lavoro per il ricambio generazionale

Giovanni Bucchi

Il presidente di Confcooperative Fedagri-
pesca ER Drei: "Siamo protagonisti
delle filiere regionali, c'è l'esigenza di
preparare la nuova classe dirigente".

Si intitola "Conoscere per competere: la
cooperazione agroalimentare oggi e le
sfide di domani" il corso di alta for-
mazione strategica per amministratori
e soci under 45 di cooperative agricole
promosso da Confcooperative Fedagri-
pesca Emilia Romagna e presentato mar-
tedì 28 febbraio nell'ambito di un **even-
to tenutosi al Savoia Hotel Regency di
Bologna**. Un importante momento di
confronto che ha visto la partecipazione
di oltre 100 soci agricoltori e una tavola
rotonda con i rappresentanti di alcune
tra le principali cooperative agroalimen-
tari, tra cui il presidente di Apo Conerpo
Davide Vernocchi. A portare il suo salu-

to anche **Ramon Armengòl**, presidente
Cogeca (Confederazione generale coo-
perative agricole europee). Ospite d'ec-
cezione l'attore e comico **Paolo Cevoli**.
Sono intervenuti anche il presidente di
Confcooperative Emilia Romagna **Fran-
cesco Milza** e il presidente nazionale di
Confcooperative Fedagri-
pesca **Carlo
Piccinini**.

UN BENE COLLETTIVO

"La cooperazione agroalimentare in
Emilia-Romagna è composta da circa
530 imprese che sviluppano un fattu-
rato aggregato di 14,4 miliardi di euro,
con 30.000 addetti e 95.000 adesioni da
parte di aziende agricole" ha esordito nel
suo intervento **Raffaele Drei, presiden-
te di Confcooperative Fedagri-
pesca Emilia Romagna (nella foto in questa
pagina)**, evidenziandone il ruolo in

particolare nel comparto ortofrutticolo
regionale dove il sistema cooperativo
incide per oltre la metà. "Le cooperative
- ha proseguito Drei - non appartengo-
no a qualcuno in particolare, sono un
bene e un patrimonio collettivo dei soci
agricoltori, chiamati a impegnarsi per
gestirle al meglio e per garantire futuro a
queste strutture così fondamentali per il
sistema agricolo emiliano-romagnolo".
Da qui l'esigenza di "formare la nuova
classe dirigente, favorendo e accompa-
gnando un ricambio generazionale con
percorsi che consentano di coinvolgere
i giovani agricoltori e metterli nelle
condizioni di guidare aziende chiamate ad
essere sempre più competitive sui mer-
cati, valorizzando al meglio le produzio-
ni conferite dai soci".

"Anche io oltre venticinque anni fa ini-
ziai il mio percorso nel mondo coope-
rativo partecipando ad alcuni corsi di
formazione, ricordo bene che furono
i massimi dirigenti di allora a coin-
volgermi - ha ricordato il **presidente
di Apo Conerpo, Davide Vernocchi**
nel suo intervento alla tavola rotonda
-. Sono state iniziative fondamentali
che hanno gettato le basi per costruire
un nuovo gruppo dirigente. È quel che
dobbiamo fare anche oggi per guardare
al futuro, perché servono giovani agri-
coltori pronti ad affrontare le difficilissi-
me sfide poste dal mercato, dai cam-
biamenti climatici e dalle normative
europee così punitive verso il comparto
ortofrutticolo".

I DETTAGLI DEL CORSO

La prima lezione si è tenuta venerdì 3
marzo con il **prof. Flavio Delbono**
(direttore MUEC - Master Universitario
Economia della Cooperazione dell'U-



niversità di Bologna) che ha parlato dello scenario economico internazionale. La settimana successiva – venerdì 10 marzo – è toccato a **Denis Pantini** (responsabile Agroalimentare e Wine Monitor di Nomisma) approfondire le tendenze di mercato. Successivamente spazio al **prof. Francesco Capozzi** (direttore Centro interdipartimentale di ricerca sull'agroalimentare dell'Università di Bologna) per affrontare il tema della "Foodomica" come nuova frontiera della produzione, quindi un focus sulla Pac (Politica agricola comune) con il direttore generale dell'Assessorato ad Agricoltura, Caccia e Pesca della Regione Emilia-Romagna **Valtiero Mazzotti** e **Teresa Schipani**, responsabile del settore Programmazione; a seguire un approfondimento focus sulla cooperativa agricola (inquadramento normativo e rapporti con i soci) con **Daniele Vandelli** (commercialista e consulente fiscale ICN) ed **Enrico Pinamonti** (responsabile Ufficio legislativo e legale di Confcooperative Terre d'Emilia). Senza dimenticare analisi e lettura



dei bilanci con **Paolo Bono** (responsabile regionale FedagriPesca) e **Francesco Pietrogrande** (servizio Revisione Confcooperative Emilia Romagna). L'evento conclusivo del corso è in programma venerdì 14 aprile quando si parlerà dei rapporti con le istituzioni e

interverranno – insieme al presidente di FedagriPesca regionale Drei – anche il presidente di Confcooperative Emilia Romagna **Francesco Milza**, l'assessore regionale **Alessio Mammi** e il presidente nazionale di Confcooperative **Maurizio Gardini**.

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

VERNOCCHI: "ECCO I DOSSIER CHE CI PREOCCUPANO. SERVE UN FONDO PER LA LIQUIDITÀ"

Tavolo Ortofrutticolo, i nodi da sciogliere

Raoul Montacuti

Il Tavolo non veniva convocato da luglio 2021. Presenti il Ministro Lollobrigida e il sottosegretario La Pietra. Al centro le criticità principali: liquidità del settore, marginalità delle imprese, burocrazia, consumi, prezzi e tanto altro.

Il Tavolo Ortofrutticolo è tornato a riunirsi. E questa è una notizia positiva visto che non veniva convocato dal luglio del 2021. Nell'incontro dell'8 marzo scorso erano presenti - oltre ai funzionari del Masaf - il **ministro Francesco Lollobrigida e il sottosegretario Patrizio La Pietra**, segno che l'attenzione istituzionale, almeno in questo caso, c'è stata. Le varie sigle presenti alla riunione, dalla produzione alla distribuzione, passando anche per l'industria, hanno potuto così interloquire ai massimi livelli. **Le problematiche fatte emergere sono numerose e l'idea è di lavorare attraverso la costruzione di specifici tavoli tematici.**

I PUNTI CRUCIALI

La liquidità del settore e la marginalità delle imprese, lo stimolo ai consumi di ortofrutta e lo snellimento burocratico, i dossier per le esportazioni e le limitazioni all'uso dei fitosanitari, le difficoltà nel reperimento della manodopera e gli strumenti di monitoraggio della filiera e dei prezzi... Sono solo alcuni dei temi caldi discussi al Tavolo Ortofrutticolo assieme ad altri due aspetti cruciali per il futuro. Ad individuarli **Davide Vernocchi, Presidente di Apo Conerpo e Coordinatore Ortofrutta di Alleanza Cooperative Agroalimentari.** "Gli effetti dei cambiamenti climatici e le



politiche comunitarie sulla sostenibilità rischiano di apportare un duro colpo al comparto, causando la scomparsa di intere filiere - evidenzia il rappresentante della cooperazione - È indispensabile pertanto agire al più presto, attraverso un piano strategico di ampio respiro che rafforzi la competitività del comparto ortofrutticolo. Comparto su cui incombono alcuni delicati **dossier comunitari, fortemente connotati dal punto di vista ideologico**, che andrebbero a ridurre drasticamente l'utilizzo dei fitofarmaci con il regolamento Sur e a dar vita ad una normativa sugli imballaggi che obbligherebbe ad offrire ortofrutta fresca nei punti vendita senza alcun tipo di confezionamento, se di peso inferiore ad 1,5 kg. Entrambi avranno un impatto rilevante".

IL RISCHIO DELLE ARMI SPUNTATE

I produttori temono poi un futuro con le **armi spuntate per combattere contro patogeni e fitopatie.** "Le progres-

sive limitazioni all'utilizzo di sostanze indispensabili per la difesa delle colture e l'impossibilità di poter far ricorso a valide alternative - spiega Vernocchi - avranno come inevitabile conseguenza **un inesorabile calo produttivo**".

Questa situazione si sta già manifestando su alcune colture: "Ad esempio le **patate** - prosegue Vernocchi -, la cui superficie in Italia negli ultimi quindici anni si è dimezzata, passando da 70.000 ettari ai 30.000 previsti per l'attuale campagna e la drastica riduzione di produzioni come le **pere** per via dell'andamento climatico anomalo e dell'attacco di insetti patogeni".

"C'è quindi **un'emergenza competitività per l'ortofrutta** e su questo fronte - fa notare il Coordinatore Ortofrutticolo di Alleanza Cooperative - il ruolo delle istituzioni è cruciale". Il presidente Vernocchi ha infatti chiesto che **il fondo istituito per la Sovranità alimentare possa essere utilizzato anche per agire rapidamente sulla liquidità delle imprese, delle cooperative ed OP ortofrutticole.**

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