

# ORTOFRUTTA NOTIZIE

Numero 5/2023  
Luglio/Agosto



**ASSEMBLEA APO CONERPO 2023  
BASI SOLIDE PER LE SFIDE FUTURE**



**PEARS WITH LOVE: EGGO I VANTAGGI  
DI UNA FILIERA DAVVERO SOSTENIBILE**

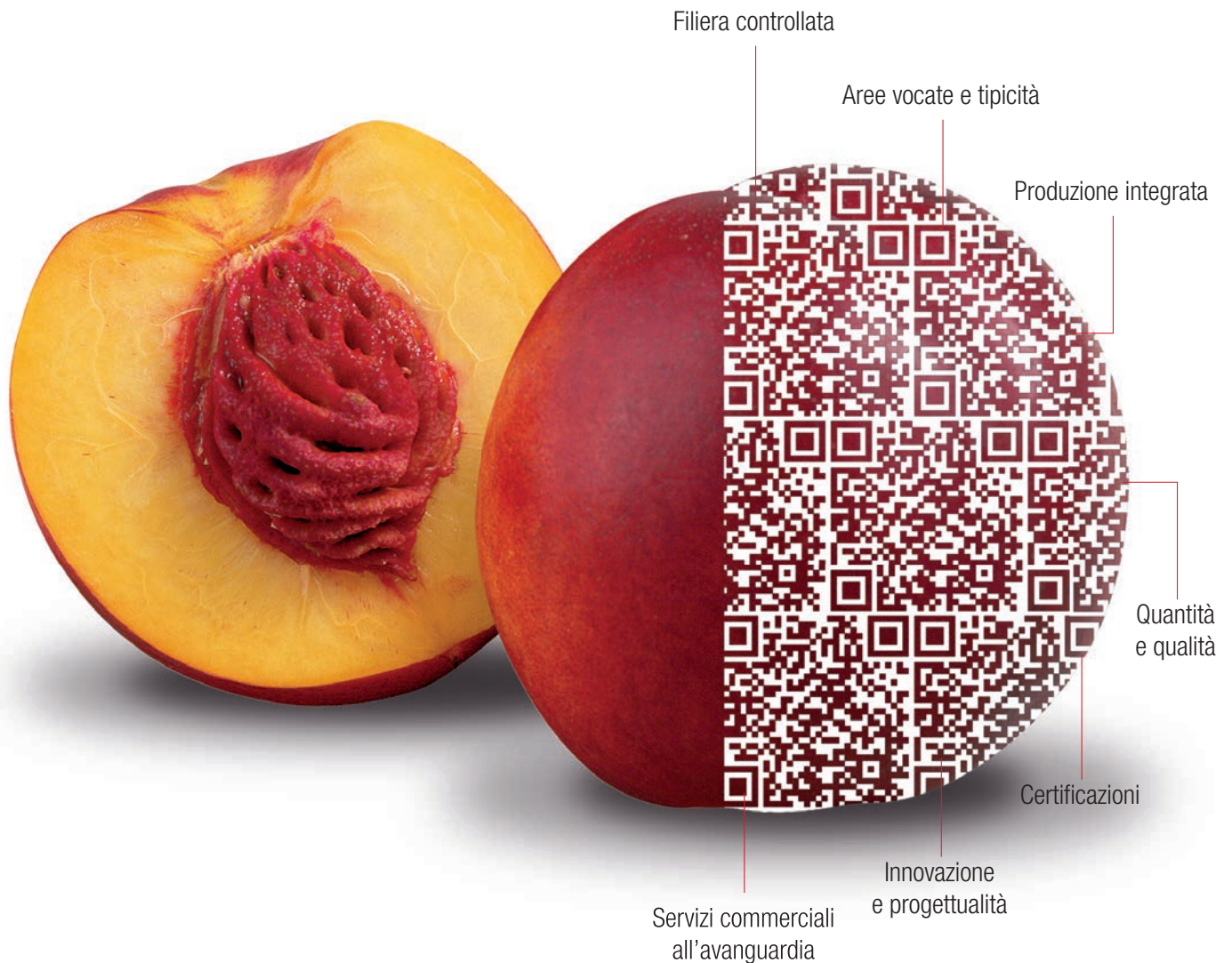


**TORNA "FRUIT24!", PER PROMUOVERE  
I CONSUMI DI ORTOFRUTTA**





# 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** Assemblea Apo Conerpo 2023  
basi solide per le sfide future  
GABRIELE CHIESA
- 7** F.In.A.F, bilancio 2022  
approvato all'unanimità  
LISA MARTINI
- 8** Ondine alla prova del mercato  
grande interesse della Gdo  
ALESSANDRO PANTANI
- 10** Il pomodoro Cirio  
conquista il Regno Unito  
GIOVANNI BUCCHI
- 11** Pears with Love: ecco i vantaggi  
di una filiera davvero sostenibile  
RAOUL MONTACUTI
- 12** Torna "Fruit24!" per promuovere  
i consumi di ortofrutta  
ALESSANDRO PANTANI
- 14** Bio, salubre e "resistente",  
il pomodoro del futuro è vicino  
ALESSANDRO PANTANI

## Occorrono risorse urgenti e una strategia chiara per gli interventi

# Gelate, grandine e alluvioni

## l'ortofrutta esige risposte e tempi certi

**Davide Vernocchi**  
Presidente Apo Conerpo

**N**el momento in cui scrivo questo editoriale, a oltre due mesi di distanza dalle alluvioni che hanno colpito vasti areali dell'Emilia-Romagna, il comparto ortofrutticolo sta vivendo ancora una situazione molto complessa, segnata da enormi punti interrogativi sul futuro. Negli ultimi sei mesi le gelate primaverili, l'alluvione e le grandinate hanno colpito uno dei cuori produttivi del Paese e le aziende agricole, mai come oggi, si trovano di fronte dubbi imponenti sul proprio futuro. A partire da quello principale e più serio: cosa succederà agli impianti? Sopravviveranno?



Nei campi, i produttori stanno affrontando problemi continui: batteriosi, virosi, marciumi a cui si somma un ritorno della cimice asiatica che ha trovato "terreno fertile" nei periodi di assenza obbligata degli agricoltori, tenuti a distanza dai devastanti effetti dell'alluvione. Il danno, quantitativo e qualitativo, per il mondo ortofrutticolo è importante.

In questo contesto complesso, è estremamente grave che tutto il comparto stia vivendo in un clima di preoccupante incertezza: quali risorse arriveranno per le produzioni colpite dalle gelate? Quali per i territori alluvionati? Quante? Quali saranno i criteri di intervento e di assegnazione? Non conoscere risposte né tempi è davvero sconcertante per chi crede ancora in un settore che rappresenta un fiore all'occhiello in Europa e impiega migliaia di famiglie. Un settore che, è bene sottolinearlo, quando si sono abbattute le gelate, quando le acque hanno invaso i campi, quando la grandine ha bersagliato le produzioni, aveva impegnato risorse importanti per garantire frutta e verdura sana e di qualità a tutto il Paese: vale la pena di ricordare che un frutteto, ogni anno, può costare dai 15.000 ai 20.000 euro all'ettaro mentre le produzioni orticole si attestano sui 5.000/10.000 euro/ettaro. Non deve stupire se i produttori che hanno impegnato risorse enormi oggi si sentono abbandonati. Francamente, che le risorse arrivino dal Fondo AgriCat, dal PSR o dal PNRR non è davvero rilevante. Ma è urgente che al settore arrivino risposte (e tempi) chiari. Diversamente la tenuta del sistema è fortemente a rischio. Un rischio che finirà per abbattersi anche sulle tavole di milioni di consumatori che potrebbero ritrovarsi nel piatto frutta e verdura proveniente da Paesi dove l'attenzione alla salubrità e all'etica delle produzioni non è decisamente paragonabile a quella italiana.

CRESCONO IL VOLUME DI AFFARI E I RISTORNI AI SOCI

# Assemblea Apo Conerpo 2023 basi solide per le sfide future

Gabriele Chiesa  
Direttore generale Apo Conerpo

Presentato il bilancio 2022 della OP: nonostante le numerose difficoltà affrontate nel 2022, sono stati raggiunti risultati importanti. Ora lo sguardo al futuro, in un 2023 segnato da eventi climatici gravissimi e minacciato dalla contrazione dei consumi.

**U**n 2022 complesso e sfidante, segnato dalla debolezza dell'economia mondiale e del commercio internazionale, minato dall'incertezza geopolitica e influenzato da un'inflazione elevata e persistente che ha fortemente influenzato i consumi e la capacità di spesa dei consumatori, senza dimenticare, poi, gli effetti delle fitopatie e degli insetti alieni che hanno messo in difficoltà le produzioni, insieme al complesso quadro climatico che si è manifestato nel 2022, con l'estate segnata da una fortissima siccità: lo scenario in cui si è trovato a operare Apo Conerpo non può dirsi affatto semplice. Eppure la più grande OP ortofrutticola europea è riuscita a mantenere stabile la propria rotta, seppure in un mare tempestoso, e a conseguire risultati importanti che, a fine giugno, sono stati presentati all'assemblea dei soci. Un momento di confronto ampio e approfondito che ha visto non solo l'analisi di quanto accaduto nei 12 mesi precedenti ma che ha rappresentato l'occa-

sione per tracciare la via per il futuro.

## CONFERIMENTI IN CRESCITA

Nell'analisi presentata ai soci salta all'occhio un dato rilevante: "Apo Conerpo lavora e commercializza per oltre il 90% il prodotto dei soci con gli acquisti da terzi ridotti a meno del 10% - ha spiegato il presidente Vernocchi nella sua relazione all'assemblea -: il conferimento dei soci, quindi, è la base e l'obiettivo principale del nostro lavoro. Nel 2022 abbiamo avuto un conferimento complessivo di 1.030.000 tonnellate, 30.000 tonnellate in più rispetto al 2021, pari a un aumento del 3%". Un dato rilevante che richiede, tuttavia, uno sguardo più approfondito: "Questo

parziale recupero è generato però da variazioni molto marcate tra frutta e ortaggi: dopo un pessimo 2021 sul lato produttivo, la frutta recupera il 49,6%, mentre riscontriamo un calo del 9,2% per gli ortaggi e del 24,4% per le patate" che, invece, nel 2021 erano state protagoniste di una migliore performance.

Scendendo nel dettaglio delle specie, nel 2022 Apo Conerpo ha registrato un conferimento di frutta superiore rispetto a quello del 2021, fortemente compromesso dalle gelate primaverili, con indice particolarmente negativo solo per gli agrumi e per il melograno. In decisa ripresa il conferimento di pere, che cresce del 121,7% rispetto al 2021 (anno particolarmente infuosto), seguito da albicocche (+86,7%),

Prodotto conferito 2022 (tons)				
Comparto	Emilia-Romagna	Altre Regioni	TOTALE	Variazione sul 2021
FRUTTA	261.688	66.165	327.853	+49,6%
ORTAGGI	531.492	137.286	668.608	-9,2%
PATATE	31.121	2.754	33.875	-24,4%
TOTALE	824.301	206.205	1.030.336	+3,0%

apo conerpo



nettarine (+85,7%), pesche e percoche (+25,4%) e susine (+35,1%). Annata positiva rispetto al 2021 anche per kaki (+42,1%), actinidia (+29,6%) e melo (+8,3%). In leggerissimo calo le ciliegie (-0,24%). Per quanto riguarda il settore orticolo, il conferimento di pomodoro, che nel 2021 aveva beneficiato di condizioni meteorologiche estremamente favorevoli, nel 2022 cala dell'8,7%, con una produzione di 546.603 tonnellate e una resa media delle produzioni pari a 79 tonnellate per ettaro, in diminuzione rispetto al 2021 ma comunque superiore alla media del quinquennio precedente.

La produzione collocata alle industrie di trasformazione, al netto degli scarti, si è attestata a 518.536 tonnellate (-9,3% rispetto all'anno precedente). Per gli altri ortaggi nel 2022 c'è stata una riduzione dei conferimenti in particolare per fagioli (-49%), fagiolini (-36%) e piselli (-18%).

Allargando il confronto al 2018, ultimo anno di produzione conside-

rata normale (prima dell'arrivo della cimice asiatica, della recrudescenza della maculatura bruna e del manifestarsi delle gelate primaverili che hanno segnato le campagne 2020, 2021 e 2023) il dato merita di essere analizzato ulteriormente: "Nonostante i recuperi del 2022, per quanto riguarda i conferimenti di frutta siamo ancora sotto del 14,5% rispetto al 2018 -

commenta Vernocchi -, mentre seppure a fronte della riduzione del 2022, per il pomodoro e gli altri ortaggi riscontriamo un +17,8%, anche grazie all'aumento delle superfici a pomodoro da industria. Per le patate, invece, il calo è del 28%, a causa soprattutto dei problemi fitosanitari a cui ancora non si è trovata soluzione. Nel lungo periodo quindi possiamo dire che la

crescita e lo sviluppo delle orticole sta compensando la diminuzione della frutta, anche se a livello di indotto e di investimenti non sono assimilabili". Variazioni rilevanti, dunque, che sono - quando positive - sicuramente motivo di soddisfazione ma che non mancano di complicare il lavoro commerciale: "Senza prodotto in campagna non ci può essere reddito per i produttori - commenta Vernocchi -, ma queste enormi differenze da un anno all'altro, dal 2019 purtroppo ormai ricorrenti, rendono difficilissimo anche il lavoro per chi deve conservare, confezionare, gestire,



## Confronto produzione

Specie	Produzione Apo Conerpo 2022 (t.)	Produzione Apo Conerpo 2021 (t.)	Variazione %
PERE	112.547	50.762	<b>121,70%</b>
MELE	52.706	48.663	<b>8,30%</b>
ACTINIDIA	43.290	33.404	<b>29,60%</b>
NETTARINE	40.129	21.610	<b>85,70%</b>
SUSINE	23.458	17.362	<b>35,10%</b>
PESCHE E PERCOCHE	19.883	15.857	<b>25,40%</b>
ALBICOCHE	13.560	7.263	<b>86,70%</b>
POMODORI	546.603	598.568	<b>-8,70%</b>
PATATE	33.875	44.788	<b>-25,40%</b>
CIPOLLE	26.444	26.429	<b>0,10%</b>
CAROTE	20.891	21.613	<b>-3,40%</b>
PISELLI	19.496	23.642	<b>-18,60%</b>

apo conerpo



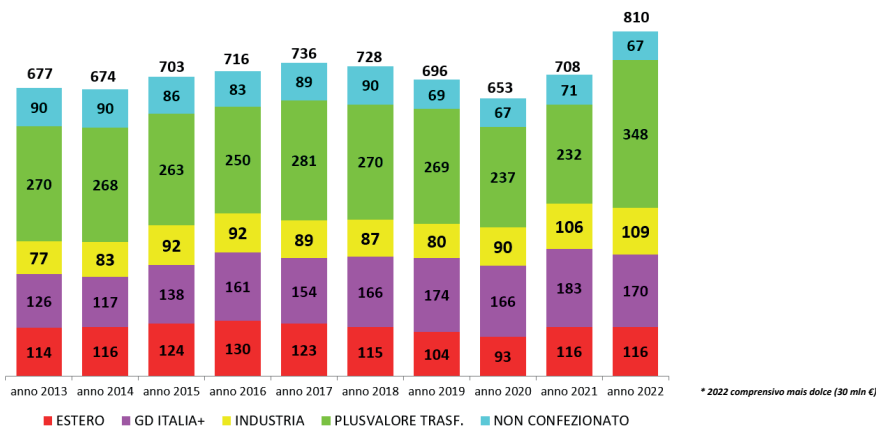
## Confronto conferimento

Comparto	2018	2022	2022 vs 2018
FRUTTA	383.238	327.853	<b>-14,50%</b>
ORTAGGI	567.740	668.608	<b>17,80%</b>
PATATE	47.328	33.875	<b>-28,40%</b>
TOTALE	998.306	1.030.336	<b>3,20%</b>

apo conerpo



## Volume d'affari (mln di euro)



apo conerpo

vendere e valorizzare quel prodotto, impedendo purtroppo ogni forma di programmazione a medio lungo termine”.

### L'ANDAMENTO DELLA COMMERCIALIZZAZIONE

Una grande sfida, quella sul mercato, quindi: un cemento che le **business unit di Apo Conerpo (Alegra, Brio, Naturitalia, Opera e Valfrutta Fresco)** hanno affrontato con tenacia e professionalità. “I risultati della commercializzazione del prodotto, escludendo il plusvalore generato nell’attività di trasformazione in Conserve Italia ammontano 116 milioni di euro per le esportazioni con 82.000 tonnellate – spiega Vernocchi -, 170 milioni di euro per le vendite verso la GDO Italia con 141.000 tonnellate, 67 milioni per il mercato tradizionale con 77.000 tonnellate, e 17 milioni per le industrie private di trasformazione con 54.000 tonnellate. A questi si affiancano vendite per 62 milioni di euro per il pomodoro da industria con 518.000 tonnellate e altri 30 milioni per il conferimento a Conserve Italia degli altri prodotti con 97.000 tonnellate, per un totale di 462 milioni di euro”.  
Tenendo conto anche dell’importante

aumento del plusvalore generato dalla trasformazione dei prodotti in Conserve Italia e nelle altre filiali, il volume d’affari supera per la prima volta gli 800 milioni di euro (810) con un incremento del 9,7% sul 2021.

Buoni valori in considerazione di uno scenario, quello dipinto in apertura di questo approfondimento, che di certo non ha favorito i consumi: “L’assenza di una forte dinamica di crescita dei consumi alimentari nel mercato interno, appesantita anche dalla elevata inflazione che sta riducendo il potere di acquisto dei consumatori e nonostante le tantissime promozioni attuate su diversi prodotti e le campagne di sensibilizzazione come i nostri progetti “FRUIT 24” e “IN&OUT”, sommate al perdurante blocco delle esportazioni nella federazione russa, hanno reso certamente più complicata e impegnativa la commercializzazione e la valorizzazione del prodotto dei soci”.

### QUALCHE NUMERO E UNO SGUARDO AL FUTURO

L’impegno del gruppo ha permesso di **incrementare ulteriormente i ristoranti ai soci che hanno raggiunto quota 412.000 euro, in aumento del 3% rispetto al 2021** e pari a circa il 17% dei servizi ai soci. Al netto del ritorno,

il bilancio ha chiuso con un utile di 150mila euro principalmente destinato ai soci. “Un risultato importante, ancor di più alla luce delle tante criticità affrontate nel 2022: ma nel nostro settore c’è poco tempo per godere dei traguardi raggiunti. Lo sguardo oggi è, infatti, proiettato soprattutto verso il futuro – commenta Vernocchi -: le alluvioni di maggio si sono abbattute sul comparto ortofrutticolo con inaudita violenza e lo scenario attuale mette a rischio la sopravvivenza di migliaia di aziende agricole. Ma questa calamità è solo l’ultima, in ordine di tempo, a minare la tenuta del sistema orto-

frutticolo: **ci sono intere filiere, come quella delle pere o delle patate**, solo per citare due casi macroscopici, che stanno vedendo **sistematicamente ridurre i catasti dopo diversi anni di grandissime difficoltà climatiche e fitosanitarie** che hanno decimato la redditività di queste produzioni. Sono filiere di eccellenza che non possono essere abbandonate: Apo Conerpo, lo dicono i numeri, ha una forza attrattiva importante e, negli anni, sono numerose le realtà che hanno scelto di unirsi alla nostra OP, permettendoci di continuare a crescere, di ampliare il nostro paniere di prodotti, di diversificare la nostra presenza sul mercato. Un aumento della base sociale che non ci farà dimenticare né trascurare la sofferenza delle aziende agricole negli areali più colpiti dagli eventi degli ultimi mesi che guardano verso la nostra OP in cerca di una soluzione a sfide durissime. A tutti loro confermo: **Apo Conerpo c’è**. In questi anni abbiamo investito sulla ricerca, sull’innovazione, su progetti che incentivino i consumi e valorizzino le nostre eccellenze. Ma altro e di più intendiamo fare e siamo pronti a studiare, insieme alle cooperative, nuove soluzioni e nuovi progetti per salvaguardare il nostro tesoro più prezioso: il frutto della fatica quotidiana dei nostri soci”.

# F.In.A.F, bilancio 2022 approvato all'unanimità

Lisa Martini  
Direttore F.In.A.F.

Deliberato un ristorno ai soci del 6%. Presentate in assemblea anche tutte le modifiche al primo anno del PO 2023-2029.

**L'**Assemblea di F.In.A.F ha **approvato all'unanimità il bilancio 2022** della AOP nel corso dell'assemblea di fine maggio, deliberando anche **un ristorno del 6% ai soci**, grazie ad un avanzo di gestione che ha consentito anche un incremento del Fondo rischi. Si è chiusa quindi in modo positivo anche questa annualità, l'ultima del Programma Operativo 2018-2022 che ha visto la AOP terminare la precedente programmazione per intraprendere **un nuovo progetto settennale secondo i nuovi regolamenti comunitari 2115/2021 e 126/2022**, che proseguirà fino al 2029. Contestualmente all'approvazione del bilancio, l'assemblea dei soci è stata anche occasione, infatti, per illustrare **i risultati del Programma Operativo 2022** (che, con un

Fondo di Esercizio di oltre 67 milioni di Euro, ha visto la chiusura del precedente periodo di Programmazione), nonché gli esiti di quanto emerso dal Comitato tecnico della AOP, in vista della **modifica di giugno del 2023**, primo anno del nuovo Programma Operativo 2023-2029.

Questa modifica si sviluppa nel contesto dei numerosi eventi calamitosi e straordinari che si sono verificati nei primi mesi del 2023, in particolare in Emilia-Romagna, e che hanno reso necessaria **una significativa riprogrammazione dell'annualità corrente del Programma Operativo della AOP**: in particolare, nei primi giorni di aprile si sono verificate, nel territorio emiliano-romagnolo, **gelate tardive** con danni molto significativi sulla frutta estiva, ma anche su pero, e melo, a cui hanno fatto seguito, nel mese di maggio, **i gravi fenomeni alluvionali** che hanno colpito vastissimi areali della regione e causato importanti ripercussioni su tutto il tessuto socio-economico legato all'agricoltura e all'agroalimentare dell'Emilia-Romagna.

Uno scenario climatico complesso che ha comportato una **significativa riduzione del prodotto** e il conseguente necessario ridimensionamento delle attività promozionali e degli investimenti in comunicazione.

Si è scelto invece di **incrementare gli investimenti legati all'acquisizione di nuovi macchinari** da parte delle aziende agricole per la fase di semina, trapianto, raccolta e per altre operazioni colturali, in particolare

sulle colture orticole e il pomodoro da industria. Questo anche a fronte del grave problema verificatosi negli ultimi anni sul fronte del reperimento della manodopera che ha reso sempre più necessario puntare sulla meccanizzazione di molte operazioni.

La AOP ha inoltre puntato su **nuovi progetti di ricerca**, sia sul pomodoro da industria che sulla frutta, tutti destinati a impostare tecniche di difesa a fronte degli eventi climatici avversi e delle nuove fitopatie che stanno diventando una minaccia in costante crescita per i soci produttori.

Infine, nell'ambito dell'Obiettivo F ("Contributo alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi"), hanno registrato un **significativo incremento l'acquisto di macchine ed attrezzature tecnologicamente avanzate utilizzabili nell'ambito dell'agricoltura di precisione** (un approccio che se da un lato garantisce alle aziende agricole di ottimizzare risorse, riducendo consumi e sprechi, dall'altro garantisce l'ambiente in quanto diminuisce l'utilizzo di fertilizzanti e fitofarmaci, abbattendo le emissioni e garantendo un uso più razionale delle risorse), nonché **l'acquisto di impianti antibrina**, scelta che ha avuto luogo a fronte del fenomeno sempre più frequente delle gelate primaverili che causa danni ingenti alla produzione, come nel già citato caso dello scorso aprile.

Il **contrasto ai cambiamenti climatici** diviene quindi centrale nella nuova programmazione della AOP F.In.A.F, questo in ragione anche delle perdite causate a tutta la filiera ortofrutticola dai fenomeni atmosferici estremi, nonché per la salvaguardia dell'ambiente, tema sempre più importante della programmazione 2023-2029 della AOP.



Campo di patate allagato nel territorio di Budrio (BO).



DISPONIBILI A SCAFFALE I PRIMI QUANTITATIVI PRODOTTI IN ROMAGNA E IN CALABRIA

# Ondine alla prova del mercato grande interesse della Gdo

Alessandro Pantani

La nettarina piatta protagonista di un importante progetto club internazionale arriva sugli scaffali. Forte l'interesse di tutte le grandi catene e tanta curiosità da parte dei consumatori.

per nazionale per questo ambizioso progetto Club. A oggi sono in produzione circa 60 ettari di nettarine Ondine divisi fra la provincia di Ravenna, dove vengono gestiti dai soci di Agrintesa, e la Calabria, nel territorio di Castrovillari

sta della domanda registriamo un interesse significativo da parte di tutti gli operatori del settore: tutto il mondo della Grande Distribuzione nazionale vuole inserire Ondine nel proprio assortimento". Le quantità disponibili in questa prima annata non permettono

**D**opo i primi (e molto promettenti) test commerciali dello scorso anno, per le Ondine è l'anno dell'esordio in Gdo: la nettarina piatta selezionata dalla francese ASF, protagonista di un progetto Club molto innovativo con, al centro, 4 Paesi (Spagna, Francia, Italia e Portogallo) è pronta a sottoporsi al giudizio dei consumatori italiani. "Quella che sta iniziando è la prima vera annata commerciale di Ondine - spiega il responsabile commerciale Italia di Alegria, Enrico Bucchi -: consideriamo il 2022 come una sorta di prova generale per piante alla seconda foglia ma quest'anno, come programmato, potremo contare su volumi maggiori, sebbene ancora ridotti in attesa dell'entrata in piena produzione dei primi impianti il prossimo anno". La produzione, per quanto riguarda Alegria, è divisa in due areali gestiti da Agrintesa, cooperativa di riferimento per la business unit di Apo Conerpo: "Agrintesa, nel complesso, ha acquisito diritti d'impianto per circa 180 ettari, sui 500 previsti a regime nel nostro Paese - prosegue Bucchi -, a cui si aggiungono circa 40 ettari per le pesche Ondine: un'estensione che ci rende il principale pla-



dove opera la nostra associata OSAS". A questi si affiancano, poi, le produzioni degli altri player parte del progetto: Mazzoni, Greenyard e Naturitalia.

## TUTTI LA VOGLIONO

L'attesa sul fronte della risposta commerciale è elevata: "Sono convinto che le nettarine Ondine, oltre ad essere un prodotto innovativo e in linea con le nuove richieste di consumo, rappresentino una valida opportunità per i produttori che hanno scelto di aderire al progetto, sia in termini di distintività che di redditività attesa. Dal punto di vi-

no di accontentare tutti ma l'obiettivo è chiaro: "Puntiamo, in primis, ai player più strutturati e di riferimento sul territorio nazionale ma con l'aumentare delle quantità disponibili, nel tempo, estenderemo l'offerta a tutti i clienti del Gruppo Alegria".

## UN PRODOTTO CHE NON TEME CONFRONTI

"Ondine è un prodotto vincente e con caratteristiche uniche, a partire dalla forma che favorisce un consumo anche come snack - prosegue Bucchi -:

polpa croccante e succosa, questa nettarina piatta si caratterizza anche per un elevato grado Brix che si posiziona fra i 17° e 19° con punte fino a 20°. Un frutto, in ultima analisi, che parla anche alle fasce più giovani grazie alla bassa acidità, all'aroma unico che richiama i profumi delle rose e offre al palato un bouquet molto fruttato e una vocazione agli stili di consumo giovani, dinamici e in movimento. Dai test, però, è emerso in modo chiaro come Ondine riesca a mettere d'accordo tutti i segmenti di consumatori per il suo buon sapore. Siamo fiduciosi che l'esordio sul mercato non tradirà le attese".



# UNA FILIERA TUTTA ITALIANA



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



C'è  
Gigi Filare  
sempre pronto  
a spiegare.

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

**NATURITALIA, SPECIALISTA NELL'ORTOFRUTTA.**

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

  
*Naturitalia*  
THE FLAVOURS OF NATURE

NATURITALIA DISTRIBUISCE

 **Jingold**  
lo specialista del kiwi

+45% NEGLI ULTIMI CINQUE ANNI. EMESSO IN ITALIA UN FRANCOBOLLO CELEBRATIVO

# Il pomodoro Cirio conquista il Regno Unito

Giovanni Bucchi

Per celebrare il marchio storico, emesso il francobollo ordinario con il manifesto pubblicitario del 1921 di Leonetto Cappiello.

**C**irio si conferma sempre di più **ambasciatore del Made in Italy nel mondo**. In particolare nel Regno Unito, tra i principali mercati di riferimento per il marchio storico di Conserve Italia che oltremarina esporta soprattutto polpe e passate di pomodoro 100% italiano. L'occasione per annunciare importanti risultati è stata la **missione di alto livello del Governo italiano a Londra**, iniziativa istituzionale tenutasi nei mesi scorsi e guidata dalla **presidente del Consiglio Giorgia Meloni e dal ministro all'Agricoltura Francesco Lollobrigida**. All'incontro organizzato a Londra, nella sede dell'ambasciata italiana, hanno partecipato anche il **direttore generale di Conserve Italia Pier Paolo Rosetti**

(nella foto con il ministro Urso alla cerimonia del francobollo Cirio) e il **direttore commerciale estero Diego Pariotti**, per sottolineare l'impegno del Gruppo cooperativo in tutto il Regno Unito che – ha detto Rosetti – “rappresenta uno dei principali mercati di riferimento per le esportazioni dei nostri prodotti che provengono dalla filiera agricola dei soci produttori italiani, in primis per quanto riguarda il pomodoro Cirio”. **“Il nostro export nel Regno Unito è cresciuto di oltre il 40% negli ultimi 5 anni – ha aggiunto Pari-**



otti -". Il fiore all'occhiello è proprio il pomodoro Cirio che rappresenta il 70% delle nostre esportazioni in UK e si dimostra sempre più apprezzato dai consumatori britannici. Lo dimostra il trend delle vendite registrato negli ultimi 5 anni, con una crescita del 46% a valore in questo mercato". Nel frattempo, anche in Italia non sono mancate le occasioni per celebrare questa

eccellenza. È il caso del francobollo ordinario dedicato a Cirio e appartenente alla serie dei Marchi storici, presentato a maggio nella sede del Ministero delle Imprese e del Made in Italy a Roma. Il francobollo, stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca di Stato e diffuso da Poste Italiane, raffigura il celebre manifesto pubblicitario firmato nel 1921 da Leonetto Cappiello che rappresenta una donna danzante con frutta e verdura appoggiata con un piede su una lattina Cirio. “Questo francobollo suggella la storia e il successo di un emblema come il marchio Cirio che da oltre 160 anni rappresenta l'eccellenza e la tradizione della cucina italiana nel mondo”, ha commentato Rosetti, intervenuto alla cerimonia alla presenza del ministro Adolfo Urso. “Abbiamo il compito di continuare a portare avanti tale storia, con il sostegno delle nostre Istituzioni e anche grazie all'adesione all'Associazione Marchi Storici d'Italia, della quale siamo soci fondatori”.

## Un patto per valorizzare la figura di Francesco Cirio

**C**onserve Italia ha sottoscritto un protocollo d'intesa con l'Unione Collinare Vigne e Vini che riunisce diversi Comuni dell'Alto Monferrato, in provincia di Asti. L'iniziativa è finalizzata a valorizzare la figura e la memoria di Francesco Cirio, fondatore dell'omonima azienda (il cui marchio oggi è di proprietà di Conserve Italia), nonché pioniere dell'industria alimentare italiana, il primo a introdurre nel nostro Paese sin dal 1856 la tecnica di conservazione degli alimenti. Cirio, originario di Nizza Monferrato e cresciuto a Fontanile, è stato il precursore della valorizzazione delle eccellenze agricole italiane in tutto il mondo. La sua figura è ricordata anche all'interno del Museo “Francesco Cirio Innova” presente nel municipio di Castelnuovo Belbo e di recente modernizzato con sistemi di domotica per l'accesso gestito da app su smartphone.



PRESENTATO IL PROGRAMMA TRIENNALE PROMOSSO DA APO CONERPO

# Pears with Love: ecco i vantaggi di una filiera davvero sostenibile

Raoul Montacuti

Il presidente Vernocchi sul progetto cofinanziato dall'Unione Europea: "Raccontiamo ai consumatori i metodi di produzione dei nostri pericoli. Al centro rispetto dell'ambiente, sicurezza alimentare, rintracciabilità, autenticità ed etichettatura".

**È** un frutto che, più di altri, ha pagato lo scotto dei cambiamenti climatici, degli insetti alieni, di nuove fitopatie; ma è un prodotto simbolo della frutticoltura italiana, emblema di sostenibilità e capace di garantire un importante apporto nutrizionale. Stiamo parlando della pera che è al centro del progetto "Pears with Love: a case study of sustainable agriculture", presentato ufficialmente a Milano a fine giugno. All'appuntamento con la stampa sono stati svelati gli assi su cui si lavorerà per sensibilizzare i consumatori di Italia, Germania e Francia, nell'ambito del programma triennale portato avanti da Apo Conerpo, e cofinanziato dall'Unione Europea ai sensi del regolamento

UE n. 1144/2014. L'obiettivo è quello di raccontare la filiera agricola della pera come esempio sostenibile "dal campo alla tavola", sensibilizzando sugli sforzi profusi dal mondo agricolo per affrontare le sfide del cambiamento climatico, proteggendo l'ambiente e preservando la biodiversità. Ed è proprio questo il messaggio su cui ha insistito **Davide Vernocchi, presidente di Apo Conerpo**, durante la presentazione. Concetti ribaditi e approfonditi anche da **Augusto Renella** (coordinatore export e marketing R&D manager Naturitalia); **Gabriele Ferri** (direzione commerciale Opera) ed **Emanuele Fontana** (coordinatore agricoltura e responsabile servizio offerta e innovazione Agri Agro di Credit Agricole italia).

"Pears with love è 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, fornendo loro informazioni chiare sulle caratteristiche specifiche dei metodi di produzione nell'Unione per tutti i prodotti ortofrutticoli e in particolare la pera - ha evidenziato Vernocchi -, in termini di rispetto dell'ambiente, sicurezza alimentare, rintracciabilità, autenticità ed etichet-



tatura". Vernocchi ha ricordato anche le opportunità che riserva questo progetto europeo, in particolare per "sensibilizzare, valorizzare ed orientare, attraverso un'eccellenza come la pera, l'intera filiera verso le nuove sfide della sostenibilità, nel suo significato più ampio: ambientale, sociale ed economico". **Augusto Renella** ha posto l'accento sull'agricoltura sostenibile e sulle buone pratiche agricole adottate dalla filiera pericola. "In questo modo è possibile la salvaguardia del territorio e delle risorse idriche, basti pensare che il risparmio idrico medio nella coltivazione della pera di Apo Conerpo oscilla tra il 30% e il 60%, riducendo così l'impronta ambientale, tutelando il più possibile la biodiversità", ha illustrato. Ma essere sostenibili vuol dire aumentare anche la competitività: "La coltivazione sostenibile delle pere ed un modello organizzativo efficiente, hanno consentito ad Opera, nonostante le crescenti difficoltà degli ultimi anni, di contribuire a sviluppare l'economia dei territori, offrendo al mercato un prodotto in linea con le aspettative dei consumatori - ha sottolineato Gabriele Ferri -, sempre più attenti alla qualità ed agli impatti ambientali e sociali del cibo".



IL PROGETTO AVRÀ DURATA TRIENNALE E SI CONCLUDERÀ NEL 2026

# Torna “Fruit24!” per promuovere i consumi di ortofrutta

Alessandro Pantani

Dopo il successo della prima edizione, con milioni di consumatori raggiunti, Apo Conerpo, la principale OP ortofrutticola europea rilancia, insieme al partner greco “O Agios Loukas”, il progetto cofinanziato dall’Unione Europea. Si parte con un roadshow nelle principali aree di servizio delle autostrade italiane.

L’incremento dei consumi di frutta e verdura è un passaggio fondamentale per migliorare la competitività del settore ortofrutticolo: e con una maggiore consapevolezza del ruolo dell’ortofrutta nella dieta quotidiana, la percezione del valore che gli italiani hanno di questi prodotti può essere aumentata, così come si possono indirizzare le abitudini di acquisto, in

modo da avere nuove e maggiori occasioni di consumo e stimolare la domanda. Questo è l’obiettivo di “Fruit24! È sempre il momento giusto per mangiare frutta e verdura!”, il progetto coordinato da Apo Conerpo con il partner greco O Agios Loukas, e co-finanziato dall’Unione Europea, che torna nella sua seconda edizione e, a partire da luglio, vedrà il suo primo importante momento promozionale con un roadshow itinerante sulla rete autostradale italiana. Ad Apo Conerpo, la più grande Organizzazione di produttori europea, fa capo la promozione in Italia, ma il progetto interesserà anche Grecia, Germania e Spagna dove le attività saranno svolte dal partner di progetto, la cooperativa greca Rachis Pierias “O Agios Loukas”.

“Dopo l’esperienza vincente del primo



progetto Fruit24, dal 2016 al 2019, siamo pronti a mettere in campo un altro percorso triennale che andrà avanti fino al 2026 – spiega **Davide Vernocchi, presidente di Apo Conerpo** – Vogliamo coinvolgere il consumatore e migliorare ai suoi occhi l’immagine dell’ortofrutta fresca in tutte le sue sfaccettature, dalla freschezza alla salubrità, dalla naturalezza alla facilità d’uso: lo faremo suggerendo occasioni di consumo innovative, soddisfacenti e salutari nell’arco della giornata. Si parla spesso della correlazione tra il consumo di ortofrutta e i benefici sulla salute, ma non è mai abbastanza: noi vogliamo andare oltre e raccontare l’importanza di fare scelte alimentari sane e sostenibili, quali sono i riflessi positivi sulla salute, sull’ambiente e sulla sostenibilità, attraverso informazioni chiare e utili sull’impatto benefico complessivo che genera il consumo di frutta e verdura. Ci rivolgeremo ai consumatori ma anche agli operatori della filiera – rimarca Vernocchi – perché, dai rivenditori ai professionisti fino ad arrivare ai media, è importante diffondere il messaggio di sostenibilità e salubrità sotteso al consumo e alla produzione





di ortofrutta: proprio chi lavora nel settore deve essere il primo ambasciatore di questi valori. Fruit24! ci ha permesso di parlare a milioni di consumatori e con questa nuova edizione del progetto vogliamo spingere su azioni dirette e personali, informando ed educando i consumatori – prosegue il presidente di Apo Conerpo – affinché i responsabili acquisto delle famiglie siano consci dell'importanza di introdurre frutta e verdura nella dieta quotidiana”.

Il progetto vede la presenza di un **importante partner a fianco della OP italiana**: “Apo Conerpo e la cooperativa greca A.C. Rachis Pierias ‘O Agios Loukas’ lavorano da anni per promuovere nel mercato nazionale e internazionale il consumo di frutta e verdura – conclude Vernocchi -. Entrambe le organizzazioni hanno esperienza nella gestione di campagne di consumo: l’obiettivo primario di questa partnership è quello di aumentare la rilevanza delle

single attività, rafforzare la rete di partnership, ampliare la capacità operativa attraverso lo scambio e lo sviluppo di nuove pratiche e metodi, nonché la condivisione e il confronto di idee”.

Fruit24! utilizzerà diversi strumenti, per lo più digitali, che potenziano e incrementano il messaggio: **comunicazione sui social media, campagne televisive, pubblicità negli house organ delle catene di distribuzione, digital advertising, sito web e newsletter**. La campagna sarà attivata su un ampio paniere di prodotti ortofrutticoli per rappresentare al meglio l’offerta di Apo Conerpo.

#### **IL DEBUTTO CON IL ROADSHOW IN AUTOSTRADA**

Da sabato 1 luglio è partita anche la **prima attività di Fruit24! nel nostro Paese**. Si tratta di un **roadshow itinerante lungo la rete autostradale italiana**: per i prossimi mesi estivi un gazebo

personalizzato nelle aree di servizio più frequentate sarà il punto di contatto con i consumatori, soprattutto turisti italiani e stranieri, che saranno sensibilizzati al consumo di frutta e verdura con modalità originali e innovative. Ci sarà infatti **uno chef che preparerà gustosi assaggi** di ortofrutta di stagione, mentre le hostess inviteranno il pubblico alla degustazione e distribuiranno il materiale informativo.

**Da luglio a settembre sono in programma 40 giorni di degustazione in 6 aree di servizio dell’A14, in Emilia-Romagna**, attraverso i quali si stima di raggiungere oltre 25 milioni di consumatori. Inoltre all’interno degli Autogrill presenti sulla rete autostradale verrà proiettato lo spot promozionale di Fruit24! mostrando ai consumatori come l’ortofrutta possa essere comodamente consumata in ogni momento della giornata, anche quando si è in viaggio, per lavoro o per piacere.

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

PRESENTATI I RISULTATI DEL PROGETTO VA.PO.RE. SULLE VARIETÀ RESISTENTI

# Bio, salubre e “resistente”, il pomodoro del futuro è vicino

Alessandro Pantani

Al termine del progetto biennale, sono quattro le innovative varietà di pomodoro da industria selezionate per una spiccata resistenza a peronospora e alternaria, due delle principali avversità che minacciano un prodotto simbolo del made in Italy nel mondo.

**O**biiettivo raggiunto: il pomodoro del futuro oggi è molto più vicino. La sfida, lanciata due anni fa dal progetto VA.PO.RE. può dirsi vinta: le prove in campo, in laboratorio e in fase di trasformazione hanno identificato **quattro nuove varietà di pomodoro ideali per la coltivazione in regime biologico, resistenti a peronospora o alternaria (o a entrambe) e adatte per la trasformazione in passate, salse, cubetti o succhi.** Oggi messe a dimora in 30 aziende agricole nelle zone più vocate dell'Emilia-Romagna, le

varietà **Cartizze, Milbech, Mascali e 20T6406** sono pronte a diffondersi in tutto il Paese. **Il progetto, di durata biennale, ha riunito Tera Seeds, (Capofila del progetto), realtà sementiera di Gambettola (FC) specializzata nella ricerca, miglioramento genetico e riproduzione delle sementi, Ri.Nova, ente di ricerca nell'ambito delle produzioni vegetali di Cesena (FC), Conserve Italia e il CREA OF, principale Ente di ricerca italiano dedicato alle filiere agroalimentari.**

“Gli obiettivi del progetto erano ambiziosi e possiamo dire di aver fatto passi importanti nella giusta direzione - commentano **Enrico Belfanti, genetista per Tera Seeds e Stefania Delvecchio, responsabile del progetto per Ri.Nova** -: siamo partiti cercando di consegnare all'industria di trasformazione **un pomodoro buono, salubre, adatto alla produzione biologica, che garantisca buone**

**rese produttive e che fosse resistente alle due grandi avversità fungine: peronospora e alternaria.** Siamo partiti da un pool di 20 varietà, per analizzare un panorama ampio e variegato, e, attraverso la collaborazione di 5 aziende agricole che operano in regime biologico, le abbiamo sottoposte a

un vaglio agronomico, per valutarne la produttività in regime di agricoltura biologica, ne abbiamo studiato la resistenza ai patogeni e li abbiamo analizzati da un punto di vista qualitativo sia sul fronte organolettico che delle performance in caso di trasformazione in succhi, cubetti e salse. Incrociando tutti i dati sono emerse **4 varietà che hanno dato indicatori positivi a tutti i livelli: Cartizze e Milbech, resistenti alla peronospora, Mascali, resistente all'alternaria, e 20T6406 che ha ben performato contro entrambe le avversità.**

“Tutte le nuove varietà sono state analizzate per la verifica dei residui di fitofarmaci controllando oltre 430 principi attivi- spiega **Katia Di Prodi, Responsabile di laboratorio controllo qualità degli alimenti presso Conserve Italia** - allo scopo di garantire al consumatore un prodotto sicuro e rispondente ai tutti i requisiti della produzione biologica che, nel nostro Paese per alcuni principi attivi, pone limiti ancora più rigorosi che nel resto d'Europa. Le nuove varietà, inoltre, mostrano **buoni livelli di licopene,** sostanza nota per le sue proprietà antiossidanti e per gli effetti benefici sull'organismo”. Soddisfazione anche dal CREA OF: “Dopo i positivi dati di campo, le analisi di laboratorio sulla risposta alle avversità fungine hanno fornito risultati interessanti e offerto spunti per aprire nuove linee di ricerca. Possiamo considerare questo progetto un ottimo studio preliminare che offre lo spunto giusto per ampliare le analisi” conclude **Loredana Sigillo di CREA OF, Responsabile scientifico del progetto VA.PO.RE.**





## 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](http://bper.it)

**Vicina. Oltre le attese.**

[www.bper.it](http://www.bper.it)   

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale