

# ORTOFRUTTA NOTIZIE

Numero 7/2023  
Ottobre



**FIN.A.F, COSÌ AFFRONTIAMO  
LE SFIDE DI CLIMA E AMBIENTE**



**OPEN DAY UNIBO  
UNA FUCINA DI IDEE**



**FRUTTA, CONSERVE ITALIA RILANCIA  
GLI IMPIANTI PROGRAMMATI**



# 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

## Sommario

- 4** F.In.A.F., così affrontiamo le sfide di clima e ambiente  
ALESSANDRO PANTANI
- 6** Open Day Unibo una fucina di idee  
MONICA GUIZZARDI
- 8** Frutta, Conserve Italia rilancia gli impianti programmati  
GIOVANNI BUCCHI
- 10** Gruppo Alegra, tutto pronto per la campagna dei cachi  
ALESSANDRO PANTANI
- 11** Natuatalia, bilancio positivo per la campagna estiva  
AUGUSTO RENELLA
- 12** Biologico, segnali positivi Ecco i trend principali  
RAOUL MONTACUTI
- 14** IKO, ecco le previsioni di produzione del kiwi  
MONICA GUIZZARDI

## Frutta e verdura nel mirino per gli aumenti del carrello Aumento dei prezzi dell'ortofrutta speculazione o giusto compenso?

**Davide Vernocchi**  
Presidente Apo Conerpo

**F**ateci caso: quando si parla di inflazione, quando l'aumento dei prezzi viene chiamato in causa dai media, quando si discute di costo della vita nei talk show l'immagine scelta è sempre quella di un banco dell'ortofrutta. Ecco lì il "colpevole": una pesca, una zucchina, una pera prese ad esempio di un prezzo che corre incontrollato e che svuota le tasche degli italiani.

Mentre l'opinione pubblica viene continuamente colpita da queste immagini fuorvianti, invece, l'ortofrutta sta attraversando un momento particolarmente delicato, fatto di contrazione dei consumi in doppia cifra (un trend sostenuto, purtroppo, anche dalle scelte dei media) e di costi che non accennano a contrarsi, riducendo o annullando la marginalità di chi produce.

Lungo tutta la filiera pesano le impennate del prezzo dei carburanti e dell'energia, il caro-materie prime che impatta sugli imballaggi, senza contare gli effetti del costo del denaro su chi ha fatto investimenti pluriennali. A questo si aggiunge il clima che, è sotto gli occhi di tutti, causa inevitabilmente una riduzione del prodotto disponibile. Ecco quindi che il prezzo a banco dell'ortofrutta sale e può apparire, a un consumatore che non viene informato ma "aizzato", troppo alto. E si finisce a sentire parlare di speculazioni in ortofrutta quando quel prezzo, bisogna sottolinearlo in tutte le sedi opportune, oggi a malapena garantisce una retribuzione minima al produttore. E neppure sempre.

Al momento di andare in stampa con questo editoriale, mentre il Governo "firma" un carrello di prodotti a prezzo calmierato per tre mesi, il mondo ortofrutticolo non sa neppure se i propri prodotti rientreranno in questa operazione o meno. E chi produce sta attraversando difficoltà indicibili: in un anno in cui manca fino al 70% della produzione nazionale di pere, qual è il prezzo giusto per uno di questi frutti? Quello che il consumatore percepisce come adeguato o quello che permette di remunerare adeguatamente un produttore che può contare su una produzione che a stento arriva a 30 quintali per ettaro? A fronte di una carenza di prodotto anche del 50% nei territori alluvionati della Romagna, quali dovrebbero essere i cartellini di prezzo "giusti"? Perché, è bene ricordarlo, un produttore che non copre i costi, fallisce e cambia mestiere. E questo trend pericoloso fa capolino dai catasti ortofrutticoli che, da qualche anno, in alcune aree importanti del Paese, vanno ridimensionandosi. Ma ogni azienda agricola che chiude è una perdita: economica, certamente, ma anche sociale e ambientale, perché un frutteto è un bosco che cura la nostra terra. Altro che speculazione.





IL DIRETTORE LISA MARTINI È INTERVENUTA ALLA PRESENTAZIONE DI LIFE ADA A SANA 2023

# F.In.A.F., così affrontiamo le sfide di clima e ambiente

Alessandro Pantani

Dalle criticità imposte dal cambiamento climatico alle possibili difese, al ruolo essenziale della ricerca: a Sana l'ortofrutta ha messo a punto lo "stato dell'arte" della propria filiera.

La AOP F.In.A.F. è stata invitata a partecipare al Workshop "La filiera ortofrutticola e i cambiamenti climatici, un confronto sulle nuove sfide e sulla gestione dei rischi" per la **presentazione del progetto Life ADA**, organizzato dalla Regione Emilia Romagna, il giorno 8 settembre nell'ambito della fiera SANA 2023.

Il progetto Life ADA, di cui la Regione stessa è partner, si pone l'obiettivo di fornire un supporto al settore agricolo per rafforzare le sue capacità di

resilienza ai cambiamenti climatici. Per fare questo sono state coinvolte nel progetto tre filiere: ortofrutticola, vitivinicola e lattiero casearia, per un totale di circa 6.000 agricoltori coinvolti. L'evento, il primo dedicato alla filiera ortofrutticola, ha rappresentato una buona occasione per uno scambio di esperienze e conoscenze tra gli esperti del settore, al fine di delineare una strategia per l'adattamento ai cambiamenti climatici per la filiera ortofrutticola.

F.In.A.F. è stata invitata a partecipare alla tavola rotonda degli esperti del settore, in quanto AOP che conta nella base sociale delle proprie OP aderenti, **oltre 8.000 produttori, per circa 50.000 ha di superficie, coltivata per circa il 55% orticole e il 45% frutticole**, principalmente in Emilia Romagna ma anche in

Puglia, Lazio, Lombardia, Veneto, Trentino Alto Adige e Sicilia.

Il Direttore della AOP, Lisa Martini, ha spiegato come da anni le OP socie e i produttori agricoli stiano investendo per pratiche ambientali, dalla produzione integrata, alla confusione sessuale al biologico, fino all'acquisto di macchine di precisione e agricoltura 4.0. Queste pratiche hanno sempre mostrato un impatto favorevole sull'ambiente oltre ad essere sempre più apprezzate dal consumatore, attribuendo un valore ai nostri marchi commerciali, integrando così sostenibilità ambientale ed economica.

Negli ultimi anni però è divenuta ancora più stretta la correlazione tra ambiente/clima e agricoltura: i cambiamenti climatici, infatti, hanno impattato in maniera sempre più esponenziale sulle colture delle OP socie. A titolo di esempio, solo per citare alcuni eventi climatici avversi che si sono verificati negli ultimi 2/3 anni e che hanno colpito in maniera particolare il territorio Emiliano Romagnolo, ricordiamo:

- le gelate tardive che hanno colpito in maniera devastante la frutta estiva ed invernale: anni 2020-2021-2023;

- le grandinate estreme, sempre più spesso negli ultimi anni ed in particolare nell'estate 2023;

- la siccità, con il 2022 che si è presentato come uno degli anni più siccitosi nell'ultimo mezzo secolo;

- infine gli eventi alluvionali estremi e le piogge devastanti che si sono verificate nel mese di maggio che hanno devastato in particolare la Romagna ove si trova gran parte della produzione ortofrutticola delle OP socie.

Inoltre il cambiamento climatico ha contribuito significativamente alla dif-



Lisa Martini (in bianco, seconda da sinistra) interviene alla presentazione del progetto Life ADA. (Fonte foto: pagina facebook ufficiale Progetto Life ADA)

fusione e alla proliferazione di agenti patogeni e fitopatie: è il caso della cimice asiatica che dal 2017, in maniera sempre maggiore attacca le produzioni, in particolare frutticole, o l'alternaria per il pero o il pomodoro.

Di fronte a questi fenomeni (che negli ultimi anni hanno portato a perdite che sono arrivate per certe specie anche all'80-90% della produzione, in particolare la coltura del pero è stata una delle più danneggiate) si può agire su due versanti per difendersi e cercare di mantenere viva la forza produttiva.

Da un lato le tecniche di **difesa passiva** che contribuiscono, grazie a sistemi di tutela del reddito a contenere i danni provocati dai cambiamenti climatici, e dall'altro le tecniche di **difesa attiva**, che puntano sia ad acquisire strumenti in grado di proteggere a breve termine le colture dagli eventi estremi e dall'altro a trovare soluzioni di più ampia portata che consentano di sviluppare la resilienza delle colture ortofrutticole, pur continuando a valorizzarne la qualità, in modo da poter garantire una sopravvivenza a lungo termine di tutta la filiera. Nel convegno, poi, si è colta l'occasione di illustrare in sintesi **le azioni svolte in questi ultimi anni, e i progetti per le prossime annualità**, da portare avanti anche con il supporto delle risorse messe a disposizione dal Programma Operativo della AOP, dai Programmi di Sviluppo Rurale e da altri strumenti agevolativi, anche grazie alla costante collaborazione della Regione Emilia Romagna.

Per quanto riguarda la **Difesa passiva**, si è ricordato come negli ultimi anni FINAF e le proprie OP socie hanno attivato azioni quali:

- **Costituzione di Fondi di mutualizzazione: in particolare il Fondo di mutualizzazione nato nel 2020** per far fronte all'emergenza del fenomeno della cimice asiatica in particolare nella nostra Regione, che ogni anno viene ricostituito per indennizzare i produttori che ogni anno subiscono ingenti danni a fronte di questa specifica fitopatia che non è avulsa dai fenomeni legati ai cambiamenti climatici.

- **Fondo Mutualistico Nazionale Agricoltura**, ovvero l'introduzione nel sistema di gestione del rischio in agricoltura di una copertura mutualistica di base, con-



*I presenti al convegno di presentazione (Fonte foto: pagina facebook ufficiale Progetto Life ADA)*

tro i danni alle produzioni agricole causati da eventi atmosferici di natura catastrofica (gelo e brina, siccità, alluvione).

- **Assicurazioni:** in particolare la stipula di polizze parametriche multirischio stipulate sia per le colture frutticole che per il pomodoro da industria che intervengono in caso di una riduzione della resa quantitativa del prodotto assicurato per garantirsi una copertura per i maggiori oneri e le perdite commerciali conseguenti alla diminuzione del prodotto conferito e quindi lavorato.

Per quanto riguarda la **difesa attiva**, i sistemi di difesa contro patogeni ed eventi atmosferici (piogge, grandinate, vento forte, eccessiva insolazione, gelate tardive) realizzati anch'essi, grazie alle preziose risorse messe in campo dal Programma Operativo e dai PSR, possono essere **reti di copertura, ventole e impianti antibrina**. Tutti strumenti che consentono di mitigare gli effetti degli eventi climatici estremi e delle fitopatie, riducendo i danni alla produzione.

La sfida più importante però resta quella della **ricerca**, ovvero l'unico strumento che consente di poter aumentare la resilienza delle produzioni.

Pertanto se è vero che da un lato i cambiamenti climatici e le avversità atmosferiche così impattanti come quelle degli ultimi anni, impongono di ricor-

rere a strumenti di protezione, dall'altro **diviene necessario e indispensabile studiare strategie che a lungo termine rendano le produzioni più forti e in grado di resistere a questi fenomeni**, sempre in un'ottica di sostenibilità ambientale.

Sono in corso di realizzazione da parte della AOP F.In.A.F., numerosi progetti di ricerca che passano sia dallo studio di strategie di difesa innovative, caratterizzate da un minore impatto sull'ambiente e la salute dei consumatori, in linea con le politiche dell'Unione Europea, sia dalla ricerca di tecniche che consentano di migliorare la resilienza del sistema frutticolo, anche attraverso azioni di agricoltura conservativa che permette di migliorare la fertilità del suolo, sia di progetti destinati a prevenire o a intercettare pericolose fitopatie, che riguardano sia il settore frutticolo che quello orticolo e del pomodoro da industria. Diviene quindi importante la consapevolezza che solo attraverso la combinazione di tutte queste forme di **gestione del rischio** in questo nuovo contesto ambientale, diventa possibile **proteggere i raccolti e il reddito aziendale dalle avversità climatiche, dalle fitopatie** in modo da poter garantire alle imprese del settore ortofrutticole una progettualità a lungo termine.



IL PUNTO SULLE NUOVE FRONTIERE DELL'INNOVAZIONE IN CAMPO

# Open Day Unibo una fucina di idee

Monica Guizzardi  
Responsabile ufficio tecnico Apo Conerpo

Dalla quinta edizione di Open DISTAL tanti spunti per l'innovazione in campo ortofrutticolo: ecco le ultime novità, fra sensori, automazione e intelligenza artificiale.

Si è svolta alla Facoltà di Agraria dell'Università di Bologna la V edizione dell'Open DISTAL, una giornata di incontro tra ricercatori e studenti del Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agro Alimentari e le imprese del settore agricolo, alimentare, ambientale e della bioeconomia. I temi trattati sono stati quelli di maggiore attualità per il settore e per il territorio, a partire dalla gestione ed impatto degli eventi estremi sui sistemi agricoli, alla ricerca genomica per ottenere piante più resistenti e resilienti, alla protezione e salute del suolo e delle piante fino all'agricoltura digitale.

E proprio nel corso del workshop che riguardava l'agricoltura di precisione sono stati presentati progetti di ricerca e scenari che rappresentano il futuro con il quale dovremo confrontarci: sensoristica avanzata, piattaforme di smart farming, reti neurali e automatizzazione delle operazioni di campo, solo per citare alcune delle relazioni illustrate.

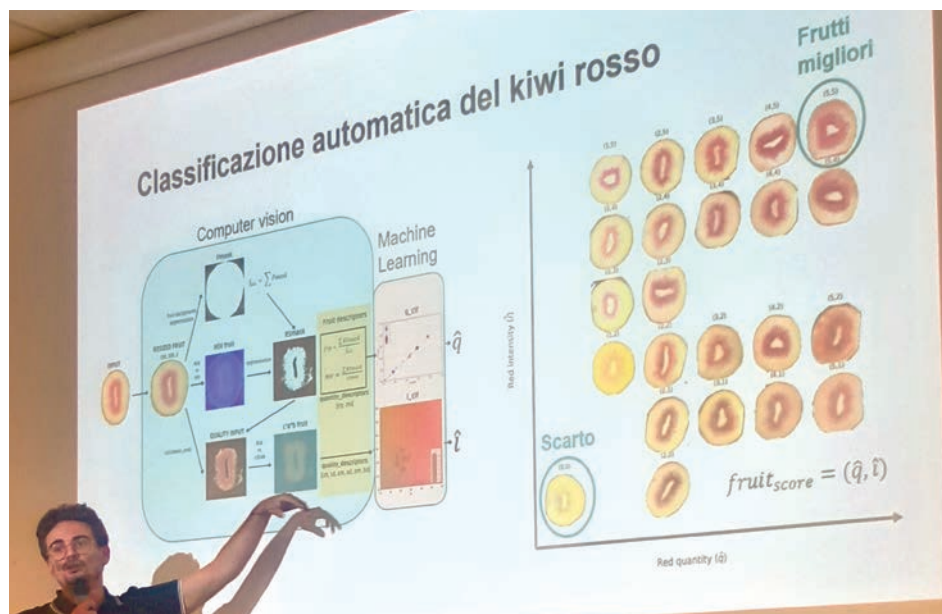
## SENSORI, PANNELLI E PIATTAFORME DIGITALI

Ma andiamo con ordine: partiamo dalla sensoristica avanzata, ossia dall'utilizzo di microtensimetri inseriti nel tronco della vite. Gabriele Valentini del DISTAL ha illustrato la situazione che, a causa dei cambiamenti climatici, si è venuta a creare nella zona di Bordeaux, in Francia: l'estrema siccità estiva regi-

strata in questi areali (e non solo) sta mettendo a rischio i vigneti ed in particolare le giovani piante con apparato radicale superficiale. Laddove l'acqua è disponibile sono state concesse deroghe parziali che ammettono la possibilità di intervenire con irrigazioni, anche climatizzanti, del vigneto. In caso contrario le possibili soluzioni per ridurre gli eccessi di temperatura sulla chioma e le radici sono rappresentate da trattamenti fogliari con caolino all'invasatura e gestione del cotico erboso tramite semina di colture da sovescio, cover crops o realizzazioni di pacciamature verdi. Il DISTAL ha investigato l'influenza di una copertura parziale dei vigneti con pannelli fotovoltaici per verificare se vengano segnalate ripercussioni sulla funzionalità della pianta: l'agrivoltaico su vite sembra dare buoni risulta-

ti nella riduzione delle temperature estreme senza interferire con i parametri del potenziale idrico del tronco, misurato con i sensori Flora Pulse.

A proposito di piattaforme è intervenuto Enrico Michielan, di Abaco Group, presentando la sua proposta a supporto degli agricoltori (gestione delle operazioni colturali, degli addetti impiegati, supporto alle decisioni). Michielan ha sottolineato come, negli ultimi 3 anni, l'attenzione nei confronti dell'agricoltura digitale stia scemando, complici la ridotta domestichezza con la tecnologia, lo scarso aggiornamento degli addetti, la presenza di tante piattaforme e la necessità di investire molto tempo per capirne le funzionalità ed i vantaggi. Occorre quindi da un lato trovare dei momenti nei quali realizzare focus di formazione e aggiornamento degli



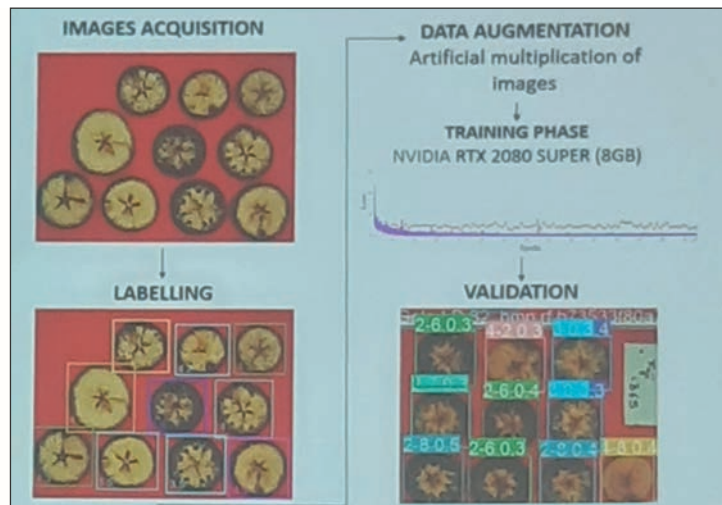
Mirko Piani del Distal durante la relazione sulle reti neurali.

addetti e dall'altro lavorare affinché la gran mole di dati generati siano il più possibile omogenei ed integrabili per lo sviluppo di software a supporto delle decisioni, di grande utilità ed aiuto per gli agricoltori.

### AUTOMAZIONE, PROSSIMA FRONTIERA

Riguardo l'automazione delle operazioni colturali **Dario Mengoli**, di **Field Robotics**, ha presentato **Dedalo**, il prototipo messo a punto dall'UNIBO (di cui Field Robotics è una start up) per sostituire il trattore convenzionale: **Dedalo è un veicolo elettrico che può intervenire all'interno dei frutteti e, poiché leggero, può entrare in campo dopo una pioggia**; è sicuro perché a guida autonoma, nessun operatore a bordo; è molto stabile grazie al baricentro molto basso ed adattabile grazie a carreggiata, larghezza e lunghezza modificabili. Per quali funzioni è stato progettato? Per applicazioni di **agricoltura di precisione**: opera in campo per effettuare la raccolta di informazioni tramite sensori, provvede ad elaborare previsioni di produzione tramite rilievo, conteggio e caratterizzazione dei calibri dei frutti ed attualmente viene testato per la raccolta automatizzata dei frutti di kiwi tramite braccio meccanico. In merito alla raccolta automatizzata

della frutta sono intervenuti anche **Giacomo Tolomelli** e **Maurizio Rossetti** della **Tevel**, che hanno illustrato la loro tecnologia che si basa sull'utilizzo di droni per la raccolta della frutta: i punti di forza dell'attrezzatura (che si propone come soluzione ai problemi di carenza di manodopera agricola) sono la versatilità ed adattabilità a diversi tipi di impianto e di specie frutticole, e la possibilità di espletare altre funzioni quali l'impollinazione artificiale e la potatura. Dall'utilizzo dei droni, dotati di telecamere, viene generato un **grande volume di dati geolocalizzati**: numero di frutti, dimensione, colore ed eventuali difetti sono informazioni che, una volta elaborate, forniscono una conoscenza più approfondita delle caratteristiche del frutteto. Sfide future sono rappresentate dall'utilizzo di queste attrezzature di raccolta in frutteti appositamente realizzati per la raccolta meccanizzata (Guyot).



Classificazione grado di degradazione dell'amido.

### UN "OCCHIO" ALLE IMMAGINI

Il monitoraggio dei parametri qualitativi dei frutti può essere condotto tramite innovative tecniche di visione: ne hanno parlato **Gianmarco Bortolotti** e **Mirko Piani** del **DISTAL** spiegando che le immagini sono matrici dalle quali possiamo estrarre informazioni utili: tramite **l'intelligenza artificiale** è possibile processare i numeri simulando una sorta di ragionamento. Mediante queste tecniche di visione possiamo fare un conteggio dei frutti, geolocalizzarli e rilevarne ad esempio l'aumento di dimensioni nel corso della campagna o ripartire i frutti in classi di pezzatura; mappando la temperatura della chioma possiamo prevedere di attivare un sistema di allerta in caso di rischio scottature. Tramite le reti neurali è inoltre possibile attribuire ad un frutto una classe di appartenenza: classe di intensità di colore nel kiwi rosso, di degradazione dell'amido per mele e pere, ed esprimere un giudizio complessivo sul prodotto conferito in bins (calibro, colore, uniformità) dei frutti raccolti. Tante idee, tanto entusiasmo: quali spunti trarre da questa fucina di idee? **L'agricoltura di precisione - anche nel settore frutticolo - è (o sarà a breve) pronta a raccogliere la sfida** consentendo la creazione di nuove competenze e di nuovi modelli produttivi. L'importante è conoscere, approfondire e restare informati su queste tecnologie, per poter coglierne le opportunità.





SONO CIRCA 200 LE AZIENDE AGRICOLE COINVOLTE

# Frutta, Conserve Italia rilancia gli impianti programmati

Giovanni Bucchi

Le testimonianze dei soci agricoltori: "Reddito garantito e minori costi gestionali. Così valorizziamo la frutta romagnola presente nei succhi Yoga, Valfrutta e Derby Blue e nei vasetti Valfrutta". Quotazioni in aumento per i produttori.

**V**ent'anni fa, quando ho aderito al primo progetto di filiera di Conserve Italia con impianti programmati di pesche redhaven per i succhi, i miei colleghi mi davano del pazzo. In tanti guardavano con scetticismo a chi sceglieva di coltivare frutta per l'industria e non per il mercato del fresco.

Oggi invece, dopo aver convertito tutti i miei frutteti alla produzione per destinazione industriale, mi trovo a rispondere a tanti agricoltori che mi chiedono come entrare in questa filiera".

Per capire perché oggi un frutticoltore dovrebbe prendere sul serio l'ipotesi di partecipare ai **progetti di filiera per la frutta programmata di Conserve Italia**, si può chiedere (tra gli altri) a **Flavio Galeati**, agricoltore imolese socio della cooperativa Ortolani Cofri che aderisce al Gruppo.

Tra pesche Redhaven che finiscono nei brik dei succhi Yoga Optimum e percoche da gustare nei celebri vasetti in vetro Valfrutta, la produzione frutticola di Galeati è riservata quasi esclusivamente all'industria.

"I vantaggi rispetto al mercato del fresco sono molteplici - spiega -, dalla certezza di collocamento dell'intera produzione al prezzo minimo garantito che consente di programmare le attività e avere contezza del proprio reddito, fino ai costi gestionali inferiori



Flavio Galeati

in tutte le fasi produttive".

Gli fa eco **Michele Folli**, agricoltore di Mordano titolare dell'azienda Agrifolli e socio di Agrintesa, anche lui convinto sostenitore della prima ora degli impianti di frutta programmata.



Michele Folli

Dei suoi 20 ettari a frutta, ben 8 rientrano nei progetti di filiera di Conserve Italia tra percoche, albicocche e pesche da succo. "Credo che per un frutticoltore sia fondamentale diversificare la propria attività investendo sulla trasformazione industriale, che non rappresenta affatto frutta di serie B perché anche in questo caso rispettiamo disciplinari di produzione molto stringenti e produciamo frutta di estrema qualità che fa la differenza quando si consuma un succo o un frutto in vaso".

Dal canto suo, Folli sta valutando con Conserve Italia l'opportunità di "estendere la partecipazione con nuovi impianti, tanto che abbiamo avviato anche alcune varietà sperimentali".

**Fabio Zannoni**, tecnico della CAB Massari di Conselice (azienda socia di Conserve Italia tramite la cooperativa Terremerse, con 11 ettari di frutta programmata su 55 totali) sottolinea i vantaggi dal punto di vista tecnico: "Questa scelta ci ha consentito di mec-



Fabio Zannoni



canizzare molti processi, dalla potatura alla diradamento e ci sono buone prospettive anche per la raccolta meccanizzata su alcune varietà.

In ogni caso la raccolta manuale è molto più semplice e con costi inferiori rispetto al fresco. La certezza di poter collocare ogni anno tutto il prodotto raccolto ad un prezzo definito rappresenta un grande aiuto per ogni agricoltore”.

“Siamo impegnati a rilanciare i progetti di filiera con nuovi impianti programmati da proporre ai nostri soci – conclude **Mattia Onofri**, responsabile frutta di Conserve Italia – e per farlo abbiamo rivisto al rialzo le quotazioni, così da assicurare maggiore sostegno agli agricoltori.

Ad oggi parliamo di circa 200 aziende agricole coinvolte per 750 ettari programmati e presenti in Romagna. Nel caso delle percoche, abbiamo anche avviato la tracciabilità delle produ-



zioni con il QR Code in etichetta che consente di scoprire e raccontare l'agricoltore che ha coltivato quelle pesche nel vaso.

Questa – conclude Onofri - è la nostra filiera, il cuore produttivo di Conserve Italia che vogliamo sempre più valorizzare”.

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

CRESCE L'ATTENZIONE DELLA GDO PER IL PRODOTTO MADE IN ITALY

# Gruppo Alegra, tutto pronto per la campagna dei cachi

Alessandro Pantani

Loti di Romagna e Rojo Brillante si preparano a sbarcare sul mercato nazionale e all'estero: volumi ridotti dagli effetti del maltempo ma aumenta l'interesse del consumatore per un prodotto che vede il Gruppo Alegra come leader in Italia.

**S**tagione dei kaki ai blocchi di partenza: al momento di andare in stampa con questo numero di Ortofrutta Notizie le aziende del Gruppo Alegra (Alegra, Brio e Valfrutta Fresco, business unit di Apo Conerpo) stanno ufficialmente avviando i confronti con la Gdo italiana ed estera per valorizzare al meglio un prodotto unico, ricco di storia e che richiede elevate competenze sul fronte della gestione. Ma che i consumatori dimostrano di apprezzare sempre di più.

“La stagione estiva, segnata da forti grandinate, e le gelate primaverili incideranno sicuramente sui volumi disponibili ma ci aspettiamo prezzi in linea con la scorsa annata - spiega Enrico Bucchi, responsabile commerciale Italia di Alegra -: negli ultimi anni i cachi sono tornati a destare interesse crescente nel consumatore che lo apprezza come sintesi ideale di tradizione e territorio e



come espressione di una cultura gastronomica unica”. La gestione di questi frutti, sia che si tratti di varietà a polpa soda che a polpa morbida, richiede “una grande specializzazione, attrezzature specifiche, personale competente e un alto livello di professionalità in tutte le fasi, dalla maturazione al confezionamento, alla logistica. Un elevato controllo di processo che possiamo garantire ai nostri clienti grazie all’esperienza che Agrintesa, nostra cooperativa di riferimento mette in campo dalla coltivazione, alla gestione nello stabilimento di Faenza, allo scaffale e che, nel tempo, è diventata il punto di riferimento a livello nazionale per i cachi”. Le aziende del Gruppo gestiscono le due varietà garantendo la piena segmentazione del prodotto: “I calibri più nobili vengono commercializzati con il marchio Valfrutta Fresco, nella tradizionale confezione da due frutti - spiega Bucchi -, Brio gestisce la gamma biologica mentre Alegra presidia principalmente il segmento della private label

per importanti marchi della Grande Distribuzione, confermandosi partner di riferimento per questo prodotto”.

## UNO SGUARDO ALL'ESTERO

“Per quanto riguarda i Loti di Romagna, a polpa morbida, negli ultimi anni abbiamo sviluppato e consolidato collaborazioni significative in Svizzera e sul mercato francese che riconoscono l’elevata qualità dei frutti, la nostra competenza sul fronte della gestione del prodotto e una disponibilità di volumi adeguati a garantire la fornitura lungo tutta la finestra commerciale. Per quanto riguarda la varietà Rojo Brillante a polpa soda, invece, approcciamo il mercato con prudenza, data la contrazione dei volumi dei nostri produttori che ci aspettiamo e che saremo in grado di quantificare con precisione fra qualche settimana, ma anche con ottimismo, vista la disponibilità di prodotto spagnolo che pare essere ridotta rispetto al potenziale dei coltivatori iberici. Sul fronte dei calibri, quelli medio-piccoli sono tradizionalmente destinati ai Paesi del Nord Europa e alla Germania, i cui consumatori preferiscono le pezzature ridotte, mentre per i frutti più grandi il mercato d’elezione è quello nazionale. Su questo fronte, la competizione con il prodotto spagnolo, che è caratterizzato da pezzature di dimensioni generose, è forte ma registriamo un crescente interesse da parte della Gdo Italiana verso il prodotto Made in Italy al punto che, in tempi recenti, abbiamo cominciato a gestire linee di private label di cachi a polpa soda italiani, uno scenario impensabile anche solo qualche anno fa e che ci fa essere ottimisti per lo sviluppo futuro di questa referenza”.



BUONI RISULTATI PER DRUPACEE E UVA. NUOVE OPPORTUNITÀ PER L'EXPORT

# Naturitalia, bilancio positivo per la campagna estiva

Augusto Renella  
Marketing R&D Manager Naturitalia

Per la business unit di Apo Conerpo tengono le vendite sul mercato nazionale e le esportazioni, nonostante i problemi in produzione determinati dagli eventi atmosferici. Innovazione varietale e nuovi mercati tra gli obiettivi dei prossimi anni.

**N**aturitalia, cooperativa specializzata nella produzione e distribuzione di frutta e verdura fresca in Italia e all'estero, ha registrato buoni risultati commerciali nel periodo estivo per le principali specie ortofrutticole offerte al mercato anche se alcune filiere, come quella delle susine, hanno risentito di una minore produzione a causa dell'andamento meteorologico e degli eventi climatici estremi della scorsa primavera.

In particolare, le pesche, le nettarine e le albicocche hanno registrato un andamento regolare delle vendite sul mercato nazionale, mentre le esportazioni, nonostante la concorrenza da parte della Spagna, sono state indirizzate verso i principali mercati europei come Germania, Est Europa e Paesi

Scandinavi. L'uva, poi, ha registrato un buon andamento delle vendite sui mercati esteri: in particolare, le varietà senza semi confermano il trend in crescita a livello di domanda, mentre le varietà con seme sono state esportate da Naturitalia principalmente nei mercati del Centro e dell'Est Europa.

## UNA STRATEGIA VINCENTE

Questi risultati sono stati raggiunti grazie alla qualità dei prodotti Naturitalia, che vengono coltivati secondo i migliori standard di sicurezza alimentare, sostenibilità e tracciabilità. La filiera Naturitalia, inoltre, investe costantemente in nuove tecnologie per migliorare la conservazione e il trasporto dei prodotti, in modo da garantire ai consumatori ortofrutta fresca e di qualità. Una strategia, quella dell'investimento nello sviluppo di nuove varietà, che il sistema Naturitalia, intende confermare, con l'obiettivo di mantenere la propria leadership nel mercato dell'ortofrutta fresca, offrendo ai consumatori prodotti sempre più innovativi e di alta qualità.

In questo contesto, va sottolineato come il sistema delle cooperative associate a Naturitalia sia attivo nella produzione di nuove varietà di frutta e verdura. Inoltre, Naturitalia si rivolge costantemente ai principali centri di ricerca per individuare nuove varietà che siano più resistenti alle avversità climatiche e che offrano una migliore resa produttiva, oltre



ad incontrare al meglio la domanda dei consumatori in termini di qualità e di gusto.

Nella strategia globale dell'azienda, c'è poi particolare attenzione alla programmazione: nei prossimi anni è prevista la produzione nel sistema Naturitalia di nuove varietà di drupacee, come le nettarine piatte Ondine, e un aumento delle superfici investite in nuove varietà club di uva senza semi grazie agli accordi di distribuzione stipulati con alcuni dei breeder leader nel settore, come IFG e Stargrow.

Sul fronte dei nuovi mercati, Naturitalia ha partecipato alla Fiera Asia Fruit Logistics, tenutasi ad Hong Kong nel mese di Settembre, con l'obiettivo di sviluppare ulteriormente la propria presenza nei mercati asiatici come Taiwan, Hong Kong, Vietnam, Cina, Malesia e Singapore.

Naturitalia realizza da diversi anni le esportazioni di mele, kiwi ed altri prodotti nei mercati asiatici, nei prossimi anni le pere italiane faranno il loro debutto nel mercato cinese, i mercati asiatici rappresentano un'importante opportunità di crescita e valorizzazione per le produzioni ortofrutticole di Naturitalia nel futuro.



BENE L'EXPORT, CONSUMATORI SEMPRE PIÙ CONSAPEVOLI

# Biologico, segnali positivi Ecco i trend principali

Raoul Montacuti

Tutti i dati dell'Osservatorio Sana. Segnali positivi dal fuoricasa. Ecco perché i consumatori scelgono il biologico.

**I**l mercato dei prodotti alimentari biologici continua a crescere in Italia e nel mondo. Il ritmo non è certo quello degli anni d'oro e le vendite a valore sono ovviamente condizionate dalle dinamiche inflattive, ma ci sono elementi da prendere in considerazione: la **ripresa dei consumi fuoricasa, l'export positivo, consumatori che acquistano bio sempre più consapevolmente**. Sono le solide basi su cui costruire la strategia del comparto.

Ma andiamo ai numeri dell'Osservatorio Sana presentati all'inizio di settembre in fiera a Bologna da Nomisma. **L'Italia, con oltre 2,3 milioni di ettari e la più alta percentuale di superfici bio sul totale (19% contro una media europea ferma al 12%), è ormai vicina al target del 25% di superfici investite a bio previsto dalla Strategia Farm to Fork per il 2030.** Nel nostro Paese ci sono 92.799 operatori biologici, in crescita del 7,7% sul 2021. **Il ruolo dell'Italia nell'agricoltura *organic* è rilevante, basti pensare che lo Stivale detiene il 3,5% della superficie biologica mondiale e il 12,3% di quella europea.**

## COME VANNO I CONSUMI?

Nel 2022 le vendite alimentari bio nel mercato interno (consumi domestici e consumi fuori casa) hanno superato i 5 miliardi di euro e rappresentano il 4% delle vendite al dettaglio biologiche mondiali (Fonte: Osservatorio Sana 2023 a cura di Nomisma su dati NielsenIQ, Assobio, Ice Agenzia Ita.Bio - anno

terminante luglio 2023). A trainare la crescita del mercato anche per quest'anno sono i **consumi fuori casa che sfiorano 1,3 miliardi di euro**, segnando una crescita del +18% rispetto al 2022 legata al balzo in avanti dei prezzi e all'aumentare delle occasioni di consumo. Fondamentale, però, è la **ripresa dei consumi domestici** che, dopo la leggera flessione dello scorso anno (-0,8% a valore rispetto al 2021), registrano una variazione del +7%. Anche in questo caso la crescita è da collegare soprattutto alla spinta inflazionistica, confermata dal calo dei volumi in Grande Distribuzione (-3% le confezioni di prodotti bio vendute rispetto allo stesso periodo del 2022). **L'export del bio Made in Italy vale 3,64 miliardi e nell'ultimo anno è cresciuto dell'8%, ma questo valore nell'ultimo decennio è aumentato del 203%: questo testimonia come le imprese tricolori**

abbiano saputo conquistare nuove fette di mercato all'estero.

La distribuzione moderna resta il primo canale per gli acquisti bio degli italiani, pesando per il 58% del totale delle vendite legate ai consumi domestici. Nel 2023 le vendite bio in distribuzione moderna si attestano a 2,4 miliardi di euro, per un aumento dell'8% sul 2022 (Fonte: NielsenIQ - anno terminante luglio 2023, perimetro onmichannel): di queste vendite i freschissimi, tra cui rientra l'ortofrutta, valgono 321 milioni di euro. Gli specializzati, invece, registrano un giro d'affari di 957 milioni per un incremento del 4,5%.

Scendendo nel dettaglio dei canali della distribuzione moderna, iper e supermercati sono quelli che veicolano la maggior parte delle vendite bio (1,5 miliardi, +4%), si nota una crescita importante dei discount (+12% a valore





per 319 milioni di euro); mentre i liberi servizi hanno vendite per 163 milioni (+2%). L'e-commerce è l'unico canale in rosso: nell'anno terminante a luglio 2023 ha segnato vendite per 64 milioni con una contrazione del 4%.

## COSA PENSANO I CONSUMATORI?

Nomisma ha poi approfondito il feeling dei consumatori verso i prodotti bio, rimasto costante rispetto allo scorso anno: l'89% della popolazione 18-65 anni ha acquistato consapevolmente almeno un prodotto alimentare bio nell'ultimo anno. Chi acquista bio sceglie principalmente in base all'origine: il 29% seleziona prodotti bio 100% italiani, un ulteriore 17% quelli di origine locale/km 0 e l'11% cerca l'ulteriore presenza del marchio Dop/Igp. I motivi della scelta? Il 27% ritiene i prodotti bio più sicuri per la salute, il 23% più rispettosi dell'ambiente e poi perché sono più rispettosi del benessere animale (10%), sono garanzia di qualità (10%) e per supportare i piccoli agricoltori (10%). Anche la marca gioca da sempre un ruolo fondamentale nella scelta dei prodotti bio da mettere nel carrello: l'8% preferisce la marca industriale e il 7% la marca del distributore. Il report presentato a Sana si concentra poi sul perché il consumatore acquista bio. Il primo driver di acquisto è la sicu-



rezza: il 27% del campione, infatti, ritiene il bio più sicuro per la salute rispetto a un prodotto convenzionale; a seguire per il 23% c'è il rispetto dell'ambiente, per il 10% il rispetto del benessere animale e per un altro 10% il sostegno ai piccoli produttori. Troviamo quindi un consumatore attento, ma anche preoccupato, nei confronti dell'emergenza ambientale e dei cambiamenti climatici; che guarda alla provenienza dei prodotti e al packaging utilizzato, tenendo in considerazione le certificazioni. A tal proposito, però, la ricerca mette in

evidenza come il 40% dei responsabili acquisto sia confuso dalla presenza di molto green claim presenti in etichetta. Se si analizza il livello di soddisfazione per l'offerta di prodotti bio, emergono aree di miglioramento soprattutto per la fascia gourmet e premium, quindi prodotti di alta qualità e con prezzi più alti; quella dei prodotti ready to eat e si evidenzia una generale insoddisfazione verso la presenza di offerte e promozioni. Ma anche nei fuori casa i consumatori lamentano criticità: per esempio oltre metà delle famiglie vorrebbero trovare più ricette bio nelle mense ospedaliere, in quelle aziendali e scolastiche, ma anche nei bar (47%) e nei ristoranti (33%). Questo suggerisce l'importanza di promuovere efficaci azioni d'informazione verso i consumatori per rafforzare conoscenze e consapevolezza sui valori del biologico e sulle garanzie sottostanti la certificazioni; infatti ben 9 consumatori su 10 non hanno sufficienti informazioni o vorrebbero saperne di più riguardo le innovazioni e le tecnologie impiegate, sui controlli a cui devono sottostare i prodotti biologici e sul contributo che il bio dà alla sostenibilità. Le scelte di consumo e le richieste dei consumatori indicano quindi una marcata attenzione verso la sostenibilità dei prodotti agroalimentari e il riconosciuto valore aggiunto dell'italianità e anche dei localismi. Fattori che possono giocare a favore dell'ortofrutta bio.



IN ITALIA CRESCE IL GIALLO: +12% SUL 2022

# IKO, ecco le previsioni di produzione del kiwi

Monica Guizzardi  
Responsabile ufficio tecnico Apo Conerpo

Meno prodotto in Europa, calo consistente in Nuova Zelanda e Cile, su Portogallo e California: a Curicò l'IKO ha tracciato un quadro della stagione in arrivo.

Si è tenuto a Curicò, Cile, tra il 12 ed il 14 Settembre 2023, la 42<sup>a</sup> Conferenza dell'International Kiwifruit Organization (IKO), un importante momento di confronto tra i maggiori Paesi produttori al mondo di kiwi per fare il punto sulle produzioni previste in Europa e negli USA e fornire un dato consultivo per quanto riguarda il raccolto nei Paesi dell'Emisfero Sud (Nuova Zelanda e Cile); per l'Italia erano presenti CSO Italy ed una rappresentanza della base sociale. Oltre ai dati puramente numerici, dalle relazioni delle diverse delegazioni è emerso come i problemi legati ai cambiamenti climatici, all'incremento dei costi delle materie prime e dell'energia accomunino tutti i produttori, di tutto il mondo. E queste occasioni di incontro sono preziose per confrontarsi, condividere le esperienze e cercare insieme soluzioni.



## LA SITUAZIONE NEI DIVERSI PAESI

In Europa, secondo i dati presentati, si stima una produzione totale di kiwi (*A. deliciosa* ed *A. chinensis*, ossia kiwi sia a polpa verde che a polpa gialla) pari a circa 755.000 tonnellate, in riduzione rispetto al 2022 del 4%. In Italia la produzione stimata è in riduzione del 7% rispetto al 2022: la produzione attesa, pari a 311.000 tonnellate, sconta un'ulteriore riduzione delle quantità di kiwi verde, pari al 15% in meno rispetto al 2022, ancora una volta in calo a causa delle avversità atmosferiche, della minor produttività degli impianti colpiti da moria e dalla contrazione delle superfici investite. Di segno opposto il trend del kiwi a polpa gialla, che quest'anno potrebbe superare le 103 mila tonnellate segnando un +12% sul 2022, grazie anche ai nuovi impianti che stanno entrando in produzione.

Per quanto riguarda gli altri Paesi europei segnaliamo una flessione nelle quantità attese in Grecia: 311.000 ton, 3% in meno rispetto al volume produttivo ottenuto nella passata stagione. La Grecia, dopo il 2022 di forte produzione e calibro ridotto, prevede per il 2023 con prodotto di pezzatura migliore; per il prossimo quinquennio viene segnalato un incremento degli investimenti a kiwi, anche a polpa gialla. Segno negativo anche per le previsioni produttive della Spagna che, con poco più di 28.000 tonnellate di prodotto, registra un -4% rispetto al 2022. La superficie investita a kiwi aumenta leggermente, grazie

agli impianti a kiwi giallo a Valencia ed in Catalogna.

La Francia prevede una produzione in linea con l'anno passato (46.000 tonnellate, +2% sul 2022) con superfici tendenzialmente stabili. Aumento produttivo previsto in Portogallo, con oltre 58.000 tonnellate, pari a un +10% rispetto al 2022 grazie al tendenziale aumento dei calibri; aumentano leggermente anche le superfici investite, soprattutto cultivar a polpa verde. Aumenta anche la produzione in California, 31.000 tonnellate, +27% rispetto al deficitario 2023, ma comunque in linea con gli anni precedenti. In ascesa gli investimenti a kiwi rosso, seguito dal giallo e dal verde.

Il calo produttivo previsto in Europa ha riguardato anche i Paesi dell'Emisfero Sud: a causa di eventi climatici avversi la disponibilità di prodotto in Nuova Zelanda ed in Cile è risultata, nel 2023, più contenuta.

La raccolta in Nuova Zelanda si è concretizzata in circa 492 mila tonnellate (-21% rispetto al 2022): le condizioni climatiche sfavorevoli ed il ciclone Gabrielle hanno pesantemente condizionato il risultato produttivo, con un calo significativo del prodotto verde (152.000 tonnellate, -35% rispetto al 2022) mentre il giallo flette meno (339.000 tonnellate, -12% sul 2022). Il rosso passa da meno di 500 a 1.200 tonnellate.

Per quanto riguarda il Cile, quest'anno ha registrato un calo produttivo pari all'11% rispetto al 2022, con un volume di poco meno di 125 mila tonnellate raccolte. Entrambi i Paesi hanno destinato un quantitativo minore di kiwi in Europa, con vendite che dovrebbero terminare anticipatamente rispetto alla scorsa stagione.



## 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

## Soluzioni per coltivare i tuoi progetti.

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)

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

**BPER Banca.** Dove tutto può iniziare.