apo conerpo

DAL 1967 ORTOFRUTTA PER TRADIZIONE

# ORTOFRUTTA NOTIZIE

*Numero 9/2024*
*Dicembre*

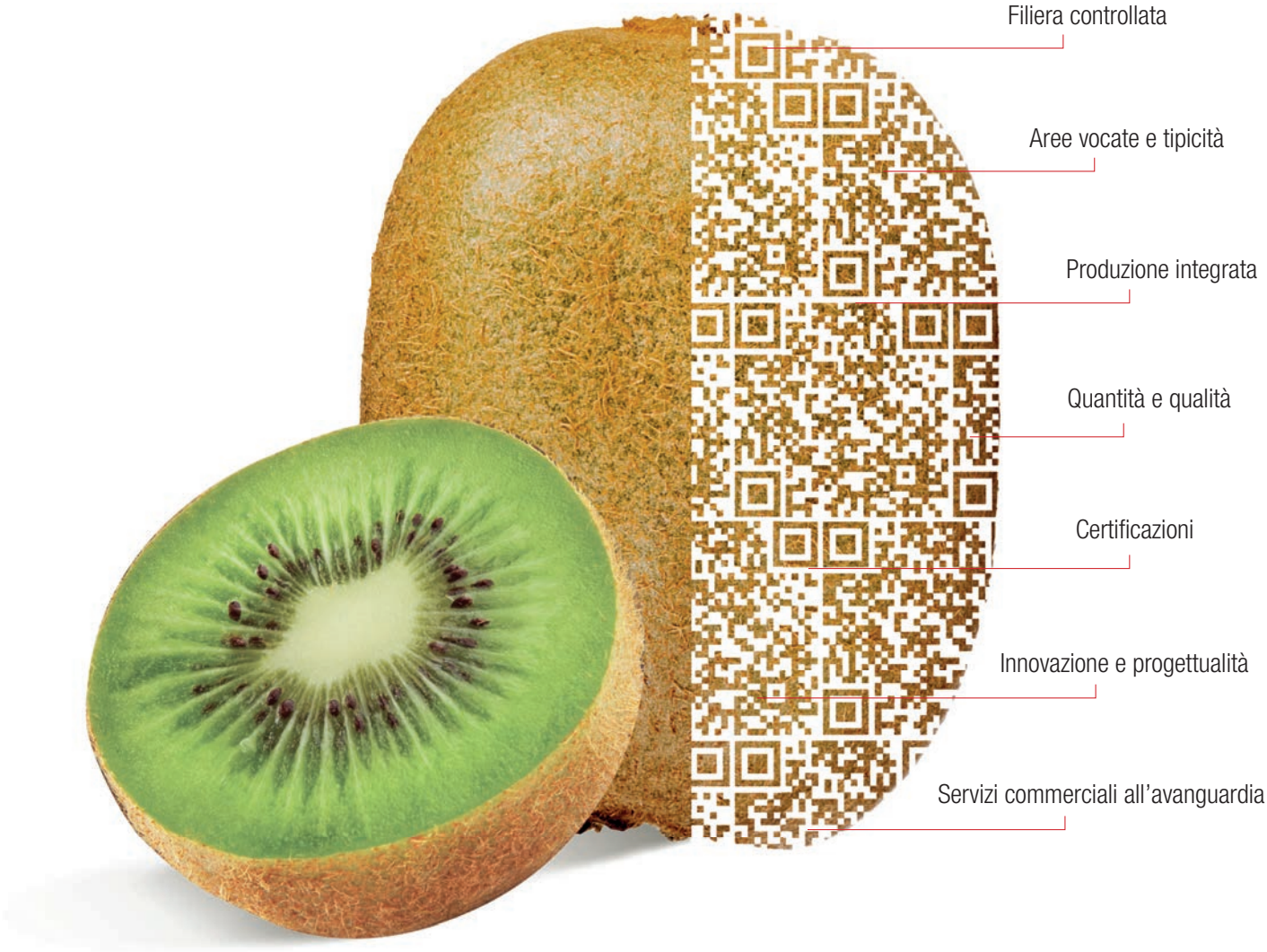
**EMILIA-ROMAGNA, UN "CANTIERE" PER IL FUTURO DELL'ORTOFRUTTA**

**AREFLH ANNUAL FORUM: F.IN.A.F. FRA I PROTAGONISTI**

**SPECIALE FRUTTA&VERDURA APO CONERPO FRA "I MAGNIFICI"**

alegra
THE ITALIAN FRUIT COMPANY

# 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**

apo conerpo

apo conerpo
DAL 1967 ORTOFRUTTA PER TRADIZIONE

ORTOFRUTTA NOTIZIE

N° 9 - Dicembre 2024

## Sommario

4 Emilia-Romagna, un “cantiere” per il futuro dell’ortofrutta
**Davide Vernocchi**

6 Areflh Annual Forum: F.In.A.F. fra i protagonisti
**Alessandro Pantani**

8 Da Interpoma un monito all’UE: “Azioni coerenti alle parole”
**Jacopo Serafini**

9 Ortolani Cofri, via al percorso di fusione con Agrintesa
**Giovanni Bucchi**

10 Speciale Frutta&Verdura Apo Conerpo fra “I Magnifici“
**Jacopo Serafini**

11 Biologico, anno positivo l’export traina la crescita
**Alessandro Pantani**

12 Naturitalia, sguardo all’estero per l’ortofrutta invernale
**Augusto Renella**

13 Jolly Colombani festeggia 100 anni fra tradizione e innovazione
**Giovanni Bucchi**

14 Opera, al via la seconda fase della campagna commerciale
**Raoul Montacuti**

Apo Conerpo augura a tutti i lettori Buone Feste

Il 2025 segna il trentennale dalla nascita di Apo Conerpo

# Pronti alle sfide del prossimo anno

**Davide Vernocchi**
***Presidente Apo Conerpo***

Quello che avete fra le mani è l’ultimo numero di Ortofrutta Notizie del 2024. Non amo indugiare in bilanci o retrospettive: il nostro settore deve, per natura e vocazione, guardare avanti e l’inverno è il momento in cui si lavora e ci si prepara in vista delle prossime campagne primaverili ed estive, con un occhio al cielo per vedere come si comporterà il clima (e se regalerà ai produttori quelle tanto necessarie giornate di freddo nel momento giusto dell’anno che negli ultimi anni sono mancate, con effetti importanti su di alcune specie). Prima di lasciarvi il mio augurio con quello di tutta la squadra di Apo Conerpo per delle serene festività, però, resta lo spazio per alcune riflessioni, perché gli ultimi dodici mesi sono stati particolarmente sfidanti per il mondo ortofrutticolo. Il cambiamento climatico e i suoi effetti hanno lasciato ferite profonde in diversi areali, dall’Emilia-Romagna a diverse aree del Sud del Paese e l’estate è stata segnata da temperature estreme, grande siccità in alcune zone e piogge intensissime in altre: eventi che hanno inciso in modo tutt’altro che trascurabile su intere filiere, da quella del pomodoro da industria a quella del kiwi, dai cachi alle patate. E se è vero che i volumi produttivi dei pericoltori sono tornate a quote più vicine alla normalità, è altrettanto indiscutibile che la filiera del pero ha visto ridursi negli anni gli ettari in modo consistente e la recrudescenza di alternaria e maculatura bruna non hanno permesso di gioire appieno dei riconquistati volumi. Di fronte a queste crisi produttive il mercato ha sempre risposto in maniera positiva fin qui, riconoscendo al prodotto quello che potremmo definire il "giusto prezzo": non vorremmo però che, in futuro, la politica avesse la tentazione di "preoccuparsi" solo del consumatore, giustificando così l'apertura di nuovi spazi alle importazioni per calmierare i prezzi sui mercati al consumo.
Insomma, il 2024 si chiude nel segno di tante sfide per il nostro settore: ho provato a elencarle, insieme ai fronti su cui il lavoro di questi anni ha portato frutti importanti, in alcuni punti che possiamo considerare una sorta di “to do list”. La sottopongo, idealmente, al riconfermato Assessore all’Agricoltura della Regione Emilia-Romagna Alessio Mammi al quale lancio un invito: l’anno prossimo Apo Conerpo celebrerà i 30 anni dalla propria nascita e vorremmo festeggiare questo traguardo nel modo in cui l’ortofrutta affronta ogni sfida e ogni traguardo. Lavorando, costruendo il futuro, piantando semi che vedremo germogliare e che vogliamo lasciare a chi ci sarà dopo di noi. Lo aspettiamo, metaforicamente, sul prossimo numero di Ortofrutta Notizie e lo invitiamo a un confronto sul palco dell’evento che stiamo organizzando: c’è molto ancora da fare ma noi siamo pronti a farlo insieme.
Buone feste da tutta la squadra di Apo Conerpo.

apo conerpo
ORTOFRUTTA NOTIZIE

**Direttore Responsabile:** Alessandro Pantani
**Redazione:** Giovanni Bucchi, Chiara Garagnani, Daniele M. Ghezzi, Monica Guizzardi, Lisa Martini, Maicol Mercuriali, Alessandro Pantani, Davide Vernocchi
**Grafica, impaginazione e coordinamento editoriale:** Orma Comunicazione soc. coop. • mail: info@ormacomunicazione.it
**Segreteria di Redazione:** Orma Comunicazione soc. coop. • mail: info@ormacomunicazione.it
**Immagini:** Archivio fotografico Apo Conerpo, Archivio fotografico Orma Comunicazione, Pixabay, Archivio fotografico Opera la Pera, Archivio Condifesa

**Direttore Responsabile:** Alessandro Pantani
**Editore:** New Business Media srl
Via Eritrea, 21 - 20157 Milano - Tel. +39 02 92984 1
ROC n. 24344 dell’11 marzo 2014

Registrazione al Tribunale di Milano n.51 del 27/04/2023

**Per informazioni e pubblicità**
Apo Conerpo ScA
Via Bruno Tosarelli, 155 - 40055 Villanova di Castenaso (Bologna)
Tel: +39 051 781837
Fax: +39 051 782680
Email: info@apoconerpo.com

**Stampa:**
Faenza Printing S.p.A.
Via Vittime civili di guerra, 35
48018, Faenza (RA)

**Responsabilità:** la riproduzione delle illustrazioni e articoli pubblicati dalla rivista, nonché la loro traduzione è riservata e non può avvenire senza espressa autorizzazione della Casa Editrice.
I manoscritti e le illustrazioni inviati alla redazione non saranno restituiti, anche se non pubblicati e la Casa Editrice non si assume responsabilità per il caso che si tratti di esemplari unici. La Casa Editrice non si assume responsabilità per i casi di eventuali errori contenuti negli articoli pubblicati o di errori in cui fosse incorsa nella loro riproduzione sulla rivista.

LA SITUAZIONE DEL SETTORE IN REGIONE, FRA SFIDE E SINERGIE

# Emilia-Romagna, un "cantiere" per il futuro dell'ortofrutta

**Davide Vernocchi**

Dal cambiamento climatico all'andamento del mercato, dalla difesa delle produzioni alla ricerca: ecco i fronti aperti su cui si è cominciato – e si dovrà continuare – a lavorare insieme alla nuova Giunta regionale e all'assessore Mammi.

Lo scorso 11 dicembre, il nuovo Presidente della Regione, Michele de Pascale, ha ufficializzato la nuova squadra che guiderà l'Emilia-Romagna per il prossimo mandato. **A sedere sulla sedia dell'Assessorato all'Agricoltura sarà nuovamente Alessio Mammi**, protagonista di un'ottima performance elettorale in termini di preferenze conquistate. Sui nostri canali ufficiali abbiamo già espresso soddisfazione per una conferma che ci convince: negli ultimi anni, come Apo Conerpo, abbiamo lavorato ampiamente insieme alla Regione, affrontando insieme a Mammi tanti nodi cruciali per il futuro dell'ortofrutta. Ci piace pensare al nostro territorio come a un "cantiere" dove, nel segno delle sinergie, molto si è fatto in termini, come vedremo, di difesa, di valorizzazione, di promozione. Molto resta, comunque, da fare: il cambiamento climatico e gli scenari del mercato globale ci pongono di fronte a sfide inedite ogni giorno. Dal modo in cui le affronteremo dipende il futuro di migliaia di imprese agricole e famiglie, ma non solo: a guardarci è anche il consumatore, che ha aspettative e desideri e deve fare i conti con un potere d'acquisto che è andato assottigliandosi. Come detto, insomma, c'è molto da fare e speriamo – come è stato fin qui, nel segno di una fattiva collaborazione – di poterlo fare

*L'Assessore Alessio Mammi*

anche insieme all'assessore Mammi e ai tecnici ed operatori di via Aldo Moro.

## CINQUE PARTITE APERTE

In questi anni, il tema della **difesa attiva delle produzioni** è stato, purtroppo, di stringente attualità: il cambiamento climatico ha portato "in dote" al mondo ortofrutticolo, una serie di calamità che hanno messo a dura prova il comparto. Penso alle gelate primaverili, che in più di un'annata hanno creato danni estremamente importanti in diversi areali, ma anche alle grandinate o all'invasione della cimice asiatica che ha rappresentato un vero flagello per tante specie frutticole. Su questo fronte, in Regione abbiamo trovato ascolto e attenzione: negli ultimi anni sono stati diversi i bandi che hanno messo a disposizione dei produttori risorse importanti per l'installazione di sistemi di difesa attiva – i famosi ventoloni, ma anche gli impianti di irrigazione antibrina -, e coperture anti-insetto. E sempre in termini di difesa contro gli insetti alieni, vale la pena di ricordare anche i lanci della vespa samurai, antagonista naturale della cimice asiatica sulla quale la regione ha investito con decisione. Interventi che hanno dato risultati importanti e che hanno segnato la strada che dovremo continuare a percorrere nel prossimo futuro.

Così come voglio ricordare **il tema dei disciplinari di produzione:** negli ultimi anni il confronto con il Servizio Fitosanitario Regionale si è evoluto in una direzione che mi piace definire molto più "inclusiva" rispetto al passato. Siamo passati da stesure dei disciplinari orientati solamente alla riduzione delle molecole utilizzabili a nuovi documenti dai quali emerge un approccio che mostra di vagliare le diverse opzioni possibili, in un clima di maggiore collaborazione e di evidente "presa di coscienza" delle emergenze che il setto-

*Un'istantanea dell'alluvione del 2023*

re affronta quotidianamente.
In generale, poi, molta strada è stata fatta sul fronte della **ricerca scientifica:** i tempi richiesti per ottenere i risultati di cui l'ortofrutta avrebbe bisogno nell'immediato, purtroppo, non sempre corrispondono ai nostri desideri ma insieme alla Regione si sono aperti diversi filoni di ricerca, sono state messe a disposizioni risorse ingenti (penso in particolare a quanto fatto con il PSR) che hanno permesso di lavorare - in sinergia con importanti università e centri di ricerca pubblici e privati e mettendo a nostra volta "sul piatto" investimenti concreti e rilevanti - sul fronte varietale, della difesa delle produzioni, della lotta agli effetti del cambiamento climatico, solo per citare alcuni dei fronti principali. Questa partita resta, naturalmente, aperta: quotidianamente ci si pongono di fronte nuove criticità ed è imprescindibile continuare a lavorare insieme per individuare, testare e applicare nuove soluzioni che permettano la sopravvivenza del settore.
Ma se la sfida principale, come ripeto di frequente nell'ultimo anno, è diventata quella di riuscire a produrre, nondimeno è fondamentale un lavoro sul fronte della **promozione e della valorizzazione delle eccellenti filiere che la nostra regione può vantare.** Su questo fronte, in via Aldo Moro abbiamo trovato, negli anni, interlocutori attenti e capaci di cogliere necessità e opportunità: penso al lavoro fatto per le diverse IGP dell'Emilia-Romagna, dalla pera alle pesche e nettarine, o alla valorizzazione di eccellenze come le ciliegie. Un tema, quello della promozione, che si lega strettamente con quello dell'incentivazione delle **politiche di aggregazione:** su questo fronte torno a citare la pera e l'impulso che dalla Regione è arrivato affinché esperienze come quella messa in campo con il Consorzio Opera fungessero da esempio per altre forme di aggregazione. Una scelta che ha portato alla nascita di UNAPera proprio per la valorizzazione della Pera IGP dell'Emilia-Romagna.

*Coperture anti-insetto*

## TRE GRANDI SFIDE

Se molto è stato fatto, l'ho affermato in apertura, molto resta però ancora da fare: la nostra regione è terra di agricoltura e di frutticoltura, di tradizione e di competenza, ma nell'immediato ci sono altre tre grandi partite su cui si gioca buona parte del futuro del nostro settore, dando per assodato di procedere sui temi precedenti senza cedere terreno.
Il primo fronte è quello della manodopera: il comparto ortofrutticolo soffre, da anni, di una **cronica mancanza di forza lavoro** da impiegare sia nelle fasi di campo che di magazzino. È una criticità emersa già in fase pre-pandemica che va aggravandosi sempre di più con il passare del tempo.
Credo che si potrebbe valutare insieme alla regione la possibilità di dare vita a meccanismi incentivanti o strumenti di supporto al lavoro stagionale: cito, solo a titolo di esempio, la formula dei voucher, ma le possibilità sono diverse. Saremmo lieti, in questo senso, di sederci al tavolo per studiare insieme quali strade siano percorribili.
C'è poi il tema del **ricambio generazionale:** il settore ortofrutticolo è fatto da migliaia di imprese, spesso "di famiglia" dove, tuttavia, il passaggio fra le generazioni è complesso. Occorre trovare soluzioni per rendere interessante per un giovane continuare a investire "nella terra" e questo significa lavorare insieme per garantire redditività, in primo luogo, ma anche per fare tornare il settore primario protagonista nella percezione del grande pubblico: facciamo un lavoro di cruciale importanza ma dobbiamo combattere quotidianamente con un'opinione pubblica che giudica negativamente – e in modo errato – il nostro impegno.
Infine, il 2023 e il 2024 hanno visto la nostra regione segnata profondamente dagli eventi alluvionali: aldilà di qualunque considerazione in termini di responsabilità, quello che mi preme sottolineare sono due aspetti cruciali. In primis, occorre **una politica nuova di difesa del territorio** che metta al centro la manutenzione ma anche che abbia come priorità la sicurezza di cose, persone, imprese. Dall'altro occorre affiancare tutte quelle realtà che sono state colpite ripetutamente dalla furia delle acque e che oggi hanno subito danni importanti anche dal punto di vista del **valore delle proprietà:** servono interventi urgenti e profondi.
Le sfide sono numerose ma Apo Conerpo è pronto a lavorare insieme alla Regione e all'Assessore Mammi per affrontarle. Adesso però lanciamo la palla verso via Aldo Moro, confidando che a riceverla ci sia qualcuno con lo stesso spirito e voglia di fare che l'ha caratterizzato fin qui. Lo aspettiamo, sul prossimo numero di Ortofrutta Notizie, per un confronto a tutto tondo!

*Effetti dell'utilizzo di un impianto antibrina*

LA AOP HA PARTECIPATO AL PRIMO SUMMIT ORGANIZZATO A BRUXELLES

# Areflh Annual Forum: F.In.A.F. fra i protagonisti

**Alessandro Pantani**

L'Assemblea delle Regioni Orticole Europee ha riunito per la prima volta i propri stakeholder per confrontarsi sulle strategie Comunitarie per il futuro dell'agricoltura

Si è tenuta il 6 novembre scorso a Bruxelles la prima edizione di **Areflh Annual Forum.** Areflh (Assemblea delle Regioni Orticole Europee) che riunisce 30 fra OP e AOP, per la prima volta ha, infatti, scelto di riunire i propri stakeholder per un confronto sul piano avviato nel 2024 dall'UE per il futuro dell'agricoltura.

L'evento, introdotto dalla **Presidente di Areflh, Simona Caselli**, nella prima parte si è concentrato sui **risultati delle strategie di dialogo e sul nuovo programma legislativo riguardo al settore agricolo** e ha visto la partecipazione di alcuni membri della Commissione sull'agricoltura e lo sviluppo rurale del Parlamento Europeo, quali **Herbert Dorfmann, Valérie Hayer e Dario Nardella,** oltre all'intervento di **Richard Ramon,** di DG Agri.
La seconda parte dell'evento è stata dedicata all'OCM e alle azioni per il settore ortofrutticolo: Simona Caselli ha moderato un dialogo tra **Dan Burgar Kuželički** (DG Agri) **Jean-Louis Moulon** (Vice Presidente Areflh) **Manel Simon** (Direttore OP Afrucat- Catalogna), **Luc Vanoirbeek** (Direttore OP VBT- Belgio) e il **direttore della AOP F.In.A.F., Lisa Martini.**

*Lisa Martini (al centro) interviene all'Areflh Annual Forum*

**Al centro degli interventi il tema del cambiamento climatico** che, negli ultimi anni ha ribaltato la prospettiva, non più incentrata sul problema di come collocare il prodotto sul mercato, ma sulla capacità delle aziende agricole di continuare a produrre, in uno scenario che in tutta Europa sta affliggendo tutto il settore agricolo.
Nello specifico l'intervento di F.In.A.F. ha riguardato, da un lato, una prima valutazione della nuova Programmazione, che la nostra AOP, unitamente a gran parte delle AOP della Regione Emilia-Romagna, ha applicato in maniera pioneristica fin dall'entrata in vigore della stessa, dall'altro, ha lanciato una nuova proposta per affrontare i sempre più frequenti eventi catastrofali.

## FRA SFIDE E OPPORTUNITÀ

Il Direttore di F.In.A.F. ha **giudicato la nuova Programmazione** sfidante ma ricca di opportunità, in quanto dotata di vincoli, come l'impegno minimo del 2% del Fondo di Esercizio da destinare alla Ricerca e del 15% da destinare ad azioni ambientali, ma con una premialità nell'aiuto destinata, in particolare ad incentivare le forme di aggregazione (AOP e OP/AOP transnazionali), fino ad arrivare ad un aiuto massimo pari al 5,5% del VPC, oltre che ad un tasso di finanziamento aggiuntivo per alcuni Obiettivi, tra i quali quelli destinati alla ricerca e all'ambiente.
"Nel contesto in cui ci troviamo –

commenta Martini - **l'innovazione e la ricerca diventano** elementi imprescindibili per poter affrontare le **sfide dell'ambiente**, del mercato, le **nuove fitopatie e il cambiamento climatico**. **Il Programma Operativo** è uno strumento che, oltre a fornire un incentivo economico, consente anche alle OP di portare avanti **progetti aggregati nell'ambito della AOP,** così da poter disporre di maggiori risorse per sviluppare progetti ambiziosi. Analogamente, gli investimenti e le spese destinare alla sostenibilità ambientale e il contributo alla mitigazione dei cambiamenti climatici, sono ormai diventati elementi imprescindibili se vogliamo pensare di garantire un futuro alla nostra agricoltura".

Nella valutazione legata ai primi tre anni di applicazione della nuova normativa, complessivamente positiva, sono emerse anche alcune **possibilità di miglioramento.** Il direttore di F.In.A.F., ad esempio, ha denunciato il limite legato al settore del trasformato, cui è destinata solamente l'attuazione di alcuni Obiettivi, lasciando al solo settore del fresco gli investimenti in ambiente e ricerca. Lisa Martini ha poi **ripercorso gli effetti devastanti del cambiamento climatico sull'Emilia-Romagna nell'ultimo anno**: 800 milioni di euro per la filiera con le gelate tardive del 2023, 1,5 miliardi di danni per l'alluvione dello scorso anno, 200 milioni per gli episodi legati alla grandine e danni non ancora quantificati per l'ultimo episodio del 2024.

A tal fine, ritornando all'esperienza della cimice asiatica, che **nel 2019 ha arrecato 600 milioni di euro di danni**, ha ricordato come il Reg. UE 465/2020 della Commissione, ottenuto grazie all'intervento dell'Areflh e della Presidente Caselli, avesse concesso risorse straordinarie per le regioni colpite da questa fitopatia, per la costituzione di un **Fondo di mutualizzazione** che compensasse le perdite di reddito degli agricoltori danneggiati dalla cimice. Fondo che Apo Conerpo ha costituito e che da anni viene utilizzato come strumento di supporto ai produttori colpiti da questa fitopatia.

## UNA NUOVA PROPOSTA

F.In.A.F. e Areflh hanno quindi lanciato la proposta di un **nuovo stranziamento di risorse**, anche in questa programmazione, per istituire un **fondo di mutualizzazione finalizzato esclusivamente per i danni degli eventi climatici.**

"Le risorse aggiuntive sono necessarie - ha ribadito il direttore di F.In.A.F. - , perché consentono di mantenere inalterata la programmazione del PO, senza erodere altri investimenti previsti, inoltre sono **un potente incentivo per cimentarsi in questa importante opportunità. Inserirle nell'ambito del Programma Operativo** diviene strategico perché l'**aggregazione** consente di **mettere a frutto in maniera tempestiva risorse e mutualità**, strumenti indispensabili per garantire la resilienza".


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

L'INTERVENTO DI VERNOCCHI ALL'EVENTO DI CONFCOOPERATIVE FEDAGRIPESCA E ASSOMELA

# Da Interpoma un monito all'UE: "Azioni coerenti alle parole"

**Jacopo Serafini**

Il presidente ha lanciato un messaggio chiaro: "Il cambiamento climatico minaccia intere filiere: l'ortofrutta non ha più tempo".

"**La mela oggi è sicuramente il prodotto più importante dell'ortofrutta italiana.** Ma qualche anno fa a fianco alla mela c'erano anche kiwi, pere e uva da tavola: frutti che stanno vivendo una crisi profonda. E questo non per colpa dei produttori o della cooperazione, ma del **cambiamento climatico:** siamo passati dal dover gestire un eccesso di produzione a uno scenario con volumi così ridotti che non c'è prezzo tanto elevato da poter garantire la redditività delle aziende. Altro che caro-prezzi dell'ortofrutta".

Si è rivolto così al pubblico e agli europarlamentari presenti, il Presidente settore Ortofrutta Confcooperative Fedagripesca e di Apo Conerpo, **Davide Vernocchi,** nel corso del dibattito "Perspective of the new European Approach of the future os EU Agriculture" organizzato da Confcooperative FedAgriPesca e da Assomela a Interpoma. La "Fiera della mela", che vede ogni anno Bolzano diventare la capitale mondiale della mela, è l'unica manifestazione a livello globale dedicata unicamente a questo frutto. Negli anni si è qualificata come piattaforma di riferimento per il confronto sulle pomacee e riunisce, in ogni edizione, esperti provenienti da 70 Paesi nel mondo mettendo a tema idee, prodotti, progetti, tecnologie e soluzioni innovative.

## LE RICHIESTE ALL'EUROPA

L'intervento di Vernocchi è giunto – insieme a quello del presidente di VOG e Vicepresidente di Assomela, **Georg Koessler** - a conclusione della seconda sessione, dopo un confronto con diversi europarlamentari fra cui **Herbert Dorfmann e Céline Imart** (Committee on Agriculture and Rural Development), **Alessandra Moretti** (Committee on Environment, Public Health and Food Safety), e **Benoit Cassart** (Committee on International Trade) oltre a **Elli Tsiforou,** Segretario Generale del Copa-Cogeca e **Damiano Li Vecchi**, Direttore Generale delle politiche internazionali e dell'Unione Europea del Masaf.

"Non abbiamo più tempo – ha incalzato Vernocchi - **la ricerca**, che resta fondamentale, prima di 'atterrare' in modo efficace sui produttori **richiede almeno un decennio.** Ma le filiere produttive non reggeranno tanto a lungo. Per questo **all'Europa chiediamo coerenza fra parole e azioni**: sentiamo dirci quotidianamente che l'ortofrutta e la sovranità alimentare sono al centro delle politiche comunitarie ma poi ogni giorno ci tolgono le armi per combattere fitopatie e parassiti. Un esempio? L'ultima molecola efficace contro la cimice asiatica sarà messa fuorilegge a brevissimo". "Quello che è accaduto a una filiera di eccellenza come quella delle pere a breve potrebbe toccare al **kiwi**. Ma la preoccupazione è alta anche per il **pomodoro** e per le **patate**. E non vorremmo che domani si estendesse anche alle **mele**. Non lo merita il territorio, non lo merita la filiera, non lo merita il mondo agricolo organizzato che da 30 anni è in prima linea proprio per difendere l'ambiente, il nostro primo e principale luogo di lavoro e fonte di sostentamento".

*Da sinistra, Georg Koessler, presidente di VOG - Home of apples e vicepresidente di Assomela, Luc Vanoirbeek, presidente del Gruppo di lavoro Fruit&Vegetables COPA COGECA, Davide Vernocchi, presidente di Apo Conerpo ed Ernesto Seppi, presidente di Consorzio Melinda SCA)*

L'ASSEMBLEA DEI SOCI APPROVA IL BILANCIO 2023-2024

# Ortolani Cofri, via al percorso di fusione con Agrintesa

**Giovanni Bucchi**

La fusione per incorporazione dovrà essere approvata dalle Assemblee Straordinarie dei Soci di entrambe le cooperative che si terranno nella primavera 2025. Il presidente Cristofori: "Così diamo futuro ai nostri soci frutticoltori del territorio".

Il futuro di **Ortolani Cofri** passa dall'**aggregazione**, requisito fondamentale per dare prospettive alla **frutticoltura emiliano-romagnola**. E passa dall'aggregazione con una delle realtà di riferimento del settore a livello europeo come **Agrintesa**.

È quanto emerso in occasione dell'**Assemblea dei Soci** di Ortolani Cofri, storica cooperativa agricola di **Imola**. L'Assemblea, tenutasi lo scorso 30 novembre presso la sede aziendale in Via Selice, ha approvato il **bilancio 2023-24** (chiuso al 30 maggio 2024), usufruendo dei 180 giorni di proroga concessi dalle normative. L'esercizio si chiude con un **fatturato di 9,7 milioni di euro**, in linea con quello dell'anno precedente, registrando una **perdita di 429mila euro** dovuta alle **carenze produttive** verificatesi nell'estate 2023 a causa di eventi atmosferici particolarmente avversi.

"Il bilancio 2023-24 è pesantemente condizionato dalle drammatiche difficoltà produttive con le quali si devono confrontare ogni giorno i nostri 150 soci frutticoltori presenti nel territorio imolese e di Latina – dichiara **Gabriele Cristofori, presidente della cooperativa Ortolani Cofri** -. Gelate tardive, alluvioni, grandinate, piogge intense alternate a lunghi periodi siccitosi, nuovi insetti alieni come la cimice asiatica, fitopatie delle piante contro le quali spesso non si hanno sufficienti difese: sono tutti **fattori negativi che negli ultimi quattro anni hanno dimezzato le produzioni** di albicocche, pesche, nettarine, susine, kiwi, pere, marroni e cachi, conferite dai soci alla cooperativa. **Tale situazione mette a repentaglio la sostenibilità economica aziendale** e richiede un cambio di rotta a tutela della base sociale, dei dipendenti e del territorio stesso".

*Il presidente di Ortolani Cofri, Gabriele Cristofori*

All'Assemblea dei Soci hanno preso parte anche il presidente di Agrintesa **Aristide Castellari** e il direttore generale **Cristian Moretti**, oltre al direttore generale di Confcooperative Terre d'Emilia **Matteo Manzoni**. "Insieme a tutti loro – aggiunge il presidente Cristofori – il Consiglio di Amministrazione ha condiviso un **percorso necessario**, l'unico che riteniamo possa dare futuro ai nostri produttori. **Ortolani Cofri oggi è una cooperativa sana** che nei bilanci precedenti non aveva registrato perdite, una cooperativa con oltre **1,7 milioni di euro di patrimonio netto**, un'esposizione finanziaria limitata, una buona liquidità che ha sempre permesso di liquidare i produttori. **Non siamo una cooperativa in crisi**, ma con il dimezzamento della produzione non possiamo avere un futuro che si poggi solo sulle nostre gambe. **La collaborazione con Agrintesa diventa quindi indispensabile proprio per evitare di aprire una situazione di crisi e per salvaguardare la nostra filiera**".

Il percorso di fusione per incorporazione di Ortolani Cofri in Agrintesa dovrà essere approvato dalle Assemblee Straordinarie dei Soci di entrambe le cooperative che si terranno nella primavera 2025. La fusione diventerà successivamente operativa a partire dal 1° giugno 2025.

"**I nostri 7 dipendenti fissi e i 50 lavoratori avventizi** – conclude Cristofori – **avranno tutti la possibilità di essere integrati in Agrintesa** che ha sede a Faenza e ha un importante magazzino di lavorazione a Castel Bolognese. Sul fronte occupazionale, sono comunque avviate interlocuzioni con le Organizzazioni sindacali. I produttori, una volta formalizzata la fusione, diventeranno a loro volta soci di Agrintesa. Come abbiamo già spiegato alla base sociale nel corso degli incontri tenutisi nei mesi scorsi, quello delineato è **il percorso per garantire il migliore futuro a tutti noi**".

LA OP PREMIATA DURANTE IL VENTICINQUENNALE DELL'EVENTO

# Speciale Frutta&Verdura Apo Conerpo fra "I magnifici"

**Jacopo Serafini**

Il vicepresidente Aldrovandi ha ritirato il premio, ripercorrendo le tappe salienti degli ultimi 25 anni e l'impegno di Apo Conerpo per la frutticoltura

Una cornice di eccellenza, alla presenza dei rappresentanti di tutto il mondo dell'ortofrutta, dalla produzione alla Grande Distribuzione: la **25° edizione dello Speciale Frutta&Verdura,** che si è tenuta il 27 Novembre al Centro Congressi Grand Tour Italia di Bologna è stata l'occasione per accendere i riflettori sui protagonisti, le sfide, le criticità e le opportunità del settore, a partire da quelle offerte dall'intelligenza artificiale, sulla quale Roberto della Casa, Agroter Founder, ha acceso i riflettori nel corso dell'evento.
Lo speciale, però, è stato anche un momento di celebrazione, in particolare per ringraziare i partner che hanno accompagnato la kermesse nel corso degli anni, fin dalle origini: **"I Magnifici".** Fra questi non poteva mancare **Apo Conerpo che già 25 anni fa aveva partecipato alla prima edizione dello speciale.** A ritirare il riconoscimento, per la OP, è stato il **Vicepresidente Adriano Aldrovandi.** Aldrovandi ha ripercorso tappe e sfide della OP: "In questi 25 anni Apo Conerpo ha combattuto una grande battaglia per l'ortofrutta nel suo complesso e ha messo energie, risorse e impegno nella difesa di un'eccellenza come le **pericoltura**. Lo ha fatto investendo sulla ricerca, non ultimi i progetti presentati quest'anno, per tutelare il lavoro dei nostri soci dagli effetti del cambiamento climatico con nuove varietà e nuovi strumenti di difesa. Lo ha fatto con la professionalità del nostro ufficio tecnico, costantemente impegnato ad aggiornarsi ed aggiornarci per affrontare al meglio le sfide agronomiche che sempre di più questo frutto e chi lo coltiva si trova ad affrontare.
Lo ha fatto anche **puntando con decisione e convinzione sull'aggregazione, perché l'ortofrutta insegna che l'unione fa davvero la forza,** soprattutto sul mercato: è così che è nata, nel 2015, **Opera**, prima esperienza di aggregazione per la pera e primo vero brand per questo frutto. Ma soprattutto unica Organizzazione di Frutticoltori italiani specializzata esclusivamente nella coltivazione delle pere che sono orgoglioso di guidare come presidente. Un primo 'frutto' dal quale sono germogliate, nel tempo, altre esperienze importanti come **UNAPera,** con un obiettivo chiaro: tutelare e valorizzare al massimo quella pera di cui ero "innamorato" 25 anni fa e di cui sono innamorato ancora oggi".

*Adriano Aldrovandi ritira il premio riservato ai "Magnifici"*

## Raffaele Drei alla guida di Fedagripesca Confcooperative

È **Raffaele Drei** il **nuovo presidente di Fedagripesca Confcooperative.** Il Consiglio Nazionale della federazione, ha provveduto come da statuto ad eleggere il nuovo Presidente dopo le dimissioni di Carlo Piccinini presentate lo scorso 30 ottobre, a cui è seguito un periodo di reggenza guidato dal Vicepresidente Davide Vernocchi.
Cinquantanove anni, faentino e titolare di un'azienda frutticola e viticola, Drei **è stato presidente della cooperativa Agrintesa di Faenza** ed è **attualmente presidente di Valfrutta Fresco**, società commerciale di Apo Conerpo, **Vicepresidente del Gruppo cooperativo Conserve** Italia e **membro del CDA di Apo Conerpo.** Nel 2022 è stato eletto presidente di Fedagripesca Confcooperative Emilia Romagna.

IL COMMENTO DI MAURO LAGHI, DIRETTORE COMMERCIALE DI BRIO

# Biologico, anno positivo l'export traina la crescita

**Alessandro Pantani**

Il 2024 sotto i riflettori della filiale commerciale specializzata nel biologico. In uno scenario di crescita, spicca l'andamento sui mercati esteri che, a novembre, vale oltre il 50% del fatturato dell'azienda

Volumi produttivi tornati finalmente vicini alla normalità e un mercato che, nonostante le criticità ben note, risponde positivamente: "Se analizziamo i dati da maggio a novembre, Brio registra una crescita sia di fatturato ma, finalmente, anche dei quintali venduti: a novembre siamo **oltre il +10% sia a valore che a volume** – spiega **Mauro Laghi, direttore commerciale di Brio** -. Sul fronte delle specie, la performance migliore è soprattutto quella dei prodotti dove vantiamo un ruolo di primo piano e una grande esperienza e specializzazione: penso a tutta la frutta a nocciolo come albicocche, susine, pesche e nettarine, ma abbiamo visto una buona partenza anche per le mele estive, come le Gala, e volumi interessanti per gli agrumi. Su questo fronte il ruolo dei nostri soci in Calabria ci permette di lavorare ottimamente sulle clementine biologiche a cui si affianca il prodotto dei nostri fornitori storici per arance e limoni".

## BENE L'ESTERO

A performare in modo particolarmente positivo è stata soprattutto l'attività oltre confine: "L'Italia è il nostro mercato di riferimento ma oggi, guardando i primi sette mesi del nostro esercizio (che segue l'annata agricola), vale meno del 50% del nostro volume di affari. E questo perché **la crescita che registriamo sui mercati esteri è costante:** la **Germania** rimane il nostro punto di riferimento, nonostante le ben note difficoltà economiche che segnano il Paese, seguita da **Svizzera, Austria e Danimarca.** Al contempo, stiamo facendo un buon lavoro anche con alcuni Paesi del dell'Est Europa come **Romania, Repubblica Ceca, Polonia, Croazia, Slovenia:** tutti mercati che pian piano stanno crescendo anche sul fronte del dei prodotti biologici. Infine, notiamo una ripresa anche in **Scandinavia**: dopo l'impennata che ha caratterizzato l'area fino al 2020, avevamo notato una certa stagnazione che oggi, finalmente, pare essere un ricordo, sostituito da confortanti segnali di ripresa. Per quanto riguarda la frutta autunno-invernale, poi, restano importanti sia il **Nord e il Sud America** che gli altri **mercati d'Oltremare**, che si confermano destinazioni di rilievo nonostante le criticità geopolitiche globali, a partire dalla difficile situazione nel Mar Rosso.

*Mauro Laghi, direttore commerciale di Brio*

## OCCORRE INVESTIRE

Analizzando la situazione sul mercato nazionale, invece, emergono situazioni non uniformi: "La Gdo italiana ha sfaccettature molto diverse ma, in sostanza, vediamo due scenari contrapposti: da un lato **ci sono catene che sono tornate a credere e investire sul biologico,** interrogandosi sul corretto posizionamento di prezzo, sugli spazi, sulla pressione promozionale; mentre dall'altro ci sono insegne che, a fronte della contrazione dei consumi, hanno razionalizzato gli assortimenti biologici, a volte anche in modo disordinato: è evidente che non hanno particolare interesse a puntare su queste referenze. La nostra percezione, però, è che si tratti di una visione un po' miope: i dati dicono che se si investono le risorse giuste, c'è spazio affinché tutta la filiera ne beneficia. Ma non ci sono "pasti gratis"**: il biologico non vive di vita propria e senza impegno non può esserci redditività".** "Credo che oggi servano dinamiche simili a quelle dell'ortofrutta tradizionale – conclude Laghi - : **programmazione, investimenti, cura e attenzione sono elementi imprescindibili se si vuole crescere.** Ma quando ci sono, i risultati arrivano. E Brio è il partner giusto per fare questo passo in avanti: lo dimostrano i progetti avviati con i retailer italiani ed esteri, lo confermano i risultati ottenuti e i nuovi traguardi che stiamo raggiungendo insieme ai nostri partner".

PREPARATIVI IN CORSO PER FRUIT LOGISTICA 2025

# Naturitalia, sguardo all'estero per l'ortofrutta invernale

**Augusto Renella**
*Marketing R&D Manager Naturitalia*

La filiale commerciale è impegnata nella valorizzazione delle produzioni invernali dei soci: buone performance per kiwi Jingold e agrumi, lenta ripartenza per le pere.

Il sistema Naturitalia offre alcune delle principali produzioni ortofrutticole invernali italiane coltivate dalle aziend e associate negli areali agricoli più vocati del Paese: **prodotti di qualità** che vengono distribuiti, oltre che a livello nazionale, anche nei mercati esteri, come Germania, Paesi Scandinavi, Francia, Polonia e Regno Unito a cui si aggiungono le destinazioni extra-europee. Un paniere ricco e particolarmente completo che offre un assortimento di frutta e verdura di stagione, coltivata a filiera utilizzando tecniche agronomiche sostenibili e sicure per il consumatore: **patate, pomodori, cipolle, mele, pere e kiwi** sono solo alcune delle specie offerte dall'azienda in questo periodo dell'anno.

## UNO SCENARIO SFIDANTE

Naturitalia monitora costantemente l'evoluzione del mercato, sia a livello nazionale che internazionale, per individuare **nuove opportunità di valorizzazione dei prodotti:** una strategia imprescindibile in un contesto in cui la congiuntura economica sfavorevole in Europa, caratterizzata negli ultimi anni da un aumento dell'inflazione e una riduzione del potere d'acquisto delle famiglie, sta pesando sui consumi alimentari, inclusi i prodotti ortofrutticoli freschi.
Non stupisce, quindi il fatto che, **archiviata la stagione estiva con dei buoni risultati commerciali**, il mercato dei prodotti invernali registri **un rallentamento generale nei volumi delle vendite un po' per tutte le specie offerte da Naturitalia.** Fanno **eccezione,** tuttavia alcuni prodotti ortofrutticoli speciali, come il **kiwi a polpa gialla e polpa rossa Jingold** (quest'ultimo, in particolare, registra una buona domanda di mercato con quantitativi in crescita in esportazione verso mercati come la Germania e il Regno Unito). Gli **agrumi**, poi, stanno beneficiando di un ritorno di interesse da parte degli operatori esteri, con le **clementine** che registrano richieste nei mercati internazionali con quotazioni interessanti.
Il comparto delle **pere**, poi, reduce da diverse stagioni con problemi in produzione, sta **faticosamente recuperando quote a scaffale nei mercati esteri,** mentre sul mercato nazionale ii prodotto IGP Pera dell'Emilia Romagna è oggetto di attività di valorizzazione al consumatore per incentivare i consumi e le vendite. Volgendo lo sguardo verso i mercati asiatici, infine, va annotato come l'instabilità geopolitica in Medio Oriente stia creando notevoli incertezze per le esportazioni dei prodotti ortofrutticoli verso questi **mercati asiatici,** con particolari criticità logistiche. In questo contesto Naturitalia rimane attiva nelle vendite di kiwi e mele verso questi mercati e monitora la situazione per non incorrere in problemi legati alla volatilità dei prezzi e alla sicurezza dei prodotti.

## APPUNTAMENTO A BERLINO

Nei prossimi mesi Naturitalia sarà presente in diversi appuntamenti di settore, a partire dall'edizione 2025 di **Fruit Logistica a Berlino:** l'evento, in programma dal 5 al 7 febbraio 2025, sarà l'occasione per presentare le ultime novità, consolidare i rapporti con la clientela e la presenza sui mercati globali. In un contesto di incertezza e di concorrenza sempre più agguerrita, **la qualità dei prodotti diventa un elemento distintivo fondamentale:** Naturitalia, in questo senso, è attiva nella ricerca e sviluppo di proposte innovative da trasferire in produzione per **migliorare il reddito delle aziende agricole e generare valore per i consumatori.** Una strategia vincente, come dimostra l'andamento delle varietà di frutta organizzate in progetti club a cui Naturitalia ha aderito: **Ondine** per le pesche e nettarine piatte e le diverse **varietà di uva** selezionate dai principali breeder del settore.

IL PRESIDENTE GARDINI: "UNA STORIA DI VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO AGRICOLO LOCALE".

# Jolly Colombani festeggia 100 anni fra tradizione e innovazione

**Giovanni Bucchi**

Al Castello Estense di Ferrara l'evento promosso da Conserve Italia, il Gruppo cooperativo proprietario del marchio fondato nel 1924 dal commendatore Giulio Colombani. Il dg Rosetti: "Marca cresciuta molto negli ultimi anni, continuiamo il percorso di sviluppo".

Dall'intuizione di un **imprenditore illuminato**, capace di valorizzare il patrimonio agricolo ferrarese con prodotti alimentari inediti per l'epoca, fino al posizionamento odierno di una marca che unisce i valori della **tradizione**, dell'**innovazione** e del **giusto rapporto qualità-prezzo**. Una marca presente sugli scaffali dei supermercati e in alberghi, ristoranti, mense e catering con succhi di frutta, conserve di pomodoro e conserve vegetali. È la storia di un territorio e di una nazione intera quella celebrata il 4 dicembre nella splendida cornice del Castello Estense di Ferrara per i **100 anni** di **Jolly Colombani**, **marchio di proprietà di Conserve Italia** (nonché registrato nel Registro dei Marchi Storici di Interesse Nazionale al Ministero delle Imprese e del Made in Italy), fondato **a Portomaggiore nel 1924** da un imprenditore visionario e grande benefattore quale è stato il **commendatore Giulio Colombani**.

"*Sentiamo tutta* ***la responsabilità di portare avanti una tradizione così significativa*** *come quella avviata dal commendatore Giulio Colombani, che seppe cogliere le potenzialità agricole del territorio ferrarese introducendo innovazioni tecnologiche capaci di promuovere al meglio le produzioni locali*" ha detto il **presidente di Conserve Italia Maurizio Gardini** nel corso del suo intervento. "***Nel 1994 il nostro Gruppo cooperativo ha acquisito la società Massalombarda Colombani spa a cui apparteneva anche il marchio Jolly Colombani****, entrato sin da subito a fare parte del nostro grande patrimonio di marchi storici che rappresentano l'eccellenza del Made in Italy e promuovono la filiera agricola, in particolare quella ferrarese ed emiliano-romagnola.* ***Continueremo ad investire in innovazione per fare crescere Jolly Colombani****, tutt'oggi nel cuore di tanti italiani e in particolare di tanti sportivi che ricordano le celebri sponsorizzazioni delle squadre di pallacanestro di Forlì e Cantù*".

*Il presidente di Conserve Italia, Maurizio Gardini, all'evento per i 100 anni di Jolly Colombani*

I **prodotti Jolly Colombani**, ancora oggi caratterizzati nei packaging dal **celebre folletto Jolly** che fu lo stesso commendatore Giulio Colombani a ideare e disegnare, sono presenti sia in GDO che nel canale **Foodservice** con gamme dedicate ai **succhi di frutta**, **polpe e passate di pomodoro**, **sughi pronti** anche con ricette innovative come il ragù vegetale, **legumi**, **mais dolce** e piatti pronti come le **zuppe**. In occasione del suo centenario, Jolly Colombani ha presentato una nuova referenza esclusiva in edizione limitata, in un pack "vestito" da **Francesco Poroli, illustratore e art director di fama internazionale**: **l'Amarena**.

"*L'offerta odierna di Jolly Colombani è in linea con la grande capacità innovativa che questa marca ha saputo rappresentare nei decenni passati con celebri invenzioni come la marmellata di frutta mista Uvadòr, la Cotognata e il Minestrone Lampo, novità che hanno modificato le abitudini di consumo di milioni di famiglie italiane*" ha sottolineato il **direttore generale di Conserve Italia, Pier Paolo Rosetti**. "*La politica di innovazione e valorizzazione che abbiamo portato avanti, ha permesso di collocare la marca nel suo posizionamento attuale, attento alla convenienza nei confronti del consumatore senza però rinunciare alla qualità, all'innovazione e alla filiera. Attualmente i prodotti a marchio Jolly Colombani generano un valore annuale nelle vendite pari a circa* ***24 milioni di euro****, concentrate al 95% sul mercato italiano e con una crescita molto forte negli ultimi cinque anni* ***(+112%)****. Il 70% di queste vendite riguarda il canale Foodservice.* ***Siamo intenzionati a proseguire questo percorso di crescita, consapevoli delle potenzialità che Jolly Colombani può continuare ad esprimere***".

IL PUNTO CON IL DIRETTORE MANUEL MANFREDI

# Opera, al via la seconda fase della campagna commerciale

**Raoul Montacuti**

Attesa per una seconda parte della stagione più favorevole, recuperando spazi nei mercati primaverili. All'inizio del 2025 un nuovo concorso per stimolare i consumi

La campagna commerciale delle pere prosegue con decumuli nel complesso regolari, in uno scenario di un mercato che, soprattutto all'estero, sinora non ha accelerato la domanda di questi frutti. Ma **è nella seconda parte della stagione che il Consorzio Opera conta di fare la differenza,** come spiega **Manuel Manfredi**, dal settembre scorso direttore dell'unico consorzio di pericoltori in Italia, una realtà che aggrega circa mille produttori con 3.500 ettari di pereti in Emilia-Romagna e diverse fra le più importanti aziende della filiera italiana della pera.

"Siamo quotidianamente impegnati nel **sostenere il prezzo dei frutti coltivati dai nostri soci** e la concorrenza nella prima parte di campagna è stata accesa – analizza Manfredi -. Le varietà estive si sono scontrate con **un'ampia disponibilità di prodotto d'importazione invenduto,** poi le alte temperature protratte sino a settembre inoltrato non hanno certo agevolato i consumi. Con ottobre è iniziata la **campagna commerciale dell'Abate Fétel,** che ha registrato volumi inferiori alle aspettative perché nelle ultime settimane precedenti la raccolta si sono registrati **fenomeni grandinigeni e attacchi di maculatura bruna.** Il debutto sul mercato italiano della Regina delle pere è stato tutto sommato positivo, mentre all'estero le produzioni nord europee, principalmente di Conference e Xenia, che hanno una produttività ad ettaro decisamente rilevante, stanno occupando quote crescenti in distribuzione. **Siamo però confidenti che l'Abate Opera,** a cui è sempre stata riconosciuta distintività in termini qualitativi, **riuscirà ad uscire fuori alla distanza:** la campagna è ancora lunga e complessivamente abbiamo una produzione non certo abbondante, ma comunque sufficiente per impostare programmi per tutta la stagione commerciale, andando a **recuperare spazi di mercato nei mesi primaverili,** che negli ultimi anni non abbiamo potuto presidiare a causa del drammatico ammanco produttivo. In Italia abbiamo avuto un raccolto di pere 2,5 volte superiore a quello dello scorso anno, mentre gli altri areali di produzione europei hanno quantitativi da inferiori a decisamente inferiori rispetto al 2023. Inoltre - rimarca il direttore di Opera – contiamo sul fatto che i frutti hanno **caratteristiche organolettiche e di conservabilità decisamente migliori rispetto agli anni passati:** questo ci aiuterà nella gestione della campagna commerciale e della difesa del valore delle nostre pere. Tutti questi fattori lasciano **presagire una seconda parte di stagione più favorevole".**

*Il direttore del Consorzio Opera, Manuel Manfredi*

Per valorizzare la produzione, Opera sta lavorando anche a **una nuova iniziativa di marketing in Gdo** rivolta al consumatore: un **concorso** che metterà in palio i dispositivi tecnologici più ambiti del momento, iPhone 16, Apple Watch ed AirPods. È la prima volta che si affiancano all'ortofrutta premi di questo tipo. "Il concorso sarà focalizzato sulle pere Opera confezionate e darà impulso al nostro brand – conclude Manuel Manfredi –. **Puntiamo sull'effetto novità e su una comunicazione dedicata in radio e nei punti vendita.** È un altro passo concreto per valorizzare la produzione dei nostri soci pericoltori".

apo conerpo

DAL 1967 ORTOFRUTTA PER TRADIZIONE

# LEADER EUROPEO DELL'ORTOFRUTTA

**90** stabilimenti

**4.000** addetti

**50** cooperative associate

**730** milioni di euro di fatturato

**190** tecnici al servizio della qualità

**31.000** ettari di superficie coltivata

**23.000.000** di piante a dimora

**1.050.000** tonnellate di prodotti ortofrutticoli

**400.000** tonnellate di $CO_2$ trattenute dai frutteti

*6.000 produttori agricoli*

Le nostre filiali commerciali

alegra THE ITALIAN FRUIT COMPANY

BRIO biorganic

Nativitalia THE FLAVOURS OF NATURE

Opera LA PERA!

Valfrutta COOPERATIVE AGRICOLE La Natura di Prima Mano

APO CONERPO aderisce a FINAF, la prima associazione di OP europea

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
bper.it
BPER Banca. Dove tutto può iniziare.
Messaggio pubblicitario con finalità promozionali.