NUOVE ROTTE PER LA NOSTRA COMUNICAZIONE

FRUIT LOGISTICA, INNOVAZIONE E STRATEGIA PER LA COMPETITIVITÀ

AGRICOOP BIO, IL VALORE COOPERATIVO DI SICILIA

# ORTOFRUTTA NOTIZIE

**NUMERO 1** | GENNAIO-FEBBRAIO 2025

apo conerpo

DAL 1967 ORTOFRUTTA PER TRADIZIONE

# FRUIT LOGISTICA 2025 bilancio positivo

HOOP

# FILIERA ITALIANA SOSTENIBILE, PRODUZIONE DI QUALITÀ INSUPERABILE.

Naturitalia è una grande **cooperativa ortofrutticola italiana**.
Grazie alla **gestione integrata della filiera agricola**, assicuriamo qualità in tutte le fasi dalla produzione alla distribuzione, per **offrire prodotti ortofrutticoli buoni, sani e coltivati nel rispetto dell'ambiente**.

**NATURITALIA, GLI SPECIALISTI DELL'ORTOFRUTTA.**

Naturitalia THE FLAVOURS OF NATURE · Opera LA PERA! · Jingold kiwifruit passion · Ondine The healthy & tasty snack !

Naturitalia
THE FLAVOURS OF NATURE

naturit.it  Naturitalia

L'EDITORIALE

**Davide Vernocchi**
*Presidente Apo Conerpo*

Ma dalle Istituzioni italiane
arrivano segnali più rassicuranti

# *Belle parole, pochi fatti: l'Europa deve decidere di ascoltare*

Le recenti dichiarazioni del commissario europeo all'Agricoltura **Hansen** ci confermano che, almeno nelle parole, il primo settore resta centrale nelle strategie economiche dell'Unione Europea. "L'agricoltura e l'alimentazione sono settori strategici per l'Ue – ha dichiarato -, la sicurezza e la sovranità alimentare non sono negoziabili, l'alimentazione è una parte essenziale della nostra competitività economica". Un'affermazione che suona bene, che riconosce il valore del settore, ma che purtroppo **non trova riscontro nei fatti.**

Se osserviamo le scelte politiche e regolamentari adottate giorno dopo giorno, infatti, vediamo un quadro ben diverso. Prendiamo il tema degli **agrofarmaci:** le scelte della Commissione vanno in direzione opposta rispetto alle esigenze degli agricoltori, limitando strumenti essenziali per la difesa delle colture senza fornire alternative efficaci. Guardiamo alla **gestione dell'irrigazione:** le richieste avanzate dal comparto sono rimaste lettera morta. Sul fronte della **rendicontazione** delle misure ambientali, infine, la nostra voce non è stata nemmeno presa in considerazione.

Un altro tema centrale è quello della **reciprocità nelle regole,** nei trattamenti e negli obblighi, tema quasi di moda: un principio condivisibile, ma che ha senso solo se siamo ancora in grado di produrre e se c'è un'autorità che garantisce il rispetto di questo principio. Se i nostri agricoltori vengono lasciati senza strumenti per difendersi da fitopatie e insetti alieni, se il cambiamento climatico ci mette in ginocchio senza che ci sia un supporto adeguato, allora sarà inevitabile rivolgersi ad altri mercati per reperire frutta e verdura. **Ma sarà altrettanto sicura e sostenibile?** Questo è il vero nodo che l'Europa deve affrontare.

Dobbiamo restare fiduciosi, ma senza farci illusioni. Il settore agricolo non può permettersi di perdere tempo dietro a proclami che non trovano applicazione. In questo scenario difficile, c'è però un fronte che ci permette di guardare al futuro con un minimo di ottimismo: **il dialogo con le istituzioni italiane.** Il nostro Paese sta cercando di fare il possibile per supportare il comparto, pur dovendo gestire una complessa realtà produttiva che richiede soluzioni differenziate. L'Italia è spesso criticata per le deroghe concesse, ma chi formula questi giudizi ignora l'enorme varietà di coltivazioni e le loro specifiche necessità.

Il dialogo con l'Europa è aperto. Ora sta ai nostri interlocutori **decidere se vogliono davvero ascoltare.**

ORTOFRUTTA NOTIZIE
apo conerpo
DAL 1967 ORTOFRUTTA PER TRADIZIONE
N. 1 | gen.-feb. 2025

## SOMMARIO

**4** Fruit Logistica 2025 innovazione e strategia per la competitività
**ALESSANDRO PANTANI**

**8** Apo Conerpo, nuove rotte per la nostra comunicazione
**DANIELE M. GHEZZI**

**12** Agricoop Bio, il valore della cooperazione profuma di limone
**JACOPO SERAFINI**

**14** Gruppo Alegra, a Fruit Logistica debutta il nuovo format comunicativo
**ALESSANDRO PANTANI**

**15** Naturitalia, conferme e novità nella stagione invernale
**AUGUSTO RENELLA**

**16** Conserve Italia, da vent'anni l'impegno per la sostenibilità
**GIOVANNI BUCCHI**

**17** Opera la Pera, rush finale per la campagna commerciale
**RAOUL MONTACUTI**

**18** Nuovi bandi per il settore ortofrutticolo e vitivinicolo

APO CONERPO PROTAGONISTA A BERLINO

# Fruit Logistica, innovazione e strategia per la competitività

Alessandro **Pantani**

**BILANCIO POSITIVO DELLA MANIFESTAZIONE PER APO CONERPO: DAL CONFRONTO CON IL MINISTRO LOLLOBRIGIDA AI TANTI INCONTRI DI BUSINESS PER LE FILIALI COMMERCIALI**

La partecipazione di **Apo Conerpo**, delle sue business unit e **dell'Aop Finaf** a **Fruit Logistica 2025** di Berlino ha rappresentato un'importante vetrina internazionale per il gruppo, confermando il ruolo strategico dell'organizzazione nel settore ortofrutticolo europeo. I tre giorni di fiera sono stati intensi, con il lavoro che si è svolto su un doppio binario: da una parte quello istituzionale – a partire dal confronto con **il Ministro dell'Agricoltura e della Sovranità Alimentare Francesco Lollobrigida**, oltre che incontri con altri partner europei -, dall'altra l'attività commerciale. Senza poi dimenticare lo scouting di innovazioni varietali, tecniche e tecnologiche.

Il presidente di Apo Conerpo, **Davide Vernocchi**, ha evidenziato l'importanza dell'evento: "Berlino è una delle fiere più rilevanti a livello mondiale, con **oltre 2.900 espositori** di cui **460 italiani.** Questa manifestazione è la fiera dei colori, dove ognuno cerca di distinguersi per qualità e innovazione. Abbiamo ribadito, anche alla presenza del Ministro, che **la competitività è la chiave del futuro del settore.** Serve una politica che supporti i produttori e garantisca la sicurezza dell'approvvigionamento alimentare". E proprio al Ministro Lollobrigida, protagonista di un incontro nello stand del Gruppo Alegra con la Governance di Apo Conerpo, di Confcooperative e di Agrintesa, Vernocchi ha sottolineato **l'urgenza di interventi** sui temi caldi dell'ortofrutta: "Ogni volta che la Commissione Europea toglie una molecola ai produttori, sfiliamo un altro pezzo di competitività al comparto. E, ancora più grave, il mondo agricolo non viene ascoltato e soverchiato da voci e studi presentati dalle ONG che non conoscono o ignorano, ad esempio, i danni causati al mondo della produzione dalla cimice asiatica. Si parla tanto di reciprocità e di come il prodotto importato debba rispettare gli stessi requisiti imposti ai nostri produttori ma ad oggi siamo di fronte a belle parole che non ci sembra che trovino sempre corrispondenza nei fatti. Se non tuteliamo le filiere presto ci troveremo ad averle perse e **saremo costretti ad approvvigionarci dall'estero.** Un rischio che non possiamo correre".

Ad accendere i riflettori sull'interesse per le produzioni dei soci di Apo Conerpo sono stati anche i numerosi incontri avvenuti in fiera. Il direttore **Daniele Maria Ghezzi** ha sottolineato il successo dell'evento: "Abbiamo tenuto 300 incontri con operatori qualificati, segno che il nostro impegno nell'innovazione sta dando frutti concreti. Tra le nostre novità spiccano le pesche piatte Ondine, il kiwi Dulcis, il peperone Cornelio, la patata di Bologna, il kiwi giallo e le pere di Opera. Abbiamo anche colto l'occasione per ribadire al Ministro dell'Agricoltura la necessità di affrontare il problema della **riduzione delle molecole e dei principi attivi** utili alla difesa delle colture, fondamentali per la sostenibilità delle produzioni".

Ma Berlino è stato anche teatro di un importante esordio: per la prima volta, **Aop Finaf** ha partecipato alla fiera con un proprio spazio espositivo. La direttrice **Lisa Martini** ha rimarcato il valore strategico di questa scelta: "Uno degli obiettivi principali di Finaf è creare sinergia tra i propri associati. Abbiamo quindi voluto offrire un ambiente comune in cui le nostre OP e le filiali potessero presentarsi in modo omogeneo ma distintivo, rafforzando il valore del nostro marchio e delle nostre produzioni. Berlino è stata anche un'ottima vetrina per presentare le attività di Finaf e ribadire il nostro impegno, in particolare sul fronte della **ricerca scientifica**, fronte su cui si sono concentrati, nell'ultimo anno, sforzi importanti: in questo momento abbiamo in corso **19 progetti** che intercettano sia il settore frutticolo che quello orticolo, dall'uso di tecnologie avanzate in campo al miglioramento genetico, passando per soluzioni innovative e green per la coltivazione dei prodotti".

## GRUPPO ALEGRA: UN RUOLO DA PROTAGONISTI

Il **Gruppo Alegra**, rappresentato dal direttore generale **Mauro Laghi**, ha confermato il valore della fiera, pur evidenziando una piccola contrazione nel numero dei visitatori: "Fruit Logistica resta un appuntamento di rilievo per il settore, anche se il

1 *Il presidente di Apo Conerpo, Davide Vernocchi, incontra il Ministro Lollobrigida a Fruit Logistica. Al centro, Paolo Bruni, presidente di CSO Italy (foto di CSO Italy)*

2 *Lo stand del Gruppo Alegra*

suo peso per noi si è leggermente ridimensionato. Abbiamo comunque portato tutto il nostro team estero e incontrato numerosi clienti internazionali. La fiera ci ha visti coinvolti con **i nostri nuovi progetti**, che ci rendono protagonisti del settore. Sarebbe però auspicabile una diversa collocazione temporale dell'evento, più adatta alla programmazione della campagna estiva".

**Fruit Logistica è stata anche il palcoscenico** per presentare i nuovi sviluppi del progetto Cornelio: "Per noi Cornelio non è un semplice peperone – ha spiegato **Enrico Bucchi**, direttore generale di **Valfrutta Fresco** - ma un prodotto fortemente distintivo. Stiamo raddoppiando le superfici coltivate e i risultati commerciali sono molto promettenti. Fruit Logistica ci ha permesso di consolidare questo progetto con i principali player del mercato".

## IL RITORNO ALLA NORMALITÀ PER IL CONSORZIO OPERA

Dopo anni di difficoltà produttive, il **Consorzio Opera La Pera**, rappresentato dal direttore **Manuel Manfredi**, ha partecipato con una rinnovata fiducia: "A differenza dello scorso anno, in cui i quantitativi di pere disponibili alla data di Fruit Logistica erano quasi esauriti, nell'edizione 2025 siamo stati presenti con volumi sufficienti per gestire la campagna commerciale fino a maggio. Negli ultimi anni il deficit produttivo non ci ha consentito i posizionamenti rilevanti di un tempo e, soprattutto in Germania, soffriamo la pressione di altri areali vocati europei, ma siamo determinati a **difendere le nostre quote sulla piazza tedesca.** Stiamo lavorando per riconquistare spazio negli scaffali dei nostri partner tede-

3 *Lo spazio della AOP Finaf, per la prima volta a Fruit Logistica*

4 *Lo staff del Consorzio Opera la Pera con al centro il presidente Adriano Aldrovandi*

schi, puntando sulla qualità che ci contraddistingue e sulla solidità dei nostri valori di filiera. **La qualità dei frutti ci sta sostenendo:** le condizioni climatiche favorevoli registrate prima della raccolta, hanno contribuito alla produzione di pere particolarmente gustose, con una qualità organolettica ottimale".

## NATURITALIA, ASPETTATIVE CONFERMATE

"La partecipazione di **Naturitalia** a Fruit Logistica 2025 è stata un'occasione per presentare al mercato i prodotti e le novità, tra cui il kiwi Jingold, le nettarine piatte Ondine e le varietà di uva club, oltre al paniere completo della frutta e verdura - commenta il Marketing R&D Manager **Augusto Renella** -. Lo stand, aggiornato nella disposizione e nell'aspetto, ha attirato numerosi visitatori, interessati a conoscere le nostre referenze di punta. Possiamo dire che la fiera di Berlino ha confermato le aspettative, offrendo un'importante occasione di incontro e di business per gli operatori del settore". Spazio anche a **una riflessione sul futuro:** "Naturitalia - conclude Renella - continua a lavorare nella ricerca e nello sviluppo di nuove varietà e tecnologie per offrire prodotti innovativi e di qualità e soddisfare le esigenze dei clienti e dei consumatori in Italia e all'estero: i buoni risultati che abbiamo conseguito nella stagione invernale e la partecipazione a manifestazioni internazionali di settore come quella di Berlino testimoniano e confermano la nostra **attenzione alla qualità, all'innovazione e alla sostenibilità** e pongono Naturitalia come un punto di riferimento per il settore".

5 *Incontri in corso nello stand di Naturitalia*

DA LINKEDIN AL RESTYLING DEL MAGAZINE, DALLE FIERE AGLI EVENTI

# Apo Conerpo, nuove rotte per

Daniele M. **Ghezzi**
*Direttore generale Apo Conerpo*

**IL NOSTRO IMPEGNO NEL VALORIZZARE LE ATTIVITÀ E LE SFIDE DELL'ORTOFRUTTA DA OGGI SI AVVALE DI NUOVI STRUMENTI**

1

Cari soci, quello che state sfogliando è **il primo numero del "nuovo" Ortofrutta Notizie**. Le virgolette sono d'obbligo perché, come spesso accade nel mondo ortofrutticolo, rinnovare significa anche camminare nel solco della continuità, raccogliendo quanto di buono è stato fatto fin qui e facendone tesoro per affrontare le sfide future. Lo stesso accade con **il nostro house organ** che, noterete, ha visto diverse trasformazioni, alcune evidenti e altre che approfondiremo a breve. Ma prima di addentrarmi nei dettagli, vorrei prendere qualche riga per allargare lo sguardo e **illustrarvi il progetto più ampio** di cui il restyling della nostra rivista è un tassello, fondamentale senza dubbio, ma non l'unico.

## FARE E FARE SAPERE

Il **mondo ortofrutticolo**, di cui noi siamo orgogliosamente parte e, spesso - in virtù del nostro ruolo - ambasciatori sui tavoli istituzionali, è un mondo soprattutto del "fare". Gli imprenditori agricoli **lavorano**, non conoscono che poche pause durante l'anno, combattono contro il cambiamento climatico, le fitopatie, gli insetti alieni (e le normative che mettono al bando le molecole necessarie alla sopravvivenza delle nostre filiere senza dare tempo alla ricerca scientifica di fornire delle alternative, come ha ricordato anche su queste pagine il presidente Vernocchi), si impegnano per **garantire l'arrivo di frutta e verdura di qualità** su milioni di tavole in Italia e nel mondo. "Fanno" tantissimo ma si raccontano molto poco, lasciando spesso il canale della comunicazione - capace di influenzare l'opinione pubblica in modo molto profondo - a chi, forse, "fa" meno ma riempie tanti spazi sui media. Negli ultimi anni **Apo Conerpo ha avviato una serie di iniziative di comunicazione** che hanno contribuito a invertire la tendenza e nell'ultimo anno abbiamo inserito alcuni tasselli in più in questa strategia. L'obiettivo di questo impegno, di risorse e di energie, è quello di andare oltre al semplice "fare" impegnandoci per "fare sapere" tutto quello che il nostro mondo fa. Di **buono**, per i consumatori ma anche per l'ambiente, e di **giusto**, per il mondo ortofrutticolo e per tutti i nostri soci.

Con questo obiettivo, da metà del 2024 abbiamo dato vita alla **pagina LinkedIn** di Apo Conerpo, abbiamo pianificato il **restyling** di Ortofrutta Notizie per renderlo più adeguato alle esigenze attuali e abbiamo

# la nostra comunicazione

2

pianificato un **evento** che, oltre a celebrare i 30 anni di Apo Conerpo, porterà a Bologna alcuni referenti istituzionali di altissimo livello, per un confronto sul presente e sul futuro dell'ortofrutta italiana (al quale dedichiamo un box di approfondimento in queste pagine).
A queste operazioni si affianca un rinnovato impegno sul fronte della **manifestazioni fieristiche.** Il 2025 ha già visto svolgersi - con successo - **Marca** e **Fruit Logistica**, manifestazioni ottimamente presidiate dalle nostre business unit: crediamo molto nell'importanza di questi momenti e nella loro capacità di generare opportunità di business importanti. E soprattutto sono testimoni della capacità delle nostre filiali di rispondere in modo rapido, concreto ed efficace alle richieste del mercato. I prossimi appuntamenti saranno **Macfrut**, a maggio, e **Fruit Attraction** (a Madrid) a ottobre: due manifestazioni cruciali sulle quali riponiamo grandi aspettative.

1

*Da sinistra: Raffaele Drei, presidente Confcooperative Fedagripesca, Davide Vernocchi, il Ministro Lollobrigida e Cristian Moretti, direttore generale di Agrintesa*

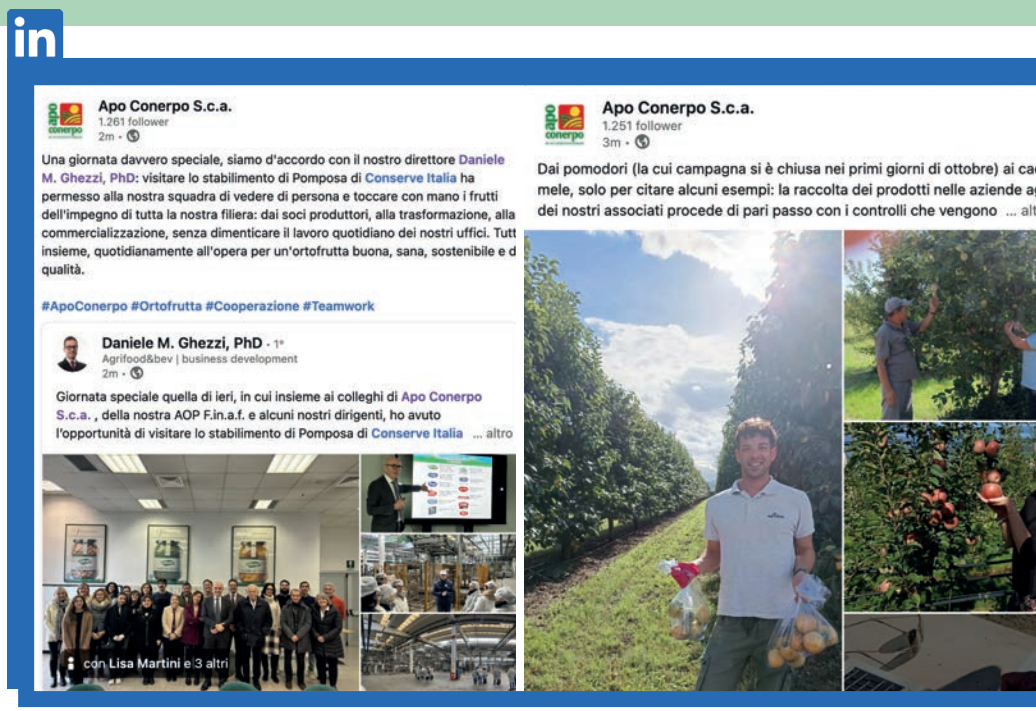
2

*La presentazione ufficiale della pagina LinkedIn di Apo Conerpo*

## LINKEDIN, UNA FINESTRA SUL MONDO

Tra le novità più significative del 2024 per la comunicazione di Apo Conerpo, l'apertura della pagina LinkedIn ha rappresentato un passo strategico nell'ambito della **comunicazione digitale.** Si è scelto di investire in questo canale per migliorare il coinvolgimento interno ed esterno, creando un punto di riferimento per soci, stakeholder e operatori del settore. Una nuova opportunità per restare in contatto con le **50 cooperative socie** e i loro **oltre 6.000 produttori agricoli,** ma anche per mantenere vivo il dialogo istituzionale e valorizzare il lavoro della squadra di Apo Conerpo.

Dalla sua apertura nell'estate del 2024, la pagina LinkedIn di Apo Conerpo ha registrato una crescita organica e costante **(+72% di follower nell'ultimo quadrimestre)**. Un segnale importante dell'interesse suscitato dal progetto e della rilevanza dei contenuti pubblicati, che hanno generato **circa 75.000 impression nell'ultimo anno**.
Prese di posizione sulla stampa, testimonianze video in diretta dalle fiere, visite alle realtà associate, giornate di formazione in campo e poi ancora attualità del settore con infografiche e aggiornamenti. È uno storytelling in itinere sulle attività dell'organizzazione quello che si è sviluppato su LinkedIn, un racconto che ha permesso di costruire una community attiva e attenta ai temi chiave del settore ortofrutticolo. Per intraprendere questo viaggio è stato fondamentale **il contributo dei dipendenti e dei collaboratori di Apo Conerpo** che, insieme a me e al nostro staff della comunicazione, sono stati protagonisti di questo progetto che nel 2025 si strutturerà ulteriormente.
Questo approccio partecipativo ha reso la comunicazione più autentica, trasformando LinkedIn in **una vera e propria community**, in cui professionisti del settore possono interagire, confrontarsi e condividere esperienze.




## UNA NUOVA VESTE PER ORTOFRUTTA NOTIZIE

Nell'ambito della nuova strategia di comunicazione, alcune novità riguardano anche il nostro house organ (che viene pubblicato regolarmente dal 1972 e che ha visto diversi cambi d'abito, l'ultimo oltre 10 anni fa). Sul numero che state sfogliando, come avrete notato, fa il suo esordio **una nuova veste grafica e una nuova foliazione:** quattro pagine in più che ci permetteranno, numero dopo numero, di approfondire diversi temi ma anche di dare spazio maggiore alle **immagini**, per raccontare il nostro mondo, le nostre sfide, il nostro impegno non soltanto con le parole ma mostrando quello che accade nei **campi** dei nostri soci, nelle **aziende agricole** e nelle **cooperative**, ma anche durante le manifestazioni fieristiche o nei tanti momenti di incontro e confronto di cui Apo Conerpo, la nostra AOP di riferimento Finaf e le nostre associate sono protagoniste durante l'anno.
La nuova veste grafica segue questa filosofia: abbiamo puntato a una maggiore leggibilità del testo e ad un impianto che renda piacevole

## Trent'anni di cooperazione e innovazione: il 26 marzo l'evento celebrativo a Bologna

Il **prossimo 26 marzo**, la nostra OP celebrerà 30 anni di attività con un evento di grande rilievo: **"Coltivare il futuro tra politiche green e mercato – Apo Conerpo, 30 anni insieme per l'ortofrutta: sfide e opportunità".** Sarà un'occasione per riflettere sulle trasformazioni del settore ortofrutticolo, sulle sfide affrontate e sulle prospettive future, in un contesto che oggi si presenta ricco di incertezze ma anche di opportunità.
Tra gli ospiti attesi, **Veronika Vrecionová**, presidente della COMAGRI - Commissione per l'Agricoltura e lo Sviluppo Rurale del Parlamento Europeo, che porterà il punto di vista istituzionale sulle politiche agricole europee. Sul palco, con lei, non mancherà il contributo del **mondo cooperativo**, della Regione Emilia-Romagna con l'Assessore all'agricoltura **Alessio Mammi** e di alcuni rappresentanti delle **istituzioni nazionali**.
Durante l'iniziativa sarà anche presentata una **ricerca esclusiva realizzata da Nomisma** e dedicata al mondo dei consumi e della produzione ortofrutticola. Appuntamento al prossimo numero di Ortofrutta Notizie per il resconto dell'evento.

4

*Alcuni post pubblicati negli ultimi mesi sul profilo LinkedIn di Apo Conerpo*

sfogliare il nostro magazine, invitando alla lettura ma anche guidando il pubblico con **alcune scelte di colore per le diverse sezioni.** Numero dopo numero sarà sempre più evidente, a colpo d'occhio, individuare i contenuti di attualità e quelli tecnici o trovare i pensieri e le parole "scritte" dalle nostre filiali commerciali.

Anche il piano dei contenuti ospita alcune novità, già visibili da questo numero: nell'ultima pagina troverete sempre una sintesi delle opportunità di finanziamento aperte. Inoltre, nei prossimi mesi, uscita dopo uscita, **incontreremo le nostre cooperative associate dando loro la possibilità di raccontarsi**, fra sfide, impegno, senso di appartenenza e territorio. Il viaggio comincia dalla **Sicilia**, con una chiacchierata con gli amici di **Agricoop Bio**, protagonisti della produzione di Limoni ad Avola (SR).

Un piccolo cambiamento, infine, anche nella **cadenza di uscita:** da quest'anno Ortofrutta Notizie arriverà nelle vostre buchette della posta ogni due mesi, per permettervi di avere il tempo di apprezzare i nostri contenuti e – perché no – farci avere i vostri suggerimenti per temi da affrontare o approfondire. Comincia un nuovo viaggio e quindi non posso che augurarvi: **"Buona lettura!".**


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

ALLA SCOPERTA DI AGRICOOP BIO, REALTÀ DI PUNTA SICILIANA

# Il valore della cooperazione profuma di limone

Jacopo **Serafini**

**DALLA PROVINCIA DI SIRACUSA ALL'EMILIA-ROMAGNA, L'ESPERIENZA DELLA COOPERATIVA SICILIANA NEL GRUPPO APO CONERPO**

Nel cuore della Sicilia, ad Avola (Siracusa), la **cooperativa Agricoop Bio** rappresenta un punto di riferimento per la coltivazione, lavorazione e commercializzazione del **limone**. Con circa **200 soci** e un catasto di **500 ettari**, la cooperativa si è specializzata nella produzione di limoni convenzionali, biologici e **IGP di Siracusa**, una delle eccellenze agrumicole italiane. Da dieci anni, Agricoop Bio è associata ad **Apo Conerpo**, una delle più grandi organizzazioni di produttori ortofrutticoli d'Europa, scelta che ha rafforzato la capacità della cooperativa di affrontare le sfide del settore.

## UN PRODOTTO D'ECCELLENZA E LE SFIDE DEL COMPARTO

Il **limone Femminiello** di Siracusa IGP è il simbolo della produzione di Agricoop Bio, che si attesta in Italia tra i migliori produttori e confezionatori di questo prodotto. Un agrume che si distingue per **l'assenza di trattamenti sulla buccia**, elemento tipico della produzione biologica che ne esalta l'aroma e la qualità. "Il profumo e l'essenza di un limone IGP di Siracusa sono inconfondibili", afferma **Tommaso Caruso, presidente della cooperativa**. Non a caso la polpa succosa del Femminiello Siracusano (tutelato dalla IGP dal 2000) è nota per offrire fino al **30% di succo in più di altre varietà**, oltre che per le proprietà dissetanti, disintossicanti e per il generale benessere che porta in dote a chi lo consuma. Un prodotto di eccellenza apprezzato in tutto il Paese e all'estero che tuttavia, negli ultimi anni, ha affrontato diverse criticità, soprattutto dal punto di vista climatico: "Le **fitopatie** e gli effetti dei **cambiamenti climatici** rappresentano problemi concreti per i produttori - spiega Caruso -. La nostra parte la facciamo, ma la natura comanda più di noi. Inoltre, il mercato ha subito una riduzione dei prezzi negli ultimi anni, creando preoccupazioni per il futuro della filiera. Ma l'appartenenza a un gruppo come quello di Apo Conerpo può fare la differenza nel nostro settore".

## L'IMPORTANZA DI FARE SQUADRA

L'adesione ad Apo Conerpo ha rappresentato per Agricoop Bio un passo decisivo per la crescita e l'accesso a nuovi mercati. "**Da soli non si va da nessuna parte** – spiega Caruso - mentre nel gruppo si hanno più possibilità di entrare in circuiti commerciali più ampi e di collaborare con le grandi catene di distribuzione". Prima dell'ingresso in Apo Conerpo, la cooperativa aveva sperimentato altre realtà associative

siciliane, ma senza trovare la giusta sintonia. La svolta è arrivata grazie al rapporto **con il gruppo Brio** (filiale commerciale della OP, specializzata nella commercializzazione di prodotti biologici), che ha permesso di conoscere e apprezzare il modello di aggregazione proposto da Apo Conerpo. Nonostante la distanza geografica tra la Sicilia e l'Emilia-Romagna, dove ha sede Apo Conerpo, **la collaborazione è solida.** "I contatti costanti ci permettono di lavorare come se fossimo vicini", assicura Caruso.

## UNO SGUARDO AL FUTURO

La produzione di Agricoop Bio si attesta attorno ai **10 milioni di chilogrammi di limoni all'anno**, con una qualità costante. Tuttavia, il calo dei prezzi di vendita preoccupa i produttori. "Più è alto il prezzo, migliore sarà l'annata per chi lavora sul campo - ribadisce il presidente della cooperativa - e permetterà di impostare al meglio l'annata successiva con i giusti investimenti. Fortunatamente il limone è un prodotto consolidato e richiesto sul mercato". Un'altra sfida riguarda **il ricambio generazionale:** se da un lato si vedono giovani imprenditori investire nell'agricoltura, dall'altro si assiste alla dismissione o all'abbandono di alcune proprietà. "È una realtà a due facce - commenta Caruso -: ci sono giovani che credono nel settore ma anche famiglie che lasciano la terra. Il valore dell'aggregazione sta anche nel mostrare alle nuove generazioni l'importanza del nostro lavoro e come, insieme, si possano fare cose grandi costruendo per il domani".

Agricoop Bio continua a guardare avanti, puntando sulla **qualità**, sulla **sostenibilità** e sulla **forza del gruppo.** "L'unione fa la forza, e i proverbi non sbagliano mai", conclude Caruso, convinto che la cooperazione sia la chiave per affrontare le sfide del futuro.

1

*Nel tondo, Daniele M. Ghezzi, direttore di Apo Conerpo (al centro) fra il presidente onorario di Agricoop Bio, Giuseppe Caruso (a sinistra), e il presidente Tommaso Caruso. Nelle altre immagini, alcune istantanee di lavorazione e confezionamento dei limoni di Siracusa IGP lavorati da Agricoop Bio nel suo stabilimento di Avola (foto in alto)*

### A Berlino buona la prima per “Un Caffè con Alegra”

# Gruppo Alegra, a Fruit Logistica debutta il nuovo format comunicativo

**Alessandro Pantani**

## A maggio arriva Connessioni, un modo inedito di unire analisi e relazioni

Progetti innovativi, valorizzazione delle partnership e creazione di valore. Fruit Logistica è stata l’occasione per ribadire la vision del **Gruppo Alegra**, che punta forte su **Ondine**, **Dulcis** e **Cornelio** per garantire al mercato prodotti di eccellenza e maggiore redditività ai produttori. Innovazione che tocca anche la comunicazione del Gruppo, che durante la kermesse berlinese ha introdotto un nuovo format di incontro con la stampa, **Un Caffè con Alegra**, pensato per creare un dialogo diretto con i media e condividere gli sviluppi strategici. “Abbiamo voluto dare vita a un momento informale, ma denso di contenuti – spiega **Claudia Iannarella, Responsabile Marketing del Gruppo** - per fare il punto sulla nostra evoluzione e tracciare la strada. I giornalisti hanno apprezzato molto di poter avere un momento di incontro con il nostro management per fare il punto sul piano di sviluppo che ci vede protagonisti del mercato con i nostri progetti club. Alegra sta riorganizzando la propria struttura con una nuova strategia di vendita, un focus ancora più marcato sui progetti premium e un rinnovato investimento nella formazione del personale. È stato importante poter comunicare tante novità in maniera diretta”.

Un nuovo slancio comunicativo la cui prossima tappa sarà l’evento **Connessioni - Voci di filiera, visioni di futuro**, in programma il **6 maggio al Teatro Verdi di Cesena**, nella prima serata di **Macfrut 2025**. “Abbiamo voluto dare vita a un evento che racchiude la nostra visione – commenta Iannarella - costruire valore attraverso le connessioni, il confronto e l’innovazione. Per questo, presenteremo i risultati di una ricerca di settore realizzata con NielsenIQ, una novità assoluta per il comparto ortofrutticolo”.

L’indagine, commissionata direttamente da Gruppo Alegra, è stata sviluppata per offrire uno strumento di analisi dettagliato e su misura per il settore, con l’obiettivo di supportare le strategie della grande distribuzione e fornire insight concreti per la filiera. “**Vogliamo condividere dati strutturati,** che siano realmente utili per i nostri partner - spiega la manager - e creare momenti di confronto per approfondire i risultati con i nostri clienti. Non si tratterà solo di una presentazione, ma di un punto di partenza per costruire nuove strategie”.

L’evento sarà anche un’occasione per consolidare le relazioni tra i protagonisti del settore, in un contesto che unisce contenuti di valore e momenti di convivialità. “Crediamo fermamente che il **networking** e il **confronto** siano fondamentali per costruire valore - conclude Iannarella - e vogliamo che Connessioni sia un evento curato nei dettagli, capace di unire analisi di mercato, strategie e intrattenimento. Sarà **un appuntamento unico nel suo genere,** che riflette perfettamente il nostro modo di intendere il business, che unisce dati e strategie allo sviluppo di relazioni profonde con le persone”.

1 *I manager del Gruppo Alegra e di Agrintesa durante l’evento Un Caffè con Alegra. Nel tondo, l’invito a “Connessioni”, l’iniziativa in programma il prossimo 6 maggio al Teatro Verdi di Cesena*

### Risultati commerciali soddisfacenti sui mercati nazionali ed esteri

# Naturitalia, conferme e novità nella stagione invernale

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

**Il punto della situazione per kiwi, pere e agrumi. Riflettori sul progetto "Fragole con il Cuore" realizzato insieme a CILS**

La stagione invernale 2024-2025 ha visto **Naturitalia** protagonista nel settore ortofrutticolo, con risultati commerciali soddisfacenti sul mercato nazionale e all'estero, e una partecipazione rinnovata alla fiera **Fruit Logistica 2025** di Berlino. L'economia europea, mercato di riferimento di Naturitalia, sta affrontando un periodo di incertezza, con una crescita prevista moderata e rischi legati all'inflazione e alle tensioni geopolitiche: uno scenario complesso che può avere diverse implicazioni per il settore ortofrutticolo e che vedrà Naturitalia costantemente al lavoro per conseguire risultati economici in linea con le aspettative della produzione agricola, puntando su qualità, innovazione e sostenibilità, pilastri del nostro operare e parte cruciale della nostra strategia sul mercato.
Analizzando le diverse **referenze nel paniere di Naturitalia**, il **kiwi** a marca Jingold si conferma uno dei prodotti di punta della società, offerto grazie alla partnership con il Consorzio Kiwigold. I frutti a polpa gialla, rossa e verde registrano una domanda in crescita sia sul mercato interno che estero: la qualità superiore del prodotto, unita all'assortimento completo e alle caratteristiche uniche di questa varietà di kiwi, ha conquistato i consumatori, garantendo risultati commerciali in linea con le aspettative. Spostandoci sul fronte pericolo, dopo un periodo di difficoltà, legate anche all'andamento produttivo delle scorse stagioni, il mercato delle **pere** italiane ha mostrato segnali di ripresa con una maggiore attenzione alla qualità. Naturitalia si innesta in questo mercato con la distribuzione delle pere del Consorzio Opera che si caratterizzano per la qualità, riconosciuta anche a livello comunitario con la denominazione IGP dell'Emilia-Romagna: **prodotti di eccellenza** che hanno incontrato il favore dei consumatori nazionali e internazionali.
La **stagione agrumicola**, poi, si è rivelata interessante per Naturitalia, con una produzione di qualità e una buona domanda per le clementine sul mercato nazionale e nei mercati esteri. In particolare, l'export di questi frutti ha registrato una crescita nelle attività di vendita della società, trainata dalla richiesta dei mercati esteri, in particolare **Germania** e **Paesi Scandinavi**.

1

*La locandina della campagna "Le fragole con il cuore", organizzata da Naturitalia in partnership con CILS Cooperativa sociale e il Centro Socio Occupazionale "la bArca", realtà di Cesena. Al centro del progetto alcune tematiche sociali*

Infine, risulta buono l'avvio della stagione delle **fragole** sul mercato nazionale, dove Naturitalia distribuisce le produzioni realizzate in coltura protetta nei principali areali agricoli del Sud Italia. E proprio la fragola è stata l'occasione per Naturitalia e **Cils Cooperativa Sociale di Cesena**, di sviluppare insieme un progetto di sensibilizzazione alle tematiche sociali: le **"Fragole con il Cuore"**, un prodotto per occasioni speciali che esalta la bontà e la bellezza di questi frutti con una confezione molto particolare. Il packaging di questo prodotto (distribuito in Italia) infatti è stato realizzato dal settore tipo litografico di CILS, dove lavorano **persone con disabilità**, mentre i disegni che ornano ogni confezione sono stati realizzati dalle persone che frequentano il **Centro Socio Occupazionale "la bArca" di Cesena.**

### Il rapporto riassume le azioni in ambito economico, sociale e ambientale

# Conserve Italia, da vent'anni l'impegno per la sostenibilità

**Giovanni Bucchi**

**Il presidente Gardini: "Innovazione, riduzione dell'impatto e attenzione alle comunità: così rispondiamo alle sfide globali"**

Conserve Italia ha pubblicato il Report di Sostenibilità 2024 dal titolo **"Insieme per lasciare il segno"**, documento strategico che la Cooperativa redige dal 2004 per mettere in evidenza ogni tre anni (in concomitanza con la scadenza del Consiglio di Amministrazione) i risultati raggiunti e per porsi nuovi obiettivi nell'ottica di uno sviluppo sostenibile a tutti i livelli: ambientale, sociale ed economico. "**La sostenibilità è un impegno tangibile** che contraddistingue la nostra storia partendo dal campo e arrivando sulle tavole dei consumatori - sottolinea **Maurizio Gardini, presidente di Conserve Italia** -. Il Report di Sostenibilità 2024 rappresenta il frutto di un lavoro collettivo che coinvolge ogni anello della nostra filiera: dai soci agricoltori ai collaboratori, passando per i partner commerciali e le comunità locali. È il nostro modo di rispondere alle sfide globali e alle esigenze di consumatori sempre più consapevoli e attenti. Abbiamo scelto di investire nelle persone, nelle tecnologie e nella riduzione dell'impatto ambientale, perché siamo convinti che il nostro futuro dipenda dalla capacità di operare in modo responsabile".

Il viaggio nella sostenibilità integrale di Conserve Italia è iniziato vent'anni fa con la pubblicazione del primo Report. La dimensione economica della sostenibilità si concretizza nei positivi risultati di bilancio che hanno consentito all'Azienda di **liquidare oltre 100 milioni di euro ai soci conferitori,** ai quali è destinata quasi la metà del valore economico aggiunto. Tra i pilastri della **sostenibilità sociale** del Gruppo cooperativo spiccano la tutela dei diritti umani, salute e sicurezza sul luogo di lavoro, la gestione etica della supply chain assicurata tramite il Codice Etico, l'adesione alla Rete del Lavoro Agricolo di Qualità, le certificazioni etiche. La sostenibilità sociale di Conserve Italia si concretizza anche nel sostegno economico e con donazioni di prodotti alimentari ad enti non profit, associazioni di volontariato, centri di ricerca e strutture sanitarie. **L'impegno per la sostenibilità ambientale** è finalizzato alla riduzione dell'impatto in ogni anello della catena produttiva. Il Piano investimenti da 86,6 milioni di euro, che sarà concluso nel 2026, ha l'obiettivo di accompagnare l'Azienda nelle grandi transizioni - energetica, digitale ed ecologica - attraverso diverse azioni tra le quali l'efficientamento degli impianti, il ricorso alle energie rinnovabili, la digitalizzazione e automazione di attività logistiche, il ricorso a packaging più sostenibili e una maggiore valorizzazione dei sottoprodotti di lavorazione in un'ottica di economia circolare.

1 *La cover del Report di Sostenibilità 2024 di Conserve Italia e Maurizio Gardini, presidente del Gruppo cooperativo con sede a San Lazzaro*

Prodotto disponibile per i clienti fino a primavera inoltrata

# Opera la Pera, rush finale per la campagna commerciale

**Raoul Montacuti**

## Il punto con il presidente Aldrovandi: decumuli, qualità, mercati e un rinnovato dialogo istituzionale

Il **Consorzio Opera La Pera** si prepara al rush finale della campagna commerciale. A differenza degli ultimi anni, infatti, i volumi produttivi sono sufficienti per proseguire con i programmi sino all'inizio di maggio. Anche la recente partecipazione a **Fruit Logistica**, quindi, ha assunto tutto un altro significato: gli incontri con i distributori italiani ed esteri sono stati svolti forti dei quantitativi ancora a disposizione, con la volontà di riconquistare gli spazi che, giocoforza, nel recente passato non era stato possibile occupare.

"Lo scenario è diverso da quello dello scorso anno, quando, in concomitanza con la fiera di Berlino, praticamente non avevamo più prodotto – puntualizza **Adriano Aldrovandi, presidente di Opera La Pera** -. Nel 2025, finalmente, ci sono tutte le condizioni per fornire il mercato per i prossimi mesi. Si tratta di un ritorno a condizioni più normali, che valorizzano la qualità dei frutti coltivati dai nostri soci, garantendo ai nostri clienti una continuità nella disponibilità di frutti freschi e gustosi".

È un bel cambio di prospettiva, dunque, su cui sta lavorando tutto il team commerciale del Consorzio. "Cercheremo di ottenere dal mercato il massimo possibile per noi produttori – aggiunge il presidente -. Vogliamo essere fiduciosi perché oggi il prodotto c'è, malgrado una produzione tutt'altro che abbondante, ma l'abbiamo e la clientela è soddisfatta perché la possiamo seguire per un lungo periodo, con forniture costanti e di qualità. Per la prima volta **dopo tanto tempo torneremo a coprire una campagna lunga**, fino alla primavera inoltrata, come si faceva anni fa: non è un aspetto di poco conto".

### DIALOGO CON LE ISTITUZIONI

Opera, assieme ad Apo Conerpo e alla rappresentanza del mondo produttivo, è parte attiva del confronto che si sta avendo con le istituzioni, a partire dall'Unione Europea, sulla **nuova visione dell'agricoltura comunitaria.** "C'è un altro messaggio di speranza che vorrei condividere con i colleghi agricoltori – prosegue Aldrovandi -: stiamo discutendo in modo diretto, e la cosa non era mai accaduta prima nonostante l'avessimo chiesta più e più volte, per ragionare a livello istituzionale sui **mezzi di difesa che abbiamo per tutelare le nostre colture.** Parlo dei fitofarmaci, che sono indispensabili proprio come lo sono i farmaci per la salute delle persone. Per produrre abbiamo bisogno di avere mezzi tecnici a disposizione – conclude Adriano Aldrovandi – e finalmente l'argomento è all'ordine del giorno".

1 *Adriano Aldrovandi, presidente di Opera La Pera*

I CONTRIBUTI DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA

# Nuovi bandi per il settore ortofrutticolo e vitivinicolo

## DIFESA ATTIVA PER LE GELATE TARDIVE: 1,4 MLN DI EURO

La Regione Emilia-Romagna ha stanziato **1,4 milioni di euro** per sostenere le aziende agricole nell'adozione di **sistemi di difesa attiva contro le gelate tardive**, fenomeno sempre più frequente a causa del cambiamento climatico. Il bando rientra nel progetto **"Frutteti resilienti"**, che vale 70 milioni di euro. Il contributo previsto è a fondo perduto e copre il 70% delle spese per l'acquisto di **ventilatori**, **bruciatori antibrina** o per l'installazione di **linee di distribuzione irrigua** sopra o sotto chioma negli impianti esistenti. L'importo degli investimenti deve essere compreso **tra 5.000 e 150.000 euro**, con un termine massimo di 12 mesi per la realizzazione degli interventi, a partire dalla data dell'atto di concessione del sostegno. Ogni impresa potrà presentare una sola domanda, la scadenza per la presentazione delle richieste di contributo è fissata entro **le ore 13 del 6 giugno 2025.**

## RICAMBIO GENERAZIONALE: 30 MLN DI EURO

La Regione Emilia-Romagna sostiene i giovani agricoltori con un nuovo bando da **30 milioni di euro**, finanziato dallo Sviluppo rurale 2023-27, dopo il successo del precedente bando, che ha favorito 225 nuovi insediamenti.
Il bando è rivolto a **giovani under 41 attivi in agricoltura da meno di 24 mesi** e prevede due linee di intervento, ciascuna finanziata con 15 milioni di euro:

- **SRE01** - Insediamento giovani agricoltori, con contributi a fondo perduto di 50.000 euro (60.000 in aree con vincoli).
- **SRD01** - Investimenti produttivi agricoli, destinato a migliorare la competitività e la sostenibilità delle nuove imprese con un tetto di spesa di 750.000 euro per azienda.

I candidati devono presentare un piano aziendale triennale. Domande tramite il Sistema informativo Agrea (Siag) entro le **ore 13 del 16 maggio 2025**.

## RICONVERSIONE DEI VIGNETI: 12,4 MLN DI EURO

La Regione Emilia-Romagna ha stanziato **12,4 milioni di euro** per sostenere i viticoltori nella ristrutturazione e riconversione dei vigneti per la campagna 2025-26, con l'obiettivo di **modernizzare le coltivazioni,** migliorare la competitività e favorire la sostenibilità del settore. Il bando è rivolto a imprenditori agricoli, singoli o associati, conduttori di superfici vitate e titolari di autorizzazioni al reimpianto. Gli interventi finanziabili includono:

- **riconversione varietale,** con impianto di vitigni più pregiati;
- **ristrutturazione**, per migliorare posizione, allevamento o sesto d'impianto;
- **reimpianto obbligatorio** per ragioni fitosanitarie.

I beneficiari devono mantenere il vigneto per **almeno 5 anni** e dimostrare di aver adottato **misure contro la Flavescenza dorata.** Le domande vanno presentate tramite il Sistema informativo Agrea (Siag) entro le **ore 13 del 31 marzo 2025**.

ORTOFRUTTA NOTIZIE
apo conerpo
DAL 1967 ORTOFRUTTA PER TRADIZIONE

**Direttore Responsabile:** Alessandro Pantani

**Redazione:** Giovanni Bucchi, Gabriele Chiesa, Chiara Garagnani, 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, CSO Italy, Foto di Copertina © Messe Berlin GmbH

**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

**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)

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

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.

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.