



**COAGRI, LA CONOSCENZA
PER COSTRUIRE IL FUTURO**



**COLTIVARE SOLUZIONI, L'ATTIVITÀ
DI RICERCA DI APO CONERPO**



**IMBALLAGGI E PRODOTTI
SCADUTI: COSA CAMBIA**

ORTOFRUTTA NOTIZIE

NUMERO 4 | LUGLIO-AGOSTO 2026

apo conerpo

DAL 1967 ORTOFRUTTA PER TRADIZIONE



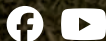
**SCIENZA
IN CAMPO
per continuare
a produrre**



Stand by nature,
stand by you.

Non importa dove ti trovi lungo la **filiera ortofrutticola italiana**:
Naturitalia è il partner che unisce **attenzione per la natura e richieste di mercato**.
Sosteniamo i nostri **agricoltori**, valorizzando le loro risorse e promuovendo una crescita sostenibile
che rispetti l'ambiente e le comunità. Ai nostri **clienti** offriamo prodotti certificati,
approvvigionamenti sicuri e una varietà d'offerta che celebra i territori italiani.
Naturitalia è il partner che non ti lascia mai solo.

www.naturit.it





L'EDITORIALE

Davide Vernocchi
Presidente Apo Conerpo

“Serve una giusta proporzionalità nelle norme: l'agricoltore non può convivere con lo spettro di enormi sanzioni”

Più responsabilità ma anche più strumenti per chi produce

La sovranità alimentare è tornata al centro del dibattito europeo. Se questo è l'obiettivo (e non possiamo che essere concordi), dobbiamo ampliare lo sguardo: l'agricoltura italiana ha compiuto passi enormi e, tramite gli investimenti realizzati nell'ambito dell'OCM, dei PSR e all'impegno diretto delle imprese, abbiamo raggiunto livelli di innovazione che sembravano lontanissimi. **Questo non significa che possiamo considerarci arrivati, anzi:** la crescente complessità dell'agricoltura richiede anche ai produttori un salto continuo di professionalità. Dobbiamo conoscere meglio gli strumenti, aggiornare le nostre competenze, rispettare procedure sempre più articolate. Come OP **sentiamo fortemente questa responsabilità** e dobbiamo continuare ad aiutare i nostri soci ad affrontarla.

Allo stesso tempo credo sia necessario interrogarsi sulla direzione assunta da una parte della normativa. Quando per un errore nella gestione di prodotti o materiali si arrivano a prospettare conseguenze anche di natura penale, **il rischio è che si perda il senso della proporzione**. Senza dimenticare, poi, la natura del tessuto imprenditoriale ortofrutticolo nazionale: imprese medio-piccole alle quali oggi si applicano le stesse norme delle grandi realtà industriali. Non si tratta di chiedere zone franche o minori responsabilità: le regole devono esserci e vanno rispettate. Ma serve una giusta proporzionalità nelle

norme che garantiscano comportamenti corretti senza fare convivere l'imprenditore agricolo con lo spettro di un'enorme sanzione. **Serve equilibrio, soprattutto se si dice di voler difendere l'agricoltura europea**, sostenere le aziende più piccole e garantire quella sovranità alimentare che tutti riconosciamo come strategica.

Sia chiaro: noi produttori non vogliamo abbassare l'asticella, anzi. La risposta può essere solo: più conoscenza, innovazione, professionalità. **È qui che si inserisce il lavoro di ricerca che Apo Conerpo porta avanti da anni** (di cui leggerete nelle prossime pagine): una ricerca capace di entrare nelle aziende dei soci con risposte a problemi reali. Ecco perché lavoriamo su decine di progetti in tante aree diverse. Agli agricoltori viene chiesto di produrre bene, in modo sostenibile, affrontando il cambiamento climatico, garantendo sicurezza e tracciabilità e restando competitivi sui mercati. È giusto chiedere professionalità. Ma, se vogliamo davvero preservare la nostra capacità di produrre cibo, abbiamo anche il dovere di mettere chi produce nelle condizioni di affrontare questa trasformazione. Come Apo Conerpo continueremo a fare la nostra parte **mettendo conoscenza, ricerca e innovazione al servizio dei soci**. Perché oggi difendere l'agricoltura significa soprattutto darle gli strumenti per diventare ogni giorno più forte e professionale.

ORTOFRUTTA NOTIZIE

apo conerpo
DAL 1967 ORTOFRUTTA PER TRADIZIONE

N. 4 | lug.-ago. 2026

SOMMARIO

4 Coltivare soluzioni, l'attività di ricerca di Apo Conerpo
MONICA GUIZZARDI

10 CoAgri, la conoscenza per costruire il futuro
ALESSANDRO PANTANI

12 Imballaggi e prodotti scaduti o revocati: cosa cambia nella gestione dei rifiuti
MARIA LAURA CANTIANI

14 Pomodoro da industria: governare insieme una campagna in salita
TOMMASO FAGGIOLI

15 Cirio compie 170 anni: una storia che nasce nei campi
GIÒ CASTAGNOLI

16 Bucchi: “Mercati all'ingrosso, presidio ancora strategico”

17 Pere, una campagna tutta da costruire
MATTEO CONTRI

18 Patate e cipolle, produzione e mercato cambiano passo
ALESSANDRO IASEVOLI

LE SPERIMENTAZIONI IN CAMPO

Coltivare soluzioni, l'attività di ricerca di Apo Conerpo

Monica **Guizzardi**
Responsabile Ufficio Tecnico Apo Conerpo

DALLA GENETICA ALL'AGRICOLTURA DI PRECISIONE, PASSANDO DALLA DIFESA FITOSANITARIA E DALLA SOSTENIBILITÀ FINO ALLE TECNICHE AGRONOMICHE: LE INIZIATIVE DI RICERCA CONDOTTE DALL'UFFICIO TECNICO DI APO CONERPO PER DARE RISPOSTE CONCRETE ALLE NUOVE SFIDE DEI PRODUTTORI



Valorizzare e tutelare le produzioni dei soci. Un obiettivo che oggi richiede di agire contemporaneamente su più fronti, perché il contesto in cui operano le imprese agricole è sempre più complesso e in continua evoluzione: cambiano i mercati e i consumi, le condizioni climatiche e ambientali, il quadro economico e quello normativo. Indispensabile, quindi, percorrere strade diverse e parallele che affrontino con i giusti strumenti le diverse sfide che il comparto si trova di fronte. È in questo contesto che nasce anche **la necessità di investire nella ricerca e nella sperimentazione per fornire strumenti e risposte ai produttori**, operando su più fronti: innovazione varietale e miglioramento delle tecniche di produzione, conservazione e lavorazione dell'ortofrutta, packaging e logistica fino all'apertura di nuovi mercati, allo sviluppo dell'internazionalizzazione e alla tutela dell'ambiente. Un fronte sempre più rilevante riguarda inoltre **la difesa delle produzioni dalle**

emergenze fitosanitarie, rese più complesse e sfidanti dalla progressiva riduzione delle molecole disponibili e dagli effetti del cambiamento climatico. Un'attività che **Apo Conerpo** porta avanti attraverso una rete di collaborazioni con i Servizi fitosanitari, le università, gli enti di ricerca e i centri di saggio, facendo leva su risorse e strumenti di finanziamento pubblici e privati e contando sul fondamentale ruolo di coordinamento e di gestione dei progetti da parte di **Finaf** (AOP cui aderisce, tra le altre, l'OP Apo Conerpo) e di **Ri.Nova** di Cesena.

CINQUE FILONI PER TANTE SFIDE

Sebbene appaia riduttivo riassumere in poche righe il contenuto di ogni singolo progetto di Apo Conerpo con l'elenco degli attori coinvolti e delle società che essi rappresentano, nelle prossime pagine troverà spazio **un elenco, suddiviso in grandi macro-aree, degli ambiti di attività** nei quali sta muovendo l'attività di ricerca di Apo Conerpo. Macro-aree che possiamo, sostanzialmente, condensare in **5 filoni**:

- 1.** miglioramento genetico;
- 2.** tecniche agronomiche e di gestione del prodotto;





Ciò che seguirà nelle prossime pagine, quindi, non ha pretesa di esaustività ma vuole dare **una prima visione d'insieme dell'impegno che la nostra OP ha messo in campo** e porta avanti quotidianamente con l'obiettivo di fornire ai nostri soci produttori strumenti, informazioni, tecniche e soluzioni che permettano di affrontare le criticità quotidiane incontrate in campo. Immaginiamo questo primo intervento sintetico come una panoramica generale che prelude a un percorso che ci accompagnerà **nei prossimi numeri di Ortofrutta Notizie**, dove verranno inseriti approfondimenti relativi ai temi di ricerca e sperimentazione di maggiore interesse, con focus su specifici progetti.

1

Nelle foto, alcune immagini dei progetti di ricerca portati avanti da Apo Conerpo in questi anni

MIGLIORAMENTO GENETICO

L'attività relativa al fronte del miglioramento genetico delle produzioni viene condotta da **New Plant** (società consortile tra Apo Conerpo, Apofruit ed Orogel Fresco che da 24 anni effettua ricerche nell'ambito varietale per conto dei propri soci): in questa macroarea troviamo **i progetti afferenti al settore dell'innovazione varietale** dal quale hanno avuto origine, tra le altre, cultivar come Dofi Sandra e Bora per le drupacee, Falstaff per il pero, Dulcis per l'actinidia (la **tabella 1** riporta, in sintesi, i progetti, le finalità e gli enti scientifici coinvolti). ➔

- 3.** difesa fitosanitaria da patogeni, parassiti e malerbe;
- 4.** agricoltura di precisione;
- 5.** sostenibilità delle produzioni ortofrutticole.

TAB. 1 MIGLIORAMENTO GENETICO

PROGETTI	FINALITÀ	ENTI SCIENTIFICI
	Individuare, per ciascuna specie studiata, varietà con le caratteristiche richieste dalla produzione e dal mercato, e in particolare:	 Unimi, UniBO, UniUD, Crea OFA Forlì
Actinidia	Kiwi a polpa verde, gialla o rossa di elevata qualità e produttività. Ottimizzazione di impollinatori e portinnesti, individuazione cv a ridotto fabbisogno in freddo.	
Pesce e albicocco	Frutti con qualità organolettica ed estetica, caratteri stony hard e slow softening, resistenza o tolleranza a Sharka e Monilia, rusticità, fioritura tardiva, basso fabbisogno in freddo.	
Ciliegio	Frutti di elevata qualità merceologica, produttività costante e ridotta suscettibilità alle avversità biotiche e abiotiche, tolleranza al cracking.	
Susino	Nuove cv di susino europeo o cino-giapponese in linea con gli attuali standard di mercato (buona pezzatura, gusto dolce), produttivi e resistenti ai fitoplasmi e alle batteriosi.	
Melo e pero	Varietà produttive e con caratteristiche qualitative elevate, resistenza genetica a Venturia inaequalis, a Erwinia amylovora e Stemphylium vesicarium.	
Fragola	Varietà pienamente adattate agli ambienti pedoclimatici dell'Emilia-Romagna e in generale del Nord Italia, produttive, rustiche e di elevata qualità.	

**TAB. 2** TECNICHE AGRONOMICHE E DI GESTIONE DEL PRODOTTO

PROGETTI	FINALITÀ	ENTI SCIENTIFICI
Tecniche innovative per la coltura del pero	Ottimizzare le strategie di gestione del suolo e di difesa fitosanitaria e predisporre linee guida aggiornate per la tecnica di impianto, la scelta dei portainnesti, la gestione del suolo e della pianta, le fertilizzazioni, la tecnica irrigua, i trattamenti fitosanitari e la gestione delle partite in magazzino.	UniBO, Unapera, Fond.Navarra, Agri2000Net, Astra
Benessere radicale di pero e kiwi	Sviluppo ed efficienza degli apparati radicali di pero e kiwi e messa a punto di strategie che favoriscano l'esplorazione e l'assorbimento dei nutrienti; efficacia di pratiche agronomiche - apporto di complessi microbici, biochar, compost e zeoliti - e trattamenti alla pianta con biostimolanti per rendere la pianta più resistente ai cambiamenti climatici.	PoliMarche, UniFE
Mezzi di protezione dalle gelate tardive	Valutazione in campo dei diversi sistemi antibrina disponibili sul mercato e verifica dell'efficacia (in termini di gradi Celsius guadagnati rispetto al testimone aziendale), dell'uniformità di protezione, dei tempi di utilizzo e dei costi di esercizio.	UniBO, CER, Crea
Innovazioni biotecnologiche nel postraccolta	Consolidamento di un servizio di assistenza tecnica agli stabilimenti ortofrutticoli, per la prevenzione ed il contenimento di malattie ad insorgenza post-raccolta, definizione della finestra di raccolta delle pere Abate, individuazione dei fattori che predispongono le partite al riscaldamento e prove di stoccaggio in RN, AC e DCA delle principali specie ortofrutticole.	UniBO
Ottimizzazione della gestione del peperone	Miglioramento della gestione della produzione del peperone Cornelio Valfrutta, dal campo al magazzino, compresa la gestione delle spedizioni e le tipologie di confezionamento.	Agri2000Net
Fragola: confronto varietale e ottimizzazione della nutrizione	Confronto di diverse cultivar di fragola adatte all'areale campano e diverse strategie di nutrizione minerale ed organica finalizzate alla crescita delle rese e del miglioramento qualitativo del prodotto.	Agri2000Net

TECNICHE AGRONOMICHE E DI GESTIONE DEL PRODOTTO

Una parte importante dell'attività di ricerca e sperimentazione è dedicata al miglioramento delle tecniche agronomiche e della gestione del prodotto lungo le diverse fasi della filiera. L'obiettivo è individuare **soluzioni concretamente trasferibili alle aziende agricole e alle strutture di lavorazione**, capaci di rispondere sia a criticità ormai strutturali sia a problematiche emergenti legate all'evoluzione delle condizioni produttive e climatiche. Le attività attualmente in corso spaziano quindi dalla ricerca di possibili risposte ad alcune delle difficoltà che si osservano in campo - come i fenomeni di **deperimento** e **moria** che interessano pero e kiwi o la crescente esposizione delle colture al rischio delle **gelate tardive** - fino alla messa a punto di tecniche di coltivazione più efficaci e resilienti.

Rientrano in questo ambito, ad esempio, gli studi dedicati alla gestione del suolo e dell'apparato radicale, alla nutrizione e all'irrigazione, alla scelta varietale e dei portainnesti e alla verifica dell'efficacia dei diversi sistemi di protezione

disponibili. La sperimentazione prosegue poi lungo la filiera, affrontando aspetti legati alla **qualità e alla gestione del prodotto dopo la raccolta** (nella **tabella 2** la sintesi dei principali progetti in corso).

AGRICOLTURA DI PRECISIONE

L'opportunità offerta dalla sensoristica e dagli **strumenti di supporto alle decisioni (DSS) in ambiti diversi** - dal volume e dalla durata dell'intervento irriguo all'esecuzione dei trattamenti fitosanitari - è particolarmente preziosa perché affianca l'imprenditore nella conduzione aziendale, fornendo indicazioni utili per pianificare le attività e simulare scenari futuri (la **tabella 3** riassume per sommi capi i diversi progetti di ricerca in corso).

Alcuni di questi sistemi sono oggi oggetto di specifiche attività di ricerca, nelle quali la conduzione "aziendale" viene messa a confronto con quella supportata dai DSS, per verificarne affidabilità, efficacia e semplicità di applicazione. Le sperimentazioni riguardano in particolare **l'irrigazione di precisione** su diverse



TAB. 3 AGRICOLTURA DI PRECISIONE

PROGETTI	FINALITÀ	ENTI SCIENTIFICI
Irrigazione di precisione su kiwi e noce	Efficienza ed efficacia di un innovativo sistema di irrigazione basato su griglie di sensori bi- e tri- dimensionali che permettano di monitorare il volume di suolo occupato dall'apparato radicale e di gestire in modo automatico l'irrigazione al fine di mantenere un livello ottimale di umidità.	UniBO
Irrigazione di precisione del pero	Aggiornamento del fabbisogno irriguo del pero alla luce dei cambiamenti climatici, comparazione delle prestazioni dei diversi sistemi irrigui in merito alla bagnatura della rizosfera, irrigazione di precisione automatizzata e sistema di alert che segnala quando si raggiungono le temperature limite alle radici.	UniBO, CER, Astra
Irrigazione di precisione su pomodoro da industria	Definire e favorire l'adozione di nuovi sistemi di irrigazione e fertirrigazione razionale e l'utilizzo di sistemi di supporto decisionale e della sensoristica al fine di migliorare la produzione orticola sia a livello produttivo che qualitativo con un uso più razionale della risorsa idrica.	CER
Irrigazione di precisione del ciliegio in coltura protetta	Aggiornamento del fabbisogno irriguo del ciliegio in coltura protetta in cerseti provvisti di telo anticracking, valutazione di volumi irrigui e tempi di somministrazione, influenza su produttività e qualità.	Crea OFA Forlì
S4O Smart Specialized Stonefruit Orchard	Pescheto tecnologico nel quale l'agritecnico fornisce l'energia che alimenta un rover a guida autonoma che effettua i rilievi in campo. La sensoristica supporta un impianto irriguo per la difesa antibrina, l'irrigazione e i trattamenti fitosanitari a punto fisso: osservazioni su prestazioni della tecnologia e sulla adattabilità alle nostre aziende agricole.	UniBO, CER

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

TAB. 4 DIFESA FITOSANITARIA DA PATOGENI, PARASSITI E MALERBE

PROGETTI	FINALITÀ	ENTI SCIENTIFICI
Approcci innovativi per la difesa delle colture	Valutazione su impianti frutticoli (pomacee, drupacee ed actinidia) dell'efficacia di biostimolanti rispetto ai parametri vegeto-fisiologici, alla comunità microbica della rizosfera e alla tolleranza delle piante ai fattori di stress.	UniBO, Astra
Strategie di difesa avanzate negli ecosistemi ortofrutticoli	Approfondimento delle interazioni tra biostimolanti, pianta e microbioma, valutazione dell'utilizzo di microrganismi, biostimolanti e strategie di gestione per il ripristino di stanchezza del suolo su diverse colture; definizione dei protocolli operativi per prodotti a basso impatto ambientale.	UniNA, Astra
Difesa pomacee e actinidia	Monitoraggio, modelli previsionali e strategie di difesa nei confronti di: afide grigio e afide lanigero del melo, cecidomia dei frutti del pero, antracnosi del melo (Glomerella/Colletotrichum), cocciniglia bianca dell'actinidia; utilizzo dei droni (in collaborazione con il SFR) per esecuzione dei trattamenti.	Astra, Consorzio Agrario di RA
Difesa del pero con geomateriali	Messa a punto di linee tecniche innovative per la coltivazione del pero, sia in regime biologico che in convenzionale, basate sull'impiego di geomateriali per il controllo di cimice asiatica e maculatura bruna.	PoliMarche
Difesa drupacee	Strategie di difesa con prodotti alternativi, monitoraggio ed ottimizzazione del timing di intervento per Afide verde, Forficula, Contarinia pruniflorum, NAB del noce.	Astra, Consorzio Agrario di RA
Difesa orticole innova orto	Valutazione di alternative ai presidi fitosanitari: sostanze di base, induttori di resistenza, corroboranti, biostimolanti, agenti di biocontrollo; tecniche agronomiche e resistenze genetiche.	Astra
Approcci innovativi per la difesa dalla cimice asiatica	Prove di difesa tramite prodotti che esplicano un effetto repellente sull'insetto.	
Protezione del noce da batteriosi e NAB	Protocolli di difesa integrata contro la batteriosi del noce basati su rame, prodotti fitosanitari, biologici ed innovativi; strategie di contenimento della Sindrome della Noce Nera, relazione con condizioni climatiche e consorzi fungini.	Astra

colture, dal pero al kiwi, dal noce al ciliegio e al pomodoro da industria, con l'obiettivo di adeguare gli apporti idrici alle reali esigenze della pianta e alle condizioni ambientali. A queste si affiancano esperienze più avanzate di **"frutteto intelligente"**, nelle quali **sensoristica, automazione e sistemi previsionali** vengono integrati per rendere sempre più puntuale la gestione agronomica.

DIFESA FITOSANITARIA DA PATOGENI, PARASSITI E MALERBE

In questo caso ci troviamo di fronte a un tema molto "caldo" per i produttori che fronteggiano da anni un inesorabile incremento dei danni causati da patogeni, parassiti e malerbe: l'uscita di scena di molecole storicamente efficaci e le mutate condizioni climatiche hanno di fatto favorito la diffusione e in alcuni casi la recrudescenza di problematiche fitosanitarie di campo. **I progetti che riguardano la difesa sono numerosi** e comprendono sperimen-

tazioni per la messa a punto delle strategie e del timing di trattamento, nonché approcci innovativi come l'uso combinato di **induttori di resistenza, biostimolanti, consorzi microbici e agenti di biocontrollo** per proteggere la pianta rendendola meno suscettibile a patogeni e parassiti (la **tabella 4** riassume l'impegno di Apo Conerpo su questo fronte).

SOSTENIBILITÀ DELLE PRODUZIONI ORTOFRUTTICOLE

L'ultimo fronte - ma non per importanza - che vede l'impegno di Apo Conerpo è quello relativo al sempre più cruciale tema della sostenibilità (vedi **tabella 5**). **La conoscenza dell'impronta ambientale delle produzioni ortofrutticole e della sua evoluzione nel tempo** rappresenta un elemento sempre più importante, anche in risposta alla crescente attenzione dei clienti e del mercato verso gli aspetti ambientali delle produzioni. Negli ultimi anni, i progetti dedicati alla sostenibilità hanno assunto un orientamen-



TAB. 5 SOSTENIBILITÀ DELLE PRODUZIONI ORTOFRUTTICOLE

PROGETTI	FINALITÀ	ENTI SCIENTIFICI
Carbon Farming	Applicazione di pratiche agricole rigenerative orientate al carbon farming su diverse colture ortofrutticole: riduzione delle emissioni di CO ₂ derivanti dalle attività agricole, sequestro del carbonio nel suolo e nella vegetazione, miglioramento di fertilità e struttura del terreno, del drenaggio dell'acqua, della protezione dall'erosione e della conservazione della biodiversità.	UniCattolica PC
Climate Farm Demo	Rilievo dati, calcolo e validazione delle emissioni (in gran parte consumi di carburante, di elettricità e di mezzi tecnici) imputabili alla coltivazione di ortofrutticoli, influenza dell'applicazione di buone pratiche agricole nella riduzione dell'impronta ambientale. Definizione di funzione ecosistemica.	IDELE - FR
Climate Smart Advisors	Promozione di pratiche sostenibili attraverso la formazione e la condivisione di temi cruciali quali la gestione dell'acqua, della fertilità del suolo, la protezione dall'erosione, la conservazione della biodiversità e lo stoccaggio del carbonio nel suolo e nelle colture con tecnici e consulenti del settore.	ILVO - BE

to sempre più rivolto alla **valorizzazione delle pratiche con funzione ecosistemica**, capaci cioè di incidere sull'assorbimento del carbonio, sul ciclo dei nutrienti e sulla vitalità microbiologica del suolo. In questa direzione si inseriscono attività dedicate al **Carbon Farming** e progetti europei che puntano a individuare e diffondere

pratiche agricole capaci di coniugare produttività, adattamento al cambiamento climatico e riduzione dell'impatto ambientale. Un percorso che affianca alla sperimentazione anche il **trasferimento delle conoscenze alle imprese**, per rendere sempre più concrete e applicabili le soluzioni individuate. 



SPECIALIZZATO NELL'ORTOFRUTTA

Una piattaforma progettata attorno ai processi reali della filiera, non adattata da altri settori.



TECNOLOGIA MICROSOFT

Sicurezza senza compromessi: Cloud, scalabilità e innovazione continua.



UN'UNICA PIATTAFORMA

Processi e informazioni dialogano senza interruzioni.



DATI IN TEMPO REALE

Tutte le informazioni sempre disponibili per governare attività, margini e performance.



AUTOMAZIONE CHE GENERA VALORE

Meno attività manuali, meno errori, più tempo per le decisioni strategiche.



ESPERIENZA GLOBALE, FLESSIBILITÀ LOCALE

Una soluzione che si modella sui processi aziendali, evitando rigidità e personalizzazioni complesse.

La prima software suite gestionale studiata e progettata per il settore ortofrutticolo



ANDARE OLTRE LA SINGOLA CAMPAGNA PER RIDARE CENTRALITÀ ALLA QUALITÀ

CoAgri, la conoscenza per costruire il futuro

Alessandro Pantani

IL POMODORO DA INDUSTRIA, I CEREALI DI PREGIO, LA COLLABORAZIONE CON LE UNIVERSITÀ, LA CAPACITÀ DI CONSIGLIARE AI SOCI SCELTE PONDERATE E UNA POSIZIONE CHIARA PER LA COOPERATIVA MAREMMANA

La sfida dell'agricoltura dei prossimi anni potrebbe partire da un gesto apparentemente controintuitivo: **guardare indietro**. Non per rinunciare all'innovazione ma per dare valore alla storia, recuperando quel patrimonio di conoscenze agronomiche che per generazioni ha consentito agli agricoltori di conoscere profondamente il terreno, rispettare le rotazioni, interpretare le stagioni e scegliere le varietà più adatte. Per poi mettere quel patrimonio a disposizione delle tecnologie, della ricerca scientifica e di un mercato profondamente cambiato. È da qui che **Gianluca Giovannetti, direttore di CoAgri - Cooperativa Agricoltori e Produttori Ortofrutticoli di Grosseto**, parte per raccontare la cooperativa e, soprattutto, la direzione tracciata per il futuro.

“La generazione precedente conosceva la biologia del terreno, sapeva quando lavorarlo, aveva ben presente l'importanza delle rotazioni e del rapporto con la sostanza organica ed era consapevole che il terreno era un'entità vivente. Negli ultimi decenni spesso si è pensato, anche per la riduzione della manodopera, che le macchine potessero in qualche modo sostituire una parte di quella conoscenza. **Non è così**”. Una riflessione che diventa ancora più urgente mentre il clima rende meno prevedibili le sta-

gioni e moltiplica le variabili con cui le aziende devono confrontarsi. **“Innovazione e tecnologia sono indispensabili** ma acquistano valore solo se inserite in una solida cultura agronomica”.

È anche su questa convinzione che CoAgri costruisce oggi il proprio ruolo nei confronti di una base sociale composta da **circa 150 soci**, molto eterogenea per dimensioni aziendali, con un patrimonio fondiario potenziale che il direttore stima nell'ordine dei **10-12 mila ettari**. Aziende grandi convivono con realtà medio-piccole e il tema del ricambio generazionale attraversa inevitabilmente anche la cooperativa: “Nelle imprese più strutturate il passaggio ai figli è spesso più semplice; in quelle di dimensioni inferiori, invece, la continuità è più complessa. **La questione, però, non è soltanto anagrafica**: riguarda anche il trasferimento del sapere e la capacità di offrire ai nuovi agricoltori strumenti con cui assumere decisioni corrette. La formazione continua della base produttiva per noi è fondamentale. Gli agricoltori ricevono sempre sollecitazioni da chi vende soluzioni tecniche o chimiche e noi dobbiamo aiutarli a costruire una propria capacità di giudizio, rimettere la conoscenza nella testa delle persone e far capire che l'agricoltura può essere fatta anche in maniera diversa rispetto a quanto fatto negli ultimi 30 anni”.



1

Nelle foto, la sede di CoAgri - Cooperativa Agricoltori e Produttori Ortofrutticoli a Grosseto, un campo di pomodoro da industria e uno di grano

Il **pomodoro da industria** è uno dei fulcri produttivi di CoAgri (che conferisce il prodotto dei soci a Conserve Italia) ma la cooperativa opera in un territorio agricolo molto più articolato e lavora anche nel **comparto cerealicolo**, in particolare sul **grano duro**, con scelte forti anche dal punto di vista delle strutture di stoccaggio: “Partiamo da silos già esistenti sul territorio, ponendoci, noi e i soci, al centro di una rete già esistente. Non avrebbe senso investire milioni per realizzare nuovi impianti quando nel territorio esistono strutture che possiamo utilizzare - osserva Giovannetti -. Il nostro compito è quello di essere una cabina di regia



mettendo al centro i contenuti qualitativi delle materie prime, lavorando al contempo su qualità organolettica e salubrità, per aumentare il valore aggiunto di ciò che i soci producono e smarcarsi dalle logiche del mercato globale”.

RIPARTIRE DALLA GENETICA AGRARIA

Un valore che CoAgri prova a costruire partendo dal prodotto. Sul grano, ad esempio, la cooperativa sta lavorando alla selezione di popolazioni capaci di unire qualità organolettica, caratteristiche nutrizionali e digeribilità, rusticità agronomica e semplicità di coltivazione. Un percorso nel quale entra il rapporto con il mondo universitario e della ricerca. Per Giovannetti, la **genetica agraria** rappresenta uno dei grandi patrimoni ancora in parte inespressi dell'agricoltura italiana. “Avremmo in mano una

Ferrari ma al momento è smontata: un patrimonio straordinario distribuito lungo tutta la Penisola, fatto di varietà, territori e conoscenze che devono essere riconnessi tra loro. **Il problema è riuscire a trasformarle in valore.** E qui entra in gioco la conoscenza, insieme alle università, che possono aiutarci con progetti mirati a individuare varietà arcaiche, tecniche e percorsi realmente utili alle imprese”. Con un obiettivo ben definito: “Produrre cibo buono e salubre”. Lo stesso sguardo va sul pomodoro da industria: “Non ci si deve accontentare di ragionare solo in termini di quantità e resa ma tornare a interrogarsi sulla genetica, sulle caratteristiche qualitative e sul gusto delle varietà disponibili. **Il pomodoro ha una storia straordinaria in Italia:** attingendo a patrimonio genetico e tradizione, possiamo individuare varietà valide e appetibili, capaci di dare maggiore valore aggiunto al prodotto. La differenza la fa riuscire a mettere a valore 4.000 anni di storia dell'agricoltura italiana e trasformare quella conoscenza in futuro”.

In questa prospettiva si inserisce **l'appartenenza al sistema Apo Conerpo e il rapporto con Conserve Italia.** Entrare a far parte di strutture di dimensione nazionale significa, secondo il direttore, mettere a disposizione di una cooperativa territoriale competenze e capacità che sarebbe difficile sviluppare singo-

lamente: “Fare parte del Gruppo ci mette a disposizione strumenti importanti. Se devi realizzare un investimento, sviluppare un piano operativo, affrontare una progettazione o costruire percorsi più ampi, hai alle spalle strutture capaci di sostenerti. **Questo è un valore aggiunto vero.**”

Un valore sul quale costruire il futuro, consci che il complesso scenario mondiale può offrire spazi che possono essere e vanno presidiati: “Di fronte a un mercato globale influenzato da diverse crisi e dove la qualità dei prodotti di tanti competitor esteri non è paragonabile alla nostra, **l'agricoltura nazionale deve lavorare su più fronti:** costruire una narrazione efficace, capace di valorizzare ciò che sappiamo fare e, al contempo, insistere sui nostri punti di forza. Possiamo contare su valori, conoscenze, etica del lavoro nel rispetto della terra. E conosciamo l'importanza della fatica, appresa - insieme a competenze uniche - nel corso della nostra lunghissima storia. In parallelo dobbiamo lavorare per incrementare sempre di più qualità organolettica, profumi e sapori, ma anche la salubrità del nostro prodotto e le sue qualità intrinseche. Questi elementi saranno le vere leve di marketing che ci permetteranno di conquistare il mercato grazie a ciò che il nostro prodotto sa esprimere. **Siamo convinti che sia la strada giusta.**”



DAL 2 GIUGNO LA NORMATIVA SI È INASPRITA, FACCIAMO IL PUNTO

Imballaggi e prodotti scaduti o revocati: cosa cambia nella gestione dei rifiuti

Maria Laura **Cantiani**
Ufficio tecnico Apo Conerpo

CON IL D.LGS. 81/2026 SI RAFFORZA LA TUTELA PENALE DELL'AMBIENTE: ANALIZZIAMO I PUNTI CHIAVE PER LE AZIENDE AGRICOLE

Nell'operatività quotidiana dell'azienda agricola capita che nel deposito dei fitofarmaci **si accumulano qualche prodotto "in sospeso"**: una confezione vuota, un prodotto scaduto o revocato che non si può più usare, un residuo di fine stagione. Materiale

che prima o poi va smaltito, ma che nel frattempo resta lì. Dal 2 giugno 2026 la normativa sulla gestione di questi rifiuti è stata inasprita in modo sensibile. Vale quindi la pena fare il punto su come stanno le cose, con qualche esempio e un riepilogo delle conseguenze cui si va incontro nei casi più comuni. Innanzitutto ci troviamo di fronte a **due normative ben diverse**. Finché un prodotto fitosanitario è utilizzabile, vale la normativa che conosciamo bene: etichetta, dosi, tempi di carenza. Ma nel momento in cui quel prodotto - o il suo imballaggio - diventa un rifiuto, si applica una disciplina diversa: quella sulla gestione dei rifiuti. Ed è proprio qui che si concentrano gli errori più frequenti, spesso non per superficialità ma perché il confine tra le due normative non è sempre scontato.

L'imballaggio vuoto del fitofarmaco può essere gestito in due modi:

✓ **se bonificato correttamente** (ad esempio mediante triplice risciacquo, quando previsto in etichetta), va conferito come rifiuto speciale attraverso i canali autorizzati e non può essere riutilizzato per altri scopi né abbandonato nell'ambiente;

✓ **se non bonificato**, contenente ancora residui di prodotto, va gestito come rifiuto speciale pericoloso e conferito solo a soggetti autorizzati alla raccolta.

La distinzione è utile ai fini della lettura della norma: le sanzioni penali per un'eventuale violazione sono molto differenti nel caso riguardino rifiuti speciali non pericolosi o pericolosi (**vedi Tab. 1**). Resta il fatto che rimandare lo smaltimento a tempo indeterminato è ormai un rischio da non sottovalutare. **Questi obblighi valgono per qualsiasi azienda agricola**, indipendentemente da chi effettua manualmente le operazioni, titolare o familiari.

SMALTIMENTO IMBALLAGGI

(tratto da SDS OnDemand, Image Line)

T A B E L L A	VIOLAZIONE	SANZIONI PENALI	ALTRI PROVVEDIMENTI
	Abbandono o deposito incontrollato di imballaggi nell'ambiente o nelle acque superficiali e profonde	Rifiuti non pericolosi se l'autore è titolare di impresa o responsabile di ente: arresto da 6 mesi a 2 anni oppure ammenda da 3.000 a 27.000 € Rifiuti pericolosi: reclusione da 1 a 5 anni e mezzo	Obbligo di rimozione, avvio al recupero o smaltimento e ripristino dello stato dei luoghi
	Gestione non autorizzata dei rifiuti (raccolta, trasporto e smaltimento imballaggi)	Rifiuti non pericolosi: arresto da 3 mesi a 1 anno oppure ammenda da 2.600 a 26.000 €; Rifiuti pericolosi: reclusione da 1 a 5 anni	
	Miscelazione vietata di imballaggi pericolosi con altri rifiuti o materiali	Arresto da 6 mesi a 2 anni oppure ammenda da 2.600 a 26.000 €	
	Inosservanza delle prescrizioni: violazione delle prescrizioni contenute nell'autorizzazione, iscrizione o comunicazione per la gestione dei rifiuti	Rifiuti non pericolosi: arresto da 2 a 6 mesi oppure ammenda 2.000-18.000 € Rifiuti pericolosi: reclusione da 6 mesi a 3 anni	
	Bruciatura degli imballaggi (combustione illecita dei rifiuti)	Reclusione da 2 a 5 anni (prodotti non pericolosi) oppure da 3 a 6 anni (prodotti pericolosi)	





SMALTIMENTO FITOSANITARI REVOCATI O CON AUTORIZZAZIONE SCADUTA (tratto da SDS OnDemand, Image Line)

**T
A
B
E
L
L
A

2**

VIOLAZIONE

SANZIONI

(amministrative e penali)

ALTRI

PROVVEDIMENTI

Impiego di prodotto fitosanitario revocato o scaduto oltre il periodo consentito

Sanzione amministrativa: **da 1.000 a 10.000 €**

Revoca dell'abilitazione nei casi previsti dal PAN

Il prodotto fitosanitario divenuto rifiuto **non viene correttamente separato e identificato nel deposito**

La condotta può assumere rilevanza penale se non sono rispettate le condizioni del deposito temporaneo e viene integrata una gestione non autorizzata di rifiuti

Obbligo di corretta gestione e avvio a recupero/smaltimento secondo il TUA

Gestione non autorizzata di rifiuti fitosanitari

Rifiuti non pericolosi: arresto da 3 mesi a 1 anno oppure ammenda da 2.600 a 26.000 €
Rifiuti pericolosi: reclusione da 1 a 5 anni

Se commessa mediante veicolo a motore, nei casi previsti: sospensione patente 3-9 mesi e confisca del mezzo

Abbandono di rifiuti fitosanitari pericolosi da parte di titolari di imprese e responsabili di enti

Reclusione da 1 a 5 anni e 6 mesi

Conferimento a soggetti privi della prescritta autorizzazione o gestione diretta senza autorizzazione

Rifiuti non pericolosi: reclusione 6 mesi a 3 anni
Rifiuti pericolosi: reclusione da 1 a 5 anni

Nei casi previsti dalla legge, sospensione patente e confisca del mezzo

Combustione illecita di rifiuti fitosanitari

Rifiuti non pericolosi: reclusione da 2 a 5 anni
Rifiuti pericolosi: reclusione da 3 a 6 anni

Confisca dei mezzi utilizzati nei casi previsti; ulteriori aggravamenti nei casi stabiliti dalla legge

Sostanze ozono-lesive: produzione, immissione sul mercato, importazione, esportazione, uso o rilascio abusivi

Reclusione da 2 a 5 anni + da 10.000 a 80.000 €

Fatti salvi i prodotti agricoli già autorizzati dalla normativa vigente

Gas fluorurati: produzione, importazione o esportazione abusiva

Arresto da 6 mesi a 1 anno oppure **ammenda 10.000-150.000 €**

Gas fluorurati: immissione sul mercato, uso o rilascio abusivo

Arresto da 2 a 6 mesi oppure **ammenda 1.000-50.000 €**



Un prodotto fitosanitario può non essere più utilizzabile perché la sua autorizzazione è stata revocata, non rinnovata o è comunque divenuta non più valida. Il relativo provvedimento stabilisce, quando previsto, **i termini entro i quali le scorte possono essere commercializzate, immagazzinate e utilizzate.** Il periodo di tolleranza non è automatico e può non essere concesso, in particolare nei casi legati alla tutela della salute umana, animale o dell'ambiente. Superato il termine di utilizzo eventualmente previsto, il prodotto non può più essere impiegato e **deve essere gestito come rifiuto**, correttamente classificato secondo la normativa vigente. Da quel momento va identificato e tenuto separato dai prodotti ancora utilizzabili, in attesa del conferimento a un soggetto autorizzato. Il deposito temporaneo è ammesso nel rispetto delle condizioni previste dalla legge, compresi i limiti temporali e quantitativi. **Se tali condizioni non sono rispettate, la gestione può**

assumere rilevanza penale. Quando un prodotto viene revocato o la sua autorizzazione non viene rinnovata, è quindi necessario verificare il relativo provvedimento per conoscere l'eventuale data ultima di utilizzo. **Fino a quel termine il prodotto può essere impiegato nel rispetto dell'etichetta e delle condizioni autorizzate;** dal giorno successivo non può più essere utilizzato. È questa la data a cui fare riferimento per capire quando un prodotto smette di essere un fitosanitario e diventa un rifiuto, non la percezione soggettiva che "sia ancora buono".

Un aspetto delicato è **il trasporto dei rifiuti fitosanitari verso i centri o i soggetti autorizzati.** In via generale, l'impresa agricola che trasporta in conto proprio i rifiuti da essa prodotti deve essere iscritta all'Albo Nazionale Gestori Ambientali nella categoria 2-bis, secondo le condizioni previste dalla normativa. Esistono tuttavia **specifiche deroghe per gli imprenditori agricoli**, tra cui il trasporto dei propri

rifiuti all'interno del territorio provinciale o regionale per il conferimento nell'ambito di un circuito organizzato di raccolta. Sono inoltre previste specifiche semplificazioni per determinati conferimenti occasionali e saltuari. **Vale la pena verificare con la propria cooperativa** quali canali sono attivi sul territorio.

Il punto principale del quadro sanzionatorio è che alcune condotte - l'abbandono di rifiuti, la gestione non autorizzata o la gestione di rifiuti al di fuori delle condizioni previste per il deposito temporaneo - possono configurare **reati con pene detentive, anche significative, e non solo sanzioni amministrative (vedi Tab. 1 e Tab. 2).** Per un'azienda che gestisce già il deposito con criterio - imballaggi smaltiti con regolarità, prodotti non più utilizzabili separati e identificati, nessun accumulo oltre i limiti del deposito temporaneo - la sostanza del lavoro quotidiano non cambia. Cambia il margine di errore, che si è ristretto.



Fondamentale la collaborazione tra Organizzazione di Produttori e Industria

Pomodoro da industria: governare insieme una campagna in salita

Tommaso Faggioli
Ufficio industria Apo Conerpo

In uno scenario particolarmente sfidante si è dimostrato sempre più cruciale il valore della programmazione e della collaborazione con la filiera

È una campagna partita in salita quella del **pomodoro da industria** e che, a poche settimane dalla conclusione, continua a essere caratterizzata da numerosi aspetti sfidanti. Per un bilancio complessivo sarà necessario attendere la chiusura delle operazioni di raccolta e la disponibilità dei dati definitivi, ma attualmente **è già possibile delineare i contorni di una stagione particolarmente complessa**, nella quale la filiera si è trovata a fare i conti con fattori economici, di mercato e climatici che hanno inciso significativamente sull'andamento produttivo.

Da un lato, il comparto continua a operare in uno scenario segnato dal forte aumento dei costi dell'energia e delle materie prime e da un quadro internazionale caratterizzato da grande instabilità e discontinuità. **Dinamiche che si riflettono anche sui mercati e sui consumi**, rendendo ancora più importante un'attenta pianificazione delle produzioni e della loro destinazione. Dall'altro, il **fattore climatico** come sempre gioca un ruolo determinante. L'estate del grande caldo ha sottoposto le coltivazioni a condizioni particolarmente impegnative mentre, per quanto riguarda le aree produttive di riferimento di Apo Conerpo, **più del 50% degli ettari sono stati colpiti da eventi grandinigeni e piovosi molto intensi**, e concentrati in pochi giorni, che hanno avuto conseguenze rilevanti sull'andamento delle colture. Una combinazione di



condizioni che ha contribuito a rendere ancora più difficile il raggiungimento dei livelli produttivi potenziali. Anche quest'anno, dunque, non si arriverà alla piena produzione.

In questo scenario, la sfida non è stata soltanto quella di fronteggiare le criticità ma soprattutto di provare a governarle. **Per Apo Conerpo questo ha significato lavorare sulla programmazione dei**

trapianti, cercando di mantenere il più possibile l'equilibrio tra le esigenze produttive e quelle dell'industria, e impegnarsi nella definizione degli accordi con il comparto industriale. Particolare attenzione è stata dedicata alla **difesa dell'accordo quadro e del prezzo**, così come alla **gestione dei contratti** e alla successiva **collocazione del prodotto disponibile**, anche alla luce della definizione del programma di Conserve Italia. Un lavoro

che assume ancora maggiore valore in una stagione nella quale quantità e condizioni produttive hanno richiesto continui adattamenti.

Il punto centrale è proprio **la capacità della filiera di affrontare insieme una situazione complessa**. La collaborazione tra Organizzazione dei Produttori e industria si è rivelata fondamentale per cercare di programmare al meglio quanto possibile. Una sinergia che ha avuto in **Conserve Italia** un interlocutore fondamentale e che ha permesso di affrontare la campagna non limitandosi a subire gli effetti di un contesto difficile, ma cercando di mantenere una direzione condivisa. Il quadro definitivo, con **i dati sui cali produttivi del convenzionale e del biologico** e il bilancio complessivo della campagna, sarà naturalmente affidato alla conclusione della raccolta. Quello che emerge già oggi è però il valore della programmazione e della collaborazione con la filiera industriale: strumenti indispensabili per affrontare un settore nel quale alle dinamiche di mercato si sommano, con frequenza crescente, quelle legate al clima e alla disponibilità delle risorse.

**ORTOFRUTTA
NOTIZIE**
apo conerpo
DAL 1967 ORTOFRUTTA PER TRADIZIONE

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

Direttore Responsabile: Alessandro Pantani

Editore: Tecniche Nuove Spa

Via Eritrea, 21 - 20157 Milano - Tel. 02390901 | 023320391
Roc n. 6419 (delibera 236/01/Cons del 30.6.01
dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni)

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:

Boccia Industria Grafica SpA
Via Tiberio Claudio Felice, 7 | 84131 Salerno (SA)
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.

Made in Italy e filiera cooperativa

Cirio compie 170 anni: una storia che nasce nei campi

Giò Castagnoli

Centoseventant'anni di storia, con un filo rosso che parte dalla terra e arriva sulle tavole dei consumatori. **Cirio celebra nel 2026 un anniversario importante** confermandosi uno dei marchi simbolo dell'agroalimentare italiano. Una storia iniziata nel 1856 e che da oltre vent'anni prosegue all'interno di Conserve Italia, dove la forza e la notorietà del brand sono messe al servizio di una filiera cooperativa interamente italiana e delle produzioni conferite dai soci agricoltori. Fondato a Nizza Monferrato da **Francesco Cirio**, tra i pionieri dell'industria alimentare moderna, il marchio ha accompagnato lo sviluppo dell'agricoltura e dell'industria conserviera nazionale. Fin dalle origini, l'intuizione è stata quella di valorizzare le produzioni agricole attraverso la trasformazione, la conservazione e la commercializzazione, portando il pomodoro italiano e altri prodotti della terra anche sui mercati internazionali.

Dal 2004 Cirio fa parte di Conserve Italia, consorzio cooperativo agroalimentare che riunisce oltre 14.000 produttori agricoli. L'ingresso nel Gruppo ha aperto un nuovo capitolo di questa lunga storia: un grande marchio italiano è diventato uno strumento attraverso il quale dare valore alla materia prima conferita dai soci, garantendo uno sbocco commerciale alle produzioni e contribuendo così alla sostenibilità economica delle aziende agricole e dei territori in cui operano. Il legame è particolarmente evidente nella filiera del pomodoro da industria. La materia prima viene coltivata nelle principali aree vocate italiane, **dall'Emilia-Romagna alla Puglia passando per Toscana e Lazio**, e trasformata negli stabilimenti di Conserve Italia in tempi rapidi dopo la raccolta. Un'organizzazione che permette di controllare il percorso dal campo al prodotto finito, assicurando tracciabilità e qualità, e valorizzando il lavoro svolto dagli agricoltori durante tutto l'anno.

Ma la presenza di Cirio non si limita al pomodoro. Accanto a polpe, passate e salse, il marchio comprende anche legumi e cereali, portando sugli scaffali diverse espressioni della produzione agricola nazionale. Prodotti destinati sia al mercato italiano sia all'estero, dove si realizza circa la metà delle vendite Cirio: una dimensione internazionale che consente alla filiera cooperativa di

Lo storico marchio, dal 2004 parte di Conserve Italia, continua a valorizzare il pomodoro e le produzioni vegetali italiane conferite dai soci agricoltori del Gruppo cooperativo



raggiungere consumatori in numerosi Paesi. "Cirio rappresenta un esempio concreto di come un grande marchio possa nascere dall'agricoltura e continuare a generare valore per i produttori - **sottolinea Pier Paolo Rosetti, direttore generale di Conserve Italia** -. Dietro ogni prodotto c'è il lavoro dei nostri soci, una filiera organizzata e controllata che consente di portare sul mercato qualità e identità italiana". "Questo anniversario - conclude Rosetti - è l'occasione per celebrare uno dei marchi storici più longevi d'Italia ma ci permette anche di guardare al futuro dell'agricoltura. In un mercato sempre più competitivo, aggregare l'offerta, trasformare le produzioni e portarle ai consumatori attraverso marchi riconosciuti significa rafforzare il potere della filiera agricola. È la funzione che Cirio continua a svolgere all'interno di Conserve Italia: **trasformare il valore prodotto nei campi dei soci in valore per l'intero sistema cooperativo**".

1

A sinistra, il direttore generale di Conserve Italia, Pier Paolo Rosetti.

Qui sopra, la limited edition della linea Cirio Alta Cucina dedicata ai 170 anni del marchio e le gamme in vetro e lattina dei legumi

Il punto del direttore commerciale Italia di Alegra

Bucchi: “Mercati all’ingrosso, presidio ancora strategico”

Per il Gruppo Alegra sono un canale importante, in particolare per lo sviluppo di specifici progetti



1

Nella foto, una referenza di Valfrutta Fresco dedicata ai mercati all’ingrosso. Nel tondo, Enrico Bucchi, direttore commerciale Italia di Alegra



Un canale strategico, nel quale affondano le radici del Gruppo, un crogiolo di relazioni, un banco di prova per progetti premium: “I mercati all’ingrosso rappresentano circa il 15% del fatturato commerciale del Gruppo Alegra - spiega Enrico Bucchi, direttore commerciale Italia di Alegra e direttore generale di Valfrutta Fresco in una recente intervista rilasciata a MyFruit -, continuano a rappresentare un presidio strategico nel rapporto con partner e consumatori e rappresentano una leva molto rilevante, sia nella valorizzazione di tanti prodotti e calibri, inclusi quelli più importanti, sia nella gestione di prodotti che non trovano spazio adeguato nel mondo più standardizzato della Gdo”. Ma quello dei mercati è un canale che risponde a precise logiche, andate trasformandosi nel tempo: **“Non è più un luogo dove si va solo quando fa comodo: richiede strategia, continuità e presenza costante.** Non si può comparire e scomparire all’intero dei mercati né come azienda né come brand”.

Il Gruppo, in questi anni, ha selezionato partner specifici con cui creare relazioni solide ed efficaci selezionandoli sulla base della specializzazione ma anche misurandoli sulla capacità di costruire relazioni stabili: “Negli stand più strutturati spesso lavorano venditori specializzati o buyer dedicati ai singoli prodotti: per questo il rapporto non è solo commerciale, ma anche tecnico e informativo”. Dai mercati arrivano, infatti, anche informazioni quotidiane che permettono **una migliore e più efficace lettura della domanda, dei prezzi ma anche della percezione dei diversi prodotti.** Ed è in questi luoghi che alcuni prodotti - come kiwi, meloni, nettarine e pere - vedono ulteriormente valorizzate le proprie caratteristiche qualitative così come la costanza del prodotto, seppure con volumi necessariamente più contenuti rispetto ad altri canali.

Se nei mercati all’ingrosso sicuramente possono trovare valorizzazione i calibri più importanti

- in particolare per kiwi e pesche nettarine -, **il canale per il Gruppo è di rilevante importanza anche per lo sviluppo di specifici progetti premium,** specialmente nelle fasi di test commerciale, grazie alla competenza degli operatori e alla capacità di gestire referenze meno omologate. In questo senso, i mercati possono diventare veri incubatori di innovazione: “È il caso del **kiwi Dulcis**, per il quale i primissimi test sono stati condotti proprio sui mercati ortofrutticoli, a partire da Milano. E lo stesso vale per la **nettarina piatta Ondine**, uno dei primi progetti di drupacee lanciati con una presenza significativa su questo canale”.

Ma che futuro avrà questo canale, con l’evoluzione dei consumi? “I mercati non saranno identici a quelli di oggi ma continueranno ad avere un ruolo. Il canale ha perso quota in termini di volumi ma non ha perso competenza, presenza e capacità di interpretare prodotti e territori”. Ma dovrà esserci un cambiamento: **“Cambieranno orari, numerica dei mercati, infrastrutture, attrattività per i giovani e necessità di rendere più sostenibile il modello.** Il mercato è ancora un’ottima scuola per chi inizia a lavorare nel commercio dell’ortofrutta, perché mette subito a contatto con relazioni dirette, dinamiche reali e clienti specializzati”. Allo stesso tempo, il canale dovrà essere ripensato per diventare più attrattivo per le nuove generazioni e per rispondere a un contesto professionale in rapida trasformazione.

INQUADRA
IL QR CODE



Leggi
l’intervista
completa
su
MyFruit.it

Le condizioni del mercato impongono prudenza e programmazione

Pere, una campagna tutta da costruire

Matteo Contri

La campagna 2026-27 delle pere europee si apre con **una disponibilità complessivamente superiore rispetto allo scorso anno**, ma dentro uno scenario che resta articolato e competitivo. Secondo le previsioni presentate a **Prognosfruit**, la produzione Ue dovrebbe attestarsi a **1.946.482 tonnellate**, in crescita del **5,5%** rispetto alla stagione precedente e del **9,9%** sulla media degli ultimi tre anni, pur restando al di sotto del reale potenziale produttivo degli impianti. Per **l'Italia** la stima indica **347.325 tonnellate**, pari a un incremento del **17,4%** rispetto al 2025. Un recupero significativo, dopo una campagna particolarmente critica, che deve però essere letto con grande prudenza. La maggiore disponibilità di prodotto non elimina infatti **le difficoltà strutturali che la pericoltura italiana continua ad affrontare**, né semplifica automaticamente il confronto con gli altri Paesi produttori europei.

Il quadro continentale resta molto competitivo. **Belgio e Olanda**, in particolare, si presentano con produzioni di **Conference** nel complesso simili a quelle dello scorso anno, confermando un presidio importante su una delle varietà più rilevanti del mercato europeo. Anche per questo la nuova stagione si annuncia complessa, con dinamiche commerciali che richiederanno attenzione fin dalle prime fasi.

In **Italia** le prime varietà estive hanno risentito del caldo persistente registrato prima della raccolta, soprattutto sul fronte dei calibri. Anche la **Williams** si presenta con pezzature leggermente ridotte, sempre in ragione dell'andamento climatico, ma ha fatto registrare una resa produttiva superiore alle attese e leggermente migliore rispetto allo scorso anno in termini di quantità complessiva. Per **l'Abate Fetel**, la varietà più identitaria per Opera La Pera e per una parte importante della pericoltura emiliano-romagnola, la raccolta è in corso mentre Ortofrutta Notizie va in stampa. Le indicazioni finora disponibili delineano **rese superiori alle attese ed in recupero rispetto al 2025**, quando la situazione era stata particolarmente difficile, anche se il quadro complessivo dovrà essere confermato con il completamento della raccolta.

Manuel Manfredi, direttore di Opera La Pera: "Le stime indicano un recupero produttivo in Europa e soprattutto in Italia, ma il quadro resta complesso"



"La campagna è appena iniziata e va affrontata con grande prudenza - **sottolinea Manuel Manfredi, direttore di Opera La Pera** -. Abbiamo alcuni segnali produttivi migliori rispetto allo scorso anno ma non possiamo limitarci a leggere i volumi. La vera partita si giocherà sulla capacità di programmare, valorizzare il prodotto e accompagnare le diverse varietà in un mercato molto selettivo e competitivo". Il nodo principale riguarda infatti il mercato. "La partenza con le varietà estive sta incontrando consumi molto contratti su tutte le specie e una fortissima attenzione al prezzo, che rendono particolarmente complesse le vendite". **Per Opera La Pera la priorità sarà quindi gestire la campagna con equilibrio**, mantenendo alta l'attenzione su qualità, calibri, decumoli e posizionamento commerciale. Il tutto per valorizzare al meglio le produzioni dei soci, sia sul mercato nazionale che in chiave export. "Il recupero produttivo è un elemento importante, ma non sufficiente - conclude Manfredi -. In una fase di mercato così complessa, il valore va costruito giorno per giorno, **attraverso una gestione attenta del prodotto e una lettura puntuale della domanda**". La campagna è appena partita ed è ancora tutta da giocare. ●



1

Nel tondo, Manuel Manfredi, direttore di Opera La Pera. Sopra, una foto della raccolta delle pere nei campi dei soci di Opera

Il punto tra volumi, qualità e nuovi equilibri commerciali

Patate e cipolle, produzione e mercato cambiano passo

Alessandro Iasevoli

**Schiassi (Patfrut): “Rese migliori e qualità complessivamente buona”.
Lucchi (Naturitalia): “Quest’anno il mercato è più nelle nostre mani”**

1
Nella foto,
Gianluca
Schiassi,
direttore
commerciale
di Patfrut;
nel tondo,
Gianluca
Lucchi,
vicedirettore
di Naturitalia

Due prodotti, due scenari profondamente diversi. **Patate e cipolle aprono la nuova stagione con prospettive differenti**, ma con un punto in comune: la necessità di governare la nuova campagna attraverso programmazione, aggregazione e capacità commerciale. È il quadro che emerge dalle valutazioni di Patfrut, sul fronte produttivo, e di Naturitalia, società commerciale di riferimento della cooperativa.

Per **Patfrut** la nuova campagna pataticola parte da basi solide. “Abbiamo in conferimento circa 350 mila quintali di patata - **spiega Gianluca Schiassi, direttore commerciale di Patfrut** -. A raccolta ormai ultimata, possiamo dire che in Veneto è stata più sottotono, mentre Emilia e ferrarese hanno dato risultati migliori dello scorso anno. Complessivamente siamo soddisfatti e avremo più prodotto confezionabile di prima categoria”. Il giudizio positivo arriva dopo una stagione che ha garantito ai soci una liquidazione di **0,44 euro/kg** per la patata gialla, sopra il riferimento della Borsa Patate, con risultati ancora migliori per la Primura Dop di Bologna liquidata a **0,47 euro/kg**.

Sul mercato il quadro cambia nettamente rispetto al 2025. “Le stime che arrivano dalla Francia indicano molto meno prodotto d’Oltralpe e in tutta Europa la produzione è più scarsa - **osserva Gianluca Lucchi, vicedirettore di Naturitalia** -. L’Italia sembra avere qualcosa in più, almeno sui primi raccolti, ma i costi in campagna sono aumentati: i primi acquisti alla produzione mostrano **valori superiori di 10-15 centesimi** rispetto allo scorso anno e anche la Borsa Patate è partita su livelli più alti, una tendenza che potrebbe consolidarsi nelle prossime settimane. È quindi un mercato da governare: se lo scorso anno la Francia condizionava le quotazioni, quest’anno abbiamo più



spazio per costruire valore”. Naturitalia può inoltre contare su una campagna lunga tra Bologna e Viterbo e sta lavorando a nuove proposte, tra cui una patata a pasta soda.

Sul fronte **cipolle**, la nuova stagione porta invece un deciso incremento dell’offerta. “Le rese sono nettamente migliori rispetto allo scorso anno, con buona pezzatura e qualità complessivamente buona - illustra Schiassi -. Abbiamo anche più ettari e prevediamo **circa 130.000 quintali**. Sulla rossa e sulla bianca le temperature elevate hanno creato qualche difficoltà in campagna, ma il quadro resta positivo”.

L’abbondanza produttiva deve però conciliarsi con le dinamiche di mercato. “**Dovremo spingere di più** - afferma Lucchi -. La cipolla bianca è molto ricercata all’estero e stiamo lavorando su **Polonia e Regno Unito** per aprire nuovi canali sul fronte export: tra l’altro, dalle informazioni che ci arrivano dall’Europa, la produzione di cipolle non dovrebbe essere abbondante e quindi si potrebbero aprire prospettive interessanti. In Italia continueremo a servire la distribuzione moderna, segmentando maggiormente l’offerta e cercando nuovi clienti”. Una strategia, quella di Naturitalia, che punta ad assorbire il maggiore potenziale produttivo attraverso **una commercializzazione più articolata**, confermando il valore di una filiera italiana organizzata capace di collegare produzione e mercato.

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 CO₂ trattenute dai frutteti

6.000 produttori agricoli

Le nostre filiali commerciali



BPER:

Agri Banking il tuo partner di filiera.

Abbiamo sviluppato un Servizio dedicato con una rete di Specialisti a supporto delle aziende agricole ed agroalimentari, con prodotti sia per l'attività ordinaria che straordinaria.

Chiedi in filiale o visita il sito bper.it

bper.it     