

# Emilia-Romagna leader di un settore in crescita



**Prezzi in risalita, riprendono i consumi, vola l'export regionale (+6%).** E il Macfrut di Rimini registra un boom di espositori e di presenze estere

A cura della  
REDAZIONE

**C**on una produzione di oltre 10 milioni di tonnellate di frutta all'anno, quasi 6 milioni di tonnellate di ortaggi e un fatturato che supera i 12 miliardi di euro, quello ortofrutticolo si conferma per l'Italia un settore strategico, concentrando il 24% dell'agroalimentare, seconda voce dell'economia nazionale dopo il settore meccanico.

In ripresa per il secondo anno consecutivo i consumi domestici che, sulla spinta di una sempre crescente attenzione al vivere sano, hanno registrato un +1,4% nel fresco. In termini assoluti nel 2016 l'acquisto di ortofrutta è stato pari a 8,27 milioni di tonnellate, per una spesa complessiva di oltre 13,7 miliardi di euro (+1,4% sul

2015), a fronte di prezzi stabili nell'ultimo triennio. Scendendo nel dettaglio, la frutta registra un +2,1% dei volumi d'acquisto, mentre gli ortaggi si attestano su un +0,6%.

### *Un appuntamento strategico per il made in Italy*

Ma il vero balzo in avanti lo fa registrare l'export, il cui valore nel 2016 ha superato complessivamente a livello nazionale quota 4,1 milioni di euro (+4,9%). In quest'ambito l'Emilia-Romagna ha fatto ancora meglio, riuscendo a collocare sui mercati esteri frutta e ortaggi freschi per un controvalore che ha sfiorato i 620 milioni di euro, +6% (vedi tabella a pag. 27).

È nel clima di rinnovata fidu-

cia alimentato da questo trend positivo si svolge Macfrut 2017, rassegna internazionale dell'ortofrutta alla Fiera di Rimini dal 10 al 12 maggio.

Una rassegna che si sta confermando anno dopo anno come un appuntamento strategico per gli operatori del settore e che, come ha sottolineato **Renzo Pieraccini**, presidente di Cesena Fiera e di Macfrut, è «identitaria per il territorio dell'Emilia-Romagna», cui si deve l'11% della produzione agroalimentare nazionale.

Con particolare riguardo all'ortofrutta, nel 2016 la regione ha visto aumentare la Plv (Produzione lorda vendibile) del comparto (vedi box a pag. 27), ma soprattutto – come prima riferito – si è segnalata per crescita delle esporta-

## NEL 2016 LA PLV CRESCE ANCORA E SFIORA QUOTA 1,2 MILIARDI

Il 2016 ha confermato il trend di crescita della Produzione lorda vendibile dell'ortofrutta in Emilia-Romagna. Dopo il boom del 2015 (+18%) – attestano le stime preliminari dell'assessorato regionale all'Agricoltura – l'anno scorso la Plv complessiva ha superato quota 1.170 milioni di euro, con un incremento di circa 15 milioni rispetto all'anno precedente. A dare la spinta è stato il comparto delle produzioni frutticole, che ha fatto segnare una Plv di oltre 710 milioni (+3,8%) grazie alla ripresa dei prezzi, nonostante la riduzione delle quantità prodotte. In calo, invece, la Plv di patate e ortaggi (dentro c'è anche il pomodoro da industria), scesa a 458 milioni (-2,4%).

Nel 2016 è proseguita la riduzione delle superfici occupate dalle principali colture frutticole, assestate a 61.476 ettari totali (-3,8%). Un calo che ha interessato soprattutto pesche e nettarine; in controtendenza melo, albicocco e actinidia. Di converso, in aumento gli investimenti colturali degli ortaggi, che hanno superato quota 59mila ettari (+5%), il valore più alto degli ultimi cinque anni.

Quanto ai prezzi, nel 2016 si è verificata una ripresa diffusa delle quotazioni di quasi tutte le principali produzioni frutticole; in particolare si rilevano quotazioni in aumento del 25-30% per pesche e nettarine e percentuali anche più alte per le ciliegie (+33%). In rialzo pure le quotazioni di kiwi (+20%), albicocche (+4,3%), mele (+5%) e pere (+8,6). Opposto l'andamento degli ortaggi, con prezzi in generale frenata a fronte di un aumento generalizzato delle quantità prodotte.



Apo Comerio

zioni, il cui valore complessivo – fresco più trasformato – lo scorso anno ha sfiorato 1 miliardo 125 milioni di euro, con una performance migliore (+3,9% sul 2015) del corrispondente dato nazionale: +3,2%.

Di qui l'attenzione, in questa 34<sup>a</sup> edizione, alla presenza estera, in forte crescita (+30%) tra i 1.100 espositori e con delegazioni da molti Paesi; 40 gli Stati rappresentati, con importanti *new entry* dall'Africa e dal Centro America, 1.200 i *buyers* da tutto il mondo con cui gli espositori potranno connettersi attraverso la piattaforma multimediale b2b. E da Svezia, Cina, India, Emirati Arabi e America Latina sono in arrivo analisti di mercato che, per iniziativa dell'Ice, offriranno la propria consulenza alle aziende che intendono sondare le possibilità offerte dai mercati esteri.

EXPORT ORTOFRUTTICOLO 2016: EMILIA-ROMAGNA E ITALIA A CONFRONTO				
PRODUZIONI	EMILIA-ROMAGNA		ITALIA	
	Valore*	Var. %	Valore*	Var. %
Ortofrutta fresca	616.186	6,0%	4.120.577	4,9%
Ortofrutta trasformata	508.477	1,4%	3.357.687	1,2%
<b>Totale</b>	<b>1.124.664</b>	<b>3,9%</b>	<b>7.478.264</b>	<b>3,2%</b>
<b>PRINCIPALI SETTORI:</b>				
Frutta e ortaggi lavorati e conservati (esclusi i succhi di frutta e di ortaggi)	458.951	1,5%	2.861.057	0,5%
Pomacee e frutta a nocciolo (pesche, nettarine, susine, albicocche, ciliegie)	314.541	5,1%	1.318.625	-2,7%
Altra frutta, frutti di bosco e frutta in guscio	161.331	4,6%	957.611	5,8%
Ortaggi (inclusi i meloni) in foglia, a fusto, a frutto, in radici, bulbi e tuberi	125.988	7,9%	1.457.462	6,7%
Patate	7.202	49,6%	69.420	43,3%
* migliaia di euro Fonte: elaborazione Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat				

### Partner la Cina

Nazione partner quest'anno è la Cina, presente con 20 espositori e una trentina di importatori. Primo esportatore europeo di kiwi in Cina, il nostro Paese guarda ora al mercato delle arance e attende una futura

apertura su mele e pere.

Si profila dunque un nuovo asse strategico per il settore ortofrutticolo italiano, confermato dalla nascita – dopo il successo di Mac Fruit Attraction, evento promosso da Cesena Fiera in collaborazione con Fiera di Madrid, la cui seconda edizione



si è tenuta al Cairo in aprile – di Mac Fruit Attraction China, in programma a Shanghai dal 22 al 24 novembre 2017.

### *Una vetrina dell'innovazione*

In otto padiglioni distribuiti su un'area di 50mila metri quadrati Macfrut ospiterà tutte le componenti della filiera ortofrutticola: dai macchinari alle imprese produttrici e alle ditte sementiere, la cui partecipazione si è consolidata grazie a un recente accordo con Assosementi.

Alle macchine agricole, da sempre al centro della manifestazione fieristica (Macfrut significa appunto "macchine per frutta"), sarà dedicato circa un terzo della superficie

espositiva, con una novità: un vero e proprio campo di prova dove si potrà assistere, in diretta, alla messa in opera delle più innovative tecnologie.

Ma l'innovazione riguarda anche i prodotti, alcuni dei quali protagonisti di una vera rivoluzione vegetale. In fiera saranno presenti aziende leader mondiali nella coltivazione di germogli e *microgreens* (vegetali raccolti a uno stadio anticipato rispetto alla fase adulta, che hanno un altissimo contenuto nutrizionale), ma anche produttori di *baby leaf*, le insalate di dimensioni ridotte che, avendo una vita commerciale assai più lunga rispetto a quelle tradizionali, rappresentano una delle più promettenti novità per i prodotti cosiddetti di quarta gamma, cioè pronti per il consumo.

E, ancora, nella grande vetrina dell'innovazione allestita a Macfrut si potranno vedere da vicino le più evolute soluzioni tecnologiche per la coltivazione indoor, dalle serre tradizionali a quelle a uso domestico, oppure per condomini, luoghi di ristorazione e supermercati che, superata la fase di prototipo, sono oggi poste in commercio e fanno presagire grandi sviluppi futuri. Con il Macfrut Innovation Award verranno premiate le innovazioni di filiera più significative.



Da segnalare infine, tra le novità di questa edizione, l'allestimento di un'area dedicata al biologico.

### *Nel segno della fragola*

Frutto simbolo dell'edizione 2017 la fragola, e Regione partner la Basilicata, che ne è il primo produttore italiano e che proprio sulle fragole ha costruito il rilancio della propria ortofrutticoltura.

Anche l'Emilia-Romagna, che si colloca tra i maggiori produttori italiani di fragole (vedi articolo a pag. 34), non mancherà l'appuntamento con questo frutto, che nei giorni del Macfrut sarà protagonista di iniziative organizzate negli oltre 100 punti vendita della Gdo delle province di Rimini e Forlì-Cesena. ■

## UN SEMINARIO SULLA FILIERA DEL NOCCIOLO

Come tutti gli anni la Regione Emilia-Romagna è presente al Macfrut con uno stand istituzionale con un ricco programma di iniziative. In particolare segnaliamo la serie di incontri in cui tecnici ed esperti del settore illustreranno il sistema ortofrutticolo regionale e le sue eccellenze agli studenti delle ultime classi degli istituti tecnici agrari regionali. Tra le novità inserite nel calendario ufficiale della rassegna il seminario dal titolo "Il nocciolo: una filiera agroindustriale in espansione", organizzato per il giorno 11 maggio (sala Mimosa, ore 10-12,30) dalla Regione insieme all'industria dolciaria Ferrero. L'incontro sarà un'occasione per presentare il progetto Italia di Ferrero; verranno illustrate le caratteristiche del territorio dell'Emilia-

Romagna in relazione alla coltivazione del nocciolo finalizzata a ottenere un prodotto adatto alla trasformazione. Saranno inoltre approfondite le principali tecniche agronomiche per la sua coltivazione intensiva. Sul versante della cooperazione internazionale, in agenda diversi incontri con delegazioni estere, a partire dall'Uruguay, Paese con il quale sarà siglato un importante accordo di collaborazione. Previsti incontri anche con rappresentanti della Cina, nazione ospite di quest'anno, in vista della prima edizione speciale del Macfrut a Shanghai, in programma nel prossimo novembre in concomitanza con la settimana della cucina italiana. Infine, in arrivo anche una delegazione di imprese dall'Angola.

# L'impegno di Areflh al tavolo della Ue

**Importanti obiettivi raggiunti dalla rete delle Regioni e associazioni europee** a conclusione del primo anno a guida della Regione Emilia-Romagna

In Europa l'ortofrutta è un comparto produttivo molto importante sia per il peso economico, sia per l'impatto occupazionale, ma anche per il rilevante ruolo di presidio del territorio. Tuttavia ripetute situazioni di crisi dovute a eventi e fattori negativi come le produzioni eccedentarie, il calo di consumi e l'embargo russo hanno messo a dura prova i produttori, che si interrogano sulle strategie da adottare per affrontare le difficoltà e sostenere e rilanciare il comparto. Sono questi i temi sui quali è impegnata Areflh (*Assemblée des Régions d'Europe Fruitières, Légumières et Horticoles*), la rete che raggruppa le principali Regioni e associazioni di produttori europei alla cui guida è attualmente la Regione Emilia-Romagna. Proprio la sua particolare natura è il punto di forza dell'associazione, "portavoce" delle istanze del settore nei confronti della Ue: infatti riunisce in un unico organismo sia il livello istituzionale, con la presenza delle Regioni (sono 19 quelle associate di Italia, Belgio, Francia, Grecia e Spagna), sia quello produttivo rappresentato dalle Associazioni di produttori (22), che insieme esprimono circa il 35% del valore dell'ortofrutta europea. Per l'Italia dentro Areflh, oltre all'Emilia-Romagna, ci sono Basilicata, Piemonte e Provincia di Trento.

L'obiettivo primario della rete è la ricerca di un dialogo costante con la Ue sulle principali tematiche del comparto.

## Lo stato dell'arte

La collaborazione e il confronto tra le due componenti hanno consentito di ottenere risultati significativi, come ad esempio la possibilità di attuare misure di prevenzione e gestione delle crisi a favore dei produttori aggregati in Op e in Aop. Nel 2016 il dialogo con Bruxelles ha consentito di compiere altri significativi passi avanti, come la risposta positiva data dalla Commissione europea alla richiesta avanzata da Areflh di prevedere la compartecipazione al 50% da parte della Ue ai costi di intervento dei fondi di mutualizzazione per la gestione del rischio.

Un risultato che si aggiunge a quello ottenuto nei mesi scorsi – anche grazie all'impegno congiunto con i ministeri dell'Agricoltura di Italia, Francia e Spagna – a favore delle produzioni integrate e che si è tradotto nel riconoscimento da parte della Commissione Ue che gli aiuti per le azioni agroambientali previsti nei programmi operativi dell'Ocm si applicano all'insieme delle superfici impegnate dall'Op e non a una specifica particella. Attualmente l'attenzione di Areflh è focalizzata sui due ar-

gomenti più rilevanti per l'ortofrutta: l'avvio del confronto sulla futura Pac e sulla riforma dell'Ocm di settore. Sul primo punto è in fase di messa a punto un documento con le proposte dell'associazione per una politica agricola comunitaria incentrata sul ruolo dell'agricoltura come produttrice di servizi a carattere ambientale e sociale a fronte del sostegno finanziario pubblico. Per quanto riguarda la riforma dell'Ocm dell'ortofrutta, in fase avanzata di definizione, l'impegno sarà rivolto a richiedere dei correttivi in particolare su due aspetti: sul fatto che le Aop possano svolgere appieno il loro ruolo, costituendo un fondo di esercizio proprio, e su un'equiparazione di tutti i soci di Op, indipendentemente dalle forme giuridiche, nella fruizione degli aiuti. ■

A cura del  
**SERVIZIO  
ORGANIZZAZIONI  
DI MERCATO  
E SINERGIE  
DI FILIERA  
REGIONE  
EMILIA-ROMAGNA**



*Le 22 Associazioni di organizzazioni di produttori che aderiscono ad Areflh, insieme ad alcune Regioni di Italia, Belgio, Francia, Grecia e Spagna, esprimono il 35% del valore totale dell'ortofrutta europea*



Dell'Aquila

# Ocm, cosa cambia con le nuove regole

In dirittura d'arrivo i regolamenti applicativi. **Ecco le principali novità per le Organizzazioni di produttori e le loro Associazioni**

A cura del  
SERVIZIO  
ORGANIZZAZIONI  
DI MERCATO,  
E SINERGIE  
DI FILIERA  
REGIONE  
EMILIA-ROMAGNA

In Emilia-Romagna l'applicazione dell'Ocm ortofrutticola riveste un peso considerevole, non solo per la presenza di molte imprese che producono direttamente sul territorio, sia freschi che trasformati, ma anche per le realtà che operano in altre regioni e che sono collegate alle prime dal punto di vista commerciale e organizzativo. Alcuni numeri per dare un'idea delle cifre in ballo: quasi 1,7 miliardi il valore della produzione commercializzata, che dà luogo, per il 2017, a fondi di esercizio delle Op (Organizzazioni di produttori) per oltre 153 milioni, con un cofinanziamento della Ue pari al 50%, per la realizzazione dei programmi operativi messi in campo da 27 Op, in parte riunite in 6 Aop, con l'intera gamma dell'ortofrutta. Dopo l'entrata in vigore del re-

golamento Ue n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio stanno per essere emanati i nuovi provvedimenti applicativi che sostituiranno il regolamento di esecuzione n. 543/2011. Il nuovo Atto di esecuzione (Ae), in corso di approvazione, dovrebbe essere pubblicato a fine maggio per entrare in vigore ai primi di giugno.

## *Le più importanti modifiche*

L'Atto delegato (Ad), è al vaglio del Consiglio e del Parlamento di Strasburgo che dovrebbero licenziarlo entro giugno. Contestualmente il cosiddetto regolamento Omnibus, che prevede rilevanti modifiche ai principali provvedimenti che compongono l'attuale Pac, si trova al vaglio del Consiglio e del Parlamento europeo, per arrivare al voto della Commissione agricoltura in tempi brevi. Il regolamento Omnibus prevede alcune proposte di integrazione agli atti sopra citati che hanno incontrato grande interesse tra le Op dell'Emilia-Romagna. In particolare è previsto che le stesse Op possano partecipare con la disponibilità finanziaria dei programmi operativi alla costituzione di fondi mutualistici e non solo alle spese per la loro costituzione.

Tra le novità più rilevanti previste dall'Ad ricordiamo la definizione di un periodo di riferimento più preciso per il calcolo del valore della produzione commercializzata (Vpc), sia per il riconoscimento delle Op, sia per il calcolo del fondo di esercizio; l'autorizzazione al singolo produttore per la vendita fino al 25% al di fuori della propria Op (40% per il biologico); il calcolo della Vpc anche per le Aop. Ancora: la precisazione dei rapporti con altre fonti di finanziamento (Psr e promozione Ue); la fissazione in 10 anni (o nel periodo di ammortamento fiscale) degli investimenti materiali; il chiarimento delle condizioni per la conclusione anticipata di un programma operativo; infine, l'aumento dei prezzi dei prodotti destinati ai ritiri dal mercato.

L'Ae prevede invece modifiche riguardanti la conferma delle azioni ambientali (riduzione del beneficio *ex ante* dal 25% al 15%) e l'obbligo di realizzare una specifica azione di pratiche di gestione integrata dei parassiti. Altra novità: la sola relazione intermedia diventa il documento di valutazione del Programma operativo della Op da parte dello Stato membro; infine, la documentazione comprovante le spese di personale va intestata ad Aop e Op o alle cooperative socie, escludendo le altre forme associative. ■



# Innovazione e mercato, *parlano i produttori*

**Le sfide aperte per il settore secondo** Davide Vernocchi, presidente di Apo Conerpo, Alessandro Zani, direttore di Granfrutta Zani, e Lauro Guidi, presidente di Agribologna

**L**a Commissione europea ha rivisto il regolamento dell'Ocm ortofrutta, aumentando gli indennizzi per i ritiri nel caso di crisi di mercato. Secondo lei si doveva intervenire anche per rafforzare le Op?

**Vernocchi:** Abbiamo condiviso e apprezzato la proposta di aumento degli indennizzi per i ritiri dal mercato, mentre siamo rimasti un po' delusi sul tema della semplificazione delle norme. Il ruolo delle Op e la loro capacità di programmare ed effettuare investimenti con il sostegno della Ocm ortofrutta è un caposaldo da difendere e potenziare anche nei negoziati sulla futura Pac. Serve però una maggiore aggregazione tra produt-

tori per realizzare economie di scala, rafforzare il loro potere contrattuale, investire di più su ricerca, innovazione, internazionalizzazione e valorizzazione dei prodotti dei soci.

**Zani:** L'adeguamento degli indennizzi per i ritiri dal mercato è sicuramente un fatto positivo, ma si tratta di un risultato parziale, in quanto a esso non ha fatto seguito alcun incremento della dotazione finanziaria complessiva per le misure di prevenzione e gestione delle crisi. A questo proposito riteniamo importante l'apertura fatta dalla Commissione in merito alla possibilità di inserire la costituzione di fondi di mutualizzazione tra le misure di prevenzione e gestione delle crisi. Sull'esigenza di una

maggiore aggregazione, sin dal 2005 abbiamo costituito l'Aop "La Romandiola" assieme a un'altra importante Op regionale (Minguzzi di Alfonsine, ndr) e siamo pertanto convinti del ruolo che le Aop devono svolgere nell'ambito dell'Ocm ortofrutta per sviluppare interventi comuni, orientare la produzione al mercato e garantire reddito ai produttori. In quest'ottica auspichiamo che alle Aop venga riconosciuta la possibilità di avere una propria gestione del fondo di esercizio.

**Guidi:** L'Ocm ortofrutta rimane uno dei migliori modelli di normativa comunitaria. Tuttavia nel corso degli anni i provvedimenti attuativi sono andati incontro a un'eccessiva burocratizzazione, con conseguenze

A cura della  
**REDAZIONE**



Da sinistra a destra:  
Lauro Guidi, presidente  
di Agribologna;  
Davide Vernocchi,  
presidente di Apo Conerpo;  
Alessandro Zani, direttore  
di Granfrutta Zani



negative nell'applicazione concreta. Inoltre le misure ambientali non hanno ricevuto quella attenzione che meriterebbero.

**Quali sono i vostri programmi e gli obiettivi che volete raggiungere nei prossimi cinque anni?**

**Vernocchi:** Nel prossimo quinquennio il nostro Gruppo continuerà a investire prima di tutto nel supporto alle attività di ricerca e sperimentazione per il miglioramento qualitativo delle produzioni, la difesa dalle emergenze fitosanitarie e l'innovazione di prodotto, sia direttamente sia attraverso la collegata New Plant. Tra gli obiettivi principali anche il supporto alle aziende agricole per il rinnovo varietale e alle cooperative associate per l'ammodernamento degli impianti di conservazione e lavorazione. Fondamentali, poi, l'ulteriore sviluppo delle pro-

duzioni a destinazione industriale e la promozione e valorizzazione del fresco. Senza dimenticare lo sviluppo di sinergie con Conserve Italia per la quarta gamma e i prodotti trasformati. E, ancora, avanti con l'internazionalizzazione, la ricerca di collaborazioni e sinergie con le altre imprese, l'attivazione di fondi mutualistici e altri strumenti di tutela del reddito dei soci.

**Zani:** L'obiettivo per noi principale è quello di mantenere le quote di mercato e incrementarle, puntando sull'alta qualità del prodotto e sulla soddisfazione del consumatore. Per fare questo bisogna essere attenti alle novità e pronti ai cambiamenti del mercato.

**Guidi:** Partiamo dal bio: il nostro cda ha deliberato recentemente la conversione di 100 ettari a produzioni biologiche. In secondo luogo nella prossi-

ma stagione estiva abbiamo in programma il lancio nel canale della moderna distribuzione di prodotti confezionati a nostro marchio. Il consorzio applicherà sui suoi imballi il marchio Sqnpi (Sistema di qualità nazionale produzione integrata), certificazione recentemente ottenuta dal Mipaaf. Puntiamo inoltre a diversificare ulteriormente la produzione, allargando la nostra base sociale ad aziende agricole di altri territori. Infine, per quanto riguarda l'export, abbiamo recentemente strutturato una divisione interna che si dedicherà esclusivamente allo sviluppo dei mercati esteri, in particolare Europa e Oltremare.

**Quanto sono importanti la ricerca e l'innovazione nel settore ortofrutticolo e quali sono i progetti a cui state lavorando?**

**Vernocchi:** L'importanza della ricerca e dell'innovazione nel settore ortofrutticolo è testimoniata dal successo di prodotti come la mela *Pink Lady*, la fragola *Candongga*, la nettarina *Big Top*, i kiwi a polpa gialla *Zespri*, *Sungold* e *Jingold* e la pera *Falstaff*. Apo Conerpo nel 2002 è stato uno dei soci fondatori di Newplant, società che si occupa di ricerca e sperimentazione di nuove selezioni e varietà dalle migliori performance agronomiche ed economiche.

**Zani:** La ricerca e l'innovazione sono la condizione per poter essere protagonisti del settore. Da più di 20 anni lavoriamo in modo aggregato, dopo la prima esperienza con *Pink Lady*. Da alcuni anni facciamo parte di gruppi di lavoro e consorzi come Plumtastic Europe, che coinvolge Spa-

gna, Francia e Italia per la programmazione e distribuzione di nuove varietà di susine commercializzate con il brand "Metis". Aderiamo poi al consorzio Dorì Europe, il cui scopo è la valorizzazione commerciale di una nuova varietà di kiwi giallo: si tratta di una filiera tutta italiana. Stiamo lavorando ad altri progetti per poter offrire sul mercato nei prossimi anni prodotti con caratteristiche uniche e un'elevatissima qualità organolettica.

**Guidi:** L'innovazione è il "sale" della crescita e per questo Agribologna, insieme con centri di ricerca e ditte sementiere, ha programmi di sviluppo di nuove varietà. Stiamo inoltre lavorando a un programma di controllo del processo produttivo basato sull'utilizzo più razionale delle risorse idriche; nuove tecnologie per la raccolta, con attrezzature di ultima generazione; avvio di collaborazioni con imprese della meccanica agraria; attivazione di controlli di gestione aziendali.

**Il rapporto con la Gdo è centrale per raggiungere il consumatore, non sempre però si tratta di un rapporto alla pari: che ne pensa?**

**Vernocchi:** La Gdo in tutta Europa è in continua e costante crescita; inoltre assistiamo continuamente a nuove aggregazioni e acquisizioni che tendono a rafforzare i grandi gruppi, lasciando il controllo del mercato nelle mani di pochissimi soggetti. Sul versante produttivo, invece, non si sta procedendo con la stessa velocità e gli sforzi che stiamo facendo, come la costituzione di Opera nel comparto della pericoltura, sono casi isolati. Dovremmo provare ad aggregar-

ci con maggiore coraggio e determinazione per affrontare alla pari i grandi colossi della distribuzione europea.

**Zani:** Il rapporto con la Gdo è fondamentale; va detto tuttavia che per alcune catene è più importante il prezzo a discapito della qualità. Bisogna coinvolgere di più la Gdo, promuovendo nuovi prodotti di alta qualità; in questo modo tutti i soggetti della filiera otterranno un beneficio.

**Guidi:** Come produttori siamo obbligati a mantenere aperto un canale di dialogo con coloro che detengono le superfici di vendita; bisogna lavorare per spostare l'interesse della Gdo verso un nuovo modello di presentazione del prodotto, che ne enfatizzi le caratteristiche di salubrità e territorialità. Oggigiorno la logica del prezzo più basso non è più sostenibile.

**L'export è fondamentale per il settore ortofrutticolo. Quali sono a vostro giudizio i mercati in prospettiva più interessanti?**

**Vernocchi:** L'export è aumentato notevolmente negli ultimi anni, ma il settore è ancora troppo legato a un mercato interno che continua a presentare consumi stagnanti; aumentare le quantità esportate è quindi una necessità. In particolare bisogna guardare oltre i confini dell'Unione europea: le aree più interessanti sono Estremo Oriente, Sud America e Africa. Per superare gli ostacoli legati alla concorrenza di altri Paesi produttori e alle barriere politiche e fitosanitarie le aziende devono rafforzare la propria posizione competitiva con adeguate po-



Agribologna

litiche di marca e di aggregazione dell'offerta.

**Zani:** I mercati esteri più interessanti sono quelli emergenti, come Cina, Sud America, Far East e, più in generale, tutta l'Asia. Purtroppo ad oggi possiamo esportare pochissimi dei nostri prodotti a causa di guerre, ostacoli di carattere politico e mancanza di accordi commerciali. Per affrontare la concorrenza prima di tutto dobbiamo velocizzare l'apertura di nuovi mercati e riaprire vecchi mercati, come per esempio la Russia, ma per questo abbiamo bisogno dell'intervento delle istituzioni.

**Guidi:** L'aumento dell'export, in particolare verso il mercato europeo, asiatico e Oltremare, è al centro dei nostri obiettivi futuri. Affronteremo la sfida con importanti collaborazioni con partner esteri e con prodotti ad alto valore aggiunto. ■



# La riscossa della fragola

## *made in Italy*

Crescono su scala nazionale superfici (+3%) e consumi. **L'Emilia-Romagna si afferma per le produzioni di qualità e il biologico**

ALESSANDRA  
RAVAIOLI

La fragola è uno dei frutti più apprezzati e acquistati dai consumatori di tutta Europa ed evoca, con il suo colore brillante, il profumo e il sapore, l'idea di bellezza e naturalità. Possiede moltissime proprietà nutraceutiche, al punto che nel mondo anglosassone la annoverano tra i cosiddetti *superfruits*, frutti cioè con una composizione nutrizionale particolarmente ricca di componenti benefici come le vitamine. Un frutto perfetto, insomma, che in Italia sta vivendo una vera e propria riscossa, sia come consumi che in termini di superfici coltivate.

Il successo della coltura in Italia è strettamente correlato all'innovazione di prodotto, alle novità varietali messe in campo negli ultimi anni e alla destagionalizzazione del consumo.

### *Le varietà emergenti*

Le varietà più recenti infatti, consentono, con l'impiego di adeguate tecniche di produzione, di avere un'offerta di mercato per l'intero arco dell'anno. Si parte già da gennaio-febbraio con le coltivazioni precoci in serra del sud Italia, per proseguire nei mesi primaverili, sempre con prodotto del Meridione, e procedere alle raccolte successive, nel mese di maggio in Emilia-Romagna e Veneto, anche in piena aria, e ancora con le produzioni piemontesi, dell'Alto Adige e calabresi in agosto e settembre. Il ciclo ricomincia poi con le produzioni invernali dal sud Italia. Questo ampliamento del calendario di produzione ha aumentato le opportunità di esportazione verso i Paesi nordeuropei. Se in Italia, infatti, il consumo di fragole è ancora molto legato alla stagione primaverile e si riduce ampiamente negli altri mesi dell'anno, i consumatori del Nord Europa acquistano fragole tutto l'anno.

Il cambiamento di rotta della fragolicoltura italiana è dovuto soprattutto al miglioramen-

to della qualità dell'offerta, che ha ampiamente riconquistato i consumatori. La varietà *Sabrosa* può trovarsi in commercio con questo nome, oppure con il marchio registrato *Candongga*<sup>®</sup>, proposto anche come *Candongga Top Quality*. Il cuore della produzione è la Basilicata, dove si ottengono i risultati ottimali. I frutti sono di forma conica, rosso brillante con gli acheni (i semi presenti nella buccia di tutte le fragole, ndr) piuttosto piccoli, ma visibili in superficie. La polpa del frutto è rossa, dal sapore aromatico e con un ottimo rapporto tra zuccheri e acidi.

Altra varietà di fragola particolarmente apprezzata dai consumatori è *Sabrina*: coltivata in Campania, è molto simile a *Candongga*; i frutti hanno forma conica leggermente allungata, semi piccoli e superficiali. Per le coltivazioni dell'Emilia-Romagna, che arrivano sul mercato in un periodo successivo, si confermano varietà particolarmente adatte all'esportazione come *Clery* e una novità che sta prendendo piede in questi anni, *Sibilla*.

Parlando di fragole il fattore vincente è l'italianità, che per il consumatore è sinonimo di qualità e sicurezza. Così le aziende leader dell'Emilia-Romagna puntano sulla garanzia offerta da marchi noti che identificano bene il prodotto e



Dell'Aquila

la sua provenienza. E, sempre in un'ottica di qualità e salubrità, merita attenzione la produzione di fragole biologiche della regione che, grazie alla presenza di importanti realtà nazionali, presenta un'offerta di prodotto certificato bio di primo piano.

### *I trend di mercato*

I dati e le tendenze di mercato sulla fragola sono rilevati da Cso Italy, che realizza annualmente un report nazionale sulle superfici coltivate, integrato da un'analisi approfondita sull'andamento dei consumi e degli scambi commerciali. Il direttore **Elisa Macchi** fa il punto della situazione: «In Italia – riferisce – le superfici destinate alla coltivazione della fragola in coltura specializzata nel 2017 segnano un ulteriore aumento rispetto al 2016. Con oltre 3.600 ettari investiti la fragolicoltura cresce su scala nazionale del 3% e raggiunge il livello più elevato da parecchi anni a questa parte».

Continua l'ascesa della produzione nelle aree del Sud. «Il maggior impulso – prosegue Macchi – viene dalla Basilicata e dalla Campania, che rappresentano ormai il 47% della fragolicoltura nazionale. La Basilicata, in linea con gli incrementi registrati negli ultimi anni, rafforza gli investimenti del 4% rispetto all'anno precedente. La fragolicoltura in Campania cresce del 5% sul 2016. Stabili gli investimenti in Sicilia, terza regione in ordine di importanza, e in il Veneto (+5%). La coltivazione in Emilia-Romagna è in flessione (-3%) e per questa regione è importante individuare tipologie di prodotto e periodi di coltivazione che riescano a raggiungere una redditività che



oggi evidentemente non è soddisfacente».

A livello di export nel 2016 le fragole italiane hanno ripreso quota, con circa 14mila tonnellate esportate (+6% sul 2015). In termini di valore, però, l'export aumenta di ben dieci punti percentuali rispetto all'anno scorso e supera i 36 milioni di euro grazie al buon posizionamento del prezzo medio: nel 2016, con 2,53 euro/kg, ha fatto registrare un +4% rispetto alla già buona quotazione del 2015, inferiore solo al prezzo toccato nel 2010. Un segnale di apprezzamento del prodot-

to italiano, molto importante. Sul fronte dei consumi a fine 2016 il dato complessivo riportava oltre 86mila tonnellate, con un prezzo medio di 3,47 euro/kg e un indice di penetrazione dell'81% nelle famiglie italiane (*dati Gfk*), per un acquisto medio a famiglia di 4 kg annui. Va detto che, se da un lato la coltivazione di fragola va concentrandosi sempre più nelle regioni del Sud, dall'altro gli acquisti più consistenti si registrano al Nord, e in particolare nel Nord Ovest, che raggiunge un indice di penetrazione dell'88%. ■

## E LA ROMAGNA FESTEGGIA GLI STRAWBERRY DAYS

La primavera in Romagna profuma di fragola. Dal 7 al 13 maggio gli *Strawberry Days* esaltano questo irresistibile frutto in un evento che unisce turismo, territorio e agricoltura con il divertimento, la vacanza e il benessere. *Strawberry Days* sarà uno speciale "fuorisalone" di Macfrut 2017. Mostre e assaggi, ricette e degustazioni e una colonna sonora d'eccezione – nella hit indimenticabile dei Beatles – saranno i principali ingredienti di questa festa di primavera che coincide con l'inizio della stagione turistica in Riviera. Storica zona di produzione della fragola, la Romagna sarà il cuore dell'evento, con Cesena e Rimini al centro delle iniziative che coinvolgeranno anche le altre province, con oltre 100 punti vendita della grande distribuzione in cui le fragole italiane saranno protagoniste.

L'auspicio è che gli *Strawberry Days* contribuiscano ad ampliare la conoscenza di questo frutto generoso di qualità organolettiche e salutistiche e del territorio che lo produce. La fragola rientra infatti a buon diritto nella migliore tradizione di tipicità locale e nel paniere di eccellenze *made in Italy* dell'Emilia-Romagna, dove, accanto alle produzioni certificate Dop e Igp, è riservato uno spazio importante anche all'ortofrutta. *Strawberry Days* è realizzato da un'idea di Macfrut in collaborazione con Regione Emilia-Romagna e Apt Servizi Emilia-Romagna, con il patrocinio dei Comuni di Cesena e di Rimini.

# Sapori di bosco

## *per le nuove varietà*



Una coltura da tempo al centro di programmi di miglioramento genetico. **Tra i caratteri selezionati, rusticità della pianta e aroma del frutto selvatico**

**PIERLUIGI LUCCHI,  
GIANLUCA  
BARUZZI**  
Crea - Unità  
di ricerca per la  
Frutticoltura, Forlì



In Italia, le superfici destinate a fragola hanno fatto registrare in questi ultimi anni un costante, anche se lieve incremento. Nel 2017, con 3.600 ettari, si rileva un +3% rispetto all'anno precedente. Questo trend positivo si registra principalmente negli areali del Sud (Basilicata in primis), e in alcuni bacini di produzione del Nord. Il Veronese, principale area di produzione del nord Italia, fa registrare un leggero incremento (+5%), grazie all'adozione della "coltura autunnale" che consente di allungare il periodo di

raccolta (in autunno e primavera) con un apprezzabile ritorno economico già dopo pochi mesi dalla piantagione. Per l'Emilia-Romagna, occorre segnalare purtroppo ancora una flessione delle superfici di circa il 3% rispetto allo scorso anno. In Romagna, Cesenate in particolare, si registra l'inarrestabile diminuzione dei fragoletti, per la maggior parte (80% circa) concentrati ancora in pieno campo, con tutti i rischi climatici che questo comporta e con risultati spesso insoddisfacenti. Fra le difficoltà che si registrano in quest'area, oltre al man-

cato rinnovo delle aziende fragogoliche in termini di personale, va evidenziata anche la frammentazione varietale. Lo standard varietale romagnolo vede attualmente affermarsi la varietà a maturazione precoce *Clery*, seguita da altre quali *Joly*, *Sibilla*, *Brilla* e *Alba* per citare quelle più importanti. Nel Cesenate permane una piccola quota di coltivazioni biologiche (circa 10% del totale). In questa regione sono attivi da tempo programmi di miglioramento genetico sia pubblici sia privati che immettono sul mercato sempre nuove varietà.

*Sopra, la cultivar  
Brilla in coltura  
protetta*

## Novità dal breeding pubblico e privato

A Cesena è operativo il programma di *breeding* coordinato dal Crea-Frf di Forlì, avviato nel 1978, che ha avuto, in modo quasi continuo, un supporto finanziario della Regione Emilia-Romagna (tramite il Crpv) e delle principali Organizzazioni dei produttori (Op) regionali: Apo Conerpo, Apofruit Italia e Orogel Fresco (associate a New Plant). Principale obiettivo del programma è l'ottenimento di nuove varietà adatte all'areale romagnolo, produttive, con frutti di buona qualità e dotate di piante rustiche, idonee a essere coltivate anche su terreni non fumigati (ristoppiati) e biologici. Alla selezione di questi caratteri si è aggiunta negli ultimi anni anche quella dell'aroma, con l'intento di trasmettere ai frutti il sapore della "fragola di bosco".

Gli ultimi risultati di questo programma di *breeding* hanno portato all'introduzione della varietà *Brilla*, che ben si è adattata alle coltivazioni romagnole, sia in coltura protetta sia in pieno campo. Ha pianta rustica, vigorosa e molto produttiva; i frutti di elevata pezzatura, un po' irregolari nel primario, di colore rosso aranciato, molto brillante, presentano medie caratteristiche gustative. Si adatta a essere coltivata sui terreni non fumigati e può essere utilizzata con successo anche come pianta fresca "cima radicata". La piantagione in Romagna, con piante frigoconservate, può avvenire da fine luglio alla prima decade di agosto.

Sempre nel Cesenate è attivo dal 1991 il progetto di *breeding* privato della New Fruits, che ha ottenuto diverse varietà di grande successo quali *Alba*, *Roxana* e *Asia*. L'obiettivo princi-

pale dell'attività di *breeding* negli ultimi anni è stato il miglioramento della qualità dei frutti. Da questo lavoro sono scaturite tre nuove varietà: *Fragolaurea* (NF149), *Olympia* (NF638) e *Tea* (NF633) entrambe unifere e ad alto fabbisogno in freddo. *Fragolaurea* ha maturazione medio-precoce, presenta una pianta rustica, produttiva, con frutti di elevata pezzatura e buona qualità. *Olympia*, a maturazione medio-tardiva, ha ottima produttività e frutti di pezzatura elevata. *Tea*, la più tardiva delle tre (+2 dopo *Roxana*) presenta frutti di alta qualità. New Fruits ha in concessione anche la nuova varietà riflorente *Malga*, selezionata nel Veronese dal *breeder* privato Franco Zenti, che ben si adatta, oltre che agli areali di montagna, anche alle aree di pianura, dove è possibile raccoglierne i frutti da settembre a novembre e da fine aprile dell'anno successivo a fine luglio. I frutti, molto attraenti, hanno buone caratteristiche organolettiche.

### Le ultime proposte del Civ

Nel Ferrarese opera il Consorzio italiano vivaisti (Civ), che detiene uno fra i più importanti progetti di *breeding* a livello europeo. L'attività del Civ, rivolta principalmente alla qualità del prodotto e alla sostenibilità delle tecniche di coltivazione, ha introdotto numerose varietà di larghissima diffusione, in particolare fra quelle ad alto fabbisogno in freddo. *Clery* si conferma la varietà di punta, sia per gli areali di coltivazione del Centro Nord Europa, sia per quelli romagnoli, apprezzata per la precocità di maturazione dei frutti, unita alla loro buona qualità, e la duttilità della pianta ad adattarsi al-



Buona pezzatura dei frutti della cultivar *Fragolaurea*

le diverse tecniche di coltivazione. Di recente introduzione si segnalano *Aprica*, a maturazione medio-precoce, con elevata produttività e frutti molto attraenti, di buona adattabilità sia al pieno campo sia alla coltura protetta; e *Sibilla*, che presenta una pianta rustica, a maturazione medio-tardiva, molto produttiva, con frutti di colore brillante, di grossa pezzatura ed elevata *shelf-life*.

CIVN251, fra le ultimissime proposte del Civ, si segnala per l'elevata precocità di maturazione (precede *Clery* di 4-5 giorni); CIVN260 è precoce e di qualità simile a *Clery*, ma con maggior consistenza della polpa, più aroma e *shelf-life* molto lunga.

Nel segmento "riflorenti", l'ultima novità presentata dal Civ è la varietà *Murano*, che sta riscuotendo grande interesse in diversi areali di coltivazione sia in Italia sia in Europa e in alcuni Paesi extraeuropei per la bellezza del frutto e per le caratteristiche organolettiche. ■

*Iniziativa realizzata nell'ambito del Programma regionale di sviluppo rurale 2014-2020 - Tipo di operazione 16.1.01 - Gruppi operativi del partenariato europeo per l'innovazione: "produttività e sostenibilità dell'agricoltura" - Focus Area 2A - Progetto "Nuovi genotipi per la frutticoltura e l'orticoltura sostenibile".*