



# AGRIPIÙ

MAGAZINE

agroalimentare & business

**L'INCHIESTA: L'EVOLUZIONE E LA  
TRADIZIONE DEL SUPERMERCATO  
SOTTO CASA**

**L'AGRICOLTURA DEL FUTURO:  
INNOVAZIONE, TECNOLOGIA  
E BIOLOGICO**

IN COPERTINA  
**DAVIDE  
SINIGAGLIA**

## ALL'INTERNO

- SICUREZZA E TRACCIABILITÀ
- INNOVAZIONE IN CAMPO
- ECCELLENZE D'ITALIA
- TECNOLOGIA E SOSTENIBILITÀ
- PROGETTO VINO

**LA NUOVA FRONTIERA  
DEL SERVIZIO CIVILE  
AGRICOLA**

**NIENTE È PIÙ UTILE DEL  
SOLE E DEL SALE**

**COME RENDERE  
SOSTENIBILE  
L'ALIMENTAZIONE  
NELLO SPAZIO?**

# Extra<sup>3</sup>

Extra Risparmio, Extra Efficienza, Extra Sostenibilità



## Scopri OPERA

**Lavorazione del terreno, semina, concimazione:  
Tutto in un unico passaggio con la nuova  
seminatrice combinata OPERA.**

OPERA offre una soluzione concreta per contoterzisti e agricoltori che devono lavorare grandi estensioni di terreno, garantendo una maggiore produttività anche in presenza di finestre temporali di semina sempre più ristrette e imprevedibili.



**OPERA 600**

OPERA 300 e OPERA 600 sono progettate per ottimizzare le operazioni in campo in un'unica soluzione, valorizzando sostenibilità, produttività e redditività.

**Pronti ad abbracciare l'Extra risparmio, efficienza e sostenibilità?**

[www.maschiogaspardo.com](http://www.maschiogaspardo.com)



**GASPARDO**

Growing Together

# QUALITÀ E SERVIZIO PER IL RIFORNIMENTO DEL TUO BUSINESS



**Il tuo business si muove  
più liberamente.**

Scopri tutti i prodotti e servizi su  
[www.Q8.it/Quaser](http://www.Q8.it/Quaser)

**Q8**  **Quaser**  
*Qualità e Servizio*



## L'EDITORIALE di Maurizio Caretoni editore

### Facciamo la nostra parte

**A**nche questa volta non ci siamo certo risparmiati. Perché ci piace fare le cose per bene e pensare che tutti i lettori possano trovare, tra le nostre pagine, notizie, approfondimenti e novità di concreto interesse. Eravamo consapevoli che, affacciandoci con "AgriPiù" al mondo dell'editoria dedicata all'agroalimentare, saremmo entrati in un contesto ad alta competitività, nel quale è tutt'altro che scontato conquistare un "posto al sole" accreditandoci di fronte a istituzioni, rappresentanze di categoria, imprese.

Ebbene, a 12 mesi dall'uscita del nostro primo numero, possiamo dire che ce l'abbiamo fatta. E siamo pronti a tracciare un bilancio indiscutibilmente positivo e, soprattutto, carico di aspettative per il futuro. Sì, perché a noi piace guardare sempre avanti. E anche in alto, molto in alto: proprio come abbiamo fatto, per esempio, con il servizio dedicato allo Space food. "Houston, abbiamo fame", è vero, ma intanto il nostro pianeta sta attraversando quella che Save the Children definisce "la più grave emergenza alimentare del 21° secolo". Siamo alle prese quotidianamente con un mix di fattori che continuano a spostare l'ago della bilancia sempre più a sfavore di quelle aree disagiate del mondo dove non solo l'accesso al cibo e alle risorse è già di per sé complesso, ma dove anche le instabilità dei mercati, i cambiamenti climatici e i numerosi conflitti in corso stanno accentuando le situazioni di criticità diffuse.

Di fronte a questi scenari complessi, noi sentiamo di dover fare la nostra parte almeno per quanto di nostra competenza. Il nostro obiettivo, infatti, non è semplicemente comunicare, ma informare, ovvero dare al nostro pubblico l'opportunità di sapere, conoscere, condividere, riflettere. Siamo convinti che la diffusione della conoscenza sia determinante, ma siamo anche consapevoli che viviamo in un'era in cui tutto può essere scritto e, con la stessa rapidità con cui possono circolare, le notizie possono anche essere smentite, cancellate, modificate. La nostra missione, dunque? Lasciare una traccia certa, sicura, indelebile. Che sia sinonimo di affidabilità, che sia verificabile e che, alla bisogna, si presti anche al dibattito e al confronto.

Guardiamo allo Spazio, dunque, ma tendiamo la mano anche alle giovani generazioni, che invitiamo a partecipare attivamente al mondo agroalimentare; ci interroghiamo sul ruolo dell'innovazione e sulle possibilità che essa offre per il futuro del settore, dando voce anche a chi sta dedicando la propria vita a ricercare approcci davvero sostenibili all'agricoltura. E pensiamo a chi continua a fare la storia del nostro Paese, difendendo valori immutabili che appartengono sì alle tradizioni, ma anche a un'etica che trascende da qualsivoglia business.

Buona lettura a tutti. ●



# La qualità Berti Group lungo tutta la filiera mangimistica

**Dalla coltivazione al mangime, il Partner ideale che offre certezza in tutte le fasi di lavorazione e produzione.**

Il Gruppo Berti, che da oltre 50 anni è un solido alleato dei più importanti produttori di mangimi, conta oggi una filiera integrata che inizia con l'assistenza sul campo per la semina e la raccolta delle materie prime, prosegue con la loro trasformazione e si conclude con il loro successivo impiego nella produzione dei nostri mangimi BioRoman.

Follow us



# IL PUNTO

## IL PUNTO

di Domenico Renis

*sales manager di AgriPiù*

### Lavoro di squadra, obiettivi e visione comune

PH: PIERLUIGI BENINI



**U**no dei settori in cui l'Italia può esprimersi compiutamente per far valere la qualità spesso unica e inimitabile dei suoi prodotti e le lavorazioni tipiche è certamente l'agroalimentare. Il settore gode di notevole fama e la sua qualità è un punto di forza rilevante sia all'interno del paese sia all'estero. Non c'è dubbio però che l'immagine del made in Italy sia sempre più spesso attaccata dalla globalizzazione che sta modificando anche questo settore. Un contributo utile per il sostegno dell'intera filiera e lo sviluppo di nuovi canali e strategie di crescita può arrivare anche da AgriPiù dove tutti noi stiamo lavorando per trovare un rinnovato approccio alla produzione agroalimentare, ai servizi a essa connessi, alle filiere di riferimento e, in ultima analisi, al cibo. Ecco perché anche in questo numero di AgriPiù le nostre modalità di approccio agli argomenti (parole d'ordine) sono prevalentemente queste: far acquisire dignità culturale alle tematiche legate al settore, individuare i prodotti alimentari e le modalità di produzione legati agli specifici territori di riferimento e promuovere un diverso stile di vita, attento all'ambiente, alla sicurezza alimentare e alla salute.

In altre parole, puntare sulla qualità a tutto tondo e in tutte le direzioni da quella produttiva a quella delle trasformazioni e della distribuzione. Un progetto che richiede l'attivazione di una serie di funzioni tutt'altro che banali, mirate alla definizione degli attributi qualitativi del prodotto, alla individuazione del target di mercato, alla scelta dei canali commerciali e via dicendo. C'è dunque la necessità di compiere un intenso sforzo anche in attività di comunicazione in quanto la maggior parte degli attributi qualitativi dei prodotti agroalimentari non è sempre visibile e immediata. Ed ecco perché anche da questo punto di vista AgriPiù può essere prezioso.

Oggi poi per essere competitivi sui mercati nazionale e internazionale bisogna crescere e l'approccio di filiera può ancora costituire un modello vincente di aggregazione tra imprese. Quello, dunque, che nelle prossime pagine tentiamo di mettere in evidenza è proprio la precisa relazione tra agricoltura, industria alimentare, servizi e distribuzione, un percorso virtuoso il cui valore è messo in risalto da queste aziende capaci di andare oltre il loro personale modello produttivo per spingersi a ricercare e costruire relazioni utili con imprese complementari. Ognuna per la sua parte, ma ognuna per tutto il sistema.

Perché solo il lavoro di squadra e la capacità di avere obiettivi e visione comune può davvero aiutare l'agroalimentare italiano a crescere e a continuare a essere il grande protagonista del settore produttivo e dell'economia nazionale. ●

# SOMMARIO



10  
Francesco Lollobrigida



Andrea Abodi



36

## 10 **POLITICHE E STRATEGIE**

La nuova frontiera del servizio civile agricolo

## 12 **STORIA DI COPERTINA**

Sorgeva

Le nuove opportunità di un'agricoltura sostenibile

## 18 **VOCI DALL'EUROPA E DAL MONDO**

Un milione di firme a sostegno dell'agroalimentare italiano

## 20 **PROSPETTIVE DI SVILUPPO**

*LE PROPOSTE DI:*

Banca Intesa

## 23 **PRIMO PIANO**

*DIETRO LE QUINTE CON:*

Fondazione Enpaia

Voiello – Barilla G. & R. Flli

Conad

## 36 **ULTIMA ORA**

L'agricoltura del futuro: innovazione, tecnologia e biologico

## 38 **Le buone pratiche per la coltivazione del mais nascono in Lombardia**

## 41 **CASE HISTORY**

*LE ESPERIENZE DI:*

Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale – Ersr

Pucci

Roboqbo

## 54 **SOTTO LALENTE**

Houston, abbiamo fame: come rendere sostenibile l'alimentazione nello Spazio?

## 59 **ECCELLENZE D'ITALIA**

*LA QUALITÀ SECONDO:*

Consorzio Tutela Grana Padano

Coprob

La Linea Verde

Fumaiole



38



54



**74**  
Cristina Prandi

**70 SOSTA DI GUSTO**

*L'ITINERARIO DI:*  
PromoTurismoFvg

**74 TECNOLOGIE E SOSTENIBILITÀ**

Verso una nuova cultura alimentare

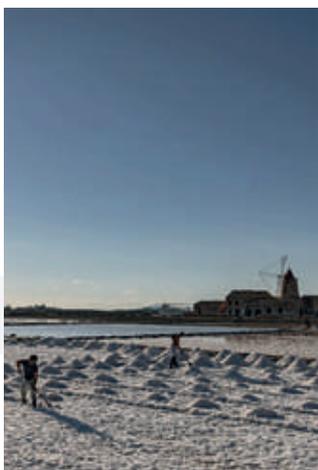
*LE SOLUZIONI DI:*  
Consorzio Melinda  
Cpr System  
Padania Alimenti

**88 L'INCHIESTA**

L'evoluzione e la tradizione del supermercato sotto casa

**93 BEST PRACTICE**

*I MODELLI VIRTUOSI DI:*  
Regione Lombardia  
Consorzio per la Tutela del Formaggio Gorgonzola  
Veneta Pesca  
Colline e Oltre  
Consorzio Pescatori di Goro



**110**



**88**

**103 SICUREZZA E TRACCIABILITÀ**

*IL KNOW-HOW DI:*  
Regione Emilia-Romagna  
Caseificio Sociale Gardalatte

**110 LA FILIERA**

Niente è più utile del sole e del sale

**115 INNOVAZIONE IN CAMPO**

*LE INTUZIONI DI:*  
Consorzi Agrari d'Italia  
Regione Siciliana  
Ortoromi

**123 PROGETTO VINO**

*LA PAROLA A:*  
Argea  
Cantina Rauscedo  
Gruppo Caviro  
Terre Cevico  
Emilia Wine  
Val d'Oca

**140 NEWS & EVENTI**

Notizie da e per il settore

# LA NUOVA FRONTIERA DEL SERVIZIO CIVILE AGRICOLO

Si apre un nuovo capitolo nell'impegno giovanile per la promozione e lo sviluppo sostenibile delle aree rurali, con progetti incentrati sull'agricoltura, l'ambiente e il welfare locale. Due i ministeri coinvolti, Agricoltura e Sport. Un unico obiettivo: nuove opportunità di lavoro in un settore strategico per il nostro Paese, l'agricoltura

di Davide La Cara



**7 milioni  
di euro**

a disposizione per 1.000  
richiedenti

**12 mesi**

durata dell'esperienza

**25 ore**

impegno settimanale

**507 euro**

rimborso mensile previsto

**È** in arrivo una nuova opportunità per i giovani che vogliono impegnarsi nel Servizio civile, un progetto che si va ad aggiungere a quelli già avviati del Servizio civile digitale e di quello ambientale. Il protocollo firmato negli scorsi mesi dal Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste e dal Ministero per lo Sport e per i Giovani ha infatti sancito la nascita del Servizio civile agricolo con l'obiettivo della promozione e dello sviluppo sostenibile delle zone rurali, della valorizzazione del territorio, della tutela dell'ambiente e della promozione dell'agricoltura sostenibile.

Il Servizio civile agricolo è rivolto a un pubblico di ragazzi di età compresa tra i 18 e i 28 anni che vorranno dedicare un periodo della propria vita al servizio della comunità e dell'ambiente, ricevendo un'esperienza formativa e di crescita personale. I progetti possono differire in base alle necessità e alle priorità del territorio e coinvolgere la gestione dei terreni agricoli, la riduzione dello spreco dei prodotti alimentari, la promozione e divulgazione della cultura contadina, la promozione di pratiche agricole eco-sostenibili, la promozione dei corretti stili di vita alimentari e l'implementazione di iniziative sociali

## Visioni a confronto La parola ai ministri



Andrea Abodi,  
ministro per lo Sport e i Giovani

Per il ministro per lo Sport e i Giovani Andrea Abodi, il Servizio civile agricolo vuole coinvolgere i giovani "in attività di rilevanza sociale e cittadinanza attiva". Secondo Abodi sono diversi i possibili ambiti di attuazione dei progetti "dall'agricoltura sociale alla promozione dei corretti stili di vita alimentari anche nell'ottica di contribuire a contrastare i disturbi dell'alimentazione, dal sostegno a iniziative finalizzate alla riduzione dello spreco di alimenti alla conoscenza della cultura contadina, fino ad arrivare alla tutela dei prodotti agricoli e alimentari italiani". Inoltre, "con il ministro Lollobrigida condividiamo l'agenda di Governo e l'intenzione, come per tutte le altre sperimentazioni del Servizio Civile Universale". L'obiettivo "è che diventino patrimonio stabile all'interno di questa esperienza".



Francesco Lollobrigida,  
ministro dell'Agricoltura

Il ministro dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste Francesco Lollobrigida afferma che "il settore agroalimentare è un pilastro della nostra nazione, non soltanto per l'indubbio valore economico ma anche per l'apporto significativo che è in grado di generare in termini culturali, ambientali e sociali. Partendo da questo dato incontestabile, vogliamo dare ai nostri giovani delle opportunità in termini di potenziale lavorativo da sviluppare. Il settore primario ha già accresciuto l'orizzonte delle proprie azioni, dalla produzione di cibo di qualità, che resta l'asse portante del nostro intervento, a un variegato ventaglio di attività a esse connesse come il turismo, la ristorazione e la produzione di energie rinnovabili fino ad attività didattiche e sociali. In questo senso, il servizio civile agricolo può contribuire in maniera decisiva a stimolare l'ingresso dei giovani nel comparto, spingendoli alla scoperta di un settore affascinante, ricco di biodiversità, di metodi di produzione, di tradizioni, accoglienza e paesaggi". Sulla possibilità di un rinnovo del progetto, per Lollobrigida "l'intenzione c'è ed è condivisa dal Ministero per lo Sport e i Giovani. Per capire come procedere con la programmazione futura, è però necessario fare una prima valutazione dei risultati che saranno raggiunti al termine di questa prima fase di sperimentazione agricola".

nelle comunità rurali con particolare riferimento alle zone più interne e impervie in Italia, valorizzando il cosiddetto "welfare di prossimità" con l'erogazione dei servizi primari in queste zone. Insomma, un percorso di avvicinamento per capire anche le opportunità rispetto a una cultura urbana e una rurale.

Per il primo anno di Servizio civile agricolo sono stati allocati 7 milioni di

euro per 1.000 richiedenti. L'esperienza avrà una durata di 12 mesi, con un impegno settimanale di 25 ore e un rimborso mensile previsto di 507 euro. Il programma formativo è di 80 ore e deve essere fornito dal soggetto promotore.

A distanza di quasi vent'anni dall'abolizione del Servizio di leva obbligatoria, nasce dunque un nuovo Servizio civile che occupa

direttamente di un settore strategico per il nostro Paese come l'agricoltura, con la possibilità di creare nuove opportunità di lavoro. Il protocollo, si legge nel documento, mira a rafforzare il Servizio civile come strumento di promozione e sviluppo dell'agricoltura, in particolare quella sociale, offrendo ai giovani la possibilità di acquisire competenze trasversali che aumentino le prospettive di occupabilità in ambito agricolo e agroalimentare.

# LE NUOVE OPPORTUNITÀ DI UN'AGRICOLTURA SOSTENIBILE

Lotta biologica, sistemi agronomici avanzati, filiere corte, sostenibilità.  
Un ciclo virtuoso di gestione delle risorse che da oltre 50 anni rappresenta  
il caposaldo produttivo e di governance di Sorgeva



Davide Sinigaglia,  
presidente di Sorgeva

Il settore agricolo italiano si conferma il più green d'Europa. Una specificità composta di vari ingredienti a partire dalla gestione del territorio che, oltre a contribuire alla bellezza dei nostri paesaggi, previene eventi idrogeologici avversi (purtroppo così frequenti anche lo scorso inverno nel nostro Paese). Una gestione attenta e sostenibile che tocca anche altri punti e va dalla tutela della biodiversità alla crescente diffusione del biologico, dall'efficienza nell'uso della chimica e dell'acqua alle energie rinnovabili (dal biogas al fotovoltaico) che spesso valorizzano i sottoprodotti o gli scarti di produzione in un'ottica di economia circolare, e arriva fino alle nuove tecnologie e nuove competenze.

E proprio di biodiversità, di difesa ambientale e di economia circolare ci parla l'esperienza di Sorgeva, una delle maggiori realtà aziendali del settore in provincia di Ferrara, capace negli anni di creare e sviluppare un vero e proprio sistema agroindustriale articolato e sostenibile.

"Le sfide che attendono l'agricoltura e il mondo dell'agroalimentare - spiega il presidente di Sorgeva, Davide Sinigaglia - riguardano la possibilità di garantire a tutti un

futuro sempre più equo e sostenibile. Un rapporto che inevitabilmente si gioca sul giusto equilibrio tra sviluppo produttivo e tutela dell'ambiente, con l'obiettivo di prolungare il ciclo di vita dei materiali, dei prodotti e delle risorse. Tema fondamentale è la sostenibilità ambientale, produttiva ed economica con tre capisaldi: cibo, acqua ed energia. Ed è proprio su questa formula, tanto semplice da dire quanto complessa da realizzare, che si è sviluppata in questi anni l'attività di Sorgeva, nata inizialmente come cooperativa agricola e oggi cresciuta sino a essere una vera e propria holding strutturata in vari segmenti che vanno dalla produzione biologica e arriva sino alla produzione elettrica da impianti fotovoltaici". A conferma di tutto ciò l'azienda sta continuando a investire negli anni in impianti di irrigazioni fissi moderni e centralizzati, atti a ottenere un notevole risparmio idrico, altra nota dolente che negli ultimi anni si sta sempre più aggravando; per non tralasciare il fatto che si sta ogni anno rinnovando il parco macchine dell'azienda sostituendo quelle più vecchie con macchine nuove di ultima generazione a minor impatto ambientale sul fronte



50 anni

### LA GENUINITÀ AL CENTRO DI TUTTO

Tra i prodotti di Sorgeva è possibile trovare: cereali biologici, cereali integrali, orticole industriali biologiche, orticole industriali integrate. L'azienda inoltre è certificata sia per la produzione biologica Ce 834/07 e Ce 834/07 sia per lo stoccaggio e per la commercializzazione con l'estero.



► dell'inquinamento. Sorgeva, inoltre, sfruttando sistemi all'avanguardia nel campo dell'agricoltura di precisione, offre servizi sia ai privati sia alle aziende, finalizzati a offrire un supporto tecnologico a tutte le realtà che possono averne bisogno nella vasta gamma di mezzi con tecnologie di ultima generazione e figure professionali delle quali dispone. Questo permette a Sorgeva di fare fronte a un ampio spazio di necessità che si possono presentare.

### L'essenza dello spirito cooperativo

Negli anni Sorgeva ha esteso lo spirito cooperativo a nuovi rapporti sociali ed economici mantenendo sempre un profondo legame con il territorio di riferimento. Nel 2004 è così nata Bioplus, società che garantisce al mondo agricolo servizi sempre più specifici per indirizzare le produzioni verso una transizione al biologico. Da sempre attenta alle energie rinnovabili, Sorgeva ha continuato anche a monitorare le potenzialità dello sviluppo fotovoltaico ed esattamente in questa direzione va l'acquisizione, avvenuta nel 2021 di Sunlight, azienda che nasce da una ricerca di business alternativi per migliorare la redditività e la diversificazione in ambito green.

“La sempre crescente richiesta di qualità, salubrità e genuinità dei prodotti alimentari, gli shock climatici ed energetici e le problematiche sociali e ambientali riconducibili al tema dello sviluppo sostenibile hanno certamente contribuito ad accelerare questo nostro processo di crescita e a farci sviluppare di conseguenza il concetto di produzione in una dimensione più ampia di filiera e di territorio, di salvaguardia delle coltivazioni e di recupero energetico green. Un complesso di progetti - sottolinea ancora il presidente di Sorgeva, Davide Sinigaglia - affiancati dalla promozione e dalla tracciabilità delle produzioni agroalimentari e da forme di comunicazione volte a valorizzare la qualità dei prodotti agroalimentari italiani. Un approccio integrato che per Sorgeva e per le nostre società consociate deve sempre tener conto di aspetti economici, ambientali e sociali”.

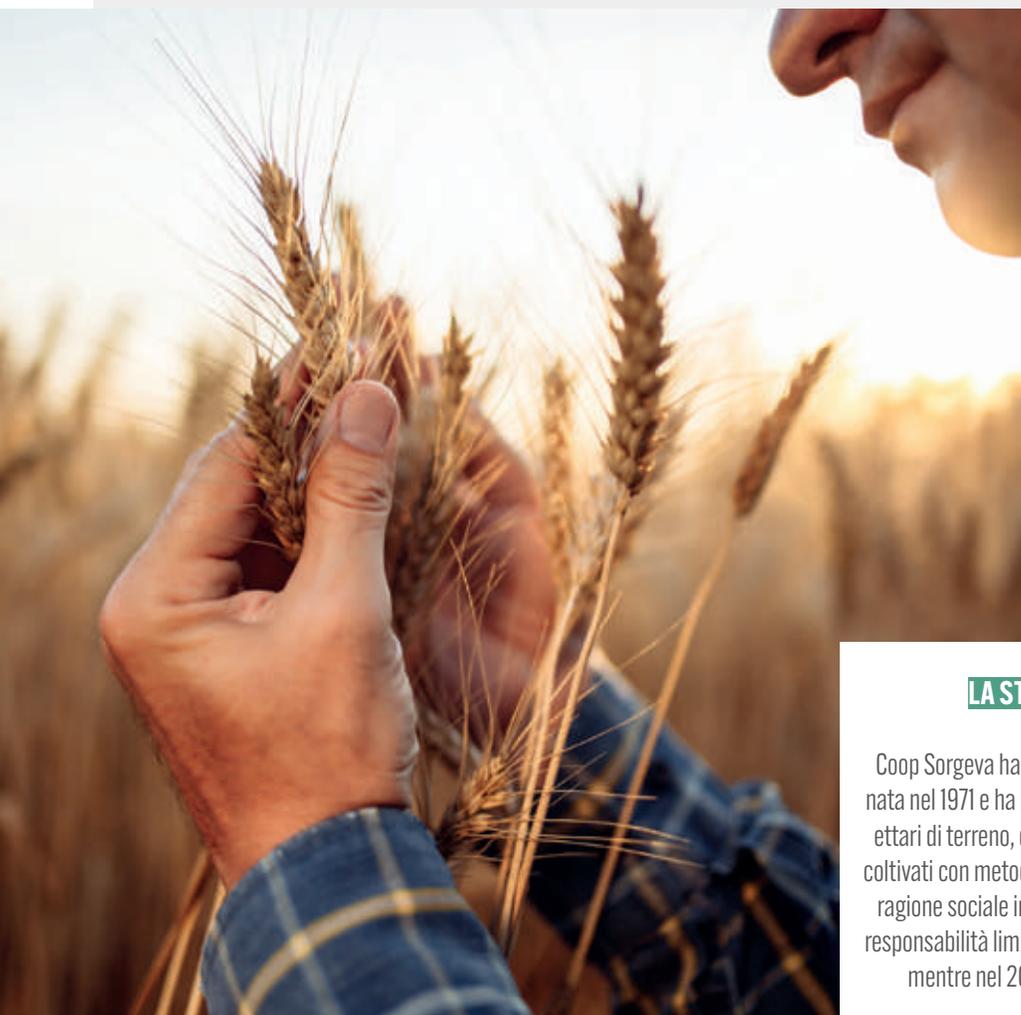
### Progetti di filiera

Da oltre 50 anni Sorgeva esprime un concetto di agricoltura perfettamente coerente con gli obiettivi di sostenibilità. Una consapevolezza rafforzata da precisi progetti di filiera che hanno già raggiunto risultati importanti anche dal punto di vista economico. Basti pensare alla diversificazione del



“

*Da oltre 50 anni Sorgeva esprime un concetto di agricoltura coerente con gli obiettivi di sostenibilità. Una consapevolezza rafforzata da precisi progetti di filiera che hanno già raggiunto risultati importanti anche dal punto di vista economico*



3.000  
ettari di terreno  
in parte coltivati con  
metodi biologici

### LA STORIA IN SINTESI

Coop Sorgeva ha sede a Portoverrara (Ferrara), è nata nel 1971 e ha in conduzione diretta circa 3.000 ettari di terreno, quasi tutti di proprietà e in parte coltivati con metodi biologici. Nel 1993 ha cambiato ragione sociale in Sorgeva Società cooperativa a responsabilità limitata. Nel 2005 nasce Bioplus Srl, mentre nel 2021 viene acquisita Sunlight.

reddito con nuove colture, che nel tempo hanno aperto lo sguardo a diverse opportunità di differenziazione competitiva e all'apertura a nuovi mercati, ma anche a una precisa valorizzazione degli scarti (biomassa). Altrettanto importanti per l'azienda ferrarese sono state le nuove opportunità di occupazione qualificata nei vari segmenti delle filiere, con un'attenzione particolare, come abbiamo visto, all'occupazione femminile, o alla diffusione di competenze tecniche adeguate per i metodi di produzione biologica e integrata. Tutto questo ha avuto importanti risultati anche dal punto di vista ambientale perché è aumentata la biodiversità e si sono ridotti i consumi energetici grazie anche all'utilizzo sempre più marcato di fonti energetiche alternative (il fotovoltaico), a un uso più efficiente del suolo e a sempre più bassi input chimici. Oggi i 3.000 ettari in provincia di Ferrara, di proprietà e coltivati da Sorgeva, garantiscono produzioni di altissima qualità quali i cereali, grano, farro e mais, da produzione integrata o biologica e le produzioni orticole, pomodori, piselli, cavolfiore

e fagiolini, destinate all'industria di trasformazione. E, anche in questo caso, Sorgeva garantisce all'industria di trasformazione prodotti di altissima qualità a produzione integrata, quindi con un uso certificato e sempre più sostenibile di prodotti fitosanitari, o completamente biologica.

#### Un ciclo virtuoso di gestione delle risorse

Sul fronte della sostenibilità il settore agricolo e agroindustriale italiano si confermano dunque, e di gran lunga, tra i più importanti e avanzati d'Europa. Un quadro di riferimento all'interno del quale i numeri offerti da Sorgeva confermano la forte volontà dell'azienda di rispondere in maniera sempre più precisa alla crescente domanda di qualità, sostenibilità ed eticità che arriva da parte dei consumatori e del mercato. Un ruolo che viene ricoperto dall'azienda coniugando innovazione produttiva ed efficienza energetica con la salvaguardia del territorio, della biodiversità e mitigando così gli effetti negativi della crisi climatica.

# OraSi

SENZA  
ZUCCHERI

100%  
ITALIANA

100%  
VEGETALE



🌿 Dai più gusto alla tua natura 🌿



PRODOTTO  
IN ITALIA



100%  
VEGETALE

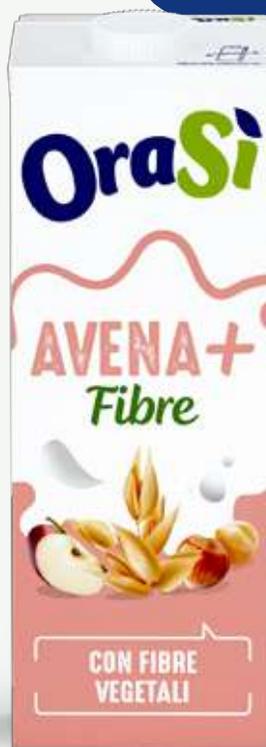
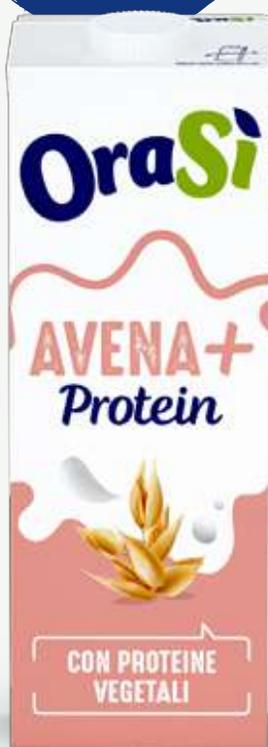


# OraSi

CON  
NUTRIENTI  
IN PIÙ

NOVITÀ

100%  
VEGETALE



OraSi AVENA+.  
Il gusto che ti dà di più.





# UN MILIONE DI FIRME A SOSTEGNO DELL'AGROALIMENTARE ITALIANO

Forte l'impegno di Coldiretti a Bruxelles, in Italia e in tutta Europa per difendere un patrimonio unico che rappresenta la prima ricchezza del Paese



Ettore Prandini,  
presidente di Coldiretti

**C**he cos'è l'agroalimentare? È impresa certo, tra le più importanti del nostro Paese. Ma è anche cultura, tradizione, dedizione.

620 miliardi di valore della filiera allargata, 64 miliardi di euro di sole esportazioni, 4 milioni di addetti, 740 mila aziende agricole. Sono i numeri di un agroalimentare italiano che rappresenta oggi la prima ricchezza del Paese, non solo in termini economici ma anche culturali, poiché da sempre il made in Italy a tavola incarna la sana alimentazione, come riconosciuto persino dall'Unesco che ha inserito la dieta mediterranea tra i patrimoni immateriali dell'Umanità, ma anche la predilezione per prodotti di altissima qualità, spesso rappresentativi di onorate tradizioni vecchie di secoli. Un patrimonio che va difeso, preservato, anche quando a metterlo a rischio può essere la stessa burocrazia: "Portiamo avanti da tempi un lavoro a tutti i livelli - spiega Ettore Prandini, presidente di Coldiretti - a partire da

quello europeo, per adeguare alle esigenze di un'agricoltura moderna e sostenibile alcuni passaggi burocratici che, così com'erano, rischiavano di creare qualche problema ai nostri più importanti comparti. Un impegno forte che ha portato risultati importanti. Penso al ritiro della direttiva sugli agrofarmaci che avrebbe sacrificato un terzo delle nostre produzioni. Penso alla semplificazione della Pac, la Politica agricola comune, dove grazie a noi sono cadute molte prescrizioni valide in teoria ma di difficilissima applicazione nella realtà. Ma abbiamo anche migliorato alcune direttive, dalle emissioni industriali al packaging fino

al ripristino natura, su cui pensiamo di lavorare ulteriormente cooperando con il prossimo esecutivo europeo che uscirà dalle urne di inizio giugno". La trasparenza dei prodotti è un altro tema importante di cui si sta molto discutendo in questo ultimo periodo. Diecimila agricoltori di Coldiretti al Brennero hanno sottolineato la necessità di rivedere le regole dinanzi alle attuali normative doganali, che in base al principio dell'ultima trasformazione spesso consentono a materie prime provenienti dall'estero di venire impiegate per la realizzazione delle eccellenze dell'agroalimentare italiano.

"Un vero e proprio paradosso, che permette a una coscia di maiale danese di essere stagionata ed essere venduta come prosciutto italiano, o al latte austriaco di essere usato per fare una mozzarella nostrana", spiega Prandini. Da qui, "l'obiettivo un milione di firme a sostegno di una proposta di legge europea di iniziativa popolare - sottolinea Prandini - per estendere

l'obbligo dell'indicazione di origine in etichetta a tutti i prodotti alimentari in commercio nell'Ue".

Per il futuro della nostra agricoltura sarà importante affermare il principio di reciprocità con un netto stop all'ingresso di prodotti da fuori dei confini Ue che non rispettano i nostri stessi standard in tema di tutela dell'ambiente, di rispetto dei diritti dei lavoratori, di lotta allo sfruttamento dei bambini. In questo giocano un ruolo importante anche le istituzioni, come l'ottenimento per l'agricoltura 3 miliardi in più nel Pnrr o "la stessa proroga agli aiuti di stato che ha consentito di dare la via libera alla nostra richiesta di una moratoria sui debiti inserita nel recente Dl Agricoltura", ricorda il presidente di Coldiretti. Per il comparto agroalimentare risposte importanti nel decreto sono venute anche sul fronte delle pratiche sleali dove

viene introdotto un meccanismo di pagamenti più rapidi per gli agricoltori danneggiati oltre allo stop al fotovoltaico selvaggio sui terreni agricoli. E c'è anche l'impegno per contrastare il problema della fauna selvatica, veicolo di diffusione della peste suina africana (Psa), con fondi importanti che ora vanno sostenuti con piani regionali straordinari di contenimento, sino ad oggi mancati.

"Sulla Psa - aggiunge Prandini - sarà ora necessario fornire tempi certi per gli indennizzi e adeguate risorse per gli allevatori". Significativa anche la nomina di un commissario straordinario per l'emergenza granchio blu, oltre agli interventi per sostenere le filiere produttive in difficoltà e le disposizioni di semplificazione per un piano di interventi urgenti per il contrasto della scarsità idrica.

---

*Per il futuro della nostra agricoltura sarà importante affermare il principio di reciprocità con un netto stop all'ingresso di prodotti da fuori dei confini Ue che non rispettano i nostri stessi standard*



# GENERARE INVESTIMENTI PER RACCOGLIERE I FRUTTI DEI TERRITORI

Intesa Sanpaolo in prima linea nel sostegno  
al settore agroalimentare



Massimiliano Cattozzi, responsabile della  
Direzione Agribusiness di Intesa Sanpaolo

**S**i generano investimenti per raccogliere i frutti del comparto agroalimentare italiano. Quei frutti, sovente eccellenti, per cui il nostro Paese è giustamente noto e apprezzato in tutto il mondo e che rappresenta una parte importantissima del tessuto economico, anche e soprattutto in chiave export. È tuttavia un settore delicato, che in caso di imprevisti - dalle crisi internazionali ai cambiamenti climatici fino all'applicazione di dazi protezionistici - può subire effetti anche di grave entità, e che per questo necessita di un alleato solido e capace, soprattutto allo scopo di garantire un'iniezione di liquidità per superare momentanee difficoltà o per guardare al futuro e alle prospettive di sviluppo con rinnovata fiducia. Un alleato che può trovare nelle

competenze del gruppo bancario Intesa Sanpaolo e più precisamente della Direzione Agribusiness, la rete nazionale che dal 2021 è dedicata espressamente al comparto agroalimentare italiano: con sede a Pavia, oggi questa rete può contare su 250 punti operativi, di cui 88 filiali distribuite su tutto il territorio nazionale, per un totale di circa 1.000 professionisti che attualmente assistono oltre 84 mila clienti. Oggi, di fronte a una congiuntura economica certamente non facile per il mondo dell'agroalimentare, è impegnata in una nuova sfida con il "Programma Agribusiness" nell'ambito del più ampio "Il tuo futuro è la nostra impresa", programma d'intervento di Intesa Sanpaolo che nasce con lo scopo di sostenere la ripartenza e

“ *L'approccio della Direzione Agribusiness è strutturato su prodotti finanziari e non finanziari studiati espressamente per il comparto agroalimentare* ”

la crescita delle imprese mediante un plafond complessivo di 120 miliardi di euro fino al 2026. "Intesa Sanpaolo - spiega Massimiliano Cattozzi, responsabile della Direzione Agribusiness - con 'Il tuo futuro è la nostra impresa' mette a disposizione iniziative e finanziamenti che si concentrano su tutti i punti cruciali della crescita e del rinnovamento industriale, dalla transizione energetica agli investimenti di Transizione 5.0,



250 punti operativi



oltre 84 mila clienti assistiti

proprio per aiutare le aziende italiane a cogliere le straordinarie opportunità attualmente presenti investendo sul proprio futuro e su una competitività sostenibile”.

In linea generale l’approccio della Direzione Agribusiness è strutturato su prodotti, sia finanziari sia non finanziari, studiati espressamente per il comparto agroalimentare e per rispondere ai suoi bisogni e peculiarità al fine di supportare le filiere più rilevanti durante tutto il loro ciclo vitale: dal sostegno alle attività quotidiane alla crescita del giro di affari, fino all’adozione di best practice per uno sviluppo sostenibile e alla tutela contro eventi che potrebbero comportare danni e perdite nella produzione anche di grave portata. In questa offerta è compreso il Programma Sviluppo Filiera di Intesa Sanpaolo, che mira a

rafforzare il made in Italy e agevolare l’accesso al credito delle Pmi, con particolare attenzione al tema della sostenibilità. A oggi, per esempio, sono attivi 871 contratti di filiera, di cui 170 nel solo comparto agroalimentare, coinvolgendo oltre 6.600 fornitori, con un giro d’affari complessivo di oltre 22 miliardi di euro e più di 22 mila dipendenti.

“Con le nostre soluzioni - conclude Cattozzi - vogliamo dare una spinta decisiva alla transizione sostenibile e all’internazionalizzazione delle aziende agroalimentari italiane. Con il finanziamento S-Loan Progetti Green, per esempio, offriamo la soluzione di riferimento per le imprese che investono in progetti volti al raggiungimento di modelli di business agricoli sostenibili da un punto di vista ambientale, sociale e

di governance. Mentre nell’ambito dell’internazionalizzazione siamo in grado di assistere le aziende per intraprendere l’approccio strategico corretto per accedere ai mercati al di fuori dei confini nazionali, supportandoli nella scelta dei canali più adatti e degli strumenti a disposizione per affrontare questa sfida”.

Un approccio, questo, che può contare su consulenza specifica, professionalità qualificate e una rete internazionale di supporto nei mercati di interesse: una sinergia che Intesa Sanpaolo garantisce grazie a un modello di servizio unico in Italia, che fa leva su circa 300 specialisti dedicati all’estero e una fitta rete internazionale composta da filiali estere, banche corporate e dalle banche della Divisione International Subsidiary Banks.

*zýmē* ®  
*Celestino Gospi*  
La ricerca dell'autoctono...

...AMARON  
della Valpolicella

*zýmē*  
*Celestino Gospi*



## PRIMO PIANO



**24**

Fondazione Enpaia



**28**

Voiello - Barilla G. & R. Fratelli



**30**

Conad

# L'AGRICOLTURA CRESCE CON INVESTIMENTI E SOSTENIBILITÀ

La Fondazione Enpaia si dimostra sempre più attore decisivo nell'economia del Paese attraverso investimenti che assicurano garanzie previdenziali e sviluppo produttivo sostenibile al settore agricolo nazionale



Giorgio Piazza,  
presidente di Fondazione Enpaia

A livello europeo, l'Italia è considerata un vero e proprio traino e modello di riferimento soprattutto per quanto riguarda l'agricoltura giovanile. Crescono infatti le aziende guidate da giovani e sono proprio loro a trainare la transizione ecologica e digitale. A lungo considerato espressione del passato, destinato a una crescente marginalità in una società dapprima industriale e poi dei servizi, il mondo agricolo nazionale sta dunque ritrovando slancio, e negli ultimi anni è tornato a essere il luogo di produzioni e prodotti economicamente e socialmente rilevanti, espressione di valori contemporanei e, spesso, fortemente innovativi.

I nuovi attori del mondo agricolo, in particolare proprio i tanti giovani imprenditori italiani, hanno anche saputo interpretare in modo appropriato il nuovo ruolo legato alla riconquistata centralità del cibo nella vita di tutti noi, dovuto alla voglia di qualità e al suo valore simbolico. Logiche nuove, insomma, rispetto alle quali la produzione agricola si è trasformata in una esperienza stimolante e preziosa, fatta non solo di qualità ma anche di sostenibilità e forte spinta innovativa da condividere con i consumatori.

Un quadro che vede coinvolto in prima persona anche Enpaia, l'Ente Nazionale di Previdenza degli Addetti e Impiegati in Agricoltura, che negli

anni è entrata di fatto nella filiera produttiva ed economica del settore agroalimentare nazionale ritagliandosi un ruolo fondamentale nell'evoluzione della previdenza e nell'economia reale del Paese perché tanti nuovi giovani in agricoltura significano anche precisi impegni e responsabilità future in ambito pensionistico e previdenziale. Crescono i giovani imprenditori agricoli

"In Italia è tornata la voglia di fare agricoltura tra i giovani, ma ovviamente con logiche nuove rispetto al passato, quindi all'altezza delle sfide contemporanee, da quella della sostenibilità a quella tecnologica. In altre parole - spiega Giorgio Piazza, presidente di Fondazione Enpaia -



oltre 9.000  
aziende  
associate



## AL FIANCO DELLE IMPRESE

Enpaia - oggi Fondazione con personalità giuridica di diritto privato - associa oltre 9.000 aziende che danno impiego nel settore agricolo, per un totale di oltre 42.000 assicurati tra dirigenti, quadri e impiegati. A Enpaia venne affidata la gestione dell'assicurazione contro le malattie, dell'assicurazione contro gli infortuni, del trattamento per l'indennità di anzianità e di trattamento di previdenza in aggiunta a quello pensionistico erogato dall'Inps.

attualmente si lavora certamente di più e meglio rispetto al passato ma nel rispetto dell'ambiente, della natura e delle persone. Un cambio prima di tutto di mentalità che non potrà che fare bene a un settore che per vincere le sfide globali ha bisogno di una forza lavoro giovane e motivata che sappia usare le nuove tecnologie e dialogare coi mercati esteri".

"La presenza di tanti giovani - sostiene ancora il presidente di Enpaia - sta dunque rivoluzionando il lavoro della terra diventato un settore capace di creare nuove opportunità di lavoro e di crescita professionale destinate a durare nel tempo. E questo si traduce inevitabilmente in un forte senso di responsabilità che il nostro Ente si sta

assumendo nei confronti dei proprio iscritti. Come si traduce tutto questo? Anche attraverso un intervento diretto di Enpaia nell'economia reale del Paese".

### Certezze per il futuro

Mission strategica di Enpaia è dunque dare sempre più peso economico al proprio patrimonio mobiliare e immobiliare perché aumentare la stabilità finanziaria della Fondazione significa dare certezze e un futuro sempre più tranquillo ai propri iscritti ai quali vengono così assicurate le indispensabili garanzie delle prestazioni previdenziali per gli anni a venire. "Ed esattamente in questa direzione vanno le nostre recenti

operazioni finanziarie. Investimenti - prosegue il presidente di Enpaia, Giorgio Piazza - che si stanno già rivelando molto performanti. Penso a Bonifiche Ferraresi, l'unica società agricola quotata in borsa in Italia e in Europa, o a quello effettuato da Enpaia con Masi Agricola, azienda strategica nel settore vini, o con Granarolo per il settore lattiero caseario. Questa è la tendenza che vogliamo mantenere e amplificare negli anni a venire perché se le nostre aziende agroalimentari



► crescono in maniera sostenibile tutto ciò si traduce in un vantaggio per i nostri iscritti e per Enpaia e si crea un circolo virtuoso che può generare positività per tutta la società. Non solo per l'agricoltura quindi ma anche, in ultima analisi, per le persone e per l'ambiente”.

### La sostenibilità

Quando in agricoltura si parla di linea verde non si parla ovviamente solo del numero crescente di giovani che hanno scelto di lavorare nei campi ma si parla a pieno titolo anche della svolta green e sostenibile delle

produzioni agricole, dove la parola sostenibilità non è riferita però soltanto all'ambiente, ma anche all'ambito sociale: assicurando quindi la salute delle persone, la qualità della vita di chi si occupa della produzione, i diritti umani di chi opera nel settore e l'equità sociale. Tutte tematiche sulle quali la Fondazione Enpaia mostra da sempre una forte e riconosciuta sensibilità.

“Il ruolo fondamentale dell'agricoltura nel nostro Paese non è solo economico, occupazionale e produttivo ma anche per contrastare il cambiamento climatico. L'agricoltura -

ribadisce il presidente Piazza - è infatti uno strumento importantissimo per il sequestro dei gas serra e dell'anidrite carbonica quindi strumento fondamentale per migliorare la qualità dei nostri cibi, delle nostre produzioni ma anche la qualità dell'aria che respiriamo e quindi la qualità stessa della nostra vita sociale. Uno slancio fondamentale alla modernizzazione dell'agricoltura nella direzione della sostenibilità può quindi venire proprio dall'ingresso di tanti giovani nel mondo agricolo e dall'impiego sempre più avanzato delle nuove tecnologie che permettono di ottimizzare in



“ *In Italia è tornata la voglia di fare agricoltura tra i giovani, ma ovviamente con logiche nuove rispetto al passato, quindi all'altezza delle sfide contemporanee, da quella della sostenibilità a quella tecnologica* ”



tempo reale i consumi energetici, razionalizzando l'utilizzo di acqua e di fertilizzanti anche a seconda delle condizioni meteorologiche”.

“Questo assicura da una parte la migliore cura delle coltivazioni, e dall'altro la riduzione degli sprechi e di conseguenza dell'impatto ambientale. Per arrivare a centrare questi obiettivi - conclude il presidente di Enpaia Giorgio Piazza - le tecnologie emergenti possono svolgere un ruolo di primo piano, a partire dalla cosiddetta agricoltura 4.0, dove connettività e intelligenza artificiale possono trovare impiego per dare un contributo decisivo proprio in uno dei settori che tradizionalmente è rimasto più al riparo dall'innovazione, e che per lungo tempo è stato considerato come uno dei comparti più legati alla tradizione. Oggi non è più così ed Enpaia è parte attiva in questo cambiamento”.

# PER TUTTI GLI INNAMORATI DELLA BUONA PASTA

Voiello è l'ideale per chi ama perdersi in quel sapore che ancora parla di essenze del tempo fatto di persone, valori e passione



**L**a pasta rappresenta uno dei più significativi patrimoni dell'alimentazione e della cultura italiana e, nonostante le continue variazioni degli stili di vita e le differenti abitudini alimentari, ha preservato nel tempo un ruolo strategico nella vita sociale, economica e culturale del nostro Paese.

In questo contesto, il brand Voiello rappresenta un incredibile ambasciatore del territorio di provenienza, la Campania, che si è trasformato anche in un efficace e potente strumento di storia del territorio oltre che di marketing e promozione culturale.

Con la sua pasta Voiello esprime al meglio il connubio tra grande tradizione e innovazione, un legame strettissimo che diventa una scelta chiara e vincente, a tavola, innanzitutto, ma anche per valorizzare il territorio di provenienza.

"Voiello - interviene Luigi Loico, marketing manager - celebra, attraverso la propria pasta, la cultura del buon cibo, la qualità italiana, la passione e il saper fare. La qualità del grano 100% italiano e la trafilatura al bronzo si uniscono infatti al nostro

“*Tenace e ruvida che cattura tutti i sughi. Voiello è la pasta come Napoli comanda*”

saper fare e alla passione delle persone che, da sempre, si impegnano per offrire, agli innamorati della buona pasta, la migliore pasta Voiello”.

In questa filosofia imprenditoriale si colloca la storia e lo sviluppo dell'azienda il cui primo mattone fu posato a Torre Annunziata nel 1879 diventando ben presto, con il nome di Antico Pastificio Giovanni Voiello, una marca amata dalle persone e guadagnando rapidamente una diffusione nazionale e numeri da record. Nel 1973, mentre la crisi economica colpiva l'Italia, Voiello entrava a far parte del Gruppo Barilla, leader mondiale nella produzione della



1879  
anno di nascita  
dell' Antico Pastificio  
Giovanni Voiello



L'intera produzione  
è realizzata,  
esclusivamente a  
Marcianise (Caserta)

### IL CUORE A MARCIANISE

La pasta Voiello è prodotta nello stabilimento di Marcianise (Caserta). Un polo produttivo importante anche per l'occupazione dell'intero territorio campano - con 119 dipendenti - e che si contraddistingue per le continue innovazioni a livello tecnologico e per la sostenibilità.

La ricerca del grano di qualità per produrre la pasta è sempre stato un chiodo fisso per Voiello sin dal 1879. Oggi Voiello è prodotta con grano 100% italiano.

pasta, senza però mai perdere di vista la propria autonomia, l'indipendenza dei processi produttivi e l'essenza stessa del suo saper fare. Elementi che l'hanno resa celebre tra i consumatori, regalando ancora oggi a Voiello un ruolo di assoluto protagonista nel settore agroalimentare italiano, un'azienda capace di correre in perfetto equilibrio fra tradizione e innovazione e preciso punto di riferimento per i grandi piatti della cucina italiana.

"Quello con la pasta Voiello è un viaggio sensoriale a tutto tondo, dove tecnologia e innovazione si affiancano per garantire qualità, sicurezza alimentare e attenzione alla

sostenibilità. Un risultato ottenuto grazie all'impegno di tutti e che ci permette ogni giorno di rispondere alla domanda dei consumatori che si rivolgono a noi con la certezza di acquistare una pasta di qualità per un piacere da condividere. Da 145 anni - ribadisce Loico - Voiello è sinonimo di buona tavola e di buon vivere".

La fama della pasta italiana nel mondo non si basa solo sulla indiscutibile qualità che rende un piatto genuino e ricco di gusto, ma anche sul fatto che gioca un ruolo importantissimo nella dieta mediterranea, dichiarata patrimonio immateriale dell'umanità.

# LE STRATEGIE DEGLI ITALIANI PER PROTEGGERE IL CARRELLO DELLA SPESA

Pianificazione, riduzione degli sprechi e attenzione per la marca del distributore competitiva per il miglior rapporto qualità/prezzo: questi gli spunti offerti al mercato da Conad



Mauro Lusetti,  
presidente di Conad

“

*“Sosteniamo il Futuro”, perché per Conad esiste solo un modo di fare business: farlo in modo sostenibile attraverso un insieme di azioni concrete basate sulla partecipazione e sull’inclusività*

**D**ai grandi centri commerciali ai piccoli negozi tradizionali, dai supermercati di vicinato alla piazza del paese sino alle ipertecnologiche vetrine digitali, il settore retail si conferma come uno dei più importanti per l’economia del Paese e rappresenta la cartina tornasole del livello di benessere di noi consumatori e di conseguenza di tutta la catena della filiera produttiva agricola, agroalimentare e non food. In uno Stato in salute, infatti, la ricchezza si riflette anche sui consumi. Nel caso opposto, ovvero nei momenti di crisi, anche la contrazione dei consumi dimostra concretamente le conseguenze della crisi in atto. O meglio, il consumatore si adegua al diminuito

potere di acquisto dovuto ai rincari e ristruttura la lista della spesa sulla base del proprio budget.

Altre strategie adottate dai consumatori per fronteggiare il caro vita e proteggere il proprio potere di acquisto sono diverse: da un più marcato nomadismo tra insegne alla ricerca delle promozioni, all’attenta pianificazione degli acquisti per evitare gli sprechi sino alla maggiore attenzione al rapporto qualità/prezzo. Assodato dunque che il retail abbia un ruolo chiave nelle economie sviluppate, il modello cooperativo imprenditoriale del gruppo Conad, forte dei suoi 3.800 punti vendita in tutta Italia, è certamente un punto di vista privilegiato per leggere il Paese reale. L’analisi del presidente di Conad, Mauro



Il 35% delle vendite riguarda prodotti a marchio



Lusetti, è chiara: anche la geopolitica oggi incide sul carrello della spesa. “Certo, per esempio, la guerra in Ucraina e la guerra tra Israele e Hamas incidono in maniera importante. Accanto all’evidente dramma e tragedia dal punto di vista umano, gli effetti collaterali dal punto di vista economico si riassumono nella difficoltà dell’approvvigionamento di tutta una serie di materie prime che vedevano l’Ucraina uno dei paesi principali. Se a questo si aggiunge la difficoltà ad attraversare il Golfo, attraverso il Canale di Suez, la situazione diventa ancora più complicata e difficile. Per non parlare dei cambiamenti climatici in atto. Insomma - prosegue il presidente di Conad, Lusetti - le variabili sono davvero molte

e a loro modo tutte contribuiscono ad aumentare i prezzi e di conseguenza influiscono sul carrello della spesa dei nostri clienti”.

È questa, dunque, la realtà con cui si confronta oggi Conad, e con lei le insegne della grande distribuzione italiana, senza avere al momento un riferimento preciso per orientarsi visto che l’attuale crisi è diversa dalle altre per gli effetti congiunti di guerra in Ucraina, tensioni geopolitiche e incertezza sui prezzi delle materie prime.

Le aziende distributive hanno fatto uno sforzo economico in questi ultimi mesi, assorbendo parte degli aumenti generalizzati sui beni di consumo per attenuare l’impatto sui prezzi,

## I NUMERI

Conad - Consorzio Nazionale Dettaglianti - è la più ampia organizzazione di imprenditori indipendenti del commercio al dettaglio presente in Italia. Dal 2019 è divenuta l’insegna leader di mercato con una quota del 15,01% e con 3.800 negozi.



“

*Per fare sostenibilità serve una regia forte in grado di massimizzare l'impegno delle grandi filiere produttive e commerciali, condividendo l'obiettivo in azioni concrete, facendo educazione, aiutando le persone a fare scelte d'acquisto sostenibili e semplificando le complessità*



► declinando il ruolo che hanno sempre avuto nei confronti dei loro clienti. In questo contesto, caratterizzato anche da una contrazione dei volumi e da una maggiore spinta promozionale nella grande distribuzione organizzata, è cresciuto il ruolo della marca del distributore (Mdd), con una quota che si è portata a un terzo del fatturato, grazie a una crescita maggiore rispetto a quella della marca industriale. Conad ha dimostrato la sua leadership

anche rispetto a questo trend nazionale, forte di una Mdd molto varia, ampia e di assoluta competitività, legata a un rapporto qualità/prezzo che non teme confronti.

“Conti alla mano - prosegue Lusetti - quasi quattro prodotti su dieci che escono dai nostri negozi sono prodotti a marchio. Il 35% delle nostre vendite per la precisione. L'andamento delle materie prime è uno degli elementi che osserviamo con maggiore attenzione perché nella relazione con i nostri partner industriali è uno dei temi cruciali che ci aiuta a gestire la filiera di produzione e a calmierare i prezzi per sostenere gli acquisti dei nostri clienti. Il secondo aspetto è di natura logistica soprattutto per i trasporti. La movimentazione e lo stoccaggio delle merci rappresentano costi che per noi sono fondamentali nel nostro conto economico, basti pensare anche solo all'aumento dei costi dei carburanti. Il terzo elemento che ci sta preoccupando è il costo del lavoro: mi riferisco alle dinamiche salariali legate ai rinnovi dei contratti. Nel 2024, dopo due anni di carenza contrattuale, noi di Conad abbiamo rinnovato il contratto. E questo è un dato davvero nuovo e positivo, ma che ancora una volta determina tensioni sul nostro conto economico”.





Al momento, dunque, se c'è un vincitore tra i prodotti del largo consumo questo è la Marca del Distributore, uno dei pochi segmenti di offerta che sta crescendo a volume rappresentando l'alternativa principale rispetto alle altre marche e agli altri prodotti. Più in generale il downgrading del carrello, cioè la scelta di acquisto di prodotti che costano meno rispetto alla media della categoria, rappresenta sicuramente un'arma in più in mano ai consumatori per contrastare il caro-vita. Basti pensare al grande successo registrato nel corso degli ultimi 10 anni dal paniere Bassi e Fissi, attraverso il quale l'azienda si è impegnata a garantire la certezza di una spesa completa, di qualità, sicura e conveniente, ogni giorno a prezzi "Bassi e Fissi".

Davanti a un mare così pericoloso essere nel sistema cooperativo aiuta? "Secondo noi sì. Mettersi insieme rispettando l'individualità credo che sia uno degli strumenti che consente

all'umanità e all'uomo di migliorare la propria condizione di vita. Forse anche un modello molto vicino alla cultura del Paese e alla nostra perché il modello cooperativo ha l'obiettivo di creare valore anche nelle comunità e nel territorio. Esistono cooperative che hanno delocalizzato? Credo proprio di no. Nella filiera agroalimentare grandi cooperative sono fatte da tanti piccoli e medi imprenditori che si sono messi insieme nella coltivazione, nella gestione dei terreni e nella trasformazione industriale. Nell'agricoltura quasi la metà della produzione e trasformazione dell'agroalimentare italiano è in forma cooperativa. E poi c'è la distribuzione. Tra Coop e Conad e altre forme aggregate in cooperativa si concentra più del 30% della quota di mercato della Grande distribuzione organizzata. E tutti i giorni - conclude il presidente di Conad, Mauro Lusetti - siamo al servizio di più di undici milioni di famiglie. I nostri clienti".



# dal campo alla tavola.



Coltiviamo prodotti di alta qualità ottenuti attraverso un'agricoltura innovativa, sostenibile, capace di valorizzare le eccellenze della filiera agro-alimentare italiana e di tutelare il territorio e le risorse naturali del Paese.



LE  
**STAGIONI  
D'ITALIA**

coltiviamo  
bontà

**SIAMO LA PIÙ GRANDE AZIENDA AGRICOLA D'ITALIA**

È un progetto di

**BF**   
BEST FIELDS, BEST FOOD.

# L'AGRICOLTURA DEL FUTURO: INNOVAZIONE, TECNOLOGIA E BIOLOGICO



Il quadro disegnato dall'Osservatorio Agrofarma, presentato a Roma lo scorso marzo: da un lato, emerge un settore che sta attraversando una crisi epocale; dall'altro è evidente la propensione all'innovazione e al cambiamento. Numeri, commenti e... alternative in campo

di Letizia Piotti

**N**ell'epoca delle grandi trasformazioni anche gli agrofarmaci evolvono, mostrando un volto rivisitato e caratterizzato da un elevato tasso di innovazione e da un minore impatto ambientale. Allo stesso tempo strizzano l'occhio all'agricoltura biologica e, in generale, a una maggiore attenzione all'utilizzo delle risorse. È quanto emerge dal primo Report dell'Osservatorio Agrofarma, presentato alla fine dello scorso marzo a Palazzo Madama a Roma e curato dalla società di ricerca specializzata in temi agricoli Areté, che ha l'obiettivo di fare il punto, ogni sei mesi, sull'agricoltura italiana, con un focus sull'utilizzo di agrofarmaci e mezzi tecnici. Il quadro che ne è emerso sottolinea la complessità di un comparto agricolo che, da un lato, vive una crisi epocale e dall'altro dimostra una grande propensione all'innovazione e al cambiamento: maggiore investimento complessivo in ricerca e sviluppo, crescita dell'agricoltura 4.0 e continuo aumento di superfici coltivate con metodo biologico.

## Alcuni numeri

Secondo lo studio, nel 2023 il 9% della Sau italiana (superficie agricola utilizzata, analizzata su un campione di 8,3 milioni di ettari) è stata coltivata attraverso strumenti 4.0 e il mercato dell'agricoltura 4.0 ha raggiunto il valore di 2,5 miliardi di euro. Tra le tecnologie più diffuse: l'analisi dei dati, l'internet delle cose (IoT) e le piattaforme software.

Per quanto riguarda le attività di ricerca e sviluppo condotte dall'industria degli agrofarmaci in Italia, il report evidenzia che la spesa destinata allo sviluppo di nuovi prodotti raggiunge i 32 milioni di euro, pari, in media, al 2,9% del fatturato totale per azienda, contro una media, secondo i dati Istat, dell'1,5% del comparto industriale.

Il dato non è di poco conto perché dimostra che le imprese analizzate hanno una maggiore propensione a investire nella

ricerca e nello sviluppo di prodotti a minore impatto e più sicuri. A questo dato si aggiunge quello della complessiva e costante riduzione degli agrofarmaci di circa il 12% rispetto a meno di dieci anni fa.

## Aumentano le superfici bio

Al contempo, è in continua crescita anche il settore biologico, che vede, come confermato dallo stesso report, un continuo aumento delle superfici "con un'incidenza sulla Sau totale pari al 20% nel 2022, con 2,3 milioni di ettari totali, di gran lunga superiore alla media europea, che si attesta intorno al 9% nello stesso anno".

Del resto, l'Italia è leader del settore: vanta la più alta percentuale in Europa di superfici bio e detiene il primato in Ue per numero di produttori. Sono quasi 93.000, infatti, le aziende bio italiane protagoniste di un mercato interno che sfiora i 5,4 miliardi di euro e un export di prodotti biologici made in Italy che raggiunge i 3,6 miliardi.

## Agrofarmaci e r&d

Tali trend di crescita costante si riflettono anche nell'offerta di agrofarmaci e nelle attività di r&d condotte dalle imprese associate ad Agrofarma, per le quali il fatturato delle vendite di prodotti autorizzati per l'impiego in agricoltura biologica nel 2023 è di 134 milioni di euro, pari a circa il 12% del fatturato totale. Si tratta di una percentuale destinata a crescere se si considera che oggi i prodotti impiegabili in agricoltura biologica rappresentano il 20% del totale ma, tra quelli che verranno lanciati nell'arco dei prossimi tre anni, la quota sale al 30%, a conferma sia dell'impegno assunto a livello europeo sia dei trend autorizzativi che parlano di una crescita del +102% delle vendite di agrofarmaci contenenti principi attivi consentiti in agricoltura biologica.

**20%**  
prodotti impiegabili  
in agricoltura biologica

**30%**  
prodotti  
impiegabili in agricoltura  
biologica al lancio entro  
i prossimi tre anni



Luca Colombo

## La risposta del biologico

Intervista con Luca Colombo, segretario generale Firab - Fondazione Italiana per la Ricerca in Agricoltura Biologica e Biodinamica

Anche Agrofarma sembra guardare al biologico con interesse. È un bene che ci sia attenzione verso il bio come settore in crescita che merita attenzione dei fornitori di mezzi tecnici; ne deve seguire però un maggiore impegno in Ricerca e Sviluppo dedicati con input che rispondano alle esigenze dei produttori biologici.

### Cosa differenzia la visione del bio di Agrofarma dalla vostra?

“Noi abbiamo un approccio agroecologico al biologico, teso a dare stabilità e resilienza al sistema produttivo tramite l'aumento della complessità ecologica che mitiga la pressione di parassiti e patogeni. L'obiettivo è minimizzare il ricorso a mezzi tecnici esterni all'azienda, così da ridurre anche l'impatto ecologico ed economico per i produttori”.

### Biologico 4.0, è un matrimonio possibile e duraturo?

“Il biologico è uscito da tempo dalla logica bucolica alla quale molti ancora lo vogliono inchiodare. Guarda con

interesse agli approcci di precisione e 4.0, ma anche con uno sguardo critico che ne sfati la retorica se non sostanziata, che ne giudichi la fattibilità economica per gli agricoltori e i rischi di controllo proprietario dei dati che vengono generati”.

### Un esempio concreto di impegno, sul fronte della Ricerca, per sostenere la crescita del bio?

“Il progetto Organic Advice Network sul sistema di assistenza tecnica in biologico, di cui Firab è partner, cerca di rafforzare le competenze di consulenti aziendali e dei produttori e di facilitare l'ingresso di nuove aziende in biologico. Lo fa anche puntando sul rafforzamento delle conoscenze degli operatori che vedono soprattutto nella difesa delle colture un elemento di criticità, ma che le esperienze ultradecennali del biologico dimostrano che sono governabili non solo nella triplice prospettiva di sostenibilità (le tre dimensioni: economica, sociale e ambientale), ma anche sul fronte della salute degli operatori”.

## Batteri e i bio-fertilizzanti: l'alternativa alla sintesi chimica



Luca Tessari

La strada per ridare vita a suoli stanchi, sovrassaturati da sostanze chimiche e monocolture e da un'agricoltura sempre più industriale, è quella di ripristinare la flora batterica dei terreni immettendo batteri buoni. Insomma, un po' come facciamo con il nostro organismo quando vogliamo rimanere in buona salute.

Da alcuni anni la ricerca scientifica si è concentrata su una nuova generazione di prodotti che riattivano i processi naturali di rigenerazione dei terreni. Una soluzione che, oltre a ridare salute ai suoli e rafforzarli, offre una gestione dei terreni totalmente sostenibile. Parliamo di bio-fertilizzanti, molto diversi dai fertilizzanti sintetici che hanno reso l'agricoltura convenzionale sempre più dipendente da prodotti molto impattanti e non più sostenibili. I bio-fertilizzanti rientrano nella strategia di gestione integrata della fertilità del suolo (Isfm - Integrated Soil Fertility Management) che comprende: la gestione dei nutrienti basata sulla conservazione delle risorse naturali; la fissazione biologica dell'azoto; una maggiore efficienza degli input utilizzati. Grazie ai bio-fertilizzanti è possibile osservare un aumento della resa, rispetto a quella ottenuta con i fertilizzanti di sintesi, che va dal 5% al 10-15% nell'arco dei primi 2 o 3 anni.

“I nostri bio-fertilizzanti - spiega Luca Tessari, direttore commerciale di Cultivarbio Terra, che si occupa della distribuzione in Italia di questi prodotti innovativi - sono con batteri vivi e per questo i risultati sono immediati. Si tratta di preparati a base di consorzi micorrizici e ceppi batterici selezionati che promuovono un'agricoltura naturale ed efficiente”. “Con i nostri agronomi - dice Tessari - non ci siamo limitati a studiare i prodotti ma ne abbiamo testato l'efficacia nei nostri terreni, per oltre

un anno. I risultati sono molto buoni su qualsiasi tipo di coltura, dai cereali agli ortaggi, alle piante da frutto, alla vite. Sono prodotti assolutamente biologici e iscritti nel registro Sian, che ripristinano la flora batterica dei terreni, permettendo l'assorbimento dei nutrienti da parte dell'apparato radicale della pianta”.

Infine, a dare un'ulteriore spinta alla diffusione di un nuovo approccio all'agricoltura sempre meno legato alla sintesi chimica è il recente libro “Batteri in campo, la nuova rivoluzione dell'agricoltura bio”, dove l'autore Jeff Lowenfels, giornalista e formatore che ha scritto libri molto premiati sul rapporto virtuoso tra piante e terreni, partendo dall'assunto che ogni singola pianta ospita all'interno delle sue cellule dei minuscoli batteri buoni, chiamati endofiti, spiega il ciclo della rizofagia. La rizofagia è un processo attraverso il quale le cellule vegetali raccolgono l'azoto e altri nutrienti nella parete cellulare di un batterio e ne espellono i protoplasti nel terreno, dove ricostruiscono le loro pareti cellulari per poi ricominciare a nutrirsi e ripetere il ciclo. Un ciclo che il libro, edito da Terra Nuova Edizioni, spiega come utilizzare per aumentare la produttività dei raccolti e controllare gli agenti patogeni senza fare uso di prodotti chimici o altri metodi inquinanti.

# LE BUONE PRATICHE PER LA COLTIVAZIONE DEL MAIS NASCONO IN LOMBARDIA

Presentato a Milano l'undicesimo protocollo CombiMais.  
Il sistema in dieci anni ha dimostrato di saper stabilizzare la produzione,  
rispettando ambiente e sostenibilità

di Barbara Trigari

“È necessario tornare a produrre in maniera sostenibile, produttiva e qualitativa”, ha detto Mario Vigo dell'azienda agricola Folli a Robbiano (Milano), ideatore del protocollo CombiMais e presidente del Centro Studi Innovagri, l'associazione impegnata nello studio e la ricerca dell'innovazione nell'agroalimentare. Il contesto è la borsa cerealicola regionale Granaria a Milano, dove nello scorso mese di aprile è stato presentato il nuovo protocollo CombiMais 1.1, undicesimo aggiornamento del primo, che era stato presentato in occasione di Expo Milano nel 2015. Il protocollo è una sorta di distillato di buone pratiche rivolte ai

coltivatori, per reagire ai cambiamenti climatici e di contesto che rendono sempre più complessa la coltivazione del mais e la redditività per le aziende.

#### Modello e coordinamento

Il modello è quello dell'aggregazione tra aziende, per ridurre i costi di produzione e mettere a fattor comune le competenze. Il coordinamento agronomico del protocollo CombiMais è affidato a Leonardo Bertolani; gli step delle attività sono sotto la regia del Dipartimento di Scienze agrarie, forestali e alimentari dell'Università di Torino, guidato dal professor Amedeo Reyneri che, in occasione della presentazione alla stampa, ha chiarito i riferimenti scientifici



#### RISPARMIO IDRICO OLTRE IL 30%

soluzioni di ultima generazione  
per l'irrigazione a goccia  
e la micro-irrigazione



#### PRODOTTI INNOVATIVI

Utilizzo di fertilizzanti innovativi  
per la tutela biofisica del suolo  
e di concimi organo-minerali  
a elevato contenuto di carbonio  
organico umificato



Da sx Mario Vigo, presidente del Centro Studi Innovagri, e Alessandro Beduschi, assessore all'Agricoltura di Regione Lombardia

del progetto: l'agricoltura rigenerativa e lo smart climate farming, che non pone limiti all'evoluzione tecnologica. Un approccio molto concreto, dunque, visto che propone alle aziende un disciplinare in anticipo sulle richieste normative, e con un'efficacia dimostrata: dopo i primi tre anni di assestamento la produzione del mais con CombiMais non è mai scesa sotto un quantitativo determinato, a dimostrazione che il protocollo è riuscito a tutelare la produzione, e a stabilizzarla anche negli anni peggiori. Il prodotto ricavato si presenta con livelli qualitativi elevati e le pratiche seguite per produrlo si inseriscono in una logica di sostenibilità: con risparmio di energia, di acqua e, non da ultimo, di ossigeno.

#### Numeri e obiettivi

CombiMais per ora è un progetto limitato a una squadra di 10 tra enti scientifici e aziende, più una società di comunicazione, in Lombardia, "core belt" italiano della produzione del mais perché qui c'è l'acqua per garantirla. Obiettivo del protocollo, del quale si auspica l'estensione anche ad altre filiere con lo stesso modello, è sia garantire la produttività agricola sia tutelare il valore del mais italiano

## Agricoltura e politica

In attesa del rinnovo del Parlamento europeo, il mondo agricolo ha dato chiari segni di insofferenza in questi mesi, con manifestazioni di protesta in tutta Europa. La presenza alla presentazione milanese del protocollo CombiMais di Alessandro Beduschi, assessore all'Agricoltura, Sovranità Alimentare, Foreste di Regione Lombardia, ha permesso agli imprenditori del protocollo e presenti in sala di fare emergere le richieste del mondo agricolo lombardo. "CombiMais dimostra che questo non è un settore reazionario o negazionista - ha detto l'assessore - e invece si propone un approccio olistico, una antologia di buone prassi che la tecnologia rende possibili per colture irrinunciabili come quella del mais. Questa iniziativa dovrebbe entrare nella politica regionale e anche nazionale: è una risposta concreta, non ambientalismo sterile". L'Europa però è lenta, l'agricoltura ha bisogno di risposte rapide.

di qualità certificato di fronte alla concorrenza dei più grossi e meno regolati produttori esteri.

I numeri parlano di un export italiano in crescita lieve rispetto all'impennata, +148%, delle importazioni di mais, a fronte di un calo del -37% del prezzo. Mentre la temperatura media è aumentata del +35,5%, la piovosità è tendenzialmente in calo. Tutti fattori di forte stress per le aziende e che fanno riflettere anche i consumatori.



### QUALITÀ NUTRIZIONALE

La granella assicura un prodotto finale più salubre ed esente da micotossine



### PRECISION FARMING

Elevato livello in materia di digitalizzazione dei processi agricoli, tecniche di agricoltura a bassissimo impatto ambientale, semina ad altissima precisione, attrezzature agricole di ultima generazione in grado anche di proteggere api e insetti durante le fasi di lavorazione



### PROFITABILITÀ

Diminuzione delle spese di lavorazione, diserbi e gestione fitosanitaria; ottimizzazione delle unità fertilizzanti distribuite; efficiente monitoraggio tramite sensoristica dei consumi idrici ed energetici



# MOLINI INDUSTRIALI.

La collaborazione con gli agricoltori e la gestione in proprio di raccolta e stoccaggio permettono di selezionare le migliori varietà nazionali di grano tenero. Il trasporto su rotaia anziché su gomma garantisce una miglior difesa sia della qualità che dell'ambiente.

## NATURALI.

Le nostre farine sono realizzate a misura dei clienti, in modo da soddisfare le richieste più differenziate, in Italia e nel mondo. I nostri tecnici sono sempre pronti a confronti e consulenze per mettere a punto farine realmente personalizzate.

## PERSONALI.

[www.moliniindustriali.it](http://www.moliniindustriali.it)

MOLINO  
DEL BORGO

PINETA



DENTI

# CHI

## CASE HISTORY



**42**  
Ersa



**46**  
Pucci



**50**  
Roboqbo

# UN RUOLO CHIAVE NELLA DIFESA FITOSANITARIA

Il Sistema Integrato dei Servizi di Sviluppo Agricolo e Rurale (Sissar) nella Regione Friuli Venezia Giulia per il contrasto alle avversità fitopatologiche del comparto agricolo

L'agricoltura si trova costantemente a dover affrontare i più disparati tipi di problematiche tecniche per garantire le produzioni. Fondamentale è approfondire con metodo scientifico le varie questioni, impostando le necessarie attività di ricerca e sperimentazione, le cui risultanze vanno poi adeguatamente divulgate tra le aziende agricole e gli addetti ai lavori, fornendo specifica assistenza tecnica.

A tal scopo, fin dal 2006, la Regione Friuli Venezia Giulia ha istituito

e finanziato il Sistema Integrato dei Servizi di Sviluppo Agricolo e Rurale (Sissar), in cui diversi attori sia istituzionali sia privati collaborano per erogare agli agricoltori vari servizi, come la fornitura di dati di monitoraggio, la messa a disposizione di informazioni e strumenti utili a effettuare le principali scelte colturali, agronomiche e fitosanitarie, l'assistenza tecnica alle aziende per migliorare le proprie competenze. La Regione ha riservato nel Sissar un ruolo chiave all'Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale (Ersa), che è

incaricata di redigere le linee guida operative per i vari soggetti erogatori (consorzi, organizzazioni di produttori, associazioni, a seconda dei soggetti più adeguati operanti nei vari settori), di fatto coordinando il sistema regionale per la promozione delle conoscenze e il trasferimento dell'innovazione e fornendo le principali informazioni tecniche ai formatori.

## Un percorso condiviso contro la malattia della vite

Il Sissar ha permesso di affrontare la principale emergenza che ha coinvolto le aree produttive viticole del Nord Italia dal 2020, ovvero una recrudescenza della malattia della vite conosciuta come Flavescenza dorata. Tale patologia epidemica risulta presente sul territorio del Friuli Venezia Giulia già dalla metà degli anni Novanta ed è inclusa negli elenchi



Inaugurazione del campo catalogo di Verzegnis (Udine) dove sono ospitati, tra gli altri, anche i sementali di kiwi candidati a diventare nuovi portinnesti resistenti alla moria. Al centro l'assessore Stefano Zannier



*Dal 2006 la Regione Friuli Venezia Giulia ha istituito e finanziato il sistema integrato dei servizi di sviluppo agricolo e rurale (Sissar), in cui diversi attori collaborano per erogare agli agricoltori una serie di servizi*



## **AL SERVIZIO DELL'AGRICOLTURA**

Ersa dispone di collezioni varietali di diverse specie dislocate in campi catalogo, utilizzate per le attività di miglioramento genetico utili proprio a superare problematiche emergenti, trattandosi di materiali che selezionati nel corso di numerosi anni sul territorio dispongono potenzialmente di caratteri utili a meglio adattarsi alle condizioni ambientali estremamente mutevoli degli ultimi anni.



“  
*La presenza crescente di superfici incolte  
costituisce poi un pericoloso serbatoio  
di infezione e i cambiamenti climatici  
concorrono alla rapida diffusione della  
malattia sul territorio*

» delle “malattie da quarantena”. La pericolosità della malattia, dovuta a un fitoplasma, è legata alla elevatissima efficienza della trasmissione, da vite a vite, a opera del suo vettore: un insetto (una cicalina) di origine nordamericana (*Scaphoideus titanus*).

I fitoplasmici sono organismi affini ai batteri, che vivono nel sistema vascolare di molte specie di piante e la loro presenza è in grado di determinare alterazioni che comportano deperimenti e significative perdite produttive. Tra gli elementi di criticità emersi in questo periodo vi è la difficoltà di contenimento dell’insetto vettore con i trattamenti insetticidi essendo diminuite le molecole autorizzate più efficaci nei suoi confronti. La presenza crescente di superfici incolte costituisce poi un pericoloso serbatoio di infezione e i cambiamenti climatici concorrono alla rapida diffusione della malattia sul territorio.

Di fronte a queste evidenze, l’Amministrazione regionale ha rilevato l’urgenza di intraprendere un percorso condiviso con i diversi soggetti del territorio che operano nell’ambito della vitivinicoltura per arrivare al contenimento della problematica fitosanitaria e ha iniziato, con la supervisione di Ersà, una specifica e intensa attività coinvolgendo i principali attori della vitivinicoltura regionale (cantine cooperative e consorzio

Unidoc Fvg), “reclutati” per effettuare attività di divulgazione, formazione, informazione e assistenza tecnica relativamente al riconoscimento e al contenimento della Flavescenza dorata, nonché conferendo un ruolo attivo di autocontrollo ai viticoltori.

Ogni azienda agricola interessata del Friuli Venezia Giulia può quindi usufruire di assistenza erogata da

tecnici specificamente formati da Ersà in grado di veicolare agli agricoltori le informazioni necessarie al riconoscimento della sintomatologia in campo, alla corretta gestione fitosanitaria e all’estirpo tempestivo delle piante malate.

“Tali attività hanno permesso di contenere maggiormente la recrudescenza della patologia rispetto



ad altri areali - afferma l'assessore regionale alle Risorse Agroalimentari, Forestali e Ittiche, Stefano Zannier - salvaguardando sia il comparto vitivinicolo produttivo sia quello vivaistico, particolarmente rilevanti in regione”.

#### **Un'alleanza per proteggere il kiwi**

Un'altra patologia emergente sulla quale la Regione ha investito è quella conosciuta come “moria del Kiwi” che ha colpito duramente anche gli areali frutticoli del territorio friulano, similmente ad altri contesti nazionali. La Regione Friuli Venezia Giulia ha quindi stanziato un finanziamento per un progetto, a valere sulla programmazione del Sissar - linea Ricerca e Sviluppo - che prevede la collaborazione tra Ersu, l'Università di Udine, il Canale Emiliano Romagnolo (Cer) e alcune aziende del territorio. Il progetto si prefigge due obiettivi

principali: la selezione di nuovi portinnesti mediante un'attività di miglioramento genetico e la sperimentazione agronomica legata a individuare corrette gestioni della coltura per prevenire la moria mediante l'ottimizzazione dei sistemi di gestione tecnologica per l'uso razionale dell'acqua in agricoltura. La moria del kiwi è considerata oggi la più grave malattia dell'actinidia in ambito nazionale e presenta numerosi aspetti poco chiari, tra cui la mancata identificazione di un unico agente scatenante e la contemporanea presenza di diversi fattori predisponenti, e ciò rende la problematica di difficile risoluzione. Sicuramente, anche indipendentemente dalla moria, gli scenari del cambiamento climatico impongono comunque una revisione delle pratiche agronomiche e di gestione dell'acqua. In tale contesto

possono fornire un apporto fondamentale anche il miglioramento genetico per lo sviluppo e l'impiego di idoneo materiale vegetale, il ricorso a piante innestate e il ripristino di una microbiologia utile nella rizosfera. “Un esempio di collaborazione a beneficio del territorio che vede la Regione, l'Ersa e il mondo della ricerca lavorare assieme - conclude l'assessore Zannier - sviluppando attività legate non solo alla conservazione ma soprattutto quelle improntate a una sperimentazione capace di dare valore al sistema agricolo”.



Nel 2006  
la Regione Friuli Venezia  
Giulia ha istituito  
il sistema Sissar



# ESPERIENZA, RECUPERO DELLA TRADIZIONE E INNOVAZIONE

L'azienda romagnola Pucci, da cent'anni nel settore dei sottoli, amplia la sua gamma e investe in nuovi prodotti che guardano a Gdo, food service e consumatori attenti e consapevoli



Stefano Pucci,  
amministratore delegato di Pucci

**E**state significa soprattutto caldo, vacanze e tempo libero. Le giornate sono spesso scandite da ritmi che non ci appartengono il resto dell'anno e sicuramente tra pranzi veloci al mare, cene o aperitivi con gli amici crescono le occasioni di convivialità e cambiano un po' anche le nostre stesse abitudini alimentari.

Non è certo il momento giusto per darsi regole difficili da seguire o sottoporsi a regimi alimentari scomodi ma per fortuna per mangiare bene, mantenersi leggeri e in forma ci sono anche piccoli e preziosi aiuti facili da trovare anche sui banchi della Gdo. E un aiuto in particolare ci arriva da Lugo in provincia di Ravenna, sede storica di Pucci.

L'azienda romagnola ormai diventata il principale riferimento italiano nella produzione di sottoli di alta qualità, propone a un mercato sempre più esigente, una gamma completa e un vasto assortimento di prodotti che fanno capo anche ai marchi Louit Freres e Berni, quest'ultimo entrato a far parte della famiglia Pucci nel 2013 e presente nel comparto con tutte le categorie merceologiche, dai sottoli ai sottaceti, dai condimenti

alle olive, alle verdure grigliate, salse e leader del settore da sempre grazie al famoso Condiriso che, con oltre 8 milioni e mezzo di vasetti venduti, ha recentemente incrementato la quota di mercato.

E ovviamente tra gli stili di consumo alternativi e tipici del periodo estivo ci sono proprio le classiche insalate di riso.

Graditissimi in ogni occasione, saporiti ed equilibrati i vasetti di condimento originale Condiriso offrono ad un consumatore sempre più attento al proprio stile di alimentazione, piatti facili e veloci da preparare ma sani, ricchi di gusto e con un corretto apporto nutrizionale. Un approccio che in casa Pucci, così come in tutta la vastissima gamma di prodotti presenti su banchi della Gdo, può essere semplificato in tre semplici parole: naturalità, gusto e praticità.

## Una solida realtà

Facile capire come il Gruppo Pucci, da oltre 90 anni protagonista assoluto di un mondo di prelibate fantasie, continui a crescere sul mercato creando valore nelle categorie in cui opera.

"Oggi il consumatore è alla ricerca di



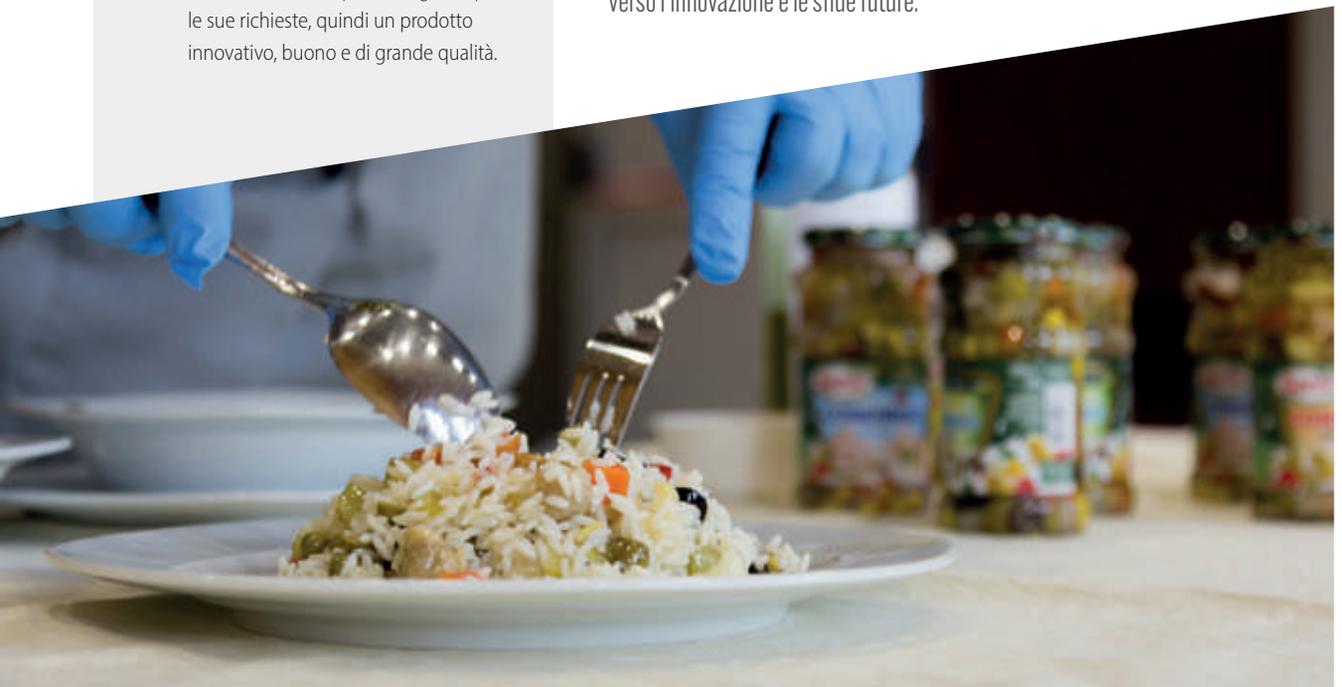
Nel 2022 è  
diventata “Marchio  
Storico d’Interesse  
Nazionale”

suggerimenti di cucina pratici, di ricette veloci e abbinamenti gustosi e adatti a tutte le occasioni di consumo, magari anche quelle gourmet. La nostra strategia - intervieni Stefano Pucci, amministratore delegato dell'azienda di famiglia - è quindi quella di analizzare, comprendere e anticipare le esigenze del mercato e dare ai consumatori la possibilità di trovare a scaffale il prodotto giusto per le sue richieste, quindi un prodotto innovativo, buono e di grande qualità.



## UNA STORIA DI FAMIGLIA

Quella di Pucci è la storia di un'azienda che nasce 90 anni fa in Emilia-Romagna a Lugo di Ravenna, dall'intraprendenza del nonno Marcello. Una storia di famiglia che ha attraversato il tempo, senza mai interrompersi, e che proprio per questa ragione, nel 2022 è diventata “Marchio Storico d’Interesse Nazionale”. Un traguardo che testimonia il forte legame con la storia, ma al contempo lo slancio verso l'innovazione e le sfide future.



► Grazie a questa nostra attenzione sono nati prodotti originali come, per esempio, quelli della linea Pucci 1932, specialità dove viene recuperato il senso più autentico della tradizione romagnola. Ma penso anche ai tanti nuovi e gustosissimi prodotti firmati Berni come i vasetti di pesto basilico e limone, una nuova tipologia di pesto denso, cremoso e dal gusto fresco. Quindi, un prodotto davvero perfetto per l'estate 2024”.

### Gustose esperienze estive

A proposito di estate, tra le gustose prelibatezze Berni, merita ancora un cenno particolare il Condiriso per paella. Realizzato con autentiche e buone verdure, semplice da usare e ricco di aromi mediterranei, il Condiriso Paella regala al consumatore un'esperienza estiva indimenticabile. Un tuffo nella tradizione culinaria spagnola al quale basterà aggiungere carne, pesce o entrambi per essere

“ *Il Gruppo Pucci è un'azienda che si è imposta in Italia e all'estero nei diversi canali distributivi offrendo un assortimento completo di prodotti e formati*

trasportati in una giornata di sole e di mare. Ma il mondo Berni, esattamente come quello di Pucci e delle senapi Louit Freres, è davvero un concentrato di gusto, praticità e sicurezza sempre e rigorosamente sotto vetro.

### Una impresa efficiente

La realtà Pucci si identifica infatti in un sistema di moderna ed efficiente impresa che si avvale delle migliori tecnologie industriali, di impianti e macchinari all'avanguardia e di attrezzati laboratori di analisi e di ricerca. Un contesto di valore e di forza produttiva, finalizzato al raggiungimento di standard qualitativi di massimo livello nel prodotto come nella sua conservazione.

Il comune denominatore di tutti i prodotti della vasta gamma Pucci, Berni e Louit Freres è ovviamente l'alta qualità della materia prima esaltata da lavorazioni accurate che garantiscono non solo eccellenti performance organolettiche e nutrizionali ma anche una corretta e adeguata shelf life. Il tutto prodotto in uno stabilimento all'avanguardia dotato delle più moderne tecnologie industriali e certificato secondo i più rigidi standard internazionali di sicurezza alimentare. Argomenti che hanno permesso all'unità produttiva Pucci di Lugo





## PER L'AUTUNNO-INVERNO UN MIX IRRESISTIBILE DI GUSTO E NUTRIZIONE

La nuova gamma Berni si compone di tre diverse zuppe a base di cereali, verdure e legumi. Un concentrato di ingredienti di prima scelta combinati insieme per creare il giusto mix di carboidrati e proteine oltre a un elevato contenuto di fibre. Il tutto proposto in ricette che garantiscono un tempo di cottura omogeneo e veloce oltre alla praticità di conservazione.

di essere ormai riconosciuta come un vero e proprio polo della qualità, efficiente e competitivo.

### Valori forti

“Abbiamo sempre interpretato la nostra attività - riprende ancora l'a.d. Stefano Pucci - come una sfida per creare valore aggiunto alle verdure e a tutti i prodotti del mondo vegetale con l'obiettivo di unire in un unico vasetto tutto il sapore di una ricetta genuina e semplice tanto gusto e naturalità rispondendo così alla domanda di consumatori sempre più attenti anche alla composizione equilibrata dal punto di vista nutrizionale degli ingredienti. Con i nostri prodotti, inoltre, rispettiamo sempre l'ambiente non solo attraverso impianti sostenibili e a risparmio energetico, basti pensare che l'azienda

è interamente autonoma e alimentata con l'energia prodotta dal proprio impianto fotovoltaico, ma anche - conclude Stefano Pucci - grazie a fornitori e partner che condividono il nostro stesso impegno etico, sociale e ambientale”.

Ancora una volta dunque, il Gruppo Pucci, con i brand Berni e Louit Freres fa registrare un trend di crescita più che positivo e presidia il settore grazie ad un'offerta al consumatore molto varia di prodotti caratteristici, ricercati e conditi con ricette di altissima qualità, fedeli alle migliori tradizioni del territorio o con quel giusto mix di novità che, specialmente a tavola, non guasta mai e che va incontro alle nuove richieste del mercato e di un consumatore sempre più attento e consapevole.

# LA TECNOLOGIA CHE MIGLIORA IL LAVORO DEI PROFESSIONISTI

Nato per il settore alimentare, il laboratorio compatto Qbo dell'azienda bolognese Roboqbo ha visto un'importante sviluppo anche nel settore cosmetico. Ed ecco la novità Qbo5

Un tempo il pensiero che i robot ci potessero sostituire in alcune mansioni era considerato quasi fantascienza, oggi è più che reale ed il passaggio dalla fantascienza alla realtà è stato in alcuni casi addirittura più rapido di quanto si potesse immaginare.

L'impiego dei nuovi robot non è, però, necessariamente un problema per il mondo del lavoro e per l'uomo, e lo sanno benissimo a Bentivoglio, sede di Roboqbo, azienda che ha fatto della ricerca avanzata nel campo della robotica la sua ragion d'essere, al punto da aver realizzato una macchina "all in one", ormai, quasi indispensabile in numerosi campi di applicazione. Come dicono a Bentivoglio, "basta immaginare" e al resto, "ci pensa Qbo". Uno strumento capace di far sì che la collaborazione uomo-macchina sia quanto più proficua possibile, aumentando la produttività, la sicurezza e la qualità del lavoro finito. Ed è su questo equilibrio di valori che Roboqbo ha già vinto la sua scommessa con il futuro.

"Automatizzare alcuni lavori manuali e ripetitivi è necessario; per cui, in alcune mansioni si affiancano le macchine ai professionisti, offrendo a questi ultimi la possibilità di focalizzarsi su lavori di più alto profilo come, nel nostro caso, la ricerca di nuove applicazioni nel

campo gastronomico o cosmetico. Sono questi i principali campi di attività di Qbo, uno strumento davvero 'all in one' e 'one for all'. In questo senso, un unico sistema altamente tecnologico e avanzato come questo è in grado di rispondere contemporaneamente a numerose funzioni: cuoce, raffredda, concentra, impasta, raffina, taglia, mescola, opera in pressione, sottovuoto o in atmosfera modificata. In ogni situazione è in grado di dare risposte perfettamente in linea con le esigenze più complesse dei professionisti, nel segno della massima sicurezza per l'uomo e per l'ambiente".

Qbo è dunque un sistema altamente



Giuseppe Malavasi,  
amministratore unico di Roboqbo

**UNICA, SEMPLICE,  
RIVOLUZIONARIA**

Qbo5 è il nuovo sistema made in Roboqbo da 5 litri, che racchiude in un'unica soluzione e ad un prezzo smart tutti i vantaggi e le opzioni d'uso di un intero laboratorio di trasformazione. La 5 è la soluzione perfetta per laboratori, ristoranti, gastronomie e imprese agricole che hanno poco spazio a disposizione, ma che vogliono ottenere il massimo dei risultati in termini qualitativi e produttivi.



“*Compatto ed estremamente versatile, Qbo risponde anche a molte altre esigenze e alle richieste di chi lo utilizza in altri ambiti*”

versatile, capace di eseguire processi in diversi ambiti e che normalmente prevedono l'utilizzo di numerose attrezzature tradizionali. Il grande successo lo ha incontrato subito nel campo alimentare. È un sistema che consente di immettere in vasca tutti gli ingredienti in un'unica operazione, riducendo le diverse fasi di lavorazione a un ciclo unico e ininterrotto. Pertanto, è in grado di sostituire impastatrici, planetarie,

fornelli, cuocitori, raffinatrici, pastorizzatori, concentratori, emulsionatori e tanto altro, ma con un vantaggio in più: esalta la qualità della materia prima e dei cibi tanto da essere considerato un partner indispensabile sia in ambito artigianale sia in quello professionale, come l'alta cucina. Compatto ed estremamente versatile, Qbo risponde anche a molte altre esigenze e alle richieste di chi lo utilizza in altri ambiti. Trova,

effettivamente, impiego anche nel settore della cosmetica, per il quale il sistema consente di realizzare una vasta gamma di prodotti appartenenti all'universo beauty, skincare e make-up come rossetti, mascara, fondotinta, creme, liquidi e polveri. “Qbo è l'interprete perfetto della nostra mission aziendale e le sue prestazioni in ogni ambito sono affiancate dalla capacità di esaltare la qualità delle materie prime, di qualsiasi tipo. Inoltre, garantisce la replicabilità, tramite il controllo informatico con software dedicato, che permette la gestione e il monitoraggio dell'intero processo, nonché la memorizzazione delle formule.

Qbo è, inoltre, dotato di un'interfaccia semplice e immediata che consente il controllo del processo in ogni fase e l'ultima versione del sistema è dotata anche di un innovativo sistema vocale in grado di dialogare con gli operatori. Tutto questo - conclude l'amministratore unico Giuseppe Malavasi - grazie al fatto che un team di specialisti è continuamente al lavoro per perfezionare sempre di più le prestazioni del sistema Qbo con l'obiettivo di migliorare la tecnologia e alzare l'asticella dei risultati”.

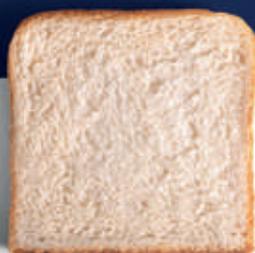


uno strumento  
'all in one'  
e 'one for all'

# American

## SANDWICH

NATURALMENTE BUONO,  
NATURALMENTE AMERICAN



### AMERICAN SANDWICH

La linea American Sandwich si rinnova con una gamma di ricette ricche di gusto e preparate con pochi ingredienti selezionati, come il lievito madre che dona alle fette una sofficità e fragranza inconfondibili. Ideali da tostare e per preparare sandwich da assaporare in perfetto stile American.

# American

## SANDWICH

# SEGALE E SEMI

⊕ ASTERISCO CREATIVE AGENCY



### UNA VERA NOVITÀ TARGATA AMERICAN SANDWICH

Soffici fette di pane preparate con farina di segale e semi di girasole, per un tocco rustico e un sapore ricco ad ogni morso. Un pane da sandwich morbido e genuino naturalmente fonte di fibre e realizzato con ingredienti naturali come lievito madre e senza l'aggiunta di zuccheri.

**Morato**  
PANE & IDEE

# HOUSTON, ABBIAMO FAME: COME RENDERE SOSTENIBILE L'ALIMENTAZIONE NELLO SPAZIO?

Sono in corso una serie di progetti ed esperimenti che riguardano la coltivazione di alimenti freschi. Marta Del Bianco dell'Asi spiega:

“L'obiettivo è nutrire l'uomo che un giorno porteremo su Marte”

di Paola Cacace

“**Q**uando Gagarin, il primo uomo a volare nel cosmo, mangiò in solitaria omogeneizzati poco appetibili. Decenni dopo Scott Kelly sulla Iss, la Stazione Spaziale Internazionale, condiva la prima insalata cresciuta completamente nello spazio con un po' di olio extra vergine d'oliva prestato da Samantha Cristoforetti”. A parlare è Marta Del Bianco ricercatrice dell'Asi -

Agenzia Spaziale Italiana, che si occupa della risposta delle piante all'ambiente spaziale e di sistemi bio-rigenerativi.

“La roadmap internazionale dell'esplorazione umana dello Spazio ha un obiettivo ben chiaro: portare l'uomo su Marte ed ecco che la Luna diventa il banco di prova per tutte le tecnologie che ci servono per questo viaggio. E uno dei più grandi problemi, quando si parla di viaggio spaziale, è l'alimentazione.

Si consideri che una missione su Marte durerebbe minimo due anni. Ecco che il problema è soprattutto logistico, ma anche economico, visto che mandare un litro d'acqua sulla Stazione Spaziale Internazionale, che è relativamente molto vicina, costa tra i 25 e i 50 mila euro”.

A peggiorare la situazione ci sono le peculiarità dell'ambiente



Nella serra di Hortspace



I microgreen, piantine molto ricche di nutrienti, sono facili da coltivare e hanno un alto apporto vitaminico



Un momento della missione analoga Amadee-18 in Oman, che sperimenta l'applicazione del progetto Hortspace dell'Enea

spaziale, come la microgravità e le radiazioni, che rendono lo spazio un ambiente altamente sfidante. Come sarebbe possibile conservare adeguatamente il cibo durante un viaggio su Marte? E, di contro, come si fa a garantire i nutrienti agli astronauti? La soluzione che si sta studiando è quella della produzione "in loco". Non si può mangiare soltanto cibo in scatola, gli esseri umani hanno bisogno di cibo fresco - dice Del Bianco - che fornisca vitamine e antiossidanti. Soprattutto quando, per esempio, il sistema immunitario e il microbiota intestinale sono sotto stress, come succede a chi è nello Spazio. I nutrienti freschi hanno un impatto sul benessere fisiologico, ma sono anche importanti per la salute psicologica. Pensate che anni fa proprio la Cristoforetti, parlando di cibo, disse che l'unica cosa che le mancava in orbita era un'insalata con il pomodoro. Crescere un semplice pomodoro nello Spazio è però una sfida più grande di quanto si possa pensare". In realtà quello che noi "profani" non realizziamo è quanto sia difficile questo ►►

## Bonus Food, il "pacco da giù"

Come ci spiega Marta Del Bianco dell'Asi, gli astronauti europei ricevono dall'Esa una versione "spaziale" del famoso "pacco da giù". "Si chiama Bonus Food - spiega la ricercatrice Asi sorridendo - ed è in effetti un piccolo extra di delizie alimentari che gli astronauti europei sulla Stazione Spaziale Internazionale ricevono per sentirsi un po' più vicini a casa. C'è così chi, come Paolo Nespoli, aveva chiesto la lasagna, Luca Parmitano la caponata, Samantha

Cristoforetti un'insalata di farro con tonno, pomodori secchi, pinoli e asparagi. E poi il pesto alla genovese. E poi ci sono ingredienti come l'olio extra vergine d'oliva e quant'altro. La cosa che fa più piacere, tra l'altro, è che proprio come succede per i ragazzi fuori sede c'è un momento di condivisione quando arrivano queste derrate alimentari. E, sarò di parte, ma dalle reazioni e dai feedback è chiaro che il Food Bonus italiano è molto gradito, anche dagli astronauti degli altri Paesi".

PH: NASA ON THE COMMONS @ FLICKR COMMONS



Da sinistra Luca Parmitano, Samantha Cristoforetti e Paolo Nespoli



Il pomodoro, spiegato dall'Enea, è molto sensibile alle radiazioni e va testato con consapevolezza

► filone di sperimentazione. “Stiamo però costruendo tutti i mattoncini per creare un'agricoltura spaziale verificando come determinati tipi di coltivazioni rispondono allo spazio, quanto sono facilmente coltivabile in gravità alterata, dove i liquidi si comportano in maniera diversa, o l'illuminazione che deve essere adatta, e come i loro nutrienti agiscono sulla salute dell'uomo. Molti dei progetti di Asi cercano di appropiare il problema a 360 gradi in collaborazione con le agenzie internazionali e gli enti di ricerca e le industrie nazionali”.

I progetti riguardano sia come conservare il cibo sia come coltivarlo in loco per avere potenzialmente una riserva di “fresco” e un'auspicabile autonomia grazie alla coltivazione automatizzata, che possa far pensare a missioni più lunghe e più lontane. “Sono tanti i progetti Asi sul tema. Per esempio, 'Sole' e 'MicroX2', che prevedono la coltivazione fuori suolo di piante basate su illuminazione Led. Oppure 'ReBus', che punta a creare un ecosistema biorigenativo che, grazie all'integrazione di piante, funghi, batteri e cianobatteri, punta alla coltivazione di microgreen in avamposti planetari. O altri come 'Evoos', che studia la stabilità dell'olio extra vergine d'oliva nello Spazio”.

## Dal San Marziano in poi, alla ricerca dei nuovi confini dell'agrispazio

“La sperimentazione nel settore agospaziale, per quanto riguarda Enea, è iniziata dieci anni fa con il progetto BioXTreme, realizzato in risposta a un bando Asi che proponeva un approccio innovativo per cercare di sviluppare piante ideali per l'ambiente spaziale. Così è nato il San Marziano, un pomodoro più resistente alle radiazioni. E poi c'è stato il progetto Hortspace”, dice Luca Nardi, ricercatore della Biotechnology and Agroindustry Division - Enea.

### Qual è il focus di Hortspace?

“Sono le migrogreen o microverdure, piantine particolarmente ricche di fitonutrienti e facili da coltivare in grado di garantire un elevato apporto vitaminico. Dettaglio non da poco se si pensa al fatto che il corpo degli astronauti è sottoposto a un forte stress ossidativo a causa delle radiazioni presenti nello Spazio”.

### Uno dei progetti più recenti è MicroX2?

“Sì, con quest'ultimo progetto si intende realizzare il primo sistema di coltivazione di microverdure a bordo

della Stazione Spaziale Internazionale, che possa servire all'alimentazione dell'equipaggio con verdure fresche e pronte al consumo. E l'uso di Ai, sensori e sistemi di gestione e controllo per realizzare l'intero processo di coltivazione in maniera autonoma”.

### Quanto sperimentato per lo Spazio ha delle applicazioni anche per noi “terrestri”?

“La risultati ottenuti da queste sperimentazioni ci permetteranno di scalare questi processi produttivi all'interno delle nostre città. Per esempio, se consideriamo le microverdure, sono produzioni interessanti per contrastare gli effetti dello stress perché ricche di antiossidanti naturali. Si pensi che in un metro quadro, spazio che si può facilmente trovare in una qualsiasi cucina, con poco sforzo, ridotto uso di energia, risorse e fertilizzanti in meno di quindici giorni si può ottenere un chilo e mezzo di verdure in grado di garantire un'alimentazione fresca, sana e nutritiva a un piccolo nucleo familiare come anche a un equipaggio di astronauti sulla Stazione Spaziale Internazionale”.

Quando  
il  
*Giusto*  
fa la  
differenza



**SCOPRI DI PIÙ**  
[www.farrisnet.it](http://www.farrisnet.it)





L'Italia  
nel piatto.



**CIRIO**  
1856  
*Alta Cucina*

**IL ROSSO TRICOLORE**

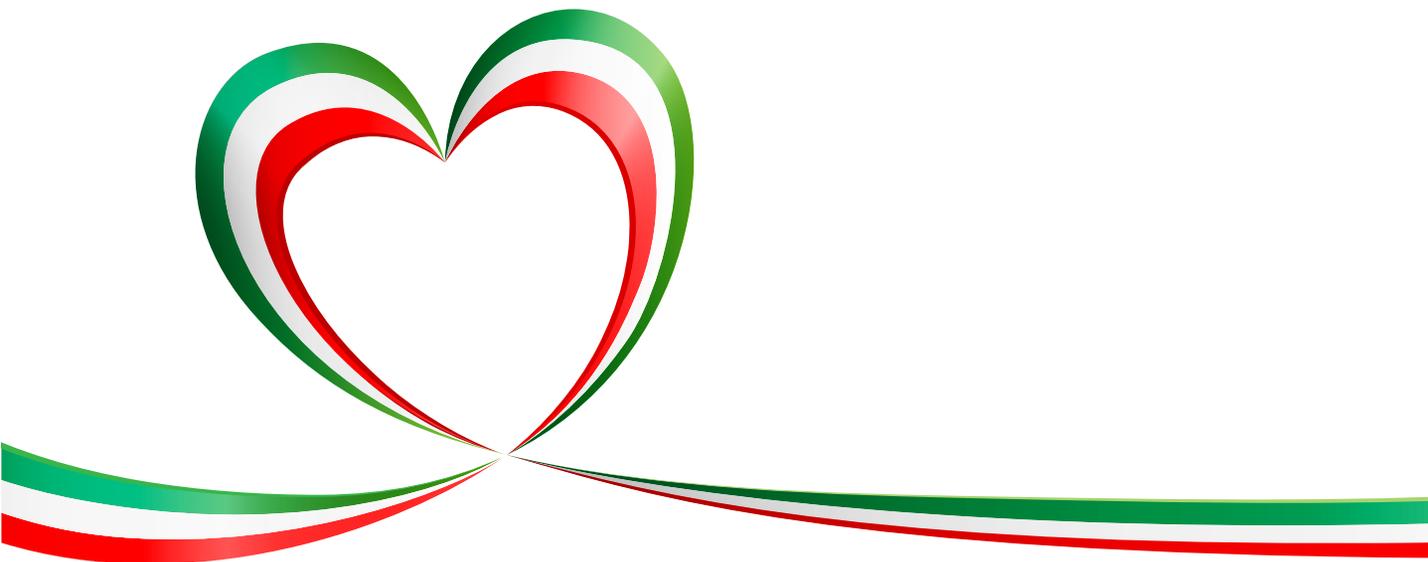
Ogni creazione ha un storia da raccontare: celebra nelle tue ricette la **passione italiana al 100%**.  
Con **La Rustica di Cirio Alta Cucina** hai tra le mani una vera eccellenza gastronomica, che assicura un'ottima resa anche nelle cotture veloci e che esalta la tradizione nel piatto. **Un colore che è tutto un Paese.**



Ricetta di  
Fabio Polenzano



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



## [ ECCELLENZE D'ITALIA ]



---

**60**  
Consorzio Tutela  
Grana Padano



---

**62**  
Coprob



---

**64**  
La Linea Verde



---

**66**  
Fumaiolo

# COSÌ SI VALORIZZA DAVVERO IL MADE IN ITALY

La nuova governance del Cda del Consorzio Tutela Grana Padano rilancia tematiche importanti: produzione, crescita dell'export e alta remuneratività



Renato Zaghini, presidente  
di Consorzio Tutela Grana Padano Dop



Stefano Berni, direttore generale  
di Consorzio Tutela Grana Padano Dop

*Fondamentale per il sistema Grana Padano è mantenere saldo il rapporto tra produzioni e consumi, secondo la logica del piano produttivo, strumento introdotto proprio dal Consorzio circa una ventina di anni fa*

Una governance rinnovata con un fisiologico turn over di cinque consiglieri sui 27 che compongono il Cda, la riconferma per acclamazione del presidente cavalier Renato Zaghini, e poi via a nuovi progetti di marca e nuovi obiettivi di crescita. Completato il rinnovamento al vertice del Consiglio d'amministrazione, il Consorzio Tutela Grana Padano Dop guarda al futuro con grande ottimismo partendo da un dato indiscutibile: numeri alla mano il Grana Padano si conferma ancora una volta il prodotto 'Dop' (Denominazione d'Origine Protetta) più consumato al mondo, e continua a crescere. Una crescita che assume un significato ancora più forte se pensiamo che negli ultimi dieci anni il trend positivo ha superato il 2% annuo. Se a tutto questo aggiungiamo anche

il fatto che dai caseifici della filiera del Grana Padano passano ogni anno oltre 3,5 milioni di tonnellate di latte è facile capire che siamo davvero di fronte al più importante player italiano lattiero-caseario. In questo quadro d'insieme il Consorzio Tutela gestisce precise dinamiche economiche e socio-culturali coinvolte nella tutela, valorizzazione e commercializzazione del Grana Padano, considerato un vero principe dei formaggi italiani sia come bene commerciale di altissimo livello sia come precisa espressione culturale identitaria dei territori di produzione. "Il trend espansivo - spiega il direttore generale del Consorzio Tutela, Stefano Berni - viaggia ormai da molti anni sul 2,5%. Numeri solo apparentemente piccoli perché in realtà il 'sistema' Grana Padano è nettamente il più grande player del latte italiano e,

quindi, quando parliamo di una crescita annuale del 2-2,5% nella produzione vuol dire parlare di 60-70 mila tonnellate di latte in più ogni anno che si vanno ad aggiungere a quelle precedenti.

L'obiettivo però è di migliorare ancora di più questa tendenza e, per ottenere questi risultati, è decisiva l'attività di marketing introdotta dalla strategia messa a punto dalla società di consulenza Kpmg, che nel 2023 ha sviluppato la campagna con il claim 'Grana Padano - Un'emozione italiana' utilizzato in Italia e sui principali mercati esteri, mercati dove - continua Berni - abbiamo registrato volumi in forte crescita tanto da essere ormai addirittura superiori a quelli ottenuti sul mercato interno".

Le iniziative di marketing, affidate

nelle scelte al Cda, saranno dunque l'asse portante del piano strategico del consorzio, approvato all'unanimità, che punta a consolidare la leadership del Grana Padano in Italia e a rafforzarne la presenza all'estero anche in nuovi mercati, a promuovere l'innovazione del prodotto per meglio soddisfare i consumatori attuali e, di prospettiva, a migliorarne la qualità per valorizzare sempre più il brand e a tutelare tutta la filiera, dalla materia prima al prodotto finito. Fondamentale per il sistema Grana Padano è mantenere saldo il rapporto tra produzioni e consumi, secondo la logica del piano produttivo, strumento introdotto proprio dal Consorzio circa una ventina di anni fa.

"Se vogliamo mantenere questo delicato rapporto tra quanto si produce, quanto il mercato consuma e

il valore remunerativo alla produzione - sottolinea ancora il direttore generale Stefano Berni - occorre regolare gli interventi ed evitare di perdere di vista l'equilibrio".

"E anche quest'anno è stato certificato da ricercatori scientifici terzi che non esiste al mondo una destinazione che si sia rivelata più remunerativa di quella del Grana Padano. Un dato molto gratificante che ha regalato ai nostri allevatori e a tutta la filiera Grana Padano margini industriali e dividendi molto significativi. Insomma - conclude il direttore generale del Consorzio Tutela - la strada intrapresa si sta rivelando giusta, i risultati sin qui ottenuti lo confermano ogni giorno di più e il potenziale di crescita sia in Italia sia all'estero è un punto d'orgoglio per tutti noi".



70 anni

## I NUMERI

Il Consorzio Tutela Grana Padano da 70 anni riunisce 127 aziende produttrici, 148 stagionatori, 200 pre-confezionatori (porzionato, grattugiato, Cet) distribuiti tra Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna, Trentino-Alto Adige e Piemonte. La filiera Dop del Grana Padano è inoltre composta da circa 4.000 allevatori.

# LA FILIERA DELLO ZUCCHERO ITALIANO VINCE LA SFIDA EUROPEA

Dopo 24 anni al vertice, il presidente Claudio Gallerani conclude la lunga esperienza a Coprob Italia Zuccheri lasciando in eredità la filiera bieticolo-saccarifera più innovativa d'Europa

**C'**è voluta tanta passione, sacrificio e la voglia di guardare sempre avanti con fiducia pur tra terremoti finanziari, complicate riforme europee e dolorose riorganizzazioni industriali del settore saccarifero nazionale. Ma oggi, dopo 24 anni al vertice di Coprob - Italia Zuccheri, il presidente Claudio Gallerani, vera anima pulsante del settore saccarifero italiano, può concedersi il lusso di lasciare il ponte di comando della sua creatura e guardarla con grande orgoglio. "L'orgoglio di essere Coprob - Italia Zuccheri è l'orgoglio di essere italiani, di aver mantenuto una promessa fatta tanti anni fa a chi mi aveva scelto e di aver contribuito a trasformare quella che nel 2000 era ancora una piccola società saccarifera in un autentico gioiello, totalmente italiano dal campo alla tavola, e capace - sottolinea Claudio Gallerani - di diventare un faro per qualità, innovazione, sostenibilità e progetti proiettati verso il futuro. Lo zucchero italiano oggi non è una



Claudio Gallerani,  
presidente di Coprob

banale commodity ma una storia di successo che valorizza ancor di più la filiera agroalimentare made in Italy nel mondo".

## Il coraggio dell'innovazione

La storia di Coprob Italia Zuccheri è dunque costellata da numerose tappe. Tra le ultime e più significative messe in atto sotto la presidenza di Claudio Gallerani vale la pena ricordare che nel 2017 nasce Nostrano, l'unico

zucchero grezzo di barbabietola 100% italiano. Un prodotto che riscontra fin da subito un grande successo e che oggi continua ad avere importanti prospettive di crescita sia in Italia sia all'estero. Nel 2019, grazie alla collaborazione con Federbio e il sostegno di Legambiente, nasce poi la filiera biologica della barbabietola e viene prodotto il primo Nostrano bio sotto lo slogan "con scienza e coscienza".

Nel 2020 viene lanciata un'altra importante sfida in campo agricolo:

*Attraverso la tracciabilità digitale Coprob - Italia Zuccheri vuole dare sempre più distintività e valore al solo zucchero 100% italiano per un ulteriore sviluppo futuro*





## IL PROFILO DELLA COOPERATIVA

Coprob - Italia Zuccheri è una cooperativa formata da 7.000 aziende agricole che seminano, coltivano e lavorano le barbabietole in circa 30.000 ettari di terra, più di 15.000 concentrati in Emilia-Romagna, per produrre nei due stabilimenti di Minerbio (Bologna) e Pontelongo (Padova) l'unico zucchero 100% garantito made in Italy.



PH: ANDREA ANGIUONI

la certificazione Sqnpi della filiera bieticola che, in tre anni, raggiunge il 75% delle superfici con l'obiettivo di certificare Sqnpi o bio tutte le bietole entro il 2026.

"Primi in Europa a certificare la sostenibilità delle proprie coltivazioni, Coprob attraverso la tracciabilità digitale vuole dare sempre più distintività e valore al solo zucchero 100% italiano per un ulteriore sviluppo futuro. Essere infatti l'unico produttore di zucchero italiano - ribadisce Gallerani - è davvero un grande onore per tutti noi e lo celebriamo ogni giorno con coraggio e visione del

futuro". Il lavoro svolto in questi anni ha quindi portato ad avere sempre maggior consenso sul mercato. Tale impegno si fonda su principi di sostenibilità economica, ambientale e sociale perseguiti in un costante dialogo con istituzioni e stakeholder.

### Ricerca e sviluppo

Il futuro dello zucchero e di Coprob - Italia Zuccheri ha già prospettive molto interessanti. Prima fra tutte l'agricoltura di precisione e in questa direzione si muove il progetto sulla bieticoltura di precisione che le aziende agricole della galassia Coprob hanno già iniziato a mettere a terra con investimenti importanti su meccatronica, robotica, droni robot, precision farming e intelligenza artificiale.

Il naturale ricambio generazionale è invece affidato a Betacademy, un progetto unico nell'ambito delle filiere agricole europee, avviato nel 2022 e destinato alla formazione imprenditoriale di giovani dai 18 ai 40 anni interessati alla guida di imprese agricole e pronti a rappresentare il volto nuovo dell'agricoltura italiana. "È un momento positivo per la filiera, che ci riempie di gioia per il lavoro svolto e per le buone prospettive per il futuro consentendomi così - conclude il presidente Claudio Gallerani - di andare serenamente in pensione, certo che Coprob sia diventata ancora più bella, forte, innovata e pronta a scrivere altri 60 anni di storia cooperativa".



PH: ANDREA ANGIUONI

# QUALITÀ, DINAMISMO E SGUARDO RIVOLTO AL FUTURO

Nuovi trend di consumo e innovazione: sono queste le carte vincenti de La Linea Verde che, con il brand DimmidiSi, si conferma leader del settore insalate pronte al consumo



Carlo Battagliola,  
socio consigliere



Andrea Battagliola,  
socio consigliere

**I**l successo delle verdure di quarta e quinta gamma è ormai ampiamente consolidato ma il consumatore è sempre alla ricerca di prodotti innovativi, ad alto contenuto di fibre vegetali e proteine e sostenuti dal contenuto di servizio. Un'onda lunga che non coinvolge solo il mercato italiano ma che riguarda anche il mercato estero. Uno scenario che ben conosce La Linea Verde, importante azienda agroalimentare italiana riconosciuta come una dei maggiori produttori nazionali di prodotti ortofruttilicoli freschi e pronti al consumo. Con il marchio DimmidiSi, l'azienda con sede a Manerbio ha ormai da tempo conquistato un ruolo di assoluto protagonista del settore quarta gamma, ruolo che oggi vuole ulteriormente consolidare lavorando contemporaneamente su

diversi fronti: ricerca di nuove varietà, collaborazione con la Gdo italiana e internazionale, potenziamento dell'export, comunicazione, dinamismo e sostenibilità. "Questi - interviene Carlo Battagliola, socio consigliere - sono fra i principali temi di discussione per chi opera nel settore delle insalate e dei prodotti pronti al consumo. Sfide cruciali anche per la Linea Verde DimmidiSi, che negli ultimi anni li ha trasformati in un vero e proprio mantra per allargare ancor di più lo sguardo verso i mercati esteri. In altre parole, la nostra filosofia aziendale ragiona in termini di Gruppo. Lavoriamo infatti in totale sinergia con le nostre filiali portando all'estero le nostre best practice e la nostra expertise ma ponendo sempre attenzione verso le specificità dei Paesi in cui siamo presenti. Tra i nostri obiettivi prioritari ci sono certamente quello di potenziare

la nostra presenza su mercati che già presidiamo ma che riservano ancora buone possibilità di penetrazione, e puntare a una customizzazione dell'offerta progettando prodotti sulla scorta delle esigenze specifiche dei clienti nei diversi mercati. In parte già oggi viviamo questa situazione ma per il futuro vogliamo rafforzarla per essere poi riconosciuti come un vero player internazionale di una multigamma di prodotti selezionati e calibrati a misura del gusto e delle specifiche abitudini alimentari dei vari Paesi e quindi dei distributori europei". La Linea Verde punta dunque a rafforzare la sua leadership e a intercettare sempre meglio le esigenze dei consumatori moderni. Una sfida che si gioca sulla velocità di risposta alle nuove richieste del mercato. Ecco quindi la necessità di essere dinamici su tutte le funzioni. Se è vero infatti



## UN UNICO SISTEMA DI FILIERA

La Linea Verde gestisce più di 2.000 ettari di coltivazioni disciplinati sotto un unico sistema di filiera agricola, controllata e certificata. Il core business è la quarta gamma sia con il brand Dimmidisi sia come co-packer della Gdo italiana ed europea.

che il marketing lancia ricette e nuovi prodotti legati a diversi momenti di consumo per andare incontro alle esigenze degli acquirenti, altrettanto vero è che la logistica studia sempre soluzioni innovative per rendere il più fluidi ed efficienti possibili i trasporti grazie anche all'automazione e al potenziamento della robotizzazione; gli agronomi studiano e ricercano nuove varietà vegetali per ampliare la gamma offerta e in azienda si lavora per ottenere un prodotto valorizzato di qualità e ad elevato contenuto di servizio. "Quello che stiamo costruendo con il nostro brand Dimmidisi è un'architettura di gamma ben distinta e differenziata in risposta a specifici bisogni del consumatore. Questo ci permette di essere sempre più allineati alle richieste e alla velocità del mercato ma per un'azienda come la nostra si tratta di uno sforzo notevole sia sul

fronte degli investimenti che sul fronte della ricerca. Penso ad esempio a nuovi prodotti come le Lattughelle, una nuova linea di insalate fresche in busta, frutto del programma agronomico interno a La Linea Verde che coinvolge i migliori attori di tutta la filiera di IV Gamma. Le esclusive foglie dolci e croccanti sono garanzia di gusto e texture, ma anche di una maggiore shelf life a vantaggio del consumatore e della riduzione degli sprechi. La loro resistenza al calore le rende perfette come ingrediente per wrap, piadine, burger, kebab o i morbidi e delicatissimi bao orientali, tutti pasti veloci molto in voga sia nella ristorazione che nelle varie occasioni di consumo casalingo. Lanceremo nei prossimi mesi diverse novità: come detto è da sempre un impegno primario per noi quello di garantire una gamma moderna, attuale,

completa. Ovviamente ogni nuovo lancio è frutto di un attento lavoro di Ricerca e Sviluppo: il nostro obiettivo è offrire costantemente qualcosa di nuovo e attuale, con un occhio ai food trend emergenti, mantenendo i capisaldi della nostra produzione, freschezza, gusto, praticità", conclude Andrea Battagliola, socio consigliere. La strategia dell'azienda di Manerbio è dunque quella di investire in maniera significativa sull'innovazione varietale e su nuovi prodotti cavalcando i principali consumer trend e lavorando anche per specifici target. E tra i protagonisti della stagione estiva ecco la gamma sempre più ampia di piatti freschi del brand, le insalate arricchite di cui Dimmidisi è leader di mercato e delle assolute novità fra cui i Salad kit, buste di insalata pronte da assemblare in un attimo con altri prodotti come pollo, salsa, crostini e Grana Padano e i Wrap Kit, che vedremo per la prima volta fra le proposte nel banco ortofrutta dei supermercati italiani. Con questo lancio Dimmidisi punta a consolidare il suo ruolo di leader del mercato di riferimento dei piatti pronti freschi, ad accrescere la presenza nello scaffale dell'ortofrutta, aumentare le occasioni di consumo, rafforzare la marca e avvicinarsi ad un target sempre più giovane.



*Ai tre stabilimenti italiani si sono aggiunti altri cinque siti produttivi: tre in Spagna, uno in Francia e uno in Serbia*

# LA QUALITÀ CHE CI AIUTA IN CUCINA

Genuinità, artigianalità e praticità di utilizzo: è questo il mix vincente del pastificio Fumaiolo, pasta fresca surgelata e piatti pronti da cuocere di altissima qualità

Qualità, salute e innovazione produttiva sono gli elementi imprescindibili quando si parla di pasta fresca surgelata. In più, quando poi si parla del pastificio Fumaiolo, si aggiungono l'artigianalità, l'amore per il territorio e la passione per la tradizione. Caratteristiche che ne sostengono l'attività sin dalla fondazione, avvenuta nel 1985 ad Alfero (Forlì-Cesena) sulle colline romagnole.

Azienda molto vivace e dinamica, Fumaiolo negli anni ha rafforzato la sua presenza nei banchi freezer della Gdo e dell'Horeca, così come nei negozi specializzati con proposte che vanno da quelle più classiche e tradizionali

come gnocchi, cappelletti, tagliatelle, sughi e sottoli ed arrivano sino a quelle più innovative come la piadina light, la piadina ai cereali o la piadina al farro. Esattamente quello che oggi è richiesto da una cucina contemporanea che, anche con poco tempo da dedicare ai fornelli non rinuncia mai al gusto, al sapore e a ricette ed ingredienti che rappresentano il meglio dell'arte pastaia italiana. Meglio ancora se, proprio come in questo caso, abbinati con la migliore innovazione di prodotto quindi grano duro di origine italiana e ingredienti selezionatissimi. Dunque, risposte diverse, pasta, piadina e sughi pronti,

sempre più performanti e capaci di andare incontro alle richieste di un consumatore per il quale l'asticella della curiosità si posiziona sempre più in alto così come la voglia di sperimentare gusti e sapori nuovi. "I nostri prodotti vanno proprio in questa direzione e vestono i panni dei protagonisti assoluti proprio nei confronti di un consumatore esigente e con le idee chiare. La varietà di formati - spiega Alessandro Caminati, amministratore dell'azienda di famiglia - si conferma dunque la scelta vincente sia nella pasta ripiena come i tortelli, i cappelletti, o i ravioli, sia in quella lunga come le intramontabili tagliatelle. Tutto nel segno dell'alta



*Per Fumaiolo anche sul fronte della comunicazione la parola d'ordine è concretezza e contatto diretto con i clienti per cavalcare in anticipo i trend emergenti*



qualità surgelata all'origine e prodotti perfetti per catturare l'interesse di consumatori e trend diversi". Con l'escalation della domanda il reparto della pasta fresca surgelata, reperibile unicamente nel banco freezer (senza conservanti o additivi), si è dunque affollato di nuove referenze. Un ruolo importante lo gioca quindi la comunicazione. E anche da questo punto di vista Fumaiolo ha le idee chiare. "In un mercato affollato e competitivo come il nostro le campagne di comunicazione più efficaci sono quelle che parlano direttamente al consumatore soprattutto attraverso il digitale, in

particolare i social come Facebook o Instagram capaci di intercettare un target preciso, oltre a essere un termometro quasi immediato della loro risposta. L'altro atout - conclude l'a.d. Alessandro Caminati - è costituito da soluzioni di packaging in grado di ottimizzare la visibilità e l'impatto a scaffale dei nostri prodotti e al tempo stesso preservarne la freschezza e la conservabilità nel tempo". Per Fumaiolo, dunque, anche sul fronte della comunicazione la parola d'ordine è concretezza e contatto diretto con i clienti per cavalcare in anticipo i trend emergenti trasformando quello che apparentemente è un costo in

un beneficio, com'è giusto che sia per un'azienda che vuole farsi largo nell'affollato panorama italiano. Altro pilastro importante della strategia operativa di Fumaiolo è il presidio diretto della filiera e scrupolosi controlli qualitativi, ossia altri due driver che negli ultimi anni stanno orientando l'attenzione e le scelte dei consumatori. Ecco, quindi, che per i prodotti Fumaiolo vengono sempre privilegiate le materie prime italiane a filiera corta e certificata come la farina di farro Bio o i numerosi prodotti Dop utilizzati negli ingredienti come il Grana Padano o la Mortadella. Referenze di valore assoluto quindi, sostenute da un modello virtuoso che sostiene il percorso dell'azienda alimentare romagnola, da quasi 40 anni sotto il segno dell'eccellenza.

## MATERIE PRIME D'ECCELLENZA E IL FREDDO COME GARANZIA

La proposta di Fumaiolo risponde perfettamente alle domande e alle nuove richieste del consumatore moderno che nel banco freezer della grande distribuzione può trovare una grande offerta di pasta fresca surgelata mentre nel reparto freschi avrà a disposizione le classiche piadine romagnole interpretate in numerose varianti.





# LA NATURA HA BISOGNO DI UNA MANO.

**Noi la sosteniamo con  
*Orogel Green*:  
una promessa che  
manteniamo ogni giorno.**

È la promessa di essere naturalmente  
sostenibili in tutti i nostri aspetti:  
nella coltivazione, nella preparazione e  
nel nostro modo di essere. Solo così possiamo  
aiutare la natura a dare il meglio di sé stessa.

**Scopri di più su [orogelgreen.it](http://orogelgreen.it)**



**La meraviglia di ogni giorno.**

# ARTE, NATURA, ENOGASTRONOMIA ECCO LA TERRA DEI TESORI

Le vacanze in Friuli Venezia Giulia sono la scelta di chi vuole distinguersi:  
la bellezza, i paesaggi e il divertimento vincono sempre

*Il Friuli Venezia Giulia si affaccia al mercato nazionale e internazionale offrendo una proposta che concentra in poche centinaia di chilometri l'unicità dei gusti e la genuinità dei profumi di mare, laguna, montagna, collina, le zone dei fiumi e la pianura*

Scoprire il territorio attraverso i suoi sapori è diventato, per sempre più turisti, il motore che guida la scelta di una destinazione. E poi l'emozione, in grado di regalare all'esperienza turistica quel valore aggiunto che invoglia a ritornare o scoprire per la prima volta un luogo. Il Friuli Venezia Giulia si affaccia al mercato nazionale e internazionale offrendo una proposta che concentra in poche centinaia di chilometri l'unicità dei gusti e la genuinità dei profumi di mare, laguna, montagna,

collina, le zone dei fiumi e la pianura. Lungo un percorso immaginario, scorre e attraversa la regione la Strada del Vino e dei Sapori del Friuli Venezia Giulia, un itinerario in grado di cogliere e valorizzare le particolarità di questo territorio proponendo un viaggio emozionante alla scoperta delle sue specialità e dei suoi prodotti, riuniti sotto il marchio "Io sono Friuli Venezia Giulia".

Il lavoro di PromoTurismoFvg, l'ente che si occupa della promozione del turismo regionale, si concentra



Alpe Adria Trail, Collio



PH: LAURA TESSARO

Insieme di salumi

ormai da molti anni per raggiungere questi obiettivi e oggi l'offerta è ben diversificata e integrata sul territorio attraverso una serie di pacchetti in grado di arricchire, come meglio non si potrebbe, anche l'estate 2024.

### Strada del Vino e dei Sapori

La Strada del Vino e dei Sapori è un progetto di accoglienza turistica ormai ben rodato che riunisce cantine, ristoranti, birrifici artigianali, distillerie, gastronomie, strutture ricettive turistiche, enoteche e produttori del Friuli Venezia Giulia. Una guida del gusto che permette di esplorare itinerari diversi lungo un percorso che collega idealmente la costa con l'area montana, passando per i vigneti e le colline dell'entroterra regionale.

Il progetto vanta a oggi 362 aderenti suddivisi tra 188 aziende vitivinicole, birrifici, agribirrifici e distillerie, 110 realtà Taste (ristoranti, agriturismi, enoteche, gastronomie), 53 Food & Crafts (aziende agricole e artigiane) e 11 Tour & Experience. Per meglio integrare i contenuti della Strada del Vino e dei Sapori del Friuli Venezia Giulia con le strategie di tutti gli stakeholder del territorio PromoTurismoFvg ha

poi elaborato una serie di strategie e iniziative per valorizzare il comparto.

### Passaporto della Strada del Vino e dei Sapori

Un'iniziativa che piace anche ai turisti non focalizzati solo sul vino, che dà l'opportunità di visitare zone di produzione, ma anche località e destinazioni culturali su tutto il territorio regionale. Utilizzare questo vero e proprio passe-partout che permette al turista di viaggiare



Vendemmia in collina

## I numeri del Friuli Venezia Giulia in tavola

**5 Dop:** il formaggio Montasio, il prosciutto di San Daniele, l'olio extra vergine di oliva Tergeste, i Salamini Italiani alla Cacciatora e la Brovada

**2 Igp:** il prosciutto di Sauris e la Pitina

**23 Presidi Slow Food**

**180 Prodotti Agroalimentari Tradizionali** riconosciuti oltre alle grappe, il miele, il formaggio Asino, l'asparago bianco friulano e il tiramisù

**9 zone vitivinicole Doc:** Carso, Friuli, Friuli Colli Orientali, Collio, Friuli Annia, Friuli Aquileia, Friuli Grave, Friuli Isonzo, Friuli Latisana

**3 Docg:** Picolit, Ramandolo e Rosazzo

PH: FABRICE GALLINA



PH: FABRICE GALLINA

## Altri eventi regionali 2024

**Mittelfest,**  
19-28 luglio, Cividale del Friuli  
(Udine)

**Friuli Doc,**  
12-15 settembre, Udine

**Pordenonelegge,**  
19-22 settembre, Pordenone

**Gusti di Frontiera,**  
26-29 settembre, Gorizia

**Barcolana,**  
10-13 ottobre, Trieste

**Ein Prosit,**  
ottobre, Udine

► scoprendo le cantine della regione è facilissimo: basterà scaricarlo online o ritrarlo in uno degli infopoint di PromoTurismoFvg, scegliere l'azienda che si vuole visitare tra quelle che aderiscono al progetto e godersi tre degustazioni gratuite che prevedono un calice di vino in tre delle cantine aderenti. Al raggiungimento di tre degustazioni usufruite, recandosi in uno dei punti informativi dell'ente regionale, si potrà ritirare una bottiglia in omaggio.

### **In rifugio c'è più gusto**

Ascoltare, conoscere, sperimentare, divertirsi e gustare, con chi ha a cuore la sostenibilità. Sono questi gli ingredienti che caratterizzano gli appuntamenti dedicati a famiglie, gruppi di amici e appassionati ogni sabato da giugno a settembre, in

Pic & Taste nell'Azienda Vinicola Magredi



## IL MARCHIO COLLETTIVO DEL VINO E DEI SAPORI DEL FRIULI VENEZIA GIULIA

“Io sono Fvg”, sinonimo di qualità, di tradizione, territorialità, tracciabilità ma soprattutto sostenibilità, è il marchio collettivo che viene conferito a tutte le imprese e ai prodotti della filiera agroalimentare in grado di dare valore aggiunto alla regione attraverso la sostenibilità aziendale e le garanzie sulla tracciabilità delle materie prime, garantendo la massima trasparenza al consumatore finale.

una decina di rifugi del circuito Assorifugi delle montagne del Friuli Venezia Giulia. Occasioni speciali per immergersi in un paesaggio unico e assaporare il gusto autentico dei piatti e degli ingredienti a marchio “Io sono Friuli Venezia Giulia” presenti nel menu del giorno del rifugio.

### Picnic sulla Strada del Vino e dei Sapori

Immersi tra le vigne, sorseggiando un bicchiere di vino e assaporando alcune specialità del territorio dal Carso, passando per i Colli Orientali e arrivando alla Bassa Friulana, la cornice dei filari delle viti diventa lo scenario perfetto per godersi un picnic in mezzo alla natura, alla scoperta dei sapori e dei profumi del Friuli Venezia Giulia. I vari appuntamenti di Picnic sulla Strada del Vino e dei Sapori sono raccolti e promossi da PromoTurismoFvg per un assaggio delle specialità locali in un contesto caratteristico e suggestivo che rientra nel progetto della Strada del Vino e dei Sapori del Friuli Venezia Giulia come occasione per vivere le cantine e gli agriturismi attraverso

PH: ALESSANDRO CASTIGLIONI



Prosciutto di San Daniele



Vendemmia in collina

PH: FABRICE GALLINA

nuovi occhi e con la formula - appunto - del picnic nel vigneto, lasciandosi cullare dalla pace del paesaggio circostante in compagnia delle eccellenze enogastronomiche del territorio.

### Vendemmia turistica e didattica

Si tratta di un'occasione per soggiornare negli agriturismi con cantina oppure prenotando solo la vendemmia experience, che comprende anche degustazioni di vino, prodotti del territorio e visite alle barricale. È possibile prenotare direttamente nelle cantine coinvolte oppure scegliere i pacchetti comprensivi di soggiorno e vendemmia experience nelle strutture aderenti all'iniziativa.

### In viaggio tra degustazioni e assaggi

Sin qui le indicazioni di PromoTurismoFvg per magnifiche e godibilissime escursioni estive. Non c'è dubbio però che il Friuli Venezia Giulia, terra di confine, di influenze e contaminazioni, esprima al meglio il suo spirito proprio a tavola, nei piatti della tradizione, in grado di raccontare un territorio in cui si fondono la cucina mitteleuropea, veneta e slava, e nei suoi straordinari vini. Un viaggio nel gusto che parte dalle Alpi e arriva al mare attraversando le dolci colline e la vasta pianura e che si può riassumere in un mosaico ricchissimo di sapori e profumi che merita assaggi e degustazioni.

# VERSO UNA NUOVA CULTURA ALIMENTARE

Nato ufficialmente a gennaio 2024, il Centro di Studi e Ricerca sul Cibo Sostenibile coinvolge l'Università di Torino, il Politecnico di Torino, l'Università del Piemonte Orientale e l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo. "L'obiettivo è diventare punto di riferimento internazionale sul tema", spiega la professoressa Cristina Prandi

di Paola Mattavelli



Professoressa Cristina Prandi,  
vicerettrice per la Ricerca delle Scienze  
Naturali e Agrarie - UniTo

**P**arlare di sostenibilità alimentare significa addentrarsi in un tema multidimensionale, che proprio per questo richiede un approccio multidisciplinare. Alla luce di questa complessità, la creazione del Centro Studi e Ricerca sul Cibo Sostenibile da parte dei quattro atenei piemontesi - Università di Torino, Politecnico di Torino, Università del Piemonte Orientale e Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo - è un tassello importante per favorire la sostenibilità in campo alimentare. Ma cosa si intende per cibo sostenibile? "Cibo sano, consapevole, sulla base di evidenze scientifiche", spiega la professoressa Cristina

Prandi, vicerettrice per la Ricerca delle Scienze Naturali e Agrarie dell'Università di Torino. Evidenze scientifiche: è proprio questa la leva attorno cui ruota l'impegno interuniversitario, affrontando aspetti quali ecologia, agricoltura sostenibile, educazione sensoriale, stili di vita consapevoli, benessere, economia circolare, politiche alimentari e innovazione concettuale. "Il Centro nasce nel contesto piemontese, terra di riferimento con Slow Food di una cultura del cibo di qualità nonché luogo di filiere alimentari importanti. L'idea è mettere a rete il sistema di competenze complementari e le infrastrutture avanzate dei singoli

## OBIETTIVI FONDANTI

promuovere stagionalità e località

ridurre gli sprechi e la plastica della filiera alimentare

promuovere un utilizzo rigenerativo dei suoli

rafforzare la biodiversità

ridurre gli anelli della filiera di produzione e trasporti delle merci

aumentare l'apporto proteico da fonti alternative alla carne

tracciare e qualificare il cibo

promuovere l'educazione alimentare nelle scuole e il cambiamento degli stili di vita

supportare e promuovere la costruzione di "politiche del cibo" alle diverse scale e in particolare quella regionale e locale

atenei, con lo scopo di sviluppare sinergie proficue secondo una logica di laboratorio diffuso, con particolare riguardo alla promozione di incubatori creativi e di start-up per sperimentare nuove modalità imprenditoriali per i temi relativi al cibo - puntualizza la professoressa Prandi - Lungo tutta la filiera tocchiamo questioni prettamente scientifico-tecnologiche ma anche tematiche di rilevanza sociale e di indirizzo geopolitico. Come istituzioni abbiamo un ruolo fondamentale nel trasferire informazioni che abbiano un fondamento scientifico per costruire un sistema alimentare di valore, sostenibile per le persone e l'ambiente." >>

ph



Professor Danilo Demarchi,  
Politecnico di Torino

## Ingegneria al servizio della sostenibilità agroalimentare

Le nuove tecnologie dell'agritech e del foodtech svolgono un ruolo essenziale per affrontare sfide globali come i cambiamenti climatici, la tutela dell'ambiente e della biodiversità, anche alla luce di una popolazione mondiale che nel 2050 potrebbe crescere fino a 9,7 miliardi (stime delle Nazioni Unite). Danilo Demarchi, professore del Politecnico di Torino e referente della nuova laurea magistrale in Agritech Engineering, sottolinea che "una spiccata multidisciplinarietà è indispensabile per progettare, monitorare e valutare ogni livello del sistema alimentare. Elevare le competenze in aree culturali come ingegneria ambientale, industriale e chimica, Ict e mecatronica significa generare innovazione tecnologica in modo da produrre cibo buono, garantendo la sicurezza alimentare, la riduzione degli sprechi, la tracciabilità e la tipicità delle filiere".

Certezza e misurabilità sono due delle chiavi della sostenibilità. "Questo include l'adozione di soluzioni basate su big data, sensoristica avanzata, automazione, blockchain, intelligenza artificiale, robotica e piattaforme digitali per dare vita a un'agricoltura che troverà nella scienza e nelle tecnologie alleati per risparmiare acqua, ottimizzare le risorse e l'uso di fertilizzanti e pesticidi. Pensiamo, per esempio, alla tecnologia Rfid per l'etichettatura elettronica che permette di monitorare a basso costo i prodotti".

"Tutto è basato su una infrastruttura tecnologica che - conclude il professor Demarchi - consente di raccogliere dati, di farli circolare e parlare tra di loro per concepire strategie migliori e prendere decisioni corrette in termini di prevenzione. Il Centro è un intreccio di mondi, esperienze e competenze per dare un futuro al nostro pianeta e all'umanità".



## Il cibo per cambiare il mondo

Qual è l'impatto dei sistemi alimentari? E come garantire un percorso sicuro, sano e giusto al cibo? Ne parliamo con il professor Bartolomeo Biolatti, rettore dell'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo



Professor Bartolomeo Biolatti,  
rettore dell'Università di Scienze  
Gastronomiche di Pollenzo

L'alimentazione rappresenta un anello inestricabile tra la salute umana e la sostenibilità ambientale. Allo stato attuale, la complessità dei sistemi alimentari non soltanto è responsabile globalmente della produzione di circa un terzo dei gas serra ma, dal campo alla tavola, è fonte di inquinamento del suolo, delle acque e dell'aria. Il professor Bartolomeo Biolatti, rettore dell'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, sede del Centro di Studi e Ricerca sul Cibo Sostenibile, fa il punto della situazione rilevando quanto sia significativo l'impatto del sistema alimentare. "Poiché il cibo deve essere sano, di qualità e rispettare la giustizia sociale, ne discende che il cibo sostenibile, inteso come bene complessivo, è sinonimo di salute, salute del pianeta, del mondo vegetale, degli animali e dell'uomo. In sintesi: della salute unica (one health).

Troppo a lungo ci siamo concentrati egoisticamente sul nostro benessere, trascurando quello degli altri esseri viventi e non abbiamo protetto adeguatamente l'ambiente, la biodiversità, la terra e il mare. L'uomo si è messo al centro di tutto, non considerando che salute e benessere di tutte le specie viventi e dell'ambiente sono intimamente legati e interdipendenti. Ora dobbiamo recuperare: rigenerare il suolo e le acque, ripristinare la biodiversità, usare la tecnologia e la scienza per riconvertire i sistemi produttivi, permettendo loro di rinnovarsi in un ciclo continuo e perpetuo. Il tutto in un sistema economico sostenibile. Questa è la grande sfida che ci attende nei prossimi decenni".

### In tema di sostenibilità alimentare quanto "pesa" la possibilità di innovare pratiche, politiche e mercati alimentari?

"L'innovazione delle pratiche e l'implementazione delle politiche alimentari sono fondamentali per cambiare i sistemi alimentari. Ogni tentativo di avviare politiche e azioni a livello comunitario, volte a raggiungere gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite, dalle auto elettriche alla riduzione dell'uso dei pesticidi e dei fertilizzanti, ha trovato forti opposizioni nelle categorie interessate,

principalmente per motivi economici. Sappiamo che occorre adottare tecnologie e metodi produttivi nuovi, che tengano conto dell'ecologia dei sistemi naturali, garantendo allo stesso tempo il giusto reddito alle numerose categorie di operatori della filiera alimentare. La sfida per i governi e per i ricercatori sarà quella di garantire agli operatori strumenti e condizioni di lavoro dignitose per produrre il giusto cibo per tutti, diventando essi stessi i custodi della salute unica".

### A questo proposito, un commento sull'educazione alimentare e sulla formazione di professionisti del settore.

"È prioritaria l'educazione alimentare dei consumatori, bambini e genitori, che devono essere resi consapevoli che le loro scelte e i loro stili di vita sono determinanti per proteggere innanzitutto la loro salute, e per orientare i sistemi alimentari verso orizzonti ecocompatibili. Altrettanto fondamentale è la formazione dei professionisti. L'alta specializzazione tecnico-scientifica integrata da solide basi umanistiche, ecologiche, sanitarie può garantire la formazione di professionisti (specialisti) colti, dotati di un forte senso dell'etica e di responsabilità sociale, in grado di guidare le imprese e la politica verso gli orizzonti del green deal. Una delle prime iniziative del Centro di Studi e Ricerca sul Cibo Sostenibile è stata quella di lanciare un appello affinché l'educazione alimentare venga introdotta nei programmi di tutte le scuole dell'obbligo di ogni ordine e grado".

### A suo avviso qual è il più grande ostacolo (se c'è) rispetto alla vostra mission?

"Per prima cosa bisogna far comprendere a tutti - cittadini, operatori economici, politici di ogni collocazione partitica - che i temi ambientali e della salute unica non appartengono solo agli ambientalisti o a qualche categoria politica, e in quanto tali oggetto di contrapposizione. Sono bensì un'esigenza generale e primaria di ogni popolo. Occorre che tutti si concentrino a livello globale sui rimedi, sulle politiche alimentari, sugli obiettivi di sviluppo sostenibile".



**BIO SI NASCE  
BIO SI CRESCE  
BIO SI É**



**#nerosubianco**



**AGRICOLTORI **BIOLOGICI** DAL 1978**

# BURRI DI FILIERA LATTERIE INALPI LA STRADA GIUSTA



INALPI LAVORA OGNI GIORNO PER DARE IL PROPRIO CONTRIBUTO AL RAGGIUNGIMENTO DEI 17 OBIETTIVI INDICATI DAL SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS DELL'ONU, A FAVORE DI UNA SOSTENIBILITÀ SOCIALE, ECONOMICA, AMBIENTALE.

Dalle valli del Monviso alla tavola delle famiglie italiane, il latte della filiera Inalpi si muove secondo un protocollo unico condiviso con gli allevatori. Una grande filiera italiana dove conferitori e industria lavorano fianco a fianco nel rispetto dell'ambiente, degli animali e delle persone.  
**Dal buon latte e dalla buona volontà.**



[www.inalpi.it](http://www.inalpi.it)

LATTERIE  
**inalpi**



## [ TECNOLOGIE E SOSTENIBILITÀ ]



**80**

Consorzio Melinda



**82**

Cpr System



**84**

Padania Alimenti

# NUOVE TECNOLOGIE A SUPPORTO DI UN'ECCELLENZA ITALIANA: LA MELA

Produrre mele nel modo più sostenibile e sano possibile grazie al progetto Sophia.  
È questa la regola seguita da Melinda



Luca Zaglio,  
direttore generale di Melinda

Utilizzare materiali e processi produttivi sostenibili, ridurre l'uso di pesticidi e fertilizzanti chimici e adottare pratiche di agricoltura a basso impatto ambientale. Sono queste le direttrici che deve seguire oggi la moderna agricoltura per avvicinarsi sempre di più alle scadenze ormai improrogabili legate alla transizione ecologica. È dunque necessario cambiare in maniera responsabile il modo di coltivare.

Una scelta di campo che già appartiene al leader del settore melicolo nazionale e internazionale Melinda, il Consorzio trentino costituito da oltre 4.000 famiglie di frutticoltori e produttori di mele.

*Sophia - Spray Overcanopy Phytosanitary Innovative Application è un progetto che consente di indirizzare i prodotti antiparassitari in modo mirato sulle colture riducendo al massimo la dispersione dei prodotti fitosanitari nell'ambiente circostante*

Sui terreni di sua pertinenza Melinda sta infatti operando già dallo scorso anno con una tecnologia innovativa sviluppata dalla società israeliana Netafim e ora gestita in esclusiva sul territorio nazionale proprio da Melinda e La Trentina, entrambe alla continua ricerca di soluzioni tecnologiche e innovative in grado di migliorare l'efficienza produttiva in un'ottica di piena sostenibilità.

Si tratta di "Sophia" (ovvero Spray Overcanopy Phytosanitary Innovative Application), un sistema di precisione a punto fisso destinato all'applicazione dei trattamenti fitosanitari. Un progetto che consente di indirizzare i prodotti antiparassitari in modo mirato sulle colture riducendo al massimo la dispersione dei prodotti fitosanitari nell'ambiente circostante e quindi riducendo l'impatto ambientale, come spiega il direttore generale del Consorzio trentino, Luca Zaglio.

"Alla base del percorso intrapreso in questi anni da Melinda e dell'impegno costante del nostro Consorzio verso la realizzazione degli obiettivi green di sostenibilità c'è l'investimento continuo in innovazione tecnologica e l'attenzione allo sviluppo di una precisa cultura ambientale

## LE PAROLE SONO FATTI

Quella di Melinda è una grande famiglia fatta di oltre 4.000 famiglie di soci produttori, raggruppati in 16 cooperative, che vivono e coltivano il melo nelle Valli del Noce (Val di Non e Val di Sole). Un territorio che poggia sulle solide radici della tradizione ma è stato capace di sviluppare l'agricoltura del futuro.

che già appartiene di fatto a tutti i nostri soci frutticultori. Un'attenzione che proprio in questo ultimo anno di attività ha avuto una ulteriore e forte accelerazione. Abbiamo infatti individuato in Sophia il sistema più avanzato per mettere in atto una difesa calibrata delle colture melicole intervenendo solo al bisogno, e non in modo preventivo. Grazie, infatti, a una distribuzione pulsata e mirata esclusivamente agli organi vegetali delle piante, Sophia garantisce l'erogazione del trattamento in poco più di 15 minuti per ettaro. L'obiettivo previsto dal programma studiato con Netafim è di arrivare a coprire con questo sistema a punto fisso 300 ettari di frutteti entro il 2025 ma stiamo correndo e già quest'anno arriveremo a coprire 250 ettari di meleli".

La difesa calibrata Sophia scelta da Melinda permette di ridurre drasticamente il quantitativo di emissioni ma anche un importante risparmio di acqua consentendo così al Consorzio di tutelare il territorio, il benessere degli abitanti, dei soci e dei consumatori per i quali, accanto al piacere del palato, cresce sempre di più la propensione verso scelte



Sistema Sophia Netafim

alimentari che possano contribuire a ridurre l'impatto ambientale. "Portare avanti un'agricoltura sostenibile è fondamentale per compiere pienamente la transizione ecologica. L'uso ridotto di pesticidi e fertilizzanti contrasta infatti i fenomeni di inquinamento idrico e atmosferico. Sostiene inoltre la sicurezza alimentare e la salvaguardia della salute dell'uomo. E la strategia scelta da Melinda attraverso l'allestimento del sistema Sophia - conclude il direttore generale del Consorzio, Luca Zaglio - ha proprio lo scopo di favorire un impatto positivo sull'ambiente, favorire la biodiversità, salvaguardare il territorio, la comunità locale e garantire un'alimentazione nutriente, sana e sicura a consumatori sempre più attenti all'impatto ambientale delle proprie scelte di consumo". Per Melinda, insomma, comunicare la sostenibilità delle sue produzioni non è un sistema di Green marketing teso a migliorare la reputazione aziendale ma piuttosto la realizzazione di un impegno reale e costante verso l'ambiente e verso produzioni agricole declinate in una chiave sempre più ecologica, sana e naturale.

# RICERCA E INNOVAZIONE PER IMBALLI SEMPRE PIÙ SOSTENIBILI

Ancora una volta Cpr System anticipa i tempi sviluppando nuove tecnologie digitali e nuovi materiali per imballaggi agroalimentari ecocompatibili

**I**n un'economia moderna e competitiva le strategie industriali non possono più esimersi da piani d'azione che non tengano conto di un sempre più forte impegno per temi come la transizione ecologica, l'impiego di energia pulita e sicura e la sostenibilità.

Strategie indispensabili per sostenere il Green Deal europeo che qui a Gallo, alle porte di Ferrara e sede di Cpr System, si sono focalizzate sin dal 1998 nella produzione di imballaggi e cassette in plastica per la movimentazione agroalimentare che potessero favorire il riuso, il riciclo e il recupero alternativo allo smaltimento di fine vita.

Un percorso virtuoso che ha portato l'azienda ferrarese a essere oggi leader e punto di riferimento italiano del settore, con un biglietto da visita, le famose cassette verdi a sponde abbattibili, che l'hanno fatta conoscere su tutti i banchi ortofrutta della Gdo nazionale. Oggi però è arrivato il momento di rinnovare la proposta con nuovi modelli, nuovi materiali e tecnologie digitali avanzate. "Cambiano i colori, ma cambiano soprattutto i materiali impiegati - spiega il direttore generale, Monica Artosi - ma Cpr System è sempre più verde



Monica Artosi,  
direttore generale di Cpr System

## INSIEME CREIAMO VALORE

Leader in Italia nella produzione, movimentazione, riciclo degli imballaggi in plastica a sponde abbattibili e dei pallet, Cpr System è una cooperativa che mette in relazione le diverse società che collaborano alla movimentazione di prodotti agroalimentari.

e sostenibile anche se oggi sui banchi ortofrutta della Gdo non compaiono più le famosissime cassette verdi che per decenni sono state il nostro marchio di fabbrica. Sono infatti state sostituite da una nuova e ancora più performante cassetta. Si tratta di Redea, una struttura ultra smart che è andata a sostituire completamente i circa 16 milioni di casse verdi. Si tratta di una cassetta che ha dimensioni e peso inferiori alle precedenti ed è stata studiata per ottimizzare ulteriormente i trasporti di prodotti agroalimentari, mentre l'altra novità riguarda la digitalizzazione. L'etichetta Smart-Label dotata di codice a barre e un tag Rfid rendono infatti Redea una cassetta parlante e consentono di gestire ed elaborare tante informazioni importantissime per la completa ottimizzazione e tracciabilità del sistema. Insomma, con questo nuovo prodotto Cpr System ha fatto un ulteriore passo in avanti nel segno della sostenibilità. E non ci fermiamo qua, perché abbiamo realizzato un pallet innovativo che a breve entrerà a pieno regime nella



filiera agroalimentare". Il percorso intrapreso da Cpr System è insomma quello di mettere ancora una volta al centro l'innovazione studiando e progettando attrezzature più performanti e sostenibili, e la novità riguarda proprio i pallet, in particolare il nuovissimo Noè, un pallet fatto con materie prime-seconde provenienti da materiali di riciclo, in particolare dalla lavorazione dei cartoni Tetra Pak delle bevande.

"Se di Redea possiamo parlare di un percorso ormai concluso, per quanto riguarda Noè, un brevetto per invenzione industriale che ci rende orgogliosi, siamo in fase avanzata di utilizzo e lo porteremo a pieno regime nel corso del prossimo anno. Il potenziale di questa assoluta novità è altissimo perché interesserà direttamente anche altre filiere oltre a quelle del fresco che già presidiamo. D'altra parte - sostiene ancora il direttore generale di Cpr System, Monica Artosi - i requisiti essenziali che dobbiamo sempre garantire ai nostri

clienti e alle oltre 1.000 imprese associate che provengono dalla base produttiva agricola, della distribuzione organizzata e del settore servizi e trasporto, riguardano diversi aspetti. Il primo requisito dell'imballo deve essere la durata, l'integrità e l'igiene del prodotto. Il secondo requisito è il servizio che deve svolgere perché le confezioni devono essere facilmente movimentate, oltre a essere utilizzabili e riutilizzabili. Infine, dobbiamo ridurre al minimo la presenza di sostanze e materiali pericolosi nel materiale di imballaggio o nei suoi componenti lavorando quindi nel pieno rispetto dell'ambiente, utilizzando le migliori tecnologie disponibili, garantendo un uso efficiente dei materiali e delle risorse naturali. Esattamente quello che facciamo ogni giorno qui a Gallo da oltre 25 anni".

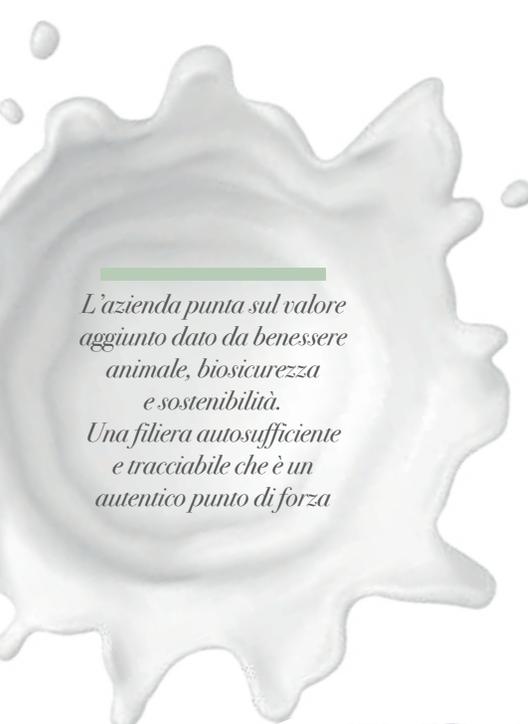
Cpr System ancora una volta è dunque protagonista attivo di uno sviluppo della filiera agroalimentare nazionale economicamente, socialmente ed eticamente sostenibile.

*Redea è una cassetta ultra smart: ha dimensioni e peso inferiori alle precedenti ed è stata studiata per ottimizzare i trasporti di prodotti agroalimentari. L'etichetta Smart-Label e il tag Rfid rendono inoltre Redea una "cassetta parlante"*



# NATURALITÀ, SALUTE, FRESCHENZA E ITALIANITÀ

Sono questi i punti cardinali di Padania Alimenti, l'azienda lattiero-casearia lombarda tra i principali protagonisti del settore latte sui banchi della Gdo



*L'azienda punta sul valore aggiunto dato da benessere animale, biosicurezza e sostenibilità. Una filiera autosufficiente e tracciabile che è un autentico punto di forza*

**I**l latte fa bene. Forse è persino banale ripeterlo, eppure a volte è necessario ricordare come il latte faccia bene non solo alle persone ma anche, e sempre di più, ai territori di produzione. Negli ultimi anni, infatti, la ricerca di qualità, salute e naturalità hanno determinato performance di crescita positive del settore in particolare per chi ha saputo comunicare questi valori. Un trend che ha caratterizzato l'affermazione e la crescita di Padania Alimenti, azienda lattiero-casearia tra le più importanti del distretto della Lombardia, uno dei più avanzati in Italia non solo economicamente ma anche sul piano della sostenibilità ambientale e sociale. Quadro di riferimento che si adatta

perfettamente all'azienda di Casalmaggiore (Cremona), come spiega l'ingegner Mathias Ghisini, che con il padre Luigi guida Padania. "Il concetto che vogliamo trasmettere al grande pubblico dei consumatori è che più è elevato il livello di animal welfare, ossia di mucche in buona salute, più è alta la qualità e la sicurezza del latte prodotto. Ecco perché posso affermare che la qualità delle nostre produzioni lattiero-casearie abbinata alla cura del territorio, degli animali e delle persone è un pilastro fondamentale di ogni nostra iniziativa. Un percorso che coinvolge tutta la filiera produttiva a partire, ovviamente dagli allevatori. Il nostro latte proviene infatti da allevatori e aziende agricole del nostro





territorio che uniscono amore, passione per la propria attività e coscienza ambientale sostenuta da un'importante preparazione scientifica. Una relazione diretta che ci consente di controllare con assoluta certezza anche le pratiche operative dell'allevatore. Questo - prosegue Mathias Ghisini - ci ha inoltre permesso di collaborare proprio con le aziende agricole nello sviluppo di percorsi separati e specifici dal campo al consumatore. Quindi, filiera alta qualità, filiera no ogm o da agricoltura biologica. Da lì il percorso si sviluppa attraverso le fasi di consegna del latte fresco in azienda, il controllo qualità, il trattamento, il confezionamento nelle diverse tipologie di packaging disponibili, infine la consegna dei

prodotti finiti attraverso la nostra logistica, nel rispetto della catena fredda. Il risultato finale sono latte e latticini di grande qualità certificata, sia a marchio nostro, quindi 'èpiù', sia a marchio del distributore. Un risultato che premia ogni nostro sforzo".

Se i consumatori scelgono i prodotti lattiero caseari di Padania Alimenti non è solo per il loro alto profilo di qualità, naturalità e freschezza ma anche perché l'azienda punta sul valore aggiunto dato dal benessere animale, la biosicurezza e la sostenibilità. Una filiera autosufficiente e tracciabile che oggi rappresenta un autentico punto di forza.

Ma in questi anni l'offerta di Padania è stata ulteriormente specializzata,

per rispondere al meglio alle esigenze dei diversi target di consumatori di alcuni primarie insegne della Gdo, che vengono servite quotidianamente attraverso linee personalizzate di privat label.

"Il peso economico della Mdd è ovviamente molto significativo per la nostra azienda. Le referenze a marchio veicolano sicuramente una parte molto importante delle vendite, ma questo non ci fa trascurare il nostro marchio primario, ossia 'èpiù', una la linea di prodotti dove spicca proprio il latte fresco e quello a vita utile estesa, in particolare il microfiltrato, un metodo che elimina il 99,9% della flora microbica originaria lasciando inalterati i principi nutritivi e le caratteristiche organolettiche. Prodotti - sottolinea ancora Mathias Ghisini - attraverso i quali abbiamo consolidato la nostra posizione nel carrello dei consumi delle famiglie italiane".

Dopo aver imboccato già da molto tempo la via della sostenibilità anche attraverso la gestione oculata di sostanze fitosanitarie, la razionalizzazione delle risorse idriche e l'ottimizzazione delle risorse energetiche e dei carburanti, Padania Alimenti si conferma a pieno titolo tra i player di riferimento del settore lattiero-caseario nazionale.

### **PANNA FRESCA: ECCELLENZA PER IL PROFESSIONISTA, LA GRANDE AZIENDA E LA GDO**

Le performance di questo prodotto, di cui Padania Alimenti è leader nazionale, sono legate esclusivamente alla selezione della materia prima. La panna fresca è infatti prodotta quotidianamente dalla scrematura freschissima del latte ed è priva di addensanti e miglioratori. Le altissime qualità organolettiche la rendono perfetta non solo per i canali della Gdo ma anche per i professionisti della cucina, gli utilizzatori artigianali e l'industria alimentare.

# ZAROTTI



Le prime etichette al mondo realizzate con plastica recuperata entro 50 km dalle coste, per aumentare il riciclaggio degli scarti.



Pregiati filetti, conservati in delicato olio di oliva che ne esalta il sapore, lavorati a mano secondo tradizione.

# Pescato da una storia vera

[#AmbasciatoridelMare](#)

zarotti.it





L'INCHIESTA

# L'EVOLUZIONE E LA TRADIZIONE DEL SUPERMERCATO SOTTO CASA

I punti di vendita più piccoli sono stati i pionieri della distribuzione moderna in Italia e oggi offrono l'occasione alle insegne per sperimentare nuove soluzioni di vendita. Oppure no?

di Barbara Trigari

**Q**uando facciamo la spesa ci troviamo a entrare in negozi tra loro molto diversi. Limitandoci alla distribuzione moderna, entro la quale avviene l'80% degli acquisti alimentari (Fonte: Adm e The European House Ambrosetti), le tipologie di spazi di vendita vengono ripartite in base alle dimensioni.

Il supermercato sotto casa, la formula più diffusa nel nostro Paese, quello dove si va a piedi, magari per un acquisto dell'ultimo momento, convenzionalmente si chiama "libero servizio" o "negozio di prossimità" e va dai 100 metri quadri ai 400 metri quadri.

Le altre tipologie di negozio alimentare sono l'ipermercato, dai 2.500 metri quadri in su, e il supermercato, che va dai 400 metri quadri ai 2.500. A questi formati si affianca il discount, dai 200 ai 1.000 metri quadri.

Dimensioni a parte, i negozi nascono con una propria vocazione legata al tipo di clientela cui si rivolgono, ma anche ad altri fattori come l'ubicazione, la concorrenza, le caratteristiche dell'imprenditore.

## La vendita di prossimità: un pezzo di storia della distribuzione moderna

Il formato di vendita di prossimità attraverso la storia della distribuzione moderna in Italia, è stato il primo a nascere e ancora oggi è terreno di sperimentazione. Esselunga nel 1957 apre il primo supermercato a Milano, 500 metri quadri; Pam apre il primo negozio a Padova, 400 metri quadri nel 1958. In questi supermercati si esaltavano la modernità, la velocità e la convenienza, per essere attraenti.

Nel 1967 Unes apre a Milano il primo negozio espressamente identificato come "supermercato di quartiere". Crai esordisce con la prossimità nel 1973, a Desenzano del Garda. Oggi le dimensioni contano meno, è più importante il ruolo che il negozio sceglie di giocare in un determinato territorio, in sostanza, quello che troviamo quando entriamo: persone, prodotti, servizi. Comunque sia, sono i negozi con le insegne che i retailer di solito riservano alla funzione di "supermercato sotto casa", quelli che si prestano a testare nuove modalità di vendita e sviluppi tecnologici.



**10.361**

**negozi in Italia  
da 100 a 399 metri quadri**

**(più della somma di supermercati e ipermercati)**

**oltre 2.500**

**punti di vendita sono  
situati nei piccoli Comuni**

**(in 8 casi su 10 sono Comuni sotto i 5.000 abitanti)**

Fonte: Adm e The European House Ambrosetti

### Spesa e tecnologia

Conad ha realizzato il primo negozio automatico a Verona con l'insegna di prossimità Today: il personale è presente se occorre, ma i clienti possono prendere i prodotti dagli scaffali e uscire pagando con la app, senza passare in cassa e senza scannerizzare la spesa, tutto avviene automaticamente.

A Milano nella ex area Expo ha appena aperto EsselungaLab, il laboratorio di sperimentazione di Esselunga. Si sviluppa su due livelli: al piano terra un mini-market di 70 metri quadri con gastronomia, frutta e verdura, pesce, sushi, carne, prodotti confezionati, pane fresco e pasticceria Elisenda, tutto self-service e con self check-out. Al primo piano ristorante con 130 posti, area aperitivi e panineria, isola per la preparazione di insalate con un robot.

Il precedente è AmazonGo, lanciato nel 2016 solo per i dipendenti di Amazon e oggi esteso a tutti i clienti Amazon, con 22 negozi negli Stati Uniti.

La frontiera estrema della spesa sotto casa, perché non si esce nemmeno da casa, è l'e-commerce, o quick commerce quando la consegna avviene in tempi brevissimi, anche 30 minuti. I piccoli supermercati, che da sempre nei paesi e nei quartieri consegnano la spesa soprattutto agli anziani, si sono ritagliati

il ruolo di mini-magazzino e-commerce, capillare sul territorio italiano. Sì, perché l'e-commerce diventa una versione aggiornata dello storico servizio di consegna a domicilio: non si acquista da un supermercato virtuale, uguale per tutti, ma dal proprio negozio preferito, che ha i nostri prodotti locali, e preferiti.

### Comunità e rapporti umani

La diffusione capillare è importante soprattutto nei piccoli paesi, dove il supermercato di prossimità costituisce a volte l'unico punto di riferimento per la spesa alimentare, dunque un servizio indispensabile che argina lo spopolamento. In questo caso le insegne nascondono la tecnologia e puntano prima di tutto sui rapporti personali con i clienti abituali, e su un'offerta di prodotti che normalmente un supermercato non propone: quelli locali, tipici del territorio, proprio come farebbe un negozio tradizionale di gastronomia o la latteria di paese. Per esempio Crai, ma anche le insegne locali miniPoli in Trentino-Alto Adige, Ipercerni a Roma.

### Convenienza o discount?

La critica più comune verso il supermercato di piccole dimensioni è che sia meno conveniente rispetto ad altre tipologie di negozio, per ragioni strutturali difficilmente aggirabili. Soprattutto in anni recenti ha risentito della concorrenza dei discount, a causa dell'inflazione e dell'evoluzione dei discount verso il modello dei supermercati. Di conseguenza alcune insegne di prossimità hanno spinto sull'acceleratore della convenienza.

A inizio 2024 ha aperto a Milano Carrefour Contact "prezzi convenienti sempre". Si tagliano alcuni costi operativi, come quelli per organizzare i volantini e le promozioni, e l'assortimento (come nei discount) propone più prodotti con la marca del distributore (in esclusiva per Carrefour, con prezzi per definizione al di sotto di quelli dell'industria di marca) rispetto a quelli dell'industria (che per tutelare la marca e fare ricerca e sviluppo ha prezzi più elevati), offrendo





Ipercarni a Roma Laghetto, 700 metri quadri



Carlo Marani, socio di Ipercarni

## IPERCARNI E IPERTRISCOUNT

### Ascolto del cliente, innanzi tutto

Di origini umbre, le famiglie Graziani e Marani arrivano a Roma nel 1962 e da specialista di carni e salumi aprono supermercati propri per una clientela di quartiere. "La nostra idea di prossimità è legata prima di tutto all'ascolto del cliente - spiega Carlo Marani, socio di Ipercarni - fisicamente, attraverso le persone che lavorano in negozio. Un saluto, un consiglio, un contatto, sono le persone a trasmettere un senso di accoglienza differente, che ci distingue e che ci permette di proporre ciò che i clienti desiderano". L'offerta è molto forte nei reparti freschi che nei negozi più piccoli possono arrivare anche al 60% dell'assortimento, in particolare sulla specialità di famiglia, macelleria e norcineria, ma anche gastronomia, pesce. "Roma è una città talmente grande che le scelte d'acquisto possono cambiare significativamente

**20 negozi Ipercarni + 9 Ipertriscount (Ipercarni, Consorzio Gros, Sun, Selex)**

da un quartiere all'altro. I flussi migratori del passato hanno creato aree dove prevale l'una o l'altra tradizione culinaria italiana: in base a questo modifichiamo l'offerta, per esempio, portando più prodotti regionali, o stagionalmente produzioni del fornaio locale. Rimane fisso invece l'assortimento legato alle produzioni tipiche del Lazio". Un approccio tradizionale che non esclude la tecnologia: è disponibile l'e-commerce e anche le casse self-service dove richieste.

► un risparmio del 10% tutti i giorni. Non si tratta però di un discount ma di un supermercato sotto casa vero e proprio, con tutti i reparti freschi ma self-service, ovvero non c'è il banco con il gastronomo, il macellaio o il panettiere cui chiedere consiglio. In più, una attenzione al biologico e al green che è nell'impostazione dell'insegna francese, dal 2023 società benefit. Un progetto analogo in Sicilia è quello di Super Conveniente (Gruppo Arena) o nel sud Italia di Eté Smarty (Moderna, entrambi VÉGÉ).

## UNES "VICINI DI SPESA" E IL VIAGGIATOR GOLOSO Un'esperienza su misura

Entro il 2024 Unes diventerà l'insegna per tutti i negozi di prossimità del Gruppo Finiper Canova, prima identificabili con le insegne U! Come tu mi vuoi e U2 Supermercato. "Il nostro obiettivo è garantire un'esperienza su misura. Per questo motivo ci impegniamo nell'offrire un assortimento selezionato e di qualità delle marche del distributore, in grado di rispondere a ogni necessità di acquisto, attraverso un'attenta ricerca sul territorio. Il contatto con il nostro personale disponibile e competente resta fondamentale per un'esperienza di qualità, funzionale, ma anche emozionale e coinvolgente per i clienti". Le casse self-service sono previste per chi deve fare una spesa veloce ma non sono l'unica soluzione. Per promuovere la convenienza e conquistare la fiducia dei clienti Unes punta sulle offerte promozionali dei volantini e sulla

nuova app Unes con vantaggi e sconti esclusivi, concorsi a premi e il servizio di spesa online con ritiro in negozio. "Il Viaggiator Goloso è l'esempio perfetto di come una marca del distributore possa diventare una vera e propria insegna di prossimità, in grado di rispondere a target sempre più ampi e sensibili ai concetti di eccellenza, praticità e convenienza". L'insegna nasce da uno dei marchi premium del Gruppo Finiper Canova, il Viaggiator Goloso, appunto, caratterizzato da prodotti tipici e di qualità superiore a un prezzo accessibile, in esclusiva per le insegne Unes e Iper La Grande i. Oggi copre praticamente tutte le categorie alimentari e infatti è diventato una insegna di prossimità autonoma, per chi cerca qualcosa di più, per una occasione speciale, per esplorare o per la quotidianità.



La ristrutturazione dei negozi Unes: panetteria, gastronomia con il banco assistito, e una comunicazione spiritosa, come "Prelibatezze al freddo e al gelo" per i surgelati. Il claim è "vicini di spesa"

**200 punti di vendita Unes in Lombardia, Piemonte ed Emilia-Romagna**  
**11 il Viaggiator Goloso in Lombardia**

### Ristorazione, benessere e urbanità

Una serie di negozi aperti soprattutto nelle grandi città, vicini a uffici, stazioni, università, percorsi turistici, abbinano la spesa alla ristorazione con un target di clientela elevato. In questa categoria rientra Decò Gourmet in Sicilia (Gruppo Arena), o il Carrefour Gourmet di City Life a Milano, con la possibilità di consumare nel dehors del supermercato i cibi pronti della gastronomia. La selezione dei prodotti mira a chi desidera qualcosa di speciale, per esempio nei vini o nella carne e i salumi. Accanto al buon cibo, i "servizi di quartiere", come l'artigiano per una riparazione

## CARREFOUR EXPRESS

# La risposta a chi si muove a piedi

“La prossimità per Carrefour è un punto di vendita tra i 200 e i 500 metri quadri senza parcheggio - spiega John Agostini, direttore prossimità di Carrefour Italia - ma con molta flessibilità sulle metrature. L'essenziale è il ruolo del negozio, che deve rispondere alle esigenze di chi si muove a piedi, quindi fa la spesa più spesso acquistando meno, desidera farlo rapidamente e ha esigenze specifiche sull'assortimento”. La prossimità è quella urbana, sulla quale Carrefour punta e ha investito molto negli anni. In città i clienti possono variare, dalle famiglie nelle zone residenziali a universitari e lavoratori o turisti che cercano un pasto veloce, di conseguenza gli assortimenti si adattano al microcontesto, non sono sempre uguali anche se l'insegna è la stessa. La flessibilità riguarda gli orari di apertura, che possono arrivare alle 24h senza interruzione, o a chiusure a tarda sera, e le scelte rispetto a sconti e promozioni, comunque proposte in tutti i negozi.



750 negozi di cui 200 in Lombardia

“Abbiamo fatto esperimenti verso la ristorazione - prosegue - ma abbiamo scelto di non proseguire perché il nostro focus rimane la distribuzione alimentare”. Il pilastro della prossimità secondo Carrefour è l'impegno per soddisfare le esigenze del consumatore di un'area ben determinata, includendo in questa proposta anche dei servizi aggiuntivi e moderni, come l'e-commerce e il fast delivery. Per quanto riguarda l'assortimento: “L'offerta di prodotti freschi in un supermercato di prossimità è proporzionalmente maggiore rispetto a un supermercato o a un ipermercato, soprattutto in alcune famiglie, come il latte fresco, lo yogurt, le uova, che registrano vendite più elevate. Anche se non possiamo immaginare di non avere anche prodotti di marca industriale, crediamo molto nella marca privata, anche in funzione della convenienza, per compensare i costi più elevati legati alle location in città. L'incidenza sull'assortimento è del 30%”. L'elevata frequenza di spesa, 2-3 volte a settimana, permette di costruire un rapporto di fiducia che si riflette sui prodotti a marchio Carrefour. “Abbiamo anche clienti che riescono a fare spese importanti e frequenti, vuol dire che riusciamo a rispondere in maniera completa ai bisogni della spesa quotidiana”.

Crai, Cologno Monzese (Milano): ortofrutta, banco assistito di macelleria e gastronomia, panetteria self-service. La cartellonistica lega l'insegna al territorio, il personale conosce e saluta tutti



## CRAI

# Qualità e flessibilità artigianali

“Non pensiamo la prossimità in termini di taglia dei negozi - dice Grégoire Kaufman, direttore generale di Crai-Secon - Per Crai è un modo di apprezzare il commercio con la vicinanza dell'offerta, delle persone e del luogo al cliente. Cerchiamo di avere sempre almeno due di questi elementi che parlano tra di loro, in un ecosistema. Normalmente nella distribuzione moderna i prodotti sono muti, non parlano con le persone, i luoghi sono anonimi scaffali. In Crai invece cerchiamo proprio questo dialogo, per esempio il banconista della gastronomia che raccomanda la mortadella perché è buona, non solo perché è in offerta. Un'impostazione molto diversa da una grande catena retail dove tutto è definito in maniera centralizzata. Significa prima di tutto avere radici nel territorio, con un'offerta che ricalca le abitudini locali, nei prodotti e anche nella maniera di presentarli, le impostazioni e le strutture dei negozi sono completamente diverse nelle varie regioni. Poi la vicinanza umana con il personale, con la cassiera, la conoscenza diretta dei clienti che contraddistingue i nostri imprenditori”. La convenienza si

250 metri quadri  
5.000 referenze  
di cui circa 600 freschi  
e 700 a marchio proprio

ottiene sfruttando le sinergie a livello centrale e affidando agli imprenditori locali la traduzione sul proprio territorio, con una qualità e una flessibilità artigianali che “scaldano” il punto di vendita e lo avvicinano alle persone. “Lesatto contrario della spesa rapida di quello che mi manca per poi scappar via. Di conseguenza l'assortimento punta in ciascuna location su prodotti diversi, quelli che hanno più senso localmente e che - prosegue - trasformano il punto di vendita in una destinazione per il cliente: un certo tipo di prodotto si trova solo lì, un certo tipo di relazione di fiducia si vive solo in quel negozio”. La tecnologia può entrare nel concetto se risolve i problemi: per esempio l'e-commerce, la cassa automatica per ridurre le code in negozi molto frequentati. Ma la prossimità è fatta prima di tutto di relazioni.

a casa o la prenotazione di concerti ed eventi. Anche Esselunga ha una propria insegna specifica per la prossimità che punta in alto: si chiama LaEsse in centro a Milano e Roma, con un'offerta di fascia alta, l'enoteca, la pasticceria e il ristorante. Sigusta è l'insegna sviluppata da Dit con Sigma e Sisa: non c'è il ristorante ma prodotti pronti da asporto e ortofrutta con il banco assistito all'ingresso, un'elevata percentuale di prodotti freschi, attenzione al rapporto umano. In questa tipologia di negozi rientrano anche proposte specializzate come quella storica di NaturaSi, il supermercato del biologico. Sono piccole superfici, in città, prive

di parcheggio, con una vocazione di prossimità molto marcata: banchi serviti, personale a disposizione, ortofrutta da produttori locali. Fresh by Banco Fresco è arrivata a Milano nel 2023 e abbina spesa a bar e cucina, per una pausa pranzo all'insegna del benessere. Infatti, l'ortofrutta è il 40% dell'offerta completata da prodotti freschi, piatti pronti, salumi e formaggi, gastronomia e panetteria con banco assistito. Lungo la Penisola, dunque, le insegne sono davvero tante e riflettono l'enorme varietà delle abitudini culinarie italiane. E voi, come vorreste che fosse il supermercato sotto casa?

# VOGLIA DI NUOVI SAPORI? C'È LA SOLUZIONE: FRIULI VENEZIA GIULIA

Ph: Consorzio del Prosciutto di San Daniele



Inquadra il QR CODE  
e inizia il tuo viaggio.

Un territorio di venti alpini e brezza del mare,  
di lavorazioni antiche e materie prime naturali, dove ricette rimaste  
inalterate nei secoli trovano la massima espressione a tavola,  
in ogni singola fetta di Prosciutto di San Daniele DOP.

**Se hai voglia di nuovi sapori,  
il Friuli Venezia Giulia è la tua soluzione.**

**IO SONO  
FRIULI  
VENEZIA  
GIULIA**

  
[www.turismofvg.it](http://www.turismofvg.it)

**94**  
Regione Lombardia



**96**  
Consorzio per la Tutela  
del Formaggio Gorgonzola



**98**  
Veneta Pesca



**100**  
Colline e Oltre



**101**  
Consorzio Pescatori  
di Goro



## [ BEST PRACTICE ]



# IL CUORE VERDE DELLA REGIONE

L'agricoltura è un pilastro fondamentale dell'economia lombarda. Fra tradizione e grande spinta innovativa spiccano produzione agricola, comparto zootecnico e settore vitivinicolo



Alessandro Beduschi,  
assessore all'Agricoltura, Sovranità  
alimentare e Foreste

Nella mente di molti, la Lombardia evoca immagini indissolubilmente legate a Milano, dinamica metropoli simbolo di prosperità industriale e innovazione tecnologica. Tuttavia, dietro questo paesaggio urbano pulsante, si cela un tesoro spesso trascurato: l'agricoltura. La regione, nonostante sia celebre per altri primati, è anche una delle regioni agricole più importanti d'Italia. La Lombardia ospita una vasta gamma di colture agricole, grazie alla sua variegata geografia che va dalle pianure alluvionali ai rilievi montuosi, passando per un'ampia fascia collinare e per le zone dei grandi laghi. Il tutto si traduce con un'importante e variegata

produzione di riso, mais, frutta, verdura, vino e formaggi pregiati. Oltre alla produzione agricola, la Lombardia è leader anche nel comparto zootecnico, con la produzione di circa la metà del latte italiano ed è anche interessante notare che molti dei grandi salumi nazionali derivano proprio dagli allevamenti lombardi, a sottolineare il ruolo centrale della regione nella produzione alimentare nazionale. Alessandro Beduschi, assessore all'Agricoltura, Sovranità alimentare e Foreste della Regione Lombardia, evidenzia l'importanza cruciale del settore primario per l'economia e l'identità della regione: "L'agricoltura



lombarda è il frutto non solo di una tradizione riconosciuta, ma anche di una propensione all'innovazione che mai come in questi anni sta caratterizzando le nostre aziende, sempre più impegnate a sostenere la sfida della sostenibilità che, come sappiamo, non è solo ambientale, ma anche economica e sociale".

## Industria casearia

La tipicità della produzione lombarda è espressa innanzitutto dai 75 prodotti a denominazione Dop e Igp, che rappresentano un pilastro fondamentale dell'economia regionale. Con un valore che ha quasi raggiunto i 2,5 miliardi di euro nel 2022 (2 miliardi dal food, 0,5 miliardi dal vino) e una crescita del 14,6% rispetto al 2021, la Dop economy regionale si distingue come la più dinamica in Italia. La Lombardia è la patria di cinque dei primi dieci formaggi Dop italiani per valore: Grana Padano, Parmigiano Reggiano, Gorgonzola, Provolone Valpadana e Taleggio.

## Zootecnia

Non solo l'industria casearia, ma anche il settore delle carni lavorate vanta eccellenze lombarde di risonanza



*L'impegno delle istituzioni e dei produttori è di continuare a promuovere il 'made in Lombardia', valorizzandone le eccellenze agroalimentari e consolidando la reputazione della regione come polo di eccellenza enogastronomica*

## I NUMERI DEL SISTEMA AGRICOLO

Il sistema agricolo lombardo ha superato nel 2023 i 10,5 miliardi di valore, con una produzione cresciuta del 4,9%. Aumentano volumi (+2,6%) e prezzi (+2,3%), a fronte di una crescita della produzione nazionale che segna un +2,7%. A fotografare il valore dell'agricoltura lombarda anche il dato sul valore aggiunto (+5,2%), attestando la performance del comparto regionale al di sopra del dato italiano complessivo, dove il dato si è ridotto del -2%.



nazionale, come la Bresaola della Valtellina, classificata al quarto posto assoluto. Le province lombarde, in particolare Brescia e Mantova, si distinguono nella top ten italiana per il valore dei loro prodotti agroalimentari, evidenziando diversità e ricchezza delle risorse locali. L'identità zootecnica della Lombardia trova ulteriori conferme nei 14 formaggi Dop e nelle 10 carni lavorate a denominazione, testimonianza del patrimonio agricolo e gastronomico unico della regione.

### Viticultura

La viticoltura, non da meno, ha raggiunto un nuovo record storico

nell'export nel 2023, toccando la cifra di 327 milioni di euro, con una crescita del 3,1% in controtendenza con il leggero calo (-0,8%) subito dal comparto nazionale. Questo successo è stato favorito dall'adozione di nuove tecnologie, intelligenza artificiale e ricerca scientifica, che hanno permesso alle aziende vinicole lombarde di mantenere alti standard e di competere efficacemente sui mercati internazionali, puntando soprattutto su tipicità e qualità. L'ultima vendemmia ha confermato questa tendenza, con l'89% della produzione riconducibile alle 5 Docg, 21 Doc e 15 Igt lombarde, contro una media nazionale del 77%.

“L'impegno delle istituzioni e dei produttori - conclude Beduschi - è quello di continuare a promuovere il 'made in Lombardia', valorizzando le eccellenze agroalimentari regionali e consolidando la reputazione della regione come polo di eccellenza enogastronomica. Le imminenti Olimpiadi Milano-Cortina 2026 offrono un'opportunità senza precedenti per esaltare il patrimonio enogastronomico lombardo a livello globale, facendo conoscere e apprezzare le nostre specialità non solo durante l'evento e nelle città che ospiteranno le gare, ma per far conoscere a tutto tondo territori e produzioni d'eccellenza”.



# CONTINUA LA CORSA DEL RE DEI FORMAGGI ERBORINATI

Le iniziative di coordinamento e comunicazione del Consorzio Tutela Gorgonzola Dop tengono alto nel nostro Paese e nel mondo il prestigio di una vera eccellenza italiana

Candidata a patrimonio immateriale Unesco dell'Umanità, la cucina italiana viene giustamente definita come un insieme di pratiche sociali, riti e gestualità basate sui saperi locali che la identificano e la connotano. In altre parole, con questa candidatura non si promuove solo la cucina ma l'idea che la qualità della vita e del buon vivere italiano sia composta non solo di arte, cultura, storia millenaria e tesori inestimabili ma anche di eccellenze alimentari figlie di un inesauribile mosaico di tradizioni che riflette la diversità bioculturale del nostro Paese.



Antonio Auricchio,  
presidente del Consorzio Tutela  
Gorgonzola Dop

Ed è proprio questo lo scenario che accompagna da secoli uno dei formaggi principe della tavola italiana: il Gorgonzola.

Tra le diverse declinazioni dei prodotti lattiero caseari nazionali, il Gorgonzola rappresenta infatti uno degli elementi di forza del contesto enogastronomico del suo territorio di riferimento ossia il Piemonte e la Lombardia, e a sostenere il valore economico e produttivo di quello che è riconosciuto come il re dei formaggi erborinati italiani, c'è il Consorzio Tutela Gorgonzola Dop che dal 1970 riunisce e sostiene i produttori consorziati, custodi di una tradizione millenaria.

“La cucina italiana - interviene il presidente del Consorzio, Antonio Auricchio - è fatta di mille eccellenze, un perfetto ed equilibratissimo mix di sapori e aromi che la contraddistinguono nel mondo e che la rendono davvero unica per profumi, gusto e colori. E da questo punto di vista non c'è dubbio che per il Gorgonzola Dop distinguersi sia un must. Non per niente registriamo trend in costante crescita non solo in Italia ma anche nel mondo visto che oltre un terzo della produzione annuale delle nostre aziende associate è destinato proprio all'export tanto da confermare il ruolo del Gorgonzola Dop come elemento portante della filiera agroalimentare nazionale. Qualità, gusto e naturalità sono i plus che consentono all'offerta di incontrare il gradimento di un target così allargato ed eterogeneo. Inoltre - prosegue il presidente Auricchio - la percezione di un prodotto altamente digeribile e adatto anche agli intolleranti al lattosio come il nostro risponde in pieno ai canoni di una dieta sana e salutare che tanto piace anche al target più giovane”.



*Il Gorgonzola Dop è prodotto esclusivamente in alcune zone specifiche del Piemonte e della Lombardia, seguendo un processo produttivo conforme a un disciplinare di produzione senza l'impiego di conservanti né additivi*

## AL CUORE DEL VALORE

Il Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola Dop raggruppa 38 aziende associate che rappresentano il 100% della produzione globale dislocata in 15 province tra Piemonte e Lombardia. Tra le sue peculiarità promuovere tutte le iniziative di comunicazione e di servizio tese a salvaguardare la tipicità e le caratteristiche del Gorgonzola Dop.

Anche i numeri confermano un trend in lenta ma costante crescita sul fronte delle vendite. L'Italia assorbe il 60% della produzione, con dati che già da qualche anno si vanno ulteriormente consolidando, ma ottimi riscontri arrivano anche dall'export.

I principali mercati di riferimento per il Gorgonzola Dop sono i Paesi della Comunità Europea ma risultati importanti arrivano anche dall'Estremo Oriente, in particolare Giappone e Corea del Sud.

Altro aspetto su cui punta da sempre e senza incertezze

il Consorzio Tutela Gorgonzola Dop è il valore della filiera produttiva.

Il Gorgonzola Dop è infatti orgogliosamente un formaggio 100% italiano, prodotto esclusivamente in alcune zone specifiche del Piemonte e della Lombardia, seguendo un processo produttivo conforme a un disciplinare di produzione senza l'impiego di conservanti né additivi e con una filiera corta. Partendo da una tradizione antica, questa specialità è quindi ottenuta dalle aziende consociate con impianti e tecnologie produttive che assicurano elevati standard igienici e di sicurezza.

La denominazione è una ulteriore garanzia per i consumatori che sanno di acquistare alimenti dalla qualità unica, espressione delle specificità e del legame con il territorio di riferimento. Insomma, il Gorgonzola Dop è davvero un'eccellenza nel panorama lattiero caseario nazionale e internazionale. Un prodotto salvaguardato nei suoi principi alimentari e nei suoi valori dall'impegno del Consorzio Tutela che da oltre 50 anni ne custodisce segreti e ricchezza produttiva con la forza di chi sa guardare al futuro condividendo con le aziende socie tradizioni, esperienza e visione imprenditoriale.

# DAL MARE ALLA TAVOLA: UN MIX DI QUALITÀ, FRESCHEZZA E SAPORI

Da oltre 50 anni Veneta Pesca è specializzata nel commercio di prodotti ittici freschi, di allevamento e congelati per le più importanti insegne della Gdo, il retail specializzato e la ristorazione



Michele Cattin,  
responsabile della logistica di Veneta Pesca

**S**icurezza alimentare e controllo della filiera: questo è un binomio ormai imprescindibile quando si parla di prodotti agroalimentari ma lo è ancor di più nel settore ittico, dove la forte domanda per prodotti sicuri, sani e a basso impatto ambientale ha reso ormai cruciale il ruolo di aziende capaci di integrare non solo la pesca sostenibile ma anche tutta la catena della supply chain.

Ed è proprio grazie a una filiera gestita in maniera capillare e tracciabile in ogni passaggio che Veneta Pesca, importante azienda ittica con sede a Porto Viro in provincia di Rovigo, nata nel 1972 dalla passione per il mare e la determinazione di tre giovani imprenditori, è diventata

un preciso punto di riferimento per le maggiori insegne della Gdo italiana così come della ristorazione e del retail specializzato. Un successo commerciale e distributivo determinato da un preciso modello virtuoso di pesca e dalla pressione sull'ambiente ridotta al minimo. Requisiti strategici che permettono a Veneta Pesca di proporre un'offerta molto ampia, perfetta per le richieste di un mercato e di consumatori sempre più attenti nel portare in tavola prodotti, sia freschi sia congelati, che garantiscano elevati standard di monitoraggio dell'intera filiera e dell'intero sistema produttivo. In altre parole, comunicare adeguatamente la qualità della propria offerta e l'impegno

*Comunicare adeguatamente la qualità della propria offerta e l'impegno ambientale offre a Veneta Pesca precisi vantaggi competitivi*

ambientale offre a Veneta Pesca precisi vantaggi competitivi, come spiega il responsabile della logistica dell'azienda veneta, Michele Cattin. "In Italia i consumi ittici stanno crescendo in funzione del fatto che si diffonde sempre di più la cultura del pesce come alimento salutare. La domanda però si sposta verso un consumo sempre più consapevole

e che premia i più alti standard qualitativi in termini di freschezza e di provenienza. Tutti elementi che contraddistinguono da sempre la nostra azienda, premiata dai nostri clienti più esigenti anche perché siamo in grado di garantire quotidianamente non solo la tipologia di pesce in base alle richieste del mercato, ma anche precisi orari di consegna e standard distributivi elevatissimi. Tutto ciò grazie a una corretta e tempestiva logistica garantita da un partner affidabile come Trasporti Frigoriferi Portoviresi (Tfp), società con un parco mezzi refrigerati per il trasporto e la distribuzione quotidiana di pesce fresco e congelato in tutto il territorio nazionale. Elementi ormai indispensabili per competere adeguatamente sul banco del pesce della Gdo”.

#### **Filiera corta e tecnologie salvafreschezza**

Negli anni Veneta Pesca è stata in grado di mettere in campo strategie produttive e distributive in grado di accorciare la filiera puntando al suo intero presidio. In questa direzione un passaggio importantissimo è stato l'ingresso diretto nel mondo della pesca avvenuto nel 2022, quando l'azienda di Porto Viro ha rilevato

alcuni pescherecci che ora sono dediti esclusivamente alle esigenze di pescato e di precisi orari di consegna dell'azienda veneta. Altro step fondamentale la puntualità e il rispetto della catena del freddo sfruttando le più moderne e sofisticate tecnologie offerte da un partner logistico distributivo come Tfp, partnership concepita in funzione della necessità di garantire sempre un prodotto fresco, sano, sicuro e controllato sino ai banchi della Gdo, ai punti vendita specializzati e alla ristorazione professionale.

#### **La qualità sempre al top**

“Ogni fase della filiera è costantemente monitorata dall'acquisto del pescato direttamente dai nostri operatori o dalle flotte di pesca nazionali ed estere al ricevimento della merce e sua tracciatura, ai controlli veterinari, alla lavorazione e commercializzazione. Il risultato è una gamma di varietà del pescato che prevede le più importanti specie ittiche pregiate italiane ed europee. Ricchissima anche la gamma dei prodotti congelati. Quello che invece non cambia mai - conclude Michele Cattin - è la nostra cura per la freschezza, la sicurezza alimentare e la qualità dei prodotti offerti”.



#### **LEADER DI MERCATO**

Veneta Pesca è una delle aziende storiche nel commercio b2b all'ingrosso di prodotti ittici dell'Alto Adriatico. Con oltre mezzo secolo di storia, l'azienda vanta oggi una posizione di leadership nel mercato ittico nazionale divenendo un punto di riferimento per gli operatori del settore.





## VIAGGI PREZIOSI NELL'OLTREPÒ PAVESE

Grazie alla società Colline e Oltre si sono rafforzate visibilità e accoglienza dell'Oltrepò Pavese all'insegna di gusto, arte e condivisione di valori

Vivere il territorio, conoscere produttori e produzioni seguendo la scia del gusto e di ottimi vini viaggiando in un mondo fatto di sensazioni, di volti, e di antichi saperi che si schiudono in una serie di itinerari preziosi e tutti da scoprire. Nell'Oltrepò Pavese tutto questo oggi è possibile grazie anche a Colline e Oltre, la società partecipata da Intesa Sanpaolo, Fondazione Banca del Monte di Lombardia e Fondazione Social Venture Giordano Dell'Amore per realizzare interventi di rilancio, qualificazione e valorizzazione del territorio mettendo a disposizione servizi ad alto valore aggiunto per i settori alberghiero, ristorazione, enogastronomia e turismo. È dunque parsa subito opportuna la

*La newco "Colline e Oltre Spa" si propone di creare una Dmo che coinvolga stakeholder privati e pubblici e gli operatori della filiera enogastronomica e turistica*

decisione di dare vita a una società che potesse coniugare la ricchezza enogastronomica del territorio dell'Oltrepò Pavese con la dimensione artistica, di cultura e di ospitalità. Elementi che, alla pari di tanti altri, costituiscono i tratti distintivi di queste genti e di queste terre. "Quello rappresentato dall'Oltrepò Pavese e dalla provincia di Pavia - interviene il direttore generale di Colline e Oltre, Matteo Casagrande Paladini - è un patrimonio che oggi ha una rappresentazione nuova e strumenti in grado di valorizzare il territorio per renderlo ancora più appetibile e apprezzato per i mercati turistici di qualità. Siamo impegnati da un lato nel tutelare la vocazione agroalimentare, storica e gastronomica di questa terra preservandone l'autenticità e, dall'altro, nel portare l'Oltrepò Pavese su tutte le principali piattaforme turistiche del mondo grazie alla recente collaborazione con Destination Italia, la maggiore Travel Tech italiana leader nel turismo di qualità".



Matteo Casagrande Paladini,  
direttore generale di Colline e Oltre

La forza di Colline e Oltre è quella di valorizzare le ricchezze naturali e storiche di Pavia e dell'Oltrepò integrandole in una logica di moderno marketing territoriale facendo sistema fra ristoratori d'eccellenza, le filiere agricole, i prodotti enogastronomici e innalzando il livello di servizio delle strutture ricettive.

# DALLA TAVOLA DI CASA AGLI STELLATI: ECCELLENZA ITALIANA

I danni provocati all'ecosistema locale dal granchio blu non fermano la preziosa attività del Consorzio Pescatori Goro - CoPeGo. Qualità e tracciabilità le parole d'ordine

**I**l settore ittico nazionale sta attraversando profonde trasformazioni, che si affiancano alle grandi sfide su scala globale come la sostenibilità e i cambiamenti climatici. Quando poi si parla di itticultura da qualche anno il primo pensiero inevitabilmente va al granchio blu, problema vitale di ogni azienda del settore. Non sfugge a questo paradigma neppure CoPeGo, il Consorzio Pescatori di Goro (Ferrara) che ha proprio nel

*Grazie all'uso di mezzi propri refrigerati, le confezioni di molluschi vivi firmate CoPeGo arrivano nelle più importanti città italiane, in Spagna, nel sud della Francia, in Germania e nei Paesi dell'Est*

delta del Po il suo bacino primario di operatività.

L'emergenza riguarda in particolare proprio gli allevamenti di cozze e vongole con i danni che il granchio provoca all'ambiente e all'ecosistema marino. Una situazione che rischia di mettere in ginocchio le imprese della pesca e dell'acquacoltura, in particolare nel prelievo di vongole, vittime di questo predatore.

"La nostra - interviene il direttore generale di CoPeGo, Massimo Genari - è un'economia solida e una filiera completa che include e dà lavoro a pescatori, donne, trasporto e logistica, aziende di trasformazione e commercianti. Un unicum preziosissimo per un territorio dall'equilibrio molto delicato come appunto la sacca di Goro, messo a rischio dai cambiamenti climatici e dall'emergenza granchio blu. Ora fortunatamente si stanno perfezionando proposte per porre un freno all'espansione incontrollata

attraverso misure di contenimento, sostenuti anche dal fatto che ormai sta diventando una specie ittica di interesse commerciale perché entrata nelle nuove abitudini dei consumatori. Per quanto ci riguarda - conclude Massimo Genari - siamo pronti non solo a rafforzare la nostra leadership produttiva di molluschi ma anche a orientare le nuove strategie di sviluppo produttivo, commerciale e di filiera".

Mentre il granchio blu si sta dimostrando un driver di accelerazione del cambiamento nelle aziende ittiche e nella domanda, il Consorzio Pescatori di Goro prosegue con grande impegno la sua attività negli ampi impianti di allevamento nella Sacca, dove negli anni si è andato costituendo un complesso e avanzatissimo sistema di acquacoltura.

La parola ora passa come sempre agli chef stellati, ai migliori ristoranti e, ovviamente, ai consumatori che apprezzano l'altissima qualità e sicurezza dei prodotti firmati CoPeGo.





Stagionato  
oltre 8 mesi  
in grotta



# BRENTA *selezione* ORO

Le condizioni naturali di temperatura e umidità della grotta in cui stagiona e l'attenzione dedicata alla sua maturazione, ne determinano un vero e proprio affinamento, conferendogli caratteristiche uniche. Formaggio dedicato a palati esigenti e raffinati.

**LATTERIE VICENTINE** sca Via San Benedetto, 19 - 36050 Bressanvido (VI)  
Tel 0444 1425000 info@latterievicentine.it [latterievicentine.it](http://latterievicentine.it)



Scopri di più sulla  
grotta di Schio.



## SICUREZZA E TRACCIABILITÀ



**104**

Regione Emilia-Romagna



**106**

Caseificio Sociale Gardalatte



# OPERAZIONE FRUTTETI PROTETTI

La Regione Emilia-Romagna propone bandi specifici per azioni di contrasto agli effetti del clima e del surriscaldamento globale. 70 milioni di euro per la resilienza ai cambiamenti climatici



PH DELLA QUIRA FABRIZIO

Alessio Mammi,  
assessore all'Agricoltura della Regione Emilia-Romagna



Il comparto ortofrutticolo in Emilia-Romagna sta attraversando una fase piuttosto complessa. Il settore frutticolo ha subito negli anni scorsi perdite fino al 90%, e risultano molto colpite le produzioni di pere, le pesche, le ciliegie, i kiwi e altre specie, e le ingenti perdite di prodotto si sono registrate su tutto il territorio regionale, e in modo più massiccio nelle province di Ravenna, Ferrara, Rimini, Modena e Reggio Emilia. Già da tempo il comparto ortofrutticolo regionale è in difficoltà

soprattutto a causa degli effetti dei cambiamenti climatici, ai quali si aggiungono i numerosi problemi causati dalle fitopatie. Il continuo reiterarsi di questi fenomeni - anno dopo anno - sta mettendo a dura prova la sostenibilità economica e il reddito delle imprese con conseguenze difficili anche per i lavoratori, e tante aziende rischiano di non poter più mantenere in campo le produzioni. In particolare, il sistema ortofrutticolo dell'Emilia-Romagna è stato fortemente indebolito da tutti

gli effetti dei cambiamenti climatici che si sono riversati nelle campagne: gelate tardive, le terribili alluvioni del maggio 2023, le trombe d'aria estive hanno colpito una filiera strategica per il paese che conta migliaia di posti di lavoro in ambito agricolo e agroalimentare e la produzione e lavorazione di tanti prodotti italiani, buoni, sicuri e di qualità.

Le conseguenze e i danni prodotti dai cambiamenti climatici e dal surriscaldamento globale hanno aggiunto anche ulteriori elementi perturbanti come lo sviluppo di avversità fitosanitarie, sia nuove e difficili da contenere vista la riduzione dei prodotti fitosanitari disponibili sia quelle già note che si sono manifestate in forme di maggiore persistenza e hanno determinato ulteriori danni alle

*Per partecipare a questi bandi è necessario candidare almeno la realizzazione di due degli impianti meccanici proposti e ottenere così l'incremento dell'intensità dell'aiuto nell'investimento, che può arrivare fino al 60%*



PH. DELLAQUILA FABRIZIO



### A SUPPORTO DELLA FILIERA ORTOFRUTTICOLA

Il piano regionale di rilancio prevede anche l'integrazione con le attività di ricerca e sperimentazione in campo per soluzioni sui problemi produttivi, il finanziamento alla meccanizzazione delle operazioni colturali e l'iniziativa regionale di accesso al credito per consentire l'abbattimento dei tassi di interesse, con specificità a favore delle imprese dell'ortofrutta.

produzioni, e in particolare la cimice asiatica, la maculatura bruna, il colpo di fuoco batterico e altre.

Parliamo di numeri. Il valore della produzione commercializzata delle Organizzazioni di Produttori in cui è strutturata la filiera frutticola è 1,77 miliardi di euro, di cui 1,4 miliardi di euro generati in Emilia-Romagna. Un patrimonio che va mantenuto e rilanciato con convinzione, e sul quale la Regione Emilia-Romagna sta lavorando con grande attenzione. "È chiaro - ha ricordato Alessio Mammi, assessore regionale all'Agricoltura e Agroalimentare - che in un quadro così complesso è necessario mettere in campo una strategia nazionale a supporto della filiera dell'ortofrutta, sia attraverso adeguati ristori dei danni soprattutto causati dalle gelate, sia ridisegnando sulle necessità della

filiera le strategie produttive, logistiche, promozionali e commerciali, come nel frattempo hanno fatto altri Paesi in area Ue. In Emilia-Romagna la seconda voce di export è l'agroalimentare e vale nel suo complesso 10 miliardi di euro. L'ortofrutta sta attraversando una lunga fase di difficoltà ma abbiamo eccellenze produttive e agroalimentari che devono essere sostenute. Come Regione abbiamo deciso di intervenire con un piano importante e abbiamo proposto il progetto Frutteti Protetti". L'idea è quella di promuovere azioni finalizzate alla protezione meccanica delle produzioni in campo, finanziandole principalmente attraverso i fondi europei del

Complemento di Sviluppo Rurale 2023-2027, e realizzando impianti arborei con materiale vegetale certificato, dotati di almeno due tipologie di impiantistiche resilienti ai cambiamenti climatici, come i sistemi antibirina, le reti antigrandine, gli impianti di irrigazione e raffrescamento, le reti di protezione dagli insetti.

Per partecipare a questi bandi è necessario candidare almeno la realizzazione di due degli impianti meccanici proposti e ottenere così l'incremento dell'intensità dell'aiuto nell'investimento che può arrivare fino al 60%, e mettere in campo sistemi di protezione efficace per frutteti e produzioni.

"La dotazione finanziaria complessiva a disposizione delle imprese agricole sul territorio regionale per la costituzione del frutteto protetto - ha ricordato l'assessore Mammi - è pari a oltre 70 milioni di euro. Questo importante investimento dovrebbe consentire sia la realizzazione di almeno 1.000 ettari di nuovi frutteti protetti sia l'implementazione e il potenziamento delle protezioni su circa 2.500 ettari di frutteti esistenti".



# LA CRESCITA AL PASSO CON LA TRADIZIONE E LA SOSTENIBILITÀ

Il legame con il territorio, la qualità e un solido rapporto di fiducia con i consumatori sono le risorse più preziose di Gardalatte. E il suo latte prende sapore e forma diventando Grana Padano Dop e Provolone Dop

Quando si parla di formaggi e latticini le scelte dei consumatori e della distribuzione sono orientate verso leve ormai molto precise: materia prima italiana, prodotti fortemente legati al territorio e processi di lavorazione sostenuti da una solida tradizione. Un contesto nel quale si inserisce perfettamente Gardalatte, caseificio nato a Lonato del Garda, in provincia di Brescia, nel 1965 con lo scopo di offrire agli allevatori di Brescia e delle zone limitrofe una valida alternativa alla vendita del proprio latte attraverso la trasformazione diretta del prodotto per una maggiore remunerazione dello stesso.

Dunque, salvaguardia della produzione



Valter Giacomelli,  
presidente di Gardalatte

locale, rispetto della tradizione e sostenibilità produttiva economica e ambientale. Ma basta davvero questo a spiegare il successo di Gardalatte e dei suoi due prodotti di punta, Grana Padano Dop e Provolone Dop?

“L’obiettivo primario di Gardalatte - spiega il presidente Valter Giacomelli - è sempre stato molto chiaro, ossia salvaguardare la produzione locale di latte ma anche il suo valore sociale, ambientale ed economico per il territorio. A distanza di oltre 50 anni possiamo dire che il nostro obiettivo è stato ampiamente raggiunto e oggi le cifre dicono che Gardalatte è una cooperativa tra le più attive della provincia di Brescia oltre a essere una solida e riconosciuta

## ENERGIE ALTERNATIVE PER LA PRODUZIONE

Il caseificio Gardalatte negli ultimi anni ha adottato una politica degli investimenti attenta soprattutto alla riduzione del consumo idrico e dell’emissione di inquinanti in atmosfera e alle energie alternative. Ha infatti installato sui tetti per l’autoconsumo un impianto fotovoltaico da 1.250 kWh e, con i reflui provenienti dall’allevamento di suini annesso, viene alimentato un impianto di biogas da circa 300.000 metri cubi all’anno a servizio delle caldaie per la produzione di vapore.





*Le peculiarità del territorio lasciano una traccia indelebile sui formaggi prodotti dal caseificio Gardalatte, regalando al palato gusto e sapore unici frutto anche del particolare microclima della zona*

realtà del settore lattiero-caseario della Lombardia. Traguardi che abbiamo raggiunto sostenuti da un motto preciso e perfettamente allineato ai nostri valori: dalla stalla al prodotto finito nel segno dell'alta qualità. Il che si traduce in allevamenti certificati per il benessere animale e sempre più attenti alla sostenibilità ambientale, e tanta esperienza produttiva nel segno della migliore tradizione casearia. Una summa che si esprime in due autentiche eccellenze italiane: il Grana Padano Dop e il Provolone Valpadana Dop”.

Tra i principali punti di forza di Gardalatte c'è l'ottima percezione del prodotto finito frutto di una scelta precisa fatta sin dalla nascita della cooperativa, ossia concentrare la produzione su due dei formaggi più famosi e apprezzati dai consumatori di tutto il mondo. Una scelta naturale visto che Grana Padano e Provolone sono proprio i simboli della lunga tradizione casearia del territorio. “Queste nostre politiche produttive riguardano sia i prodotti che la fase di allevamento nelle aziende dei soci e sempre sostenute da investimenti mirati a migliorare le misure di biosicurezza, il benessere animale e la sostenibilità. Tutto questo rappresenta un punto di forza in termini di qualità del prodotto finito, entrambi riconosciuti e certificati Dop, e quindi anche di tracciabilità delle filiere produttive a garanzia dei consumatori”. Le peculiarità del territorio lasciano

quindi una traccia indelebile sui formaggi prodotti dal caseificio Gardalatte regalando al palato gusto e sapore unici frutto anche del particolare microclima della zona sul quale influisce positivamente dalla presenza del lago di Garda portando benefici alle coltivazioni e al benessere generale.

Al resto pensa Gardalatte capace di mixare la lunga tradizione casearia del territorio con le innovazioni tecnologiche che hanno permesso all'azienda di crescere, rafforzare il suo ruolo economico e specializzarsi. I risultati sono evidenti: una presenza consolidata sul mercato italiano e una curva di crescita che si espande anche in direzione dei mercati esteri. Un impegno sostenuto dalla consapevolezza che il valore reale di Gardalatte si misura non solo dalla qualità dei suoi formaggi ma anche attraverso il suo modo di operare e di generare valore condiviso.

“Di fonte a tutti noi - conclude il presidente Valter Giacomelli - c'è ormai un consumatore sempre più informato e consapevole che sa perfettamente quel che vuole e ispira le sue scelte alimentari rivolgendosi verso prodotti ricchi di gusto ma al tempo stesso genuini, orientati al benessere generale e al giusto equilibrio nutrizionale. Esattamente quello che propone da sempre Gardalatte attraverso il suo Grana Padano Dop e Provolone Valpadana Dop. Le nostre eccellenze, le eccellenze del made in Italy”.



ORGANIZZAZIONE PRODUTTORI

 I FASOLARI





O.P. I FASOLARI

Organizzazione di Produttori della pesca dei Fasolari dell'Alto Adriatico soc.coop.

---

Via Maestri del Lavoro, 50 - 30015 Chioggia (VE) - tel. +39 041 403317  
info@fasolari.it - www.fasolari.it



PH: CAROLANICETO PER SOSALT

## NIENTE È PIÙ UTILE DEL SOLE E DEL SALE

Lo scriveva nel I secolo dopo Cristo Plinio il Vecchio. Oggi facciamo un viaggio attraverso l'economia, l'ecologia e il turismo sostenibile che ruotano attorno a questo mondo. E scopriamo come le moderne sfide delle saline di Trapani e Marsala permettono di preservare la tradizione e abbracciare l'innovazione

di Davide La Cara

“Niente è più utile del sole e del sale” scriveva Plinio il Vecchio nel I secolo dopo Cristo nel tomo “Naturalis Historia”. Il sale in tempi antichi aveva infatti una grande importanza a livello politico e strategico e a distanza di duemila anni ancora oggi l’“oro bianco”, come veniva descritto, è un elemento fondamentale non solo nelle nostre cucine ma anche in campo scientifico e del benessere.

Le saline di Trapani e Marsala rappresentano una delle testimonianze più affascinanti dell'antica tradizione della coltivazione del sale. Alcune annotazioni storiche datate al

1154 descrivono Trapani come città circondata interamente da mare e saline, mentre il suo porto viene raccontato come il più importante centro di smercio europeo del sale. Situate lungo la costa occidentale della Sicilia, queste saline offrono uno spettacolo unico grazie ai cristalli che brillano sotto il sole del Mediterraneo. Le condizioni naturali della zona, con le sue lagune poco profonde e l'abbondanza di sole e vento, sono ideali per la tecnica di estrazione adottata che si basa sull'evaporazione spontanea dell'acqua di mare, un processo rimasto praticamente invariato nel corso dei secoli a testimonianza di una tradizione tramandata di generazione in generazione.

### I numeri della produzione

Nell'area che si estende da Trapani a Marsala, oggi la produzione di sale marino ha raggiunto numeri davvero importanti con oltre 150 mila tonnellate annue e una crescita di quasi il 10% ogni anno nell'ultimo decennio. In termini occupazionali parliamo di circa 150 addetti più altri 50 tra i lavoratori stagionali a cui si va aggiungere un indotto che ne vale almeno altri 200. La zona di Trapani e Marsala inoltre produce l'unico sale in Italia che ha certificazione di prodotto a indicazione geografica protetta (Igp) rilasciata dall'Unione Europea.

Molto importante da sottolineare è la differenza tra la coltivazione di sale marino e la produzione di sale che viene estratto dalle miniere. Nel primo caso, come già detto, parliamo di una lavorazione molto artigianale, con un uso dei macchinari molto limitato. Si tratta di fatto di una coltivazione

tipica dei prodotti agricoli. Dal punto di vista alimentare poi il sale marino è più indicato in quanto ha una carica di maggiore di iodio, di magnesio e di potassio: elementi consigliati dai medici in certi tipi di alimentazione. Un'altra grande differenza riguarda il fatto che la coltivazione del sale marino ha una forte dipendenza dalle condizioni climatiche. In questa zona opera la Sosalt, uno dei maggiori produttori di sale marino in Italia, la cui maggioranza societaria è di proprietà dell'antica famiglia D'Alì, che si occupa della coltivazione del sale in Sicilia fin dal 1836, tramandando una tradizione giunta oggi alla settima generazione.

### Trapani e Marsala: un nuovo fronte di opportunità e sostenibilità

Le saline di Trapani e Marsala non sono solo un luogo di produzione di sale ma il fronte di nuove sfide e opportunità. La crescente consapevolezza ambientale e la ricerca di metodi di produzione "green" stanno spingendo l'industria del sale verso pratiche più eco-compatibili ma, allo stesso tempo, hanno sviluppato anche un'industria turistica sostenibile grazie alla valorizzazione di questo patrimonio naturale e culturale che conta oltre 70 mila turisti all'anno.

In particolare, le saline rosa di Marsala sono uno



**oltre 10 mila ettari**  
saline marine in Italia

**1,2 milioni** di tonnellate  
produzione annua di sale

**oltre 60 milioni** di euro  
valore della produzione

**oltre 150 mila tonnellate annue**  
produzione delle saline di Trapani  
e Marsala

**oltre 70 mila turisti** in visita ogni  
anno alle saline di Trapani e Marsala



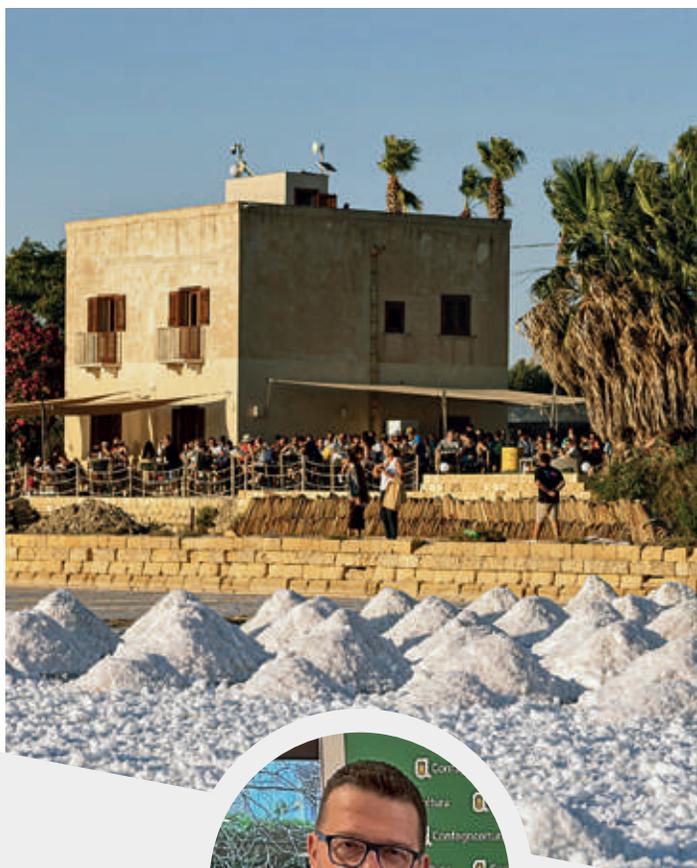
PH: CAROL ANICETO PER SOSALT



► spettacolo di oltre 1.000 ettari di terreno dal fascino "colorato". Si tratta di una riserva naturale protetta e visitabile istituita nel 1995, dotata un ecosistema unico che ospita circa 420 diversi tipi di piante e oltre 240 specie animali adattatesi alla vita delle acque salmastre. Da considerare la presenza di meravigliosi fenicotteri rosa e dei mulini a vento che donano un notevole impatto visivo al tutto il paesaggio.

Questi luoghi rappresentano un simbolo della resilienza e dell'adattabilità umana di fronte ai cambiamenti ambientali. Nonostante le sfide e le pressioni del mondo moderno, la tradizione della produzione del sale è sopravvissuta e si è evoluta nel corso dei secoli mantenendo allo stesso tempo le

PH: CAROL ANICETO PER SOSALIT



## La missione: qualificare il sale marino come prodotto agricolo



Rosario Marchese Ragona,  
presidente di Confagricoltura Sicilia

Confagricoltura Sicilia promuove l'inclusione del sale marino nell'ambito agricolo, sostenendo la sua produzione locale e la sua integrazione nel tessuto territoriale, mentre affronta le sfide infrastrutturali e ambientali dell'isola

“**C**onfagricoltura Sicilia si impegna a promuovere il riconoscimento del sale marino come prodotto agricolo, sottolineando la sua importanza economica e territoriale”. A parlare è il presidente Rosario Marchese Ragona evidenziando “le qualità uniche del sale marino e la sua potenziale integrazione nel settore agricolo poiché offre vantaggi significativi nell'industria agroalimentare e nel

consumo alimentare”. Attualmente, il lavoro nelle saline è classificato nell'industria estrattiva, ma Confagricoltura Sicilia punta a includere i lavoratori del sale tra i suoi associati agricoli. In Italia sono presenti oltre 10 mila ettari di saline marine con una produzione annua di 1,2 milioni di tonnellate di sale per un valore di oltre 60 milioni di euro.

Le saline di Trapani e Marsala rivestono

un ruolo chiave in questo quadro anche per la particolare qualità del suo sale. Per questo motivo Confagricoltura ha lanciato l'evento “L'Agricoltura coltiva il sale”, un progetto che mira alla valorizzazione della salicoltura delle saline marine d'Italia creando un coordinamento tra imprenditori agricoli e della produzione del sale marino italiani. Tra gli obiettivi di Confagricoltura Sicilia c'è anche quello di valorizzare il



legame tra il sale marino e il territorio siciliano, seguendo l'esempio di settori come l'enoturismo e l'agriturismo. "Confagricoltura riconosce il valore economico del sale nel settore agricolo - spiega ancora Marchese Ragona - e l'importanza degli imprenditori locali nel creare occupazione e sviluppo". Il territorio siciliano affronta oggi sfide infrastrutturali e ambientali: Confagricoltura Sicilia auspica che le istituzioni regionali e nazionali investano parte dei fondi del PnrrR per migliorare le infrastrutture idriche e supportare le saline, considerandole importanti risorse nella produzione di acqua dolce per le colture, specialmente in un contesto di cambiamenti climatici e scarsità di piogge negli ultimi anni.

competenze acquisite, dimostrando la capacità dell'uomo di adattarsi e sfruttare le risorse naturali in modo sostenibile. Le saline di Trapani e Marsala sono molto più di semplici luoghi di produzione di sale: rappresentano un patrimonio naturale, culturale ed economico di inestimabile valore, che va preservato e valorizzato per le generazioni future. Investire nel sale significa, dunque, investire nella conservazione dell'ambiente, nella promozione del benessere e nella salvaguardia di una tradizione millenaria che continua a sorprenderci e ispirarci.

## CASE STUDY

### Coltivazione del sale in Sicilia: come produrre in sostenibilità

Con una produzione annua di circa 150.000 tonnellate, le saline di Trapani e Marsala si posizionano tra i principali siti produttivi d'Italia, secondi solo a Margherita di Savoia in Puglia e la Sardegna del Sud. Giacomo D'Alì Staiti, a.d. e presidente di Sosalt, ci spiega l'unicità e la sostenibilità della produzione di sale marino in quest'area. "La coltivazione del sale marino inizia con l'acqua di mare, sfruttando l'azione combinata del sole e del vento per concentrare l'acqua e cristallizzare il sale marino. Questo approccio minimizza l'impatto sull'ambiente circostante, mentre la presenza delle saline costiere contribuisce alla conservazione della biodiversità in questi delicati ecosistemi. Sosalt si impegna a mantenere elevati standard di sostenibilità ambientale,

con il 95% del processo di lavorazione alimentato da fonti rinnovabili. Questo impegno testimonia la volontà dell'azienda di preservare il territorio e di offrire un prodotto di qualità che rispetti l'ambiente e le comunità locali. L'azienda, con oltre un secolo di storia, si è sempre impegnata a ottimizzare la coltivazione e la raccolta del sale senza compromettere l'ecosistema naturale". Le saline controllate dal Gruppo si estendono su circa 800 ettari, garantendo un potenziale produttivo significativo. Lo stabilimento industriale, con una superficie di 20 mila metri quadrati di cui 5.600 coperti, consente di gestire tutte le fasi del processo di lavorazione in un ambiente controllato, assicurando un'elevata qualità del prodotto e il rispetto dei più alti standard igienico-sanitari.



Giacomo D'Alì Staiti, a.d. e presidente di Sosalt

PH: CAROL ANICETO PER SOSALT



Per promuovere una pataticoltura sempre più sostenibile e di qualità, Romagnoli F.Lli SpA è da sempre impegnata nella ricerca di varietà di patata che posseggano **caratteristiche organolettiche eccellenti e distintive** e che permettano di **ridurre l'impiego di fitofarmaci**, salvaguardando le risorse naturali.

Da questo impegno nasce

# ARMONIA

## *Gourmet*

UNA NUOVA  
ESPERIENZA GUSTATIVA



Romagnoli  
F.LLI SPA

**BUONE PATATE ITALIANE**

[www.romagnolipatate.it](http://www.romagnolipatate.it)  
[info@romagnolipatate.it](mailto:info@romagnolipatate.it)

# [ INNOVAZIONE IN CAMPO ]

**116**

Consorzi Agrari d'Italia



**118**

Regione Siciliana



**120**

Ortoromi



# AGRICOLTURA DI PRECISIONE: UN PONTE TRA PRESENTE E FUTURO

Parte integrante della strategia di Cai - Consorzi Agrari d'Italia, per attuare l'agenda europea e gli obiettivi di sviluppo sostenibile, è il sostegno alle imprese agricole

**I**ncrementare la produzione agricola, garantire la qualità, ridurre gli sprechi, aumentare la sostenibilità e trasformare gli scarti in risorsa: l'agricoltura è ormai profondamente coinvolta nel nuovo corso verde europeo. L'obiettivo è una strategia di crescita sostenibile, efficiente e competitiva che nel 2050 dovrà raggiungere la neutralità climatica.

Il green deal europeo ha dunque un traguardo molto preciso e altrettanto chiaro sembra il percorso per raggiungerlo: agricoltura di precisione. In altre parole, la principale strategia perseguita ormai da alcuni anni da Consorzi Agrari d'Italia, la più grande piattaforma per il collocamento delle produzioni agricole nazionali presente in 42 province di 11 regioni, che è a tutti gli effetti una full immersion nel mondo green e agricolo 4.0 come sostiene l'amministratore delegato Cai, Gianluca Lelli.

"L'intervento di Consorzi Agrari d'Italia è indispensabile proprio per fare sistema con l'obiettivo di fornire ai nostri agricoltori soluzioni tecniche per rispondere al meglio alle nuove esigenze richieste dalle normative rivolte a una agricoltura sempre più ecosostenibile. Solo con macchine, attrezzature, servizi di ultima generazione e le giuste competenze



Gianluca Lelli,  
amministratore delegato di Cai

per implementarle correttamente si possono infatti ottimizzare i costi aziendali e avvicinarsi sempre di più al green deal europeo e per questo - sottolinea l'a.d. Gianluca Lelli - forniamo un servizio a 360 gradi avvalendoci di una vasta rete di tecnici aziendali (oltre 100 risorse sul territorio nazionale) e di preziose collaborazioni con il mondo della ricerca e con le università".

"L'agricoltura di precisione - riprende Lelli - ormai è un'esigenza indifferibile perché solo attraverso l'ottimizzazione dei processi produttivi è possibile contenere l'uso, e talvolta purtroppo

lo spreco, di risorse quali suolo, aria, acqua ed energia. Le tecnologie di guida satellitare, la precisione nelle operazioni colturali e la gestione dei dati sono ormai indispensabili per un'agricoltura moderna e in grado di scardinare vecchi modelli. L'agricoltura digitale offre molteplici vantaggi nella riduzione degli sprechi, nella qualità dei prodotti agricoli e nella sostenibilità ambientale. Anche in campo agricolo, insomma, il vero business del futuro sarà la gestione dei dati perché la tecnologia digitale consentirà di accrescere la sostenibilità, di produrre in assenza di input chimici, o comunque molto limitati rispetto al

*Cai non è solo una grande rete di distribuzione: è soprattutto uno spazio in cui si creano e testano nuovi prodotti e servizi, essenziali per accompagnare gli agricoltori nella transizione ecologica e digitale*

passato, e di migliorare le informazioni sulla qualità e sull'origine dei nostri prodotti”.

Quello proposto da Cai è dunque un quadro in rapida evoluzione, basti pensare ai sistemi di monitoraggio spaziale, all'utilizzo dei droni, ai mezzi agricoli a trazione elettrica e ai tanti altri prodotti e servizi il cui acquisto, la vendita e la piena operatività sul campo possono essere gestiti solo

da un ente di dimensioni consistenti com'è, appunto, Consorzi Agrari d'Italia, capace di mettere in campo una batteria di soluzioni e di servizi unici e di alto livello.

Consorzi Agrari d'Italia crede nell'innovazione e nella formazione di chi lavora nel settore agricolo e il suo è a tutti gli effetti un ruolo chiave per ottimizzare i costi aziendali, aumentare le rese e contribuire in maniera decisiva alla sostenibilità ambientale

ed economica delle imprese agricole. I benefici si traducono nello sviluppo di una filiera responsabile e in valore condiviso e diffuso presso tutti gli attori della catena di fornitura, produttiva e distributiva. Elementi strategici per confrontarsi sempre meglio su un mercato molto competitivo e per fornire prodotti agricoli sempre più rispondenti alle richieste di consumatori che considerano come elementi prioritari la qualità, la sicurezza alimentare, la tracciabilità e la piena sostenibilità di ciò che acquistano.

In questo quadro d'insieme, Cai è il filo conduttore che unisce le imprese agricole e le lega al mercato e al consumatore.

## I PROTAGONISTI

A oggi fanno parte di Cai Bonifiche Ferraresi Spa, Consorzio dell'Emilia, Consorzio del Tirreno, Consorzio Centro Sud, Consorzio Adriatico, Consorzio Agrario del Nordest e Consorzio Agrario di Siena.

Avvalendosi di circa 700 collaboratori Cai coinvolge più di 200.000 imprenditori agricoli. Dispone di oltre 200 centri di stoccaggio e di 28 tra essiccatoi e siti produttivi.



# INVESTIMENTI PER L'IDENTITÀ E IL POTENZIALE ECONOMICO AGRICOLO

Le capacità concorrenziali del sistema agroalimentare siciliano si rinnovano grazie alle iniziative di sostegno della Regione Siciliana e dell'Assessorato dell'Agricoltura

**N**egli ultimi anni si sta rafforzando sempre di più il dialogo tra ricerca scientifica e territorio in materia di agricoltura, agro-alimentare e sviluppo rurale.

Uno degli obiettivi più importanti è quello di coniugare la dimensione regionale con quella internazionale e dell'Unione Europea. All'interno di questo contesto le comunità locali, e in particolare quelle delle aree rurali, possono svolgere un ruolo rilevante per l'economia del territorio di riferimento, attraverso l'introduzione e il recupero di modelli produttivi e di pratiche tradizionali in grado di diventare elemento di innovazione e di cambiamento delle comunità agricole.

"Si tratta - interviene Nino Sutera, responsabile dell'Osservatorio Neorurale del Dipartimento Agricoltura - di un percorso complesso e virtuoso che la Regione Siciliana ha fatto suo già da tempo e che proprio recentemente ha visto compiersi nello sviluppo di due importanti progetti, i cui contorni sono stati definiti all'interno dei Gruppi Operativi del Partenariato Europeo per l'innovazione in materia di produttività e sostenibilità dell'agricoltura. I progetti più importanti sono stati selezionati e premiati recentemente



Nino Sutera,  
responsabile dell'Osservatorio  
Neorurale - Dipartimento Agricoltura

in Portogallo. E tra i sette progetti italiani scelti dalla Commissione Europea, ben due sono quelli che portano la firma della Regione Siciliana, a conferma dell'ottimo lavoro di squadra compiuto con la regia dell'Assessorato all'Agricoltura". Questi sono, nel dettaglio, i progetti che hanno ottenuto la nomination internazionale: Inposa - Innovazione nel Pomodoro e Sostenibilità in Agricoltura (category Sustainable management of natural resources in farming practices) e Fico Project EbioScart (category Business models in supply chains).

## **Inposa - Innovazione nel Pomodoro e Sostenibilità in Agricoltura**

Il progetto "Inposa - Innovazione nel Pomodoro e Sostenibilità in Agricoltura" si propone il miglioramento delle condizioni socio-economiche e ambientali dei territori interessati dalla coltura dei pomodori in Sicilia. In particolare, l'iniziativa si basa sui risvolti pratici e sulle applicazioni concrete in campo agricolo agroalimentare di una invenzione di cucina molecolare già brevettata dallo chef Alex Mangano. La finalità è quella di adottare e diffondere nuove procedure nella produzione e nella trasformazione del pomodoro, in grado sia di migliorarne la redditività economica e la sostenibilità ambientale sia di ampliarne i mercati di sbocco.

*Le attività dei Gruppi Operativi finanziati dall'assessorato Agricoltura sono state presentate presso l'Università di Catania nell'ambito di Sicilia Innovation Day 2024 "Il trasferimento delle innovazioni in Agricoltura" con un convegno dedicato e una sessione poster, con relativo spazio espositivo, il 30 maggio scorso*



**CULTURA DELLA  
SOSTENIBILITÀ, RISPETTO  
PER LE TRADIZIONI**

Attraverso l'attuazione del progetto Inposa si introducono inoltre importanti innovazioni di prodotto nel comparto agricolo e di processo nel comparto agroalimentare regionale adottando e applicando una specifica invenzione di cucina molecolare.

Si tratta del brevetto per invenzione industriale denominato "Pomodoro Pelato Dorato". Sperimentando la lavorazione del pomodoro nella fase dell'inviatura (appena dorato), lo chef ha creato un nuovo prodotto, radicalmente diverso per consistenza, colore, gusto e profumo da quello rosso tradizionale. Il nuovo alimento si contraddistingue per il colore giallo oro, per il profumo molto intenso, per il gusto più delicato, morbido e vellutato ed infine per la consistenza. Caratteristiche che aprono al nuovo pomodoro importanti prospettive non solo sull'ampio mercato dei consumatori

L'assessorato regionale dell'Agricoltura, dello Sviluppo rurale e della Pesca mediterranea della Regione Siciliana promuove la realizzazione di iniziative rivolte al recupero e alla valorizzazione dei prodotti agricoli, agroalimentari ed enogastronomici del territorio siciliano.

finali, ma anche all'interno della cucina italiana, prestandosi a essere utilizzato per un numero ben più ampio di pietanze, dagli antipasti ai dolci e perfino, per realizzare nuove salse madri.

**Il progetto Fico Project EbioScart**

Il progetto Fico Project EbioScart è invece volto alla valorizzazione e al riutilizzo dei sottoprodotti e degli scarti delle produzioni siciliane di Opuntia Ficus - Indica (fico d'India), anche con l'utilizzo di fonti di energie rinnovabili per una bioeconomia. Il progetto nasce dalla sfida che si è intestata un gruppo di condizionatori agricoli, che ha intuito come i diversi prodotti che si possono ricavare dalla pianta di fico d'India possano conquistare sul mercato margini di guadagno veramente interessanti.

I frutti di fico d'India e i loro derivati potrebbero infatti rappresentare una strategia per la sostituzione parziale o totale dei conservanti sintetici di alimenti e bevande. Il processo ha permesso inoltre di ottenere, oltre al succo, preziose frazioni di scarto, quali bucce e semi da cui sono stati ricavati, attraverso tecnologie innovative e green, sottoprodotti e prodotti derivati di particolare interesse, a partire dalla formulazione di alimenti funzionali.



# PRONTI IN TAVOLA I CIBI DEL BENESSERE QUOTIDIANO

Dall'amore per la tradizione di OrtoRomi, arrivano ogni giorno nei nostri piatti i colori e i sapori della salute e del benessere



Cristiano Dettratti,  
amministratore delegato di OrtoRomi

La corretta alimentazione inizia dalla spesa al supermercato. Questa ormai è un'indicazione su cui tutti sono d'accordo perché quello della spesa è un momento molto importante delle nostre giornate, quello che determina l'andamento di una dieta corretta e delle abitudini alimentari più salutari. Partendo sempre da cibi plant-based come frutta, verdura, legumi e cereali, è dunque fondamentale preparare una lista con i cibi veramente necessari, bisognerebbe, infatti, cercare di consumare ogni giorno pasti equilibrati che includano una corretta varietà di gruppi alimentari. Ed è proprio in questa direzione che si rivolge OrtoRomi, la Cooperativa agricola nata in Veneto poi espansa con una business unit anche in Campania, che da 28 anni si occupa della nostra salute a tavola.

"Il benessere a tavola implica una scelta consapevole degli alimenti che mettiamo nel carrello della spesa e di conseguenza poi nei nostri piatti.

Contorni freschi, piatti unici a base di verdure e legumi, estratti di frutta: tutta la gamma OrtoRomi parte da una filiera cortissima dove azienda agricola e stabilimento di produzione fanno capo alla stessa cooperativa. Questo si traduce in dinamiche di lavoro molto veloci e in un prodotto sempre freschissimo e controllato su tutti gli aspetti produttivi. Grazie poi alla tracciabilità completa di tutta la nostra gamma di prodotti - sottolinea Cristiano Dettratti, a.d. di OrtoRomi - è possibile tracciare e identificare qualsiasi aspetto e passaggio per garantirne il riconoscimento durante tutta la filiera e il processo produttivo". È dunque nella produzione e coltivazione di insalate e radicchi che OrtoRomi trova il suo vero punto di forza anche perché siamo letteralmente di fronte a una filiera completa: dalla semina, fatta presso le aziende agricole socie, sino alla busta. Passaggi effettuati attraverso controlli rigidissimi e sistemi ad alta tecnologia, grazie ai quali tra la raccolta e la

## CAMPI ITALIANI

La superficie produttiva di OrtoRomi è di 800 ettari in campo aperto sparsi su tutto il territorio nazionale, dei quali 200 ettari coperti da serre con impianti all'avanguardia che puntano su innovazioni colturali e ottimizzazione produttiva.





*Per OrtoRomi la parola benessere deve essere sempre declinata a 360 gradi: non solo sui temi dell'alta qualità e della freschezza dei nostri prodotti, ma anche sui temi della salute dell'ambiente, dell'equità sociale e sull'uso appropriato delle risorse*

spedizione passano meno di 24 ore. Ma poi, a garanzia della freschezza e qualità di ciò che finisce sulle nostre tavole, sia come buste OrtoRomi di IV gamma, le insostituibili e deliziose insalate pronte al consumo, ancora oggi core business dell'azienda, sia come estratti o gustosissimi piatti pronti a base di verdure e legumi come pomodorini e mozzarelle, feta e olive, formaggio, mais o tonno, tutto viene coltivato in maniera sostenibile, secondo il metodo di lotta integrata e attraverso una valutazione quotidiana effettuata da parte dei tecnici agronomi OrtoRomi. A garanzia di tutto ciò, decine le certificazioni che qualificano l'azienda e i processi interni, a conferma di un

percorso di altissima qualità. Ed ecco perché chi sceglie OrtoRomi lo fa "come gesto d'amore verso di sé e verso chi gli sta accanto". "Per OrtoRomi la parola benessere deve essere sempre declinata a 360 gradi, quindi non solo sui temi dell'alta qualità e della freschezza dei nostri prodotti, sempre a prova di qualsiasi palato, ma anche sui temi della salute dell'ambiente, dell'equità sociale e sull'uso appropriato delle risorse. Ecco - ribadisce ancora Cristiano Detratti - questa per noi è la vera sostenibilità. Ovvero, benessere a tavola e benessere dell'ambiente che si manifesta con una serie di iniziative concrete sia in termini di coltivazioni green sia in modelli socialmente utili alle comunità di riferimento, dunque anche modelli nati per rispondere alle crescenti richieste delle famiglie. In questa direzione va, per esempio, il progetto 'OrtoRomi per la Scuola', una proposta didattica destinata alle scuole d'infanzia e primarie nata nel 2019 con la realizzazione di percorsi di visita e laboratori didattici in presenza, per poi approdare anche sui canali digitali con giochi, attività e approfondimenti. Sono stati infatti realizzati percorsi divertenti ed educativi divisi in due macro aree: sostenibilità ed educazione alimentare. Gli studenti che vengono in visita in azienda - conclude Detratti - vivono un'esperienza all'insegna del divertimento e del coinvolgimento, alla scoperta del mondo delle insalate ma non solo, della sana alimentazione e della sostenibilità ambientale".



VIGNA DOGARINA



V.V.O.

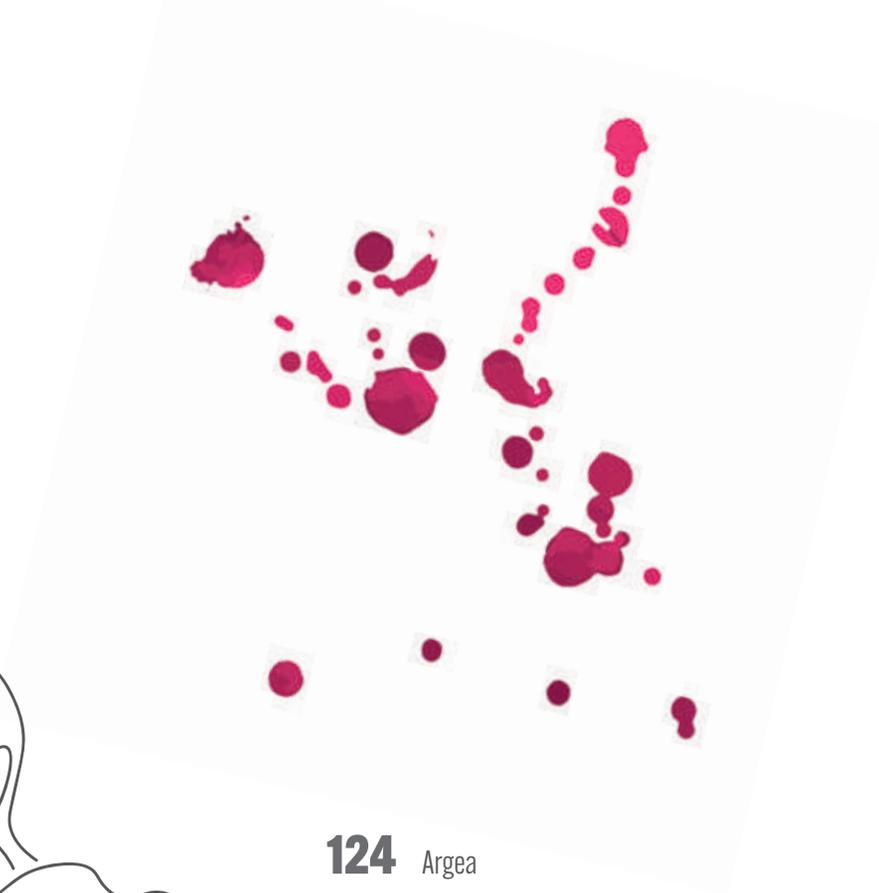
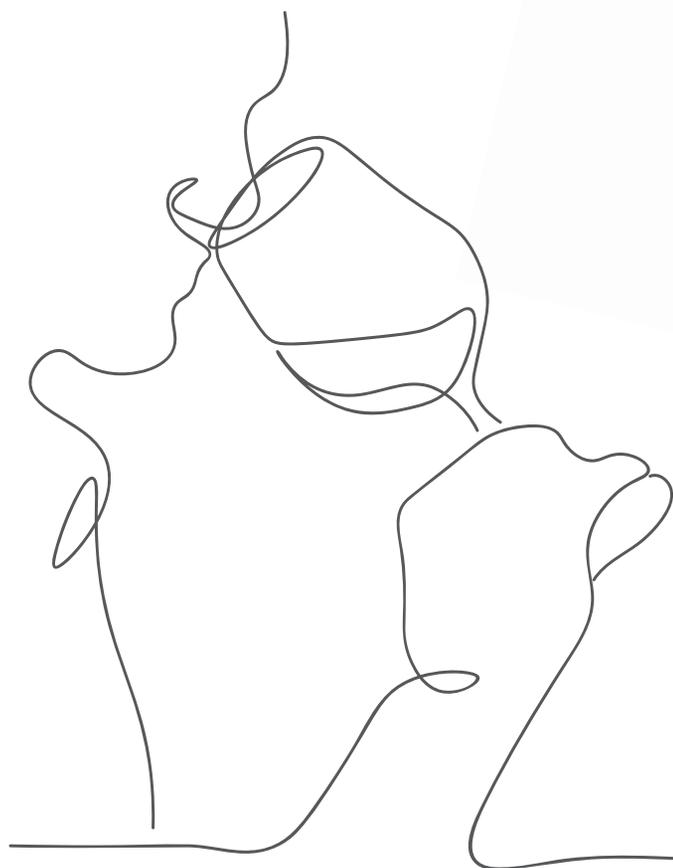
VITICOLTORI  
VENETO ORIENTALE

**VI.V.O. Agricola S.r.l.**

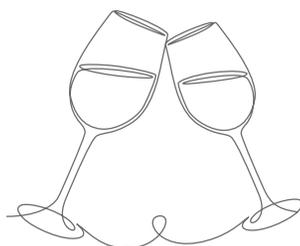
**sede legale** Via Arzeri n. 35 - loc. CAMPODIPIETRA  
31040 SALGAREDA (TV)

tel. +39.0422.804129 - [info@vivoagricola.it](mailto:info@vivoagricola.it)

[www.dogarina.it](http://www.dogarina.it)



- 124** Argea
- 128** Cantina Rauscedo
- 130** Gruppo Caviro
- 132** Terre Cevico
- 134** Emilia Wine
- 136** Val d'Oca



progetto vino

# IL TERRITORIO, LE PERSONE, L'IMPEGNO

Capace di coniugare l'alta qualità dei propri vini con una precisa vision di sostenibilità ambientale, economica e sociale, il Gruppo Argea si conferma acceleratore dei vini italiani nel mondo



Massimo Romani,  
amministratore delegato di Argea

**S**e c'è un prodotto italiano che maggiormente evoca nel mondo la bellezza, la storia, le tradizioni e la qualità del nostro paese questi è certamente il vino. E quando poi alcune eccellenze del panorama enologico italiano si uniscono, come è successo per Botter, Mondodelvino e Cantina Zaccagnini, quello che nasce è un progetto comune di qualità, sostenibilità e forte sviluppo internazionale. Esattamente quello che è successo con Argea, oggi il più grande gruppo vinicolo privato italiano per dimensione,

tecnologie produttive e capacità di esportazione. Quella nata con Argea è un'integrazione che valorizza e rafforza l'identità delle singole tenute che compongono il ricchissimo mosaico del Gruppo vitivinicolo, un insieme di tradizioni, innovazioni, storie e persone che rendono davvero unico il territorio italiano: si va dalla siciliana Barone Montalto a Cuvage e Ricossa in Piemonte e, passando dalla romagnola Poderi Dal Nespole, si giunge a Cantina Zaccagnini, storica e prestigiosa azienda vitivinicola con sede a Bolognano, in provincia di

Pescara. Alle tenute si integrano le cantine Botter, e Mondodelvino, tra le prime realtà italiane nel settore vitivinicolo, capaci di raggiungere più di 85 mercati del mondo con una selezione in grado di rappresentare tutte le principali denominazioni italiane. Il Gruppo vitivinicolo Argea, nato sotto la regia del Fondo Clessidra, si è dunque subito dimostrato all'altezza del compito assegnato, ossia competere nel migliore dei modi e con numeri da assoluto big player sui mercati internazionali e portare la qualità del vino italiano nel mondo.



## **CULTURA DI SVILUPPO SOSTENIBILE**

Argea nasce con l'ambizione di essere l'acceleratore dell'ecosistema del vino italiano nel mondo, coniugando le expertise nella produzione di vini Doc e Docg nella loro commercializzazione sui mercati internazionali, e facendosi al contempo promotore presso i produttori e le persone con cui collabora di una cultura di sviluppo sostenibile. Fanno parte del ricchissimo e selezionato portfolio Argea vini tra i più rinomati e conosciuti al mondo come Barbera, Nebbiolo e Moscato per il Piemonte, Sangiovese e Trebbiano per la Romagna, Prosecco e Pinot Grigio per il Veneto, Primitivo per la Puglia, Montepulciano d'Abruzzo o Nero d'Avola per la Sicilia.

"I nomi presenti nella holding e i numeri espressi dalle realtà citate - interviene l'amministratore delegato del Gruppo vitivinicolo, Massimo Romani - dimostrano che Argea è nata subito grande e soprattutto è nata per crescere ancora di più, sia in maniera organica sia per acquisizioni, nella creazione di valore e nello sviluppo dei mercati esteri".

"Il tutto con un evidente vantaggio per le singole realtà, dalle persone ai territori di riferimento dove la crescita riguarda non solo gli aspetti produttivi, quindi economici e le politiche sociali,

ma anche la sostenibilità ambientale".

### **Expertise in produzione e commercializzazione**

Capace di rivolgersi a un mercato internazionale molto evoluto, Argea si propone ai consumatori di tutto il mondo come un unicum di assoluto valore, uno straordinario viaggio attraverso i vini e i grandi vitigni che interpretano la ricchezza e le emozioni del nostro sistema vitivinicolo nazionale. Un lavoro svolto coniugando le expertise delle sue





► varie anime sia nella produzione di vini di elevata qualità sia nella loro commercializzazione sui mercati internazionali e facendosi al contempo promotore, presso i produttori e le persone con cui collabora, di una cultura di sviluppo sostenibile. E i numeri hanno subito dato pienamente ragione alle scelte di un Gruppo in forte crescita internazionale e che oggi conta otto siti produttivi in quattro regioni italiane con filiere di riferimento anche in Friuli Venezia Giulia, Puglia e Sicilia.

#### **Competere sui mercati internazionali**

Altrettanto vasta ovviamente anche la rete di vendita all'estero. Argea, infatti, sviluppa un export che supera il 90% della produzione ed esporta in 85 Paesi, con una rete commerciale distribuita sia sui mercati dove il vino italiano è apprezzato da sempre come Stati Uniti, Inghilterra, Germania e Paesi scandinavi, sia in aree del mondo di tradizione enologica più recente: dalla Cina alla Corea del Sud al Canada e molti altri ancora.

“Le basi gettate con la nascita di Argea stanno evidentemente dando i frutti sperati - sottolinea nuovamente l'a.d. Massimo Romani - e i risultati confermano che le nostre produzioni sono rivolte a un mercato sempre più evoluto e globale. Tutto ciò testimonia una volta di più che Argea, nell'unire alcune delle eccellenze del panorama enologico italiano, è riuscita a integrare la storia e la visione imprenditoriale delle famiglie fondatrici grazie a un approccio manageriale moderno per dare vita a un progetto comune di qualità, sviluppo e sostenibilità e valorizzare nello stesso tempo l'identità delle singole cantine e delle





tenute. Il tutto - ribadisce Massimo Romani - ottenuto sempre con la sicurezza che deriva dall'aver solide radici culturali e storiche nella migliore tradizione vinicola italiana”.

### **Il presidio del territorio**

L'attenta regia del Fondo Clessidra ha costituito una base solida per la creazione di un Gruppo innovativo e orientato al futuro, capace com'è di raccontare ai grandi mercati internazionali l'autenticità e la cultura dei terroir ad alta vocazione vinicola in cui si trovano le sue cantine. Un impegno e una dedizione ben evidenti anche nel perseguimento della sostenibilità ambientale.

“Argea con le sue tenute e cantine collegate, rappresenta una ricca varietà di storia e di cultura enologica ma anche territoriale in termini di biodiversità e di paesaggio da salvaguardare. Di conseguenza anche tutti i nostri vini hanno un preciso e forte legame culturale, storico e ambientale con la terra, con le tradizioni e i territori di riferimento. È quindi evidente che l'impegno per la sostenibilità ambientale è connesso alla mission stessa di Argea fino a diventare elemento fondante delle strategie operative di un Gruppo dalla visione internazionale, com'è il nostro, ma con il cuore profondamente italiano. Non a caso abbiamo deciso di aderire al progetto Global Compact promosso dalle Nazioni Unite e all'Sbti, per rendere chiaro il nostro impegno in termini di sostenibilità. Inoltre, stiamo lavorando, attraverso dei progetti di filiera, per promuovere questo approccio anche ai nostri fornitori”. Per Argea, quindi, e per tutte le aziende e cantine del Gruppo, il concetto di vini di grande qualità si unisce sempre alla sostenibilità ambientale, economica e sociale, arricchendo il giudizio dei consumatori di tutto il mondo di una dimensione profondamente etica.

“ *Massimo Romani, a.d.: “Abbiamo scelto di prenderci cura, ogni giorno del nostro habitat: i territori che ci ospitano e permettono di esprimerci al meglio. Territori diventati il nostro mondo. Per questo li trattiamo con cura. Benvenuti nel nostro habitat”*

# L'ESSENZA DEL FRIULI IN VINI DI GRANDE TRADIZIONE

Cantina Rauscedo punta a un forte piano di rafforzamento di immagine partendo dalla qualità sostenuta da precisi criteri ambientali e di governance

O rmai da tempo il sistema vitivinicolo italiano è oggetto di un processo di trasformazione che interessa le dinamiche produttive. In particolare, si assiste a un graduale ridimensionamento delle superfici vitate, in parte ascrivibile agli effetti delle politiche comunitarie ma soprattutto nella ricerca di una maggior qualità a discapito della quantità.

Da questo punto di vista Cantina Rauscedo, cooperativa friulana con alle spalle oltre 70 anni di storia e di tradizioni vitivinicole, sta assumendo un ruolo di importanza strategica per il territorio friulano sia per affrontare i problemi sociali e ambientali che si sono presentati negli ultimi anni sia per sostenere strategie aziendali e di marketing basate sulla valorizzazione dei vini e la creazione di nuovi segmenti di mercato. Temi riconducibili al miglioramento dei processi produttivi ed organizzativi aziendali con un focus preciso: basso impatto ambientale, bassa produzione e alta qualità.

“Accanto al costante impegno della nostra Cantina sul tema della riduzione dell'utilizzo dei prodotti fitosanitari - spiega il presidente di Cantina Rauscedo, Antonio Zuliani - si associano altre azioni e altri progetti nell'ambito di una ulteriore qualificazione e crescita commerciale dei nostri vini. Un processo iniziato già da qualche anno e caratterizzato dal



Antonio Zuliani,  
presidente di Cantina Rauscedo

## **DUE MODERNE CANTINE PERFETTAMENTE INTEGRATE NEL PAESAGGIO**

Alla storica Cantina di Rauscedo, al cui interno si vinifica l'uva proveniente dagli oltre 1.200 ettari di vigneto, si è unita nel 2013 quella di Codroipo dando vita a un circolo virtuoso che va dalle barbatelle alla vinificazione e si conclude in una gamma di vini ed etichette di grande qualità.

passaggio da una produzione destinata prevalentemente al mercato sfuso e all'ingrosso, a una produzione sempre più mirata e qualificata con vini e bottiglie destinate alla ristorazione professionale, alla Gdo e ai negozi di settore”.

Quello tracciato da Cantina Rauscedo è dunque un cambio di passo sostenuto da una sempre maggior attenzione alla qualità, alla tracciabilità e al superamento dei problemi ambientali com'è giusto che sia per chi, da una terra aspra come quella friulana, ottiene vini di grande spessore aromatico come Traminer, Refosco, Ribolla Gialla o Pinot Grigio.

“Per noi viticoltori la cura dell'ambiente, la tutela della salute e dei paesaggi sono finalità non meno importanti del reddito. E proprio per questo motivo abbiamo firmato un accordo con l'Università Cattolica di Milano che ci garantirà un audit esterno per arrivare a determinare la certificazione Esg (Environmental, Social, Governance). Ossia la valutazione dei criteri ambientali, sociali e di governance che devono guidare le aziende ed i viticoltori nostri soci, ai quali viene chiesto di operare secondo precisi criteri di trasparenza e responsabilità ambientale e sociale. Siamo addirittura in anticipo rispetto ai tempi e alle richieste del mercato ma è solo così - sottolinea ancora il presidente Antonio Zuliani - che si deve operare per crescere, sviluppare nuovi mercati e dare la giusta vetrina a grandi vini di



tradizione come Cabernet, Sauvignon o Traminer ed alle nostre etichette di maggior prestigio come Casa 40, che propone una gamma di vini pregiati molto apprezzata anche dalla ristorazione professionale.

Siamo dunque ormai in un'epoca in cui le aziende non possono più limitarsi a perseguire solo obiettivi di profitto ma devono necessariamente tenere conto dei molteplici impatti che le loro attività hanno sul territorio e sulla società. La certificazione Esg è dunque proprio lo strumento che permette di dimostrare concretamente questo impegno nei confronti dei propri stakeholder a partire dalle comunità

locali per arrivare sino ai consumatori. "I Doc della tradizione friulana sono gli elementi centrali della nostra storia - conclude il presidente Antonio Zuliani - suscitano sempre più l'interesse dei mercati e dei consumatori e si stanno affermando come un'importante risorsa economica per il territorio. Di strada da fare però ce n'è ancora molta ma abbiamo le idee chiare per affrontare il futuro e sappiamo essere ostinati quanto basta per rappresentare e promuovere al meglio la viticoltura friulana dando il giusto valore ai grandi vini di Cantina Rauscedo e al lavoro di chi quotidianamente cura le nostre vigne".

“ *I Doc della tradizione friulana sono gli elementi centrali della storia di Cantina Rauscedo: suscitano sempre più l'interesse dei mercati e dei consumatori e si stanno affermando come un'importante risorsa economica per il territorio* ”



# GRANDI OPPORTUNITÀ DI CRESCITA TRA MERCATI CONSOLIDATI E NUOVI TREND

Tra le imprese italiane più attente alla sostenibilità, il Gruppo Caviro consolida la leadership nazionale e la forte crescita internazionale

Qualità e sostenibilità sono ormai diventati gli asset strategici del settore agricolo e ancor di più in quello vitivinicolo. Questo spartiacque tra la vecchia e nuova agricoltura ha sicuramente dato un impulso forte a una strategia che pone al centro redditività ed efficienza, ma anche tutela dell'ambiente e salvaguardia dei paesaggi rurali.

Il quadro ambientale non è però completo se non si considera il cambiamento climatico che sta costringendo anche il settore vitivinicolo nazionale a ripensare i modelli produttivi con l'obiettivo di mitigarne l'impatto e di adattare le produzioni all'evoluzione climatica. In questo contesto è innegabile il ruolo cruciale sostenuto in questi anni dal Gruppo Caviro, la grande cooperativa



Giampaolo Bassetti,  
direttore generale del Gruppo Caviro

romagnola nata nel 1966 a Faenza e oggi leader del settore vitivinicolo nazionale.

L'attenzione all'ambiente di Caviro appare in tutta la sua evidenza dallo slancio verso il miglioramento produttivo in tutti i passaggi,

dalla vigna sino al consumatore finale, lavorando a progetti in cui l'innovazione e la ricerca diventano strumenti non solo per migliorare continuamente la qualità dei vini, ma anche per consegnare un Pianeta migliore alle generazioni future.

Il riflesso di gesti concreti del Gruppo romagnolo nei confronti delle persone, della filiera e dell'ambiente è ben evidente nell'ultimo bilancio di sostenibilità.

"Essere il più grande vigneto italiano - commenta Giampaolo Bassetti, direttore generale di Gruppo Caviro - comporta una precisa responsabilità anche nei confronti delle persone e dei territori. Per questo motivo negli anni abbiamo implementato un modello di economia circolare tra le più importanti a livello nazionale che





## LA PIU GRANDE FILIERA VITIVINICOLA D'ITALIA

Cavio è una cooperativa agricola di secondo grado, costituita da 28 soci (di cui 26 cantine sociali), 11.100 viticoltori localizzati in 7 regioni d'Italia per 37.500 ettari di superficie vitata e 600.000 tonnellate di uva prodotta.

elimina il concetto di scarto. Insieme a Cantine Cavio c'è infatti anche Cavio Extra, sempre controllata del Gruppo Cavio, e attiva nella ricerca e nello sviluppo di prodotti nobili ottenuti dagli scarti del mondo vitivinicolo e agroalimentare. Un circolo virtuoso frutto del modello "Dalla Vigna alla Vigna" che unisce l'uomo e l'ambiente, l'uva e la terra, il nostro presente al futuro".

Le buone pratiche condotte ormai da 60 anni dal Gruppo esprimono una sensibilità fatta di tradizione, di grande amore e cura per il territorio, ma anche di profonda cultura della qualità che emerge chiaramente in tutte le etichette e le bottiglie del Gruppo, dalle più famose e popolari alle più nobili e ricercate. Ecco, infatti, che accanto a brand iconici come Tavernello e ai progetti che raccontano la Romagna come Vigneti Romio, trovano grande spazio etichette premium e sperimentazione. "Cavio, nata con l'obiettivo di

valorizzare il territorio e le uve dei soci, oggi è il terminale di una filiera agricola enorme, di grande peso produttivo ed economico. Ecco, quindi, che la presenza alle fiere più importanti è sempre un'occasione per rafforzare i rapporti con i clienti in un mercato in fermento e sensibile a nuovi trend, come i sempre discussi "no alcol" e "low alcol". Quest'anno ad esempio - continua Bassetti - Vinitaly è stata anche l'opportunità per presentarci con approcci ed expertise diversi ma con un ragionamento comune, forti di un portafoglio che spazia dal daily al premium. Dunque, dall'iconico Tavernello ai formati bag in box e Tetra Pak sino a collezioni di prestigio come l'heritage di Cesari o la sperimentazione toscana di Leonardo da Vinci".

Il settore riserva dunque grandi opportunità di crescita, un fermento colto benissimo da Cavio, pronta a intercettare i nuovi trend di consumo, a presidiare i mercati

*Il riflesso di gesti concreti  
del Gruppo romagnolo nei  
confronti delle persone,  
della filiera e dell'ambiente  
è ben evidente nell'ultimo  
bilancio di sostenibilità*

maturi e concentrarsi sullo sviluppo di quelli emergenti. "Per affrontare la situazione - conclude il direttore generale, Giampaolo Bassetti - abbiamo preparato un piano triennale che prevede il rafforzamento in Italia e all'estero con Tavernello per il quotidiano, Leonardo Da Vinci e Cesari per le etichette premium e Vigneti Romio con l'etichetta dello spumante Novebolle Doc. È previsto inoltre l'allargamento nei paesi dell'Est Europa, nel Sud Est Asiatico e vogliamo essere più forti e presenti negli Usa, nel Regno Unito e in Germania".

# NUOVE BASI PER UNA MAGGIORE AGGREGAZIONE DELL'OFFERTA

Terre Cevico si è trasformata in cooperativa per offrire vino da filiera interamente certificata, una adeguata diversificazione dell'offerta e giuste economie di scala nei costi di produzione



Franco Donati,  
presidente di Terre Cevico

**L**e più importanti aziende del settore vitivinicolo nazionale sono da tempo impegnate nella progressione degli aspetti produttivi ambientali e sociali oltre che nella progettazione di una corporate identity tale da permettere la crescita aziendale su basi solide e tali da garantire competitività e nuovi spazi di mercato con un focus particolare sul made in Italy di qualità certificata che - mai come oggi - è un preciso elemento distintivo nel mercato interno e internazionale.

In questo scenario un big del settore vitivinicolo come Terre Cevico ha compiuto lo scorso anno un passo decisivo per garantire alla sua base sociale, composta da oltre 5.000 famiglie di viticoltori e un numero crescente di cantine, non solo un reddito adeguato ma anche nuovi scenari produttivi e distributivi. E lo ha fatto attuando un processo di concentrazione che si è concluso con l'incorporazione di alcune cooperative, ossia Le Romagnole, Le Romagnole 2, Winex e le controllate Due Tigli, Enoica e Rocche Malatestiane. Un processo che si è concluso lo scorso autunno con il passaggio che ha trasformato Terre Cevico da Consorzio

a Cooperativa di primo grado.

"Il processo di riorganizzazione è iniziato un paio di anni fa - spiega il presidente di Terre Cevico, Franco Donati - e l'incorporazione di queste sette realtà rafforza un Gruppo già forte e coeso e ci permette di acquisire l'intera filiera del vino, dalla vigna alla bottiglia dando la massima attenzione ai nostri vitigni e al socio produttore, ora protagonista diretto delle scelte strategiche dell'azienda. In particolare, lavoreremo a un sistema di controllo ed efficientamento dell'intera filiera vitivinicola proseguendo poi con investimenti tecnologici, innovazione e standard qualitativo dei prodotti in un'ottica di miglioramento rispetto alle richieste di un mercato in continua evoluzione".

La trasformazione in cooperativa si può dunque leggere a tutti gli effetti come lo strumento di governance più corretto per interpretare i tempi e accompagnare nel miglior modo possibile le aziende socie verso l'innovazione tecnologica e la transizione ecologica con uno sguardo attento anche ai nuovi mercati e alle nuove richieste dei consumatori, quindi innovazione anche nella comunicazione.



*La Cooperativa Terre Cevico ha le potenzialità giuste per fare i migliori vini possibili: un grande patrimonio vitivinicolo, con possibilità di fare ogni tipo di selezione*



“Credo che ormai solo la cooperativa sia davvero in grado di tradurre tutto questo in autentico valore sul mercato valorizzando e sottolineando sempre meglio la capacità distintiva dei nostri vini e delle nostre etichette sui mercati di riferimento. Abbiamo insomma aperto una stagione nuova con un occhio di riguardo rivolto non solo ai vini di tradizione ma anche a prodotti nuovi come i vini biologici, quelli a basso contenuto alcolico o senza alcol. Prodotti che stanno guadagnando sempre più l’interesse delle giovani

generazioni. La Cooperativa Terre Cevico - conclude il presidente Franco Donati - è insomma lo strumento privilegiato per rafforzare la comunicazione dei nostri nuovi progetti commerciali e dei nostri vini che hanno così un’occasione speciale per raccontarsi sempre meglio valorizzando i loro caratteri distintivi”. La Cooperativa Terre Cevico ha dunque le potenzialità giuste per fare i migliori vini possibili: un grande patrimonio vitivinicolo, con possibilità di fare ogni tipo di selezione, viticoltori esperti e appassionati che possono dedicare cure

molto speciali alla vigna, un servizio agronomico adeguato a tempi e le migliori tecnologie di cantina. Le grandi potenzialità sin qui già ampiamente espresse dal Gruppo romagnolo in 60 anni di storia, richiedevano a questo punto solo una nuova capacità di visione e di decisione. Esattamente quello che è stato fatto con l’evoluzione di Terre Cevico da Consorzio a Cooperativa di primo grado, pronta ora a rispondere in maniera adeguata ai tempi e alla naturale evoluzione economica del settore.



### **AL CENTRO DELLA FILIERA**

La sede storica di Terre Cevico, Lugo in provincia di Ravenna, è il centro strategico di un sistema che garantisce i servizi tecnici e commerciali per l’intera filiera, strutturata in modo tale da consentire di attuare quelle sinergie economiche e commerciali in una logica di miglioramento continuo e in grado di aumentare la competitività sui mercati globali.



# CULTURA DEL TERRITORIO, CULTURA DEL VINO

Emilia Wine interpreta il territorio offrendo ai consumatori vini di tradizione e di precisa riconoscibilità, marcata dalle nuove etichette della collezione Ca' Besina di Casali Viticoltori

**I**l vino è storia da gustare perché porta con sé cultura e tradizione. Ma le storie di vino sono anche storie di lavoro, di fatica, professionalità e di eccellenza. È proprio questa complessità di fattori che fa sì che il vino diventi motore di sviluppo dei territori vocati. E lo sono certamente le colline e la bassa pianura reggiana, dove dal 2014 Emilia Wine ha costituito un polo vitivinicolo di grande rilievo unendo attorno a sé la storia, il lavoro e i vini di quattro importanti cantine del territorio, ossia Arceto, Correggio, Prato di Correggio e Casali Viticoltori. "I nostri vini - interviene il presidente di Emilia Wine, Davide Frascari - sono il risultato di ricerca, selezione e di pratiche produttive ed enologiche

ben definite nei disciplinari. Ma dietro a ogni nostra bottiglia c'è molto di più: Emilia Wine nasce infatti dal preciso legame con il territorio, e tutti i nostri vini hanno una precisa forza e originalità proprio nel rapporto con il territorio. In questo legame nasce anche il valore aggiunto di Emilia Wine: un profondo intreccio tra storia, cultura, lavoro, prodotto e territorio". La strategia dello sviluppo produttivo e distributivo del sistema che ruota attorno a Emilia Wine e alle sue quattro cantine socie quest'anno tocca strade nuove e si intreccia in maniera significativa con lo sviluppo di Casali Viticoltori, storica cantina reggiana il cui tratto distintivo è la custodia e tutela della Spergola, vitigno diffuso solo nella fascia collinare e pedecollinare reggiana da Scandiano a Quattro Castella.

Si tratta di un vino che ha doti di versatilità sorprendenti e la più autentica espressione della Spergola si ottiene grazie alla seconda fermentazione in bottiglia attraverso il Metodo Classico. Non è un caso, infatti, che Casali Viticoltori attraverso il Ca' Besina, etichetta storica nella sua categoria, sia stata prodotta in modo pionieristico sin dalla fine degli anni Settanta, quando la produzione di spumanti Metodo Classico in Emilia non era affatto diffusa.

"Il Ca' Besina Brut millesimato - sottolinea ancora il presidente Frascari - è stato proprio il primo metodo classico dell'Emilia-Romagna



Davide Frascari,  
presidente di Emilia Wine

frutto di un vitigno autoctono, appunto la Spergola, che rappresenta una delle varietà italiane che meglio si prestano alla realizzazione di spumanti di alta qualità. E tra le importanti etichette proposte da Casali Viticoltori la collezione Ca' Besina merita proprio un'attenzione particolare per queste sue caratteristiche peculiari. La linea Ca' Besina oggi si compone del Brut Millesimato, Pas Dosè e Rosé Brut, quest'ultimo ottenuto da un blend di vitigni autoctoni del territorio. Vini spumanti ormai classici nel panorama italiano, ma oggi riproposti da Casali in una veste nuova e più moderna. Un restyling delle etichette e del logo che permette di dare un'immagine nuova e visibilità all'azienda in linea con i tempi e con le attuali esigenze di mercato". "Con questo intervento - conclude

“ Emilia Wine dedica particolare attenzione alla valorizzazione dei vitigni autoctoni. Un ruolo di primo piano è occupato dalla grande famiglia dei Lambruschi



il presidente di Emilia Wine Davide Frascari - Casali Viticoltori non vuole infatti semplicemente cambiare la propria visual identity ma vuole cambiare approccio aziendale e aprirsi a nuovi mercati ottimizzando la percezione che i consumatori già hanno di questi straordinari vini spumanti".  
Rinnovare il look di una bottiglia e l'etichetta di un vino, come ha appena fatto Casali Viticoltori con la linea Ca' Besina, che ormai si può considerare a tutti gli effetti un brand storico nell'ambito del metodo classico italiano, è la scelta giusta per attrezzare la sfida competitiva sul mercato globale e si accompagna perfettamente con la scelta di Emilia Wine di rafforzare il rapporto tra vino e territorio per rispondere alle richieste del mercato e di un consumatore che, assieme ai vini, chiede qualità, benessere, cultura ma anche modelli di vita sostenibili e alternativi.

### **TRA STORIA, TRADIZIONE E INNOVAZIONE**

La Spergola ha doti di versatilità sorprendenti: è in grado donare soddisfazione anche attraverso la rifermentazione in autoclave (Metodo Charmat) e nelle versioni frizzante, ferma e dolce.



# BOLLICINE PER PASSIONE, GUSTO E PER TRADIZIONE

Il territorio, patrimonio Unesco con le colline del Prosecco, rappresenta l'anima più profonda e sincera dei grandi vini della Cantina Produttori Valdobbiadene

**S**e c'è un vino capace davvero di raccontare il made in Italy enologico nel mondo, questi è il Prosecco. Un prodotto chic e democratico al tempo stesso capace com'è di essere bevuto in libertà con stuzzichini e patatine come semplice aperitivo, quanto sorseggiato in calici più glamour in cene importanti o grandi eventi. Ormai, insomma, nel mondo chi vuole uno spumante chiede un Prosecco e il merito è sicuramente di bottiglie ormai iconiche come la satinata nera che caratterizza il Valdobbiadene Superiore di Cartizze Val d'Oca Docg o la linea Cuvée Classiche di Val d'Oca.

"Il vino deve avere un legame profondo e autentico con il territorio ed essere subito riconoscibile come tale. Da questo punto di vista - spiega il direttore generale della Cantina, Stefano Gava - il Prosecco ha una marcia in più perché richiama subito e senza possibilità di equivoci queste vigne e queste colline, da tempo patrimonio Unesco. Tutelare i nostri vini vuol, quindi, dire prima di tutto combattere l'italian sounding, ossia la pratica di imitare questi nostri prodotti, e al tempo stesso valorizzare la grande qualità per cui siamo famosi nel mondo. Un lavoro profondo ma determinante che va dalla tutela del marchio e arriva



Stefano Gava, direttore generale  
della Cantina Produttori Valdobbiadene - Val d'Oca

sino al grande lavoro in vigna e in cantina dei nostri soci. Un impegno che la Cantina Produttori Valdobbiadene si è assunta ormai da oltre 70 anni e che, numeri alla mano, si conferma decisivo nel successo internazionale delle nostre bollicine".

## **Anima classica e personalità contemporanea**

Pochi dubbi quindi sul fatto che i grandi Prosecco firmati dalla Cantina Produttori Valdobbiadene e Val d'Oca, come il Valdobbiadene Superiore di Cartizze Docg, il Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Millesimato Brut o il Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Millesimato Extra Brut, nascano dalla passione per il buon vino, dal saper fare italiano e dalla ricerca della qualità in vigna e in cantina dove l'attenzione alla tradizione è un valore imprescindibile.

Ma sono proprio questi i valori che poi regalano esperienze uniche a chi gusta questi vini, stabilmente sotto i riflettori dei wine lover italiani e internazionali e ormai riconosciuti come le bollicine più apprezzate e bevute al mondo.

“

*La qualità e i tratti  
distintivi dei nostri vini  
sono fondamentali, ma  
l'azienda ha sempre saputo  
valorizzare al massimo le sue  
produzioni anche in termini  
di riconoscibilità, qualità  
gustativa ed eleganza*



## TRA VALDOBBIADENE, ASOLO E CONEGLIANO

Nata nel 1952, la Cantina oggi conta oltre 600 soci che conferiscono l'intera loro produzione distribuita su oltre 1000 ettari di terreni agricoli. Dagli inizi degli anni Novanta è nato il marchio Val d'Oca, divenuto poi, dal 2008, una vera e propria azienda. I principali riferimenti distributivi italiani sono Horeca e Gdo. Ottimo anche il posizionamento estero in 50 mercati internazionali.

### La cultura della sostenibilità

“La qualità e i tratti distintivi dei nostri vini sono fondamentali, ma l'azienda ha sempre saputo valorizzare al massimo le sue produzioni anche in termini di riconoscibilità, qualità gustativa ed eleganza. Oggi però servono anche altri valori - prosegue il direttore Stefano Gava - perché il mercato e il consumatore dietro all'etichetta vogliono percepire anche i tratti di una sostenibilità convinta e non di facciata. Comunicare il proprio impegno in questa direzione vuol dire quindi raccontare la ricca biodiversità e il patrimonio naturale delle nostre colline, terre nobilissime ma fragili che non sono solo da proteggere e preservare ma anche da sostenere attraverso la riduzione dell'impiego di risorse come acqua ed energia, attenzioni indispensabili anche per generare un'economia importante per le comunità locali. Tutto questo la Cantina lo ha sviluppato attraverso un percorso raccontato con precisione dalle certificazioni Equalitas, Sqnp, Viva, ma anche dal bilancio di sostenibilità. Insomma - conclude il direttore Stefano Gava - oggi per stare sul mercato la sostenibilità è un driver di posizionamento strategico, non solo perché ormai in ogni settore è un prerequisito indispensabile ma proprio per rispondere in pieno a una nostra precisa vocazione. Da generazioni, infatti, i nostri viticoltori non sono solo coltivatori, ma veri e propri custodi di queste terre, e il profondo rispetto per la natura è un atto d'amore verso un territorio che ha dato tanto a loro e alla nostra azienda”.



PH: MATTIA MIONETTO



dolcefrutta  
dolce clementina  
antiossidante naturale ricca di vitamina C  
5  
Secco semi  
antiossidante naturale ricca di vitamina C



**dolcefrutta**  
gourmet experience

[www.dolcefrutta.info](http://www.dolcefrutta.info)

**armonia**

[www.oparmonia.it](http://www.oparmonia.it)

# An Extraordinary Fruit Gourmet Experience





rassegna a cura  
di Margherita Fontana

## Il tiramisù di Treviso è prodotto agroalimentare tradizionale

Con la sua ricetta originale (uova, zucchero, mascarpone, savoiardi, caffè e cacao), il Tiramisù di Treviso è stato inserito nella lista dei Prodotti Agroalimentari Tradizionali del Veneto dal Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste proprio alla vigilia della Giornata internazionale dedicata al dolce al cucchiaino più famoso nel mondo, il 21 marzo scorso. "Si tratta di un riconoscimento importante per la città e per l'intero sistema del Tiramisù, con appassionati e professionisti, addetti ai

lavori e al turismo enogastronomico che vedono così riconosciuto l'impegno di un duro lavoro portato avanti negli ultimi anni", ha raccontato Francesco Redi della Twissen.



Francesco Redi, il titolare del ristorante Le Beccherie Paolo Lai, l'assessore alla Città Produttiva di Treviso Rosanna Vettoretti, l'assessore regionale al Turismo Federico Caner e il presidente del Festival della Cucina Veneta Paolo Caratossidis

## Il mischiglio, in Basilicata, è un nuovo Presidio Slow Food

È un mix di cereali e di legumi le cui farine, in proporzioni variabili, sono da secoli usate per preparare i tradizionali "rascatielli", una pasta ottenuta lavorando a mano acqua e farina: l'ultimo Presidio Slow Food in ordine di tempo arriva dalla Basilicata ed è il mischiglio. Siamo nella valle del Serrapotamo (Potenza), ai piedi del Parco Nazionale del Pollino. "Nato da una storia di privazioni e di subalternità, quella del mischiglio è diventata una storia di comunità, di valore, di riappropriazione", ha spiegato Anita Ferrari, referente Slow Food del Presidio del mischiglio. Seppur frutto di necessità, il mischiglio è tutt'altro che una farina povera: "A livello energetico è piuttosto sostanziosa, capace di assicurare energia a chi lavorava tutto il giorno nei



Mischiglio, Presidio Slow Food

campi", ha aggiunto Giuseppe Arleo, referente dei produttori Presidio. La zona di produzione comprende le località di Chiaromonte, Teana, Fardella e Calvera e i comuni confinanti e in ogni paese il mischiglio si fa a modo proprio: se a Teana e a Fardella è composto per metà da grano Carosella e farina di fave; a Chiaromonte e Calvera si usa un terzo di grano duro Senatore Cappelli, un terzo di grano tenero Carosella e un terzo di legumi, orzo e, quando necessario, avena.

## L'export continua a sostenere il settore

Secondo i dati Istat, nel 2023 l'export - nonostante un leggero calo dei volumi - ha registrato un valore pari a oltre 52 miliardi di euro, con un aumento del +6,6% rispetto al 2022. "Stiamo assistendo - ha sottolineato durante la conferenza stampa di presentazione di Cibus 2024 il presidente di Ice Matteo Zoppas - a una forte accelerazione di tutto il Sistema Paese, attraverso la collaborazione tra Ice, Cdp, Sace e Simest, sotto la guida dei ministeri coinvolti che stanno serrando i ranghi, nel sostegno agli imprenditori che vogliono andare all'estero. Un esempio della capacità di far sistema è senza dubbio l'operazione che ha portato la pasta italiana nello spazio e che rappresenta un'opportunità promozionale incredibile per la cucina italiana soprattutto se la colleghiamo alla candidatura a Patrimonio immateriale Unesco promossa dai ministri Sangiuliano e Lollobrigida. La cucina italiana non è solo valore numerico: ha un ruolo strategico per l'export italiano nel mondo".



Un momento della conferenza stampa di presentazione di Cibus 2024



Uno scorcio del centro storico di Carmignano (Prato), uno dei “Comuni amici del bio” che hanno proibito l’uso di sostanze chimiche in agricoltura e nelle aree urbane

## I Comuni in prima fila contro i pesticidi

Un database raccoglie le amministrazioni virtuose. Il progetto è promosso da FederBio, Legambiente, Lipu, Medici per l’Ambiente, Slow Food e Wwf

di Michela Mazzali

**S**i contano ormai a decine i “Comuni liberi dai pesticidi” in Italia: una rete di piccole realtà virtuose diffuse su tutto il territorio, che si aggiunge e si interseca con quella dei già noti Biodistretti.

L’obiettivo è, da un lato, l’eliminazione delle sostanze chimiche in agricoltura, nelle aree verdi cittadine e nelle mense scolastiche e, dall’altro, la costruzione di una rete tra territori virtuosi. Il progetto, promosso da FederBio, insieme con Legambiente, Lipu, Medici per l’Ambiente, Slow Food e Wwf, ha infatti dato vita a un database che raccoglie tutte le ordinanze delle amministrazioni pubbliche che promuovono e diffondono una produzione agricola sana, amica dei cittadini e dell’ambiente. Uno strumento di facilitazione per tutte le realtà che desiderano avviare politiche a supporto di una transizione ecologica sempre più necessaria.

Tra le amministrazioni più virtuose che hanno ricevuto una menzione speciale come “Comuni amici del bio” per aver proibito l’uso di sostanze chimiche in agricoltura e nelle aree urbane, ci sono Firenze, Occhiobello (Rovigo), Gallese (Viterbo), Carmignano (Prato), Tollo (Chieti), Bergolo (Cuneo), Bologna e Spoleto, questi ultimi due per aver introdotto nelle mense scolastiche i menu biologici e i prodotti Dop e Igp,

e per aver promosso il risparmio energetico delle cucine, la riduzione dei rifiuti, ma anche mezzi di trasporto poco inquinanti e piattaforme distributive nell’ambito della filiera corta.

Da segnalare poi un Protocollo d’intesa tra FederBio e Città Metropolitana di Roma, per impegnare i 121 Comuni della Città Metropolitana a sviluppare al massimo le alternative all’utilizzo della chimica di sintesi nei campi e nelle aree verdi urbane, così come le mense scolastiche biologiche.

In Europa vengono utilizzate quasi 500 mila tonnellate di pesticidi, a livello globale si arriva a 4 milioni. Solo in Italia nel 2020 ne sono stati venduti 125 milioni di chili, pari a 5,2 chili per ettaro di terreno coltivato.

“La sensibilità delle amministrazioni pubbliche su questo fronte è in crescita - ha commentato Maria Grazia Mammuccini, presidente di FederBio - La rete dei Comuni che stanno superando la chimica di sintesi è vasta e colpisce anche la coesistenza tra piccolissimi territori e grandi aree metropolitane. Ma occorre uno sforzo ulteriore: investimenti ma anche e soprattutto volontà politica di innovare, di far fare un balzo in avanti alla sostenibilità ma anche alla qualità del cibo e dello stile di vita del nostro Paese”.



Gregorio e Dante Arrigoni consegnano il premio all'entomologo Paolo Fontana (al centro), presidente della Wba - World Biodiversity Association



## Non dimentichiamoci delle api

Lo scopo di lucro e favorisce la circolazione di sapere tra coloro che si occupano di ricerca, produzione agroalimentare, ecologismo e consumo consapevole grazie al comune amore per la natura. La cooperazione si fonda, però, anche sulla volontà di denunciare le storture normative ed economiche del settore apistico, il coraggio di distinguere tra miele e miele, tra apicoltura sensibile e, appunto, beewashing. Un coraggio che Francesco Arrigoni avrebbe certamente condiviso e che il Comitato Francesco Arrigoni sostiene con entusiasmo. È per questo che il premio dedicato alla memoria del grande giornalista gastronomico è andato proprio alla Wba per i progetti a favore delle api e degli altri impollinatori. Il riconoscimento consiste in un contributo di 5.000 euro e in un'opera d'arte realizzata dalla Scuola di Arti e Mestieri F. Ricchino di Rovato (Brescia).

## Derivati del pomodoro, export per 3 miliardi di euro

Simbolo dell'italianità ed elemento cardine della tradizione culinaria italiana, il pomodoro è apprezzato dai consumatori di tutto il mondo e, conservato, è stato tra i protagonisti della Giornata Nazionale del Made in Italy, istituita il 15 aprile scorso dal Mimit. All'export è destinato oltre il 60% della produzione e, nel 2023, le esportazioni di tutti i derivati del pomodoro hanno registrato una netta crescita in valore, con un aumento del 16% sull'anno precedente, per un totale di circa 3 miliardi di euro. L'Italia è il primo Paese produttore ed esportatore di derivati del pomodoro destinati al consumatore finale. "La preoccupazione della nostra filiera - ha commentato però Giovanni De Angelis, direttore generale di Anicav, l'Associazione

Nazionale Industriali Conservenze Alimentari Vegetali - è legata alle importazioni di pomodoro 'semilavorato' proveniente da Paesi extra Ue che non applicano i nostri stessi standard etico-sociali e ambientali facendo concorrenza sleale alle nostre imprese. Un Paese come l'Italia ha il dovere di chiedere e applicare il principio di sussidiarietà. Tutti devono avere e rispettare le stesse regole".



Giovanni De Angelis, direttore generale di Anicav

## Eccellenze lucane, partnership con il mercato agroalimentare di Milano



La Basilicata è la prima regione in Italia ad aver avviato un progetto di valorizzazione delle produzioni alimentari regionali con il mercato agroalimentare di Milano. L'accordo è stato siglato tra la Regione Basilicata, la Fondazione Eni Enrico Mattei e Sogemi, società del Comune di Milano, che gestisce i mercati agroalimentari all'ingrosso della città, lo scorso febbraio con l'obiettivo di dare maggiore visibilità alle eccellenze lucane dell'agricoltura e dei relativi prodotti enogastronomici. In sinergia con l'Agenzia di Promozione Territoriale della Basilicata, la partnership mira a essere anche il motore per la realizzazione di nuovi prodotti turistici ed enogastronomici sul territorio. Sogemi è una realtà dai grandi numeri: 160 grossisti, 450 aziende, 2 miliardi di euro all'anno di merci scambiate, 5.000 addetti e 10 milioni di cittadini serviti ogni giorno. Il valore della Dop Economy Lucana ammonta a 19 milioni di euro. Fanno parte del paniere 13 prodotti a marchio legati al comparto cibo e sei al vino, risultato del lavoro di 728 operatori lucani che producono con certificazione di qualità.

## Val di Gresta, il nuovo distretto bio nel Garda Trentino

Conosciuta come l'orto biologico del Trentino, la Val di Gresta entra da quest'anno a far parte del Garda Trentino. Con i suoi paesaggi, la ricca produzione di ortaggi e i piacevoli percorsi bike e trekking, avvalorando ulteriormente l'offerta territoriale del Garda Trentino con particolare focus sul turismo consapevole e naturalmente slow. Primo distretto biologico del Trentino, la Val di Gresta si sviluppa tra i 200 metri della Piana di Loppio e i 1.300 di Passo Bordola. Qui i campi e gli orti si susseguono ben curati, delimitati dai caratteristici muretti a secco, e regalano una varietà di ortaggi, sani e saporiti. L'anima agricola è favorita dall'incontro tra le caratteristiche uniche del terreno, il posizionamento dei campi e le temperature miti. La Val di Gresta, infatti, gode di esposizione a sud e della vicinanza al Lago di Garda, che libra i benefici effetti dell'Ora. A questa originale vocazione si aggiungono le pratiche agricole biologiche, sostenibili e intimamente legate al ritmo delle stagioni, a un tempo che non è scandito dagli orologi ma dagli eventi naturali.

PH: PRUGNOLA - APT GARDA DOLOMITI



## Il Center for Circular Economy in Coffee per l'economia circolare nell'industria globale del caffè

Ogni anno, l'industria mondiale del caffè genera quasi 40 milioni di tonnellate di scarti e sottoprodotti, pari a circa sette volte il peso della Grande Piramide di Giza. Questi materiali, anziché essere smaltiti nelle discariche, potrebbero essere trasformati in una vasta gamma di prodotti, tra cui cosmetici, alimenti salutari, materiali da costruzione e imballaggi. Sulla base di queste scoperte, illustrate in un nuovo rapporto dell'International Trade Centre (Itc), dell'International Coffee Organization (Ico) e del Center for Circular Economy in Coffee (C4cec), il C4cec annuncia la prima call for membership globale per coinvolgere gli attori del settore nell'utilizzo di approcci di economia circolare al fine di creare nuove opportunità di reddito e lavoro. L'obiettivo è quello di coinvolgere comunità locali di produttori,

piccole imprese, esportatori, commercianti, tostatori e aziende rivolte ai consumatori, soprattutto nei paesi produttori di caffè, per cogliere opportunità economiche affrontando al contempo le critiche questioni ambientali contemporanee. La piattaforma è aperta a partner di ricerca, membri della società civile, impact investor e organizzazioni internazionali. Il Center for Circular Economy in Coffee è sostenuto da una rete globale di partner che include la Fondazione Giuseppe Pericle Lavazza, il Politecnico di Torino, l'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo in Italia, l'International Coffee Organization, l'International Trade Centre e l'United Nations Industrial Development Organization, al fine di sostenere l'innovazione e sviluppare le migliori pratiche per l'industria del caffè su scala globale.

# PRODUZIONI DI PREGIO DA TERRITORI E VIGNETI UNICI



PH: FABIO GAMBINA

Josè e Antonio Rallo

## Esempio di una Sicilia del vino autentica e sostenibile, Donnafugata da 5 generazioni produce vini capaci di rendere felici chi li assaggia

Giacomo Rallo, quarta generazione di una famiglia con oltre 170 anni di esperienza nel vino di qualità, fonda Donnafugata nel 1983 insieme alla moglie Gabriella.

Concreto esempio di una Sicilia del vino autentica e sostenibile, l'azienda oggi è guidata con mano sicura dai figli Josè e Antonio e con loro una squadra di persone orientata all'eccellenza.

Cantine storiche a Marsala, quattro Tenute con 488 ettari di vigneti tra Contessa Entellina, Pantelleria, sull'Etna e a Vittoria, Donnafugata è fare sartoriale e si distingue per eccellenti etichette, piccole produzioni di pregio frutto di buone pratiche orientate alla piena valorizzazione dei territori e alla sostenibilità ambientale.

"Nei nostri vigneti – spiega l'AD di Donnafugata, Josè Rallo - interpretiamo queste diversità puntando al miglior abbinamento tra terroir e vitigni: dalle tenute della Sicilia occidentale di Contessa Entellina e dell'isola vulcanica di Pantelleria, alla Sicilia orientale con le tenute di Vittoria (Acate) e dell'Etna, il vulcano attivo più alto d'Europa".

Le profonde radici di Donnafugata sono dunque l'esempio di una Sicilia del vino autentica e sostenibile, un mondo ricco di colori e valori senza tempo.

Ed è forse questo il vero segreto di Donnafugata e perché

ad ogni sorso tutti i suoi vini, piacevoli, eleganti e dallo stile unico, regalano un'esperienza che consente di comprenderne in profondità il pregio. "La straordinaria ricchezza e diversità di suoli, vitigni e clima - sottolinea ancora Josè Rallo - favoriscono la produzione di raffinati vini bianchi, noti per la freschezza e le eleganti note floreali, come di rosati intriganti e fuori dal coro, o vini rossi di grande personalità tutta siciliana. Che dire poi degli spumanti metodo classico? Piccole produzioni ma di grande eleganza e complessità. Insomma, in ogni bottiglia Donnafugata è facile ritrovare artigianalità, passione e grande impegno ed il tocco d'artista che chiude idealmente il cerchio di vini iconici sono le nostre etichette d'autore, capaci di raccontare con un linguaggio fantastico, femminile e identitario i colori della Sicilia e il carattere dei vini Donnafugata". | [www.donnafugata.it](http://www.donnafugata.it)

*Come illustrato da Josè Rallo, AD di Donnafugata, alla presentazione del Programma di Intesa Sanpaolo "Il tuo futuro è la nostra impresa", l'azienda ha una strategia di sviluppo e ulteriori investimenti per l'innovazione e la sostenibilità in linea con gli SDG dell'Agenda ONU 2030*

PH: A. FILOSA



PH: A. FILOSA

# IN QUESTO NUMERO

## LA COPERTINA

SORGEVA SOC. COOP. AGRICOLA  
[www.sorgeva.it](http://www.sorgeva.it)

## PRIMO PIANO

FONDAZIONE ENPAIA  
[www.enpaia.it](http://www.enpaia.it)

BARILLA G. e R. FRATELLI SPA  
[www.voiello.it](http://www.voiello.it)

CONAD SOCIETÀ COOPERATIVA  
[www.conad.it](http://www.conad.it)

## CASE HISTORY

AGENZIA REGIONALE PER LO  
SVILUPPO RURALE - ERS  
[www.ersa.fvg.it](http://www.ersa.fvg.it)

PUCCI SRL  
[www.pucci.it](http://www.pucci.it)

ROBOQBO SRL  
[www.roboqbo.it](http://www.roboqbo.it)

## ECCELLENZE D'ITALIA

CONSORZIO TUTELA GRANA PADANO  
[www.granapadano.it](http://www.granapadano.it)

COPROB  
[www.coprob.com](http://www.coprob.com)

LA LINEA VERDE SPA  
[www.lalineaverde.it](http://www.lalineaverde.it)

FUMAILO SRL  
[www.fumaiolo.com](http://www.fumaiolo.com)

## SOSTA DI GUSTO

PROMOTURISMOFVG  
[www.promoturismo.fvg.it](http://www.promoturismo.fvg.it)

## TECNOLOGIE E SOSTENIBILITÀ

CONSORZIO MELINDA  
[www.melinda.it](http://www.melinda.it)

CPR SYSTEM S.C.  
[www.cprsystem.it](http://www.cprsystem.it)

PADANIA ALIMENTI SRL  
[www.padania.it](http://www.padania.it)

## BEST PRACTICE

REGIONE LOMBARDIA  
[www.regione.lombardia.it](http://www.regione.lombardia.it)

CONSORZIO PER LA TUTELA DEL  
FORMAGGIO GORGONZOLA  
[www.gorgonzola.com](http://www.gorgonzola.com)

VENETA PESCA  
[www.venetapesca.com](http://www.venetapesca.com)

COLLINE E OLTRE SPA  
[www.collineeoltre.it](http://www.collineeoltre.it)

CONSORZIO PESCATORI DI GORO SOC.COOP.  
[www.copego.it](http://www.copego.it)

## SICUREZZA TRACCIABILITÀ

REGIONE EMILIA-ROMAGNA  
[agricoltura.regione.emilia-romagna.it](http://agricoltura.regione.emilia-romagna.it)

CASEIFICIO SOCIALE GARDALATTE SCA  
[www.gardalatte.it](http://www.gardalatte.it)

## INNOVAZIONE IN CAMPO

CAI - CONSORZI AGRARI D'ITALIA  
[www.consorziagrariitalia.it](http://www.consorziagrariitalia.it)

REGIONE SICILIANA  
[www.regione.sicilia.it](http://www.regione.sicilia.it)

ORTOROMI SOCIETÀ COOPERATIVA  
AGRICOLA  
[www.ortoromi.it](http://www.ortoromi.it)

## PROGETTO VINO

ARGEA SPA  
[www.argea.com](http://www.argea.com)

CANTINA RAUSCEDO  
[www.cantinaauscedo.com](http://www.cantinaauscedo.com)

GRUPPO CAVIRO  
[www.caviro.com](http://www.caviro.com)

TERRE CEVICO SOC. COOP AGRICOLA  
[www.terrecevico.com](http://www.terrecevico.com)

EMILIA WINE S.C.A.  
[www.emiliawine.eu](http://www.emiliawine.eu)

VAL D'OCA S.R.L.  
[www.valdoca.com](http://www.valdoca.com)



AP24

**AGRIPIÙ** | Semestrale - Anno 2 - N. 3 - giugno 2024

**Distribuzione** | in Italia in direct mailing e nelle migliori edicole con

Il Sole **24 ORE**

on-line nel sito [agripiu-magazine.it](http://agripiu-magazine.it)

**Proprietario ed editore** | Publiscoop Editore Srl  
Piazza della Serenissima, 40/A - 31033 Castelfranco Veneto (TV)



**PUBLISCOOP**  
EDITORE

ROC n. 22943 del 5 dicembre 2012

**Amministratore Unico** | Maurizio Caretoni

**Direttore Responsabile** | Chiara Marseglia

**Coordinatore Commerciale** | Giuseppe Lai

**Business Assistant** | Alice Poloni

**Impaginazione** | Anna Ceccato

**Stampatore** | Tiber Spa - Brescia

**Foto di copertina** | PH Pierluigi Benini

**Immagini** | Shutterstock

**Per la tua comunicazione** | Publiscoop Più Srl  
Piazza della Serenissima, 40/A - Castelfranco Veneto (TV) - Tel. +39 0423 425411  
Filiale di Roma: Piazza Camillo Finocchiaro Aprile, 3 - Scala C Interno 9 - Roma - Tel. +39 06 94358340  
[rivista@agripiu-magazine.it](mailto:rivista@agripiu-magazine.it)



Publiscoop Group



[publiscooppiu](https://www.instagram.com/publiscooppiu)



Publiscoop Group

Il progetto, il format e il marchio **AGRIPIÙ** sono di proprietà della società Publiscoop Più Srl  
Il marchio è in concessione d'uso da parte di Publiscoop Più Srl a Publiscoop Editore Srl

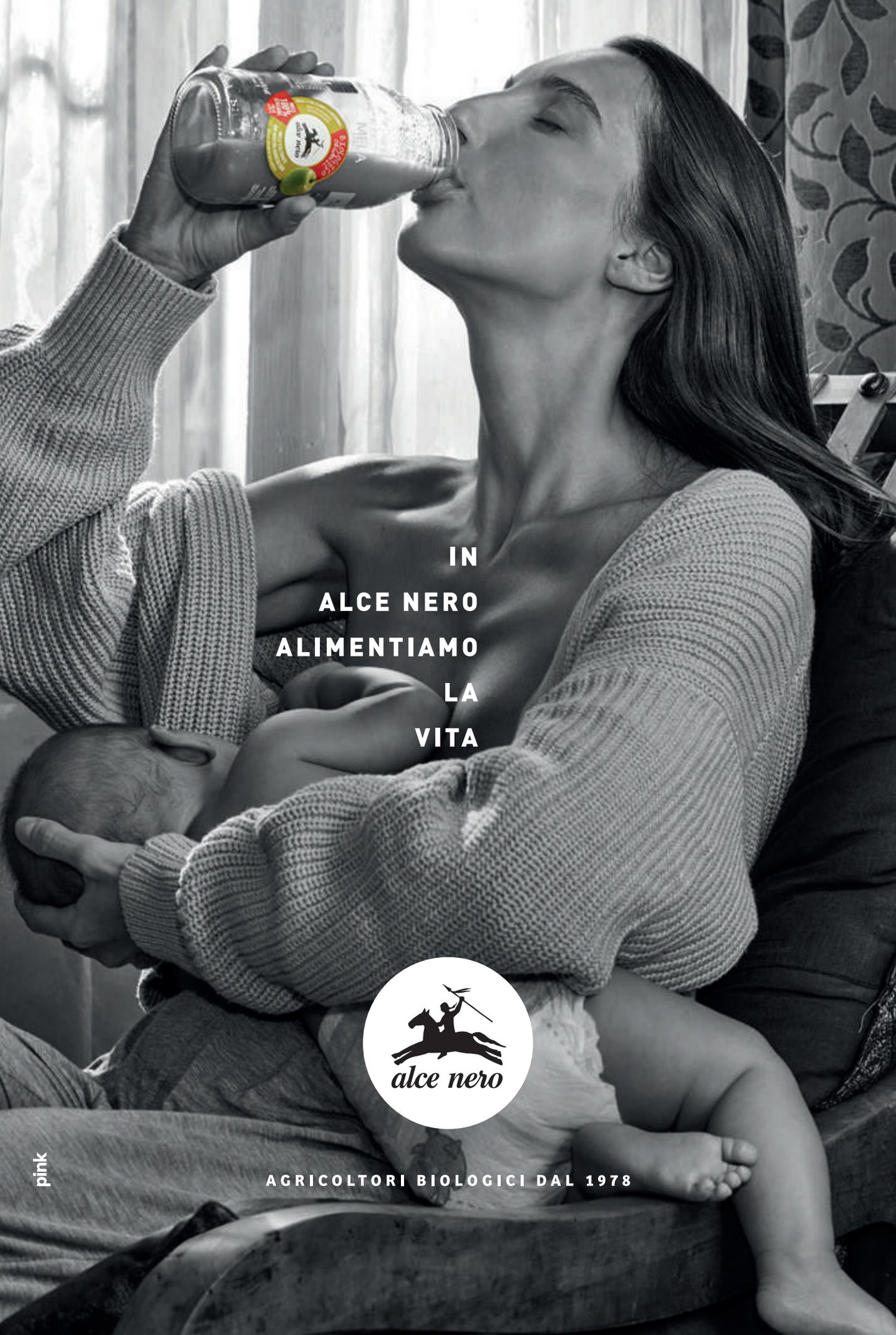
I dati riportati non possono essere riprodotti, neppure parzialmente, sotto alcuna formula, senza la preventiva autorizzazione di Publiscoop Più Srl

Questa copia di **AGRIPIÙ** è distribuita in Italia in direct mailing e in edicola con "Il Sole 24 Ore" e i dati personali dei nominativi a cui è rivolta la spedizione sono di proprietà di Publiscoop Più Srl secondo l'informativa ex art. 13 D. Lgs. 196/03 (Codice in materia di protezione dei dati personali - Tutela della Privacy). I dati sono trattati in forma automatizzata al solo fine di espletare adempimenti di tipo operativo, gestionale e statistico. Titolare del trattamento è Publiscoop Più Srl Piazza della Serenissima, 40/A 31033 Castelfranco Veneto (Tv).

Si informano i lettori che tutti i contenuti non firmati dalla redazione sono di carattere pubblicitario.

**In redazione**

Paola Cacace, Davide La Cara, Margherita Fontana, Paola Mattavelli  
Michela Mazzali, Letizia Piotti, Stefano Rizzi, Barbara Trigari



IN  
ALCE NERO  
ALIMENTIAMO  
LA  
VITA



pink

AGRICOLTORI BIOLOGICI DAL 1978



## BARILLA, UNA STORIA INIMITABILE.

Perché non è mai stata solo una marca  
ma una famiglia che si è guadagnata un posto nelle nostre famiglie.

Barilla è la storia di una passione.

Un sogno che ha saputo riempire non solo i nostri piatti ma anche i nostri cuori.

Barilla è quella storia  
che ogni giorno scriviamo insieme.

# Barilla

The Italian Food Company. Since 1877.