

OTTO ANNI DI INFORMAZIONE ALLA RICERCA DELL'ECCELLENZA

# PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

# 2020

EDIZIONE  
SPECIALE

MENSILE DI ECONOMIA E ATTUALITÀ DI SETTORE  
CORRIEREORTOFRUTTICOLO



*Naturalmente ricche di acidi grassi  
Omega-3*

## LA FILIERA ITALIANA DELLA NOCE

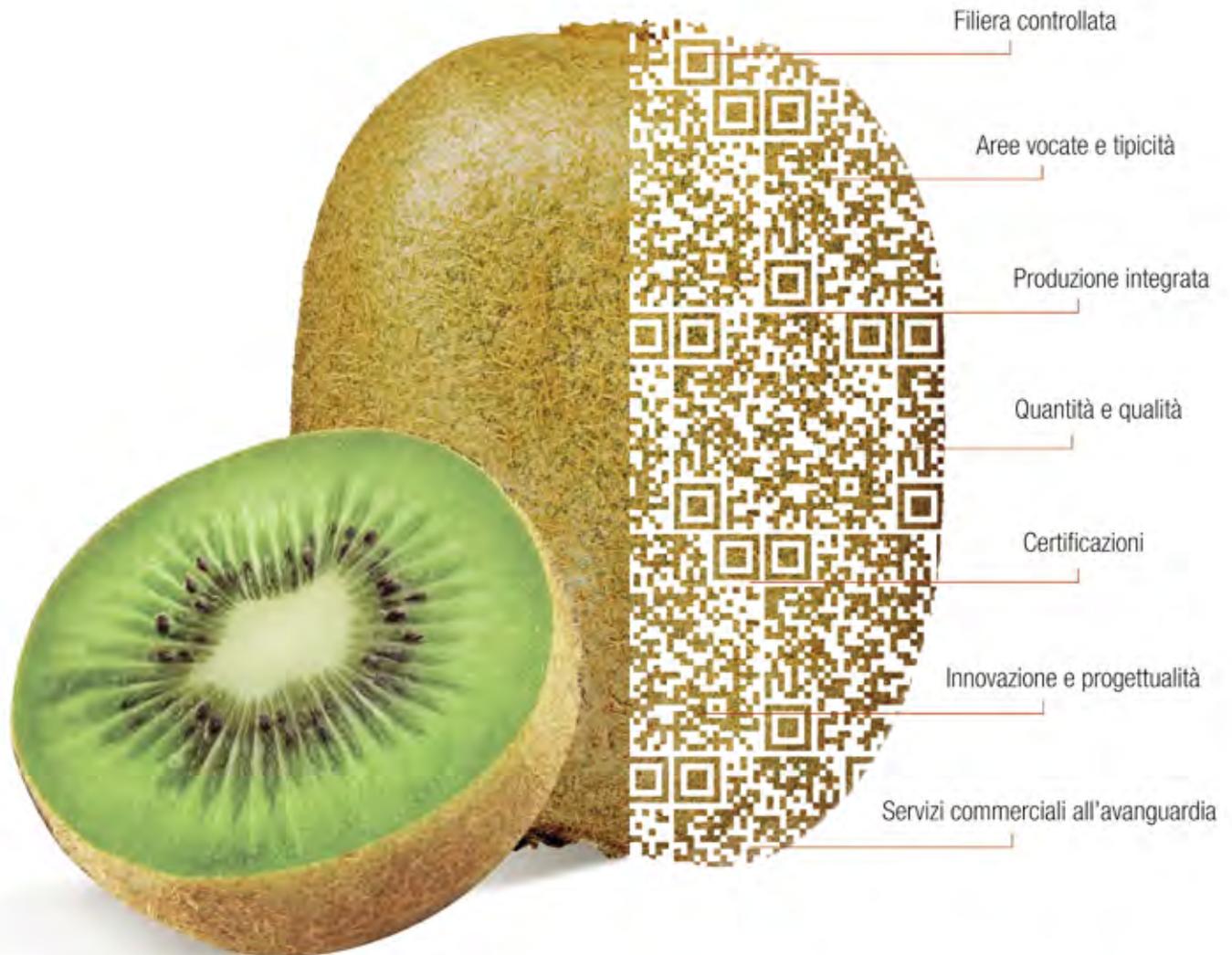


*Le Noci di Romagna sono il frutto della nostra terra.*

*New Factor dedica massima attenzione all'intera filiera,  
affiancando ai produttori i migliori tecnici agronomi  
e le più avanzate tecnologie.*

*Dalla coltivazione al raccolto,  
fino alla selezione e commercializzazione,  
ogni fase del processo produttivo viene sottoposta  
a rigorose verifiche per garantire la massima qualità.*

# Il partner sicuro e affidabile.



Solo un leader dell'ortofrutta può offrirti la garanzia di una filiera corta con una gamma di prodotti controllati dal campo alla tavola, la partnership per la realizzazione di private label, continuità di fornitura e servizi commerciali all'avanguardia.

**Scegli Alegra: professionisti della frutta, partner del mercato.**

Alegra soc. coop. agricola - Via G. Galilei, 5 - 48018 Faenza (RA) Italy  
Tel. +39 0546 624401 - info@galegrait.com - [www.alegrait.com](http://www.alegrait.com)



# Pink Lady® VALORI DA CONDIVIDERE



**100% PRODUZIONE  
SOSTENIBILE**



**UN MEDIA PLAN  
DI GRANDE EFFETTO**

TV: 30 MILIONI DI CONTATTI  
STAMPA: 30 MILIONI  
DI CONTATTI



**PROGRAMMA  
DI FIDELIZZAZIONE  
DEI CONSUMATORI**



**PRODUZIONE  
ITALIANA**

## IL PIACERE DI ESSERE LA MARCA PREFERITA DAI CONSUMATORI.

Grazie al programma di fidelizzazione Pink My Life e alle innovative attività di trade marketing "Bee Pink", "Adotta un albero" e "Seeds of Love", che Pink Lady® ha pensato per i suoi clienti, il nostro impegno per la sostenibilità ambientale diventa sempre più concreto. In un'epoca in cui i consumatori danno sempre più importanza alla salute del nostro pianeta e al consumo responsabile, collaborando insieme possiamo fare la differenza per soddisfarli al meglio.

**Pink Lady®, molto più di una mela.**



[pinkladyeurope.com](http://pinkladyeurope.com)



# PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

*Un evento partito per scommessa nel gennaio 2013 oggi, gennaio 2020, giunto con successo alla sua ottava edizione. E andrà avanti, fino alla decima edizione, sicuramente, con la formula degli inizi. E il perché è presto detto: dietro a Protagonisti dell'Ortofrutta Italiana ci sono storie vere, genuine, autentiche. C'è il desiderio profondo di indicare al settore ortofrutticolo italiano una strada attraverso dieci storie di imprenditori e di imprese italiane, della produzione e del commercio dell'ortofrutta. Veri e propri capitani coraggiosi, un esempio per tutti, per affrontare le difficili sfide del presente, perché ogni storia racchiude un formula, un modello, un modo di agire e una filosofia d'impresa utili a stare sul mercato, a valorizzare il territorio e le sue risorse, allo sviluppo.*

*E' vero che i Protagonisti, come ci dice qualcuno, si esauriranno, se consideriamo solo le grandi imprese, quelle al di sopra di una certa soglia di fatturato. Ma queste nostre storie di copertina cercano esempi che possano rappresentare elementi significativi anche quando provengono da aziende medie e piccole, da aziende giovani, da aziende guidate da donne, da aziende del Sud che cresce, accomunate dal fatto di rappresentare qualcosa di innovativo e di utile per tutti.*

*E' per noi una scelta coerente. Il Corriere Ortofrutticolo, da quando è nato, nel lontano 1965, è sempre stato dalla parte di chi produce e commercializza ortofrutta. Una scelta che non è cambiata nel tempo, perché siamo convinti che il settore vada difeso e valorizzato comunque, stimolato e pungolato a migliorare, fatto capire, con i suoi uomini e i suoi prodotti, a tutti i livelli, dalla sfera politica e istituzionale fino all'ultimo dei fruttivendoli.*

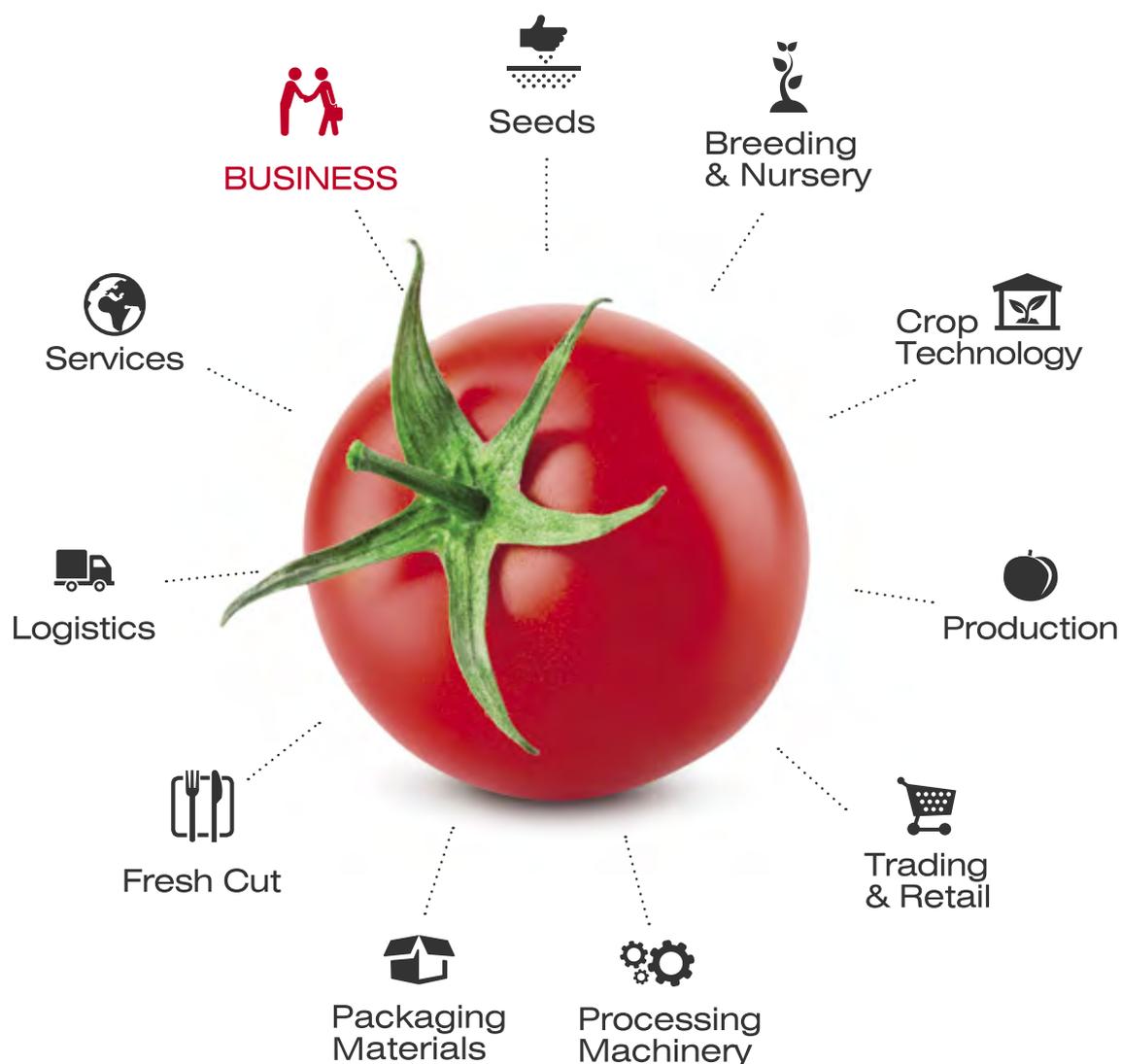
*Lungo questa strada abbiamo trovato partner significativi. CSO, Italia Ortofrutta Unione Nazionale e Fruitimprese fra i primi, poi Italmercati, Fedagromercati, Confagricoltura. E altri arriveranno. E dovunque siamo stati a celebrare questo nostro evento, dalla veronese Valpolicella a Dozza (Bologna), a Mezzocorona (Trento), a Matera, Siracusa, Reggia di Caserta e Venezia, abbiamo trovato sostenitori convinti. Così anche a Genova, nostra tappa in questo 2020, dove abbiamo avuto un impegno straordinario da parte di SGM, la società che gestisce il Mercato di Genova-Bolzaneto, oltre che il sostegno di Unitec, Madi Ventura, BPER Banca, Euler Hermes, Macfrut, La Grande Bellezza Italiana.*

*Nelle pagine che seguono trovate la sintesi delle storie dei Protagonisti 2019 così come quelle di tutti coloro che li hanno preceduti.*

*Lorenzo Frassoldati  
direttore responsabile  
Corriere Ortofrutticolo*

*Antonio Felice  
direttore editoriale  
Gemma Editco*

# MACFRUT 2020



## Fruit & Veg Professional Show

Martedì **5** - Mercoledì **6** - Giovedì **7** **MAGGIO 2020**

**RIMINI - EXPO CENTRE - ITALIA**

OTTO ANNI DI INFORMAZIONE ALLA RICERCA DELL'ECCELLENZA  
**PROTAGONISTI**  
 DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

**Direttore responsabile:**

Lorenzo Frassoldati

**Sede operativa**

via Fiordiligi, 6

37135 Verona

Tel. 045.8352317

e-mail:

redazione@corriereortofrutticolo.it

**Editore**

Gemma Editco Srl

**Coordinatore editoriale**

Antonio Felice

**Comitato di indirizzo**

Duccio Caccioni, Antonio Felice,

Lorenzo Frassoldati,

Corrado Giacomini,

Claudio Scalise (coordinatore)

**Sede legale e amministrativa:**

via Fiordiligi, 6

37135 Verona

E-mail:

redazione@corriereortofrutticolo.it

P.IVA 01963490238

**Fotocomposizione e stampa:**

Eurostampa Srl - via Einstein, 9/C

37100 Verona

Autorizzazione Tribunale di Ver-

ona n. 176 del 12-1-1965

Spedizione in abb. postale

comma 26, art. 2, legge 549/95

**PROTAGONISTI  
 DELL'ORTOFRUTTA  
 ITALIANA**

**Edizione speciale  
 del Corriere Ortofrutticolo  
 gennaio 2020**

Chiusura in redazione il 22.01.2020



Associato all'Unione Stampa  
 Periodica Italiana



**S O M M A R I O**

**EDITORIALE**

Protagonisti dell'Ortofrutta Italiana 3

Riflettori su Genova 7

L'albo d'oro 2012-2018 8

I Protagonisti 2019  
 e le loro aziende 9

**Protagonisti 2012** 17  
 Aziende in primo piano 22

**Protagonisti 2013** 27  
 Aziende in primo piano 32

**Protagonisti 2014** 43  
 Aziende in primo piano 48

**Protagonisti 2015** 57  
 Aziende in primo piano 62

**Protagonisti 2016** 73  
 Aziende in primo piano 78

**Protagonisti 2017** 83  
 Aziende in primo piano 88

**Protagonisti 2018** 99  
 Aziende in primo piano 103

5

**GLI INSERZIONISTI**

Agrinsieme  
 Alegra  
 Apofruit  
 Armonia  
 Bper Banca  
 Besana  
 Brio  
 Campidanese  
 Cio Serenestar  
 Colledoro  
 Conip  
 Coop Sole  
 Costieragrami

Fonteverde  
 Giuliano  
 Gullino  
 Italia Ortofrutta  
 La Costiera  
 Lapietra  
 Macfrut  
 Mazzoni  
 Melinda  
 Minguzzi  
 Nadalini  
 New Factor  
 Oranfrizer

Ortoromi  
 Pentaplast  
 Pink Lady  
 Rivoira  
 Romagnoli  
 Rosaria  
 San Lidano  
 Secondulfo  
 SGM  
 Sorrento Logistica  
 Unitec  
 Valfrutta Fresco

# BPER:

Banca

**Diamo valore  
al tuo domani,  
insieme.**

**Soluzioni per coltivare  
i tuoi progetti.**

**Vogliamo essere ancora più attenti al  
territorio. Per questo abbiamo pensato  
a un pacchetto di prodotti e servizi che  
affiancano l'imprenditore agricolo nella  
propria attività.**

**Vicina.  
Oltre le  
attese.**

# Riflettori puntati su Genova



Riflettori su Genova e su due location straordinarie di questa antica città che è stata regina dei mari e che ancora oggi ospita il maggior porto italiano: la Sala del Maggior Consiglio di Palazzo Ducale e la Sala delle Grida della Borsa Merci. La prima, per unanime decisione della redazione del Corriere Ortofrutticolo e dei partner, è stata scelta quale sede della premiazione dei 10 Protagonisti dell'Ortofrutta Italiana 2019, della cena di gala e dell'elezione e proclamazione dell'Oscar dell'Ortofrutta Italiana 2020, la seconda quale sede del momento seminariale - quest'anno una tavola rotonda - che precede le premiazioni. Due location che rappresentano come nessun'altra il cuore di Genova e che sono state scelte grazie anche ai consigli del partner territoriale di Protagonisti 2020, la Società di Gestione del Mercato di Genova-Bolzaneto.

La serata ha assunto un tono di anno in anno esclusivo e magico. La premiazione è molto seguita, con ricadute di prestigio e mediatiche non secondarie per le aziende Protagoniste. E poi c'è l'Oscar. Una speciale commissione, com-

*La Sala delle Grida della Borsa Merci e la Sala del Maggior Consiglio di Palazzo Ducale, simbolo dell'antica Repubblica Marinara, sedi del dibattito e delle premiazioni di Protagonisti 2020*

posta dai vertici degli organismi che sono i partner dell'evento, ovvero Fruitimprese, CSO Italy, Italia Ortofrutta Unione Nazionale, Italmercati, Fedagromercati e Confagricoltura, sceglie tra i 10 Protagonisti dell'anno precedente la terna sulla quale viene eletto, con il voto di tutte le aziende presenti alla serata, circa 200 (un solo voto per azienda), con scrutinio e proclamazione pubblici, l'Oscar dell'Ortofrutta Italiana dell'anno appena cominciato.

Dopo avere valutato varie proposte ed analizzato i temi emersi in quest'ultimo periodo nel settore ortofrutticolo italiano, è stato scelto come titolo della tavola rotonda di Genova: "Recuperare sul mercato interno, lanciarsi su nuovi mercati: la doppia sfida dell'ortofrutta italiana". Introduce il dibattito, con una analisi del mercato interno ed estero, Claudio Scalise, direttore della società SG Marketing di Bologna. Intervengono Marco

Salvi, presidente di FruitImprese, Gennaro Velardo, presidente di Italia Ortofrutta Unione Nazionale, Fabio Massimo Pallottini, presidente di Italmercati, Gianmarco Guernelli, responsabile ortofrutta Italia di Conad, Albano Bergami, referente nazionale ortofrutta di Confagricoltura e Patrizio Neri, presidente di Jingold. Le conclusioni sono affidate a Corrado Giacomini, economista agrario dell'Università di Parma. Moderatore Lorenzo Frassoldati, direttore del Corriere Ortofrutticolo. Il dibattito è preceduto dal benvenuto di Giovanni Vassallo, presidente di SGM, e da un saluto di Stefano Mai, assessore all'Agricoltura della Regione Liguria. Nel corso della serata, così come già avvenuto a gennaio 2019 a Genova, vengono assegnati anche il premio Danila Bragantini riservato alle Donne dell'Ortofrutta, e il premio BPER Banca per l'innovazione e la sostenibilità in ortofrutta.

## L'ALBO D'ORO 2012-2018

### Protagonisti 2012

Dino Abbascià  
Cesare Bellò  
Pietro Paolo Ciardiello  
Claudio Gamberini  
Renato Iseppi  
Giovanni Olivieri  
Raffaella Orsero  
Aurelio Pannitteri  
Renzo Piraccini  
Marco Salvi  
Andrea Segré

### Premio Ortofrutta d'Italia

**Oscar della Frutta 2013**  
Pietro Paolo Ciardiello

### Protagonisti 2013

Angelo Benedetti  
Pino Calcagni  
Gerhard Dichgans  
Luigi Mazzoni  
Luigi Mion  
Francesca Nadalini  
Francesco Nicodemo  
Michelangelo Rivoira  
Luciano Torreggiani  
Nicola Zanotelli

### Premio Ortofrutta d'Italia

**Oscar della Frutta 2014**  
Angelo Benedetti

### Protagonisti 2014

Monica Artosi  
Luca Battaglio  
Ettore Cagna  
Raffaella Di Donna  
Luciano Di Pastina  
Marco Eleuteri  
Luca Granata  
Ottavio Guala

Stefano Soli  
Raffaele Spreafico  
Josef Wielander

### Premio Ortofrutta d'Italia

**Oscar della Frutta 2015**  
Il sistema delle mele del  
Trentino e dell'Alto Adige

### Protagonisti 2015

Nello Alba  
Domenico Basile  
Pietro Calabrese  
Giuliano Canella  
Bruno Francescon  
Tom Fusato  
Nicola Giuliano  
Franco Mattozzi  
Giancarlo Minguzzi  
Augusto G. Pianesani  
Christian Pohl

### Premio Ortofrutta d'Italia

**Oscar della Frutta 2016**  
- per la produzione  
Nello Alba  
- per la filiera  
Giuliano Canella

### Premio Corriere

**Ortofrutticolo**  
**Oscar della Frutta 2016**  
Nicola Giuliano

### Protagonisti 2016

Ilenio Bastoni  
Simone Bernardi  
Salvatore Bua  
Giuseppe Calabrese  
Antonio Giaccio  
Salvatore Giardina  
Guido Grimaldi

Riccardo Martini  
Salvatore Novello  
Fabio Massimo Pallottini  
Giulio Romagnoli

### Premio Ortofrutta d'Italia

**Oscar dell'Ortofrutta 2017**  
Ilenio Bastoni

### Protagonisti 2017

Giancarlo Boscolo  
Claudio Coli  
Isabella Della Ragione  
Carlo De Riso  
Ernesto Fornari  
Paolo Gerevini  
Carola e Giovanni Gullino  
Enzo e Lino Lapietra  
Aurelio Pallavicino  
Salvatore Secondufo  
Simone Zerbinati

### Oscar dell'Ortofrutta Italiana 2018

Salvatore Secondufo

### Protagonisti 2018

Alessandro Annibali  
Carmelo Cappello  
Annabella Donnarumma  
Walter Guerra  
Salvatore Lotta  
Fabio Palo  
Remo Paterno  
Rocco Patrì  
Elio Pelosin e soci  
Domenico Sacchetto

### Oscar dell'Ortofrutta Italiana 2019

Annabella Donnarumma

# 2019 PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

## Marco Biasin

FruttaWeb / Emilia Romagna



Marco Biasin ha 27 anni e per cinque è stato impegnato nel lancio e nello sviluppo dell'attività di vendita di ortofrutta online attraverso la start up innovativa Fruttaweb. E' stato il Protagonista di aprile 2019. Ecco in sintesi cosa abbiamo scritto su di lui e Fruttaweb.

Biasin è bolognese, si è laureato in Economia e International Management all'Università di Bologna. Dopo aver fatto esperienze professionali all'estero, da Dubai alla californiana Silicon Valley passando dall'Irlanda e New York è stato il direttore operativo di Fruttaweb, realtà che ha fondato cinque anni fa. Figlio d'arte, il padre è titolare di una azienda di produzione e commercializzazione di ortofrutta da oltre 40 anni, Marco Biasin ha saputo fare della propria passione per il digitale un'attività reale e profittevole. "Il core business di Fruttaweb è la vendita online di ortofrutta fresca; la nostra mission - sottolinea - è cambiare la percezione dell'ortofrutta nella mente del consumatore, elevandola da commodity a prodotto premium".

Fruttaweb nasce nel 2014 come start up innovativa, una particolare forma di impresa prevista dall'ordinamento italiano, concepita come strumento volto a favorire l'occupazione giovanile e semplificare l'accesso agli strumenti finanziari per le imprese giovani che puntano all'innovazione. In qualità di start up Fruttaweb ha percorso tutte le fasi previste di validazione del mercato e di condivisione del progetto con fondi e acceleratori per raccogliere del capitale da poter investire all'interno della società. Proprio grazie all'interesse di un acceleratore estero il team Fruttaweb ha vissuto un semestre di trasferta slovena, a

Lubiana, per studiare ulteriormente il progetto, cercando nuove soluzioni di crescita sempre più 'forte e sana'. Dopo l'esperienza slovena, la start up ha raggiunto un altro traguardo riuscendo a ottenere un finanziamento dal più grande fondo di investimento nazionale 'Italian Angel for Growth'. Nel 2018 ha fatturato 1,2 milioni di euro di fatturato, facendo registrare un parco clienti di circa 40 mila persone da tutta Italia, per uno scontrino medio intorno ai 40 euro. Fruttaweb è stato il primo servizio nazionale per la consegna di ortofrutta a domicilio. Da gennaio 2020, dopo una fase di avvicinamento da parte del gruppo cooperativo di Cesena, Fruttaweb è stata completamente assorbita da Apofruit.

La proposta di oltre 1.000 prodotti in assortimento e l'elevata qualità sono stati nel 2018 e nel 2019 gli elementi di differenziazione del business, valorizzati attraverso una comunicazione efficace e mirata. "Il nostro posizionamento - ha spiegato Biasin - viene definito dall'ampiezza e dalla profondità dell'offerta, dagli elevatissimi standard qualitativi e dai contenuti. Questi ultimi sono necessari per valorizzare il servizio e, in particolare, per abbattere lo scetticismo che tutt'oggi persiste nell'acquisto online di ortofrutta".

Biasin ha messo in moto diverse linee di business. La concorrenza di alcune insegne della GDO, particolarmente impegnate nelle consegne a domicilio, ha imposto una revisione del progetto. Ciò non toglie che l'esperienza di Biasin non solo è stata preziosa perché ha tracciato una nuova strada per il settore ma ancora lo sarà per il futuro di Fruttaweb.

## Giovanni Calvini

Madi Ventura / Liguria

L'attività dei Calvini ha le sue origini nella cultura mercantile genovese che gravitava intorno ai magazzini di Sotto Ripa, il luogo di Genova storicamente deputato al commercio, e dal 1936 si lega al nome, che diventerà il loro marchio, di Ventura. In quell'anno, infatti, Giovanni Calvini rileva, insieme a due soci, da un tale Attilio Ventura una licenza per l'import-export di frutta e di frutta secca. Dall'inizio degli Anni Sessanta l'attività, che sempre più si era specializzata nell'importazione, selezione e distribuzione di frutta secca, è portata avanti dai Calvini, in particolare da Adriano Calvini, figlio di Giovanni, che ha ereditato l'azienda a 21 anni e che oggi, ottantenne, è il presi-



dente di Madi Ventura SpA. In un grande magazzino a Fiumara si importava frutta secca da tutto il mondo: uva sultanina dalla Turchia, prugne secche dalla California, datteri dalla Tunisia, prodotti che venivano lavorati e poi distribuiti ai grossisti dei più grandi mercati ortofrutticoli italiani, in particolare a Milano e Roma. Negli Anni Settanta e Ottanta l'attività prende l'onda dell'esplosione della GDO italiana, adeguandosi alle nuove esigenze e crescendo notevolmente. Ma è con un grossista milanese, Madi, che dopo anni di reciproca conoscenza, l'attività dei Calvini si fonde dando vita nel 2000 alla Madi Ventura, di cui un altro Calvini, nostro Protagonista di maggio, Giovanni junior, quarto figlio di Adriano, diventa l'amministratore delegato. La fusione avviene tra due società già leader nel mercato italiano della frutta secca e dà origine a una realtà che nel 2018 ha espresso un fatturato di 121 milioni di euro, ha uno stabilimento produttivo a Chieve, in provincia di Cremona, di 13 mila metriquadri, conta su 70 dipendenti, gestisce i marchi Ventura, Ja, Calbest e Sunsweet, vende per l'85% alla GDO, il 12% ai mercati ortofrutticoli e il 3% all'estero.

Abbiamo incontrato Adriano e Giovanni Calvini nei loro uffici di Genova. E abbiamo chiesto: su quali elementi poggia l'attività di Madi Ventura?

“Innanzitutto la forte specializzazione. Non si diventa leader di mercato per caso in un settore come quello della frutta secca in cui sono necessarie oggi una conoscenza rigorosa delle esigenze dei consumatori e dei prodotti, la capacità di scegliere le materie prime migliori nei Paesi d'origine, una cura speciale in ogni fase della produzione ed una distribuzione capillare con marchi di assoluta notorietà. Dietro a tutto ciò abbiamo sempre perseguito la qualità e l'affidabilità, la qualità dei prodotti, l'affidabilità dell'azienda. Su questi due punti non si sono fatti compromessi di nessun genere e si sono costruite relazioni di lungo termine con i clienti e i fornitori. Siamo stati coerenti nel perseguire la qualità dei nostri prodotti ma ancora prima nel tener fede ad alcuni valori intangibili”.

A che cosa è dovuta la vostra più recente fase di crescita?

“Negli ultimi anni siamo saliti sull'onda dei mix di frutta secca, lanciando sul mercato prodotti leader di

categoria. Abbiamo prestato la massima attenzione ad ogni componente del mix, coprendo tutta la gamma degli snack. Siamo presenti in questo segmento, che è cresciuto tantissimo con l'inserimento nelle avanguardie dei supermercati, con oltre 50 articoli diversi”.

La fusione con Madi dura da 20 anni esatti. Un matrimonio tra Genova e Milano che evidentemente funziona e fa di Madi Ventura un leader di mercato.

## Gianmarco Guernelli

### Conad / Emilia Romagna



Gianmarco Guernelli, bolognese, 51 anni, è il responsabile acquisti ortofrutta di Conad dal 1° luglio 2015, ma è in Conad da una vita, esattamente dal 1989 quando, ancora studente universitario, fu assunto come junior buyer. Dal 1992 al 2000 si è occupato di controllo qualità nel settore dei vegetali e, dal 2000 a oggi, ha seguito gli acquisti ortofrutta prima come category manager e poi come buyer. L'attività di ispettore incaricato di controllare la qualità delle produzioni anche dei fornitori esteri di Conad, gli ha permesso negli Anni Novanta, di toccare con mano il settore ortofrutticolo a livello internazionale, con missioni in America Latina (Argentina, Cile, Colombia, Perù, Costa Rica), in Africa (Ghana, Costa d'Avorio, Marocco, Tunisia), Medio Oriente (Turchia, Israele), oltre che nei Paesi europei, dalla Grecia alla Spagna, così come in Olanda e Belgio. Un arricchimento professionale notevole, utile anche a capire meglio la situazione italiana avendo dei termini di paragone internazionali. Dice: “Conad ha investito su di me molto facendomi fare numerosi corsi di formazione, e per questo, insieme al mio gruppo di lavoro, ho potuto avviare iniziative innovative. Sui controlli di qualità, ad esempio, siamo partiti dai disciplinari regionali dell'Emilia Romagna e abbiamo impostato un sistema che ha fatto scuola nella distribuzione, convincendo i fornitori a dotarsi di strutture tecniche adeguate e organizzando a valle, nelle nostre centrali di acquisto, un efficiente centro di controllo”.

“Il passaggio nel 2000 al settore commerciale - ricorda Guernelli -, come category manager, ha comporta-

to sfide altrettanto interessanti come lo sviluppo dei prodotti a marchio, l'avvio del progetto Sapori e Dintorni, ma soprattutto la responsabilità di acquistare prodotti diversi e importanti, prima gli ortaggi, poi la frutta, con una specializzazione dal 2010 al 2014 sulla frutta estiva, le mele, le pere, meloni e cocomeri, kiwi, cachi, castagne e altro ancora".

Con questo bagaglio alle spalle, Gianmarco Guernelli si può oggi ritenere, per l'ortofrutta, uno dei più completi e preparati manager italiani del settore distributivo. Il suo impegno continua. Le sfide non terminano mai, a partire da quella cominciata nel 2019 con l'assorbimento di Auchan Italia: l'integrazione della nuova rete di vendita.

Dice Guernelli: "Abbiamo tutti i presupposti per produrre eccellenze, lavorando sul sapore e sugli aspetti della qualità intrinseca, ma siamo i numeri uno nel farci del male soprattutto per mancanza di coerenza. L'Italia è a un bivio. O il sistema si riorganizza e riparte puntando appunto sulle sue eccellenze oppure sarà declino. Abbiamo perso e stiamo perdendo mercati esteri perché Spagna, Grecia, Polonia e i Paesi emergenti a cui abbiamo ceduto i nostri know-how sono più competitivi. Non abbiamo sempre esportato il meglio. Ma gli operatori, le imprese non hanno avuto dallo Stato ciò di cui hanno bisogno. Dobbiamo dircelo: lo Stato non incentiva la produzione e non incentiva l'export; i costi della produzione sono troppo elevati, il 40% sono tasse. Essere competitivi in un contesto così è difficile. Ce la possiamo fare solo se si premia chi rispetta le regole e ci diamo un coordinamento nazionale delle produzioni, ma anche se lo Stato agevola la produzione intervenendo sui costi fissi".

## Lauro Guidi

Agribologna / Emilia Romagna



Con un fatturato di circa 230 milioni di euro, Agribologna è una cooperativa di produttori specializzati in ortofrutta fresca che associa oltre 140 produttori. Superare la soglia dei 200 milioni significa essere tra i big assoluti del settore a livello nazionale. Le performance aziendali di Agribologna hanno registrato un miglioramento del 16% nel corso dell'ultimo triennio,

percentuale che si avvicina al 50% se si considerano gli ultimi dieci anni.

"In virtù del network creato e dei servizi implementati, Agribologna può vantare una situazione tale da riuscire a crescere costantemente. Sebbene tale valore venga in parte trasferito ai soci conferitori, la situazione in campagna è tuttavia ben diversa". Lo afferma Lauro Guidi, presidente della cooperativa bolognese, precisando: "Sono molteplici le minacce che mettono a rischio il comparto agricolo e in particolare la produzione ortofrutticola. Tra le principali la bassissima marginalità netta del settore, la competizione sui mercati esteri e domestico, il cambiamento climatico e tutte le conseguenze ad esso associate". Viene dalla campagna Guidi. Non gli interessa tanto illustrare i successi raggiunti, preferisce approfondire le condizioni della produzione, che lo preoccupano e hanno maturato in lui un'analisi attenta.

Sessantaseienne, originario dell'Alto Bolognese, Lauro Guidi ha iniziato a lavorare fin dall'età di 14 anni come agricoltore nell'azienda agricola di famiglia ad Altedo. Nel 1996, a 43 anni, spinto da un ambizioso desiderio di mettersi in gioco, ha intrapreso la carriera in Cooperativa affrontando un lungo percorso di formazione e crescita con grande umiltà e passione. In pensione dal 2015 è rimasto al servizio dell'azienda con l'incarico di presidente della capogruppo oltre che con deleghe in società controllate. Fedele al suo carattere pragmatico e in coerenza con i valori etici e morali che lo hanno sempre accompagnato, Guidi ha già annunciato di voler lasciare la presidenza a fine mandato, il secondo, in scadenza nel giugno 2021.

Divenuta nel 2006 Consorzio di primo grado, Agribologna è ad oggi una realtà di primo piano. Conta su otto sedi operative dirette, 240 dipendenti diretti e 140 imprese socie tra Emilia-Romagna, Veneto, Lombardia, Lazio, Sicilia e Calabria. Il Gruppo Agribologna controlla al 91% la società Conor, primo operatore italiano nei servizi alla ristorazione, che a sua volta controlla con capitale di maggioranza altre 3 società operanti nello stesso settore: Conor Veneto, Conor Toscana e Conor Milano.

## Patrizio Neri

Jingold / Emilia Romagna

La storia dell'incontro tra la Romagna e il kiwi giallo cinese Jintao, e il successivo sviluppo della varietà in Italia, è una pagina curiosa e bella della frutticoltura italiana, testimonianza del coraggio, della lungimiranza che l'imprenditoria nazionale di settore è in grado di esprimere sfidando un contesto globalizzato e competitivo. Da questo incontro cino-romagnolo e dai suoi sviluppi origina poi l'innovativo kiwi a polpa rossa Oriental Red che per la prima volta ha portato un'azienda italiana, la Jingold Spa di Cesena, a vince-



re a Berlino nel febbraio 2019 il prestigioso Innovation Award di Fruit Logistica di fronte a concorrenti di tutto il mondo.

Dietro a questo successo c'è un gruppo di uomini coordinato da un romagnolo di 63 anni nato e cresciuto nel settore: Patrizio Neri. Ha cominciato a lavorare nel 1977 nel magazzino di ortofrutta di Cesena del padre, Umberto. Tutta la famiglia, la sorella Stefania, i fratelli Mauro e Maurizio, era impegnata nell'azienda. "Ho dovuto imparare presto - ricorda - quanto sia importante l'attenzione alle evoluzioni del mercato. Le cose sembra che non cambino, invece tutto cambia. E noi dovevamo offrire ai produttori tutte le opportunità che il mercato poteva presentarci. Rispetto all'impresa familiare, non abbiamo avuto pertanto difficoltà a fare un passo indietro per lavorare meglio e crescere cogliendo le opportunità dell'OCM insieme ai nostri partner. E' nato così nell'anno 2000 Il Frutteto SpA Consortile che oggi conta 200 soci produttori in tutta Italia e ha avuto un forte sviluppo con la crescita del progetto del kiwi giallo, di cui è uno dei maggiori produttori".

Il Frutteto lavora tutto l'anno grazie alla frutta estiva (albicocche, fragole, pesche principalmente) e appunto al kiwi. Presidente del Frutteto è Mauro Neri, mentre Patrizio ha assunto la presidenza di Jingold SpA di cui Il Frutteto è uno dei cinque soci con Agrintesa, La Buona Frutta, Perugini Frutta e Alfrut.

Tutti e 5 i soci hanno quote uguali, quindi posseggono il 20% di Jingold SpA e tutti sono rappresentati nel consiglio di amministrazione. In Jingold - la sede è in via Filippo Turati a Cesena - affiancano il presidente Patrizio Neri, il vicepresidente Cristian Moretti di Agrintesa, il direttore generale Alessandro Fornari e tutto il team di Jingold costituito da professionisti agronomi, tecnologi alimentari, esperti di economia e marketing che insieme gestiscono questo frutto dal vivaio alla tavola. Jingold vende in mezzo mondo, compresa la Cina, patria del kiwi, dove si confronta con tutti i maggiori player mondiali.

"Il kiwi - sottolinea Neri - è una grande risorsa per le aziende frutticole italiane perché è quello che permette loro, sostituendosi d'inverno alla frutta estiva, di lavorare dodici mesi all'anno, tutti i giorni. Dunque

non è solo una risorsa in termini di sviluppo ma è strategico e, per questo, dobbiamo evitare il rischio che la coltura declini, gestendola al meglio ed evitando l'eccessiva frammentazione dell'offerta e le raccolte precoci".

## Attilio Pagni

ABC / Lazio



ABC è l'acronimo di Azienda Banane Coloniali. L'azienda infatti è nata nel 1925 come società di importazione e maturazione di banane. Si è sviluppata durante il boom economico degli anni '60 e '70 con la creazione di uno stabilimento, allora considerato futuristico, di circa 10 mila metri quadrati all'interno del GRA nel quartiere della Magliana non lontano dai vecchi Mercati Generali di Roma.

La famiglia Pagni è all'origine di questa azienda e la continua a gestire. I Pagni sono originari di Altopascio, un paese dell'alta Toscana, nel secolo scorso terra di importatori e di maturatori di banane. Dalla gestione lungimirante del fondatore Cherubino Pagni ad oggi molte cose sono cambiate ma la famiglia è sempre rimasta legata ad un approccio del mercato che guarda in avanti. La gestione commerciale oggi è portata avanti sotto la guida dei cugini Attilio, nostro Protagonista di ottobre 2019, e Cherubino Francesco Pagni.

ABC SpA oggi è sicuramente un'azienda leader tra gli importatori di ortofrutta in Italia e anche uno dei maggiori operatori grossisti del CAR di Roma grazie ai suoi quattro posteggi. Commercializza banane e frutta esotica in Italia sia attraverso il canale tradizionale che attraverso la GDO che oggi ha conquistato il 50% del suo fatturato di oltre 50 milioni di euro. Con il responsabile commerciale Attilio Pagni, l'azienda sta passando ad una gestione manageriale.

Dopo essersi affermata come uno dei principali distributori ortofrutticoli del Centro Italia, arrivando a movimentare circa 1,5 milioni di cartoni di banane e altre varietà di frutta esotica oltre ad agrumi, pere e meloni d'Oltremare, con una forte presenza anche nel

Sud, la ABC punta a rafforzare il business nel Nord della Penisola e, in prospettiva, nell'Europa Centro-Settentrionale.

Attilio Pagni, trentenne, laurea in Economia, ha fatto la gavetta in azienda prima di raggiungere una posizione apicale. Seguendo i consigli del nonno e del padre, suoi maestri di vita e di lavoro, ha sviluppato il canale distributivo della GDO, senza però tralasciare la clientela del mercato tradizionale. Alla fine degli anni Novanta erano arrivate ad essere sette (Roma, Fondi, Rimini, Bologna, Verona, Cagliari, Milano) le basi operative nei più importanti Mercati d'Italia, negli anni successivi queste sono state ridotte alle due attuali (Roma e Fondi). Con il nuovo piano industriale, Attilio Pagni è impegnato in prima persona a porre le basi per l'apertura di nuovi posteggi e di un secondo stabilimento nel Nord d'Italia per la maturazione delle banane, lo stoccaggio e il confezionamento dell'ortofrutta, che si aggiungerà a quello storico di Roma. Il piano di espansione prevede anche la diversificazione dell'attività con un approccio inedito al mondo produttivo, tramite la partecipazione ad un progetto di vertical farming, e una strategia per il mondo digitale. Un approccio diversificato al futuro, un esempio per il mondo dell'ingrosso.

## Marco e Gualtiero Rivoira

### Gruppo Rivoira / Piemonte



Fuori una provincia periferica, tagliata fuori dalla grande viabilità, con il casello autostradale di Asti a 82 chilometri; dentro una realtà da Silicon Valley. Il magazzino di Falicetto di Verzuolo della Rivoira Giovanni e Figli SpA, con una capacità produttiva 'spaventosa', qualcosa come 35 e più tonnellate l'ora e 60 mila tonnellate l'anno, ha pochi eguali al mondo per le tecnologie adottate nella lavorazione dell'ortofrutta. E non è l'unica sorpresa che si incontra in questo angolo di Piemonte di antica tradizione ortofrutticola. I Rivoira non perdono un colpo: tre generazioni, tre storie di crescita e di successi, sostenuti dalla tenacia dei piemontesi ma soprattutto da uno straordinario spirito di iniziativa. Dal nonno Giovanni, il fon-

datore, ai figli Michelangelo, 77 anni, e Pietro, 76, ai nipoti Marco, figlio di Pietro, e Gualtiero, figlio di Michelangelo, insieme nostri Protagonisti di febbraio 2019, i Rivoira hanno sempre fatto crescere l'azienda e articolato il loro business avendo come riferimento l'innovazione e come scenario il mondo. Va detto anche che non ci tengono a farlo sapere.

I cugini Marco, 45 anni, e Gualtiero Rivoira, 50, forti dell'esempio che hanno ricevuto e del confronto continuo con i genitori, hanno dato una spinta notevole al Gruppo Rivoira, attenti al core-business ma anche a sviluppi in nuovi settori di attività e, particolare non secondario, hanno una visione comune, vanno d'accordo.

Il fiore all'occhiello nel core business delle mele è la varietà Ambrosia. Ma hanno un progetto che esce dagli schemi, che vuole aprire una pagina nuova nel mercato delle mele: "Il mercato - raccontano - si può dividere in tre grandi ambiti per ciò che veramente conta, il gusto. Abbiamo mele acide come Granny, mele bilanciate come Kanzi, mele sub-acide, che sono la nostra scelta, che sono qualcosa come il 50% di quello che la gente vuole comperare. Abbiamo acquistato i diritti per tutto il mondo di tre varietà brasiliane con le medesime caratteristiche: extra-sweet con polpa light, croccante, succosa, rinfrescante. Sviluppiamo il progetto e il brand con tutti i nostri partner e abbiamo incassato le prime manifestazioni di concreto interesse. Le varietà si distinguono per epoca di raccolta, e questo è un vantaggio per il produttore, che può decidere quando produrre. Siamo partiti individuando una prima varietà, che ci ha coinvolto perché molto affine ad Ambrosia ma più facile a livello produttivo e con una colorazione più importante. Poi abbiamo individuato le due varietà sorelle".

Operano a livello globale. Un gruppo impegnato sul mercato globale delle mele quali caratteristiche deve avere? "Deve essere duttile - rispondono -. I mercati cambiano ogni anno. Siamo ormai storicamente forti in Europa e Medio Oriente. Ma non basta. Tre anni fa siamo entrati per la prima volta in Brasile con 600 container. Guardiamo al Far East, non trascuriamo l'India nonostante sia un mercato particolare. Ma soprattutto abbiamo bisogno della Cina. Le mele che i cinesi producono non basteranno. Dobbiamo esserci".

Quella della Rivoira è storia imprenditoriale che inizia nel primo dopoguerra grazie all'intraprendenza di Giovanni Rivoira, un pioniere dell'innovazione in agricoltura che diventò ben presto imprenditore nel settore della frutta. Nel 1950 Giovanni, con i fratelli Andrea e Michele, fondò l'azienda omonima e diede inizio alla produzione di mele e pesche ed alla distribuzione della merce sui mercati del Nord Italia. Il primo frigorifero venne costruito nel 1950 a Falicetto, nel Comune di Verzuolo, e rappresentò, con la sua capacità frigorifera di 3.000 quintali, un'importante in-

novazione, soprattutto per la provincia di Cuneo. L'anno seguente furono esportati i primi quantitativi di mele e pesche in Francia, Germania e Algeria. Nel 1960 Giovanni con i figli Michelangelo e Pietro, costruì un impianto frigorifero della capacità di 11 mila quintali. I grandi quantitativi di frutta esportati portarono presto la Rivoira Giovanni & Figli SpA a livelli di prim'ordine nel comparto delle esportazioni d'oltremare. La Rivoira fu tra le prime aziende ad avere rapporti commerciali e ad esportare in Arabia Saudita ed in Libia. Nel 2013 la società si è dotata di un impianto di frigoconservazione di ultima generazione della capacità di 10 mila tonnellate e attualmente dispone di 56 celle frigo con una capacità di stivaggio complessiva di oltre 50 mila tonnellate in atmosfera controllata.

L'attuale impianto è dislocato su tre livelli: al piano seminterrato si svolge la fase di pre-calibratura gestita da 4 carrelli automatici in radio frequenza con due macchine calibratrici in grado di lavorare 35 tonnellate di mele ogni ora, al piano terra la fase di lavorazione con 18 linee automatizzate e capacità di imballo di 150 autotreni a settimana mentre al primo piano si svolge la fase di costruzione e distribuzione automatica degli imballi. Ad oggi vengono complessivamente lavorate 57.000 tonnellate ma l'obiettivo di breve-medio termine è arrivare ad un potenziale di oltre 70.000 tonnellate.

14

## Salvatore e Carmelo Scarcella

### OP CAI / Sicilia



Sono stati tra i primi a produrre in Sicilia limoni biologici e sono oggi tra i big player di questa categoria a livello italiano. Parliamo della OP CAI (Cooperativa Agricoltori Ionici) di Furci Siculo in provincia di Messina, gestita dalla famiglia Scarcella. La produzione è intorno alle 18 mila tonnellate di agrumi, per i due terzi limoni e per un terzo arance. Il bio rappresenta il 70% del totale e, in particolare, il 100% per quanto riguarda le arance (circa 6 mila tonnellate). La fami-

glia Scarcella ha una produzione propria intorno alle 2.000 tonnellate (interamente certificata bio), tutto il rimanente proviene da 271 conferitori che producono su 1130 ettari lungo il litorale ionico della Sicilia.

CAI è in crescita, grazie al bio e alle ottime relazioni avviate con la grande distribuzione italiana ed europea, ininterrottamente dal 2004, che è stato l'anno della svolta, l'anno della prima presenza a Fruit Logistica, delle primissime esportazioni, l'anno che ha posto le basi dello sviluppo di oggi. Il fatturato 2019 supera i 22 milioni e mezzo di euro, cresce dal 10 al 25% ogni anno dal 2008, e per il 2020 è previsto il raddoppio del magazzino di lavorazione di Furci per rispondere alle crescenti richieste del mercato.

I fratelli Carmelo e Salvatore Scarcella, nostri Protagonisti di dicembre 2019, i veri 'motori' della CAI (Salvatore è il presidente della OP) benedicono il giorno in cui hanno deciso di scommettere sul biologico, che oggi rappresenta appunto i due terzi della produzione di limoni e il 100% di quella delle arance. L'obiettivo dei fratelli Scarcella è anche quello di allargare la base dei terreni di proprietà, a gestione diretta, nelle zone più vocate, in particolare in provincia di Siracusa.

“In effetti - raccontano Carmelo e Salvatore Scarcella - l'aver scommesso sul biologico ha rappresentato la svolta per la nostra attività. Occuparci di agrumi e di limoni in particolare è nel nostro DNA perché discendiamo da un nonno, da un padre e da uno zio che sono vissuti esclusivamente del commercio e della produzione di limoni, ma è stato il biologico a cambiarci la vita, a farci entrare in una nuova dimensione. Abbiamo realizzato la primissima linea bio nel 2001 ma è nel 2004 che il bio, certificato da Bio Agricert, è diventato definitivamente la nostra scelta. Fino ad allora la CAI, che si era costituita nel 1987, lavorava vendendo limoni convenzionali nei mercati all'ingrosso di mezza Italia, Fondi in particolare ma anche Torino, Milano, Bologna, Firenze, Verona con qualche timida apertura con i supermercati. Dal 2004 è cambiato tutto. In Germania in particolare siamo passati rapidamente da pochi clienti a rifornire le principali catene della distribuzione”.

E' stata una svolta non casuale, ma preparata. I fratelli Scarcella si sono guardati attorno. Carmelo nel 2003 è in Argentina per conoscere la realtà del Paese primo produttore ed esportatore di limoni al mondo. Seguiranno altri viaggi, in Sudafrica per esempio, per verificare la possibilità di avere dei partner internazionali nella produzione biologica.

Ma come vedono il futuro i fratelli Scarcella? Carmelo: “Non ci spaventa. Sappiamo di poter contare sulla qualità del nostro prodotto, di essere in un'area ideale, tra monti e mare, per fare qualità. Sul piano organolettico i nostri limoni non temono confronti. Nella competizione con gli altri Paesi mediterranei e con la Spagna in primo luogo ci sentiamo sicuri perché ab-

biamo la consapevolezza di una maggiore salubrità delle nostre produzioni bio e abbiamo fiducia nel consumatore, che sappia valutare e distinguere il prodotto più sano".

## Francesco Tardera

### Consorzio Ioppì / Sicilia



Ha appena tre anni di vita la società consortile Ioppì di Vittoria, in provincia di Ragusa, ma sono stati più che sufficienti a farla diventare la prima aggregazione della Sicilia per quanto riguarda il pomodoro e tra le prime cinque per gli altri ortaggi tra cui melanzane, cetrioli, peperoni e zucchine. Prossimo obiettivo: affermare un'identità di mercato per questi prodotti che punti sulla qualità, sulla tracciabilità e sulla sostenibilità.

Il miracolo aggregativo che in soli tre anni ha realizzato Ioppì a Vittoria, che è considerata l'orto invernale dell'Italia, è un passo strategico per l'economia del territorio se si considera che il tessuto agricolo in cui opera è storicamente frammentato e costituito da aziende che difficilmente superano la media podereale di un ettaro.

I marchi tradizionali confluiti nella società consortile Ioppì - ossia Contrade, Green Gold e La Signora Melanzana di Orto Natura - guardano al mercato globale con idee innovative e progetti che nel 2019 hanno aperto nuove frontiere. Come l'avvio dell'export verso gli Emirati e il Sud-Est Asiatico, in particolare Singapore, dove a maggio, proprio a fine campagna, Ioppì è sbarcata per la prima volta con La Signora Melanzana e i pomodori ciliegini made in Vittoria.

"Adesso che abbiamo la massa critica - afferma Francesco Tardera, presidente di Ioppì, nostro Protagonista di agosto 2019 -, dobbiamo capire come affermarci sul mercato per uscire dalla logica dei beni commodity, inevitabile fino ad oggi dal momento che le sementiere vendono le stesse varietà di orticole a tutti i produttori del Mediterraneo. Puntiamo ad uscire dalle logiche del prezzo dove vince sempre il miglior offerente. I buyer devono capire che c'è differenza tra prodotto e prodotto. Sta nel gusto, nella genuinità,

nelle condizioni pedoclimatiche. Non è solo una questione di forma o colore come oggi richiedono le catene. Dietro un prodotto c'è una storia. Qui a Vittoria ne abbiamo molta e vogliamo raccontarla anche aprendo un filo diretto con consumatori".

I territori di produzione aderenti a Ioppì si estendono dalla fascia costiera tra Vittoria e Gela dove si coltivano prevalentemente pomodori per via dell'alta conducibilità di sale del terreno che favorisce lo svilupparsi della dolcezza dei pomodori, fino a Santa Croce, che è tradizionalmente vocata alla coltivazione di melanzane, zucchine, cetrioli e peperoni, per complessivi 260 ettari.

Il Consorzio sta valutando la possibilità di istituire un'IGP per identificare territorialmente le produzioni.

## Rosario Tomasi

### Vittoria Tomatoes / Sicilia



Vittoria Tomatoes, fiore all'occhiello della produzione di pomodoro in provincia di Ragusa, è tra i pionieri in Sicilia per l'uso delle più avanzate tecniche di coltivazione del "tesoro rosso". Dopo avere iniziato, venti anni fa, a produrre nuove varietà di pomodoro, diversificando rispetto a quelle tradizionali siciliane (Rita e Noemi), e a investire nella produzione in serra e fuori suolo, Vittoria Tomatoes ha sviluppato, più di recente, serre hi-tech costituite da blocchi non più grandi di 5mila metri alti fino a 4,2 metri per favorire l'areazione dell'ambiente, applicando sistemi integrati di regolazione della temperatura e reti di ombreggiamento per coltivare anche in inverno prodotti premium.

Tra le ultime tecniche produttive introdotte, l'uso di micorrize contro i funghi terricoli, quello di antagonisti naturali per contrastare i patogeni tipici del pomodoro, come il famigerato lepidottero Tuta Absoluta, l'impiego di erogatori di feromoni per creare confusione sessuale tra i parassiti ed impedirne la proliferazione e l'uso della solarizzazione per sterilizzare il terreno in sostituzione dei tradizionali trattamenti

chimici.

Tutte tecniche messe in campo per permettere di abbattere l'uso di fitofarmaci di sintesi ed arrivare ad un prodotto di prima qualità adatto ai mercati più esigenti come quelli del Nord Europa dove Vittoria Tomatoes realizza il 75% del suo fatturato complessivo di 20 milioni di euro l'anno.

"Il nostro obiettivo - afferma Rosario Tomasi, fondatore e responsabile commerciale dell'OP Vittoria Tomatoes, nostro Protagonista di novembre 2019 - è quello di arrivare a residuo zero o per lo meno avvicinarci. Dal 2018 in un'ottica di diversificazione produttiva e di rotazione dei terreni, abbiamo anche iniziato a testare, nelle nostre serre, la produzione di mini angurie. I risultati che ci hanno dato i primi test sono stati molto soddisfacenti. Prevediamo inoltre la possibilità di iniziare a testare la varietà di melone cantalupo in verticale iniziando con 5.000 metri di produzione".

La varietà di pomodoro con la quale l'OP si è affermata sul mercato europeo, e suo attuale cavallo di battaglia, si chiama Piccolo. Si tratta di un ciliegino dalle elevate caratteristiche organolettiche che è stato sviluppato dalla casa sementiera Gautier a ridosso degli anni Duemila, intorno alla quale si è costituito un club di 20 aziende licenziatarie in tutta Europa, di cui solo tre sono siciliane. Una di queste è appunto Vittoria Tomatoes. L'OP l'ha lanciata sul mercato con il brand Cherry Vittoria, in omaggio alla propria terra di origine che, grazie alle peculiari caratteristiche pedoclimatiche, a cominciare dall'elevata salinità dell'acqua, permette lo sviluppo di un prodotto di qualità premium con un eccellente rapporto acidi-zuccheri e un grado zuccherino della bacca che raggiunge gli 8/9 gradi nei mesi invernali e arriva ai 10 con le produzioni estive.

"Negli ultimi cinque anni - afferma Tomasi - lo scenario del mercato è cambiato drasticamente. Se prima il mercato di export occupava la nostra attività per otto mesi l'anno adesso la finestra commerciale nei principali mercati di sbocco si è drasticamente ridotta perché i mercati del Nord Europa quali, ad esempio, l'Irlanda, il Regno Unito, la Germania, l'Olanda, ma anche la Svizzera e l'Austria riescono, grazie al cambio climatico e all'introduzione di serre hi-tech, per giunta autosufficienti energeticamente, a produrre da soli per un periodo di tempo più lungo che ormai occupa la maggior parte dell'anno con una stagione che arriva anche a otto mesi, da aprile fino a oltre novembre. Nei mesi in cui manca il loro prodotto nazionale sugli scaffali, a cui i singoli Paesi danno la priorità, ed inizia la nostra stagione, dobbiamo confrontarci con il prodotto standard che arriva con volumi massivi inimmaginabili dalla Spagna e, sempre di più dal Nord Africa, soprattutto dal Marocco e dalla Tunisia, Paesi con costi di produzione molto inferiori ai nostri. In pratica, guardando al solo mercato

britannico, se fino a sei anni fa mandavamo fino a 12 bilici alla settimana, adesso non superiamo i tre con un calo del fatturato export che negli ultimi due anni si attesta intorno al 5-7% ad esercizio commerciale. Per questo motivo, grazie alle serre hi-tech, stiamo anticipando i trapianti al mese di agosto, con l'introduzione di reti ombreggianti che riducono l'esposizione solare fino al 30%, abbassando la temperatura in serra anche di cinque gradi, per riuscire ad iniziare a raccogliere quando sui mercati esteri non c'è nessuno. Né il prodotto locale, né quello dei competitor mediterranei".

L'OP è nata nel 2012 dopo avere capitalizzato l'esperienza ventennale nel settore della produzione di pomodoro, in serra e fuori suolo, della famiglia Tomasi che tutt'ora la guida. La storia di questa eccellenza siciliana è il frutto di un'esperienza iniziata trent'anni fa con un'azienda di confezionamento di prodotto per passare ad addentrarsi nella produzione. Si è passati velocemente dalla coltivazione classica sotto serra a quella fuori suolo, sviluppando non solo sistemi produttivi altamente innovativi ma anche iniziando a testare varietà diverse da quelle tradizionali siciliane per rispondere alle richieste dei principali mercati europei. La svolta arriva all'inizio degli anni Duemila grazie all'incontro con il distributore inglese Billè che apre alla famiglia Tomasi il mondo dell'innovazione varietale e quello della distribuzione nelle grandi catene britanniche. "Quello che producevamo - precisa Rosario Tomasi - non era mai sufficiente. I volumi richiesti crescevano di anno in anno. Così siamo stati incoraggiati ad investire in maniera importante sia in serre hi-tech e, grazie alla consulenza di tecnici ultra selezionati del distributore, nell'allora nuova varietà di pomodoro denominata Piccolo che è diventata, poi, il nostro core business e oggi rappresenta la varietà più richiesta dai nostri clienti europei".

Oggi aderiscono all'OP Vittoria Tomatoes 15 aziende, tutte sparse nel territorio della provincia di Ragusa, per complessivi 90 ettari di produzione in serra e fuori suolo con una parte, circa il 20%, sempre in serra ma a terra e legata alle varietà prodotte per la marca del distributore di Carrefour.

Il 75% della produzione di pomodoro di Vittoria Tomatoes, circa 9 milioni di chili l'anno, è destinato all'export ma cresce l'attenzione dell'OP per il mercato nazionale.

# PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

## 2012

**Dino Abbascià**  
**Cesare Bellò**  
**Pietro Paolo Ciardiello**  
**Claudio Gamberini**  
**Renato Iseppi**  
**Giovanni Olivieri**  
**Aurelio Pannitteri**  
**Renzo Piraccini**  
**Marco Salvi**  
**Raffaella Orsero**  
**Andrea Segré**

17



# 2012 PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

## Dino Abbascià FIDA / Lombardia



Le sue non sono mai state frasi di circostanza. “Il senso di appartenenza alla categoria che mi pregio di rappresentare è qualcosa di unico e di emozionante” aveva detto il 4 giugno 2012, appena confermato, all’unanimità e per acclamazione, presidente del sindacato dettaglianti ortofrutticoli di Milano. Lo abbiamo incontrato pochi giorni dopo avendo subito la netta impressione di essere davanti al campione (senza virgolette) dei fruttivendoli italiani. Dino Abbascià, pugliese venuto su con la famiglia a Milano quando era un bambino, era anche stato lo storico presidente nazionale dei dettaglianti della FIDA. Gli avevamo fatto una domanda sul futuro della sua categoria. Questa era stata la sua risposta: “Se non sei specializzato non esisti. E non basta, oggi al cliente devi dare un servizio personalizzato. Quindi, dobbiamo porci oltre la specializzazione. Ogni area geografica, ogni quartiere urbano ha necessità specifiche. La nostra professionalità oggi deve essere trasversale. Dobbiamo offrire di più. Un negozio specializzato deve essere in grado di offrire una quarta gamma su misura, appunto personalizzata. Ognuno può preparare le confezioni di ortaggi pronti più adatte al proprio pubblico”.

Abbascià, l'esuberante maestro del dettaglio specializzato, è morto prematuramente il 13 giugno 2015.

## Cesare Bellò OPO Veneto / Veneto



Laurea in lettere, entomologo, per lunghi anni instancabile direttore dell'OPO Veneto di Zero Branco, Cesare Bellò è stato il creatore del miracolo nazionale e internazionale del Radicchio Rosso di Treviso, in particolare del Tardivo IGP, un prodotto selezionato con attenzione, che nasce dal fango ma è diventato fonte di reddito e di benessere per centinaia di aziende agricole, in particolare nelle province di Treviso e Venezia, e una icona dell'ortofrutta italiana. Competente ma anche grande organizzatore e uomo di relazioni nell'associazionismo nazionale, Cesare Bellò ha guardato a Melinda e ha voluto trasferire quel successo dalla frutta a un ortaggio con un'operazione ben studiata di marketing strategico e c'è riuscito partendo dalle caratteristiche del territorio dove era stato chiamato ad operare.

## Pietro Paolo Ciardiello Coop Sole / Campania



Direttore generale della Cooperativa Sole di Parete, in provincia di Caserta, Pietro Paolo Ciardiello ha promosso sviluppo, aggregazione e qualità nella terra di Gomorra, ridando dignità e prospettive economiche nella legalità a centinaia di imprese agricole e riscattando un ambiente straordinario ma degradato dall'incuria istituzionale e dal malaffare delle cosche. I prodotti di Coop Sole, in particolare fragole e piccoli frutti, ma anche frutta estiva, trovano mercato con successo in Italia e all'estero. Per il suo operato Ciardiello è stato scelto, tra i Protagonisti dell'Ortofrutta Italiana 2012, quale vincitore del primo Oscar dell'Ortofrutta Italiana, riconoscimento assegnatogli a gennaio 2013 a Villa Serego Alighieri di Valpolicella, in provincia di Verona.

## Claudio Gamberini Conad / Emilia Romagna



Claudio Gamberini, bolognese doc, è stato il "Group category manager" per l'ortofrutta di Conad, nel 2012 già secondo colosso distributivo nazionale di matrice cooperativa, con un giro di vendite al consumo, allora, di circa 10 miliardi di euro. Una vita passata a contatto col mondo dell'ortofrutta, prima come direttore commerciale di Conor (oggi Agribologna) poi dal 1994 nella sede centrale Conad a coordinare gli acquisti. Sotto la sua gestione numeri da primato: acquisti di ortofrutta (compresa frutta e legumi secchi) per oltre 500 milioni di euro (dati 2011) per circa 419 mila tonnellate di prodotto. Il comparto valeva il 10% delle vendite totali Conad. "Questo settore per noi è strategico. Consideriamo il reparto ortofrutta il nostro migliore biglietto da visita, anche se c'è tanta strada da fare. Lavoriamo sulla formazione dei nostri capireparto e continuiamo a fare comunicazione al consumatore perché l'ortofrutta è un parametro di scelta che distingue i nostri punti vendita", ci aveva raccontato. Si è dimesso da Conad nel 2014. E' stato uno dei più competenti buyer ortofrutta della GDO italiana.

## Renato Iseppi

### Villafuit / Veneto



Con la sua Villafuit, in provincia di Verona, e il suo magazzino nella Svizzera francofona, Renato Iseppi è stato tra i primissimi operatori ortofruttili italiani a strutturarsi per fornire la grande distribuzione organizzata fin dai suoi albori nei lontani Anni Ses-

santa. Come? Attraverso un'organizzazione efficiente, un sistema di rapporti con fornitori e clienti basato sulla puntualità, sulla precisione, sulla correttezza dei rapporti, sulla fidelizzazione. Una realtà che si è evoluta anno dopo anno seguendo le necessità della clientela, innovando gli impianti tecnici, migliorando la logistica. Nel 2012 Villafruit è tra i fornitori di riferimento di catene come la Migros e la Coop Svizzera. Il nostro è stato un riconoscimento all'efficienza; in questo senso, un esempio da seguire.

## Giovanni Olivieri

### Bellaviva / Veneto

Padovano, tre lauree e un sogno (purtroppo poi non realizzato del tutto, ma non per colpa sua): creare sulle rive del Nilo un'azienda ortofruttila con standard europei. A 26 anni, Giovanni Olivieri, figlio di Tino Olivieri, si è trasferito in Egitto a partire dal 2010 ed è stato il general manager di Bellaviva for Agrofood, 130 ettari di terra fertile, con un team attorno a lui di soli egiziani. La Primavera Araba e i tragici fatti accaduti al Cairo qualche anno dopo gli hanno impedito di portare a termine l'impresa. Un riconoscimento però dovuto, al coraggio e allo spirito di iniziativa di un giovane.

## Raffaella Orsero

### Gruppo Orsero / Liguria



Raffaella Orsero di Albenga, figlia di Raffaello, è stata protagonista di una sfida a cui molti guardava-

no, in Italia, in Spagna e in altri Paesi: la sfida di un nuovo e coraggioso marchio italiano ai colossi mondiali dell'ortofrutta. Erano in tanti a chiedersi: ma dove vogliono arrivare questi Orsero? In Italia erano e sono un nome, ma potevano davvero rosicchiare una fetta di mercato a Chiquita, Dole, Del Monte? "La sfida - ci aveva raccontato la signora Orsero nel 2012 - è grande e l'idea è nata sei-sette anni fa, presente mio padre Raffaello, ai tempi delle incomprensioni con Del Monte. Già nel 2006 avevamo pensato a un camioncino che consegna la frutta come marchio. E ragionavamo sul fatto che non avremmo più lavorato per marchi altrui dopo aver creato valore per Del Monte per trent'anni: nel 1976 eravamo stati noi a vendere la prima banana Del Monte in Europa. Pensavamo che avevamo la filiera intera, completa, che sapevamo fare tutto e dovevamo soltanto mettere un bollino sopra il prodotto. Il progetto è rimasto nel cassetto perché con Del Monte siamo andati avanti; poi sono stati loro a dare la disdetta". Allora il progetto è uscito dal cassetto e la partita non è chiusa. Raffaella, attraverso una nuova società quotata in Borsa, si sta ancora battendo.

## Aurelio Pannitteri

### OP Rosaria / Sicilia



Qualità, territorio e organizzazione: su questo trinomio è stata costruita la sfida dell'azienda Pannitteri, che su queste basi ha fatto nascere un marchio leader per l'a-

rancia rossa siciliana (Rosaria) attorno al quale è stata costituita OP Rosaria. Un buon successo commerciale ma anche organizzativo e di marketing per un prodotto, l'arancia rossa, che tutto il mondo ci invidia ma che era finito nel cono d'ombra dei prodotti-commodity. Il che dimostra che fare qualità non basta se non sai organizzarla e valorizzarla agli occhi del consumatore e del mercato.

Aurelio Pannitteri, prima come presidente dell'azienda di famiglia e poi della OP, si è buttato nell'impresa con entusiasmo. È nato il nuovo stabilimento in contrada Ponticelli di Belpasso in provincia di Catania, progressivamente allargato negli anni, sono arrivate tecnologie sempre più moderne, sono stati affrontati grandi investimenti per la promozione del marchio. Oggi Rosaria è una realtà importante a livello nazionale e su alcuni mercati esteri come quelli del Nord Europa. Aurelio Pannitteri è stato il primo di una serie di imprenditori del Sud che abbiamo ritenuto di premiare per il loro impegno.

## Renzo Piraccini

Apofruit / Emilia Romagna



Che un manager come lui sia un protagonista del settore ortofrutticolo italiano non c'è bisogno lo scriva qualcuno. Il dato è così scontato che pensavamo, nel 2012, di lasciarlo fuori da una iniziativa che voleva indicare soprattutto nuovi protagonisti. Poi, alla fine, abbiamo dovuto arrenderci: di Renzo Piraccini non si può fare

a meno. Per più di una ragione. Ma principalmente perché è ancora un innovatore come ce ne sono pochi. E perché sta passando da una sfida all'altra con una intraprendenza senza eguali. Dopo una lunga carriera di successo nella cooperazione ortofrutticola, ai vertici di Apofruit, si è lanciato nel biologico proprio nel 2012, creando Almaverde Bio ("Strade per creare valore non ne abbiamo molte e il bio è una di queste", ci aveva detto). Ma non era finita, Renzo Piraccini nel 2014 ha preso il testimone da Domenico Scarpellini a Cesena Fiera e cosa è successo? Ha privatizzato la società di gestione e ha trasferito il Macfrut a Rimini rilanciandolo nonostante Berlino e Madrid fossero diventati nel frattempo due colossi a livello fieristico. Molti ritengono che senza di lui Macfrut non esisterebbe più. Lui l'ha rimesso in piedi in men che non si dica.

## Marco Salvi

Salvi-UNACOA / Emilia Romagna



Nel 2012 è diventato il giovane presidente nazionale di FruitImprese, l'associazione degli esportatori e importatori di ortofrutta, dopo nove anni di presidenza Peviani, con tre priorità in testa: aumentare i consumi, esportare di più, rendere le imprese più competitive a partire dai costi, in primis quello del lavoro. In definitiva: più certezza di reddito per le imprese. E nell'intervista che gli avevamo fatto aveva precisato: "È il momento di coinvolgere di più le nostre imprese sul territorio in

iniziative rivolte alle imprese non socie. FruitImprese deve andare oltre la semplice prestazione di servizi per puntare verso iniziative orientate al mercato". Al vertice di FruitImprese è stato confermato per due volte nei sei anni successivi: è al terzo mandato. Contemporaneamente regge le sorti di un gruppo importante come Salvi-UNACOA, che è tra le realtà più importanti dell'ortofrutta italiana. Un uomo d'impresa a tutto fondo che conosce profondamente il mercato nazionale e internazionale dell'ortofrutta.

## Andrea Segrè

CAAB / E. Romagna



Economista agrario di origine triestina ma bolognese di adozione, un curriculum eclettico che va da una ricchissima attività accademica (è stato preside della Facoltà di agraria dell'Università di Bologna) alla creazione del Last Minute Market per sensibilizzare l'opinione pubblica europea sulle cause e le conseguenze dello spreco alimentare, Andrea Segrè è diventato nel 2012 il presidente del CAAB, il Centro agroalimentare di Bologna, uno dei primi mercati all'ingrosso italiani. Dopo un lungo periodo di appannamento, il CAAB ha avviato con il professore un nuovo corso che ha portato alla ristrutturazione del Mercato e all'avvio di una grande iniziativa nazionale concretizzatasi con la nascita di FICO, la Fabbrica Italiana Contadina, sempre nell'area del Mercato. Andrea Segrè è un teorico che si mette in gioco.

## Coop Sole, un 2019 con i fiocchi

Creare una fragola simbolo del made in Italy. L'idea è stata sposata da Pietro Paolo Ciardiello, direttore generale della Cooperativa Sole di Parete, in provincia di Caserta, una delle realtà più significative e più competitive nella produzione di fragole nel Sud Italia. Con coraggio Ciardiello, da fermo assertore della ricerca variale (a Parete la Coop Sole ne ha in produzione cinque ma ne sta testando una ventina), ha dichiarato in proposito:



"Credo che, affinché la fragola made in Italy sia facilmente riconoscibile dal mercato, sia necessario che il prodotto sia caratterizzato da peculiarità intrinseche ed estrinseche che permangano invariate nel lungo periodo. Per rendere possibile tutto ciò bisogna partire dall'aggregazione e dalla cooperazione che, accompagnate da una programmazione razionale, riescano ad aggregare l'offerta della fragola made in Italy".

Coop Sole è una realtà campana d'avanguardia non solo nella produzione di fragole, ma anche nei piccoli frutti, nei meloni e nella frutta estiva. Il bilancio 2019 chiude con una crescita del 30% rispetto all'anno precedente. "Abbiamo chiuso un'annata - riferisce Ciardiello - caratterizzata dalla ripresa produttiva delle fragole, da un mercato sostenuto per i meloni e da un trend in forte crescita per i frutti rossi. Con il solo settore fragole, che rappresenta il 50% del nostro fatturato e che commercializziamo con il marchio Si-Bon, lanciato nel 2019, siamo cresciuti del

19% in valore e del 23% in volume. Guardiamo quindi avanti. Investiremo nei settori più performanti come quello dei frutti rossi, per il quale puntiamo, nel 2020, a raddoppiare gli areali. Come il bio, che attualmente rappresenta il 10% del fatturato e il 6% dei volumi prodotti e che porteremo nel 2020 alla quota del 15% del nostro volume d'affari".

Ormai le fragole vengono prodotte per 12 mesi l'anno con una qualità che ha convinto anche i distributori più esigenti. Coop Sole ha lavorato nel 2019 per differenziare la produzione di meloni, con la tipologia retata, quella liscia e una presenza sempre più forte di biologico. La produzione della frutta estiva nel 2019 è raddoppiata. Nel frattempo funzionano molto bene le partnership con Canova, Don Camillo e altre ne sono state messe in campo con Divano e Lemon Group: Ciardiello crede nel lavoro di squadra.

Sole è un'azienda che opera da oltre 50 anni, nata per iniziativa di un gruppo di coltivatori di Parete. Oggi associa 111 aziende agricole, per un totale di 600 ettari di superficie coltivata e 22.500 tonnellate di prodotto per un fatturato complessivo 2019 di 35 milioni di euro.

Le sue produzioni provengono da coltivazioni ubicate nell'area della pianura campana, tra le province di Caserta e Napoli, un territorio particolarmente fertile per la sua origine vulcanica. Lo stabilimento di Parete è dotato di impianti all'avanguardia per la lavorazione, la movimentazione, il confezionamento e l'etichettatura dei prodotti. Uno staff di agronomi qualificati assiste le aziende associate nell'applicazione delle procedure di produzione sia biologica che integrata.



**SiBon è una linea di QUALITÀ  
tutta ITALIANA**

- + Dolce
- + Profumata
- + Naturale



**SìBON**  
**LA FRAGOLA CHE CONQUISTA.**



**Guarda  
lo spot SiBon**

**You Tube**



**COOP SOLE arl  
www.coopsole.it**

## Rosaria, nuova immagine e bio

Nuova nata in casa Rosaria. Lo storico marchio siciliano, noto per l'Arancia Rosa Rosaria, giunta alla quattordicesima stagione (il marchio Rosaria è stato battezzato nel 2005), dopo Baby Rosaria (piccolo calibro, particolarmente succosa, ottima per le spremute) della stagione 2017-18 e l'Arancia Bionda Rosaria, presentata a novembre 2019, ha lanciato sul mercato Rosaria Arancia Bio, con confezioni in bella mostra a Fruit Logistica 2020.

“E' il nostro battesimo nel bio - sottolinea Aurelio Pannitteri, presidente di OP Rosaria -, un progetto che accarezzavamo da qualche anno e che ora stiamo concretizzando seguendo i tempi e le modalità richieste dalla normativa. Del resto, siamo da sempre attenti all'ambiente, svolgendo un'intensa attività di difesa delle api sul nostro territorio, grazie alla collaborazione avviata con un nutrito numero di apicoltori locali, e facendo un uso costante negli agrumeti di insetti antagonisti dei parassiti nocivi. Quindi l'affaccio al bio era per noi un approdo naturale”.

In questa prima stagione la produzione biologica, destinata principalmente alla GDO italiana, coinvolge circa 300 ettari e l'obiettivo è di raggiungere le 1.500 tonnellate. “E' un prodotto di grandi prospettive - afferma Pannitteri - per cui siamo molto fiduciosi su questa prima campagna commerciale”.

L'OP, con sede a Belpasso, opera con i

suoi associati, su un territorio intorno ai 1.500 ettari concentrati alle pendici dell'Etna, nella piana catanese, per una produzione complessiva che supera le 34 mila tonnellate in una stagione che, con le nuove varietà che hanno affiancato la Tarocco, ha raggiunto gli otto mesi, da novembre a giugno.

Ma c'è un altro segno della competitività di Rosaria: il cambio della strategia di comunicazione. A dicembre 2019 sulle reti Mediaset, sulle emittenti radio Mediamond e su RTL nonché sui circuiti cinema delle catene Moviemedia, UCI e The Space, e da gennaio 2020 anche sulla RAI, sia tv che radio e su Sky, terrestre e satellitare, si è vista la nuova immagine, affidata a un'agenzia importante come il Gruppo Roncaglia di Roma. Un deciso cambiamento rispetto al passato. Lo spot scava nel significato della parola arancia recuperando il simbolo della città che dà il nome alla Piana che rappresenta il cuore della produzione agrumicola siciliana e italiana. Per la campagna di Rosaria è stato infatti ideato un personaggio, un elefante di nome Lio, che prende spunto dalla Fontana dell'Elefante, costituita da un elefante in basalto nero con in groppa una colonna in stile egizio. L'elefante, re-taggiato forse dei tempi di Annibale, diventato poi il simbolo della città, è chiamato dai catanesi confidenzialmente o'Liotru, da cui il nomignolo Lio del personaggio. Ma c'è di più: l'origine della parola arancia è arabo-persiana (nāranġ) e a sua volta deriva dal sanscrito (nāga-rang'a) il cui significato è “frutto preferito dagli elefanti”. Pochi in Italia lo sanno ma gli elefanti vanno davvero pazzi per le arance, che sono state portate in Sicilia dagli arabi.



# ARANCIA ROSARIA. PERFETTO EQUILIBRIO TRA GUSTO E BENESSERE.

Ricca di vitamine A, B, PP e C,  
ideale come coadiuvante della  
cura degli stati influenzali

Ricca di antiossidanti  
contro l'invecchiamento

Una sferzata di energia,  
ideale per chi pratica sport

Effetti benefici sulla  
microcircolazione

ranccoglio&wilkander



Rosaria è l'arancia rossa coltivata alle pendici dell'Etna da un gruppo di produttori associati secondo rigorose tecniche di produzione integrata. Fresca, succosa, profumata e con la caratteristica pigmentazione "rossa": infatti, grazie alla forte escursione termica tra il giorno e la notte, si accelera il processo di pigmentazione che fa diventare rosse le arance e che dà loro un'inconfondibile ricchezza organolettica.

Oggi Rosaria è anche una spremuta 100% di arance rosse, sempre fresca e disponibile tutto l'anno.



Aumentare il valore di frutta e verdura made in Italy, sostenendo la **competitività delle OP** e la crescita dell'intero comparto ortofrutticolo nazionale, è il nostro obiettivo. Per questo lavoriamo ogni giorno mettendo in **campo competenze, attività e servizi qualificati**.

**AGGREGAZIONE**

Favoriamo i processi di aggregazione delle O.P.

**ORIENTAMENTO**

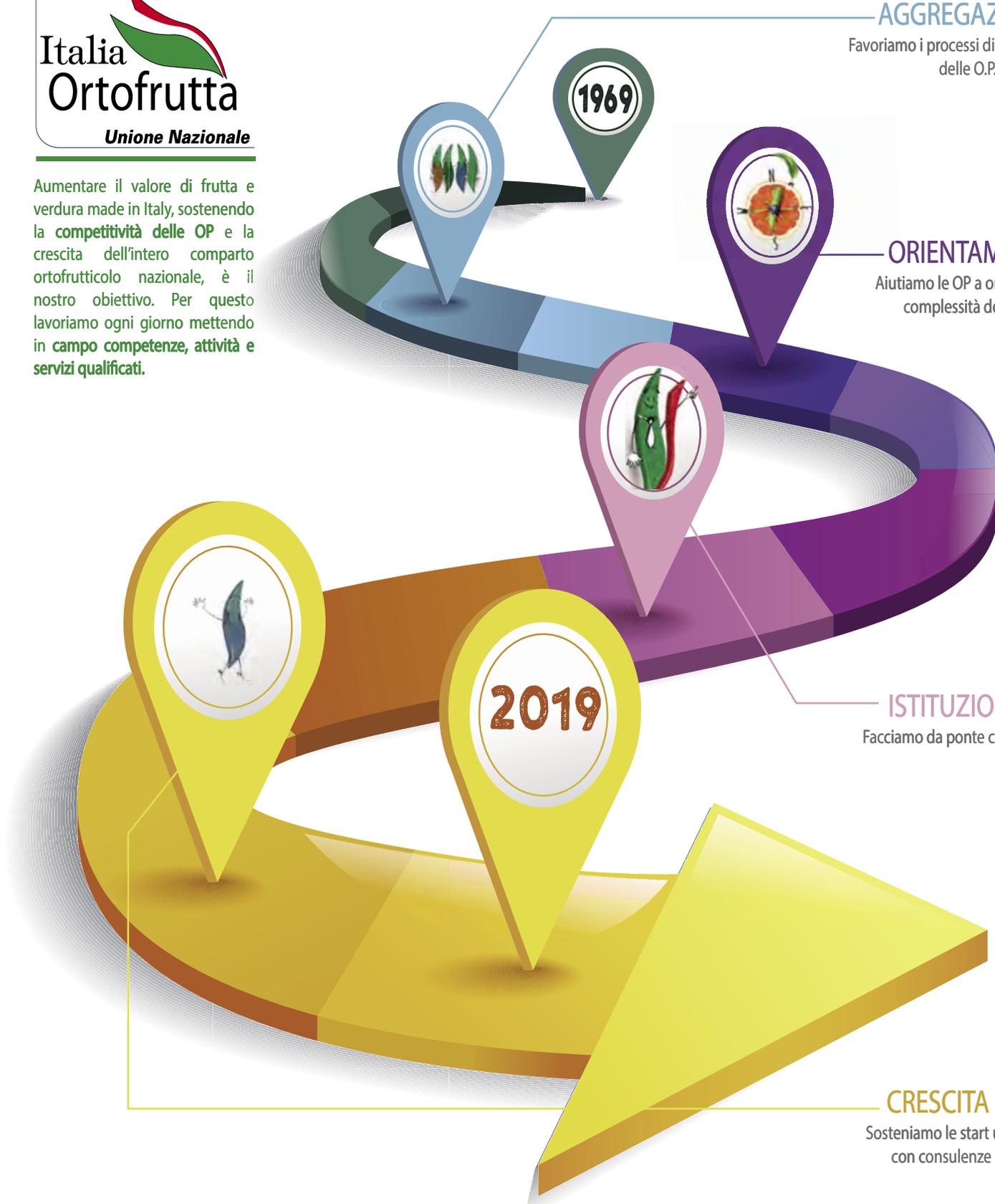
Aiutiamo le OP a orientarsi nella complessità del settore

**ISTITUZIONI**

Facciamo da ponte con le istituzioni

**CRESCITA**

Sosteniamo le start up e la crescita con consulenze qualificate



*...da cinquant'anni  
sulla strada giusta*

# PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

## 2013

**Angelo Benedetti**  
**Pino Calcagni**  
**Gerhard Dichgans**  
**Luigi Mazzoni**  
**Luigi Mion**  
**Francesca Nadalini**  
**Francesco Nicodemo**  
**Michelangelo Rivoira**  
**Luciano Torreggiani**  
**Nicola Zanotelli**

27



# 2013 PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

## Angelo Benedetti Unitec / Emilia Romagna



Era il 2012 ma poco è cambiato. Unitec, non solo in Italia, in fatto di tecnologie per l'ortofrutta è la prima della classe. E questo grazie a una crescita culturale, prima che economica, che ha visto protagonista Angelo Benedetti, presidente e direttore generale, un romagnolo doc (origini faentine) che sulla flessibilità, qualità e innovazione ha costruito una case history di successo mondiale. "La tecnologia come servizio" è il suo motto preferito. I risultati di bilancio (sempre in crescita: dal 2011 al 2012 erano passati da 28 a 40 milioni di euro) sono il frutto di una filosofia aziendale improntata all'adesione alle necessità del cliente. "Tecnologie su misura", insiste Benedetti, "perché la frutta è qualcosa di vivo, cambia di stagione in stagione. Va rispettata, come vanno rispettate le esigenze di chi produce, che punta giustamente a ridurre costi e tempi, che vuole risultati e affidabilità in tutte le fasi della filiera produttiva, fino al post-vendita con un moderno servizio di assistenza". Il successo di Unitec quindi è il successo dei clienti di Unitec.

La vocazione di Unitec per la ri-

cerca di soluzioni che aumentino l'efficienza e riducano i costi dei processi lavorativi si toccano con mano ad ogni apparizione fieristica, oggi come allora. Angelo Benedetti, tra i Protagonisti 2013, è stato scelto come Oscar dell'Ortofrutta Italiana.

## Pino Calcagni Besana / Campania



Napoletano verace ma, come capita a tanti figli del Vesuvio che hanno girato il mondo, lo diresti un perfetto inglese, british style. Un lunghissimo cursus honorum quello di Giuseppe 'Pino' Calcagni, classe 1940, formazione internazionale, per 55 anni alla guida di Besana, che ha fatto crescere da grande stratega che non trascura i dettagli. Non solo. Si può dire che il sindacato nazionale degli esportatori/importatori di ortofrutta sia rinato con lui. Si chiamava ANEIOA, acronimo quasi impronunciabile, e Calcagni lo rappresentò ai vertici per più di 40 anni, dal 1962 al 2004. Poi il passaggio a Bruxelles, per due turni (dal 2005 al 2009) al vertice di Freshfel, la federazione europea dell'ortofrutta fresca. Con lui Freshfel è diventata una lobby trasversale, rappresentativa di tutta la filiera. Poi dal 2009 la presidenza del Comitato Consultivo Frutta & Verdura della Commis-

sione Europea (carica riconfermata nel 2011), e la vicepresidenza dell'INC, il Consiglio Internazionale Frutta Secca & Essiccata, fondazione mondiale che raccoglieva nel 2013 oltre 700 aziende e rappresentava, allora, il 65% degli scambi mondiali, di cui Calcagni è stato co-fondatore negli anni '80. Non nella categoria incarichi, ma in quella degli "hobby", un po' schernendosi, Calcagni mette la presidenza di Confidi Regione Campania. "Più che un incarico ufficiale di lavoro l'ho sentito come un debito verso il territorio campano, e non solo ritenendo tale attività mutualmente e socialmente utile per le PMI dell'area". Con lui un Confidi attivo nella provincia di Napoli è diventato prima il Confidi regionale, poi ha assunto una natura interregionale con l'estensione ai territori adiacenti. Anche qui voglia di fare, di crescere, condita da tanto amore per la sua terra. Ma anche di tante, instancabili trasferte in tutto il mondo alla ricerca di clienti e di fornitori.

## Gerhard Dichgans VOG / Alto Adige



Quello che poteva essere un organismo chiuso tra le montagne dell'Alto Adige è invece diventato un

player globale nel mercato della mela, oltre a confermarsi, anno dopo anno, il primo produttore europeo. Questa, per una lunga stagione, è stata la farina nel sacco di un uomo che per il VOG, il Consorzio delle cooperative ortofrutticole dell'Alto Adige, ha fatto molto, moltissimo.

Gerhard Dichgans è entrato in VOG nel 1985 con la funzione di export manager ed è diventato direttore del Consorzio nel 1990, carica che ha mantenuto sino al 2019: trent'anni, con grande competenza ed equilibrio, attento a qualunque cosa si muovesse nel mondo, dalle nuove varietà alle alleanze commerciali e produttive internazionali.

## Luigi Mazzoni

Mazzoni / Emilia Romagna



Luigi Mazzoni junior si dovrebbe forse dire perché Luigi Mazzoni senior è stato il fondatore, negli Anni Cinquanta, dell'azienda e poi del Gruppo Mazzoni, una delle realtà più significative della produzione e del commercio ortofrutticolo italiano, con una fortissima vocazione all'export ma anche una grande attenzione al territorio, che è quello di Ferrara. Luigi junior ha affiancato per anni due campioni come il padre Mario e lo zio Gualtiero e oggi ha preso le redini di una grande attività che spazia dall'ortofrutta fresca ai prodotti surgelati, dal biologico a marchio proprio (Verybio) al vivaismo. Un cammino che nel 2013 era già evidente, quando Luigi Mazzoni faceva il giro del

mondo per rappresentare il Gruppo alle fiere internazionali, con un tratto affabile, misurato e una attenzione metodica e precisa agli andamenti del mercato e della produzione. Già allora vedeva il futuro in modo chiaro: "Dobbiamo ricercare sinergie tra le diverse attività delle nostre quattro divisioni: ortofrutta fresca, frutti di bosco surgelati, ortofrutta biologica e vivaismo, seguendo le necessità dei clienti e del mercato, con un occhio particolare all'internazionalizzazione". Oggi è l'attento gestore di un Gruppo forte e competitivo.

## Luigi Mion

Eurospin-Migross / Veneto



"Nel 1992, vicino a un nostro supermercato Migross aveva aperto un Lidl. La gente andava da loro malgrado noi avessimo un assortimento molto più ricco. Siamo andati alla fonte, io e mio fratello Valter, in Germania, a studiare il fenomeno Lidl e un anno dopo, nel 1993, abbiamo trasformato un Migross poco performante in un discount a cui abbiamo dato il nome di Eurospin, in cui le lettere SP stanno per spesa e le lettere IN per intelligente. Da allora Eurospin ha preso il volo. Prezzi accessibili, mai e poi mai prodotti scadenti. Buona qualità a buon prezzo. I consumatori, anche di fascia medio-alta, ci hanno premiato. Quando vogliono certe marche vanno altrove. Quando vogliono un prodotto buono vengono da noi. I dati Nielsen ci danno ragione". Questo ci diceva Luigi Mion nel

2013, veronese orfano di padre da quando aveva 14 anni. Eppure partendo da una piccola bottega Luigi diventa protagonista dell'ascesa della famiglia Mion. I Mion prima fondano Migross (1979) poi Eurospin (1993) per un totale, a novembre 2013, di 1.400 punti vendita.

## Francesca

## Nadalini

Azienda Agricola Nadalini / Lombardia



Lo sostengono, a parole, quasi tutti: l'anello debole della filiera è la produzione. Ecco un esempio contrario: l'anello debole che diventa forte grazie all'innovazione. E all'impegno di una giovane donna. Francesca Nadalini, 33 anni, mantovana di Sermide, ha dato una svolta all'azienda fondata dal padre Roberto, 160 ettari nel 2013 attorno alla frazione Santa Croce, tutti a melone, 50 in serra, 110 in campo aperto. Una svolta basata su più fattori ma partita dall'informatica: Francesca ha creato un software per la tracciabilità dei meloni battezzato 'Local Tracing', ha messo a regime la gestione aziendale secondo criteri di massima efficienza, ha lanciato iniziative per valorizzare la produzione e il territorio, si è impegnata sull'IGP, ha aperto nuovi sbocchi commerciali. Nel 2012 le sono arrivati anche due premi di livello nazionale: in primavera, a Milano, l'Oscar Green della Coldiretti; a fine anno, in Piemonte, il 'GammaDonna 10 e Lode' per l'innovazione. Nel 2013 l'abbiamo premiata noi e abbiamo fatto bene.

## Francesco Nicodemo

Nicofruit / Basilicata



Francesco Nicodemo è il Sud che ha saputo crescere e che lotta alla pari con i migliori per il successo sui mercati. E' stato il perno decisionale e il punto di equilibrio di un insieme di realtà aziendali che fanno della Basilicata un luogo di eccellenza per alcune produzioni ortofrutticole. Asso Fruit Italia è diventata, con lui alla guida (ne è stato a lungo il presidente), una OP efficiente, in crescita; è uscita dai confini della Basilicata per diventare un luogo di aggregazione per una vasta zona del Sud. Mentre la sua 'creatura', la NicoFruit, compete sui mercati mondiali.

Francesco Nicodemo vive a Scanzano Jonico (Matera) ed è il general manager di Nicofruit, società fondata nel 1994 e dal 1998 associata alla OP Asso Fruit Italia. E' stato amministratore unico di FruttHera.

Tenace sostenitore dell'importanza del lavoro di squadra, dell'aggiornamento costante e della professionalizzazione del team e rispettoso dei ruoli. Ha curato con professionalità gli aspetti motivazionali per affrontare sfide apparentemente impossibili.

## Michelangelo Rivoira

Rivoira Group / Piemonte

Fondato nel dopoguerra e oggi alla terza generazione, il gruppo Ri-



voira è stato precursore nella coltivazione del kiwi in Italia, tra i primissimi a cimentarsi nell'export oltremare e a creare alleanze strategiche a migliaia di chilometri di distanza per essere presente con i propri prodotti ovunque, senza frontiere, 12 mesi l'anno. Una vocazione da "primi della classe" ribadita nel 2013 con l'intuizione di Ambrosia, varietà di mela sulla quale detiene l'esclusiva di commercializzazione in Europa, Medio Oriente e Nord Africa e con altri progetti. Michelangelo Rivoira, nel 2013 presidente di Kiwi Uno e vicepresidente di Rivoira Giovanni & Figli Spa, con pragmatismo e passione ha tenuto il gruppo piemontese lontano dalla tempesta della crisi, instancabilmente operando, insieme al fratello Piero, per trovare sempre nuove soluzioni a livello produttivo e commerciale. Innovazione varietale, internazionalizzazione, destagionalizzazione, diversificazione, certificazioni delle aziende agricole per garantire la qualità hanno sempre caratterizzato l'azione del Gruppo Rivoira nei decenni in cui Michelangelo è stato al comando di una delle aziende migliori e con più apertura internazionale del settore ortofrutticolo italiano.

## Luciano Torreggiani

Peraltalia / Emilia Romagna

"Se porti in giro per il mondo delle pere Abate e chiedi a un consu-

matore da dove vengono, nessuno ti risponderà: dall'Italia. Il made in Italy è il terzo marchio più riconosciuto al mondo, eppure all'estero, e qualche volta anche in Italia, nessuno lo collega alle nostre pere. Questo gap va superato, questa ignoranza ci deve rendere consapevoli che c'è un potenziale enorme da sfruttare, interi mercati tutti da conquistare. Abbiamo l'ambizione di far conoscere la pera italiana nel mondo, a partire dalla Abate".

Parole del 2013 che oggi fanno riflettere, di Luciano Torreggiani agronomo ferrarese, manager coraggioso che ha costruito la sua carriera all'interno del movimento cooperativo, presidente in quell'anno del Consorzio Peritalia.

## Nicola Zanotelli

Fromm / Trentino

Una più forte presenza dell'ortofrutta italiana nel mondo è il risultato di un adeguato assetto organizzativo. Le quattro organizzazioni di melicoltori del Trentino Alto Adige hanno puntato su FROM per esportare di più su alcuni grandi mercati esteri. Questo consorzio, partito nei primi tre anni come associazione temporanea, è diventato, per unanime decisione di VOG, VIP, Melinda e La Trentina, un organismo stabile a partire dal 2012. Un'esperienza che nel 2013 aveva superato la sfida iniziale ed era in cerca di conferme. Assunto nel 2009, Nicola Zanotelli - laurea in Economia aziendale all'Università di Innsbruck, master in management dirigenziale al MIB di Trieste - ha accettato la sfida dello sviluppo di FROM, diventandone il direttore ovvero un manager di prima linea sul fronte della globalizzazione. Zanotelli nel 2013 aveva da poco superato i 30 anni. L'anagrafe ha reso ancora più eccezionale la sua esperienza. Lo abbiamo premiato perché l'Italia dell'ortofrutta aveva e ha bisogno di giovani che si mettono in gioco.

## Besana alla conquista d'Italia

Da San Gennaro Vesuviano in provincia di Napoli al mondo. Fare un catalogo completo dei suoi prodotti è impossibile: non solo frutta secca, frutta essiccata, semi, cioccolato ma anche prodotti misti e processati. Besana lancia 150 nuovi prodotti all'anno. Besana è un vanto italiano, così come il suo presidente, Pino Calcagni, 55 anni di storia imprenditoriale di livello internazionale.

Alcuni dati: anno di fondazione 1921, 190 milioni di euro di fatturato, produzione di 25 mila tonnellate, 4 stabilimenti produttivi, 35 linee di confezionamento, 75% di vendite al canale retail, 25% di vendite al canale industria, una percentuale pari al 90% di vendite all'estero, 450 dipendenti. La storica sede di San Gennaro Vesuviano è uno stabilimento tra i più innovativi e tecnicamente avanzati in Europa per la frutta secca, i semi e la frutta essiccata. Un centro logistico con area di stoccaggio su 10 mila mq è stato realizzato all'Interporto di Nola, nelle vicinanze del sito produttivo. A Ogliastro Cilento, nel Sud della Campania, Besana produce invece cioccolato lavorandolo con frutta secca, essiccata e semi, realizzando anche prodotti personalizzati e artigianali, lavorando con le più grandi organizzazioni di produzione dolciaria, rifornendo le più importanti realtà della GDO europea.

E poi Besana UK, costituita a fine Anni Ottanta vicino Londra, in una posizione logistica favorevole rispetto al porto di Felixstowe. Besana UK è uno dei più grandi operatori del settore nel Regno Unito e rifornisce anche il Nord Europa.

Dall'inizio del 2020 Besana ha un nuovo direttore generale, Luca Catzola (al centro nella foto tra Riccardo e Vittoria Cal-



cagni). Con lui Besana ha inserito il mercato italiano fra le priorità strategiche. Amministratore delegato è Riccardo Calcagni, responsabile relazioni esterne Vittoria Calcagni.



# FRUTTA SECCA DAL 1921

*From field to fork*



Dal 1921 leader internazionale nella trasformazione di frutta secca, il Gruppo Besana è fornitore di **Private Label** delle principali catene di distribuzione in Europa e nel mondo. La divisione Industria fornisce semilavorati alle principali aziende alimentari internazionali e al canale HoReCa.

Besana dispone di un modello di business integrato con una rete mondiale di produttori. Questa filiera **virtuosa e sostenibile**, dall'agricoltore al consumatore, permette un approvvigionamento di materie prime di alta qualità, con tracciabilità completa.

Il Gruppo Besana è un'azienda familiare guidata dalla terza e quarta generazione della famiglia Calcagni, che porta avanti l'attività con passione e con attenzione all'**innovazione, alla qualità e alla sostenibilità**.

**Besana**<sup>®</sup>  
QUALITY NATURALLY 

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

## Unitec farà un Centro di ricerca

Nel settembre 2019 l'azienda italiana leader nelle tecnologie per l'ortofrutta, la Unitec di Lugo (Ravenna) ha celebrato i suoi 95 anni di attività. E' stata l'occasione per fare il punto sui traguardi raggiunti durante quasi un secolo di lavoro con un'unica e chiara missione: migliorare e rendere più efficaci i processi di lavorazione e di classificazione della qualità di frutta e ortaggi freschi. 95 anni di idee e di profonda passione per l'innovazione, che fin dalla nascita di Unitec è stata il motore della sua attività e di tutti i risultati raggiunti negli anni, in tutto il mondo, come ha sottolineato il presidente Angelo Benedetti, avendo come obiettivo una cosa sola: la soddisfazione dei propri clienti.

Imprenditori di primissimo piano del settore ortofrutticolo hanno raccontato i risultati raggiunti grazie alle tecnologie Unitec e confermato la propria vicinanza a un fornitore di macchinari che danno sempre garanzie al top e permettono di incrementare la produzione. Ma se Unitec garantisce risultati ai suoi clienti, anno dopo anno, campagna dopo campagna, è grazie all'innovazione. Innovare, innovare, innovare continuamente. E non basta. Accanto a tecnologie sempre più innovative, infatti, è necessaria un'assistenza pronta e costante, nella quale Unitec ha sempre creduto e investito negli anni. Un supporto specializzato, tecnico, ma anche molto "umano". E questo è proprio uno dei più importanti valori aggiunti dell'azienda ravennate.

"Pensando ad Unitec, la prima parola che mi viene in mente è amicizia, perché dopo tutti questi anni si è creato un rapporto speciale con tutti i tecnici e i commerciali. La seconda parola che posso dire è dispo-

nibilità, perché è un aspetto che non manca mai a Unitec, in qualsiasi momento della giornata e dell'anno". Una dichiarazione come questa, rilasciata da Fabrizio Magnano, commerciale di Solfrutta, ha riempito di gioia il team Unitec.

"Ogni volta che ho avuto bisogno di fare una linea nuova – ha affermato Giancarlo Minguzzi – i tecnici di Unitec non sono rimasti a tavolino per fare dei disegni, ma sono venuti a verificare se occorreva modificare certi aspetti della macchina, per poter rendere più veloce e preciso il percorso della frutta". Atanasio Naranjo, fondatore e presidente di Tany Nature, azienda spagnola leader nella produzione di frutti con nocciolo, passata durante gli anni di collaborazione con Unitec da 200 a 2.700 ettari, ha raccontato come Unitec si distingue per un ascolto attento del cliente: "Se esponiamo loro le nostre necessità, in un tempo quasi record, come se lo sapessero in anticipo, hanno la risposta!".

Unitec è quello che è oggi grazie alle solide radici che affondano nel passato, ma anche e soprattutto allo sguardo costantemente rivolto al futuro. E proprio la proiezione al futuro e la passione per l'innovazione contraddistinguono il nuovo progetto Unitec per la realizzazione di un Centro Ricerca e Sviluppo, che sorgerà di fronte al quartier generale dell'azienda. Questo Centro, che comprenderà nuovi uffici, un'area totalmente dedicata ai prototipi, sale conferenze, aule di formazione e uno showroom, opererà su mecatronica, robotica e visione artificiale. Per garantire ai propri clienti sempre nuovi risultati. L'attenzione di Unitec è rivolta certamente alle nuove tecnologie, ma anche ai propri collaboratori, vero motore dell'azienda.



Metti il futuro  
del business dei tuoi Kiwi  
in ottime mani.

**Le innovative tecnologie Kiwi Vision 3 e UNIQ Kiwi di UNITEC sono premurose con i tuoi Kiwi e con il tuo business.**

In UNITEC siamo abituati a prenderci cura del tuo futuro, con **tecnologie all'avanguardia, intelligenti e automatiche**, in grado di assicurare **Risultati concreti, nel tempo**.

Con **Kiwi Vision 3** e **UNIQ Kiwi** i tuoi Kiwi hanno più valore. Nulla è lasciato al caso grazie ad una **performante classificazione** sia della **qualità esterna** sia della **qualità interna**.

Perché il tuo business ha bisogno di certezze. E di un futuro luminoso.

**Entra nel mondo UNITEC. Metterai il futuro del tuo business in ottime mani.**



**KIWI VISION 3**  
Unitec Technology

**UNIQ KIWI**  
Unitec Technology



**UNITEC**  
We work for your results



## Mazzoni, l'integrazione che vince

Oltre 60 anni di attività hanno reso il Gruppo Mazzoni leader nel settore dell'alimentare. In effetti, Mazzoni è stata fra le prime realtà italiane a capire l'importanza dell'integrazione lungo la filiera ortofrutticola. Il Gruppo, oltre ad essere impegnato direttamente nella produzione di piante di fragola e da frutto, frutta ed ortaggi, è infatti concentrato nell'attività di conservazione, confezionamento e commercializzazione di una vasta gamma di prodotti ortofrutticoli freschi, convenzionali e biologici, nonché di frutta surgelata, destinati, in misura considerevole, all'export su scala globale.

Venendo alle singole attività, Mazzoni ha investito nel settore del biologico a partire dal 2000 creando una realtà solida ed efficiente, presente sul mercato europeo con il brand Verybio. Una base di produttori specializzati, che operano nelle zone più vocate per il biologico in sinergia con un grande Gruppo, ha permesso una commercializzazione professionale. Le Aziende Agricole Mazzoni conducono direttamente oltre 100ha certificati biologici dedicati alla produzione di frutta e orticole. Venendo all'ortofrutta surgelata, dal 2015 Mazzoni produce una gamma di 35 gusti di purea di frutta per gelaterie, pasticcerie, ristorazione e dal 2017 una nuova linea di puree cocktail e confezioni monodose per smoothies. Mazzoni Frozen è certificata BRC e IFS.

L'attività del vivaio Mazzoni si concentra nella produzione di piante di fragola, mela, ciliegio, pero e portainnesti, con la licenza di produttore autorizzato di piante dei più importanti club varietali. Vivai Mazzoni è leader nella produzione di piante di fragola in vaso e serra ad alta



tecnologia.

La produzione di ortofrutta fresca e i vivai si concentrano in aree vocate distanti pochi chilometri dai centri di stoccaggio e di confezionamento: Verona per la produzione di piante da fragola, di melo e ciliegio; Voghiera per la produzione, lo stoccaggio e il confezionamento di aglio DOP; Latina per la produzione di kiwi; la Piana di Sibari per drupacee, susine e agrumi; Tresigallo/Gaibanella, cuore del Gruppo, per la produzione di mele e pere; il litorale ferrarese per la produzione di carote, patate, pomodori, meloni, albicocche, angurie, e piante da frutto. Il gruppo gestisce altresì un'attività vivaistica in Polonia.

Un'offerta integrata, a 360 gradi, con il massimo di garanzia di una qualità ottimale e costante; un'attività sorretta da una passione profonda per il settore ortofrutticolo; una mentalità aperta all'innovazione e al mondo; una preparazione professionale di alto livello.

# Mazzoni

GROUP

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



Una filiera integrata lunga 60 anni.



## Nadalini lavora sull'eccellenza

Nadalini Società Agricola ha celebrato nel 2019 i suoi "primi 40 anni": era il 1979 quando il titolare Roberto trapiantò in tre serre lo storico melone Harper, avviando così l'inizio di una nuova era produttiva per l'azienda agricola, ma anche per l'areale di Sermide e dintorni, oggi noto a livello nazionale per le produzioni di questa cucurbitacea di alta qualità certificate IGP. Il terreno vocato argilloso-limoso e il clima temperato che caratterizza le estati lungo le rive del Po, rappresentano il contesto pedoclimatico che consente oggi di produrre 5.000 tonnellate annue principalmente di melone a buccia liscia, il più rinomato sul mercato: Honey Moon, gusto eccezionale e profumo fiorito inimitabile. La storia quarantennale dell'azienda e la vivace attività commerciale che ha caratterizzato l'inserimento in azienda della figlia Francesca a partire dal 2007 hanno garantito la capacità di cogliere le esigenze del mercato, sempre alla ricerca di nuove varietà che possano garantire integrazione con il territorio, rispettando un corretto equilibrio tra ambiente e coltivazione, e la genuinità sia in termini di trattamenti fitosanitari (con zero residui rilevati sulla buccia e nella polpa) sia in termini di salubrità degli ambienti di coltivazione e confezionamento, oltre ad alti livelli di grado brix.

L'inserimento in azienda di tecniche di coltivazione sempre più professionali hanno garantito negli anni un'ottimizzazione delle produzioni, anche attraverso l'utilizzo di tecnologie che migliorano le condizioni decisionali, tra cui la recente introduzione dei sorvoli con droni sulle colture.

L'adesione al gruppo di produttori OP



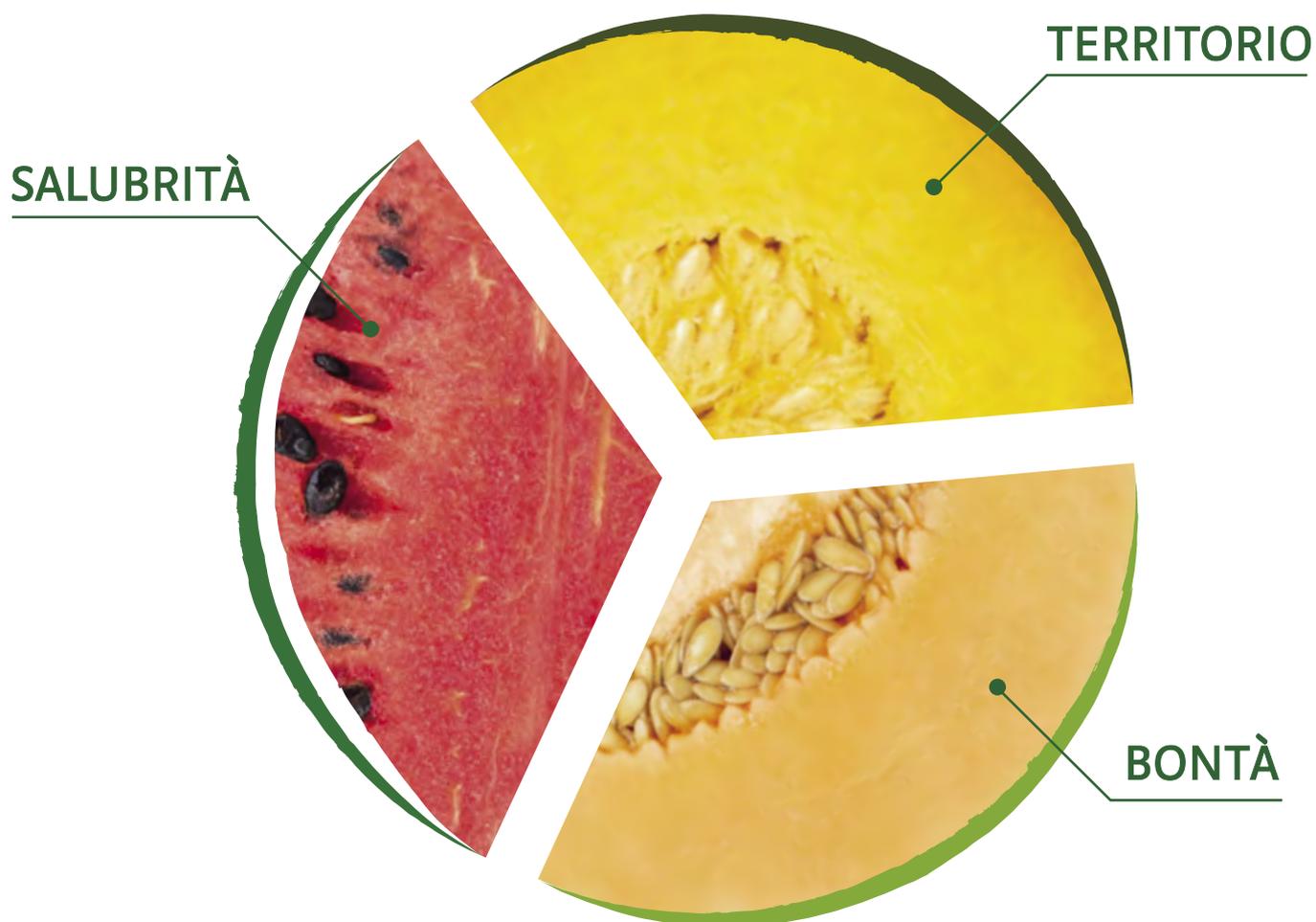
Sermide Ortofruit, fondato insieme ad altri sei produttori nel 2009, ha permesso di allargare le tipologie di referenza alle angurie Crimson con semi, in tutti i range di calibro, dalla "minirossa" alla "midi" fino alla "maxi" da 15 kg in su, adatte al taglio, e alla ormai consolidata zucca Delica, la migliore varietà di zucca a polpa arancione oggi presente in Italia, che viene stagionata e immessa sul mercato solo alle migliori condizioni organolettiche per poter essere apprezzata dal consumatore finale.

Francesca Nadalini è stata tra le fondatrici della Associazione Nazionale Donne dell'Ortofrutta.





# Dal 1979 coltiviamo le tradizioni del futuro



ANGURIA CRIMSON  
MINI MIDI MAXI



MELONE LISCIO  
MANTOVANO IGP



ZUCCA MANTOVANA  
DELICA STAGIONATA

**NADALINI Soc. Agricola s.s.**

Sermide e Felonica (MN) | Via Milazzo, 262 | [info@meloninadalini.com](mailto:info@meloninadalini.com) | [www.meloninadalini.com](http://www.meloninadalini.com)

socio aderente a OP SERMIDE ORTOFRUIT SCARL



## Rivoira, non solo Ambrosia

L'impianto di Falicetto di Verzuolo, in provincia di Cuneo, del Gruppo Rivoira lascia davvero sorpresi. Osservare il lavoro dei carrelli automatici in radio frequenza del grande magazzino di pre-calibratura dove tutto si svolge automaticamente con due soli tecnici alla plancia elettronica di controllo, ma anche osservare la precisione in cui tutte le fasi si svolgono con l'obiettivo di dare un prodotto e un servizio di qualità nei tempi più rapidi possibili, non è cosa che capita in altri magazzini di ortofrutta, nemmeno in quelli con le tecnologie più avanzate.

Ma a Falicetto le sorprese sono anche altre, e riguardano gli uomini, la loro determinazione, la loro mentalità aperta. "Lo sviluppo importante dell'attività del nostro Gruppo - raccontano Marco e Gualtiero Rivoria - si è avuto a partire dagli Anni Ottanta. Il nonno diceva ai nostri genitori: fate come volete e loro lo hanno fatto. Noi cugini abbiamo un legame forte, anche nella vita privata, e ciò ci ha permesso di lottare, partendo dalla gavetta, proprio dal lavoro di magazzino, e alla fine di sviluppare ulteriormente l'azienda. Abbiamo dovuto dimostrare che eravamo all'altezza e potevamo farcela. Così è stato. La Rivoira con noi è triplicata".

In che modo?

"Abbiamo ampliato la rete di vendita. Vendiamo ovunque, in ogni angolo del mondo. In 18 anni, quindi dall'inizio degli Anni Duemila, siamo passati da 2.000 a 6.000 vagoni di mele. Ciò è stato possibile ampliando la produzione, puntando sulle varietà classiche prima e sul rinnovamento varietale poi. Abbiamo acquistato diritti varietali per fare prodotti esclusivi, da premium price. Contiamo su 10 varietà di

mele, in 5 anni intendiamo avere l'80% del prodotto in esclusiva, lasciando ad altri le varietà classiche".

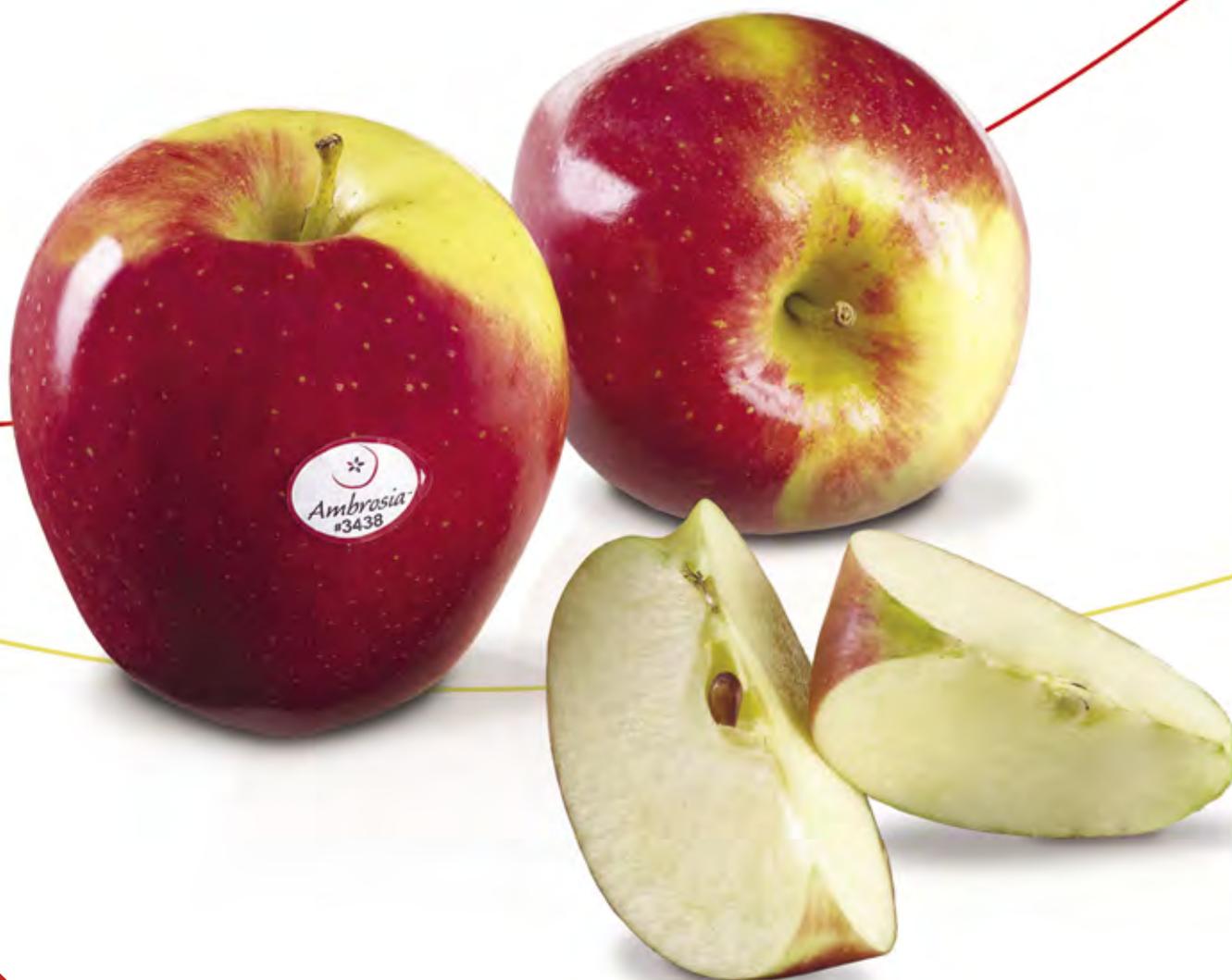
Il fiore all'occhiello di Rivoira, se parliamo di mele, è l'Ambrosia. "Abbiamo scoperto questa varietà di origine canadese nei primissimi Anni Duemila, l'abbiamo prodotta dal 2006 e commercializzata dal 2008. In Canada avevamo avviato una partnership, ottenendo in esclusiva i diritti per l'Europa e il Nordafrica, e per dare vita insieme a una storia importante. Oggi Ambrosia è un prodotto conosciuto in tutta Europa, è il primo Club europeo per le mele sub-acide. Non è stato facile, Ambrosia non è una varietà facile, c'è voluto tempo. Oggi rappresenta il 35% del nostro giro d'affari nel settore mele, conta su 400 ettari in Piemonte e su 200 in Val Venosta". E ci sono progetti su varietà brasiliane.

"Innanzitutto stiamo sviluppando in Europa con Clementi e Sanifrutta la Crimson Snow, che si raccoglie tardiva come Pink Lady, regge bene la frigoconservazione ed è valida anche d'estate. Siamo con Nova-Mela nel progetto Kissabel per lo sviluppo delle mele a polpa rossa. Siamo in rete con altri produttori europei per le mele snack. Ma certamente è il progetto brasiliano, lanciato fuori dai Club, quello più innovativo tra quelli in cui ci stiamo impegnando. Abbiamo acquistato i diritti per tutto il mondo di tre varietà brasiliane con le medesime caratteristiche: extra-sweet con polpa light, croccante, succosa, rinfrescante. Sviluppiamo il progetto e il brand con tutti i nostri partner e abbiamo incassato le prime manifestazioni di concreto interesse. Le varietà si distinguono per epoca di raccolta, e questo consente al produttore di decidere quando produrre".



# Ambrosia™

...Mmmmbrosia. Dolce per Natura.



## **Rivoira**

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

# CENTRO AGROALIMENTARE GENOVA

[WWW.MERCATOGENOVA.IT](http://WWW.MERCATOGENOVA.IT)



ADERENTE A:



CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA

GENOVA

**ITALMERCATI**  
ITALIAN WHOLESALE MARKETS NETWORK



**WUWM**  
World Union of Wholesale Markets

# PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

## 2014

**Monica Artosi**  
**Luca Battaglio**  
**Ettore Cagna**  
**Raffaella Di Donna**  
**Luciano Di Pastina**  
**Marco Eleuteri**  
**Luca Granata**  
**Ottavio Guala**  
**Stefano Soli**  
**Raffaele Spreafico**  
**Josef Wielander**

43



# 2014

## PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

### Monica Artosi

CPR System / Emilia Romagna



Raro esempio di una donna giovane al vertice di una grande impresa del comparto ortofrutta, Monica Artosi è cresciuta assieme a CPR System fino al ruolo di direttore generale, raccogliendo l'eredità difficile e impegnativa del 'papà' di CPR, Gianni Bonora. Bolognese, laureata in Economia e commercio, 43 anni nel 2014, Monica Artosi inizia la sua carriera professionale proprio in CPR System dove viene assunta nel 1998, pochi mesi dopo la costituzione dell'azienda. CPR System era allora la divisione logistica del CSO di Ferrara e nasceva con l'obiettivo di promuovere l'utilizzo degli imballaggi in plastica riutilizzabili al fine di razionalizzare il sistema logistico italiano, limitare l'impatto ambientale dei rifiuti, creare un sistema virtuoso che unisse produzione e distribuzione. L'evoluzione professionale di Monica Artosi segue la crescita di CPR che in breve tempo conquista la leadership nazionale del settore. Un'evoluzione professionale che in poco più di 10 anni la porta, giovanissima, alla direzione generale. E fa vedere subito la sua stoffa lavorando con determinazione e competenza per raggiungere i risultati.

### Luca Battaglio

Battaglio / Piemonte



Luca Battaglio appartiene a una dinastia dell'ortofrutta. Il nonno era un piccolo commerciante dell'Albese, in provincia di Cuneo. Fu il nonno, alla fine degli Anni Sessanta ad approdare a Torino aprendo un posteggio al CAAT in società con altri. Dal 1972 il padre Gianni Battaglio dà il via all'espansione dell'azienda, che gestisce fino all'inizio degli Anni Novanta quando gli subentrano appunto Luca, il primogenito, oggi presidente del gruppo, e gli altri due figli Siro e Marco. Dal 1994 i Battaglio si sono specializzati nelle importazioni e nella distribuzione aprendo un proprio magazzino fuori dal Mercato di Torino, in zona Interporto. Alla metà degli anni 90 Luca è il capofila di un'alleanza con gli Orsero di Albenga. Nel 2009 i due gruppi si dividono. Nel 2010 la Battaglio inizia un'importazione diretta, soprattutto di banane, basata su una logistica veloce e su una molteplicità di fornitori. Caso unico in Italia, il Gruppo è slegato totalmente dalle multinazionali. Luca Battaglio è stato protagonista di questa evoluzione che ha portato il Gruppo ad essere uno dei protagonisti dell'ortofrutta italiana. Lo sarà anche negli anni successivi alla sua premiazione, nel 2014.

### Ettore Cagna

Don Camillo / Emilia Romagna



Brescello, provincia di Reggio Emilia: terra fertile a due passi dal Po, perfetta per coltivare il melone, ma anche territorio che evoca il personaggio letterario di Don Camillo, nato dalla penna di Giovannino Guareschi, poi adattato sul grande schermo e ambientato proprio nel piccolo paese emiliano. Ed è da questo singolare quanto affascinante connubio fra ortofrutta, cultura del territorio, letteratura e cinema che si è sviluppata la storia dell'Agricola Don Camillo, a partire dal 2005. Ettore Cagna, classe 1960, di Brescello, ne diventa il presidente. Don Camillo è stato dapprima registrato come marchio negli Anni Settanta dall'azienda di famiglia, la Cagna&Benelli, fondata nel 1973 e gestita dallo stesso Ettore Cagna assieme alla sorella Raffaella e al cognato Goliardo Benelli. Nell'azienda sono presenti anche Walter e Andrea Benelli, figli di Raffaella e quindi nipoti di Ettore Cagna, nel 2014 rispettivamente amministratore delegato e responsabile commerciale dell'Agricola Don Camillo. Ettore Cagna tra il 1992 e il 2000 ha vissuto in Spagna, a Siviglia, per dirigere in loco un'azienda ortofrutticola socia. Di ritorno in Italia, ha sviluppato l'idea di una forte aggregazione di

produttori attorno al melone e nel 2005 ha avviato l'avventura dell'Agricola Don Camillo.

## Raffaella Di Donna

Di Donna / Puglia



Una passione di famiglia. Raffaella Di Donna, laurea in giurisprudenza, è stata una delle "signore" dell'uva da tavola italiana. Ha curato i settori qualità e marketing dell'azienda pugliese "Eredi Di Donna" e tutti gli aspetti legati alla ricerca e allo sviluppo varietale. Terza generazione alla guida dell'azienda di famiglia con i cugini Pietro e Piervito, Raffaella ha promosso progetti puntando sull'innovazione per meglio rispondere alle esigenze del mercato.

Il gruppo familiare "Eredi Di Donna" ha operato nel settore viticolo dal lontano 1930. Il primo riconoscimento internazionale arriva nel 1966 quando i fratelli Domenico, Nicola e Franco Di Donna, eredi di Pietro, presentarono l'uva da tavola Italia al mercato di Nizza, coltivando per primi questa varietà su grandi estensioni; fu un trampolino di lancio per il prodotto pugliese, tanto che seguì l'immediato successo su altre importanti piazze come Parigi, Lione, Amsterdam, Bruxelles, Berlino.

## Luciano Di Pastina

San Lidano / Lazio

Nato in una famiglia di coltivatori e commercianti di verdure a Sezze, in provincia di Latina, Luciano



Di Pastina ha dato un impulso straordinario all'attività di famiglia diventando ben presto il fulcro commerciale di un numero crescente di produttori, prima dentro i confini della provincia di Latina, poi anche fuori provincia e infine anche fuori dal Lazio. Il padre, Lidano, aveva il nome del patrono di Sezze, l'abate benedettino San Lidano, primo bonificatore delle paludi pontine. Di Pastina, oltre all'impulso commerciale, ha caratterizzato la sua attività per la forte determinazione a cercare soluzioni innovative. Il padre coltivava, come da tradizione della zona, le insalate a cespo. Luciano, appena l'attività commerciale lo ha permesso, ovvero quando è diventato fornitore di una catena della GDO, ha subito investito nella IV Gamma e nelle varietà che ne costituiscono le componenti principali. L'iniziativa ha avuto un successo che continua ancora oggi.

## Marco Eleuteri

AOP Armonia / Campania



La sfida era al limite dell'impossibile: creare un'associazione di organizzazioni di produttori come esempio di vera aggregazione nel Sud Italia. Marco Eleuteri non si è

tirato indietro, ha lavorato sodo e ha vinto la scommessa: la "sua" AOP Armonia è stata la prima AOP del Mezzogiorno, un esempio del Sud capace di creare una squadra di imprese in grado di competere sui mercati, con un proprio brand. Prima di arrivare nell'associazione campana Eleuteri ha viaggiato, in particolare in Spagna. Dopo la laurea in economia, si trasferisce infatti a Murcia, dove per due anni affianca Francisco Cuadros, manager di SA San Miguel, maggior produttore mondiale di limoni dopo la californiana Sunkist. Dal 1999 al 2008 Eleuteri vive e lavora nella città spagnola, pur continuando a collaborare con l'azienda di famiglia, la Eleuteri di Montecosaro (Macerata). La svolta arriva nel 2010 quando Eleuteri diventa direttore commerciale di Armonia con sede a Battipaglia. In pochi anni Armonia raggiunge i 28 milioni di euro di fatturato e arriva a esportare il 30% della produzione. L'impegno di Eleuteri in Armonia prosegue.

## Luca Granata

Melinda / Trentino

"Si chiama Luca Granata e proviene dalla Dupont". Sul quotidiano "Alto Adige" il 7 aprile 2002 il nuovo direttore generale di Melinda esponeva in una lunga intervista la sua 'filosofia' mentre assumeva la guida del consorzio trentino: "Le mele della Valle di Non sono come i diamanti acqua marina della De Beer, uniche al mondo". Ecco l'uomo del fenomeno Melinda, il marchio più conosciuto dell'ortofrutta italiana. Premiarlo è stato il minino che potesissimo fare. Ma Luca Granata non si è dato pace. Solo pochi mesi dopo la cerimonia del gennaio 2015, infatti, ha lasciato la Val di Non per aderire ad un progetto di aggregazione e rilancio della pera italiana che viene battezzato Opera. Un'impresa ardua che continua a vederlo impegnato.

## Ottavio Guala

FEDAGRO / Piemonte



Il 29 novembre 2014 Ottavio Guala si è dimesso dalla presidenza di Fedagromercati, la Federazione dei grossisti italiani di ortofrutta, dopo una militanza di mezzo secolo. In una storia di copertina abbiamo ripercorso con lui i vari aspetti della sua straordinaria esperienza professionale all'interno del commercio ortofrutticolo italiano e insieme abbiamo raccolto le sue valutazioni sul futuro dei Mercati all'Ingrosso nel nostro Paese.

"Credo che tutti dobbiamo ammettere - ci aveva detto Guala - che viviamo in un clima di incertezza sul futuro, anche perché, in qualche modo, veniamo messi di fronte a problemi organizzativi aziendali che, come grossisti, non avevamo mai affrontato in passato. Vendere ortofrutta, che era il nostro DNA, oggi non basta. Se un'azienda vuole essere competitiva e ancora di più se vuole crescere deve conoscere il mondo della distribuzione e fornire una serie di servizi ai propri clienti che hanno come priorità la logistica". Guala è stato molto di più di un grossista ma prima di tutto è stato un grossista tra i grossisti.

## Stefano Soli

Valfrutta / Emilia Romagna

Quello che faceva nel 2014 lo fa anche oggi, all'inizio del 2020, anche se da una posizione più alta all'interno del Gruppo Alegra, essendo diventato nel 2017 il direttore di Valfrutta Fresco. Il marke-



ting non è solo un lavoro per lui, è prima di tutto una passione. "Serve un mix di competenze: la conoscenza del prodotto, l'esperienza commerciale, la formazione teorica. Per uscire dalla crisi, l'ortofrutta ha bisogno di un salto di qualità anche nelle professionalità, giovani con idee nuove, con una adeguata formazione, appassionati del prodotto. La frutta è qualcosa di vivo, di stimolante per noi e per chi sta dall'altra parte del tavolo. Venderla non è un lavoro meccanico. Bisogna sempre aggiungere qualcosa. Ad esempio Valfrutta era già una marca, però per vendere il fresco abbiamo aggiunto altri valori: l'alta qualità, la continuità, l'italianità, lo standard qualitativo ('sempre buona'). Questo è un comparto nato e cresciuto grazie a self-made men. Adesso bisognerebbe far crescere dei giovani per il bene di tutta la filiera produttiva". Parole sante!

## Raffaele Spreafico

Spreafico / Lombardia



Di che cosa ha bisogno l'Italia per essere più competitiva? "Di fare sistema in misura maggiore sia nell'ambito imprenditoriale che in quello politico. La nostra frammentazione produttiva può anche

essere una risorsa, per l'approccio imprenditoriale diffuso che comporta, se non diventa un limite per la dispersione che può generare il perseguire obiettivi particolari e contrastanti gli uni con gli altri. In questo ci manca un poco di visione di sistema, come vedo invece in altri Paesi". Questo il lusingante commento di Raffaele Spreafico nel 2014. Bocconiano, tesi di laurea sulla gestione dei prodotti ortofrutticoli nella GDO, Raffaele Spreafico è oggi amministratore delegato dell'omonimo Gruppo, tra le più forti realtà private dell'ortofrutta italiana. Nel 2014 era il responsabile delle importazioni, un elemento strategico nelle attività del Gruppo.

## Josef Wielander

VIP / Alto Adige



Ci sono pochi posti al mondo in cui la frutta rappresenta un'economia fondamentale e ha un enorme peso anche sociale come la Val Venosta. Non è stato così sempre. La grande vallata occidentale dell'Alto Adige nei secoli passati viveva dell'allevamento bovino. Poi è arrivato il 'miracolo' delle mele. Al centro di questo 'miracolo' c'è il Consorzio dei produttori di mele della valle, il VIP, e c'è stato un direttore, in pensione dal 2019, che era al timone del Consorzio dal 1996. Prima per vent'anni era stato il direttore della Mivor, la più grande cooperativa della vallata. Ha creduto nel gioco di squadra e nell'unicità della Val Venosta di cui è stato un convinto paladino. Con lui VIP è diventato il primo produttore di mele biologiche d'Europa.



La Natura di Prima Mano

# CORNELIO<sup>®</sup>

## Il Peperone Dolce Italiano

**PROVA  
LA DIFFERENZA**



**PIÙ**

DOLCE  
VALORE NEL PDV  
FEDELTA'  
PROMOZIONI

### UN SUCCESSO TUTTO ITALIANO

CORNELIO<sup>®</sup> è coltivato con le tecniche della produzione integrata nei migliori areali della Sicilia con la sua caratteristica forma a corno allungata, colori intensi, polpa soda, dolce, croccante e pochi semi. Con la sua buccia sottile è ideale da mangiare crudo con tutta la buccia ed è molto versatile in cucina.



  
**PRODOTTO ITALIANO**



# I NOSTRI PRODOTTI EDITORIALI

Mensile di economia e attualità di settore 

MENSILE DI ECONOMIA E ATTUALITÀ DI SETTORE

CORRIEREORTOFRUTTICOLO

THE FIRST ITALIAN MONTHLY ON FRUIT VEGETABLE MARKET

Settimanale della IV gamma

FRESHCUTNEWS

il settimanale della IV Gamma

Portale dedicato al biologico



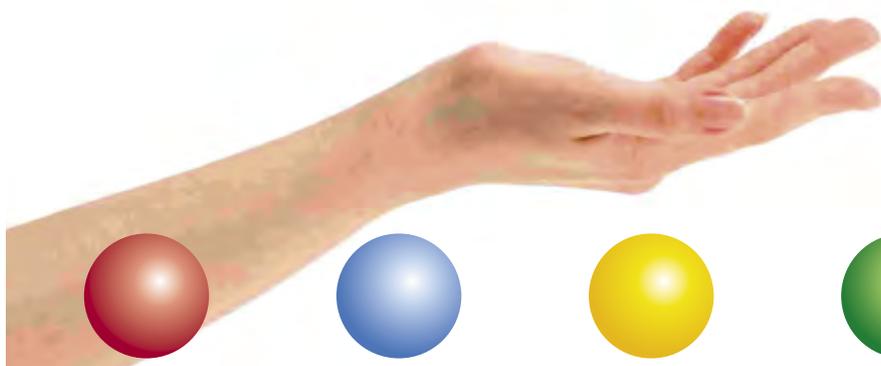
**GREENPLANET**

La libertà di essere bio.

# OMNIBUS

COMUNICAZIONE E BUSINESS PROMOTION

Una scelta per  
**CRESCERE**



CONSULENZA STRATEGICA

MISSIONI BUSINESS

EVENTI E B2B

CONUNICAZIONE E PR

UFFICIO STAMPA

/ 37135 Verona (VR) - Italy / Via Fiordiligi, 6 / Tel.+39045 8352317 /  
/ info@omnibuscomunicazione.net / www.omnibuscomunicazione.net /

## Armonia, progetto società miste

OP Armonia continua ad investire a 360 gradi. L'organizzazione di produttori di Battipaglia con soci in quasi tutto il Mezzogiorno (in particolare Campania, Calabria, Basilicata e Puglia) nel 2020 aumenta le risorse finanziarie destinate alla comunicazione B2C a supporto delle vendite della linea "Dolce". Ma c'è di più. Investimenti importanti si stanno effettuando per alzare ulteriormente l'asticella della qualità, a partire dal rinnovamento varietale nel comparto agrumi. A spiegarlo è Marco Eleuteri, amministratore delegato della OP. "Oltre all'attività di breeding attualmente in corso in collaborazione con il CREA di Acireale (con il quale è stato istituito l'unico programma italiano di miglioramento genetico della clementine), coordinata dal nostro citrus scientist specialist Francesco Perri, nel 2019 abbiamo realizzato un innovativo campo sperimentale, dove abbiamo messo a dimora i primi frutti del programma di ricerca". Riguardo al rinnovamento varietale OP Armonia ha avviato l'iter per la registrazione comunitaria di Sanzo VCR, varietà tutta italiana di clementine medio tardive, mutazione spontanea della varietà Comune. "Sanzo ci consentirà nei prossimi anni di prolungare la campagna clementicola fino all'inizio di febbraio con un prodotto dal profilo gustativo del tutto simile alla varietà Comune, sicuramente la più apprezzata dai consumatori italiani, prima di passare a varietà più tardive (e non italiane) di mandarini di ultima generazione", riferisce lo stesso Eleuteri.

E c'è un'altra novità, forse la più importante: la creazione di società miste da una parte per dare ulteriore valore alle produzioni, dall'altra per sostenere gli agricol-

tori e elevare ulteriormente il livello qualitativo. Spiega Eleuteri: "Per diffondere il prima possibile questi piani su ricerca e innovazione all'interno della nostra compagine produttiva abbiamo deciso di scendere direttamente in campo nella produzione attraverso formule collaborative per noi del tutto nuove e che ci vedranno impegnati direttamente non solo da un punto di vista finanziario, ma anche compartendo il rischio d'impresa unitamente ai nostri soci agricoltori. Abbiamo soci agricoltori con buona disponibilità di terreno in zone vocate, ma con ridotte capacità di investimento. In definitiva, l'idea è quella di creare società miste tra questi agricoltori e la stessa OP. Queste nuove società prendono in affitto i terreni dell'agricoltore. In questo modo l'OP non svolgerà più una semplice funzione di indirizzo ma finanzia anche il rinnovamento varietale e l'ammodernamento degli impianti. Inoltre fornirà l'assistenza tecnico-agronomica all'agricoltore che continuerà, da parte sua, ad occuparsi della coltivazione degli stessi terreni. Il capitale investito sarà poi restituito dalla nuova società all'OP secondo un piano di rientro light che terrà conto del graduale aumento della produzione della nuova azienda".

Armonia nasce dall'unione di alcune tra le più grandi OP del Sud Italia. La superficie coltivata è oltre i 1500 ettari, per un fatturato di 33,5 milioni di euro, che sono suddivisi principalmente tra gli agrumi, 29.9%, e le pesche e nettarine, 17.9%. In forte crescita il comparto bio, 11.9% del fatturato, nonché le ciliegie e l'uva, 9% del fatturato. Si producono anche fragole, kiwi e verdure.

# dolceclementina

FILCOMERCOASSOCIA.IT



*Dana,  
squisita,  
sostenibile*



SOLO CLEMENTINE SENZA SEMI, BUONE, SANE, SALUTARI,  
SOSTENIBILI ...E CON LA BUCCIA EDIBILE!



COLTIVATA IN ITALIA NELLE ZONE  
PIÙ VOCATE DELL'ARCO JONICO



RISPETTOSA DELL'AMBIENTE IN CONFEZIONI  
IN CARTONE ALTAMENTE RICICLABILI



*Dolceclementina è raccolta con la massima cura  
esclusivamente quando è stato raggiunto il giusto grado  
di maturazione che conferisce al frutto il tipico colore  
arancio brillante, e rende la polpa dolce e succosa...*

*Un piacere unico per il palato.*

**dolcefrutta**  
gourmet experience  
[www.dolcefrutta.info](http://www.dolcefrutta.info)



@dolcefrutta

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

LA TROVI NEI SUPERMERCATI  
E IPERMERCATI DELLE MIGLIORI  
INSEGNE DISTRIBUTIVE ITALIANE

## Melinda, l'unione che fa la forza

Melinda ha chiuso il bilancio 2018-2019 con un fatturato di 248,3 milioni con le mele e di 8,5 milioni con i piccoli frutti. Di fronte ad un mercato non facile è un buon risultato, che si è accompagnato ad azioni tese al rafforzamento del brand in Italia e nel mondo e all'impegno di proseguire nel programma di rinnovamento varietale. Un'attività importante che coinvolge il Consorzio della Val di Non è anche l'integrazione con La Trentina nella vendita e promozione dei prodotti. In una riunione di fine 2019 è emerso che "l'aggregazione sta consentendo di ottimizzare l'intera filiera e raggiungere un livello di efficacia determinante nella gestione, rendendo possibile una strategia forte e proiettata verso il futuro, come per esempio il progetto di rinnovo varietale, unica strada percorribile per continuare a presidiare un mercato saturo". In quella occasione, Michele Odorizzi, presidente Melinda ha così commentato: "L'accordo è frutto di un percorso condiviso con le cooperative del Consorzio, volto a ottenere una maggior sostenibilità e stabilità economica per i soci frutticoltori. Ciò anche a fronte di un quadro melicolo internazionale che vede in costante crescita le produzioni e una clientela che, soprattutto nel canale GDO, registra sempre maggior concentrazione. Un progetto sinergico dagli interessi e obiettivi condivisi internamente alle due realtà territoriali, volto al miglioramento continuo delle proprie produzioni e alla riconoscibilità di una qualità garantita".

Paolo Gerevini, direttore generale di entrambi i consorzi, ha precisato: "La forza dell'alleanza con La Trentina ci ha permesso di gestire in modo coordinato vendite e marketing in modo da valorizzare

meglio il prodotto gestendolo con un'unica rete commerciale, oltre ad essere stata l'occasione di una ridefinizione coordinata dell'assetto varietale che risulta in questa fase l'aspetto strategico principale sulla base del quale programmare al meglio le coltivazioni del prossimo futuro. Il risultato di soddisfazione si traduce in un liquidato ai nostri produttori superiore agli altri attori di riferimento".

Qualunque sia la contingenza, Melinda resta comunque un caso più unico che raro nel panorama ortofrutticolo italiano. Forte organizzazione, un brand che è il numero uno sul mercato nazionale. Al Consorzio fanno capo oltre 4.000 famiglie di frutticoltori che coltivano circa 6.700 ettari di meli nella Val di Non e nella Val di Sole. Fin dalla sua fondazione nel 1989, Melinda è cresciuta con continuità e costanza. Di pari passo all'azienda è nato, cresciuto e si è rafforzato il marchio, che consente ai consumatori di individuare facilmente mele di qualità oggettivamente superiore, un brand che oggi può vantare il 99% di awareness fra le famiglie dei consumatori italiani. Più del 50% delle mele Golden consumate in Italia hanno sulla propria buccia l'inconfondibile bollino blu Melinda.

La strategia di Melinda è fatta di investimenti oculati e ben ripartiti in produzione, distribuzione, comunicazione, marketing e promozione che hanno portato il brand ad essere riconoscibile tra tanti e identificabile come prodotto di qualità. La sua differenziazione e riconoscibilità rappresentano un'eccellente strategia di vendita con un posizionamento senza pari nel mercato ortofrutticolo italiano. In Italia l'azienda trentina copre il 15% della produzione media annua di mele.

# IL RISPETTO PER LA NATURA È UN'OCCASIONE DA COGLIERE.



**NELLA VAL DI NON, LA PRIMA MELA D.O.P. ITALIANA CRESCE IN MODO SOSTENIBILE.**

Ogni mela Melinda nasce dall'amore per il territorio. Un amore sconfinato, che si esprime dentro confini precisi: quelli della sostenibilità ambientale. Il Consorzio Melinda irriga con tecniche all'avanguardia, e risparmia il 50% di acqua. Utilizza energia da fonti rinnovabili per rispettare l'ambiente. Conserva le proprie mele in grotte sotterranee come dentro a un frigo naturale per preservare e tutelare il territorio. La bontà vera nasce dall'amore per la natura.

Golden Del. - Red Delicious - Renetta C. sono le D.O.P. MELA VAL DI NON



**MI PIACI DI PIÙ**

## San Lidano, un modello che vince

Nata come specialista di frutta e verdura nel 1997, la cooperativa San Lidano di Sezze (Latina) è cresciuta e si è distinta nella produzione della IV gamma di alta qualità, a brand proprio come OrtoPronto e come co-packer per catene a rilevanza nazionale. Un ininterrotto trend di crescita ha permesso un progressivo miglioramento degli impianti, partito con l'acquisizione del sito di Bolgare (Bergamo) nel 2010 e con l'avveniristico ampliamento del sito di Sezze Scalo nel 2012, per un totale di oltre 25 mila mq coperti, entrambi dotati delle più moderne tecnologie per la IV Gamma. Le 25 linee di confezionamento consentono una capacità annua di oltre 100 milioni di pezzi, tra buste, vaschette e ciotole di ogni tipo e grammatura, in grado di rispondere alle più svariate richieste della clientela. Monda manuale, sistemi di lavaggio a risciacquo multiplo, selectori ottici e metal detector multi-spettro di ultima generazione consentono di garantire il prodotto da possibili contaminazioni con corpi estranei. Il sistema gestionale assicura poi la completa rintracciabilità di ogni unità di vendita fino al produttore e al campo e l'archiviazione informatica di tutti i controlli di processo. Insomma, nel panorama della IV Gamma italiana, San Lidano è un attore di primo piano, attento alla qualità, con manager che hanno allargato e stanno allargando il mercato dei prodotti San Lidano anche fuori dai confini nazionali. Sono 60 le aziende agricole che fanno capo alla OP San Lidano, tra affiliate e assistite, ed operano su una superficie coltivata di oltre 1.200 ettari che per almeno 200 ettari è costituita da serre destinate alla materia prima di IV Gamma. Non sono solo

aziende laziali ma anche di Abruzzo, Lombardia e Puglia. Le produzioni principali sono le insalatine baby-leaf, poi le lattughe, i radicchi, le indivie, le angurie, i pomodori, gli spinaci e le verdure da cuocere come cicoriette, bietine, verze e cime di rapa. Fa capo all'OP anche una produzione di pomodoro da industria. Per la commercializzazione del cocomero - si tratta di quantitativi notevoli: circa 30 mila tonnellate - San Lidano ha un suo marchio: Cuore Rosso. L'OP coltiva le proprie materie prime per 12 mesi l'anno, garantendo una filiera corta e controllata. Un team di agronomi offrono ai produttori un'assistenza specialistica per l'applicazione dei disciplinari di produzione integrata e delle buone pratiche agricole, per l'ottenimento di prodotti di qualità e con il minimo utilizzo di apporti chimici, per la salvaguardia dell'ambiente.

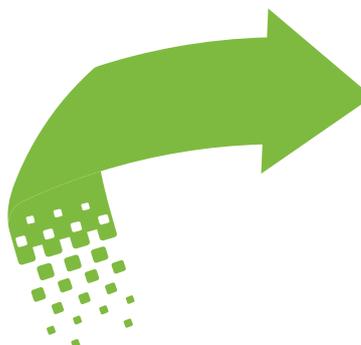
Il fondatore, Luciano Di Pastina ha la semplicità del grande imprenditore. Riporta i problemi all'essenziale, per andare oltre. Opera principalmente in un settore che si è affollato di non pochi protagonisti negli anni, quello dei prodotti freschi di IV Gamma, e in questo mondo emerge come un innovatore dentro una dimensione contemporanea tipica: la dimensione global. In altre parole, ha sviluppato un modello locale e lo sta replicando a livello globale senza tradire le radici che continua a coltivare come la sua vera forza. E' un innovatore efficiente, che ha affrontato e superato difficoltà da cui è uscito più forte, forse grazie anche allo zampino del santo protettore del suo paese natale, Sezze, in provincia di Latina, al quale ha 'rubato' il nome per darlo alla sua azienda: appunto San Lidano.



*Partner*  
*di Natura*

*Da antiche acque*  
**DELLE TERRE LATINE**

PER LA TUA  
FRUTTA E VERDURA  
UNA SCELTA SICURA



**CASSE CONIP**  
*100% riciclate e riciclabili  
alleate della natura*



**#anchetuconconip**  
[conip.org](http://conip.org)

# PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

## 2015

**Nello Alba**  
**Domenico Basile**  
**Pietro Calabrese**  
**Giuliano Canella**  
**Bruno Francescon**  
**Tom Fusato**  
**Nicola Giuliano**  
**Franco Mattozzi**  
**Giancarlo Minguzzi**  
**Augusto Giuseppe Pianesani**  
**Christian Pohl**

57



# 2015 PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

## Nello Alba Oranfrizer / Sicilia



Nello Alba e Oranfrizer rappresentano uno dei motori della Sicilia ortofrutticola, che ha saputo mettersi in mostra grazie al lavoro di valorizzazione di uno dei prodotti cardine dell'isola, l'arancia. Catanese di Scordia, Alba ha proseguito l'attività del padre iniziata oltre 50 anni fa puntando sulla qualità, l'innovazione, l'apertura di nuovi mercati, e su un brand sviluppato anche grazie al ruolo ricoperto da Salvo Laudani, responsabile marketing di Oranfrizer e suo braccio destro. Un interessante sviluppo è stato quello dell'export delle spremute fresche di arancia anche verso Paesi lontani come il Giappone, una linea di prodotti che ha ampliato il business dell'azienda siciliana, in particolare nei canali della GDO. Attraverso l'azienda agricola Carmito, estesa su oltre 160 ettari, l'imprenditore ha notevolmente ampliato i confini della grande proprietà terriera, curandone la produttività con dedizione, inserendo nuove varietà con il supporto di esperti. Dalla metà degli Anni Novanta la riqualificazione varietale è stata forte, con la messa a dimora di nuove selezioni di Tarocco ed ibridi di mandarino, oltre che di impianti di melograno, realizzati con tecniche nuove.

## Domenico Basile Napitina / Calabria



Un'agrumicoltura di pregio nel cuore del territorio della Clementina di Calabria. E' quella portata avanti da Napitina, un'OP di 12 aziende associate nei Comuni di Pizzo Calabro, Francavilla Angitola, Curinga, Lamezia Terme e Borgia. Il fondatore e presidente Alessio Basile ha lasciato le redini operative nelle mani dei figli Francesco e Domenico e di uno staff di agronomi preparati. I risultati ci sono: il prodotto di questa OP è ricercato da importanti distributori. Napitina è dunque non solo una realtà interessante ma anche un esempio e una speranza per l'agrumicoltura calabrese.

## Pietro Calabrese Colle d'Oro / Sicilia



Dietro a Colle d'Oro, con una superficie coltivata a ortaggi di oltre mille ettari nel Ragusano, e alla nascita e sviluppo del Consorzio

di tutela IGP Carota Novella di Ispica, c'è soprattutto il lavoro di una famiglia, i Calabrese, e di un uomo classe 1939, Pietro Calabrese. Il management aziendale di Colle d'Oro nel 2015 è formato dal fondatore e presidente dell'organizzazione, Pietro Calabrese, dalla figlia Loredana che cura gli affari generali, dal figlio Carmelo che si occupa dell'attività commerciale e marketing, dal figlio Salvatore che cura la produzione e dal genero Tony che si occupa di magazzino e controllo qualità. Una gestione familiare che conta su collaboratori professionisti competenti, in sintonia con i valori aziendali. I Calabrese sono legati alla storia dell'orticoltura nella zona di Ispica e ne hanno promosso lo sviluppo. Pietro è stato anche promotore del Consorzio IGP Pomodoro di Pachino. I fratelli Calabrese, cui il padre Pietro ha affidato la gestione operativa, sono fautori della nuova agricoltura siciliana, che guarda alla qualità dei prodotti, al rispetto dell'ambiente e alle produzioni biologiche, a un nuovo modello di sviluppo che poggia su questo motto aziendale: "La qualità non si inventa, si produce".

## Giuliano Canella Alì / Veneto

Appartiene alla parte migliore della nuova generazione di manager della distribuzione il padovano Giuliano Canella, che valorizza il reparto ortofrutta come pochi altri in Italia ponendosi al servizio del consumatore. Non è uscito dalle accademie, ma mette davanti l'azione, il lavoro, un impegno no limits. "I nostri reparti ortofrutta - ci ha detto - sono vivi, par-



lano al consumatore, lo consiglia, gli insegnano qualcosa. Questo ha valorizzato non solo un reparto specifico ma ha dato immagine e solidità a tutta l'azienda". Alì Spa è una realtà commerciale operante nel mondo della GDO dal 1971. La sede direzionale e gli uffici commerciali si trovano a Padova mentre gli oltre 100 punti vendita sono localizzati in tutto il Veneto e in Emilia-Romagna. La rete di vendita è divisa in due canali: Alì Supermercati, con negozi di quartiere e superfici fino a 1.500 metri quadri, e Aliper, con punti vendita tra i 2.000 e 5.000 metri quadri, spesso inseriti in centri commerciali. Giuliano Cannella è il responsabile dei reparti del fresco e fa parte del Comitato operativo di Gruppo.

## Bruno Francescon

Francescon / Lombardia



Il mondo del melone è nel suo dna. In quell'ambiente c'è nato e cresciuto. Bruno Francescon guida l'omonima azienda di famiglia che, nel corso degli anni è stata in grado di diventare il primo gruppo in Italia nel comparto melone. In pochi anni l'OP Francescon,

con sede a Rodigo (Mantova), ha saputo dare al melone italiano un nuovo slancio. Bruno Francescon ha scommesso anche sull'Africa, una nuova frontiera che dopo solo una manciata d'anni ha dato segnali di qualche interesse. Sul futuro del comparto, ancora troppo frammentato, per l'imprenditore mantovano non ci sono dubbi: resteranno solo i più forti.

## Tom Fusato

Brio / Veneto



Il biologico cresce. Tra gli uomini del biologico italiano, Tom Fusato ha unito alla passione del pioniere l'attenzione quotidiana di un osservatore attentissimo del mercato. E' stato direttore commerciale di Brio Spa per lunghi anni e lo si può considerare, visto lo sviluppo di Brio, un 'motore' della crescita del mercato del bio in Italia e all'estero; in Francia in particolare, dove ha lavorato e dove anche nel 2015 era impegnato con successo. Nell'intervista che ci ha rilasciato ha detto tra l'altro: "All'inizio l'agricoltura biologica era vista come qualcosa di naif. In realtà, fin dall'inizio, ha espresso in modo chiaro il suo scopo: fare agricoltura che tuteli il territorio, l'agricoltore e il consumatore. Oggi il bio risponde alle richieste del consumatore e ne ha conquistato la fiducia".

## Nicola Giuliano

Giuliano / Puglia

Parlando di uva da tavola si pensa subito alla Puglia, regina incontrastata nella produzione in Italia.



Una delle aziende cardine del comparto pugliese è senza dubbio la Giuliano srl, diretta da Nicola Giuliano. Con l'imprenditore barese abbiamo fatto nel 2015 il punto sullo stato di salute dell'uva italiana, di quello che funziona nel settore, di ciò che non va, di cosa servirebbe realizzare per ritornare ai vertici mondiali, come era negli anni Ottanta e Novanta. La sintesi potrebbe essere racchiusa in queste poche parole: va affrontata con coraggio e vinta la sfida delle nuove varietà, quelle più richieste dal mercato cercando di emanciparsi o di integrarsi in maniera appropriata con le nuove realtà internazionali che tengono in pugno le varietà oggi vincenti. E puntare sul futuro.

## Franco Mattozzi

Funghidea / Lazio



Ha creato Funghidea diventando uno dei protagonisti del fungo coltivato italiano fin dall'origine della storia di questo prodotto nel nostro Paese. Un protagonista appassionato, che sostiene che i funghi siano destinati ad essere il cibo del futuro. "Dobbiamo abbattere pregiudizi spesso incredibili - ci aveva detto nel 2015 - si sente dire un po' di tutto ma alla fine è solo questione di ignoranza. Cre-

do di poter affermare che i funghi hanno caratteristiche che nessun prodotto orticolo ha. Contengono proteine vegetali importanti, sono privi di grassi, hanno un basso contenuto di sodio, sono un cibo attuale, ideale per il consumatore di oggi. Aggiungo che è un prodotto che non sopporta i trattamenti antiparassitari. Abbiamo innovato moltissimo in Italia, dando un contributo fondamentale alla preparazione del terreno di cui si sono giovati olandesi, svizzeri e altri. Dobbiamo ora avere la forza di affermare che abbiamo un fungo coltivato senza pari al mondo”.

## Giancarlo Minguzzi

Minguzzi / Emilia Romagna

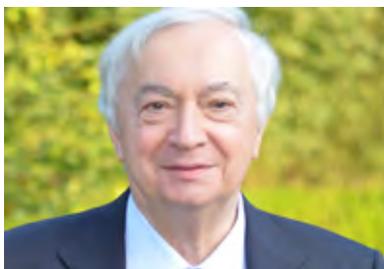


Laureato in economia a Bologna, ravennate di Alfonsine, Giancarlo Minguzzi dal 1985 prende in mano la Minguzzi Spa, specializzata nell'esportazione di pesche, susine, mele, pere, e kiwi, in particolare verso il mercato inglese. Dal 2004 l'azienda è cresciuta diventando Organizzazione di Produttori con una produzione complessiva di 25 mila tonnellate e oltre 100 soci. Giancarlo Minguzzi ha fatto crescere i mercati di riferimento, spaziando, oltre che in Europa, in diversi Paesi di Asia, Africa e America. Nel 2015 i prodotti e le quantità che la OP Minguzzi lavorava erano: 12 mila tonnellate di pesche e nettarine, 2.500 tonnellate di susine e albicocche, 2.500 tonnellate di pere, 6 mila tonnellate di mele e 2 mila di kiwi. Tutti i prodotti che i soci della OP

Minguzzi producono vengono esportati in quell'anno per il 70% prevalentemente in Europa, ma il kiwi prende la via d'oltreoceano per oltre il 50%. Mele, pere e susine per il 10% vengono esportate nel Nord e Sud America, in Nord Africa e Asia. Dal 2011 Minguzzi è presidente di Fruitimprese Emilia Romagna.

## Augusto G. Pianesani

Ilip / Emilia Romagna



Il lavoro come valore e come impegno senza fine. Non a caso in azienda si lavora 24 ore su 24, in tre turni di 8 ore, dal mezzogiorno di lunedì alle 4 del mattino di sabato, mentre in un'altra unità produttiva del gruppo il lavoro è a ciclo continuo 7 giorni su 7. Lui dice con una battuta: “Ho lavorato per 25 ore al giorno per più di mezzo secolo, la soddisfazione è che quel che ho creato funziona ancora bene”. Lui è Augusto Giuseppe Pianesani di Vignola e quello che ha creato è un gruppo da più di 200 milioni di euro di fatturato che negli imballaggi per l'ortofrutta, con il marchio ILIP, è un'eccellenza italiana, anzi europea. Da presidente del gruppo ILPA, di cui ILIP è una divisione operativa, guarda all'attività come un alpinista guarda all'orizzonte quando è in cima alla montagna. A 76 anni compiuti, nel 2015 manteneva alcune deleghe operative ma per lunghi anni ha fatto di tutto, guidando la produzione, le forniture, le vendite, l'amministrazione. Lo affiancano il figlio Riccardo e uno staff dirigenziale di alto livello.

ILIP continua ad essere una realtà di primo piano nella filiera ortofrutticola internazionale, che tuttavia si deve misurare con le trasformazioni epocali necessarie nel mondo delle plastiche.

## Christian Pohl

VIP / Alto Adige



“La mia famiglia viene dall'agricoltura anche se mio padre era il rappresentante di Tarsch nel Comune di Laces e quindi era chiamato anche a vari incarichi. Nel maso si allevava bestiame e si producevano albicocche come in tanti altri masi della Val Venosta. Tarsh ha circa 500 abitanti. Quand'ero bambino c'era povertà. C'era gente che andava in Germania a piedi a lavorare. Poi è partita l'economia delle mele. Io frequentavo l'istituto di Laimburg ma lavoravo in campagna già a 15-16 anni. Mi piaceva fare l'agricoltore perché mi piace la natura, mi piacciono le piante, gli alberi, anzi dicono che io abbia un rapporto speciale con la natura e hanno ragione. Al biologico mi sono avvicinato un po' tardi, grazie a mio figlio Martin che avevo mandato a imparare a lavorare in un altro maso. Lì facevano già biologico. Altri dunque sono partiti prima di me in Val Venosta, pochi comunque. Ho capito subito che quella era la mia strada perché è un'agricoltura che rispetta la natura, che vive dei ritmi della natura che è la dimensione più vicina alla mia visione della vita”. Questo era Christian Pohl, nato nel 1951, morto nel gennaio 2019. Frutticoltore straordinario legato al VIP, nostro Protagonista 2015.

## Così Oranfrizer approccia la Cina

Al ben noto impegno sul rinnovamento varietale, Oranfrizer ha manifestato nell'ultimo anno un grande dinamismo sul fronte internazionale. Lo conferma il China Award Capital Elite, assegnato a dicembre 2019 all'azienda siciliana per aver aperto, prima nel settore, il mercato cinese alle arance italiane. Arrivate via nave, le arance sono andate esaurite in pochi giorni e il test, concluso con successo, oltre al premio conseguito, incoraggiano molto l'azienda a proseguire le azioni di export nel 2020 con l'ampliamento di volumi da destinare a questo nuovo mercato. A settembre 2019 l'azienda di Scordia - comune nella Piana di Catania sormontata dall'Etna - aveva organizzato una presentazione a Tokyo della nuova linea di spremute Mongibello Oranfrizer Juice pensata per la GDO nipponica. Ma non passa mese che iniziative del genere non avvengano in Europa, nel Nord America e nel Far East, a seguito di un'incessante azione di marketing internazionale. Essa ha tanto più valore in quanto si accompagna ad una forte attività di riqualificazione delle nuove cultivar, soprattutto di arance rosse, che sta rivoluzionando l'offerta, il calendario di produzione e di distribuzione.

Questa premessa è indispensabile per capire che stiamo parlando di una delle realtà più dinamiche non solo della Sicilia ma dell'intero sistema ortofrutticolo italiano.

La nascita di Oranfrizer è legata alla famiglia Alba che dal 1962, con il cav. Giuseppe Alba, padre di Nello Alba, l'attuale amministratore unico, ha scelto di puntare sulla produzione agrumicola dell'isola costruendo le solide basi di un investi-

mento poi cresciuto nell'arco di 50 anni. Dall'iniziale distribuzione della frutta fresca nei più importanti mercati ortofrutticoli nazionali, si sono sviluppati i canali della GDO, seguiti da un processo di diversificazione. Alla produzione e distribuzione degli agrumi, si sono infatti aggiunte nuove referenze ortofrutticole. L'evoluzione ha raggiunto la sua massima espressione con la trasformazione dei prodotti in spremute fresche 100%, una linea di prodotti che ha ampliato il business dell'azienda siciliana.

Fa parte del Gruppo l'azienda agricola Carmito, estesa su oltre 160 ettari, che è una delle migliori fonti di approvvigionamento delle produzioni agrumicole siciliane. Nello Alba ha notevolmente ampliato i confini della grande proprietà terriera, ne cura la produttività con dedizione e pianifica ciclicamente delle sperimentazioni su alcuni campi per innovare e inserire nel mercato agrumicolo nuove varietà, avvalendosi del supporto di esperti e professionisti. Carmito è inserita nell'OP Terre e Sole di Sicilia, l'organizzazione dei produttori nata con l'obiettivo di incrementare i valori di condivisione tra i piccoli e medi produttori per realizzare azioni sinergiche che possano migliorare le condizioni economiche di tutti coloro che hanno deciso di investire sugli agrumi siciliani.

A partire dagli ultimi 15 anni è stata compiuta un'azione di forte riqualificazione varietale, con la messa a dimora non solo di nuove selezioni di Tarocco ed ibridi di mandarino, ma anche di importanti impianti di melograno, realizzati con tecniche colturali nuove, delle quali Oranfrizer è precursore in Sicilia.

# Arance Rosse, colte nella piana dell'Etna. Il patrimonio naturale di una terra unica.



◊ Tarocco Ippolito ◊

◊ Tarocco Sciara ◊

◊ Tarocco Meli ◊

◊ Tarocco S. Alfio ◊

Rosso come la lava  
del vulcano attivo  
più alto d'Europa.

Raccolta  
da Gennaio a Marzo.



Intenso come  
il suo  
colore.

Raccolta  
da Marzo a Maggio.



Vivace  
come  
la primavera.

Raccolta  
da Marzo a Maggio.



Raro,  
a maturazione  
tardiva.

Raccolta  
da Maggio a Giugno.



Scopri le varietà made in Italy disponibili più a lungo.

 **ORANFRIZER**

Sicilian Experience

Oranfrizer S.r.l. | S.P.28/Tkm 1,300 - SCORDIA (CT) - ITALY  
Tel +390957937111 | [www.oranfrizer.it](http://www.oranfrizer.it) | [oranfrizer@oranfrizer.it](mailto:oranfrizer@oranfrizer.it)



## La Sicilia negli ortaggi Colle d'Oro

Una storia siciliana, legata agli ortaggi, che si è sviluppata in un territorio del Ragusano, nel Comune di Ispica, particolarmente adatto a esprimere prodotti di qualità. Il sole e il mare, le verdi distese pianeggianti avvolte da leggeri rilievi collinari che danno luogo a canyon naturali con cave ricche di oasi di vegetazione, torrenti e laghi - non a caso il territorio del Val di Noto è stato dichiarato dall'Unesco "Patrimonio dell'umanità" per il suo fascino ambientale e paesaggistico - hanno fatto da sfondo a questa storia e ne sono anzi elementi importanti. Parliamo dei Calabrese, una famiglia che ha messo al centro del proprio impegno, anno dopo anno, lo sviluppo della orticoltura di qualità come elemento dello sviluppo del territorio. Ha cominciato il padre, Pietro Calabrese, tra gli Anni Cinquanta e Sessanta, poi il testimone è passato gradualmente ai figli: Loredana che si dedica alla gestione aziendale, Carmelo che si è specializzato nell'attività commerciale e di marketing, Salvatore che cura la produzione, il genero Tony che gestisce il magazzino lavorazione e il controllo di qualità. Loro sono l'ossatura, il cardine dell'attività ma attorno ruotano numerosi collaboratori e tecnici coinvolti, come una grande famiglia, nella mission della OP Colle d'Oro che è: fare qualità a tutto tondo. Il motto delle sei aziende che costituiscono il gruppo è infatti: "La qualità non si inventa si produce".

Colle d'Oro oggi è un esempio di buona gestione, di una Sicilia agricola che cresce nel rispetto del territorio (non a caso il 60% della produzione della OP è biologica) e che ha fatto proprie le tecniche più avanzate per essere al passo con il mercato globale e con le richieste dei distributori.

Sottolinea Carmelo Calabrese: "La notevole superficie coltivata, di oltre mille ettari, che si articola su un territorio esteso, viene gestita dalle aziende aderenti alla organizzazione con una spiccata specializzazione nelle produzioni. Avvalendoci di tecnici esperti, siamo in grado di sviluppare programmi di produzione dettati da orientamenti di mercato e da particolari richieste dei clienti anche più esigenti in Italia e all'estero".

Salvatore Calabrese tiene a sottolineare l'impegno di Colle d'Oro nella sostenibilità ambientale e le varie tappe che hanno caratterizzato l'attività produttiva, dalla produzione integrata a quella biologica, ai progetti sull'agricoltura sostenibile. Da parte sua Loredana Calabrese indica le sfide del futuro: "Qualità globale e innovazione. Nuovi prodotti, sperimentazioni in collegamento con chi fa ricerca". Pietro Calabrese, il padre, è ancora oggi il presidente di Colle d'Oro.

Con impianto di lavorazione e confezionamento a Ispica, Colledoro è specializzata nella produzione di ortaggi in serra e in pieno campo gestita da sei aziende socie, con un calendario produttivo che va da settembre a giugno ed utilizza fino a 550 dipendenti, per un giro di affari di oltre 30 milioni di euro. Affermata sul territorio nazionale, Colle d'Oro ha una quota di export elevata tra Austria, Germania, Gran Bretagna, Danimarca, Olanda e Francia. La produzione supera le 35 mila tonnellate e comprende principalmente carote, pomodori, pomodorini, zucchine, e una linea snack a marchio Deliziorti con pomodorini colorati, mini-peperoni, mini-cetrioli e zuccina crù, novità assoluta di cui Colledoro ha l'esclusiva per l'Italia.



# COLLE D'ORO

Società Consortile Agricola a.r.l.  
Organizzazione di produttori



**LA QUALITÀ NON SI INVENTA, SI PRODUCE**



COLLE D'ORO Soc. cons. agr. a r l - c.da Bufali cp 68 - 97014 Ispica (RG)  
Tel. +39 0932 959413 Fax +39 0932 700229  
www.colledoro.com - info@colledoro.com - commerciale@colledoro.com





**GreenPlanet.net** *tutta un'altra musica*



*rinnovati logo, veste grafica, contenuti, mailing list*



**GREENPLANET**

La libertà di essere bio.

# Il gusto del Biologico

Vittorio, agricoltore  
Cesena



## Buono, biologico, fresco!

Alce Nero, il marchio del biologico dal 1978, è anche frutta e verdura fresca.

Una linea buona e sana: prodotti biologici che nutrono in modo corretto, frutto di un'agricoltura che rispetta la terra e la sua fertilità. Prodotti che conservano tutto il gusto, e i sapori, del cibo vero.



[alcenero.com](http://alcenero.com)



Alce Nero. Agricoltori biologici dal 1978

## Giuliano, sfida competitività

I consumi di uva da tavola in generale sono in aumento, ma le quotazioni non decollano. “Stiamo lavorando più degli ultimi anni, ma non riusciamo a spuntare prezzi degni del lavoro, del prodotto e, anche, del settore. Che ha messo a posto tutte le carte, dal punto di vista etico, delle varietà e della qualità”. E' un commento di Nicola Giuliano, alla guida della OP Giuliano Pugliafruit di Rutigliano, Bari, insieme ai fratelli Vito e Giovanni, sulle dinamiche del mercato che sono per l'uva da tavola italiana e pugliese sempre più imprevedibili. “Nel complesso - afferma Giuliano - il settore ortofrutticolo italiano sta soffrendo molto i costi di produzione, amplificati da nuove regole, contratti, questioni di sanità, sicurezza, tutela del paesaggio e dell'ambiente e così di seguito. Ma se al supermercato si vendono le banane a 0,90 euro, o gli ananas a un euro, e tutti li comprano, allora c'è qualcosa che non quadra. Perché un chilo di uva costa almeno due euro ed è chiaro che non siamo competitivi”.

Giuliano Pugliafruit commercializza una ventina di varietà di uva. Tra le novità Pristine, di cui la Giuliano è licenziataria: una varietà bianca seedless che i costitutori della Polar Fruit considerano la migliore al mondo per l'equilibrio zuccheri/acidi, la croccantezza, il sapore non aromatico che non stanca e ha la buccia sottile che si confonde con la polpa. Insieme a Pristine, nel 'portafoglio' di OP Giuliano Pugliafruit ci sono le più recenti uve bianche (Thompson, Autumn Giant, Melissa, Sugraone), le rosse (Supernova, Crimson, Scarlotta Seedless) e le nere (Midnight Beauty e Autumn Royal), oltre alle classiche Red Globe, Pizzutella, Italia



e Palieri con cui l'azienda barese fa il prodotto IGP Puglia.

Aderisce alla OP l'azienda di famiglia Giuliano Srl, una realtà pugliese che ha una visione globale del mercato dell'uva da tavola, che nasce nell'anno 2000 con l'intento di proseguire e sviluppare l'impegno dei fratelli Giuliano nel settore ortofrutticolo. L'azienda è ubicata in agro di Turi, un territorio rinomato per la sua vocazione ortofrutticola. Lo stabilimento produttivo si sviluppa su una superficie complessiva di oltre 70 mila metriquadri, dove sono concentrate tutte le più recenti tecnologie, che consentono ai migliori prodotti della terra di restare giovani e freschi a lungo e di conservare con vigore le proprie qualità nutrizionali. A garanzia della qualità dei prodotti immessi sul mercato, la produzione ed il successivo confezionamento avvengono nel rigoroso rispetto di tutte le normative alimentari, selezionando accuratamente i prodotti attraverso severi criteri qualitativi. Parte della produzione commercializzata proviene dalle aziende agricole di famiglia, dislocate in aree vocate e strategiche della Puglia che consentono di avere disponibilità di prodotti a maturazione precoce e tardiva. Quasi 1000 ettari di uva da tavola, pesche, meloni, albicocche, agrumi e insalate certificati secondo gli standard delle buone pratiche agricole Global GAP e Nurture.



UVA  
DA TAVOLA  
BIANCA



UVA  
DA TAVOLA  
ROSSA



UVA  
DA TAVOLA  
NERA



CILIEGIE



PESCHE  
NETTARINE



ALBICOCCHIE

ARANCE  
CLEMENTINE  
MANDARINI



**O.P. Giuliano S.r.l.**  
Sede legale: Via Zara, 41  
70018 Rutigliano (BA) - ITALY  
Sede operativa: S.P. 65 km 4,8  
70010 Turi (BA) - ITALY  
[www.giulianopugliafruit.it](http://www.giulianopugliafruit.it)

## Minguzzi, una visione globale

Da oltre 50 anni la Minguzzi Spa Consorzio di Alfonsine (Ravenna) coltiva la passione per la qualità: la frutta Minguzzi cresce solo nelle zone più vocate, in cui all'esperienza di migliaia di agricoltori si unisce il supporto di uno staff tecnico altamente specializzato. I prodotti Minguzzi sono seguiti e controllati fin dall'origine, per garantire ai consumatori prodotti sicuri e sani al 100%. La filosofia di Minguzzi nasce dalla grande passione per la qualità: i prodotti vengono seguiti e controllati in tutte le zone di produzione e per l'intera filiera. Minguzzi da diversi anni seleziona le varietà migliori e più resistenti, per ridurre gli interventi chimici usando sistemi di coltivazione a basso impatto ambientale. Per questo la frutta Minguzzi è sempre in linea con le richieste della distribuzione moderna e le esigenze del consumatore, garantendo elevati standard qualitativi, salubrità e attenzione all'ambiente.

Lo stabilimento di Alfonsine si estende su una superficie di 32 mila metri quadri di cui 10.500 coperti. Nel 2001 è stato realizzato un ammodernamento delle sale di lavorazione esistenti ed un consistente ampliamento con la realizzazione di nuove celle frigorifere, piattaforma di carico climatizzata, spazi coperti di collegamento e piazzali, una sala di lavorazione. Le celle frigorifere hanno una capacità di 5.000 tonnellate, in atmosfera controllata e con assorbitori di etilene. Le sale di lavorazione sono dotate di calibratrici a peso e diametro con rovesciamento in acqua per le pomacee.

La merce lavorata nel magazzino proviene per il 50% dalle aziende di proprietà della famiglia Minguzzi e per il resto da aziende agricole di produttori soci o (in piccola par-

te) non soci, la cui merce viene però attentamente controllata. La frutta proveniente dalle produzioni aziendali e da quelle dei soci è prodotta con il metodo della lotta integrata e vengono seguiti i disciplinari della Regione Emilia-Romagna. I prodotti principali sono pesche, nettarine, susine, pere, albicocche, mele e kiwi. La Minguzzi è abilitata all'utilizzo del marchio IGP Pesche e Nettarine di Romagna e Pere dell'Emilia Romagna.

Il centro di stoccaggio della Minguzzi è abilitato da Suolo e Salute al condizionamento e confezionamento di ortofrutta biologica. Kiwi, pesche, nettarine, pere, mele e susine biologiche vengono gestite con procedure specifiche.

Il presidente della società, Giancarlo Minguzzi è anche presidente di Fruitimprese Emilia-Romagna ed è un imprenditore attento a quanto succede nel mercato globale. Una sua dichiarazione, pronunciata all'assemblea 2019 di Fruitimprese Emilia-Romagna, è significativa in proposito: "L'attuale scenario mondiale è caratterizzato da velocità, incertezza, rischio. È in atto una rivoluzione straordinaria dei comportamenti e delle abitudini delle persone sia nella loro sfera individuale e sociale sia in quella lavorativa. Il mondo dell'ortofrutta non sfugge al contesto. La cosa non sorprende. Un'importante società di consulenza ha evidenziato non solo le tendenze del settore, ma anche quanto tutto stia rapidamente cambiando. Dai dati raccolti emerge che il 47% degli intervistati è disponibile a pagare di più per alimenti freschi di migliore qualità e che, all'atto dell'acquisto del prodotto, stanno acquistando valore sempre maggiore gusto (23%), forma (32%) e dimensioni (12%)".

# Minguzzi Spa Consortile

Alfonsine (RA) Italy



Production • Commercialization  
of fruit and vegetable



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



CONIP



# PENTA PLAST

## IMBALLAGGI IN PLASTICA

### Agri-Bins **NEW!**

Modello brevettato  
Patented model

ecological solutions that respect your products



Lavorazione e riciclaggio delle materie plastiche

Processing and recycling of plastics



Ricerca, sviluppo e design

Research, development and design



Soluzioni ecologiche che rispettano i tuoi prodotti

Ecological solutions that respect your products



Fino a 60 lt in più di volume interno

Up to 60 lt more than internal volume

**PENTA PLAST SRL**

Via dell'Artigianato n.3 fr. Romagnano  
47866 Sant'Agata Feltria (RN)

Tel. 0547/699040  
Fax 0547/699066

info@pentaplast.it

per novità ed aggiornamenti  
vai su [www.pentaplast.it](http://www.pentaplast.it)

# PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

## 2016

**Ilenio Bastoni**  
**Salvatore Bua**  
**Simone Bernardi**  
**Giuseppe Calabrese**  
**Antonio Giaccio**  
**Salvatore Giardina**  
**Guido Grimaldi**  
**Riccardo Martini**  
**Salvatore Novello**  
**Fabio Massimo Pallottini**  
**Giulio Romagnoli**

73



# 2016 PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

**Ilenio Bastoni**  
Apofruit / Emilia  
Romagna



A 40 anni diventare direttore generale della più importante cooperativa agricola di primo livello in Italia. Di più: prendere il testimone del comando dalle mani di un manager come Renzo Piraccini che l'azienda l'aveva costruita e fatta crescere, imprimendo il marchio della sua personalità. Missione non impossibile ma certamente difficile e oltremodo impegnativa per Ilenio Bastoni, nel 2016 alla guida di Apofruit Italia da un anno e mezzo. Romagnolo di Cesenatico, cresciuto in una famiglia di produttori e soci della cooperativa, dice semplicemente: "Professionalmente sono nato e cresciuto in APO, ho sempre avuto fiducia nell'azienda. La formazione non finisce mai, dal campo al magazzino agli uffici. Le proposte che l'azienda mi ha fatto le ho sempre accettate nello spirito di una sfida utile per crescere. Per questo non ho mai detto di no". Come momento formativo più importante ha avuto la direzione commerciale, ruolo cui aveva sempre aspirato: "Capire dove va il mercato, anticipare le tendenze, arrivare per primi...". La sua impostazione di fondo: "I soci della cooperativa sono i nostri azionisti. I nostri risultati sono i loro risultati".

**Salvatore Bua**  
La Deliziosa / Sicilia



Il rilancio della Sicilia ortofrutticola passa dalle nicchie produttive che identificano e valorizzano il territorio. Nel fiorire di DOP e IGP non può passare inosservato il fico d'India dell'Etna DOP che ha visto nel 2016 il lancio del brand Sicilio ad opera della OP La Deliziosa di Biancavilla (Catania). Un scommessa ambiziosa, che punta a fare di Sicilio un marchio-ombrello per tutto il fico d'India dell'Etna. La Deliziosa è la prima azienda produttrice italiana a scommettere su questo frutto, intrinsecamente legato al suo territorio di origine, con un progetto su vasta scala teso ad un successo commerciale a tutto tondo. Il 2016 è stato un anno di test: ed è un test andato molto bene, per l'apprezzamento registrato nella grande distribuzione italiana, in un mercato estero preso come campione (la Spagna) e che ha sollevato curiosità e aspettative nei distributori di altri mercati. Non è un progetto che nasce dal nulla. Dietro c'è la tradizione trentennale della famiglia che ha voluto e che gestisce La Deliziosa, la famiglia Bua, che proprio nel fico d'India ha creduto fin dall'inizio. Salvatore Bua, direttore commerciale della OP, è l'artefice principale del progetto Sicilio.

**Simone Bernardi**  
Lagnasco Group  
Piemonte



"Negli ultimi 10 anni nel nostro settore, c'è stata una rivoluzione nei mercati di riferimento. Lagnasco Group serviva prevalentemente il mercato interno con una quota che si avvicinava all'85% e il restante finiva nel mercato estero. Oggi Lagnasco Group vede il suo prodotto commercializzato per il 75% in export con mercati di riferimento quali il Medio Oriente, il Nord Africa e l'Europa. Negli ultimi anni, per l'esigenza di sopperire alla chiusura di alcuni mercati importanti, Lagnasco Group ha lavorato in nuove direzioni. Abbiamo deciso di certificare il prodotto mele per l'accesso agli Stati Uniti e si stanno avviando le vendite con Paesi quali India e Iran. Lo studio di fattibilità per l'accesso a nuovi mercati ci vede costantemente impegnati". Parole di Simone Bernardi, manager di riferimento per l'ortofrutta piemontese.

**Giuseppe Calabrese**  
Fonteverde / Sicilia

Un'altra storia siciliana nel 2016, del resto la Sicilia è ricca di storie imprenditoriali importanti nel settore dell'ortofrutta, importanti



e coraggiose, non a caso è anche la prima regione italiana per produzione ortofrutticola con una percentuale superiore al 16% del totale nazionale. La provincia di Ragusa, in questo contesto siciliano, occupa una posizione di primo piano e dentro il Ragusano c'è Ispica, il territorio dentro il quale si muove la vicenda di Giuseppe Calabrese e dei suoi figli Carmelo, Francesca, Patrizia, Tiziana e del nipote Carmelo, tutti insieme motore di Fonteverde, una realtà consortile che sfiora nel 2016 le 20 mila tonnellate di produzione annua, riconosciuta da distributori italiani e stranieri come riferimento eccellente per gli ortaggi di Sicilia: carote soprattutto e poi zucchine, peperoni, patate novelle, ma anche per meloni, angurie e uva da tavola.

## Antonio Giaccio

OP Giaccio Frutta /  
Campania



Napoletano di nascita e casertano di adozione, presidente della OP Giaccio Frutta, Antonio Giaccio si è fermato alla terza elementare ma ha tante caratteristiche positive, come la passione e la perseveranza, l'attaccamento al lavoro e alla famiglia, ma una è strabiliante: vede lontano, anticipa i tempi.

Nel 2016 ha una preoccupazione attualissima: "Che futuro può esserci per il nostro Paese se non si dà ai giovani la possibilità di ritornare alla terra? Se non li si informa sul valore della terra e dei suoi prodotti e non gli si dà l'opportunità di diventare produttori di cibo, dei nostri cibi?".

Antonio Giaccio è stato tra i primi, nel Sud, a credere nelle unioni dei produttori e nel valore dei prodotti del territorio, portando a Milano, nel quartier generale dei supermercati, una mela sconosciuta, piccola e brutta, oggi diventata l'icona del successo della OP da lui fondata con il fratello Gennaro nel 2000: l'annurca, una mela che non fa scorte, la cui domanda supera l'offerta, la cui produzione è organizzata e garantita a vantaggio di distributori e consumatori.

## Salvatore Giardina

Giardina / Sicilia



Esperienza e preparazione. Un imprenditore come pochi nella Sicilia dell'ortofrutta, sulla breccia da oltre 40 anni, e con una capacità di visione che ne hanno fatto e ancora ne fanno un punto di riferimento. Salvatore Giardina di Siracusa, prima con il padre Sebastiano, commerciante ed esportatore di agrumi e pomodori ("ho sempre seguito mio papà, anche quando andavo a scuola), poi con il fratello Silvio ("ha una laurea in Agraria, io una laurea in economia alla Bocconi, ma siamo stati e siamo in azienda perfettamente intercambiabili), oggi anche con i figli e i nipoti ("stanno seguendo i

nostri indirizzi e insieme allargando gli orizzonti"), rappresenta come pochi l'evoluzione dell'ortofrutta siciliana e del Meridione d'Italia. Ha vissuto l'exploit delle esportazioni in Germania, la crisi degli agrumi, la nascita e l'affermazione della GDO, l'affermarsi delle IGP, la nascita delle OP e molto altro ancora sul versante dell'evoluzione produttiva.

## Guido Grimaldi

Grimaldi Group /  
Campania



Grimaldi Group ha creato una fitta rete di collegamenti marittimi che tagliano il Sud Europa da est a ovest e da nord a sud, consentendo alle merci di viaggiare lungo le acque del "Mare Nostrum": le navi di Grimaldi salpano e attraccano dalla Spagna, dalla Grecia, dall'Italia, dal Nord Africa, anche attraverso servizi di "long bridge", veri e propri "ponti" tra Mediterraneo, Nord Europa e Scandinavia, che consentono a prodotti di vario genere tra cui quelli agroalimentari, compresi l'ortofrutta, di spostarsi rapidamente da una parte all'altra del continente. Percorsi che tra l'altro consentono notevoli risparmi di tempo, costi e anidride carbonica, rispetto al trasporto su gomma.

Per Grimaldi i prodotti agroalimentari e l'ortofrutta, rappresentano un mercato importante e in costante crescita.

Guido Grimaldi, napoletano nato a Londra nel 1983, è oggi ai vertici di un colosso da 10 mila dipendenti dopo essersi occupato in particolare dei collegamenti nel Mediterraneo.

## Riccardo Martini

Tramaco / Emilia Romagna



Ravenna è diventato uno dei porti più affermati per l'ortofrutta e condivide con Koper la supremazia nell'Adriatico. E' una storia iniziata negli Anni Ottanta, quando un operatore di Bologna, Mimmo Caccavo, ebbe l'intuizione di servirsi di Ravenna per sbarcare i pompelmi di Israele e di Cipro che poi inviava in Germania. Caccavo convinse i fornitori ciprioti e israeliani che sbarcare a Ravenna era conveniente e questa storia ebbe inizio. A raccontarcela è stato il presidente di Tramaco, Riccardo Martini, che quella "felice intuizione" ha cercato di far crescere, allargando le origini dei prodotti destinati al porto di Ravenna e diventando parte attiva del processo di crescita continua di questa attività. La logistica oggi è l'elemento forse principale del commercio globale dell'ortofrutta e Martini, per la sua specializzazione, i suoi rapporti internazionali, è in grado di esserne, con le attività di Tramaco, un interprete autorevole.

## Salvatore Novello

Novello & C. / Sicilia

"Sul mercato ci sono troppe varietà di uva da tavola, soprattutto troppe varietà senza semi, alcune delle quali molto simili tra loro. Il consumatore non è messo nelle condizioni di scegliere, fa confusione e invece dobbiamo dargli certezze, dobbiamo fare chiarezza. Ma c'è un aspetto ancora più



importante della chiarezza che condiziona il mercato e in parte spiega i suoi problemi: c'è in circolazione troppo prodotto con poco gusto. Dietro a questa carenza possiamo parlare di uva dopata. Se non si fanno prodotti buoni, di qualità vera, non ci si può poi lamentare di prezzi e mercato. L'esperienza ci dice che se vendiamo uva buona ce la levano dalle mani". Ha le idee chiare Salvatore Novello di Mazzarrone, titolare della Novello&C., un'azienda di medie dimensioni, orientata all'estero per oltre il 90% delle vendite, un esempio per un territorio estremamente vocato alla produzione di uva da tavola.

## Fabio Massimo Pallottini

CAR / Lazio



L'Italia dei Mercati sta risalendo la china. C'era stata, a cavallo del 2014, una crisi della rappresentanza nazionale che avrebbe potuto avere conseguenze pesanti sul sistema dopo il fallimento dell'esperienza di Infomercati, una difficile fase di transizione ai vertici di Fedagromercati e una rottura profonda all'interno di Mercati Associati. Pochi, fino alla primavera del 2015, avrebbero scom-

messo sulla possibilità del sistema dei Mercati italiani di rialzare la testa trovando un nuovo, solido baricentro in grado di rappresentare le istanze dei Centri Agroalimentari italiani a livello nazionale e internazionale. Oggi quel 'baricentro' c'è: si chiama Italmercati Rete d'Imprese, un'esperienza portata avanti con impegno da un Comitato di gestione dove sono rappresentati gli undici maggiori Mercati nazionali e che ha trovato in Fabio Massimo Pallottini, managing director del CAR, un presidente accorto e attento alle esigenze degli associati.

## Giulio Romagnoli

Romagnoli / Emilia Romagna



Le patate come tradizione di famiglia. Poi come business, infine come passione, coraggio di innovare, di cambiare l'immagine, il 'visuto' di uno dei prodotti più consumati dagli italiani. Per ridare valore a tutta la filiera, dal campo al supermercato, valorizzare territori e antiche varietà, soddisfare nuovi bisogni, individuare nuove funzioni d'uso anche in versione gourmet, in collaborazione con chef famosi. Insomma rilanciare la vecchia, cara patata, tentando un upgrade da generica commodity a speciality. Giulio Romagnoli, bolognese, amministratore delegato di Romagnoli F.lli Spa, ha avuto il coraggio di innovare e dare al prodotto di cui si occupa un futuro migliore. La Romagnoli è tra i soci fondatori del Consorzio Patata Italiana di Qualità (Selenella) e del Consorzio Patata di Bologna DOP.

## Romagnoli, patate a residuo zero

Sono arrivate sui banchi dell'ortofrutta della grande distribuzione a gennaio 2020 le patate Residuo Zero èVita, una novità frutto del lavoro di ricerca portato avanti da Romagnoli F.lli SpA insieme a Legambiente e Università degli Studi della Toscana. È un prodotto privo di residuo di prodotti chimici ammessi per legge grazie all'impiego di pratiche agricole che seguono uno specifico disciplinare produttivo, nel quale è previsto l'utilizzo di molecole chimiche a bassissima residualità. Il progetto, grazie alla definizione di attività codificate e ripetibili, ha come obiettivo quello di promuovere un nuovo modello di pataticoltura sostenibile.

La novità firmata Romagnoli F.lli SpA, certificata dall'ente Check Fruit è un'innovazione che rivitalizza e valorizza il comparto. Giulio Romagnoli, amministratore delegato Romagnoli F.lli SpA, commenta: "Le nostre patate Residuo Zero èVita sono frutto di un lavoro di sperimentazione durato tre anni e di un processo continuo di ascolto del consumatore, oggi sempre più alla ricerca di prodotti buoni e gustosi, ma anche salutari, sicuri e sostenibili dal punto di vista ambientale. Questa innovazione di prodotto va nella direzione di qualificare il margine prodotto dalle patate, tra le categorie più importanti del reparto ortofrutta, ma tuttora ancorata a un approccio tradizionale di segmentazione".

Le patate Residuo Zero èVita sono un prodotto innovativo anche nel packaging, interamente riciclabile, realizzato in carta e biopolimeri derivanti da fonti vegetali.

A fine luglio 2019 Romagnoli F.lli SpA aveva diffuso i dati di bilancio 2018, che ha chiuso con 33,4 milioni di euro di ricavi, segnando un incremento del 2,4% sull'anno precedente. Per l'azienda bolognese sono in costante crescita anche le quantità commercializzate di patate (da seme, consumo e trasformate) che hanno supe-

rato le 56 mila tonnellate; bene anche l'esportazione, che si attesta sul 5% del totale del fatturato; stabile l'occupazione. Giulio Romagnoli: "Il 2018 è stato un anno di crescita che ci ha visto impegnati su molteplici fronti. Qualità, sostenibilità e innovazione sono i capisaldi del lavoro che hanno contraddistinto l'anno e che preannuncia un andamento più che positivo anche per il 2019. Penso agli ottimi risultati dei campi sperimentali per le nuove varietà di patate da seme resistenti ai principali agenti patogeni che, con l'avvio della nuova campagna, presenteremo ai clienti. Ma anche al rinnovo, sfiorando il massimo del punteggio, della certificazione IFS per la sicurezza e la qualità dei processi di lavorazione e confezionamento dei prodotti, solo per citare due esempi. Traguardi raggiunti grazie a una politica aziendale che negli ultimi anni ha puntato con determinazione sull'innovazione varietale, agronomica e di processo, sugli investimenti, sul rafforzamento della struttura organizzativa e delle risorse umane".

Tra le tipologie di prodotti più venduti, il 2018 ha confermato il successo delle patate al selenio e della Patata di Bologna DOP, emblemi dell'attenzione che marchi come Selenella® e Patata di Bologna DOP suscitano da parte dei consumatori, grazie ai valori di qualità, territorialità e sostenibilità su cui si fondano i due consorzi di cui Romagnoli F.lli Spa è socio fondatore.

L'azienda, con sede a Bologna, è stata fondata nel 1928 ed è fortemente specializzata nel settore delle patate e delle cipolle dove, grazie alla sua organizzazione attiva su tutto il territorio nazionale, detiene un ruolo primario nella organizzazione della produzione, della lavorazione e commercializzazione di questi prodotti destinati in larghissima parte alle principali insegne della GDO italiane ed estere.

## Apofruit, forza aggregatrice

Aggregazione e distintività sono alla base della strategia del colosso Apofruit, uno dei gruppi più forti e rappresentativi del settore ortofrutticolo a livello europeo. Gli ultimi dati ufficiali sono stati diffusi alla fine di luglio 2019 e si riferiscono al bilancio 2018 che ha chiuso a 326 milioni di euro di fatturato, in aumento del 4% rispetto all'anno precedente, un utile d'esercizio pari a 537 mila euro e una quota liquidata ai soci superiore ai 126 milioni di euro (il prezzo medio è stato di 60 centesimi al chilo, in aumento di 11 centesimi).

"Abbiamo lavorato molto per consolidare i risultati raggiunti nel corso degli anni e siamo stati soddisfatti nel constatare che tutte le parti dell'azienda sono in grado di mantenere alti livelli di efficienza", ha commentato il direttore generale Ilenio Bastoni. Nonostante il leggero calo a causa del tracollo delle produzioni estive colpite dal maltempo, i volumi hanno complessivamente superato le 210 mila tonnellate. Sostanziale tenuta anche dei costi fissi, pari a 18 milioni di euro, in linea con le annate precedenti. Un dato particolarmente significativo, sinonimo di grande solidità, è quello relativo alla copertura delle immobilizzazioni che presenta un indice di 1,15 mentre il patrimonio netto è di oltre 102 milioni di euro.

Le vendite a marchio hanno superato i 15 milioni di euro con il brand Solarelli e i 27 milioni per Almaverde Bio. Risultati significativi anche sul fronte delle patate al selenio, delle mele club, del kiwi giallo G3, delle Isole Almaverde Bio, del Progetto piccoli frutti e delle vendite online (in particolare per quelle rivolte al B2B).

"Potere contare su un'azienda che mantiene alti livelli di efficienza con costi contenuti è un risultato particolarmente importante considerando il contesto nel quale si opera - sottolinea il presidente Mirco Zanotti -. Ci confrontiamo quotidianamente con mercati che registrano cali di consumi,

l'export non è favorito da strategie adeguate e dobbiamo fare i conti con un costo Paese più alto di quello dei competitor. Il nostro obiettivo è continuare sulla strada dell'aggregazione, che rimane l'elemento fondamentale della strategia di sviluppo intrapresa negli anni recenti, sostenendo e ampliando tutti i progetti che danno distintività alla produzione dei soci".

Nel corso del 2019 Apofruit ha svolto un'intensa attività per incrementare sinergie in Italia e all'estero. Alcuni esempi. A ottobre Apofruit Italia e il Gruppo Agricola Guidi (400 ettari di albicocco, oltre 60 milioni di euro di fatturato tra le divisioni ortofrutta e zootecnia) hanno sottoscritto un accordo per l'esportazione delle albicocche, un prodotto per il quale le due realtà produttive romagnole si collocano tra i maggiori player italiani. Insieme, Apofruit e Guidi, rappresentano un potenziale produttivo pari a 30 mila tonnellate all'anno di albicocche, massa critica che ne fa uno dei principali produttori mondiali e un modello di aggregazione di prodotto.

A settembre Apofruit ha stretto un accordo con l'azienda Gullino: esso prevede che l'intera produzione biologica della Gullino, consistente principalmente in mele e kiwi, venga commercializzata dal Gruppo Apofruit attraverso Canova, la società controllata specializzata nel settore delle produzioni biologiche. I prodotti della Gullino, dunque, utilizzano il network Canova, ossia Canova Francia, Canova Spagna oltreché le due filiali italiane Vivitoscano e Viromano. Oltre che per kiwi e mele, prodotti presenti nel paniere iniziale dell'accordo, verranno poste in futuro le basi per l'inserimento di altre produzioni biologiche e biodinamiche della Gullino come pesche e nettarine.

In precedenza, a maggio, Apofruit aveva annunciato un "accordo strategico" con Besana per lo sviluppo del comparto della frutta secca con produzioni made in Italy.

## Fonteverde, modello per la Sicilia

L'OP Consorzio Fonteverde, costituita nel 2004 per volontà di un gruppo di imprenditori siciliani attivi nel settore ortofrutticolo, aggrega diverse aziende agricole che operano nel territorio delle province di Ragusa e Siracusa. Nell'interesse degli associati, il Consorzio gestisce oltre 900 ettari di terreni ubicati per il 55% delle superfici nel Ragusano e per il rimanente 45% nel Siracusano, in zone della Sicilia fortemente vocate alla coltivazione di ortaggi. Sono due gli stabilimenti di lavorazione. Quello principale, specializzato nel lavaggio, lavorazione e confezionamento dei prodotti, dotato di celle frigo e impianti tecnologicamente avanzati, si sviluppa in un'area di circa 38 mila metriquadri a breve distanza da Ispica. Il secondo, situato in prossimità della litoranea Santa Maria del Focallo, si caratterizza per la copertura sul tetto di un importante impianto fotovoltaico. Lo stesso dispone di ampie celle frigo e di una sala lavorazione di 3.000 metriquadri in cui trovano collocazione altri impianti e macchinari per la lavorazione dei prodotti coltivati dai soci. Il prodotto che ha trainato l'economia ispicese fin dagli anni 70-80, la carota novella, ha ottenuto il riconoscimento IGP nel 2011. Ed è proprio la carota la coltura più rappresentativa del Consorzio Fonteverde. Altri prodotti sono zucchine, peperoni, pomodori e patate. Il Consorzio produce anche frutta, a partire da un melone dalle caratteristiche organolettiche uniche, che vanta anche una lunga conservabilità. Si producono quindi angurie coltivate esclusivamente in tunnel, prodotto su cui si investe in ricerca ed innovazione, e uva da tavola della varietà Victoria, apprezzata per la sua maturazione precoce.

Sull'uva sono in corso investimenti per incrementarne i volumi e garantire standard qualitativi elevati.

L'attività prevalente di Fonteverde è la commercializzazione dei prodotti conferiti dai soci, che programmano le produzioni in stretta collaborazione con la OP, da cui ricevono assistenza tecnica nelle scelte colturali. "La definizione di regole precise sulle metodiche di produzione - spiega Francesca Calabrese, direttore della OP - è di primaria importanza al fine di garantire un prodotto di qualità sul mercato. Il disciplinare di produzione, al quale tutti gli associati si attengono, è infatti lo strumento di trasparenza che descrive analiticamente i metodi di coltivazione che adottiamo. Tutti i prodotti Fonteverde sono coltivati con metodi a lotta integrata. L'ortofrutta Fonteverde non subisce mai trattamenti per la conservazione, ma dopo la raccolta giunge subito ai punti vendita, quale prodotto fresco. Siamo certificati Globalgap, IFS, Grasp. E questo ci ha permesso di rispondere alle richieste anche dei clienti più esigenti, in Italia e all'estero".

Fonteverde esporta il 40% della produzione, totalmente a catene di supermercati, mentre sul mercato nazionale la GDO rappresenta il 70% della clientela. I Paesi esteri di destinazione sono principalmente Germania, Francia, Polonia e Svizzera. Il numero medio annuo di dipendenti è di 200 unità.

Il team che gestisce il Consorzio ha avviato da tempo una capillare organizzazione del processo produttivo puntando sulla piena tracciabilità degli ortaggi, su controlli costanti in campagna e in magazzino fino alla fase di spedizione.



*produttori per eccellenza*

**La Costiera**<sup>®</sup>  
di Ferdinando Vinaccia

[www.la-costiera.com](http://www.la-costiera.com)

**PRODUZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE  
DEL LIMONE DI SORRENTO IGP**



**EFFICIENZA, CELERITÀ, FLESSIBILITÀ**

**AL SERVIZIO DEL CLIENTE**

**Sorrento Logistica Srl**

Via Pantanello, Il Trav. dx - Zona Industriale - 04022 Fondi (LT) - tel. +39 366 7216394 - [www.sorrentologistica.com](http://www.sorrentologistica.com)

Strutturati per gestire ogni tipo di prodotto, anche il più complesso, grazie a un team di oltre 30 persone tra autisti, magazzinieri, impiegati. Disponiamo di 8 piani di carico, un piazzale di 16 mila mq e una struttura di 2 mila mq con impianti frigoriferi. Tutto al vostro servizio

# PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

## 2017

**Giancarlo Boscolo**  
**Claudio Coli**  
**Isabella Dalla Ragione**  
**Carlo De Riso**  
**Ernesto Fornari**  
**Paolo Gerevini**  
**Carola e Giovanni Gullino**  
**Enzo e Lino Lapietra**  
**Aurelio Pallavicino**  
**Salvatore Secondulfo**  
**Simone Zerbinati**

83



# 2017 PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

**Giancarlo  
Boscolo**  
Cultiva / Veneto



“Tutto è nato quando ho deciso di riprendere l'attività di mio padre, ovvero la produzione di radicchio, facendo fruttare le competenze sviluppate negli anni di lavoro come export manager in Africa. Avevo una mia idea in testa e per verificarne la fattibilità nel 1987 ho deciso di andare negli Stati Uniti. Il mio intento era valutare le potenzialità di quel mercato, sulla carta dalle prospettive ampissime, come destinazione del prodotto made in Italy. In realtà quel viaggio segnò una svolta, poiché mi fece capire che per avere successo sarebbe stato necessario produrre in loco. Fu il punto di partenza di una esperienza che continua da trenta anni”. Sono le parole di Giancarlo Boscolo Sesillo, presidente di Cultiva, pronunciate nel suo ufficio al quartier generale dell'azienda a Taglio di Po (Rovigo) all'inizio di lunga e piacevole chiacchierata alla scoperta di una bella realtà italiana. Una storia di successi, in cui un rigore anglosassone si fonde al genio imprenditoriale nostrano in un percorso di crescita costante, che ha portato la famiglia Boscolo ai vertici del comparto della IV Gamma con impianti e packing house in California, Florida e Italia.

**Claudio Coli**  
Il Melograno / Emilia  
Romagna



Romagnolo verace, Claudio Coli è dal 1987 amministratore delegato di 'Il Melograno'. Al fianco della sorella Manuela ha fondato e guida l'azienda con passione. Lui su e giù per fiere da un continente all'altro, lei stabile al quartier generale di Sant'Arcangelo di Romagna è a capo di un team di Ricerca & Sviluppo che fa riferimento dell'Università di Bologna con cui 'Il Melograno' collabora da tempo. Lui 'inventa' i prodotti, lei li realizza mettendo a punto una ricetta 'perfetta' per gusto ed equilibrio. Nata come piccola realtà familiare per la produzione di erbe aromatiche destinate a ristoranti della Romagna, nel tempo Il Melograno si è affermata nel comparto della IV Gamma: fatturato 2017 di 27 milioni di euro, 250 dipendenti. I primi rapporti commerciali con la GDO risalgono al 1990 mentre nel 1995 l'azienda ha fatto i primi passi nel mondo dell'ortofrutta bio. Nel 2005 viene avviato un progetto di ampliamento grazie all'acquisizione di un'area industriale dismessa da cui nel 2006 nasce la nuova struttura per la lavorazione e trasformazione di ortofrutta bio e di IV Gamma. La linea Bio&Veg ha ricevuto il Brand Award 2017, aggiudicato ai Succhi Biologici il Melograno.

**Isabella  
Dalla Ragione**  
Archeologia Arborea /  
Umbria



In un antico podere, già piccolo convento francescano, a San Lorenzo di Lerchi, frazione di Città di Castello, al confine tra Umbria e Toscana, l'agronoma Isabella Dalla Ragione ha dato vita alla Fondazione di Archeologia Arborea con il compito di collezionare e far conoscere varietà antiche di frutta. Nel 2005 l'ha scoperta la più famosa rivista colta americana, il New Yorker, che le ha dedicato un ampio articolo, nel 2013 è stata inserita in un documentario prodotto a Hollywood con Bill Pullman sui 'Fruit Hunters' (i cacciatori di frutta) come unica rappresentata europea, nel 2016 è finita con la sua storia su un'intera pagina del New York Times, nel gennaio 2017 ha vinto il Premio internazionale Nonino. Il suo è stato un lavoro certosino, unico, tra musei e biblioteche, in particolare fiorentini, e conventi umbri. Visitare la Fondazione è un'esperienza unica.

**Carlo de Riso**  
Costieragrumi /  
Campania



Spesso le storie di successo sono reazioni a crisi. E' accaduto anche nella Costiera Amalfitana per il limone. Protagonista di questa storia è un commerciante e produttore locale, nipote e figlio di gente che ha mescolato la sua vita alla storia di questo eccezionale prodotto di nicchia, che ci è invidiato in tutto il mondo. "Negli anni Novanta - racconta Carlo De Riso - c'è stata una fortissima crisi provocata dall'arrivo dei limoni dall'estero, in particolare da Spagna e Argentina. Bisognava fare qualcosa per differenziarsi dai limoni che venivano dall'estero. Così fu presa la decisione di avviare l'iter del prodotto IGP. Nel 2002 sono stato il primo a certificare il limone della Costiera d'Amalfi IGP. Nel frattempo si era costituito il Consorzio. Negli anni successivi è cresciuta l'attenzione verso il nostro prodotto con un evidente riscontro di mercato. Così è partito il risveglio. E abbiamo fondato l'OP grazie a Italia Ortofrutta".

## Ernesto Fornari

Canova / Emilia Romagna



Ortofrutta fiore all'occhiello del biologico italiano. Canova fiore all'occhiello dell'ortofrutta bio italiana. Ernesto Fornari è il diretto-

re di Canova, società del gruppo Apofruit, una realtà che sta crescendo a doppia cifra negli ultimi anni. "Canova è la storia del biologico italiano - afferma Fornari -. Abbiamo cominciato con l'idea che fosse indispensabile specializzarsi per crescere e abbiamo avuto ragione. La nostra storia è costellata di successi soprattutto grazie ad un approccio vicino alle esigenze dei consumatori e dei clienti. Siamo fornitori di tutta la GDO italiana ed anche all'estero siamo cresciuti a ritmi sostenuti". Canova vende a marchio Alma-verde Bio. Nel 2017 ha registrato un fatturato di 75 milioni di euro, 40 mila tonnellate di ortofrutta prodotte direttamente da oltre 800 produttori. Dal 2010 Canova inizia a costruire il suo network bio, con l'apertura a Murcia di Canova Spagna, poi arrivano Canova France con sede a Cavaillon, Vivi-Toscana e ViviRomano in Italia. Le parole d'ordine: innovazione, qualità e servizi.

## Paolo Gerevini

Melinda / Trentino



Manager esperto e determinato, Paolo Gerevini ha raccolto con pragmatismo l'eredità del suo predecessore alla guida di Melinda, Luca Granata, dopo tre anni positivi alla direzione generale del Gruppo Pizzoli di Budrio. Ha subito messo a fuoco i temi del suo impegno: lo sviluppo di un nuovo mix varietale, alcune risposte al tema della sostenibilità ambientale, la ricerca di nuovi mercati target all'estero, iniziative per tenere alto l'apprezzamento del marchio

Melinda in Italia. Obiettivi che nel Consorzio della Val di Non si raggiungono con un condiviso gioco di squadra. In Italia Melinda copre da sola il 15% della produzione media annua di mele.

## Carola e Giovanni Gullino

Gullino / Piemonte



Nel 2017 il Gruppo Gullino di Saluzzo ha presentato il marchio Gullino Bio. Ma le novità, in casa Gullino, non si sono fermate lì. L'azienda, nota soprattutto per il kiwi e per essere tra i principali fornitori europei di Zespri - oltre che per essere da anni una delle più quotate realtà ortofrutticole piemontesi -, ha tirato fuori dal cassetto un progetto di aggregazione della produzione melicola piemontese battezzato Mela Qui. Insomma una realtà vivace. Giovanni Gullino è direttore generale e amministratore delegato della Gullino Import Export. Carola Gullino, sorella di Giovanni, è responsabile amministrativa e segue il marketing. Attilio Gullino, padre di Carola e Giovanni, ha fondato la srl nel 1969 ed è presidente del Gruppo.

## Enzo e Lino Lapietra

Lapietra / Puglia

Per due anni l'azienda Fratelli Lapietra è stata selezionata fra i più innovativi produttori mondiali di pomodoro. Come si arriva nel



Gotha mondiale partendo da contrada Stomazzelli a Monopoli? “Senza falsa modestia, se un merito dobbiamo attribuirci, il nostro miglior risultato, nel tempo, è stato quello di riuscire a contagiare con la nostra passione ed il nostro entusiasmo coloro che sono venuti in contatto con quello che facciamo. I nostri sono risultati di squadra, basati sulla condivisione di un obiettivo comune, quello di fare bene il nostro lavoro, quello di rapportarci al cliente finale sempre al massimo delle potenzialità”

I fratelli Enzo e Lino Lapietra cominciano la propria esperienza imprenditoriale nel 1990 e decidono subito di investire su un percorso produttivo ad alta tecnologia mutuando le esperienze dalle grandi aziende olandesi, pioniere delle coltivazioni innovative di pomodoro senza suolo, puntando su qualità, sostenibilità e innovazione. Da allora hanno continuato ad investire e a crescere puntando su impianti e tecnologie di nuova generazione. Un Sud che non ti aspetti.

## Aurelio Pallavicino

Agrinsieme / Lazio



“Tre parole sintetizzano la nostra mission: responsabilità, ricerca e

rispetto. E le rapportiamo all'ambiente, alle produzioni e al consumatore. L'obiettivo è una qualità vera calata nella realtà delle zone più vocate dell'ortofrutticoltura italiana, dalla Sicilia al Trentino, passando da un forte radicamento nell'Italia centrale e nel Lazio in particolare dove la nostra attività è nata e si è sviluppata”. Un disegno ambizioso, ma ha le idee chiare Aurelio Pallavicino, presidente della OP Agrinsieme di Roma, e soprattutto ha la capacità di metterle in pratica, come testimonia lo sviluppo di questa organizzazione di produttori che raggruppa 200 soci in tutta Italia, otto cooperative con importanti centri di lavorazione e piattaforme logistiche che riforniscono ogni giorno la grande distribuzione nazionale ed estera. La OP commercializza il prodotto di tutti i 200 associati, che confeziona e invia ai distributori da pochi centri di lavorazione specializzati.

## Salvatore Secondulfo

Secondulfo / Campania



La famiglia Secondulfo è di Somma Vesuviana ed opera nell'ortofrutta dagli Anni Cinquanta. La prima attività è stata la vendita di ortofrutta locale al Mercato di Napoli. Salvatore (Antonio) Secondulfo, classe 1955, ha affiancato in azienda, primo tra i fratelli, il padre Salvatore all'età di 19 anni ed è stato l'artefice di una crescita progressiva, sempre più importante dell'attività, che da Somma Vesuviana si è estesa alla Piana del Sele e in Puglia. Oggi si può

parlare di Gruppo Secondulfo, con vasti terreni di proprietà e stabilimenti di lavorazione a Battipaglia per una serie di prodotti a partire dal kiwi, a Trani per l'uva da tavola e a Somma Vesuviana per le albicocche, e con accordi di fornitura con alcune delle più importanti e prestigiose catene della GDO nazionale. Il 70% della produzione va alla grande distribuzione italiana. Il Gruppo è sicuramente una realtà imprenditoriale di riferimento nel panorama della produzione ortofrutticola del Mezzogiorno. Salvatore Secondulfo a gennaio 2018, alla Reggia di Caserta, si è aggiudicato l'Oscar dell'Ortofrutta Italiana.

## Simone Zerbinati

Zerbinati / Piemonte



Prodotti sani (senza conservanti e coloranti), semplici, buoni e gustosi. E una continua innovazione. Il 2016 è stato per la Zerbinati di Casale Monferrato, l'anno del balzo in avanti, del rinnovamento delle insalate di IV Gamma (rappresentano il 60% del fatturato), del lancio delle "zuppe dal mondo", dei burger vegetali e delle nuove referenze bio. Nel 2017, in occasione di Fruit Logistica, la Zerbinati ha presentato e introdotto nel mercato ulteriori novità. Si capisce pertanto quale sia la chiave del successo: "La capacità di fare innovazione". Parole di Simone Zerbinati, che ha raccolto il testimone della direzione aziendale. E' un manager appassionato che in poco tempo ha dato un contributo importante alla crescita di una delle realtà di punta della IV Gamma italiana.

## L'oro giallo della Costiera

La Costiera Amalfitana è la terra eletta del limone di qualità. Questa consapevolezza, tra i piccoli produttori locali, è cominciata negli Anni Novanta, a seguito della crisi di mercato provocata dai limoni di origine spagnola e argentina. Per reazione è nato, all'inizio degli Anni Duemila, il Consorzio del Limone della Costiera d'Amalfi IGP e l'effetto a livello commerciale e quindi di prezzo ha fatto capire ai produttori locali che quella era la strada. Ma non bastava. Per rispondere alle esigenze dei distributori bisognava fare massa critica, partendo dalla aggregazione produttiva. Così è nata la OP Costieragrumi, riconosciuta nel 2016, grazie anche al ruolo svolto dall'Unione Nazionale Italia Ortofrutta.

Presidente della OP Costieragrumi e amministratore delegato della Costieragrumi De Riso Srl, una delle principali aziende aderenti all'OP, è Carlo De Riso. Le aziende aderenti al Consorzio IGP sono 260, quelle iscritte alla OP sono 150. "L'areale del Consorzio - spiega De Riso - comprende il territorio di 13 Comuni da Vietri sul Mare a Positano. La produzione IGP è pari a 1.700 tonnellate ma nel nostro caso sarebbe più appropriato, data l'artigianalità del prodotto di nicchia, parlare di un milione 700 mila chili. Di questi un milione 100 mila chili, pari a circa il 75% della produzione totale, afferiscono all'OP la quale, avendo avviato relazioni commerciali consolidate con la GDO, è in grado di programmare la produzione e liquidare il prodotto ai soci in tempi brevissimi. Tutto avviene all'insegna della trasparenza".

A fine 2018 è stata completata la ristrutturazione dello stabilimento della OP a Minori, che è stato portato a 5.000 metri-

quadri coperti. Oltre alla linea di selezione e confezionamento del limone fresco è attivo un impianto di trasformazione che permette di utilizzare tutto il prodotto ovvero anche quello che per piccole anomalie estetiche viene scartato dalla prima lavorazione. Questo cosiddetto scarto va dal 5-10 per cento di inizio stagione fino al 30% della stagione avanzata, uno scotto alto che paghiamo per difendere la naturalità del limone della Costiera d'Amalfi. Esso si trasforma così in marmellate, composte, dolci oltre che essere utilizzato per il limoncello.

L'attività cresce. Ai 150 produttori amalfitani si sono associati nella OP anche 8 produttori di Rocca Imperiale, nella Calabria ionica, che hanno la stessa dedizione e passione che permette loro di produrre un limone di eccellenza.

De Riso, che è cavaliere del Lavoro dal 2014 per aver dato lustro alla Costiera Amalfitana rilanciando l'economia del limone e aver contribuito così alla difesa di un territorio proclamato dall'UNESCO patrimonio dell'umanità, non ha dubbi: "Forniamo un prodotto che si differenzia da tutti gli altri".

La stagione comincia a febbraio marzo con il Primo Fiore, continua con un secondo raccolto e ha una coda fino a ottobre con il Verdello. Ma il limone della Costiera non è solo agricoltura, è anche turismo. E' attivo infatti un Lemon Tour di successo. I partecipanti prendono parte alla raccolta, visitano i limoneti, ricevono informazioni e alle fine del percorso, di circa un'ora e mezzo, dopo essere scesi per quasi 900 scalini, arrivano alla piazzetta di Ravello Scalo dove viene offerta una colazione a base di limoni.



OP

# Costieragrumi



*Da un'agricoltura eroica  
nasce un limone dai nobili usi*

LIMONI E DERIVATI

COMMERCIALIZZAZIONE "LIMONE COSTA d'AMALFI" I.G.P.



PRODOTTO  
ITALIANO

Via Pioppi, loc. Tufo Minori (SA) tel. 349 1764985  
info@costieragrumicoop.it www.costieragrumi.it

## Gullino cavalca i nuovi trend

Il Gruppo Gullino di Saluzzo è una realtà aziendale nata alla fine degli Anni Sessanta con le mele e che da subito ha dato un fortissimo impulso alle esportazioni. Poi è entrata con forza nel mondo del kiwi rispondendo alle nuove sollecitazioni del mercato e ha esteso la produzione dal Piemonte al Lazio. Quindi è entrata, nel 1999, nel bio con il kiwi e, più tardi, nel 2017 nostro giorni: la sostenibilità, la produzione sostenibile, da fare e da promuovere. Del 2019 è un accordo commerciale con Apofruit sul biologico.

Gullino è un gruppo tra i più vivaci e interessanti del Nordovest italiano, in particolare, di una zona molto vocata come la pedemontana saluzzese e cuneese. I prodotti commercializzati da Gullino sono tutti di origine italiana. Il 40% deriva dalle coltivazioni di famiglia, per la restante parte l'azienda acquista il prodotto nelle migliori aree produttive italiane. Per il prodotto biologico è utilizzato il marchio Gullino Bio, che vuole essere sinonimo di affidabilità e garanzia sia nei mercati nazionali che in quelli internazionali, e che è nato come testimonianza di un'azienda che ha scelto di aderire ai principi del benessere, dell'ecologia, dell'equità e della precauzione. L'azienda garantisce, tramite il proprio sistema qualità, una totale tracciabilità delle materie prime e un attento controllo qualità all'ingresso e all'uscita dei propri magazzini di condizionamento. Il rapporto con i produttori prevede frequenti visite sul campo, per trasmettere agli agricoltori tutte le informazioni e le competenze necessarie per uniformare prodotti e servizi alle più diversificate richieste dei clienti e ai più alti standard qualitativi che il comparto biologico richiede. L'a-

zienda si avvale di laboratori di analisi riconosciuti a livello europeo ed effettuando prelievi ed analisi a campione sulle principali partite per garantire una qualità totale al cliente finale.

L'attenzione alla qualità e all'innovazione ha spinto Gullino Group a crescere sempre di più nella produzione diretta per garantire ai propri clienti uniformità e continuità di prodotto.

Per questo motivo è nata Union Kiwi, Società cooperativa di cui fanno parte le aziende agricole di proprietà della famiglia Gullino. Queste aziende agricole sono il risultato di anni di ricerca e sperimentazione e sono seguite da uno staff preparato ed appassionato. La provincia di Cuneo, protetta dalla barriera alpina e caratterizzata da un'altitudine ideale per la frutticoltura, è sede di tre importanti aziende del Gruppo, dislocate nel Saluzzese e nel Cuneese, tutte certificate secondo lo standard Global-GAP. Ai piedi delle montagne, dai 300 ai 600 metri di quota, tra i Comuni di Cuneo, Saluzzo, Revello e Lagnasco, si trovano, in terreni di proprietà, le più prestigiose varietà di pesche e nettarine, le mele rosse di Cuneo, pregiate varietà di prugne e rigogliosi frutteti di actinidia.

Il Gruppo ha tre magazzini di lavorazione in Piemonte, due a Saluzzo (uno per le mele e uno per il kiwi) e uno a Manta (con piattaforma logistica per la gestione delle pedane di kiwi a marchio Zespri); conta inoltre su due magazzini frigo per le mele, uno dedicato all'azienda agricola di 100 ettari di Cuneo, l'altro a Lagnasco. La produzione laziale, dedicata interamente al kiwi, è per la sola parte di proprietà di 10 mila tonnellate l'anno.

# DAL PIEMONTE, LE MELE CHE TI SORPRENDERANNO.



Solo mele piemontesi, tutte coltivate a basso impatto ambientale, naturalmente resistenti alle malattie e in grado di garantire una fortissima riduzione dei trattamenti fitosanitari, arrivando a zero residui. Ecco a voi **melaQUI**. Garantita da Gullino, che opera una rigorosa selezione delle migliori coltivazioni del territorio, basata sull'alta qualità del prodotto e sull'attenzione alle tematiche ambientali e alla salute dei consumatori. E davvero buone. Ecco perché **melaQUI** ti sorprenderà!



## Lapietra, gli olandesi di Puglia

L'Azienda Agricola F.lli Lapietra di Monopoli (Bari) è specializzata nella coltivazione di pomodoro e cetriolo attraverso un sistema di coltivazione fuori suolo, che assicura standard elevati di qualità e produzione, nel risp

etto di un'attenta politica ambientale. Il sistema di coltivazione punta non solo alla qualità del prodotto e alla sicurezza alimentare ma anche al risparmio di risorse naturali. Dall'uso dell'acqua che, con la tecnica senza suolo, si riduce ad un terzo per chilo di prodotto rispetto alle tecniche di coltivazione in campo, fino alla produzione di energia attraverso il fotovoltaico e la cogenerazione (che permette all'azienda di produrre elettricità, energia termica per riscaldare le serre e anidride carbonica per incrementare la fotosintesi delle piante). Il motto dell'azienda è sostenibilità.

Con 80 collaboratori, l'azienda sviluppa una produzione annuale media di 4.000 tonnellate di pomodoro e oltre mille tonnellate di cetriolo la cui destinazione è stata essenzialmente, almeno fino al 2017, la GDO regionale di alta qualità, nell'ottica di un "km zero" che punta a proporre al cliente un prodotto sempre fresco e al massimo delle proprietà nutritive ed organolettiche. Lo stesso risultato si cerca anche per il prodotto che, nell'ultimo biennio, è uscito dalla Puglia per raggiungere il Nord d'Italia e alcuni Paesi dell'Europa Centrale.

Nell'attuale formula produttiva e organizzativa d'avanguardia, l'azienda nasce nel 2000 allo scopo di gestire sia le serre originarie nate sui terreni di famiglia dei titolari, i fratelli Enzo e Lino Lapietra, sia l'area in contrada Stomazzelli dove è sta-

ta edificata la prima serra ad alto tasso tecnologico. Questo primo insediamento ha poi subito una serie di ampliamenti: agli 11mila metri quadri iniziali se ne sono aggiunti novemila nel 2004, diecimila nel 2007 e altri dodicimila nel 2008. E il processo di innovazione continua tanto che oggi serre e tecnologie dei fratelli Lapietra possono essere considerate all'avanguardia in Italia e in Europa. Attualmente l'azienda ha una superficie complessiva di oltre 7 ettari di superficie dedicata alla produzione in serra di pomodoro più altri 4 riservati alla coltivazione di cetriolo, tutti con tecnica senza suolo. Recentemente l'azienda ha ottenuto, da un ente certificatore accreditato a livello nazionale, la certificazione Nichel Free a beneficio dei soggetti affetti da ipersensibilità a questo metallo.

Che la campagna di Monopoli possa esprimere un'azienda così all'avanguardia ha le sue ragioni. Enzo e Lino Lapietra sono partiti interrogandosi sulla identità produttiva aziendale e si sono mossi, si sono guardati attorno in Europa, hanno studiato il modello olandese. Racconta Enzo Lapietra: "Nel 1994 abbiamo fatto l'esperienza di computerizzazione e automazione delle serre già realizzate. Questo primo step di integrazione della tecnologia nella nostra routine lavorativa ha dato buoni riscontri tanto che ci siamo spinti oltre. Dopo queste prime sperimentazioni, abbiamo deciso di fare un investimento più corposo e nel 2000 abbiamo avviato l'insediamento della prima serra che mutuava le coltivazioni senza suolo olandesi e puntava a introdurre nel nostro lavoro quotidiano un approccio ancora più tecnologico".



*Qualità,  
gusto  
e freschezza  
sulla tua  
tavola!*

f.lli  
**Lapietra**  
Azienda Agricola 

POMODORI E CETRIOLI DI QUALITÀ

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

## Agrinsieme, la voglia di crescere

OP Agrinsieme è stata costituita il 18 luglio 2005 per volontà di un gruppo di imprenditori agricoli, residenti nella provincia di Roma. Oggi conta 200 soci distribuiti in 12 province: Roma, Latina, L'Aquila, Ragusa, Caltanissetta, Catanzaro, Cosenza, Siracusa, Viterbo, Catania, Crotona e Trento, con le presenze più significative nel Lazio (Viterbo, Latina, Roma), in Calabria (Catanzaro) e Sicilia (Ragusa).

Nella OP sono valorizzati i marchi collettivi, tra i quali: il Kiwi Latina IGP, il Limone di Siracusa IGP, il Carciofo Romanesco IGP ed il Pomodoro di Pachino IGP. Le principali realtà operative dell'OP sono la cooperativa Agroama di Sezze, nell'Agro Pontino, specializzata in particolare in ortaggi e produzioni in serra e alla lavorazione della IV Gamma; la cooperativa Agrisole che opera nella Sicilia di Sud-Est e produce ortaggi in 40 ettari di serre e 100 ettari di campo aperto; la cooperativa Agorà con soci nell'Agro Pontino, in Abruzzo e in Calabria e 450 ettari complessivi in cui si producono principalmente kiwi e carciofo romanesco; la cooperativa Agridivina che produce arance su una superficie di 100 ettari nella piana di Catania, alle pendici dell'Etna, nell'area Catatina; la cooperativa Foce del Flora di Montalto di Castro, in provincia di Viterbo, fondata nel 1953, che produce asparago verde, pomodoro da industria, meloni e zucchine; la cooperativa Agriessenza specializzata in quarta gamma di insalate e contorni freschi; l'azienda agricola Pallavicino Aurelio, che produce nell'Agro Romano e Pontino soprattutto angurie e meloni; l'azienda agricola Martini Paolo e Enzo di Flavon di Trento in Val di Non,

che produce mele nelle varietà tipiche del Trentino.

L'OP può contare su alcuni Centri in cui si concentra la lavorazione, il confezionamento e si gestisce la logistica del prodotto, a partire da una importante piattaforma logistica ad Aprilia. La commercializzazione è centralizzata.

Agrinsieme si propone di assicurare che la produzione sia pianificata e adeguata in funzione della domanda; di concentrare l'offerta ed immettere sul mercato la produzione dei propri aderenti; di ottimizzare i costi di produzione e stabilizzare i prezzi alla produzione. Azioni che fanno parte della pratica quotidiana. Un elemento non secondario è poi quello nella ricerca agronomica, per la quale investe risorse significative.

Agrinsieme lavora per il 98% con la GDO, il resto del prodotto va all'industria. Tra gli obiettivi lo sviluppo all'estero. "Abbiamo già acquisito clienti in Danimarca, Svezia, Regno Unito, Polonia - precisa il presidente Aurelio Pallavicino - ma vogliamo crescere ulteriormente sui mercati esteri. La globalizzazione ovvero la concorrenza sui mercati internazionali, ci obbliga ad essere performanti. Dobbiamo esserlo per i nostri soci produttori, per i territori che rappresentiamo perché non possiamo dimenticare che in alcune regioni, come in Lazio, siamo l'aggregazione più importante". Il direttore Sonia Ricci affianca il presidente Aurelio Pallavicino. "Dal punto di vista operativo - ci ha spiegato la dottoressa Ricci - l'OP è impegnata su vari fronti ma soprattutto sul binomio territorio-qualità per la crescita dei nostri soci. È un sfida entusiasmante che passa dall'innovazione".



Un sistema di valori e  
valore dell'Italia,  
che si dirama in un vero  
e proprio itinerario  
del gusto ...

**MATILDE**  
cooperativa agricola

EMILIA ROMAGNA

**Agorà**  
cooperativa agricola

ABRUZZO

**AGROVANNI**  
cooperativa agricola

**FA**  
**PALLAVICINO AURELIO**  
AZIENDA AGRICOLA

**Agroama**  
cooperativa agricola

LAZIO

**Torrevecchia**  
cooperativa agricola

**SANTACROCE  
NATALE**  
AZIENDA AGRICOLA

**Agriessenza**  
cooperativa agricola

CALABRIA



**AGRINSIEME**  
ORGANIZZAZIONE DI PRODUTTORI

L'UNIONE FA LA BONTÀ  
COOPERARE FA LA FORZA

**AgriDivina**  
COOPERATIVA AGRICOLA

**AgriSole**  
SOCIETÀ COOPERATIVA AGRICOLA

SICILIA



agrinsieme.com  
tel.: 0773.800022 - 06.9282113

## Secondulfo, 3 marchi di prodotto

Dagli anni '50 l'amore per la terra di Salvatore Secondulfo, la sua dedizione al lavoro e la sua passione per la frutta di alta qualità, sono i valori sui quali si è fondata la storia familiare e imprenditoriale della OP Secondulfo di oggi. Un percorso di crescita, che coinvolge tre generazioni di Secondulfo, in grado introdurre importanti innovazioni tecnologiche per favorire metodi colturali tradizionali e un'organizzazione aziendale in grado di competere sui mercati internazionali.

La OP ad oggi conta 40 soci, ha tre sedi nelle zone maggiormente vocate del Sud Italia, con uno stabilimento di recente costruzione a Trani e l'ampliamento delle linee di confezionamento nel magazzino in Piana del Sele, in grado di lavorare 300 tonnellate al giorno, e di essere flessibili su tipologie e formati. Le diverse postazioni sono gestite in rete per migliorare i tempi di performance.

Dalla scelta del terreno, passando per la semina, la crescita, la raccolta, sino al confezionamento, la frutta della OP Secondulfo viene costantemente seguita e

monitorata. Continui controlli innovativi affiancano il lavoro dei tanti agronomi della OP, riducendo al minimo l'uso di fitofarmaci, utilizzando il freddo quale unico elemento per conservare le caratteristiche organolettiche del frutto.

Il cuore della produzione della OP è la Piana del Sele: kiwi, fragole, albicocche, pesche, nettarine, pesche piatte trovano in questo territorio la loro massima espressione, così come la tradizionale lavorazione delle albicocche, nelle varietà più dolci e prelibate. In Puglia, infine, la coltivazione della pregiata uva da tavola. La OP Secondulfo ha anche diversificato la sua produzione dando vita a tre marchi di prodotto: Miss Dolcezza che raccoglie le fragole, albicocche, pesche, pesche piatte, uva e nettarine d'eccellenza; Kiwipiù marchio di qualità per il kiwi di propria produzione e infine Piana del Bio, che rappresenta la naturale evoluzione della frutticoltura di qualità praticata dalla Organizzazione di Produttori Secondulfo da sempre attenta alla genuinità della frutta prodotta, oggi dunque anche biologica.





*Tradizione, dedizione e passione*

DAL 1950 IL MEGLIO DELL'ORTOFRUTTA



*missDolcezza*

i nostri marchi

**kiwipiù**

PIANA DEL **BIO**<sup>®</sup>

le nostre sedi

Via S. Sossio - Zona Industriale  
80049 Somma Vesuviana (NA) Italia  
tel. +39 081 899 51 96  
fax +39 081 893 10 29

Via Antico Cilento  
84091 Battipaglia (SA) Italia  
tel. +39 0828 547 515  
fax +39 0828 547 519

Strada Vicinale Petrariello  
76125 Trani (BT) Italia  
tel. +39 0883 585 985  
fax +39 0883 587 993

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

# PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

## 2018

98

**Alessandro Annibali**  
**Carmelo Cappello**  
**Annabella Donnarumma**  
**Walter Guerra**  
**Salvatore Lotta**  
**Fabio Palo**  
**Remo Paterno**  
**Rocco Patrì**  
**Elio Pelosin e soci**  
**Domenico Sacchetto**

# 2018 PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

## Alessandro Annibali

New Factor  
Emilia Romagna



La mission è chiara: offrire l'eccellenza grazie a qualità e innovazione. Ciò che differenzia la realtà imprenditoriale di Alessandro Annibali, da anni tra le figure di spicco nel comparto della frutta secca e disidratata, è il modo in cui tale obiettivo viene perseguito. L'imprenditore riminese ha saputo implementare un'integrazione verticale tra due realtà complementari: la New Factor, leader nella lavorazione e commercializzazione di snack naturali a base di frutta secca e disidratata, e la San Martino, azienda agricola del forlivese specializzata nella produzione di noci, capofila della storica iniziativa di filiera 'Noci di Romagna', recentemente mutata nel progetto 'In-Noce'.

"La mia speranza - ci ha detto Annibali - è che l'Italia torni ad essere leader nella produzione di frutta secca. Finalmente, in forza del cambiamento culturale delle nuove generazioni di produttori, e grazie anche al contributo di player di primo piano come Ferrero, che lavorano in ottica di filiera, le cose sembra si stiano muovendo nella giusta direzione".

## Carmelo Cappello

Piano Stella / Sicilia



Dietro al successo di quello che non pochi definiscono il miglior peperone d'Italia, Cornelio di Valfrutta Fresco, c'è il lavoro, l'abilità e la voglia di sperimentare di una famiglia della Sicilia meridionale: i Cappello; e un'area di particolare pregio naturalistico e botanico che poggia su dune preistoriche (pleistoceniche): Piano Stella, un altipiano di terra rossa a 120 metri sul livello del mare, a tre chilometri dalla costa meridionale del Golfo di Gela, a un chilometro dal confine tra le province di Ragusa e Caltanissetta. Carmelo Cappello, 50 anni, formatosi alla Cattolica di Piacenza, grande viaggiatore e pioniere del trasferimento in Sicilia di orticole dallo sviluppo straordinario, sensibile alla difesa dell'ambiente, è un esempio concreto, insieme alla sua famiglia, di una Sicilia che stupisce.

## Annabella Donnarumma

Eurogroup / Veneto

Determinazione teutonica e dolcezza napoletana, una 'fusion' che



convive miracolosamente bene in Annabella Donnarumma, amministratore delegato di Eurogroup Italia, filiale italiana del colosso tedesco Rewe, che abbiamo incontrato negli uffici del quartier generale della società a Verona Sud. La forte attività a favore dell'ortofrutta italiana nel determinante mercato tedesco, pone questa manager tra i sicuri protagonisti del trade ortofrutticolo, non solo in forza del suo ruolo ma anche per la grande esperienza acquisita nel settore dal 1992 ad oggi, anni passati in parte alla corte di un grande del commercio ortofrutticolo internazionale come Giovanni Bocchi.

## Walter Guerra

Istituto Sperimentale Laimburg / Alto Adige



La ricerca migliora la produzione? Dovrebbe essere scontato. Ma possiamo aggiungere: la ricerca migliora il mercato. A Laimburg,

nell'Istituto di Frutticoltura che fa parte del Centro Sperimentale altoatesino, si lavora per questo. O almeno questa è la visione del responsabile dell'Istituto, Walter Guerra, che si muove tra laboratori e campi sperimentali, che sono il suo pane quotidiano, ma anche tra i manager delle grandi aziende melicole della provincia di Bolzano che sono i primi fruitori dei risultati delle ricerche sue e dei suoi collaboratori, manager che lui coinvolge fin dall'inizio, per sapere dove indirizzare la ricerca.

Guerra è noto in mezzo mondo come studioso delle mele ma è altrettanto popolare tra i produttori di mele della Val d'Adige e della Val Venosta. Quando i grandi Consorzi altoatesini, VOG e VI.P, hanno l'esigenza di ottenere informazioni utili a prendere decisioni corrette circa l'ingresso o meno in un progetto riguardante una nuova varietà su cui investire si rivolgono a lui. Dalle sue ricerche stanno nascendo nuove mele made in Italy.

## Salvatore Lotta

### OP Campidanese / Sardegna



In pochi anni ha saputo valorizzare il comparto ortofrutticolo sardo come nessun altro prima. Ha raccontato il prodotto e la sua storia legata al territorio, fornendogli un valore aggiunto prima inesistente, attraverso innanzitutto frutta e verdura di qualità, affiancate da brand di successo. L'OP Campidanese di Terralba (Oristano) è la paladina dell'ortofrutta della Sardegna, un'organizzazione di pro-

duttori che da piccola realtà locale, con tenacia e passione, è riuscita a diventare un indiscusso punto di riferimento del settore sull'isola e un gruppo di primo piano anche nel resto d'Italia, aumentando progressivamente la propria presenza all'estero. Uno dei pilastri di questa crescita maturata in nemmeno un decennio è il direttore commerciale, Salvatore Lotta. Un imprenditore che ha nel cognome il proprio marchio di fabbrica, che crede nel territorio e nei prodotti che la terra sarda, a partire dalla pianura del Campidano è in grado di donare.

## Fabio Palo

### Finagricola / Campania



Una presenza discreta ma costante in tutte le fiere che contano, in tutto il mondo, sviluppando concretamente nuovi mercati: è all'estero che l'abbiamo incontrato. Ha dato un contributo sempre più determinante alla crescita, soprattutto qualitativa, di una realtà aziendale leader in Campania e tra le più rilevanti, nel campo degli ortaggi e dei pomodori in particolare, a livello italiano e internazionale.

Fabio Palo, da manager, ha assunto un ruolo nevralgico nell'affermazione di Finagricola, azienda di Battipaglia attiva da 25 anni che cavalca in modo vincente innovazione e internazionalizzazione rimanendo fedele al territorio della Piana del Sele. Un esempio per il Sud, area di elezione dell'ortofrutta italiana.

## Remo Paterno

### CIO Serene Star / Trentino



Non c'è solo il Trentino Alto Adige di cui scriviamo sempre, quello di Melinda e dei grandi Consorzi altoatesini, c'è anche una realtà tanto discreta e silenziosa quanto operosa e in continua crescita, rappresentata dal Consorzio Interregionale Ortofrutticolo: una realtà che ha il suo cuore in Trentino, conta oltre 400 produttori in tutto il Nordest, ha aggregato Gruppi di primissimo piano come quello dei Clementi ed è presente sul mercato con un marchio sempre più riconoscibile anche sui banchi della GDO: Serene Star. Ne è il collante un uomo schivo e controcorrente, ma che proprio per questo è un personaggio: Remo Paterno. Un valligiano, un alpino ('Tasi e tira': stai zitto e lavora) che fin da ragazzo ha avuto come riferimento l'uomo più grande della Valsugana: Alcide De Gasperi e il suo impegno per il bene comune. Su questi presupposti Paterno ha costruito la sua mission: usare la cooperazione come strumento per innalzare la frutticoltura trentina e arginare i suoi ciclici momenti di crisi.

## Rocco Patri

### Eco Farm / Sicilia

Apertura di nuovi mercati extra-UE, espansione degli areali, ricerca varietale sulle pesche nettarine e sulle nano-tecnologie per estendere la shelf-life delle arance en-



trate da poco nell'offerta dell'OP con l'ingresso della azienda catanese 'Terre di Ducezio' e, per finire, un nuovo magazzino a Butera (Caltanissetta) che con i suoi 3.000 mq migliora la capacità di lavorazione dell'azienda. È questo, in sintesi, il piano di espansione dell'OP siciliana Eco Farm, un'altra eccellenza siciliana, per capacità innovativa e spinta di aggregazione. Il suo fondatore, Rocco Patri, si è distinto nella regione sin dagli anni Settanta, per essere stato uno dei due o tre uomini chiave che hanno dato il via al processo di rinnovamento del comparto agricolo dell'isola attraverso l'introduzione di nuove tecnologie in campagna. Eco Farm produce 15 mila tonnellate di frutta l'anno.

## Elio Pelosin e soci

OrtoRomi / Veneto

OrtoRomi, terzo player nel mercato del fresh cut ortofrutticolo italiano, preme sull'acceleratore. L'azienda di Borgoriccio (Padova)



aveva stupito un po' tutti con i suoi estratti di qualità, anticipatori di nuove tendenze; ha ribadito la sua competitività sostenendo l'alto profilo di Insal'Arte, il brand che incarna i valori dell'azienda, e ha chiuso un altro anno confermando una forte capacità di rispondere alle evoluzioni del mercato, attenta ai nuovi segmenti della V Gamma, con referenze realizzate grazie a tecnologie di ultima generazione.

Dietro a una crescita sempre più decisa c'è una grande attenzione alla Ricerca & Sviluppo e al marketing per spingere sull'innovazione.

Nel 2018 il fatturato consolidato ha abbattuto la soglia dei 100 milioni di euro. L'imprenditore padovano Elio Pelosin è presidente di OrtoRomi; vicepresidente e anima commerciale dell'azienda è Rino Bovo, pure padovano, mentre amministratore delegato è il campano Giuseppe Senese di Battipaglia, entrato in OrtoRomi nel 2007 dopo esserne stato fornitore. La chiave dello sviluppo di OrtoRomi è stata proprio mettere sotto lo stesso cappello la parte agricola e l'attività commerciale, in modo di avere il controllo del-

l'intero processo di filiera, dal seme al rapporto con distributori e dettaglianti.

## Domenico Sacchetto

Lagnasco / Piemonte



L'orgoglio della frutticoltura piemontese, che si esprime in azioni più che in parole, la sua tenuta in un mercato globale e sempre più competitivo ma nel quale riesce a esportare per mezzo miliardo di euro, la sua spinta verso il futuro sono ben rappresentate e sintetizzate nella figura di Domenico Sacchetto, il presidente della OP Piemonte Asprofrut, una 'potenza ortofrutticola' da 465 soci, 7 mila ettari, 230 mila tonnellate, 117 milioni di euro.

"Sono orgoglioso dell'Asprofrut - afferma Sacchetto - perché abbiamo soci all'avanguardia, che fanno innovazione e qualità, e perché, nonostante tutto, cresciamo. Abbiamo la fortuna di poter contare su molte aziende con giovani che daranno un futuro alla frutticoltura del Piemonte".

IL VOSTRO SITO È ONLINE

CORRIERE ORTOFRUTTICOLO.IT

Iscriviti alla newsletter quotidiana: [newsletter@corriereortofrutticolo.it](mailto:newsletter@corriereortofrutticolo.it)

## Campidanese, cuore di Sardegna

OP Campidanese nasce nel 2009 a Terralba, in provincia di Oristano, come organizzazione di produttori del territorio sardo formata da alcuni operatori locali. Nel corso degli anni la compagine sociale aumenta. Nel 2018 l'OP conta 25 soci. Le principali produzioni locali sono rappresentate da carciofi, pomodori, carote, asparagi ed altre verdure, oltre a meloni, angurie e fragole.

Nel 2018 l'OP sarda ha coltivato su oltre mille ettari più di 32 mila tonnellate di ortofrutta per un fatturato intorno ai 26,4 milioni di euro. Il 30% delle vendite si sviluppano in Sardegna, il 50% nel resto d'Italia e il 20% circa all'estero.

Sono numerose le referenze di successo della compagine sarda, commercializzate sotto il marchio ad ombrello L'Orto di Eleonora. Un nome che ha il sapore della storia locale. La denominazione infatti prende ispirazione da Eleonora d'Arborea, una giudice sarda vissuta nel 1300, nota per l'aggiornamento della Carta de Logu - una raccolta di leggi all'avanguardia per l'epoca in cui si parlava di tutela della donna, difesa del territorio e certezza nei rapporti sociali - e per aver lavorato per l'unificazione della Sardegna, allora divisa in quattro aree.

Tra i marchi di riferimento dell'OP Campidanese non si può che cominciare con il primo e forse più noto: Gavina, la minianguria dolce senza semi. Altro cavallo di battaglia dell'OP è Majores, il melone verde di dimensioni compatte e dal gusto dolce. Entrambi i prodotti sono coltivati nella vasta pianura del Campidano, tra Oristano e Cagliari, e hanno ottenuto importanti riconoscimenti tra cui la stella del 'Bellavita Awards 2015' come prodotto



d'eccellenza del made in Italy all'interno del mercato britannico e la

medaglia del 'Macfrut Innovation Award 2016', per la novità su sostenibilità ambientale ed economica e miglioramento delle qualità delle produzioni.

Eleonora invece è l'anguria nera senza semi di medie dimensioni, sarda al cento per cento, che ha visto raddoppiate nel 2018 le aree dedicate. Camone Naturcuore è un pomodoro tondo liscio di dimensioni medio-piccole color rosso-arancio e la spalla di un verde intenso, resistente a molte fitopatologie. La raccolta va dalla primavera all'autunno. Sul pomodoro l'OP sta predisponendo un nuovo progetto sulla tipologia insalatato per rispondere alle crescenti richieste del mercato.

La linea Fragolose, identificano le fragole in un nuovo formato da 400 grammi con un packaging dedicato. Le fragole dell'OP sono principalmente a varietà Sabrina a cui si aggiungono Sabrosa, Flavia e Flaminia.

Quindi tra le ultime novità si annoverano le "Preziose - Patate di Sardegna", con i primi 5 gli ettari coltivati su terreni sabbiosi particolarmente adatti alla tipologia di questa coltura.

Nel corso del 2018 sono state aumentate le superfici destinate al carciofo spinoso di Sardegna DOP. Crescono anche le superfici coltivate ad asparago che nel corso di alcuni anni dovrebbero raggiungere i 30-35 ettari. Altre linee dell'OP sono 'Passioni Gourmet' per i carciofi, 'Drucy' per il peperone dolce e 'Su Codroiu' per i funghi.

# Gavina

La Mini Anguria piccola,  
dolcissima, rinfrescante  
e con pochi semi.



# Eleonora

Un'anguria nera con una  
polpa dolcissima rosso rubino  
e pochi semi.



## Un'Isola, tante storie



# Corallo

Il Melone Verde dalla polpa  
arancione brillante,  
una sorprendente dolcezza  
e un gusto unico.



# MAJORES

Un Melone piccolo nelle  
dimensioni ma,  
in realtà, un gigante di gusto.  
Dolce, fresco e croccante.

LAVORIAMO NEL RISPETTO DELL'AMBIENTE E PER LA SICUREZZA DI UN MONDO MIGLIORE  
GRAZIE AI METODI DI LOTTA INTEGRATA VI GARANTIAMO IL MASSIMO DELLA QUALITÀ  
E DELLA SICUREZZA CERTIFICATE.



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



L'Ortodi  
Eleonora

## Il CIO avanza con Serene Star

Il Consorzio Interregionale Ortofrutticolo (CIO) è una Organizzazione di Produttori aderente all'Unione Nazionale Italia Ortofrutta ma è anche una realtà che sorprende perché fuori dal grande battage promozionale degli altri Consorzi del Trentino Alto Adige. Vi aderiscono oltre 400 aziende ortofrutticole specializzate raggruppate in 11 centrali aziendali, per lo più cooperative, che operano nei territori trentino e veneto particolarmente vocati per la coltivazione di mele (Golden, Gala, Red Delicious, Jonagold, Granny Smith, Morgen, Fuji, Breaburn, Pink Lady e Modì) ma anche fragole, piccoli frutti ed ortaggi ottenuti nel rispetto di tecniche di produzione integrata e biologica. In particolare i produttori CIO, oltre alle mele, offrono un vasto assortimento di piccoli frutti ottenuti in zone di montagna: oltre alle fragole, fragoline di bosco, lamponi, more, ribes e uva spina, mirtillo gigante; ortaggi a produzione sia integrata che biologica quali patate, carote, cavolo cappuccio, sedano rapa, zucchine, radicchio e fagiolini; kiwi e la rinomata susina di Dro. A queste produzioni alcune aziende consorziate aggiungono prodotti tipici trasformati quali i crauti della Val di Gresta ottenuti dalla macerazione e fermentazione del cavolo cappuccio, le confetture di frutta e le passate di verdure.

Il Consorzio commercializza i propri prodotti a marchio Serene Star e viaggia su fatturati intorno ai 60 milioni di euro.

L'OP si è costituita nel 1997, inizialmente con cinque società cooperative trentine. Ha sviluppato successivamente un forte processo di aggregazione che è ancora in corso.

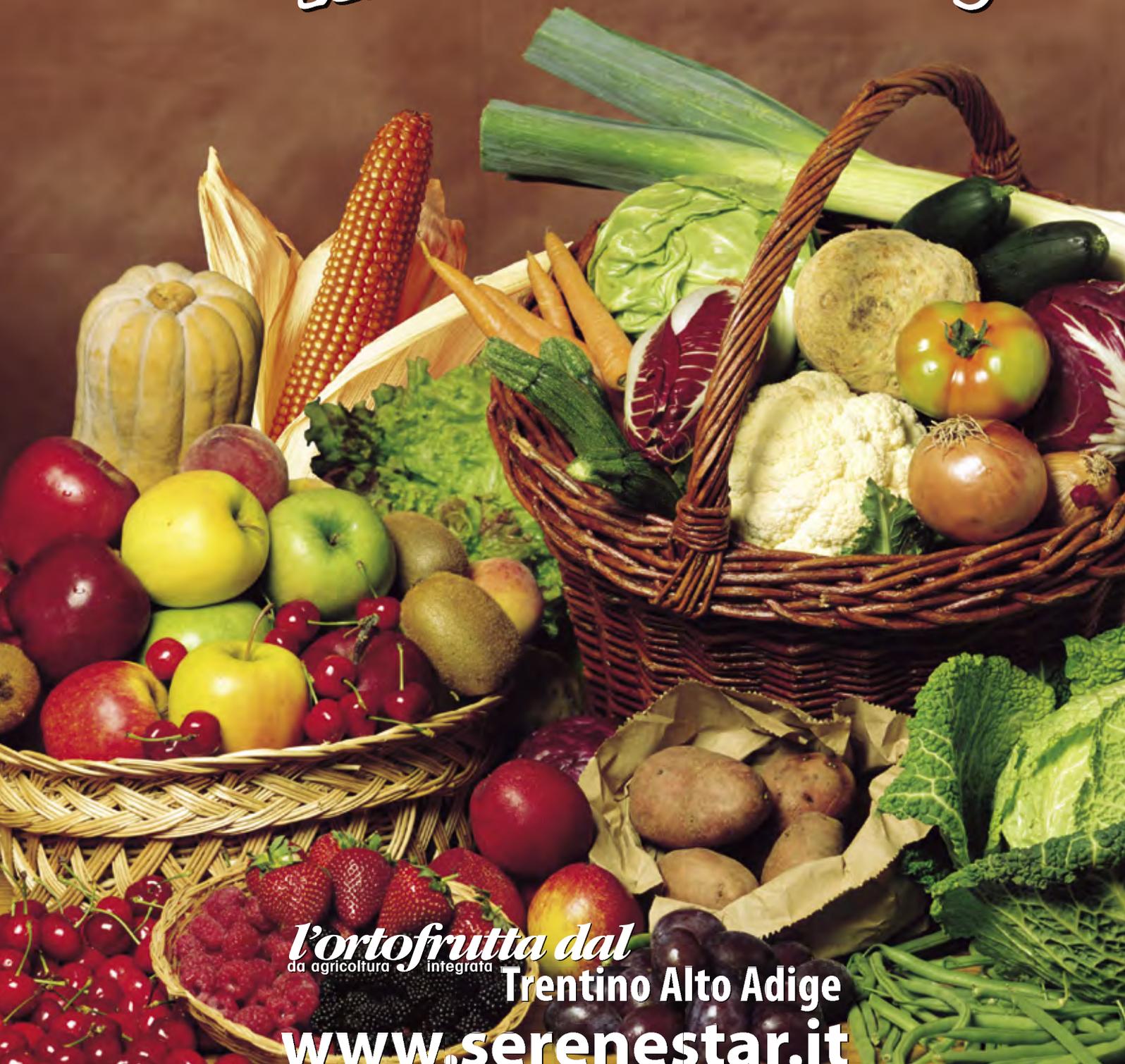
Ecco le 11 realtà aziendali che costituiscono



no l'ossatura del CIO: Cooperativa Contadini Alta Valsugana - Levico Frutta, con produzioni, anche bio, ad elevato standard qualitativo di mele, pere, fragole, ciliegie e piccoli frutti quali lampioni, mirtilli, more e ribes; Consorzio Ortofrutticolo Bassa Valsugana Sca, che produce ottime Golden oltre a varietà bicolori quali Gala e le Fuji, e varietà tardive di ciliegio; Consorzio Ortofrutticolo Val di Gresta, che produce ortaggi tra cui zucchine, carote, cavoli cappucci, verze, sedano rapa, porri e finocchi, ma anche cavolfiori, fagiolini e tutta una serie di ortaggi a foglia; Cooperativa Agri '90, che produce piccoli frutti, castagne, patate e ortaggi; Cooperativa Fruchtmarkt Clementi, forte di 50 soci produttori con aziende frutticole altamente specializzate situate oltre che in Trentino Alto Adige anche nelle Regioni Veneto, Lombardia ed Emilia Romagna su una superficie di più di 700 ettari riguardanti in particolare mele; Cooperativa Melany, con una produzione per il 70% biologica a partire dalle mele; Mondoagricolo Srl: mele, kiwi e susine di Dro; Agricola San Lorenzo: mele; CasPar Cherries: ciliegie di pregio; infine la Cooperativa COZ Zevio, con 50 soci che producono fragole, ciliegie, meloni, mele e pere oltre che ortaggi.



*Serena come l'aria  
del Trentino Alto Adige*



*l'ortofrutta dal*  
da agricoltura integrata **Trentino Alto Adige**  
**www.serenestar.it**

**CIO** CIO Sca - Piazza del Cason Ros, 2  
38072 Sarche di Calavino (TN)  
T. 0461 565031 - F. 0461 563235

Cooperativa Costadini  
Alta Valisiana Lenica Frutta Sca  
Via Venezia, 105  
38056 Lenica Terme (TN)  
Tel. 0461 791056 - Fax 0461 790389

Cooperativa C.O. Ba.V.  
Consorzio Oltresesio  
Bassa Merano Sca  
Via Bariccia, 10  
38059 Villa Sanvito (TN)  
Tel. 0461 762654 - Fax 0461 780889

Consorzio Oltresesio  
Val di Gressa Sca  
Via Longa, 8/10  
38060 Ronco Chiavari (TN)  
Tel. 0461 810022 - Fax 0461 803175

Cooperativa  
Agri 95 Sca  
Via del Sommo, 10  
38088 Sommo (TN)  
Tel. 0465 686044 - Fax 0465 686078

Cooperativa Fruchtmarkt  
Innvent Sca  
Via Sordani, 15  
39053 Lavis (BZ)  
Tel. 0471 951140 - Fax 0471 954551

Cooperativa FOS Frutti  
Oltresesio Sca  
Via S. Simeone, 2  
38014 Wipaceno (BZ)  
Tel. 0471 676578 - Fax 0471 678350

Cooperativa  
Melany Sca  
Via Sennach, 45  
39022 Sarnonno (BZ)  
Tel. 0473 448421 - Fax 0473 448814

Mandagginello Srl  
Piazza del Cason No. 2  
38073 Sarche di Calavino (TN)  
Tel. 0461 565031 - Fax 0461 563235

Società Agricola  
San Sereno srl  
Strada di Segural, 13  
39065 Segural (TN)  
Tel. 0427 83038 - Fax 0463 454140

CasPar Chertius s.r.l.  
Via del Vento, 9  
39040 Concazza di Sordani del Vento (BZ)  
Tel. 0471 810029

**Fruchtmarkt**  
**FOS**  
Fruchtmarkt  
Oltresesio

**AGRI90**  
**Pal di Gressa**

**Melany**

**Fruchtmarkt**  
**FOS**

## OrtoRomi, l'innovazione nel DNA

Ecco un'altra azienda che ha nel DNA l'innovazione di prodotto e che spinge su un marketing a 360 gradi. La padovana OrtoRomi occupa un ruolo sempre più di primo piano nel mondo della IV e V Gamma e dei piatti pronti. Nel 2019 la V gamma di Insal'Arte, che comprende zuppe, passati e vellutate, si è arricchita di proposte che intercettano la richiesta di prodotti originali, freschi e pratici: la linea "Il Buon Piatto". E' un esempio, non il solo, delle novità lanciate in un anno. La linea "Il Buon Piatto" prevede 6 referenze di piatti unici pronti: consumabili sia freddi che riscaldati, che stupiscono per gli abbinamenti di sapori originali e per la loro originalità nel mercato di riferimento. Le pietanze infatti si caratterizzano per accostamenti inconsueti che sanno coniugare i sapori tipici della cucina italiana e della dieta mediterranea, con i trend food del momento.

Ma il 2019 è stato soprattutto un anno di consolidamento per rafforzare la presenza e la leadership nei segmenti già presidiati con ampliamenti di gamma. OrtoRomi aveva chiuso il 2018 con un fatturato superiore a 106 milioni di euro, in crescita del 14% rispetto all'anno precedente. Trend che è proseguito anche nel 2019. Le Pausa Pranzo Insal'Arte, a fronte di una crescita nell'intero mercato del segmento ciotole con dressing kit del + 16,5% a valore, hanno registrato nel solo primo bimestre 2019 un + 23%. Anche la vendita degli estratti di frutta e verdura, referenza in cui l'azienda ha creduto fortemente e che sono 100% made in Italy, senza aggiunta di acqua, zucchero, coloranti e conservanti, è aumentata significativamente nel 2018, vedendo una crescita del 24,5%



rispetto all'anno precedente.

E dopo il lancio di due interessanti novità - l'estratto 100% mela Pink Lady e l'estratto 100% arance rosse di Sicilia IGP (Moro, Tarocco e Sanguinello a seconda della stagionalità) - l'azienda padovana ha presentato nel 2009 un progetto per il canale horeca. "Stiamo lavorando per entrare con la nostra linea di estratti nei bar. Abbiamo studiato 9 ricette ad hoc, presentate in formati da 200 ml. Per ora i test hanno dato risultati più che positivi; ora siamo alla fase due, ovvero l'implementazione della distribuzione", ha dichiarato nei mesi scorsi la responsabile marketing Martina Boromello, precisando che afferma l'azienda sta portando avanti anche un progetto di comarketing con un'importante azienda dell'industria agroalimentare per la linea ciotole, un segmento che registra una forte crescita. Ma quando si parla di OrtoRomi non bisogna mai dimenticare, che dietro al fermento delle tante novità che vengono presentate al mercato, c'è la grande forza della sua produzione agricola, una caratteristica che da all'azienda padovana una grande forza e autonomia.

# INSAL'ARTE

OrtoRomi®



*L'arte di fare bene  
ciò per cui siamo nati*

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

## New Factor e il sogno italiano

Rilevata nel 1981 da Iliano Annibali, già titolare di Italsementi e padre di Alessandro, la Factor - divenuta New Factor con l'avvio dell'era Annibali - era un'azienda di San Clemente che produceva spilloni di frutta secca per i bar della Riviera Romagnola. Trasferita la sede a Cerasolo Ausa, in provincia di Rimini, da piccola impresa diviene un'importante realtà nella lavorazione e commercializzazione di snack naturali a base di frutta secca e disidratata, con fatturati in crescita di anno in anno, anche di due cifre, fino a un 2018 che si è chiuso con un risultato che ha migliorato i 45 milioni di euro del 2017.

Qualità e innovazione sono i fattori critici del successo dell'azienda riminese, tangibili in ogni proposta inserita in catalogo. Tante le linee di prodotto, ognuna dedicata ad un segmento specifico dell'ampio target dei 'consumatori Mister Nut': Mister Nut Snack Time, Mister Nut Family Time, Mister Nut Wellness, Mister Nut 0.99, Mister Nut Noci, Mister Nut Gourmet (per il canale horeca), Mister Nut Leggeri con Gusto, Mister Nut Happy Hour.

La produzione New Factor si avvale di strutture e apparecchiature all'avanguardia: l'impianto di cernita, salatura e tostatura con forno ha una capacità produttiva di 3.000 kg/ora mentre quello di tostatura e salatura in olio Florigo arriva fino a 2.500 chili di prodotto lavorato ogni ora; gli impianti di selezione materie prime sono dotati di tecnologia ottica, risonanza, laser. Il processo di confezionamento si sviluppa lungo 13 linee per una produzione annua di circa 18 milioni di confezioni (120 mila pezzi per turno lavorativo) in svariate tipologie di packaging e



formati.

Perfettamente integrata verticalmente è l'Agricola San Martino di San Martino di Forlì. L'azienda, con un fatturato annuo intorno ai 2 milioni di euro, è detentrica del know how produttivo derivante da oltre 20 anni di attività specializzata nella produzione di noci.

Con una sorta di spin off aziendale, nel 1997 è stato avviato il progetto 'Noci di Romagna', per la commercializzazione sotto un unico marchio del raccolto di diverse realtà del territorio. Il successo ottenuto dall'iniziativa, unito alla voglia di Alessandro Annibali di implementarne le potenzialità hanno portato lo scorso autunno ad un importante upgrade. La sostituzione del brand commerciale da 'Noci di Romagna' a 'Noci di San Martino' riflette l'evoluzione in un nuovo programma, battezzato 'In-Noce', aggregativo di undici aziende tra Emilia Romagna, Marche e Veneto che intende coinvolgere sempre più operatori lungo l'intero Stivale. Dinamica e innovativa, New Factor e San Martino sono al contempo molto attente alle tradizioni: "Tra le nostre ambizioni - precisa Alessandro Annibali - c'è far riscoprire il gusto di sapori antichi, ancestrali, come quello della frutta secca, portata in dono a Re Salomone dal profeta Zaccaria".

# BELLA LA VITA CON

# SOLARELLI

Frutta e verdura coltivata esclusivamente in Italia nelle aree produttive più vocate per specie e stagionalità. Da produzione integrata per assicurare qualità, benessere del consumatore e sostenibilità dell'ambiente. Una gamma completa di prodotti in un packaging pratico ma elegante che sottolinea **innovazione e stretto legame con il territorio.**



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

Seguici su 

# Passione per la filiera



Romagnoli  
F.LLI SPA

**BUONE PATATE ITALIANE**

**Romagnoli F.lli Spa**

Via Quarto di Sopra 1/7 - 40127 Bologna

Tel. +39 051 6069611 - Fax +39 051 6069608

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