



PROTAGONISTI CARLO LINGUA

Dal Piemonte al mondo storia del globetrotter dell'ortofrutta

PAG. 45

EVENTI • PAG. 33

GIORNATA DEL GROSSISTA
Dall'identikit della categoria
emerge una inaspettata
e sorprendente positività

PRODOTTI • PAG. 59

PATATE
Una filiera all'avanguardia
tra ricerca, innovazione
e transizione green

4



DODICI ANNI DI INFORMAZIONE ALLA RICERCA DELL'ECCELLENZA

PROTAGONISTI DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA

Reggio Calabria / 21 giugno 2024



Rassegnatevi, il prezzo equo resta una chimera

 **Lorenzo Frassoldati**



Essere riformisti significa capire quello che può essere cambiato adesso, e quello che si può fare nel medio lungo-periodo. E quello che non si potrà fare mai. La politica è il regno degli annunci, spesso lo sono anche le leggi quando contengono norme che sono scritte in modo tale per non funzionare mai (vedi l'art. 62 del D.L. 24 gennaio 2012 per le pratiche sleali) ma servono solo a consentire al politico di turno di fare un annuncio. L'ex ministro Maurizio Martina una volta disse: "Non farò mai annunci, parlerò solo a cose fatte". Proposito risibile, finito subito in cavalleria, tant'è che poi il buon Martina è finito nel dorato buen retiro della FAO che è il regno degli annunci (e dei convegni). Allora, un conto è far invertire la rotta alle politiche agricolo-ambientali dell'Europa, rimettendo la barra sulla necessità di produrre, di garantire cibo e qualità ai cittadini dell'Unione, di non farsi strozzare dagli accordi commerciali coi Paesi terzi, di non essere dipendenti da importazioni senza regole di reciprocità, di rimodulare il Green Deal voluto da Timmermans non con gli agricoltori ma "contro" il mondo produttivo. Tutto questo più o meno è stato portato a casa grazie alle proteste dei trattori in tutta Europa che hanno messo con le spalle al muro la commissione Ue, la sua presidente Ursula Von der Leyen e il commissario polacco che nessuno rimpiangerà. La baronessa tedesca si è dimostrata un'abile navigatrice politica e si ricandida a guidare la Commissione magari con una diversa maggioranza e una politica agricolo-ambientale completamente 'rimodulata'. Ma, ci chiediamo, basterà per tacitare le proteste del mondo produttivo?

Mentre in Olanda entra in carica il governo del 'partito dei contadini', lo scorso 4 giugno a Bruxelles sono tornati a protestare gli agricoltori. E i risultati delle elezioni europee getteranno ulteriore benzina sul fuoco delle proteste agricole cui la nuova Commissione UE non potrà fare orecchi da mercante. Venendo a noi bisogna dire che i temi legati al mondo dell'ortofrutta sono ancora tutti lì, nonostante la buona volontà del governo Meloni e delle misure introdotte dal DL Agricoltura. Intanto - singolare coincidenza - in concomitanza con questo decreto legge alcune catene sono partite con promozioni su frutta e verdura a 0,99 cent/kg, il che significa "zero ai produttori", in pratica un calcio negli stinchi. Poi sui temi della copertura assicurativa (e di Agricat) siamo ancora in alto mare, con l'impossibilità di assicurarsi per tantissime aziende per i costi proibitivi. Infine sui due temi

collegati del prezzo equo (mai al di sotto dei costi di produzione, si dice) e della stretta sulle pratiche sleali si naviga anche qui a vista.

L'avv. Roveda proprio su CorriereOrtofrutticolo.it ha ben spiegato la grande difficoltà di determinare un costo medio di produzione da parte di Ismea proprio per le caratteristiche strutturali e regionali dell'offerta ortofrutticola. Si rischia di aggiungere problema a problema, contenzioso a contenzioso. Per tutelare davvero le imprese produttive dallo strapotere delle centrali d'acquisto della GDO serve forse un intervento di correzione dell'Europa della direttiva stessa, da rendere più stringente e meno 'aggirabile'. Poi il prezzo equo, altra chimera. Chi lo fissa, chi lo impone, chi lo fa rispettare? Un professore della Bocconi, Vitaliano Fiorillo, sul mensile Eco (diretto da Enrico Mentana) ha pubblicato un lungo articolo molto convincente dal titolo "Prezzo equo per gli agricoltori? Dipende anche da noi". Fiorillo sostiene che l'azienda agricola perde valore lungo la catena a causa delle nostre abitudini di consumo, della standardizzazione dei prodotti e della volatilità dei costi di produzione; quindi da fattori strutturali e difficilmente controllabili e comprimibili. Una risposta "semplice e semplicistica" è la vendita diretta...ma solo pochissime imprese agricole sono in grado di realizzarla: dipende dal prodotto, dalla localizzazione dell'azienda, dalle sue capacità gestionali e finanziarie". La vera soluzione "non è così semplice né immediata, perché implica un cambiamento del modo di produrre e consumare".

Insomma le varie iniziative nate negli ultimi 40 anni "la vendita diretta in azienda, l'home delivery, i gruppi di acquisto solidale, i mercatini dei produttori, gli orti urbani, i negozi a chilometro zero" funzionano "ma solo su piccolissima scala". Accorciare la filiera non è solo tagliare l'intermediario "ma offrire al consumatore un prodotto differenziato attraverso il radicamento, di qualità riconoscibile, fresco, sostenibile". Per superare i limiti strutturali dei mercatini dei produttori "bisogna pensare a grandi aggregazioni di produttori che condividano strutture fisiche per la distribuzione e la trasformazione", veri e propri food-hub, centri di aggregazione della produzione locale, che poi da lì viene distribuita ai clienti o direttamen-

LA SPREMUTA DEL DIRETTORE

Solo lo 0,12% del food proveniente dall'estero è stato sequestrato dice il MASAF. Ma come? Non eravamo invasi da cibo scadente e avvelenato? *

Direttore responsabile

Lorenzo Frassoldati

Redazione

Mirko Aldinucci (coordinatore),
Emanuele Zanini

Hanno collaborato

Chiara Brandi, Elena Consonni,
Cristina Latessa

Sede operativa

via Fiordiligi, 6
37135 Verona
Tel. 045.8352317 - e-mail:
redazione@corriereortofruttilico.it

Editore

Gemma Editco Srl

Coordinatore editoriale

Antonio Felice

Comitato di indirizzo

Duccio Caccioni, Simona Caselli,
Antonio Felice, Lorenzo Frassoldati,
Corrado Giacomini, Claudio Scalise
(coordinatore)

Sede legale e amministrativa

via Fiordiligi, 6 - 37135 Verona
E-mail:
redazione@corriereortofruttilico.it
P.IVA 01963490238

Fotocomposizione e stampa

Eurostampa Srl - via Einstein, 9/C
37100 Verona
Autorizzazione Tribunale
di Verona n. 176 del 12-1-1965
Chiusura in redazione il 30.04.2024

Associato all'Unione Stampa
Periodica Italiana



S O M M A R I O



PROTAGONISTI a Reggio Calabria tra i Bronzi e lo Stretto

PAG. 27

EDITORIALE

Rassegnatevi, il prezzo equo non esiste

3

CONTROEDITORIALE

Costi di produzione, il DL agricoltura lascia perplessi

7

NOTIZIARIO

9

PRIMO PIANO FIERE

Macfrut sale di quota

17

Poca Italia in Scandinavia
"Ecco come fare breccia"

18

Lollobrigida: "Più risorse alle imprese ortofruttilicole"

20

I 100 anni di Unitec

25

In 75mila a Parma

È stato un Cibus monstre

26

ATTUALITÀ

Dai valori al valore: il bio cerca il salto di qualità

29

MERCATI&DISTRIBUZIONE

La Giornata del Grossista

33

L'identikit di una professione

36

MONDO

39

PROTAGONISTA

CARLO LINGUA

45

PRIMO PIANO IMBALLAGGI

49

FOCUS PATATE

59

segue editoriale

te ai consumatori finali. "Organizzazioni che funzionino sì sulla condivisione degli asset fisici di adeguate dimensioni per arrivare al mercato, ma con una agenda strategica condivisa". Aziende agricole autonome e indipendenti che si coordinano nell'ambito di una strategia comune sovrazziendale, una filiera corta basata sul valore immateriale del pro-

dotto, il radicamento.

Il ragionamento del prof. Fiorillo è realistico e convincente proprio perché fa capire che il prezzo equo oggi è una chimera se non nei casi - molto limitati - in cui i produttori controllano l'intera filiera dalla produzione alla distribuzione.

E che anche le attuali forme di aggregazione (coop, consorzi, OP) non sono in grado di risolve-

re il problema perché gli manca l'ultimo miglio (il rapporto col consumatore), senza contare le inefficienze e gli sprechi legati alle false coop o alle OP dove gira solo della carta. Quindi anche i continui appelli all'aggregazione, ai fini del prezzo equo e remunerativo, alla fine lasciano il tempo che trovano.

l.frassoldati@alice.it

Poca Italia in Scandinavia “Ecco come fare breccia”

La quota di export italiano in Scandinavia non va oltre il 3-4% del totale degli acquisti ortofrutticoli dall'estero dei 4 Paesi della Penisola e ci sono ampi margini di crescita in un'area ricca nella quale, tra l'altro, le autorità consigliano il consumo tra i 500 e gli 800 grammi di frutta e verdura al giorno (patate escluse). È quanto emerso al seminario organizzato da Omnibus con CSO Italy e Fruitimprese dal titolo “L'ortofrutta italiana in Scandinavia”, che si è svolto nella seconda giornata di Macfrut.

Proprio le patate, con il 70% del totale, sono il prodotto più coltivato in Svezia, Danimarca, Norvegia e Finlandia, che importano significativi quantitativi dello stesso tubero così come di frutta, anche esotica e ortaggi, con Spagna e Paesi Bassi a farla da padrona alla voce “fornitori”.

“Nei Paesi scandinavi, pochi retailers e volumi altamente concentrati richiedono fornitori di grandi dimensioni e filiere di prodotto forti”, la considerazione di Marco Salvi, presidente Fruitimprese.

Salvi, che conosce da vicino la Scandinavia (“Ci sono stato per la prima volta con mio padre in terza media, saltando un'intera settimana di scuola, perché per il Gruppo Salvi è sempre stato un mercato importante”, ha raccontato) ha fornito numeri e dati precisi: In Finlandia due catene (DOK e Kesko) coprono l'82% delle vendite; in Danimarca tre big player (Salling Group, Coop Dk e Rema) il 90%; in Svezia tre gruppi (ICA, Axfood e Coop SE) coprono il 94% e in Norvegia tre catene (Norges Gruppen, Coop Norge e Rema) detengono ben il 97% della quota di mercato.

“Paesi come questi - ha affermato

Trend, dati, opportunità nel seminario organizzato da Omnibus con CSO Italy e Fruitimprese al Macfrut con interventi di Marco Salvi, Paolo Bruni, Elisa Macchi e due operatori scandinavi

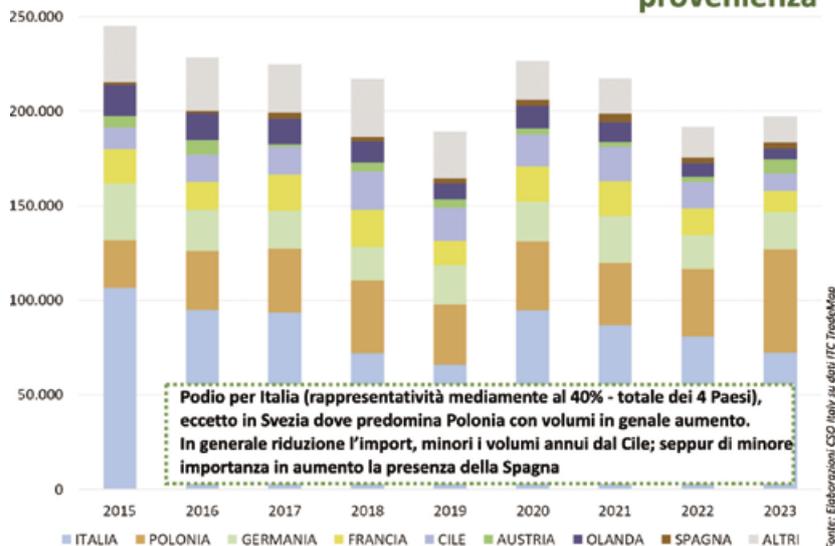


Foto di gruppo per i relatori del convegno del 9 maggio a Rimini

il presidente di Fruitimprese - hanno bisogno di aziende fornitrici che abbiano dimensioni grandi, quantità importanti di prodotto e filiere forti. Le aziende italiane possono farcela, a patto che puntino sui loro prodotti più significativi e sull'aggregazione”.

“A livello internazionale - ha proseguito Salvi - da tempo le fragole italiane sono sparite, così come pesche, nettarine e pere. Vanno bene mele e kiwi verdi, gialli e rossi, prodotti di alta qualità dalle filiere forti e organizzate. È su questi prodotti che l'Italia deve

LE IMPORTAZIONI DI MELE DEI PAESI SCANDINAVI per provenienza





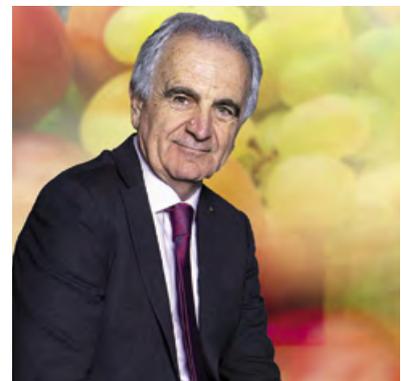
Protagonisti il 21 giugno tra i Bronzi e lo Stretto

Torna il 21 giugno Protagonisti dell'Ortofrutta Italiana, l'evento più esclusivo che, da 12 anni, mette al centro l'Italia dell'orto-frutta e i suoi imprenditori, riunendo i vertici delle aziende di produzione e commerciali e della filiera per creare opportunità di incontro tra i decision maker in un'atmosfera speciale. È un momento di riflessione e insieme conviviale che si svolge ogni anno in una località diversa del Paese: quest'anno tocca a Reggio Calabria, e a due location eccezionali, l'Altafiumara, resort a picco sullo Stretto, che ospita grandi eventi internazionali, e il Museo Archeologico Nazionale, che ospita i Bronzi di Riace, la cui sala sarà aperta ai delegati.

Promosso dalla nostra rivista e organizzato da Omnibus, Protagonisti dell'Ortofrutta Italiana si avvale della partnership di Fruitimpres, CSO Italy, Italia Ortofrutta Unione Nazionale, Confagricoltura e Fedagromercati, e, nell'edizione 2024 della fattiva collaborazione della Regione Calabria, assessorato all'Agricoltura. Sarà proprio l'assessore regionale all'Agricoltura, Gianluca Gallo, a fare gli onori di casa ai

delegati, insieme ai vertici delle associazioni nazionali partner. Le precedenti edizioni di Protagonisti si sono svolte a Villa Sere-

go Alighieri in Valpolicella (Verona), al convento francescano di Dozza (Bologna), alla Cantina Mezzocorona (Trento), a Casa



Qui e nella prossima pagina i Protagonisti 2023: dall'alto a sinistra, Walter Pardatscher, DG di VOG, Gabriele Ferri, DG di Naturitalia, Willem-Jan Coolbergen, CEO di Ortolanda, e Carmela Suriano, direttrice di Nova Siri Genetics



Dall'alto, Andrea Peviani, Sergio Giardina e Bruno Francescon, manager di Perla Nera, Loredano Brentegani, AD di B&B Frutta, Claudio Parrino, presidente di Agrologica, Francesco Casciaro, direttore di COAB, Martina Boromello, marketing manager di Ortoromi e Matteo Falcucci, direttore di Sol Sud.

Sono loro i Protagonisti che saranno premiati il 21 giugno a Reggio Calabria e si contenderanno l'Oscar

Cava di Matera, a Palazzo Benaventano di Ortigia-Siracusa, alla Reggia di Caserta, all'Hilton Molino Stucky di Venezia, al Palazzo Ducale di Genova, alla masseria Villa Menelao di Turi (Bari), a Cinecittà (Roma) e a Villa Necchi

Campiglio a Milano coinvolgendo non meno di 160 aziende e oltre 200 tra manager, imprenditori e rappresentanti delle istituzioni. Nel corso dell'evento vengono premiati 10 imprenditori, Protagonisti delle copertine del Corrie-

re Ortofrutticolo, e viene proclamato tra questi, per meriti speciali, l'Oscar dell'Ortofrutta Italiana. Una speciale commissione, composta dai vertici degli organismi partner, sceglie tra i 10 Protagonisti la terna dalla quale viene eletto l'Oscar con voto segreto espresso dalle aziende presenti all'evento.

I 10 Protagonisti che saranno premiati a Reggio Calabria sono Walter Pardatscher, direttore generale di VOG (Alto Adige), Gabriele Ferri, direttore generale di Naturitalia e presidente di CPR System (Emilia Romagna), Willem-Jan Coolbergen, CEO di Ortolanda (Lazio), Carmela Suriano, direttrice di Nova Siri Genetics (Basilicata), Andrea Peviani, Sergio Giardina e Bruno Francescon, manager di Perla Nera (Lombardia/Sicilia), Loredano Brentegani, AD di B&B Frutta (Veneto), Claudio Parrino, presidente di Agrologica (Sicilia), Francesco Casciaro, direttore di COAB (Calabria), Martina Boromello, marketing manager di Ortoromi (Veneto) e Matteo Falcucci, direttore di Sol Sud (Molise).

Ai 10 premiati si aggiunge la "Selezione Protagonisti Under 35: il futuro passa dai giovani", con 5 segnalazioni da diverse regioni italiane.

Nel corso dell'evento vengono inoltre assegnati il Premio BPER Banca per la sostenibilità Green Innovation 2024 e il Premio Danila Bragantini promosso dall'Associazione nazionale Le Donne dell'Ortofrutta. Spazio sarà dato ai Consorzi delle IGP e DOP ortofrutticole calabresi e sarà distribuita l'edizione 2024 dell'Annuario Protagonisti dell'Ortofrutta Italiana, che conterrà un'inchiesta giornalistica sul ruolo del Mezzogiorno nello sviluppo del settore ortofrutticolo nazionale ed europeo.

Saranno infine segnalate, nel corso della cena di gala, alcune varietà premium che hanno contribuito ad innalzare la qualità e il successo dei prodotti.



Il futuro? Grosse chance per chi saprà coglierle

Mirko Aldinucci

Sì, per i grossisti c'è un futuro. Quanto roseo, dipenderà dalla capacità di evolvere e intercettare i nuovi trend per guadagnare spazi e collocarsi anche in canali finora quasi off-limits per la categoria, come quelli della moderna distribuzione: è uno dei messaggi lanciati dalla prima Giornata del Grossista che si è tenuta martedì 21 maggio, nella sede di Confcommercio a Roma per volontà di Fedagromercati che l'ha organizzata insieme all'agenzia Omnibus.

Sono intervenuti il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli, il viceministro delle Imprese e del Made in Italy Valentino Valentini, il presidente di Fedagromercati-Confcommercio, Valentino Di Pisa, l'onorevole Salvatore De Meo e, nell'ambito di due tavole rotonde, gli "stakeholders" del sistema agroalimentare italiano, dalla produzione alla distribuzione. Durante la partecipata iniziativa, è stata presentata l'indagine

Celebrata a Roma la prima Giornata nazionale del Grossista, densa di contenuti: tavole rotonde, presentazione di indagine Omnibus, premiazione dell'imprenditore di settore dell'anno

"Il Grossista, l'identikit di una professione", di cui scriviamo qui.

Le sfide principali sono il ricambio generazionale, il passaggio all'orario diurno di lavoro, l'ammodernamento delle strutture attraverso la collaborazione con gli enti gestori; serve poi investire su servizi di logistica ed informatizzazione e sostenibilità.

"La categoria dei grossisti ortofrutticoli sta rispondendo in modo reattivo al cambiamento", ha detto nell'intervento introduttivo Sangalli.

"Ma, oltre alle criticità storiche, dagli investimenti alla burocrazia, vanno affrontate anche le sfide dei nostri giorni, come quella della sostenibilità ambientale e quella della transizione digitale. E una delle priorità di Fedagromercati è proprio la sfida digita-

le, su cui va fatta una riflessione sull'uso della tecnologia: la questione non è quale tecnologia usiamo ma come la usiamo. L'innovazione richiede, infatti, l'esercizio condiviso della responsabilità. Ma la responsabilità - ha aggiunto il leader di Confcommercio - è richiesta anche nell'altra sfida, quella della sostenibilità. Perché la sostenibilità a cui dobbiamo puntare deve assicurare una ricaduta positiva sulla nostra vita quotidiana, in grado, cioè, di cambiarla in meglio".

Il presidente di Fedagromercati, Valentino Di Pisa ha messo in rilievo che "oggi siamo qui insieme per porre le basi per un ripensamento del futuro dei mercati all'ingrosso e dei suoi imprenditori attraverso un cambiamento culturale profondo che dia giusto valore ad un comparto fonda-



Filiera all'avanguardia: ricerca, innovazione, green

È uno degli alimenti più consumati al mondo, uno dei prodotti della terra su cui si concentrano i maggiori sforzi in termini di innovazione e sostenibilità. Nonostante le problematiche in campo non manchino, le patate nell'ultima campagna hanno garantito una buona remunerazione, complice la scarsa disponibilità di materia prima.

Le aziende investono nel fresco di prima gamma, nel prodotto pronto al consumo e nel surgelato; nuovi stabilimenti e processi di lavorazione sono stati insediati e stanno per sorgere nel nostro Paese. Del resto, l'80% degli italiani consuma patate almeno una vol-

ta a settimana, come emerge da una indagine promossa da UNAPA, l'Unione nazionale tra le associazioni dei produttori.

La regina dei tuberi si attesta al quinto posto tra gli alimenti più diffusi sulle tavole italiane, precedute solo da frutta e verdura fresche, pasta, proteine animali e latticini. Confermata invece la superiorità sul riso, altra fonte di carboidrati per eccellenza. A livello di quantitativi, su scala europea l'Italia si piazza al decimo posto in termini di volumi prodotti, con 1,3 milioni di tonnellate nel 2022. Ecco cosa ci hanno detto i principali protagonisti del settore.

Emanuele Zanini

ROMAGNOLI DIVERSIFICA, PIÙ ALTA GAMMA

Dopo un 2023 di grande complessità da un punto di vista produttivo, il 2024 di Romagnoli si è aperto con il consolidamento delle referenze di alta gamma *èVita Residuo Zero* ed *èVita Armonia Gourmet*.

Si tratta di risultati importanti che nascono da scelte coraggiose compiute da Romagnoli F.lli Spa in controtendenza rispetto a un settore che in Italia, nel tempo, ha visto quasi dimezzarsi le superfici coltivate a patate: negli ultimi 30



Giulio Romagnoli, direttore generale

anni si è passati da oltre 70mila a poco meno di 40mila ettari, con una contrazione più accentuata negli ultimi 2-3 anni anche a cau-

sa delle problematiche fitosanitarie che hanno colpito la coltura e per i danni da *Agriotes spp* (ferretto).

L'obiettivo dell'azienda è investire sulla ricerca varietale, su test sensoriali e sulle collaborazioni tecnico-scientifiche per selezionare varietà in possesso del requisito fondamentale per avere un approccio vincente: il gusto. "La capacità di guardare e leggere gli scenari che ci attendono è fondamentale: come si evolve il mercato in termini di gusto e bisogni di consumo, come si modificherà la produzione, come incideranno i cambiamenti climatici, come

MENSILE DI ECONOMIA E ATTUALITÀ DI SETTORE

CORRIERE ORTOFRUTTICOLO

THE FIRST ITALIAN MONTHLY ON FRUIT AND VEGETABLE MARKET

PER GLI **ABBONATI** LETTURA **COMPLETA**

Annuale (10 numeri):

- **60 euro** versione elettronica
- **80 euro** versione cartacea + elettronica

Biennale (20 numeri):

- **100 euro** versione elettronica
- **140 euro** versione cartacea + elettronica

Una scelta facile

Bonifico elettronico all'IBAN:
IT02B0306918468100000009782



2024



2

l'abbonamento scatta dall'accredito del bonifico