



PROTAGONISTI DOMENICO CITTERIO

L'Italia
delle patate
può fare di più
PAG.39

EVENTI • PAG. 17
REGINA DI PUGLIA
Uva da tavola e turismo.
Noicàttaro lancia il connubio
tra le due economie

INTERPROFESSIONE • PAG. 25
IL PERSONAGGIO
Ortofrutta Italia
riparte
da Valentino Di Pisa

6

Barbera
FRUIT FOR LIFE



GUSTO E QUALITÀ DI



Sicilia

Situati ai piedi del vulcano Etna, commercializziamo i migliori frutti del territorio siciliano da oltre 15 anni. Grazie alla gestione completa della filiera assicuriamo la continuità delle forniture ed il rispetto degli standard qualitativi concordati con i nostri clienti, consegnando in più di 30 Paesi.

CONTATTACI PER SCOPRIRE LA NOSTRA PROFESSIONALITÀ!

I nostri contatti
tel: +39 095 760 1071 / fax: +39 095 760 3725
info@barbero-international.com / www.barbero-international.com



#BarberaFruitforLife
#TerritorialBiodiversity

I prodotti Barbera sono
disponibili anche in biologico.



Spine agricole per Ursula

 **Lorenzo Frassoldati**



“Sveglia Europa”, dice Mario Draghi ponendo il Vecchio Continente davanti ad una alternativa ‘esistenziale’: rinnovarsi e investire sul proprio futuro (innovazione, energia, sicurezza) oppure rassegnarsi ad una lenta agonia.

“La agricoltura recupera su trono in Europa” scrive Pedro Barato Trigueiro nell’editoriale su Asaja, la rivista

dei giovani agricoltori spagnoli. Sarà davvero così? E che spazio sarà riservato all’agricoltura nella nuova Europa?

A Bruxelles sta nascendo la nuova Commissione UE e tutti nel mondo agricolo sperano che cambi davvero la ‘visione’ del settore primario dopo le proteste dei trattori che hanno infiammato l’Europa nei primi mesi dell’anno. La guida del governo UE è la stessa (Ursula von der Leyen), la maggioranza è la stessa (popolari, liberali e socialisti), ma il clima è molto diverso rispetto a 5 anni fa quando il vicepresidente Franz Timmermans impose un Green Deal e una Farm to Fork coercitiva e giugulatoria verso il mondo agricolo, all’insegna di “prendere o lasciare”.

Questa volta l’approccio è morbido e dialogante. La presidente ha voluto un forum (titolo : Dialogo strategico sul futuro dell’agricoltura) che ha lavorato per molti mesi e consegnato un report che diventa la ‘magna charta’ per la nuova Commissione in tema di agricoltura e il decalogo per il nuovo commissario (si fa il nome del lussemburghese Christophe Hansen).

Nel nuovo clima ‘dialogante’ bisogna distinguere quanto c’è di retorico, e quanto c’è di concreto. Ormai , dopo la protesta dei trattori, è rituale l’omaggio al ruolo dell’agricoltura e delle imprese agricole, prima politica comune dell’Europa quando fu fondata, che deve garantire cibo e sicurezza alimentare ai suoi cittadini.

Il Dialogo strategico ha partorito un report di 110 pagine con 14 raccomandazioni per la futura PAC. Cinque le raccomandazioni generiche per far progredire il sistema alimentare europeo: creare un futuro più competitivo, progredire verso un settore agroalimentare sostenibile, promuovere la resilienza climatica, costruire la diversità agricola e ampliare l’accesso alla conoscenza e all’innovazione.

Poi sul concreto: fornire sostegno diretto agli agricoltori “che ne hanno bisogno” e creare un Fondo temporaneo e complementare alla Pac che acceleri la transizione verso la sostenibilità del settore agroalimentare europeo. . Il rapporto incalza i decisori europei ad assumere “azioni decisive per affrontare le sfide”, in particolare quelle della transizione del comparto e del reddito equo per gli agricoltori. “Il mio team e io studieremo attentamente le raccomanda-

zioni del rapporto – ha detto la Von der Leyen - Presenterò questa tabella di marcia entro i primi 100 giorni del prossimo mandato. Dobbiamo fare di più, e faremo di più, - ecco l’impegno della presidente - per proteggere i nostri agricoltori e rendere il sistema agroalimentare più resiliente, più competitivo, ma soprattutto anche più sostenibile”.

I presidenti di COPA e COGECA , le associazioni agricole e cooperative UE, che hanno svolto un ruolo attivo in questo dialogo “lodano il cambiamento di metodo utilizzato e chiedono ulteriori azioni urgenti”. Le reazioni al Report complessivamente sono caute, già in troppi si sono scottati con le scelte della PAC passata che sono state frettolosamente riviste e aggiornate dopo le proteste dei trattori. Il report è frutto di un compromesso fra vari portatori di interesse, mondo agricolo, ambientalisti, consumatori ecc. Poi deve andar bene a una maggioranza dove tra le fila dei Socialisti e dei Verdi ci sono tanti che rimpiangono il Green Deal ‘punitivo’ di Timmermans. Poi per ‘rifare’ la PAC a misura di un mondo agricolo che vuole tornare a produrre - e che non vuole perdere la sfida della transizione ecologica - serve un budget aggiuntivo ai 370 miliardi oggi disponibili. La competitività dell’agricoltura europea si tutela poi anche attraverso politiche commerciali coerenti in sede di accordi con le altre aree del mondo, non agevolando l’ingresso di produzioni che non rispettano i nostri stessi standard qualitativi e di sostenibilità.

In sintesi la baronessa Von der Leyen è chiamata a un difficile esercizio di equilibrio nei confronti della sua maggioranza e nei confronti di un mondo agricolo che ha alzato di molto le sue richieste e le sue attese nei confronti dell’Europa. Non dovrà e non potrà rinnegare il Green Deal ma lo dovrà declinare in una versione intelligente e pragmatica, in un dialogo costante col mondo agricolo e delle sue rappresentanze. Mario Draghi ha proposto la sua ricetta per un’Europa che vuole mantenere i suoi valori fondanti ma che oggi è in caduta libera di competitività e produttività. Questo è vero anche per l’agricoltura, che è uno dei ‘valori fondanti’ di questa Europa. La cura da cavallo proposta da Draghi - 750/800 miliardi di investimenti frutto di debito pubblico comune - è già stata contestata da alcuni partner (Germania).

Di quanti finanziamenti aggiuntivi ha bisogno l’agricoltura europea per rilanciarsi sotto l’aspetto produt-

LA SPREMUTA DEL DIRETTORE

Sei riunioni in 9 mesi per tagliare di mezzo punto i tassi. Però, si lavora a Francoforte! *

Direttore responsabile

Lorenzo Frassoldati

Redazione

Mirko Aldinucci (coordinatore),
Emanuele Zanini

Hanno collaborato

Nazario Battelli
Cristina Latessa
Angela Sciortino

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

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 06.09.2024



Associato all'Unione Stampa
Periodica Italiana

S O M M A R I O



REGINA DI PUGLIA 2024. La seconda edizione conferma il successo PAG. 17

EDITORIALE

Spine agricole per Ursula 3

IN MEMORIA

Addio a Claudio Scalise, il
professionista gentile che ha contribuito
a far crescere questo settore 7

NOTIZIARIO

9

PRIMO PIANO

REGINA DI PUGLIA

Uva da tavola e turismo
Noicattaro lancia la sfida 17

ATTUALITÀ

Ortofrutta Italia riparte
da Valentino Di Pisa 25

Fruit Attraction no limits
"Novità e numeri monstre" 26

Mele, Prognosfruit:
Europa giù, Italia stabile 29

MERCATI&DISTRIBUZIONE

Alì ridisegna i vertici 33

Gasbarrino: Troppe
insegne nel retail italiano 34

Ingrosso, al giro di boa
più luci che ombre 37

PROTAGONISTA

DOMENICO CITTERIO
Patate, serve fattore Q 39

PRIMO PIANO LOGISTICA

La tempesta perfetta
non accenna a placarsi 43

Salvi: Dalla crisi di Suez
una batosta per l'ortofrutta 45

FOCUS FRUTTA TROPICALE

49

MONDO

53

FOCUS UVA DA TAVOLA

57

segue editoriale

tivo e di transizione green? 100-150 miliardi in più? Risorse da reperire all'interno di un bilancio che vede nuovi importanti capitoli di spesa per l'emergere di im-

pegni legati alla difesa comune, a un possibile esercito comune, alla sanità, all'emergenza casa, ecc. Senza contare che se Trump vince le elezioni USA chiederà agli europei di aumentare le risorse

proprie in ambito NATO a fronte di un parziale disimpegno americano. Insomma, una strada tutta in salita per il bis della presidente Ursula.

l.frassoldati@alice.it

Addio a Claudio Scalise, il professionista gentile che ha contribuito a far crescere questo settore

Cordoglio unanime, nel settore, per la scomparsa di Claudio Scalise (*nella foto*), mancato a Reggio Calabria lunedì 19 agosto. Fondatore e managing partner di SGMarketing, una delle più prestigiose società italiane specializzate in strategie per il settore agroalimentare, promotrice di innumerevoli iniziative rivolte al comparto dell'ortofrutta, apprezzato consulente, Scalise è mancato in modo improvviso e prematuro in seguito a complicazioni legate a un'infezione. Numerosi i messaggi di ricordo e gli attestati di stima da parte dei tantissimi imprenditori e manager che hanno avuto la fortuna e l'onore di averlo come partner o consulente per i loro progetti di promozione e di sviluppo. È stato attivo fino a pochi giorni prima di morire.

Stimatissimo professionista, per la serietà e la cura del suo approccio al lavoro e per le sue acute analisi, era in particolare un profondo conoscitore del settore ortofrutticolo e dei suoi rapporti con la distribuzione. Ha lavorato con le maggiori realtà dell'ortofrutta italiana e c'era lui dietro ad alcune delle iniziative di maggior successo che hanno coinvolto il settore.

Era nato in Calabria il 21 maggio 1958. Dopo gli studi liceali si era trasferito a Bologna dove si è laureato in Agraria con specializzazione in economia.

Scalise è stato direttore del COVOER (Consorzio per la valorizzazione dell'ortofrutta dell'Emilia Romagna, poi trasformato in CSO e quindi in CSO Italy) dal 1990 al 1998. Ha fondato a Bologna, verso la fine della sua esperienza in COVOER, SGMarketing, e ha successivamente dato vita ad una serie di società collegate, da SG Consulting, attiva dal 1992 al 2010, a SG Project, ed era amministratore unico di POP Marketing Events Srl, la creatura più recente, di cui si occupava dal gennaio 2023.

IL RICORDO DELL'EDITORE

Claudio Scalise aveva con noi del Corriere Ortofrutticolo una consuetudine di ottimi rapporti fin dalla seconda metà degli Anni Novanta, quando ancora era il direttore del COVOER. Abbiamo fatto insieme molte cose, è stato nostro apprezzato collaboratore. La sua relazione è stata per anni un perno dell'evento Protagonisti dell'Ortofrutta Italiana, che portiamo avanti da oltre 12 anni. Ci ha dato ottimi consigli. Ne abbiamo apprezzato la serietà, la correttezza e anche il suo riservato ma gradevole modo di essere un amico cordiale.

Ha scritto di sé: "Rispetto, impegno e pazienza sono i valori chiave che mi guidano nella vita e nel lavoro". Era proprio così, è sempre stato per noi, proprio per queste sue caratteristiche, uno dei punti di rife-



rimento più importanti.

Ai suoi familiari, a cui era tanto vicino, a tutti i suoi colleghi in SGMarketing, le condoglianze più sentite della nostra redazione. Ad esse si uniscono anche quelle di Omnibus Comunicazione. (a.f.)

IL RICORDO DEL DIRETTORE

La notizia della scomparsa di Claudio ci ha colto di sorpresa, come uno schiaffo che brucia sulla guancia. Claudio per noi del Corriere era non solo un apprezzato collaboratore ma anche un consigliere che godeva della fiducia di tutti. E anche una persona seria, perbene, di cui ti potevi fidare. Non a caso certi interventi del prof. Corrado Giacomini venivano pubblicati solo dopo una amichevole supervisione di Claudio, che non faceva mai mancare il suo parere tecnico/scientifico, sempre espresso con garbo, senza supponenza, in amicizia, ma con la serietà di chi conosce le cose di cui parla. La stima e la credibilità di cui Claudio godeva nel mondo delle imprese dell'ortofrutta erano il suo biglietto da visita. Non a caso c'era lui dietro alcune delle più azzeccate iniziative di marketing di successo nel settore, dal rilancio delle mele di pianura (Consorzio MelaPiù) al riposizionamento dell'immagine della frutta secca come alimento salutare e non dannoso alla salute. Con Claudio abbiamo condiviso tante iniziative, a partire dall'evento Protagonisti dell'Ortofrutta Italiana, che in alcune edizioni lo ha visto speaker apprezzato e competente. Avevamo in cantiere tante nuove idee e progetti da condividere con lui, sempre per valorizzare il made in Italy, potendo contare sui suoi consigli e sul suo bagaglio di competenze ed esperienze. Ci mancherà. (l.f.)

EVENTI. Dal 21 al 24 luglio in Puglia quattro giorni tutti da incorniciare



Uva da tavola e turismo Noicàttaro lancia la sfida

Uva da tavola e sviluppo del territorio è stato il tema del seminario che ha chiuso mercoledì 24 luglio l'edizione 2024 di Regina di Puglia, l'evento promosso dal Comune di Noicàttaro dedicato a valorizzare e promuovere in Italia e all'estero l'uva da tavola pugliese e il suo principale territorio di produzione, il Sud-Est barese.

Il seminario ha inteso dare un contributo originale al focus principale di Regina di Puglia, che proprio su questo tema ha coinvolto, con il Comune capofila di Noicàttaro, le municipalità di Rutigliano, Mola di Bari, Castellana, Adelfia, Casamassima e Polignano a Mare, dando vita alla rete "Le Terre dell'Uva".

Al centro del seminario la relazione di Stefano Soglia, grande esperto di marketing territoriale, che per conto di enti, consorzi e soggetti di sviluppo territoriale si occupa di piani di sviluppo turistico.

La Puglia è terra di primati nell'ortofrutta e ospita ogni anno circa 16 milioni di turisti. Germania e Francia sono i Paesi in cui si esporta più uva e sono anche i primi per presenze turistiche



L'assessore all'agricoltura Vito Fraschini durante la visita ad un vigneto. Sopra il titolo, l'assessore allo sviluppo territoriale Germana Pignatelli, il sindaco Raimondo Innamorato e Fraschini. Sono loro i promotori di Regina di Puglia

Ortofrutta Italia riparte da Valentino Di Pisa

Lorenzo Frassoldati

L'Interprofessione ortofrutticola riparte da Valentino Di Pisa (*nella foto*). Nel luglio scorso il numero 1 di Fedagromercati è succeduto al vertice dell'OI di settore a Massimiliano Del Core, esponente di Confagricoltura, che ora ricopre l'incarico di vicepresidente vicario. L'OI, uno strumento importantissimo per la filiera, che deve però ancora esprimere tutte le sue potenzialità, adesso è guidato da un esponente del mondo dei Mercati, della componente grossisti, che sono l'anima produttiva dei centri agroalimentari.

Un riconoscimento ma anche una grossa responsabilità?

“È innanzitutto una grande soddisfazione per il riconoscimento del ruolo che gli operatori di mercato rivestono all'interno della filiera, e per questo ringrazio tutti i soci che, all'unanimità, hanno espresso condivisione sul mio nome. Contestualmente sarà una grande responsabilità gestire le istanze dei soci rappresentanti l'intero mondo produttivo e distribuivo nazionale, e già oggetto del documento programmatico firmato nel corso del precedente mandato”.

L'OI è un po' un personaggio in cerca d'autore... Tutti riconoscono la sua importanza come sede di tutta la filiera, dalle principali organizzazioni agricole, le unioni di produttori e OP, oltre alle maggiori imprese commerciali e agroindustriali del settore. Ma da qui a farlo funzionare davvero è un'altra cosa. Le prime mosse di Valentino Di Pisa?

“Interloquire singolarmente con tutti i soci per cercare di fare una sintesi di quelle che possono es-

Il neo presidente dell'organismo interprofessionale porta idealmente i grossisti al vertice della filiera: “Iniziativa per stimolare i consumi, accordi per garantire valore a tutti gli attori”



sere le singole esigenze che verranno poi portate al primo consiglio di amministrazione che faremo a settembre. Questo sarà per me e per noi, il nostro punto di partenza”.

Ultimamente il mondo professionale agricolo è stato attraversato da polemiche roventi, che hanno richiesto l'intervento del ministro Lolobrigida. L'OI ne resterà fuori?

“Personalmente non sono mai stato attratto dalle polemiche. Se in passato ci sono stati problemi interni alle singole associazioni, sono certo che questo non interferirà sull'attività del nostro Organismo. Concentriamoci sul futuro”.

L'ortofrutta fa i conti con tante emergenze: crisi dei consumi, mercati volatili, export che arranca, produzioni colpite da malattie e alluvioni, prezzi quasi mai remunerativi, imprese che chiudono, grandi brand conquistati da multinazionali. E

una immagine presso la pubblica opinione spesso negativa. Dove può intervenire efficacemente l'OI?

“Tutte queste criticità sono indubbie. L'OI, che è un luogo all'interno del quale c'è un confronto costruttivo fra tutti gli attori della filiera, non può fare miracoli, certo è che può provare a porre in essere, in maniera collaborativa e condivisa con tutti gli attori della filiera, progetti ed iniziative volti a stimolare i consumi il cui calo è sotto gli occhi di tutti, nonché a pensare accordi che possano garantire una catena del valore a tutta la filiera. I Comitati di Prodotto, all'interno del quale siedono tecnici e professionisti in rappresentanza di tutta la filiera, credo che vadano maggiormente valorizzati e credo possano essere una piccola risposta”.

L'OI rappresenta tutto il mondo dell'ortofrutta italiana, compresa la grande distribuzione. I rapporti tra produzione e Gdo sono spesso conflittuali. Sul tema prezzi/pratiche sleali l'OI può giocare un suo ruolo?

“Questo è un tema che è sotto la lente di ingrandimento del Governo europeo e anche di quello Italiano. In questo contesto l'OI, pur non essendo interessato direttamente, può a mio avviso giocare un ruolo di sensibilizzazione verso gli attori della filiera, nonché di supporto nell'applicazione della normativa per il superamento di criticità o l'introduzione di eventuali migliorie”.



In Italia il clima favorisce produzione ed export

Mirko Aldinucci

Il climate change ha anche dei risvolti positivi: tra questi, lo sviluppo di alcune tipologie di frutta esotica nel nostro Paese. Avocado, mango, litchi, passion fruit, trovano, insieme alle banane, “terreno fertile” in Sicilia, Puglia, Calabria. Nel contempo, i big player si rafforzano: nel primo trimestre 2024, dopo un 2023 positivo, si registra un ulteriore boom dell’export di frutta tropicale che lievita del 47% in volume e del 28,1% in valore, un dato che si sta dimostrando in costante aumento negli ultimi tempi e dimostra la fiducia dei distributori degli altri Paesi che prediligono le nostre aziende distributrici.

I “campioni” dell’import sono le banane (+15,36% in quantità e +12,95% in valore nel primo trimestre) e l’ananas (+16,82% in volume e +22,71% in valore rispetto al 2023): prodotti che sanno mantenere le promesse di qualità costante e di gusto che il consumatore italiano dimostra di

apprezzare. Oggi la frutta tropicale è acquistata dal 48% della famiglia della Penisola; i volumi sono aumentati del 30% dal 2017. Spinti dalla siccità e dai cambiamenti climatici, si moltiplicano intanto le coltivazioni di frutti tropicali soprattutto in Puglia, anche per favorire la diversificazione colturale in Salento, dopo il disastro causato dalla Xylella Fastidiosa che ha colpito 21 milioni di ulivi. Le coltivazioni di avocado, mango e lime, stando alle rilevazioni Coldiretti, sono praticamente triplicate nella regione, oltre ai frutti sub tropicali come melograni, loti e fichi, passando da poche decine a oltre 8.000 ettari, spinti dagli effetti dell’innalzamento delle temperature e della maggiore intensità degli eventi atmosferici.

Una impennata delle coltivazioni di avocado, mango e bacche di Goji Made in Puglia insieme a tante altre produzioni esotiche come le bacche di aronia e il lime. A Castellaneta ad esempio sono state piantumate altre 3 mila

piante di avocado, mentre in Salento si stimano 100 mila piante di avocado e 8 mila piante di mango e di lime, mentre fanno capolino timidamente le banane 100% made in Puglia.

“Quello delle piante tropicali Made in Italy è un fenomeno destinato a modificare in maniera profonda i comportamenti di consumo nei prossimi anni, ma anche le scelte produttive delle stesse aziende agricole per gli effetti del surriscaldamento determinati dalle mutazioni del clima - osserva Coldiretti - Il fenomeno degli alberi esotici Made in Italy, spinto dall’impegno di tanti giovani agricoltori, è un esempio della capacità di innovazione delle imprese agricole italiane nell’affrontare in maniera costruttiva i cambiamenti climatici nonostante le difficoltà e i danni causati da eventi meteo sempre più estremi che negli ultimi dieci anni hanno provocato oltre 14 miliardi di euro di danni al nostro sistema agroalimentare”.



Un'evoluzione senza freni ma la siccità è un'emergenza

Mirko Aldinucci

Un avvio positivo e un successivo rallentamento, in estate, per la campagna produttiva e commerciale dell'uva italiana, che risente gli effetti del cambiamento climatico e della siccità, particolarmente impattante in Sicilia. Il settore intanto continua a puntare su ricer-

ca e innovazione, con le varietà apirene che consolidano il loro ruolo primario anche nel nostro Paese. Quello dell'uva è del resto un settore scalpitante e in forte evoluzione a livello di ricerca, innovazione colturale, presentazione sui punti vendita, comunicazione. In occasione del recente Gruppo di contatto tra operatori e rap-

presentati istituzionali di Italia, Francia, Portogallo e Spagna, sono state analizzate le previsioni della campagna nei 4 Paesi: attesa una stagione normale, con buona qualità del prodotto, anche se molto dipenderà dall'evoluzione climatica. Preoccupa il climate change. E preoccupano le limitazioni comunitarie a principi attivi consentiti



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):

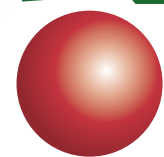
- **100 euro** versione elettronica
- **140 euro** versione cartacea + elettronica

Una scelta facile

Bonifico elettronico all'IBAN:
IT02B0306918468100000009782



2024



2

l'abbonamento scatta dall'accredito del bonifico