

APOFRUIT

notizie

Anno XIX n°6 - Novembre/Dicembre Duemila 11

sommario

-  Liquidazione estiva: puntare su innovazione e qualità per superare la crisi 3-5
-  Almaverde Bio: crescita e innovazione per il futuro del settore 6
-  PAGINE TECNICHE
La batteriosi del kiwi 7-9
-  DALL'EMILIA
A Nonantola un incontro sulla coltura della pera 10
-  DALLA SICILIA
Ottimi risultati per la campagna 2011 del pomodoro 11
-  DAL LAZIO
Risultati incoraggianti per la liquidazione delle varietà estive di susino 12

APOFRUIT ITALIA protagonista nel progetto europeo "FRUTTA NELLE SCUOLE" anche per l'anno 2011/2012

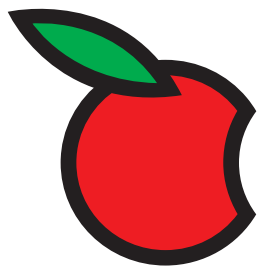
Apofruit si occuperà della distribuzione di frutta e verdura a 220.000 alunni di 6 regioni italiane. In 6 mesi verranno consegnati alle 1.340 scuole selezionate circa 1.500 tonnellate di prodotti, pari a oltre 7 milioni di confezioni



È al lavoro a pieno regime la macchina organizzativa di Apofruit Italia per la realizzazione della nuova edizione di "Frutta nelle Scuole", il progetto europeo volto a sensibilizzare i ragazzi delle scuole elementari italiane - ma anche di tutti i paesi della Comunità Europea - al consumo di frutta e verdura come merenda più sana e salutare rispetto ai tradizionali snack ipercalorici. Un importante progetto di educazione alimentare che solo negli ultimi tre anni è stato attuato su così vasta scala e che vede ancora una volta la cooperativa cesenate fra i soggetti in prima fila a livello nazionale: per l'anno scolastico 2011/2012, infatti, Apofruit si è aggiudicata due degli otto lotti dell'Invito Mipaaf attraverso il quale il Ministero delle Politiche Agricole e Forestali ha selezionato le aziende produttrici che hanno il compito di distribuire frutta, verdura e spremute agli alunni coinvolti nel progetto. Questo grazie alla costituzione di una R.T.I. che ha visto la partecipazione di Ale-

VARIAZIONE TASSO PRESTITO SOCIALE

Il Consiglio di Amministrazione di Apofruit Italia, visto l'andamento generale dei tassi, ha deliberato di aumentare il tasso sul prestito sociale con decorrenza dal 1° gennaio 2012.
 Prestito libero: 2% (1,6% netto)
 Prestito vincolato: 3% (2,4% netto)



gra, Apoconerpo, Apot, Naturitalia, Orogel Fresco e Vog Products.

Dal 28 novembre dagli stabilimenti di lavorazione Apofruit sono in continua partenza gli automezzi refrigerati carichi di frutta e verdura fresche (mele, albicocche, arance, clementine, fragole, cachi mela, mandarini, uva da tavola, susine, pere e pesche, carote), che fino alla fine dell'anno scolastico andranno a rifornire le scuole primarie di sei regioni italiane (Emilia Romagna, Toscana, Umbria, Marche, Lazio, Sardegna), per un totale di 220.000 alunni. Frutta, verdura e spremute vengono consegnate direttamente alle 1.340 scuole selezionate e somministrate a metà mattina, nell'orario corrispondente all'ora di ricreazione. Ogni alunno può usufruire di 33 somministrazioni (quasi 7 chili pro-capite) distribuite nei sei mesi del progetto, per un totale di oltre 1.500 tonnellate di prodotti e oltre 7 milioni di somministrazioni. Ogni merenda viene distribuita in pratiche ed ecologiche confezioni monodose, costituite da contenitori biodegradabili e compostabili a loro volta custoditi in cassette in cartone completamente riciclabili.

"Si tratta di prodotti rigorosamente italiani - sottolinea il presidente di Apofruit Italia, Mirco Zanotti - a produzione certificata, altamente rispettosa dell'ambiente e della salute, proveniente dai campi dei nostri

soci produttori, nel rispetto delle vocazioni territoriali e della stagionalità".

"Il progetto - continua il direttore di Apofruit Italia, Mario Tamanti - non si limita alla sola distribuzione, ma vuole essere un strumento di educazione al gusto, alla conoscenza dei valori nutrizionali e di sanità della frutta. L'obiettivo è anche quello di far conoscere le diverse caratteristiche di ciascun frutto e la stagionalità delle produzioni, di favorire il consumo di frutta e verdura tra i ragazzi e nelle famiglie e contribuire ad una nuova mentalità, più attenta ai prodotti del territorio e ai valori dell'alimentazione. Una vita sana, infatti, passa attraverso una dieta sana. Questi elementi educativi potranno essere condivisi anche dai genitori, oltreché dagli insegnanti, attraverso alcuni facili strumenti divulgativi come internet. Nel corso del progetto, infatti, saranno realizzati alcuni filmati che mostreran-

no l'intero processo di produzione della frutta e della verdura e lo svolgimento dell'iniziativa. I filmati saranno visibili su YouTube".

Come nelle precedenti edizioni di "Frutta nelle scuole", per rendere più efficace l'azione educativa sono stati predisposti anche specifici materiali formativi-informativi-educativi di accompagnamento, messi a punto e gestiti da Alimos Soc. Coop., organismo che già da anni tiene le fila di un intenso programma, condotto nelle scuole italiane, di promozione di un maggior consumo di frutta e verdura tra i ragazzi. Tra le misure di accompagnamento previste ci sono giornate a tema, visite in fattorie didattiche e creazione di orti presso le scuole.

Da sottolineare, infine, la valenza del progetto dal punto di vista occupazionale e come opportunità per far conoscere i propri marchi aziendali. ●

APOFRUIT PER FRUTTA NELLE SCUOLE SUL WEB E SU YOU TUBE

È online sul sito web di Apofruit Italia il materiale didattico e informativo su Frutta nelle Scuole. Per il primo anno, infatti, la cooperativa mette a disposizione degli insegnanti, degli alunni, dei genitori e di tutti gli utenti interessati una serie di documenti in formato pdf, facilmente scaricabili e consultabili, che contengono le informazioni sul progetto europeo e sulle varie fasi del Programma. Scaricare i materiali è semplice, basta accedere al sito www.apofruit.it e all'interno della sezione dedicata alla cooperativa (http://www.apofruit.it/apofruit_it.html) cliccare sull'ultima voce del menù denominata "Apofruit per Frutta nelle Scuole". C'è anche un'altra novità che riguarda l'universo web: sul canale You Tube di Apofruit (<http://www.youtube.com/user/Apofruit>), oltre alle puntate delle ultime due stagioni di Macedonia, il format prodotto dalla cooperativa cesenate sui suoi principali prodotti, è presente la playlist "Apofruit per Frutta nelle Scuole" dove sono caricati i filmati realizzati dagli operatori Apofruit coinvolti nel progetto, che mostrano il Programma in corso di svolgimento.

Liquidazione estiva: puntare su INNOVAZIONE e QUALITÀ per superare la crisi

Apofruit Italia ha liquidato ai soci le produzioni estive, che hanno interessato oltre 826 mila quintali di prodotto per un valore della produzione di 27 milioni 395 mila euro

Quella del 2011 è stata un'annata particolarmente difficile per i prodotti estivi: una serie di fattori hanno inciso negativamente sugli esiti finali della campagna, portando il settore a vivere oggi una delle crisi più gravi degli ultimi anni, in particolare per quanto riguarda il comparto peschicolo. Al termine della campagna estiva Apofruit Italia ha liquidato ai soci 826.477 quintali di prodotto (+12% rispetto al 2010), per un valore della produzione di 27 milioni 395 mila euro (-15% rispetto al 2010).



sione nell'offerta, con una conseguente rapida riduzione dei livelli dei prezzi".

Innanzitutto c'è stato il fenomeno dell'Escherichia Coli, che inizialmente ha influenzato negativamente i consumi dei prodotti orticoli e in seguito anche quelli dei prodotti frutticoli. In secondo luogo, l'accentuarsi della crisi economica a livello europeo ha sempre di più ridotto i consumi alimentari. Infine, il terzo fattore che si è abbattuto negativamente sull'andamento della campagna estiva è stato un clima sfavorevole in Europa:

è stata infatti per alcuni paesi una delle estati più fredde degli ultimi anni e questo non ha di certo favorito il consumo di frutta estiva. Dal punto di vista produttivo, nella seconda metà del mese di giugno si è registrata una forte concentrazione di maturazione del prodotto e una sovrapposizione delle raccolte del prodotto stesso in tutte le aree dei paesi produttori (Italia, Spagna, Francia e Grecia). Ciò ha portato a un rapidissimo abbassamento dei prezzi, che si sono attestati a livelli estremamente bassi fin dalla fine del mese di giugno, riprendendosi, in maniera limitata, solo dalla

to di un mercato particolarmente difficile, appiattito, e con un livello di prezzi estremamente basso, che ha portato a un risultato per i produttori assolutamente insufficiente a coprire i costi di produzione.

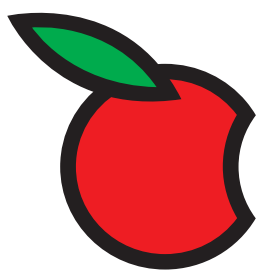
“Questo andamento non è imputabile a una sovrapproduzione - esordisce il direttore commerciale di Apofruit Italia, Walter Bucella - in quanto la produzione europea è stata sostanzialmente uguale a quella del 2010. La situazione di mercato che si è venuta a creare è imputabile a una serie di fattori negativi che hanno determinato una fortissima pres-

LIQUIDAZIONE ESTIVA

| | |
|--------------------|--------------|
| Pesche e nettarine | 610.000 q.li |
| Albicocche | 60.503 q.li |
| Susine estive | 40.713 q.li |
| Ciliegie | 20.540 q.li |
| Meloni | 21.129 q.li |
| Cocomeri | 17.762 q.li |
| Pere estive | 14.567 q.li |
| Mele estive | 12.998 q.li |
| Ortaggi | 20.457 q.li |
| Altre specie | 7.808 q.li |

Pesche e nettarine

È il comparto più importante di tutti i prodotti estivi ed è anche quello che ha sofferto maggiormente per l'andamen-



seconda settimana di settembre.

“Pur in un’annata così difficile e di forte competizione con altri paesi produttori, si evidenzia che la qualità e le nuove varietà hanno permesso di ottenere dei risultati migliori rispetto ad un prodotto standard - aggiunge Bucella - Rilevante a tal proposito l’attività svolta sulle linee di alta qualità Made in Blu e Solarelli che ha registrato, rispetto al 2010, un aumento di fatturato del 26% ed un aumento di volume del 30%; va quindi sottolineata l’importanza di procedere rapidamente alla sostituzione delle vecchie varietà con cultivar nuove, adatte alle esigenze dei consumatori e che ci permettano di poter competere con le altre aree di produzione. Siamo attraversando un momento particolarmente difficile, ma sicuramente la peschicoltura ha un futuro e si dovranno creare le condizioni per poter tornare ad una situazione di mercato che permetta di determinare un reddito adeguato per i produttori”.

Albicocche

Quello delle albicocche è stato uno dei pochi comparti ad aver registrato dei risultati positivi, in linea con l’andamento degli ultimi due anni. “Questa specie - sottolinea Bucella - ha confermato una crescita del consumo e un ampliamento del mercato anche grazie al rinnovo varietale degli ultimi anni. Il trend dei consumi è in crescita, sia per quanto riguarda il periodo (oggi infatti si consumano albicocche



fino a settembre), sia per quanto riguarda i mercati (ci sono più paesi dove questo prodotto viene esportato). I risultati economici ottenuti sono fortemente differenziati fra le varietà buone da mangiare e le altre varietà poco appetibili. E’ importante, per garantire un reddito

ai produttori e aumentare ulteriormente il livello dei consumi, procedere con una rapida sostituzione delle varietà che non hanno più le caratteristiche qualitative apprezzate dal consumatore con varietà buone da mangiare. Da sottolineare per questo comparto l’importanza dell’industria che, quest’anno, ha contribuito a sostenere anche il mercato del prodotto destinato al consumo fresco”.

Ciliegie

Il comparto ciliegie ha visto per Apofruit una forte crescita produttiva nel 2011, soprattutto in Puglia, ma anche nelle altre due aree di produzione che sono l’Emilia Romagna e il Veneto. “Una produzione così ben distribuita su aree

LA PAROLA AI PRODUTTORI



AZ. AGRICOLA F.LLI FAGIOLI

“Un’estate disastrosa”, non ci sono altri termini per definire quella che è stata indubbiamente una delle annate più difficili per l’ortofrutta estiva, in particolare per la peschicoltura. Ne sa qualcosa Mauro Fagioli, che ha un’azienda di 8 ettari a Martorano di Cesena, dove produce pesche (3,5 ettari) e albicocche (1 ettaro). “A causa della grandine il 20 per cento di prodotto è diventato scarto, tuttavia grazie ai nuovi impianti la quantità finale è stata pressoché la stessa dello scorso anno: abbiamo

conferito alla cooperativa 700 quintali di pesche e 200 quintali di albicocche. E’ stato il prezzo ad essere crollato drasticamente: quando si parla, per le pesche, di 25 centesimi di media per la Cat. I è impossibile pensare di riuscire a coprire i costi di produzione. Con le albicocche abbiamo spuntato risultati migliori, specie con le varietà tardive, che ci sono state liquidate con una media per la Cat. I di 65 centesimi. Con queste prospettive, tuttavia, bisogna ammettere che non è facile essere ottimisti per il futuro”.

AZ. AGRICOLA DREI MASSIMO

Stesso bilancio anche per Massimo Drei, titolare di un’azienda a conduzione familiare nelle campagne di Forlì, dove ha destinato 3 dei 5 ettari totali di frutteto alla produzione di pesche e nettarine. “Anche per la nostra azienda quella del 2011 è stata una campagna da dimenticare. Il prezzo ottenuto è stato molto basso, sui 700 quintali di prodotto liquidato abbiamo ottenuto una media di 17 centesimi al kg per il prodotto di I Cat. Ci ha salvato solo il fatto di essere una piccola azienda, a conduzione familiare: non avendo costi di manodopera aggiuntiva abbiamo potuto ammortizzare la perdita, chiudendo il bilancio in pareggio, ma senza alcun guadagno. Per il futuro speriamo che le cose possano migliorare, per tutti: da parte nostra, noi ci impegneremo a investire sempre di più sulla qualità”.



diverse ci permette di essere presenti sul mercato con continuità - sottolinea Bucella - ponendoci come specialisti di prodotto nei confronti dei nostri clienti. I risultati ottenuti su questo comparto sono in linea con l'andamento degli ultimi due anni, abbastanza soddisfacenti per i produttori."

Susine

Anche questo comparto ha sofferto dell'andamento di mercato negativo che ha caratterizzato la campagna estiva. I risultati migliori si sono ottenuti con le varietà cino-giapponesi rosse e nere, maturate nei mesi di giugno e luglio. Sono risultate invece penalizzate le varietà a polpa gialla, soprattutto quelle maturate nei mesi di luglio e agosto, che hanno subito la negatività del mercato del comparto nettarine.

Meloni e cocomeri

L'andamento di mercato sul comparto meloni è stato molto irregolare, così come è stata irregolare la produzione. Questo a causa di un andamento climatico che ha portato ad avere momenti di forte concentrazione di prodotto e momenti di scarsa produzione. Di conseguenza si sono registrati risultati molto differenziati per varietà e periodo, ma complessivamente è stata un'annata assolutamente negativa.

Ortaggi

L'andamento di mercato sul comparto orticolo non è stato soddisfacente, in particolar modo nel mese di luglio, in relazione anche alle problematiche legate a Escherichia Coli. C'è stata una ripresa

nei mesi successivi, ma con risultati al di sotto delle aspettative

Biologico

"Anche questo comparto ha risentito del momento particolarmente difficile che ha colpito il mercato delle produzioni estive, registrando un andamento differenziato fra le diverse specie - conclude Bucella - Per le pesche e nettarine, in relazione all'annata, i prezzi di liquidazione ai produttori sono stati accettabili, mentre molto positivi sono stati i risultati ottenuti su alcune specie fra le quali albicocche, susine, mele e pere". Questo risultato è stato ottenuto anche grazie alle politiche commerciali e di marca di Almaverde Bio che hanno

permesso il consolidamento dei clienti sul mercato interno e lo sviluppo dei mercati esteri soprattutto nel Nord ed Est Europa.



LA PAROLA AI PRODUTTORI



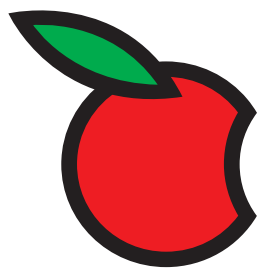
AZ AGRICOLA CASCAVILLA PASQUALE

"Vista l'annata difficile per tutti, io almeno posso dirmi soddisfatto per la quantità di prodotto che abbiamo conferito alla cooperativa". C'è uno spiraglio di ottimismo nelle parole di Pasquale Cascavilla, titolare di un'azienda a Cerignola, in provincia di Foggia, dove produce pesche e albicocche. "Per quanto riguarda le pesche, per 7 mila quintali conferiti, abbiamo ottenuto risultati migliori con le varietà precoci, che ci sono state liquidate con una media per la Cat. I di 40 centesimi, mentre per le tardive il prezzo medio è stato di 23-24 centesimi. Con le albicocche il risultato è stato migliore: i 1.000 quintali conferiti ci sono stati liquidati con una media di 89 centesimi per la varietà Bora e di 54 centesimi per la varietà Ninfa. Tuttavia il bilancio finale della campagna estiva non è positivo, con questi prezzi non si riescono a coprire i costi di produzione".

AZ. AGRICOLA GIULIANI ANTONINA

"La campagna estiva non è andata molto bene. Ci sono state grandinate e periodi di siccità, per cui il raccolto è stato penalizzato". Non è soddisfatta dei risultati della liquidazione estiva Antonina Giuliani, che ha un'azienda di 12 ettari a regime biologico con terreni tra Cesena e le campagne forlivesi, dove produce frutta estiva (pesche, albicocche, ciliegie e susine) e cachi. "I prezzi sono stati molto inferiori rispetto allo scorso anno, fatta eccezione per le ciliegie, con cui abbiamo ottenuto una buona media di liquidazione (2,12 euro al chilo, per 51 quintali conferiti). Anche le albicocche sono andate abbastanza bene (81 centesimi al chilo, per 165 quintali conferiti), mentre per pesche e nettarine (25 centesimi al chilo, 325 quintali conferiti) i risultati sono stati deludenti, così come per le susine (41 centesimi al chilo, 281 quintali conferiti) che, a causa della siccità, hanno dato frutti di piccola pezzatura, difficili da piazzare su mercato con un buon prezzo. Fortunatamente abbiamo fatto l'assicurazione sul reddito, con questa speriamo di compensare la perdita".





Almaverde Bio: crescita e innovazione per il FUTURO del settore

Al meeting annuale che si è tenuto a Milano la società consortile leader del biologico in Italia ha presentato la nuova campagna di comunicazione e un piano di sviluppo che si basa su cinque proposte chiave

Nonostante la crisi dei consumi, il biologico ha ampie possibilità di sviluppo non ancora sfruttate. Sono queste le prospettive che si sono delineate durante il meeting annuale di Almaverde Bio, tenutosi a fine novembre scorso a Milano: durante l'incontro, che ha visto la partecipazione di 150 persone tra giornalisti, buyers e opinion leader, si è parlato di crescita, di potenziali di sviluppo e di innovazione, per un settore che conferma la sua sempre maggiore importanza nel panorama agroalimentare italiano, con ampie potenzialità da sfruttare. Il 40% dei consumatori italiani – dicono le statistiche (Fonti: GPF – Sana 2010 e altre) - dichiara interesse per i prodotti salutistici e ben il 25% di questi mostra propensione al consumo di alimenti biologici. Il biologico, tuttavia, si mantiene ancora al 3% della spesa alimentare complessiva delle famiglie italiane (Sana 2011). Da queste premesse nascono le misure strategiche per lo sviluppo del settore presentate al meeting milanese dal presidente di Almaverde Bio Renzo Piraccini, che ha focalizzato



l'attenzione dei presenti su cinque punti chiave: prima di tutto la presenza di una marca nota e specializzata, che garantisca e rassicuri il consumatore all'interno delle strutture commerciali della Grande Distribuzione, poi una caratterizzazione dell'area di vendita del biologico all'interno dei supermercati, per facilitare il consumatore nel reperimento delle referenze e invogliare all'acquisto. E' importante inoltre, per dare un impulso al settore, una maggiore promozionalità sui prodotti biologici e una promozione dei consumi di questi prodotti in tutti i segmenti distributivi, compresa la ristorazione commerciale, i bar, i ristoranti, le gelaterie, i parchi tematici. Infine, bisogna fare leva sull'innovazione quale strumento per intercettare nuovi bisogni dei consumatori, coniugando le novità di

un prodotto ad alto contenuto di servizio, con i requisiti di salubrità e sicurezza che solo il biologico può offrire.

“È evidente – ha sottolineato Piraccini – che Almaverde Bio è il partner ideale per lo sviluppo del biologico, perché possiede nel suo dna gli ingredienti base per realizzare progetti di category management di successo.”

A dicembre è stata lanciata anche la nuova campagna pubblicitaria di Almaverde Bio, il cui slogan mette in evidenza gli elementi emozionali di una scelta semplice e naturale fatta per “Volersi Bene”. “La nuova comunicazione – ha dichiarato il direttore Paolo Pari – è una evoluzione che proietta Almaverde Bio verso un posizionamento di marca affidabile per una linea di prodotti alimentari di qualità, tutti biologici e destinati ad un pubblico ampio. Abbiamo scelto, sempre in questa ottica, di declinare gli spot anche sulle diverse categorie della gamma Almaverde Bio: una scelta importante, quasi una sfida, alla cui base ci sono la notorietà della marca, la sua gamma, la professionalità e l'esperienza delle aziende che fanno parte di Almaverde Bio”.

BATTERIOSI del kiwi

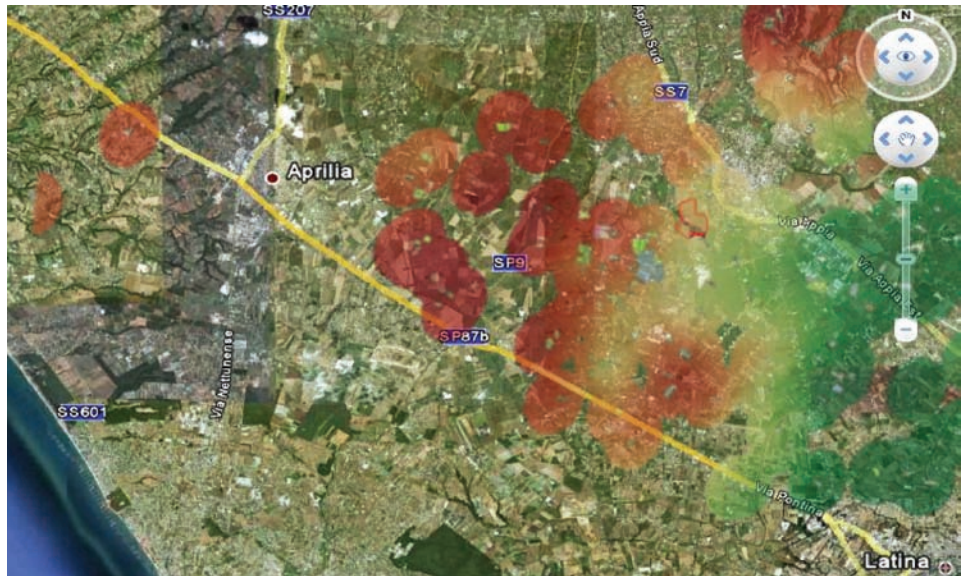
Osservazioni di campo e prove di contenimento sulla batteriosi condotte in provincia di Latina

di Fabio Marocchi e Claudio Lucchi

Le osservazioni di campo condotte nel 2009 al fine di valutare la diffusione sul territorio delle infezioni di cancro batterico su actinidia, hanno sollecitato ricerche specifiche, seguite da indagini in condizioni di pieno campo ispirate da due principi:

1° Valutazione di prodotti con potenziale azione “battericida - batteriostatica” per il controllo dell’agente batterico, in grado di coadiuvare i tagli di potatura necessari sulle piante malate.

2° Definizione di una linea di “prevenzione” a lungo termine in grado di contenere una nuova esplosione del problema, attraverso una serie di pratiche agronomiche finalizzate a potenziare la “tolleranza” delle piante. Per contrastare il cancro batterico del kiwi non è sufficiente comprendere la biologia del patogeno, ma è necessario approfondire il quadro epidemiologico in cui esso si manifesta. È molto probabile che “squilibri” ambientali o errate pratiche agronomiche possano avere influito sulla diffusione, così repentina e virulenta, del batterio. La risposta all’emergenza non può essere affidata quindi unicamente a trattamenti fitosanitari; le osservazioni di campo sembrano infatti in-

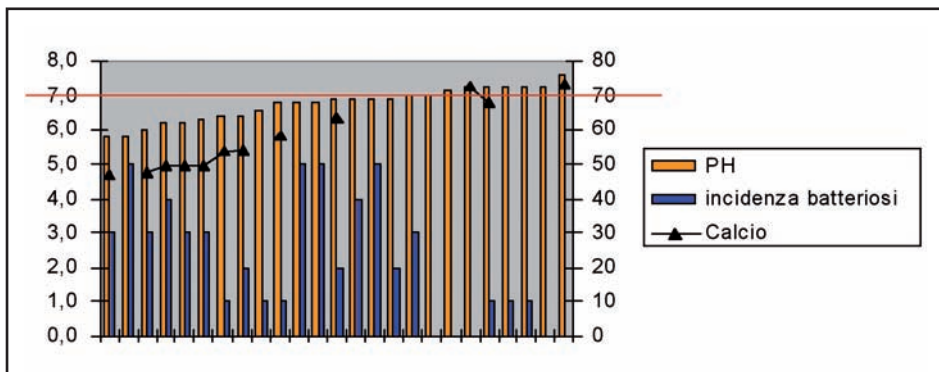


dicare che un “sistema in equilibrio” dal punto di vista agronomico-ambientale può affrontare e superare con maggiori probabilità di successo condizioni di forte pressione del batterio.

L’immagine sopra mostra una foto aerea del territorio della provincia di Latina, nella quale con i cerchi di colore rosso sono delimitate le aree dove l’incidenza di infezioni di cancro batterico è maggiore, mentre le aree delimitate dai cerchi verdi individuano parti del territorio in cui le infezioni di PSA (*Pseudomonas Siringae* Actinidiaceae) sono assenti o di modestissima entità.

Monitorando la natura dei suoli delle aree interessate, è emerso che le zone caratterizzate da una minore incidenza delle infezioni di PSA, si differenziano per i valori di pH dei

terreni o per la presenza di calcio nella CSC. Nella primo grafico a pagina 8, in alto, sono illustrati i risultati di uno studio condotto nel dicembre 2009 su 25 aziende, in cui emerge una correlazione tra l’incidenza di cancro batterico, ed i valori di pH e del calcio nella CSC, dei corrispondenti terreni. Questa interessante correlazione, ha costituito la base di un’ipotesi di valutazione agronomica del rischio da PSA. In altre parole, da questi dati si è ipotizzato che un “sistema agronomicamente in equilibrio” possa limitare il diffondersi della malattia e da qui impostare una “profilassi agronomica” alla PSA, incentrata non solo sulla presenza di calcio nei terreni, ma su complessi rapporti di equilibrio di questo con altri elementi come potassio e magnesio. A conferma di ciò viene riportata



la sintesi di un ampio monitoraggio condotto dal 2006 dall'ufficio tecnico di Apofruit presso numerose aziende produttrici di kiwi. Tale attività era finalizzata a verificare la potenziale correlazione tra la conservabilità del prodotto in postraccolta e le numerose variabili agronomiche e analitiche rilevate in campo. I risultati ottenuti e sintetizzati nel grafico sotto indicano e confermano che la qualità e la conservabilità dei frutti sono elementi positivamente correlati con il tenore di sostanza secca

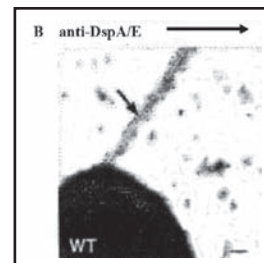
e di calcio. Favorire un maggiore accumulo di sostanza secca, un adeguato approvvigionamento di calcio e magnesio ed un corretto rapporto fra potassio e azoto si confermano come fattori determinanti per ottenere qualità.

Una nutrizione minerale caratterizzata da eccessi di azoto, oltre a comportare un minore accumulo di calcio nelle pareti cellulari, determina uno stato idropico dei tessuti che li rende maggiormente sensibili ai frequenti danni da gelo. Sono proprio

questo tipo di danni che spesso costituiscono una facile via di penetrazione per il batterio nei tessuti interni delle piante.

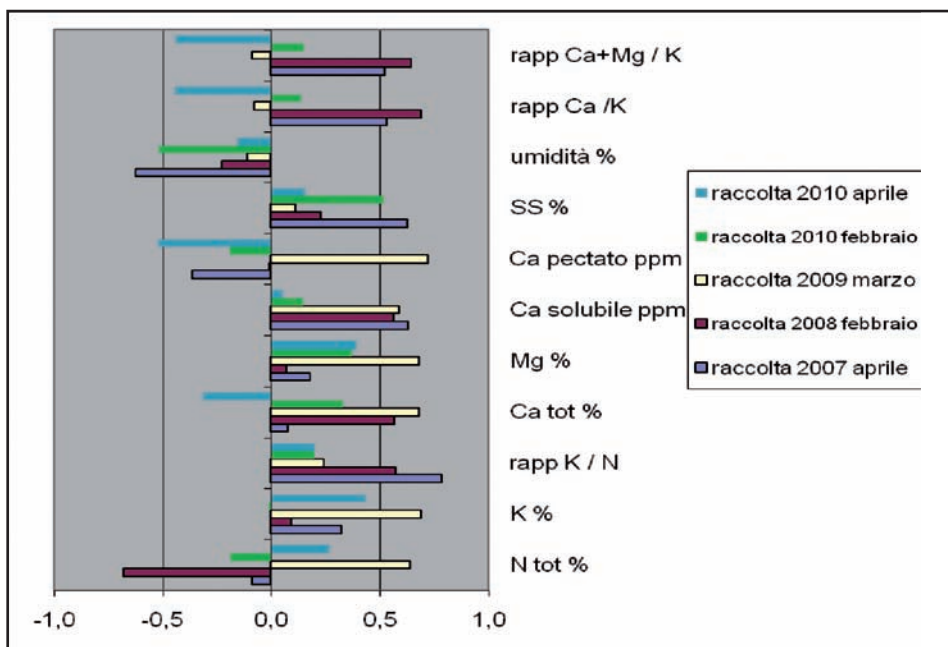
Meccanismo di penetrazione

Questa figura, attraverso una foto al microscopio elettronico, mostra cellule batteriche entrate nei vasi linfatici, come conseguenza



spesso di danni da gelo, che penetrano attraverso la parete cellulare, dando poi inizio ad una fase di moltiplicazioni. È ipotizzabile che in presenza di tessuti vegetali più robusti, ricchi di calcio e con pareti cellulari ispessite, la penetrazione e la proliferazione del batterio vengano ostacolate. Le infezioni infatti potrebbero permanere in condizioni di latenza, con manifestazioni sintomatiche circoscritte e non visibili. In questa prospettiva tutt'altro che fantasiosa, non dimentichiamo che sono numerosi i fattori agronomici che più o meno direttamente possono condizionare la struttura e la composizione dei tessuti vegetali e conseguentemente influire sul processo infettivo ed epidemiologico degli agenti patogeni. Lo stesso impiego di alcuni fitoregolatori su kiwi - la cui capacità di modificare la composizione dei frutti e alcuni aspetti strutturali dei loro tessuti è stata ampiamente descritta - potrebbe esso stesso rappresentare un fattore di squilibrio.

CORRELAZIONE FRA CONSERVAZIONE PARAMETRI ANALIZZATI:
valore negativo = correlazione inversa; valore positivo = correlazione diretta.



Aspetti epidemiologici dell'agente del cancro batterico (PSA)

Al momento si possono individuare due momenti strategici per il ciclo biologico della malattia la cui diffusione, in ogni caso, ha carattere puntiforme.

a. Dalla fine della raccolta alla rottura delle gemme si individua una fase di attacco ai tessuti legnosi, in conseguenza di gelate tardive o attraverso la penetrazione da lenticelle e tagli di potatura.

Tale fase viene favorita da condizioni ambientali caratterizzate da piogge persistenti e basse temperature. Nel periodo primaverile si ha spesso emissione di essudati da parte della pianta, riconducibile a infezioni avvenute nella primavera e nell'autunno/inverno precedente.

b. Dalla rottura delle gemme a inizio estate, in seguito a condizioni climatiche favorevoli al patogeno (10-15° C e piogge persistenti) si può assistere a un'abbondante sintomatologia fogliare con disseccamenti dei tessuti verdi e semilegnosi (foglie, fiori, apici, germogli ecc.), riconducibili ad infezioni avvenute durante la fase fenologica di rottura gemme, che si susseguono fino alla fine della fioritura.

Eventi climatici particolari quali gelate precoci o primaverili esaltano la diffusione della malattia.

Le ferite provocate dal gelo e la conseguente fuoriuscita di liquidi vegetali, il loro riassorbimento durante il disgelo, la natura criogena (capacità

di elevare il punto di congelamento) del batterio, rappresentano tutti fattori che contribuiscono a favorire l'ingresso del patogeno all'interno dei tessuti legnosi, amplificandone la virulenza.

Le prove di difesa condotte in campo ed effettuate nel biennio 2010-2011 hanno dimostrato che ci sono delle fasi strategiche in cui bisogna intervenire per abbassare la carica batterica, facendo molta attenzione anche all'andamento climatico e soprattutto alle gelate e alle piogge in fase di germogliamento.

Consigli pratici per la difesa

Trattamenti alle piante: Le esperienze di campo ci suggeriscono che nel periodo compreso tra la fine della raccolta e la rottura delle gemme, può essere utile intervenire con sali di rame, alternati con prodotti filmantanti per garantirne e migliorarne la persistenza.

Dopo la rottura delle gemme, in caso di piogge persistenti, è possibile continuare la difesa con interventi a base di fertilizzanti ad azione colaterale battericida che possono abbassare la carica microbica. Questi prodotti possono essere impiegati in strategia con formulati a base di chitine naturali.

Nutrizione minerale: È opportuno in generale razionalizzare gli apporti azotati, concentrandoli nei periodi compresi da inizio fioritura ad accrescimento vegetativo ultimato (metà fine luglio). È consigliabile la tecnica della fertirrigazione per evitare fe-

nomeni di antagonismo tra elementi minerali che dovrebbero essere impiegati seguendo piani di concimazione equilibrati, completi di macro e mesoelementi e in relazione alla composizione dell'acqua irrigua.

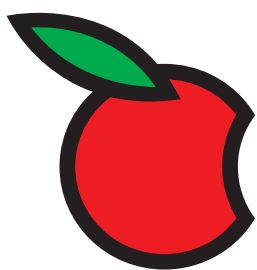
La gestione della nutrizione idrica non va improvvisata. L'adozione di stress idrici controllati durante la fase finale di accrescimento della vegetazione contribuisce a limitare l'accrescimento degli apici vegetativi, favorendo la lignificazione, senza tuttavia compromettere la pezzatura dei frutti. Il supporto strumentale di tensiometri in campo può ottimizzare tale tecnica.

Meno PSA più qualità

Una corretta ed equilibrata gestione agronomica degli impianti di actinidia, intesa nel senso più ampio della parola, non offre come unico contributo la possibilità di limitare la diffusione della PSA ma può garantire maggiori standard qualitativi.

Il Progetto Qualità Kiwi, di cui abbiamo parlato nel precedente numero del nostro giornalino, va esattamente in questa direzione e rappresenta pertanto un'ottima opportunità per mettere al centro della nostra attenzione la qualità, non solo come fattore intrinseco di un prodotto agricolo, ma anche come strumento in grado di evitare forzature ed errori di natura tecnica ed agronomica.

Forzature ed errori che, come descritto, possono influire su questioni di natura fitosanitaria dall'esito imprevedibile.



A Nonantola un incontro sulla COLTURA **della pera**

Nell'ambito della serie di iniziative "invernali" che la cooperativa organizza sul territorio con il mondo agricolo, si è tenuto lo scorso 6 dicembre a Nonantola, in provincia di Modena, un incontro incentrato sulla coltura della pera.

L'incontro è stato moderato dal vicepresidente di Apofruit Claudio Biondi e si è articolato su tre interventi con temi che hanno analizzato questa coltura, che sul territorio emiliano riveste una considerevole importanza economica.

Luciano Trentini, direttore del C.S.O., ha tracciato, la situazione della pericoltura in Europa e nel nostro paese. Il quadro emerso è composto da luci e ombre: l'Italia copre il 32% della produzione di pere nell'Unione Europea, dove si registra una sostanziale stabilità nella produzione che si aggira sui 2,5 milioni di tonnellate.

Olanda e Belgio sono i due paesi emergenti per quanto riguarda la produzione (Conference), sia per quanto riguarda le esportazioni, dove hanno negli ultimi anni sottratto spazi commerciali alle altre nazioni. A questo proposito il calo delle esportazioni italiane è evidente in quanto si è passati dalle 180.000 tonnellate esportate nel 2006/07 alle 120.000 del 2010/11. Interessante inoltre il dato per la pera Abate Fetel, di cui in Ita-



lia si sono prodotte 370.000 tonnellate nel 2011 (+ 65% rispetto al 2010) e per la quale Trentini ha illustrato il costo di produzione che si attesta sui 48-50 centesimi/kg, considerando una produzione di 300-320 q.li/ha.

Un ulteriore dato significativo è quello degli acquisti al dettaglio delle pere, che in Italia per il 50% sono effettuati presso la grande distribuzione (iper e super mercati).

Successivamente la relazione di Mario Tamanti, direttore generale di Apofruit Italia, si è soffermata soprattutto sul ruolo delle O.P., rilevando dapprima alcuni aspetti negativi come la dispersione dell'offerta e l'inadeguatezza delle risorse comunitarie per il settore, che a fronte di un valore della produzione

ortofrutticola del 22,8%, ricevono una dotazione finanziaria del 3,5%. Tamanti ha quindi sottolineato come devono essere meglio gestite le risorse a livello pubblico e comunitario, ponendosi come obiettivo la giusta redditività dei produttori e la stabilizzazione del reddito. Infine il dott. Benedetto Accinelli dell'azienda agricola "riff 98" ha illustrato una relazione sull'interessante esperienza maturata nel 2011 presso un'azienda agricola socia di Apofruit Italia nella lotta alla carpocapsa, che ha visto come l'installazione nel frutteto di feromoni biodegradabili abbia consentito di diminuire drasticamente l'utilizzo degli interventi chimici contro questa avversità, mantenendo un ottimo livello di sanità dei frutti.

OTTIMI RISULTATI per la campagna 2011 del pomodoro

Sicilia, ovvero la terra del pomodoro. Grazie alla sua particolare situazione climatica ed agronomica, infatti, questo territorio esprime livelli produttivi e qualitativi di eccellenza, che hanno permesso negli ultimi anni ad Apofruit Italia di investire con successo su questa produzione incrementando significativamente sia la qualità che la quantità dei volumi prodotti. “Abbiamo chiuso il 2011 con un significativo aumento di produzione per quanto riguarda i pomodori - esordisce Alfonso D'Aquila, responsabile d'area di Apofruit Italia - i volumi che si registrano sono superiori del 15% rispetto alla fine del 2010”. Questa crescita è dovuta a un aumento della base sociale (ci sono state infatti nel corso del 2011 alcune adesioni da parte di nuovi soci), ma soprattutto all'azione portata avanti con il progetto serre che, ricordiamo, è consistito nella realizzazione di nuove serre date in comodato ad uso gratuito ai soci produttori di Apofruit per un investimento di 450 mila euro e 6 ettari totali di strutture, di cui l'80% realizzate ex novo e il restante 20% realizzate riconvertendo vecchie serre in legno.

“Il progetto serre è stata un'iniziativa molto importante dal punto di vista produttivo perchè ha consentito alla base sociale una crescita in termini di volume e di qualità dei prodotti. D'altro lato ha portato anche a una crescita in termini di

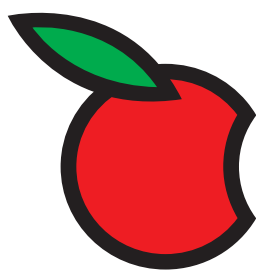
investimenti in tecnologia”.

“Per quanto riguarda le varie tipologie di pomodoro prodotte in Sicilia, nel 2011 è stata incrementata la produzione di Cuore di Bue – continua D'Aquila - una varietà che nel corso degli anni ha riscontrato sempre maggiore interesse da parte del consumatore e che si dimostra anche molto redditizia per i produttori. Abbiamo inoltre sviluppato le strategie di marca sulla linea di alta qualità Solarelli, con cui, oltre a Cuore di Bue, vengono commercializzate le varietà Ciliegino, Datterino, Piccadilly, Costoluto e Dunnè. Prodotti che hanno tutte le caratteristiche di colore, di sapore e di freschezza pienamente rispondenti ai requisiti richiesti da questa linea di eccellenza. Infine stiamo sperimentando una nuova varietà, Bar-

rio, un pomodoro di tipologia mini plum particolarmente ricco di antiossidanti”.

Dall'inizio dell'autunno, insieme a tre soci produttori del ragusano, Apofruit ha inoltre portato avanti un progetto sperimentale di lotta integrata che vede interessati tre impianti (di pomodoro a grappolo, di ciliegino e di zucchine), di cui a breve verrà pubblicata una relazione sui primi mesi di prova. Obiettivi per il 2012? “Un ulteriore aumento dei volumi e della base sociale – conclude D'Aquila - Attualmente la produzione di pomodori nelle aree orticole ragusane vede coinvolti 45 soci produttori per una produzione totale di 52.000 quintali. Prevediamo un aumento del 15% dei volumi di produzione e anche un incremento del 10% nel numero dei soci”.





Risultati incoraggianti per la liquidazione delle VARIETÀ ESTIVE DI SUSINO

di Fabio Marocchi

La produzione di susine estive del 2011 è stata in generale inferiore in termini quantitativi rispetto al 2010, circa il 20% in meno, in particolare per quanto riguarda le varietà a buccia nera e rossa. Analizzando i prezzi di liquidazione delle diverse varietà notiamo che, nonostante la crisi dei consumi che attanaglia i mercati, c'è stato un ottimo ritorno per i produttori per le varietà a buccia rossa o nera e con maturazione entro la fine di luglio. Questo dato non è solamente legato a una diminuzione delle quantità, ma soprattutto al fatto che sono state proposte al mercato una serie di varietà buone da mangiare, di pezzatura medio-buona e con colorazione omogenea. Una nota a parte meritano le nuove varietà che, come cooperativa, abbiamo sviluppato per il nostro areale. Segnaliamo infatti che c'è un forte interesse dei mercati per questi frutti, per le loro caratteristiche di colore e sapore. I prezzi di liquidazione, infatti, sono molto buoni, ma sottolineiamo il fatto che il prodotto deve essere di alta qualità. Negli ultimi anni si è investito molto per ricercare nuove varietà e migliorare la qualità stessa dei frutti. Analizzando le pezzature e le campionature con le liquidazioni dei soci vediamo che le pezzature migliori e le partite con poca seconda e scarto hanno avuto liquidazioni che permettono di coprire

i costi di produzione e lasciare un piccolo margine per fare programmi futuri. In merito alle varietà a buccia gialla (Tc Sun e Anna), dobbiamo differenziare le due varietà. Per quanto riguarda le Anna, come già detto ai soci, vista la scarsa richiesta di mercato e l'impossibilità di poter migliorare ulteriormente la qualità del frutto, si è consigliato di procedere alla sostituzione di questa con le nuove varietà. Purtroppo il panorama varietale (non solo delle susine) si sta innovando molto velocemente e dobbiamo essere veloci nel cogliere le occasioni per un cambio rapido, conoscendo però in anticipo se quello che andiamo a fare è adatto alla nostra area di produzione. È per questo che, come azienda, grazie anche alla collaborazione dei soci, facciamo i campi prova sui diversi territori per provare le nuove

selezioni proposte dai genetisti di tutto il mondo. Per quanto riguarda la Tc Sun, anche se il prezzo medio è relativamente basso, dobbiamo dire che gli impianti gestiti secondo certi canoni (vedi articolo di agosto 2011) riescono comunque a limitare i costi e ad avere un minimo di reddito. In ultima analisi, dobbiamo dire che gli sforzi fatti dai produttori per ottenere qualità hanno dato un minimo di respiro all'azienda. Inoltre si deve procedere alla sostituzione delle vecchie varietà non più remunerative con varietà sperimentate per il territorio e coperte da brevetto per evitare la sovrapproduzione.

Pertanto, anche se è ripetitivo dirlo si deve continuare a investire sulla qualità, perché resta l'unico modo per poter portare avanti l'azienda agricola e avere un bilancio positivo.

LA PAROLA AI PRODUTTORI



AZ. AGRICOLA BRAVETTI MICHELE

Bilancio non positivo al termine della campagna estiva per Michele Bravetti, titolare di un'azienda di 7 ettari a Pomezia (Rm), dove produce susine Fortune e Angeleno (per un totale di 2,5 ettari). "L'annata è stata condizionata negativamente dal clima sfavorevole. In fase di fioritura le piogge frequenti e il gelo hanno compromesso l'allegagione dei frutti, così la produzione è risultata dimezzata rispetto allo scorso anno. Fortune è la varietà che è andata meglio, mi è stata liquidata con una media per la I Cat. di 45 centesimi al chilo, 33 centesimi è stato invece il prezzo ottenuto in acconto con Angeleno. Fortunatamente l'assicurazione contro le avversità atmosferiche mi ha risarcito del mancato raccolto".

AZ. AGRICOLA DE BELLIS DANILO

E' più ottimista sui risultati della campagna estiva Danilo De Bellis, che ha un'azienda di 6 ettari a Pontinia (Lt), di cui 5 destinati a susine estive e Angeleno. "La produzione è stata inferiore del 15% rispetto al 2010, ma la qualità c'è stata e il prezzo medio di liquidazione, seppur inferiore alle aspettative, è stato comunque soddisfacente. Abbiamo prodotto circa 1.200 quintali di susine estive, liquidate con una media per la I Cat. di 35 centesimi, e 500 quintali di Angeleno, liquidate in acconto con una media di 33 centesimi. Abbiamo effettuato ogni intervento possibile e investito in ogni tecnologia che si poteva applicare, questo ci consente di non chiudere l'annata in perdita".

