

Anno XXI n°1 - Gennaio/Febbraio 2013

APOFRUIT *NOTIZIE*



NOVITÀ AI VERTICI DI APOFRUIT

**POSITIVI GLI ESITI DELLA
LIQUIDAZIONE AUTUNNALE**

**APOFRUIT IN GERMANIA
A FRUITLOGISTICA E BIOFACH**

SOMMARIO

Novità ai vertici di Apofruit	3-4
Rinnovo della Commissione Elettorale	3
Un saluto per i colleghi in pensione	4
Liquidazione autunnale	5-7
Opportunità e contatti a Fruitlogistica e Biofach	7
PAGINE TECNICHE il diradamento chimico della mela Modif®	8-11
DALL'EMILIA Ciliegio: una coltura di successo per Apofruit	12
DAL METAPONTO Agrumicoltura spagnola: dinamica in varietà e tecniche	13
DALLA SICILIA Nella campagna autunnale crescono volume e fatturato	14
DAL LAZIO Batteriosi: manteniamo alta la guardia	15

BIMESTRALE DELLA ORGANIZZAZIONE
DEI PRODUTTORI APOFRUIT ITALIA
Sped. in abbonamento postale - 70% - DCB Forlì Aut. Trib. FO
n. 178 del 5/4/88 - Reg. Stampa n. 10/88
Stampa: Ramberti Arti Grafiche, Rimini Tel. 0541 738111
Direttore Responsabile: Maurizio Magni

APOFRUIT NOTIZIE CAMBIA VESTE



MIRCO ZANOTTI,
PRESIDENTE
APOFRUIT

Apofruit Notizie è uno strumento che la cooperativa usa da 20 anni per comunicare la propria

attività ai suoi 3600 soci, che da oltre 50 anni sono i veri motori della cooperazione. Con questo primo numero del 2013 il giornalino cambia pelle e inaugura la sua nuova veste grafica a 16 pagine. Più spazio dunque per le notizie che riguardano Apofruit, più immagini e foto evocative, un rinnovato contenitore per dare voce ai soci di tutte le zone di produzione. E poi naturalmente rimangono, nella parte centrale, le pagine tecniche, che in alcuni numeri saranno arricchite da schede approfondite dedicate ai vari prodotti ortofrutticoli.

RENZO PIRACCINI,
DIRETTORE APOFRUIT

Riteniamo che dare informazione su cosa fa la cooperativa e su quali sono i suoi obiettivi e le sue strategie sia determinante, in particolare per una realtà come la nostra, che ha migliaia di soci, tanti dipendenti e molti prodotti di gamma. Oggi gli strumenti che le aziende hanno per comunicare sono numerosi, ma noi riteniamo che questa rivista sia ancora uno strumento fondamentale per informare i nostri soci. A questo mezzo di comunicazione più tradizionale, oggi rinnovato nella sua veste grafica, affiancheremo comunque, nei prossimi mesi, forme più innovative di dialogo sul web, rivolte non solo ai soci, ma anche ai nostri clienti della distribuzione e a tutti i consumatori dei nostri prodotti.

NOVITÀ AI VERTICI DI APOFRUIT



Dal 1° gennaio 2013 Ilenio Bastoni (39 anni, da 20 anni nel Gruppo, già Direttore Commerciale di Canova, *nella foto a destra*) ha assunto il ruolo di Direttore Commerciale e Marketing di Apofruit Italia, succedendo ad Antonio Walter Bucella (*nella foto a sinistra*), che ha ricoperto questo ruolo per oltre vent'anni.

“La mia quarantennale attività lavorativa è iniziata nel 1973 come pesatore alla cooperativa COBaR; - dichiara Bucella, a cui ora è andata la carica di Consigliere Delegato di Aposervizi - successivamente ho maturato esperienze diverse fino a ricoprire dal 1990 la funzione di direttore commerciale di Apofruit. Ringrazio la cooperativa per l'opportunità che mi ha dato mettendomi in condizione di svolgere un lavoro che mi ha appassionato, con un solido e proficuo rapporto improntato alla massima collaborazione con i colleghi all'interno dell'azienda e con lo staff dell'area commerciale”.

Bucella passa il testimone a Ilenio Bastoni, che ha iniziato la sua esperienza all'interno della cooperativa nel 1993, come tecnico di campagna.

Nel 1994 è entrato a far parte dello staff del responsabile dello stabilimento di Martorano. Nel 1997 è entrato in Apotrade, quella che l'anno dopo sarebbe diventata Canova, la società del Gruppo specializzata nel settore del biologico.

“Affronterò il mio nuovo ruolo con la stessa passione e dedizione che ho sempre speso nel mio lavoro - dichiara il nuovo direttore commerciale di Apofruit - Devo ringraziare l'azienda e tutti i miei colleghi perché in Apofruit ho trovato un ambiente favorevole alla formazione e alla crescita. Un grazie particolare va poi a Walter, per il grande appoggio che mi ha saputo dare nell'ultimo anno nella trasmissione di competenze ed esperienza”.

Sempre dal 1 gennaio 2013, Andrea Alberto Grassi ha assunto il ruolo di

RINNOVO COMMISSIONE ELETTORALE

È in scadenza il mandato della Commissione Elettorale di Apofruit Italia, l'organo istituito per proporre ai soci una lista di soggetti che si candideranno alle elezioni del nuovo Consiglio di Amministrazione dell'azienda, in carica fino a giugno. Si tratta quindi di un organo della governance molto importante in quanto selezionerà i componenti del Consiglio di Amministrazione che guiderà la Cooperativa dal 2014 al 2017. La Commissione sarà rinnovata in occasione dell'assemblea di bilancio e di liquidazione delle produzioni invernali che si terrà i primi di giugno. Si invitano i soci interessati a candidarsi a comunicarlo ai propri rappresentanti di area o al proprio stabilimento di riferimento. La composizione della Commissione uscente è:

Zona di Cesena: Sergio Giunchi, Tiziano Evangelisti

Zona di Longiano: Selvino Drudi, Renzo Biguzzi

Zona di Forlì: Francesco Ulivi, Alberto Zagnoli

Zona di Ravenna: Giancarlo Liverani, Romano Capacci

Zona di Bologna: Alberto Vignudini, Adriano Trentini

Zona di Modena: Luisa Roncaglia

Zona di Latina: Ettore Parise, Giulio Bordin

Zona del Metaponto: Pietro Mastroardi, Damiano Corrado.

I nominativi dovranno pervenire entro il 30 aprile, per consentire al Consiglio di Amministrazione di formare la lista da sottoporre alle assemblee. A causa dell'improvvisa scomparsa di Sabatini Franco, per la Zona di Modena è presente un solo nominativo. Il Consiglio di Amministrazione di Apofruit e la Commissione elettorale, nell'esprimere il loro cordoglio, si uniscono al dolore della famiglia.



Direttore Tecnico della cooperativa, sostituendo Piero Turrone (nella foto a sinistra Turrone, a destra Grassi). “Il settore ortofrutticolo sta vivendo una fase di rinnovamento varietale particolarmente intensa”, dichiara Turrone, che, dopo un’esperienza di oltre 35 anni in azienda, prima all’interno di COFA, una delle cooperative che ha costituito Apofruit e successivamente in Apofruit stessa, continuerà a collaborare per il prossimo biennio nell’area dell’innovazione varietale e nei rapporti con costitutori e vivaisti, per mantenere e possibilmente incrementare l’interesse per l’innovazione varietale nelle specie quantitativamente importanti e anche in quelle di minor interesse. “Vista inoltre la crescente attività che stiamo portando avanti con New Plant - continua - in futuro ci sarà molto da lavorare anche in questo ambito”.

“Già dal 2012 mi sono affiancato all’attività di Piero, che rimarrà comunque una figura di riferimento all’interno della cooperativa”, aggiunge il nuovo direttore tecnico di Apofruit. Grassi, 49 anni, già coordinatore dei tecnici di campagna, è dottore in Scienze Agrarie. È entrato a far parte del gruppo nel 1994 e ha sempre lavorato all’interno dell’ufficio tecnico, prima come responsabile dell’area di Pievesestina, poi dell’area di Cesena. Negli ultimi due anni dell’area di Forlì e Ravenna. “L’esperien-

za e le conoscenze che ho appreso in questo periodo di affiancamento mi permetteranno di affrontare al meglio tutte le problematiche che riguardano il comparto tecnico, dalla produzione, alla gestione delle colture, le certificazioni, i controlli, le esigenze della parte commerciale, le caratteristiche organolettiche e qualitative dei singoli prodotti e la loro conservazione”.

Questi cambiamenti, da tempo programmati, rientrano in un più ampio processo di riorganizzazione aziendale che si completerà alla fine del 2014. L’obiettivo è quello di coniugare rinnovamento generazionale e continuità operativa in un gruppo che, per complessità e dimensioni, non ha eguali nel panorama ortofrutticolo italiano.



UN SALUTO PER I **COLLEGGHI IN PENSIONE**

Dal 1° gennaio 2013 Giancarlo Battistini, direttore operativo di Apofruit, e Pierpaolo Pepoli, tecnico agronomo, hanno raggiunto il tempo della pensione. La cooperativa li saluta e li ringrazia per l’impegno, la professionalità e la disponibilità che in tutti questi anni hanno profuso nella loro attività.

“Giancarlo Battistini è stato una colonna portante di Apofruit - dichiara il direttore di Apofruit, Renzo Piraccini - lo ho lavorato con lui per oltre 35 anni e posso affermare che il suo è stato un contributo straordinario per l’azienda dal punto di vista professionale. Non solo, Giancarlo è stato anche una figura di riferimento dal punto di vista umano, un grande esempio di

dedizione al lavoro, di correttezza professionale e di onestà”.

“Pierpaolo Pepoli è parte integrante della storia di questa azienda, ha vissuto tutta la fase iniziale delle cooperative che hanno poi costituito Apofruit - dichiara Piero Turrone, direttore tecnico uscente - Dal 2012 ha iniziato a collaborare con New Plant, occupandosi in particolar modo della gestione di tutti i campi sperimentali costruiti per osservare le varie specie e varietà. Vista la sua grande esperienza e conoscenza nell’ambito del rinnovamento varietale, auspichiamo che possa continuare a dare il suo prezioso contributo all’attività della società”.

LIQUIDAZIONE AUTUNNALE

Al termine della campagna Apofruit ha ritirato 183.064 quintali di prodotto, per un valore della produzione di 7.677.000 euro. Cresce del 19,7% la liquidazione netta ai soci; +23% per il prezzo medio di liquidazione.

Le principali specie ortofrutticole che caratterizzano la campagna autunnale di Apofruit Italia sono pere Williams e Max Red Bartlett, susine Angeleno, kaki, agrumi e ortaggi conferiti dal 1° ottobre al 31 dicembre. Al termine della campagna la cooperativa ha liquidato ai soci 183.064 quintali di prodotto, per un valore della produzione di 7.677.000 euro. Rispetto al 2011 c'è stato un leggero calo dal punto di vista quantitativo (-3,3%), ma anche un aumento della liquidazione netta ai soci, che è cresciuta del 19,7%, con un aumento del prezzo medio di liquidazione del 23%.

PERE AUTUNNALI

Dopo i quantitativi record del 2011, si è tornati con l'ultima campagna a una produzione normale. Apofruit ha ritirato complessivamente 51.545 quintali di prodotto (-20% rispetto al 2011). "L'annata è stata in generale positiva per questo comparto - esordisce il nuovo direttore commerciale di Apofruit Italia, Ilenio Bastoni - con prezzi sostenuti anche dal valore del prodotto da industria". Il prezzo medio di liquidazione della pera William Cat. I calibre 60+ è stato 46 cent./kg; quello della Max Red Bartlett 60 cent./kg. In aggiunta, i produttori riceveranno il contributo comunitario previsto.

KAKI

La produzione è stata leggermente inferiore rispetto al 2011, questo a causa della stagione estiva particolarmente siccitosa, che ha limitato lo sviluppo dei frutti, portando a raccolta una produzione caratterizzata da un calibre inferiore rispetto alle annate precedenti. Apofruit ha ritirato 16.094 quintali di kako Tipo, liquidato ai soci con una media per la Cat. I calibre 22+ di 51 cent./

LA PAROLA AI SOCI

AZIENDA AGRICOLA

LODI DANIELE

Daniele Lodi è titolare di un'azienda di 16 ettari a Crevalcore (in provincia di Bologna), che gestisce principalmente da solo o avvalendosi di manodopera nei periodi di potatura e raccolta. Cinque ettari sono destinati a frutteti di pere delle principali varietà, di questi un ettaro alle pere Williams. "Il 2012 è stata, dal punto di vista della produzione, un'annata eccezionale rispetto agli ultimi anni - dichiara Lodi - Nel 2010 infatti la grandine aveva provocato danni enormi alle piante e avevo potuto conferire solo scarti. Anche il 2011 è stata un'annata scarsa. Finalmente poi le piante hanno ricominciato a crescere e per il 2012 posso dichiararmi discretamente soddisfatto". L'azienda ha conferito alla cooperativa 500 quintali di pere William di prima e seconda pezzatura ricevendo per la Cat. I calibre 60+ una liquidazione media di 47 centesimi. "Ora sono un po' preoccupato per il 2013 perché ci sono i presupposti per un'elevata produzione che porterebbe a un abbassamento dei prezzi. Speriamo naturalmente che non sia così".



AZIENDA AGRICOLA

ROBERTO SEVERI

Un'annata decisamente soddisfacente quella del 2012 per l'azienda agricola Severi di Ronta di Cesena, a conduzione familiare. Oltre sei ettari di estensione complessivi, uno dei quali dedicato ai kaki, due ettari di albicocche, il resto destinato alla coltivazione delle pesche. "Nell'insieme posso dire che, per quanto riguarda i kaki, è andata meglio rispetto all'anno precedente - afferma il titolare Roberto Severi - Complessivamente abbiamo conferito 190 quintali di prodotto con un prezzo medio di liquidazione di circa 45 centesimi al kg. Non solo. Abbiamo registrato un incremento nella produzione, favoriti anche da una stagione migliore, così come superiore è stata la qualità del prodotto".





LA PAROLA AI SOCI



AZIENDA AGRICOLA MAURO SERVADEI

È partito nel 2000 rilevando il terreno di famiglia, Mauro Servadei che dal settore industriale si è buttato in quello agricolo per passione e scelta di vita. Così è nata una piccola azienda di tre ettari tutta dedicata al biologico, con mezzo ettaro destinato alla produzione di kaki. In futuro sono previsti ampliamenti con l'obiettivo di arrivare a due ettari di terreno per i kaki. Nel 2012 l'azienda, che si trova a San Pietro in Vincoli (provincia di Ravenna) ha conferito ad Apofruit 135 quintali di kaki bio con una liquidazione di 48 centesimi al kg di media. "Abbiamo avuto una produzione del 30-40% in meno rispetto l'anno precedente - ha dichiarato Servadei - causata dalle ghiacciate dovute a temperature che sono arrivate anche a 15 gradi sotto zero. Il kako ne ha sofferto e la parte bassa della pianta non ha prodotto. Nonostante ciò, rispetto ad altre zone della Romagna, dove il danno è stato maggiore, abbiamo avuto una buona produzione".



AZIENDA AGRICOLA ZORZETTO MARIA CARMELA

Per Pierluigi Pacini che gestisce l'azienda della madre a Borgo Faiti (provincia di Latina) il 2012 è stata una buona annata. L'attività si estende su quasi tre ettari di terreno, due dei quali producono susine Angeleno. "La produzione delle susine - dice Pacini- si realizza in parte nell'impianto al coperto che abbiamo realizzato cinque anni fa su circa un ettaro e mezzo di terreno, nella restante parte in un impianto più vecchio. Nel giro di un anno però contiamo di dedicare tutti e tre gli ettari a questo prodotto". Nel 2012 sono stati conferiti alla cooperativa 1.100 quintali di susine Angeleno liquidati al prezzo di 40 centesimi al kg. "Rispetto alle aspettative siamo andati bene. Abbiamo avuto un notevole aumento della produzione nell'impianto al coperto che ci ha portato risultati soddisfacenti".

kg. "Si conferma il trend positivo degli ultimi anni per questa varietà - sottolinea Bastoni - che è stata commercializzata per l'85% sul mercato italiano, mentre la parte restante è stata destinata al mercato svizzero. È importante mantenere i quantitativi attuali procedendo a un rinnovamento, con nuovi impianti specializzati e con tecniche che permettano di avere una produzione di qualità superiore e di calibro medio/grosso". Per quanto riguarda la varietà Rosso Brillante, la cooperativa ha liquidato ai soci 6.546 quintali di prodotto, con una media di 52 cent./kg per la Cat. I calibro 22+. Il prodotto è stato commercializzato principalmente con il marchio Solarelli, sia nell'ambito della Grande Distribuzione che dei mercati generali. "Anche in questo caso l'andamento stagionale ha penalizzato il calibro dei frutti e quindi i quantitativi finali ritirati. Le esperienze maturate ci portano a dire che il kako Rosso Brillante va raccolto con tempistiche che rispettino le durezze necessarie per avere un prodotto idoneo sia per la conservazione che per la vendita".

SUSINE ANGELENO

La produzione 2012 è stata decisamente superiore a quella dell'annata precedente (+70%). La cooperativa ha ritirato 46.337 quintali di prodotto, principalmente nell'area del Lazio, che al contrario nel 2011 era stata penalizzata dal punto di vista produttivo. Il prezzo medio di liquidazione è stato di 40 cent./kg per l'area Emilia-Romagna, 43 cent./kg per l'area di Latina e 45 cent./kg per l'area di Aprilia. "Dal punto di vista commerciale - sottolinea Bastoni - è stata una campagna molto lineare, senza particolari variazioni di prezzo. Da sottolineare l'aumento delle vendite verso l'Oltremare, con destinazione Egitto, Emirati Arabi e Brasile. L'Angeleno è un prodotto destinato prevalentemente all'estero, per questo occorre continuare portare a raccolta un prodotto con elevati standard qualitativi".

CLEMENTINE

Nonostante le aspettative iniziali, si è registrata una campagna complessivamente non soddisfacente per i produttori. La campagna commerciale è iniziata con due settimane di ritardo e questo ha influito sull'offerta,



determinando un mercato con prezzi inizialmente abbastanza interessanti (la varietà Caffin-Oronules è stata liquidata con una media per la Cat. I calibro 5+ di 61 cent./kg, e lo Spinoso con una media di 60 cent./kg). Per quanto riguarda il clementino Comune, invece, i mercati si sono attestati sugli stessi prezzi dello scorso anno. “Su questo comparto occorre agire su due fronti – precisa Bastoni - da una parte occorre puntare su tecniche agronomiche che consentano di ritardare la raccolta del clementino comune, dall'altra bisogna investire su nuove varietà che permettano di ampliare il periodo di commercializzazione. A conferma di ciò basta guardare i risultati ottenuti: il clementino Comune (Cat. I calibro 5+) è stato liquidato con una media di 35 cent./kg; la varietà tardiva Hernandina con una media di 50 cent./kg. Questo conferma la validità dal punto di vista economico dello sviluppo delle cultivar più tardive”.

BIOLOGICO

L'andamento di mercato su questo comparto è stato in generale positivo. “Va sottolineata ancora una volta l'importanza del marchio Almaverde Bio, che ci ha permesso di mantenere una posizione di leadership sul mercato nazionale e di continuare lo sviluppo della

presenza sul mercato internazionale, riuscendo così a riconoscere ai produttori risultati interessanti - continua il direttore commerciale di Apofruit - I principali prodotti autunnali in questo comparto sono rappresentati da pere e clementini, per questi ultimi rimane valido quanto già espresso per le varietà convenzionali, ovvero che è necessario allungare il calendario di commercializzazione. Per quanto riguarda invece il comparto pere abbiamo registrato un importante aumento della produzione rispetto allo scorso anno, con risultati particolarmente interessanti per i soci, sia per il prodotto destinato al consumo fresco che per il prodotto destinato alla trasformazione industriale”. “Su questa specie - conclude Ilenio Bastoni - vi è ulteriore spazio per aumentare la produzione”.

PRINCIPALI PRODOTTI FRUTTICOLI BIOLOGICI CONFERITI E MEDIE DI LIQUIDAZIONE

Kako Tipo	1.903 q.li	70 cent. Cat. I 22+
Kako Rosso Brillante	555 q.li	64 cent. Cat. I 22+
Pera William	6.000 q.li	89 cent. Cat. I 60+
Pera Max Red Bartlett	400 q.li	99 cent. Cat. I 60+
Clementine	17.447 q.li	50 cent. Cat. I
Arance	4.342 q.li	42 cent. Cat. I 7+

OPPORTUNITÀ E CONTATTI A **FRUITLOGISTICA E BIOFACH**

Si è appena conclusa la stagione fieristica di inizio anno che propone per il fresco due appuntamenti strategici in terra tedesca: Fruitlogistica a Berlino e Biofach a Norimberga. La presenza a Fruitlogistica (l'edizione 2013 si è svolta dal 6 all'8 febbraio), la più importante Fiera del mondo per il trade ortofrutticolo, si conferma un'ottima opportunità di incontro internazionale.

Come nelle passate edizioni, Apofruit Italia e Almaverde Bio hanno partecipato nello spazio di Piazza Italia, lo stand collettivo coordinato dal Centro Servizi Ortofrutticoli (CSO). Proprio nel centro dello stand Italy è stato allestito uno spazio chiamato Fruit&Veg Experience, per mettere sotto i riflettori anche le modalità di presentazio-

ne e di preparazione di frutta e verdura. Fruitlogistica si conferma una piattaforma eccellente per l'avvio di affari, con buone opportunità per contatti commerciali in tutto il mondo, oltre che un'occasione unica per avere una panoramica completa delle ultime tendenze nel settore dei prodotti freschi.

Scenari e opportunità interessanti anche a Biofach, il salone mondiale del biologico al quale ha partecipato Almaverde Bio. La kermesse che si è svolta al Centro Esposizioni di Norimberga dal 15 al 18 febbraio anche quest'anno ha confermato numeri importanti: Biofach ha chiuso con 41,500 trade visitors, provenienti da 129 Paesi.



IL DIRADAMENTO CHIMICO DELLA MELA MODÌ®



di GIANNI **CEREDI**

La varietà Modì costituisce parte integrante di quel gruppo di mele definite di qualità, intendendo con tale accezione le più recenti accessioni varietali che hanno segnato un vistoso cambiamento e rinnovamento nella coltivazione di pomacee. Attualmente la superficie che i soci della nostra cooperativa hanno investito con impianti di questa varietà raggiunge circa 75 ettari. Si tratta di frutteti ancora molto giovani, non ancora a regime dal punto di vista produttivo, come ci conferma la produzione media per ettaro attestata sui 273 ql, per un totale conferito di circa 20000 ql (dati 2012). Le produzioni di pregio, tra le quali possiamo ascrivere la mela Modì, costituiscono indubbiamente un'opportunità sia per il produttore che per la cooperativa, in quanto hanno maggiori potenzialità di attirare l'interesse dei consuma-

tori e quindi di ampliare l'orizzonte commerciale di aziende come la nostra. Ciò nondimeno tale opportunità deve misurarsi spesso con rigidi e severi parametri qualitativi richiesti dai consorzi che gestiscono determinate varietà; parametri che, sia chiaro, costituiscono un elemento di garanzia laddove riescono a conciliare la difesa delle peculiarità di un prodotto con la richiesta di specifiche, dettate da ragionevolezza e dalla possibilità pratica di essere soddisfatte.

La qualità di un prodotto nasce da caratteristiche intrinseche (sapore, gusto) ma anche da elementi che riguardano l'aspetto esteriore come il colore e la pezzatura. È soprattutto su questi ultimi aspetti che le diverse tecniche colturali possono imprimere un preciso orientamento della produzione. La pezzatura dei frutti, il loro colore e in una qual misura le caratteristiche gustative sono

Anno	% mazzetti allegati	n. frutti / mazzetto	Pezzatura media dei frutti alla raccolta
2008	76.2	1.4	122.1
2009	95.1	2.0	133.1
2010	89.3	1.5	119.0
2011	86.5	1.5	138.3
2012	69.7	1.3	145.2
MEDIA	83.4	1.5	131.5

Tabella 1 - Potenzialità produttive della cv. Modì espressa dal testimone non diradato

infatti strettamente e inversamente correlate con il carico produttivo di una pianta. In altre parole possiamo spingere sull'acceleratore della quantità lasciando per strada margini sempre maggiori di qualità. La corretta applicazione di appropriate tecniche agronomiche e colturali sono pertanto finalizzate al raggiungimento di un equilibrio tra i suddetti aspetti della produzione. Le logiche che ispirano le diverse tecniche di potatura, così come la nutrizione minerale e idrica, rappresentano leve fondamentali per ottenere l'equilibrio di cui sopra, ma il controllo della potenzialità produttiva di una coltura come il melo attraverso il diradamento chimico dei frutti, resta determinante. L'attività di sperimentazione condotta dall'ufficio tecnico ha rivolto la propria attenzione su questa pratica anche sulla varietà di mela Modì negli ultimi cinque anni. La tabella 1 mostra chiaramente l'entità della potenzialità produttiva di questa mela, rilevata nei diversi anni di sperimentazione attraverso due indici di allegazione: i mazzetti fruttiferi allegati e il numero di frutti per mazzetto. Se ipoteticamente non si provvedesse ad alleggerire la pianta dal carico naturale di frutti, otterremmo un prodotto di scarso valore commerciale sia per colore che per pezzatura (131 g/media per frutto).

Le sostanze attive che allo stato attuale abbiamo a disposizione per il diradamento chimico di Modì sono principalmente NAD (Amide dell'acido alfa-naftalenacetico) e 6-BA (6-benziladenina) entrambe appartenenti al gruppo dei fitoregolatori.

L'impiego di NAD (Amid Thin®W) su Modì ha una valenza analoga a quella riscontrata su altre varietà di mele. Si tratta di una sostanza attiva impiegabile nelle primissime fasi che seguono la fio-

ritura/allegazione, avente un modesto potenziale diradante, che tuttavia è in grado di "preparare" l'intervento successivo con 6-Benziladenina (6BA) con la quale sviluppa un effetto sinergico. La sperimentazione condotta è proseguita ponendo come soggetto 6-BA e come variabili la dose di impiego, il momento di impiego e l'aggiunta di olio estivo a diversi dosaggi. Una doverosa precisazione riguarda il formulato commerciale impiegato, che per necessità metodologica è sempre stato il medesimo, ovvero Exilis® (6-benziladenina 21 g/l). Ovviamente esistono in commercio altre formulazioni altrettanto valide la cui dose di impiego va ovviamente adeguata alle disposizioni di ciascuna etichetta.

DOSE DI IMPIEGO

Questa variabile è stata presa in considerazione nelle due varianti dei 5 o 7 kg per ettaro di formulato commerciale Exilis®. Il confronto è stato effettuato in tutte le condizioni di intervento (8-10-12 mm di diametro dei frutticini), tenendo ferma la dose di olio estivo a 1.5 kg/ettaro.

I risultati ottenuti non sono leggibili sempre in maniera lineare: intervenendo a 8 mm Ø, il passaggio da 5 a 7 kg di Exilis® si apprezza con un leggero incremento dell'efficacia diradante (tabella 2), incremento che tende a sfumare quando la dose di 6-BA viene applicata a diametri maggiori dei frutti (tabella 3 e 4). Complessivamente possiamo affermare che la dose di impiego di 6-BA, nei limiti indagati, rappresenta uno strumento non particolarmente incisivo per ottenere una maggiore efficacia diradante, soprattutto quando si interviene su frutticini di diametro superiore.



Dose di impiego di 6-BA per ettaro	Dose di olio estivo per ettaro	Percentuale di riduzione rispetto al testimone	
		% di mazzetti allegati	n. medio di frutti per mazzetto
5.0	1.5	-28.2	-14.2
7.0	1.5	-35.9	-10.0

Tabella 2 – Impiego di dosi diverse di Exilis® su frutticini di 8 mm di diametro

Dose di impiego di 6-BA per ettaro	Dose di olio estivo per ettaro	Percentuale di riduzione rispetto al testimone	
		% di mazzetti allegati	n. medio di frutti per mazzetto
5.0	1.5	-21.9	-16.3
7.0	1.5	-14.3	-17.6

Tabella 3 – Impiego di dosi diverse di Exilis® su frutticini di 10 mm di diametro

Dose di impiego di 6-BA per ettaro	Dose di olio estivo per ettaro	Percentuale di riduzione rispetto al testimone	
		% di mazzetti allegati	n. medio di frutti per mazzetto
5.0	1.5	-13.2	-16.2
7.0	1.5	-12.6	-12.1

Tabella 4 – Impiego di dosi diverse di Exilis® su frutticini di 12 mm di diametro

DOSE DI IMPIEGO DI OLIO ESTIVO

Le dosi confrontate sono state rispettivamente di 1.5 e 5.0 kg di olio estivo per ettaro. Il risultato ottenuto in entrambi i confronti effettuati a 8 e 10 mm di diametro dei frutticini, indicano un effetto tangibile dell'incremento della dose di olio impiegata (tabella 5 e 6) paragonabile, se non superiore, a quella osservata con l'incremento della dose di 6-BA da 5 a 7 kg/ha. Pertanto, nella necessità di volere potenziare l'effetto diradante di 6-BA, si può fare leva, oltre che sulla dose di impiego di questa, anche su quella dell'olio minerale estivo.

EPOCA DI IMPIEGO DI 6-BENZIADENINA (DIAMETRO Ø DEI FRUTTICINI)

Anche questa variabile è stata ampiamente valutata nelle tre opzioni applicative di 8-10-12 mm di

diametro.

A parità di dose di impiego di Exilis® e olio minerale estivo si nota un'evidente perdita di potenzialità diradante, passando dai diametri inferiori a quelli maggiori (tabella 2-3-4).

Il differenziale più rilevante si apprezza passando da interventi effettuati a 8 mm a quelli di 10 mm di diametro.

L'opzione che ha previsto l'impiego in doppia soluzione di 6-BA alla dose di 3.5 – 4.0 kg/ha per volta, rispettivamente a 8-10 mm e 10-12 mm, a esclusione dell'esperienza condotta quest'anno (2012), non sembra in grado di offrire un particolare impulso all'effetto diradante.

Resta una possibile opzione sulla quale, come per le altre, si può modulare sulla dose di impiego di 6-BA, olio minerale estivo, ed epoca di intervento.

Dose di impiego di 6-BA per ettaro	Dose di olio estivo per ettaro	Percentuale di riduzione rispetto al testimone	
		% di mazzetti allegati	n. medio di frutti per mazzetto
5.0	1.5	-28.2	-14.2
5.0	5.0	-33.0	-17.6

Tabella 5 – Impiego di dosi diverse di Olio minerale estivo su frutticini di 8 mm di diametro

Dose di impiego di 6-BA per ettaro	Dose di olio estivo per ettaro	Percentuale di riduzione rispetto al testimone	
		% di mazzetti allegati	n. medio di frutti per mazzetto
5.0	1.5	-21.9	-16.3
5.0	5.0	-30.6	-15.4

Tabella 6 – Impiego di dosi diverse di Olio minerale estivo su frutticini di 10 mm di diametro

EPOCA DI INTERVENTO

La definizione dei momenti di intervento viene scandita, come noto, dalla dimensione dei frutticini. A tale proposito può essere interessante e di supporto alla definizione dei diversi timing la conoscenza del ritmo di sviluppo dei frutti appena allegati e dei fattori climatici che maggiormente li condizionano. Negli ultimi cinque anni il periodo corrispondente al trattamento con NAD (4-5 mm Ø) è ricaduto tra l'11 e il 13 aprile con l'unica eccezione del 2010 quando tale fase ha avuto un ritardo di 8-10 giorni (21 aprile). Normalmente il lasso di tempo che porta i frutticini a una media di 8 mm di diametro richiede da 7 a 13 giorni ed è fortemente condizionato dalla temperatura ambientale. In questa fase il frutticino cresce mediamente di 0.45 mm al giorno. L'incremento del frutto che lo porta a 12 mm di diametro richiede mediamente 4-6 giorni, con una crescita media giornaliera di 0.87 mm. In tale fase lo sviluppo sembra meno condizionato dalla temperatura (tabella 7).

CONCLUSIONI

La definizione del giusto carico di frutti che una pianta può sostenere deve principalmente soddisfare un obiettivo economico per l'agricoltore, al quale spetta il compito non semplice di modulare, con le diverse tecniche, i due principali fattori che

regolano la resa economica: quantità e qualità. La potenzialità produttiva della varietà Modì, come visto, può essere molto elevata, ma va portata su livelli adeguati per non deprimere la qualità e per evitare l'entrata in alternanza dei frutteti.

Il diradamento chimico rappresenta un valido elemento sul quale fare leva, affidandosi, a seconda delle situazioni e degli obiettivi che ci si prefigge, alle sostanze attive descritte, modulandone dosi, epoche di impiego e aggiungendo quantità diverse di olio minerale estivo.



Stadi di crescita e variabili rilevate	2008	2009	2010	2011	2012
Frutticini a 4 mm Ø (A)	12 apr.	13 apr.	21 apr.	12 apr.	11 apr.
T° media rilevata tra A e B	14.9	16.3	15.9	12.9	12.8
Crescita media giornaliera del frutto tra A e B (mm)	0.43	0.55	0.57	0.45	0.28
Frutticini a 8 mm Ø (B)	22 apr.	20 apr.	28 apr.	22 apr.	24 apr.
T° media rilevata tra B e C	14.4	13.0	18.4	15.3	16.6
Crescita media giornaliera del frutto tra B e C (mm)	0.93	0.97	0.87	0.90	0.70
Frutticini a 12 mm Ø (C)	26 apr.	26 apr.	3 mag.	26 apr.	30 apr.

Tabella 7 – Stadi di crescita dei frutti e variabili rilevate

CILIEGIO: UNA COLTURA DI SUCCESSO PER APOFRUIT

Indicazioni produttive dalla cooperativa per mantenere elevati gli standard qualitativi dei prodotti



a cura di FABIO **DARDI** e GIUSEPPE **BALLOTTI**

Continua a mostrare interesse nell'areale "Vignolese" lo sviluppo della coltura del ciliegio, una coltivazione che si sta specializzando sempre di più e che garantisce adeguati livelli di redditività anche su superfici aziendali modeste, come nel caso della maggior parte di aziende con monocoltura cerasicola presenti nel comprensorio. Tale specializzazione è frutto dell'importante bilanciamento tra tecniche colturali affermate nel tempo e innovazione.

Questa coltura è valorizzata anche con l'utilizzo del nostro marchio Solarelli.

Portinnesti: la scelta del Colt per le zone pianeggianti o Cab 6P rimangono fondamentali sia per ristoppi che per la più veloce messa a frutto rispetto al franco; i gisela 5 e 6 hanno presentato problematiche soprattutto legate al precoce invecchiamento delle piante e alla scarsa resistenza

al clima caldo, nonostante le frequenti irrigazioni.

Varietà: L'elenco varietale proposto da Apofruit è molto circoscritto, ma prende come riferimento le principali varietà che garantiscono produttività costante nell'intero periodo di commercializzazione. Le cultivar consigliate sono: Early lory, Vera, Black Star, Samba, Silvia, Ferrovia, Lapins, Kordia, Regina, Sweet Heart. Particolare interesse per pezzatura, grado zuccherino e buona produzione hanno suscitato - anche se sono ancora in fase di valutazione - le nuove varietà della serie Sweet, dell'Università di Bologna, di cui si proporranno progetti specifici di impianto.

Sistemi di allevamento: La palmetta o il candelebro risultano essere ancora le forme che garantiscono una maggior produttività e omogeneità nella produzione; nelle aziende condotte in economia, il vasetto multiasse risulta la forma consigliata grazie al contenimento dei costi colturali.

Coperture: A causa della piovosità che si può verificare nell'epoca di raccolta, sono consigliate le coperture antispacco, visto che la maggior parte delle varietà sono poco resistenti al cracking, fatta eccezione per Black Star e Regina. Nei nuovi impianti, quindi, si propone almeno la predisposizione di pali e ancoraggi adeguati. La cooperativa sostiene tali investimenti di copertura, con contributi in conto capitale al produttore, fino al 50% del massimale di 35 mila euro a ettaro.

IGP Ciliegia di Vignola: da quest'anno partirà la campagna di certificazione IGP delle aziende e del prodotto dopo l'inserimento ufficiale CE, avvenuto l'8 novembre 2012. Tale riconoscimento risulta necessario per tutelare il marchio "Vignola" da eventuali contraffazioni che si possono verificare sui mercati.

AGRUMICOLTURA SPAGNOLA: VARIETÀ E TECNICHE

Note dal meeting con alcuni tecnici spagnoli di recente in visita nelle nostre strutture. Caratteristiche delle varietà disponibili a breve per i produttori Apofruit



di GIUSEPPE **SICURO**

L'agrumicoltura spagnola oggi si contraddistingue per una grande dinamicità nel ricambio varietale e nell'adozione di tecniche colturali innovative. Dopo la devastazione causata da Tristeza (anni 50-60), l'industria spagnola ha rifondato la agrumicoltura con nuovi impianti moderni e razionali, nuove varietà, sesti stretti e portinnesti tolleranti al virus. L'adozione del C. Carrizo, che è meno vigoroso di un arancio amaro e più sensibile ai ristagni idrici, ha comportato l'adozione di impianti con un maggior numero di piante per ettaro, con le piante sistemate sui tipici caballones, l'impianto di irrigazione sistemato direttamente sul terreno, la non lavorazione del terreno. Tutti questi accorgimenti consentono di abbassare i costi di produzione, che però non sono sempre adeguatamente coperti dalle remunerazioni. Il Clemenules ad esempio, la varietà di clementine maggiormente diffusa con raccolta a novembre, è

venduta con prezzi oscillanti tra i 10 ed i 12 centesimi di euro. I colleghi spagnoli erano convinti della necessità di introdurre nuove varietà a maturazione tardiva, quando le richieste di mercato sono più elevate. Anche negli agrumi molte delle nuove varietà sono brevettate con la produzione e la commercializzazione riservata ai soli licenziatari autorizzati. Le varietà più interessanti devono mostrare una elevata produttività, precoce entrata in produzione, un frutto di dimensioni medie, facilmente sbucciabile, con un buon sapore, succoso e soprattutto apirene. In Spagna sembra che la varietà che attualmente stia dando i migliori risultati economici sia il Nadorcott, la cui produzione è gestita e controllata da un consorzio ristretto di produttori. Principale difetto di questa varietà è la presenza di semi. A breve sarà disponibile, anche per i produttori Apofruit, una varietà identica, ma apirene. Un'altra varietà in diffusione, disponibile anche per i soci di Apofruit, è il Gold Nugget. Il frutto è molto simile a quello del mandarino ma con un calibro più grosso e perfettamente apirene, colore arancio chiaro, succoso, ottima e precoce la produttività. L'epoca di maturazione è da fine gennaio in avanti, con i frutti che tengono bene sulla pianta sino a marzo-aprile. Altra varietà è la Yosemite Gold. Rispetto alla precedente si presenta con un colore più aranciato e ricorda molto un clementino con un calibro più grande, buona la sbucciabilità e ottime le caratteristiche organolettiche. I frutti sono idonei alla raccolta dagli inizi di febbraio sino alla fine di marzo. Molto simile alla Yosemite Gold è la Shasta Gold, che si distingue per una maturazione più tardiva con i frutti idonei alla raccolta sino ad aprile inoltrato.

L'Ufficio Tecnico di Apofruit è a disposizione degli associati che intendono fare nuovi impianti.

NELLA CAMPAGNA AUTUNNALE CRESCONO VOLUME E FATTURATO

Buone performance per tutte le coltivazioni in struttura protetta. Bene anche il bio



Per i prodotti siciliani i dati della liquidazione autunnale hanno evidenziato volumi e fatturato in crescita.

La campagna che riguarda gli ultimi tre mesi dell'anno scorso ha infatti liquidato un quantitativo di prodotto di circa 7.500 quintali, 30% in più rispetto allo stesso periodo del 2011. Analogamente per il fatturato la percentuale di aumento si aggira sul 33%.

“La campagna agricola autunnale ci ha consegnato buoni risultati e il trend positivo si sta confermando anche per i primi mesi di quest'anno

- precisa Alfonso D'Aquila, responsabile d'area di Apofruit Italia - I prodotti siciliani in questione sono tutta la gamma dei pomodori (nove tipologie), zucchine, melanzane, peperoni e cetriolo, coltivati in strutture protette. Analogo risultato positivo è stato ottenuto per il prodotto bio che presenta un incremento ancor più consistente, passando da 800 quintali di prodotto liquidato nel 2011 ai 1.700 quintali dell'autunno 2012”.

In generale l'aumento dei volumi è il frutto di una politica di sviluppo svolta su due fronti: da un lato il costante impegno per incrementare il numero dei soci conferitori e dall'altro gli investimenti sulle strutture che hanno caratterizzato la strategia di sviluppo di Apofruit Italia.

“Nelle ultime tre annate abbiamo sostenuto progetti importanti e investito in partenariato con i produttori per convertire molte strutture obsolete o comunque inadeguate - continua D'Aquila - con l'obiettivo di disporre di serre all'avanguardia e incrementare le rese”.

Il potenziamento della struttura Apofruit di Donnalucata viene perseguito con convinzione anche dal punto di vista commerciale, come sottolinea Renzo Antimi, responsabile commerciale per i prodotti siciliani.

“Stiamo sviluppando la nostra rete commerciale - dichiara - condividendo progetti di filiera sia con la DO che con la GDO. Inoltre la nostra linea di prodotti di alta qualità a marchio Solarelli sta prendendo sempre più spazio all'interno dei principali mercati ortofrutticoli, consapevoli della qualità superiore anche dei prodotti siciliani, coltivati secondo rigorosi disciplinari. Crediamo che perseguire la strategia di segmentazione su più canali sia la strada corretta per meglio valorizzare le produzioni dei nostri soci”.

BATTERIOSI: MANTENIAMO ALTA LA GUARDIA

La sintomatologia si manifesta alla base del tralcio produttivo, nelle gemme, nella corteccia. Nella strategia di difesa la protezione dalle piogge, elementi infettanti

di FABIO MAROCCHI

Nel momento in cui vi scriviamo entriamo nella fase “evasiva” della malattia, vale a dire iniziamo a vedere i famosi essudati. Normalmente in questa fase si presentano di colore bianco gelatinoso per poi passare, dopo qualche giorno, al classico colore rosso. La sintomatologia si manifesta nei punti classici come la base del tralcio produttivo, le gemme, la corteccia di rami e tronchi. In alcuni casi si è manifestata anche dal picciolo. In questo periodo dell’anno la fase si chiama, come anzidetto, “evasiva” proprio perché le cellule batteriche che si trovano negli essudati utilizzano pioggia e vento per colonizzare nuove piante e nuovi frutteti. Pertanto diventa fondamentale, da oggi alla rottura delle gemme, proteggere i frutteti seguendo tempestivamente l’andamento meteo e trattandoli subito dopo le piogge o gelate (entro le 24 ore). Ovviamente i trattamenti non devono seguire ogni singolo evento, ma avere una frequenza e una costanza in funzione dei prodotti che si utilizzano, in modo da avere una protezione continua nel tempo, tenendo presente che le piogge e le gelate sono elementi infettanti. Ricordiamo che ad oggi, dopo cinque anni di esperienza fatta nel territorio pontino, per la fase invernale i migliori risultati si sono ottenuti utilizzando sali di rame seguiti dai cosiddetti prodotti “filmanti”. Questa nuova tipologia, oltre a creare un biofilm che migliora l’efficacia del rame, hanno anche un’azione battericida. L’esperienza di campo però ci ha insegnato che la strategia di difesa è nulla se non integrata con la giusta nutrizione delle piante e una corretta irrigazione e, non ultimo, con la pulizia degli impianti eliminando le porzioni di piante infette. Come già scritto in precedenti articoli, l’equilibrio nutritivo e irriguo aiuta ad avere dei rami di produzione ben lignificati. Con-

fermiamo che la politica impiegata da alcuni soci in questa direzione sta portando dei risultati molto interessanti, in quanto nelle stesse aree di produzione troviamo aziende con problemi piuttosto seri, e altre con infezioni molto limitate. La rottura delle gemme sarà un’altra fase estremamente critica perché si creano sulla gemma delle “microferite” che, in caso di piogge, possono infettarsi e dare origine a infezioni latenti, le quali possono poi manifestarsi nell’inverno successivo. Si raccomanda in quella fase la massima attenzione alla tempistica degli interventi. Tutte le raccomandazioni sopradescritte sono frutto di cinque anni di lavoro ed osservazioni di campo. Purtroppo abbiamo poche armi e dobbiamo giocare bene ricordando alcuni concetti fondamentali come la “tempestività degli interventi” e la preparazione del legno con la corretta “nutrizione e irrigazione”. Chi vuole ulteriori informazioni può rivolgersi all’ufficio tecnico.

I sintomi di batteriosi sulla pianta: nella foto essudato bianco lattiginoso e rosso classico



