



## PROTAGONISTI

WALTER GUERRA

I Club hanno rivoluzionato il mondo della mela

PAG.29

## IV GAMMA • PAG. 21

UN 2017-BOOM

L'AIPA: il settore deve comunicare meglio qualità e innovazione

## FIERE • PAG. 33

BERLINO SI CONFERMA

A Fruit Logistica sono persino tornati gli spagnoli. E si apre la sfida di Shanghai

3

## EFFICIENZA, CELERITÀ, FLESSIBILITÀ AL SERVIZIO DEL CLIENTE

La Sorrento Logistica Srl dal 2008 si occupa di trasporto merci conto terzi. L'azienda è strutturata per gestire ogni tipo di prodotto, anche il più complesso. L'efficienza dei mezzi e la flessibilità, unite alla professionalità degli autisti e del personale operativo hanno determinato in questi anni il successo dell'azienda. Un team di oltre 30 persone tra autisti, magazzinieri ed impiegati segue ogni giorno l'operatività della società nella sede centrale. L'azienda dispone di un piazzale di 16.000 mq, di 8 piani di carico e di una struttura di 2.000 mq con impianti frigoriferi.

### Sorrento Logistica Srl

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



CORRIERE ORTOFRUTTICOLO

NOTIZIARIO

nel Saluzzese. Questo grazie anche all'impegno e alla competenza dell'agronomo pugliese Giuseppe Tagliente, il quale, con grande professionalità, è riuscito ad ottenere un prodotto di alta qualità che sta incontrando il favore dei più importanti mercati europei: Gran Bretagna, Germania, Belgio, Spagna oltre a quello nazionale.

Il Piemonte dunque, con sorpresa



degli esperti del settore, si è rivelato adatto alla produzione di uva apirena, annoverata ora tra la frutta d'eccellenza.

La società Avi, nata nel 2009, è invece proprietaria di diritti su alcune varietà senza semi la cui produzione è in costante crescita su oltre 400 ettari coltivati.

Stagione molto positiva per Kanzi®, la mela club che in Italia è prodotta in esclusiva da VOG e VI.P. Oltre a un forte incremento nel segmento della grande distribuzione, si registrano ottime performance in linea generale nei mercati di riferimento: Italia, Spagna e Germania. A confermarlo, è il bilancio sull'andamento delle vendite tracciato dagli stessi Consorzi dopo la metà della stagione.

## Kanzi in Italia e in Germania sulla cresta dell'onda

A fine febbraio Gerhard Dichgans, direttore del Consorzio VOG, ha dichiarato: "Abbiamo commercializzato ormai più della metà del raccolto e le previsioni ci indicano che avremo scorte fino a metà maggio. Le maggiori soddisfazioni ci stanno arrivando dalla GDO, che rispetto alla scorsa stagione registra un +30% nelle vendite e, per la prima volta, supera in volumi i mercati all'ingrosso, anche per la minore quantità dei calibri grandi richiesti da questo canale. Oltre che in Italia e in Spagna stiamo ottenendo ottime performance in Germania: qui le vendite sono raddoppiate quest'anno a causa della mancanza di prodotto locale".

Per quanto riguarda VIP, il direttore generale Josef Wielander spiega: "Con una produzione complessiva uguale all'anno scorso, e quindi inferiore al potenziale teorico a causa delle gelate in primavera 2017, in questa stagione le vendite di Kanzi® sono state da subito molto dinamiche, grazie alla forte domanda. Allo stato attuale abbiamo venduto circa la metà del raccolto e concluderemo la stagione a metà/fine aprile, a seconda delle referenze. Italia, Germania e Spagna rap-



presentano i mercati chiave, con i primi due che raddoppiano i volumi. In Spagna l'incremento è stato frenato dalla carenza di grossi calibri, ma abbiamo mantenuto la posizione costruita negli scorsi anni".

Kanzi® in lingua swahili significa "tesoro nascosto". Il nome commerciale è stato attribuito alla varietà sviluppata in Belgio da Better3Fruits e Greenstar Kanzi Europe, attraverso un incrocio naturale tra le varietà Gala e Braeburn.

## Selenella tra le patate italiane la più conosciuta

Il Consorzio Patata Italiana di Qualità ha commissionato un'indagine sulla notorietà di Selenella, marchio che contraddistingue una patata frutto di innovazione e della tradizione agricola bolognese. L'indagine è stata affidata all'istituto di ricerca Brand-and-Mind Research di Milano nel mese di gennaio 2018. La ricerca si è basata su 602 interviste online effettuate con metodo CAWI (Computer Aided Web Interview) nelle

4 aree Nielsen (Nord Est, Nord-Ovest, Centro e Sud-Isole), rivolte a responsabili d'acquisto, donne di età compresa tra i 25 e i 55 anni di età, che abitualmente acquistano patate confezionate. Tra i risultati emerge l'elevata notorietà di Selenella, la più conosciuta tra le marche di patate sul mercato, e un profilo d'immagine di alto prestigio. Alla domanda "Quali marche di patate confezionate conosce?" Selenella è la prima nel ricordo degli italiani con il 92,2% di brand awareness. "Questo dato è di grande importanza e soddisfazione - afferma Giuliano Mengoli, direttore del Consorzio Patata Italiana di Qualità - in particolar modo se considerato nella prospettiva del percorso sviluppato dalla marca negli ultimi anni. Selenella è una patata dalle elevate qualità organolettiche e nutrizionali, prodotta con metodi capaci di unire la tradizione con le moderne esigenze di benessere e sostenibilità ambientale e supportata dalla garanzia del nostro Consorzio."

## Dalla Sardegna segnali positivi per Agricola Campidanese

Il 2018 è un anno di grandi aspettative per OP Agricola Campidanese, organizzazione di produttori di Terralba (Oristano), la più



grande e importante della Sardegna. Dopo i risultati commerciali dello scorso anno, che hanno portato ad un fatturato superiore ai 20 milioni di euro, in aumento del 27% rispetto al 2016, per quest'anno l'OP sarda punta più in alto: "Il nostro obiettivo - spiega al Corriere Ortofrutticolo il direttore commerciale Salvatore Lotta (nella foto) - è fare ancora meglio e raggiungere i 25 milioni di euro".

Risultati raggiungibili anche grazie all'ingresso di quattro nuovi soci (sono 20 in totale). L'OP sarda, che ha nel brand "L'Orto di Eleonora" uno dei propri cavalli di battaglia, sta lavorando per incrementare le produzioni. "Consolideremo gli ottimi risultati dell'anguria senza semi Eleonora ottenuti nel 2017. Stiamo lavorando al raddoppio delle produzioni passando da 50 a 100 ettari. Si tratta di un prodotto di alta qualità, 100% sardo, alternativo alle angurie spagnole, e con un grado brix minimo di 11-12 gradi e un peso medio tra i 4 e i 6 chili". I programmi prevedono anche una conferma della mini anguria Gavina con 180 ettari coltivati (+10-

15%), una new entry sul melone 'Piel de Sapo' caratterizzato da una lunga shelf life. Anche i carciofi dovrebbero raddoppiare, raggiungendo i 20 milioni di capolini. Saranno confermati i pomodori Camone le cui produzioni, dopo i buoni riscontri del 2017, passeranno su un'area di 8 ettari. (e.z.)

## Accordo quadro tra Fedagro e Italmercati

È stato siglato l'8 febbraio a Berlino l'accordo quadro tra Fedagromercati e Italmercati. Le due associazioni raggruppano l'una i grossisti dei mercati italiani (sotto l'egida di Confcommercio) e l'altra gli enti gestori delle principali strutture mercatali del nostro Paese. Entrambe le organizzazioni hanno avuto negli ultimi anni una significativa crescita sotto la guida per Italmercati di Fabio Massimo Pallottini e per Fedagromercati di Valentino di Pisa. L'accordo prevede l'acquisizione da parte dei grossisti del marchio Qualità e Sicurezza promosso da Unioncamere e Mipaf, di lavorare sull'annoso problema dei crediti insoluti, di promuovere le imprese all'estero, di sviluppare attività innovative come per esempio l'e-commerce, di raccogliere e diffondere i prezzi rilevati quoti-

**JANNY MT**  
« la qualità duratura »

Installazione flessibile di  
**atmosfera controllata**  
naturale  
in cella frigorifera classica

Funghi - Frutta  
Fiori - Verdura

Flessibilità  
Freschezza e sicurezza  
Conservazione strategica

Janny MT France - www.jannymt.com - Tél. : +33 (0)3 85 23 96 20 - jannymt@jannymt.com