

**Filiera corta e
sostenibile per le
produzioni orticole
di quarta gamma**





ORTOFRUTTA E QUARTA GAMMA.

Il ruolo strategico del comparto in Italia

L'agricoltura è tra i comparti produttivi più dinamici dell'economia italiana, complessivamente in buona salute, in controtendenza rispetto al contesto economico recessivo.

Nel 2019 il settore agricolo insieme a silvicoltura e pesca ha registrato un valore della produzione di 61,6 miliardi di euro con un aumento dei prezzi del 1,1% e degli occupati del 0,2%. Il contributo della sola produzione agricola è pari a 57,3 miliardi di euro (pari al 93% dell'intero comparto), nonostante una stazionarietà della produzione (+0,1%) come risultato di una flessione dei volumi di produzione (-0,8%) e un aumento dei prezzi (+1%). Le unità economiche operanti nel settore agricolo sono oltre 1,5 milioni e ricoprono più di 12,8 milioni di ettari, con un'estensione media di 8,4 ettari e una produzione media di 39.000 euro per unità economica.

A livello territoriale il 60% della produzione è concentrata principalmente nel Sud Italia, mentre il resto è equamente distribuito tra Nord e Centro. Si tratta principalmente di realtà con una dimensione ridotta: il 65% ha una dimensione inferiore ai 5 ettari e di questi il 30% si estende per meno di 1 ettaro.

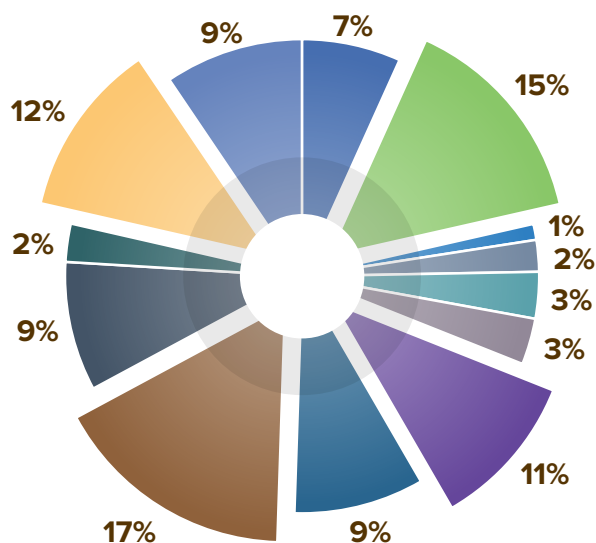
Il comparto è guidato dalle coltivazioni vegetali (29,49 miliardi di euro), seguite dai prodotti zootecnici (16,52) e dalle attività di diversificazione secondarie, come agriturismo, trasformazione di frutta, latte e carne, produzione di energia rinnovabile (11,48).

La ripartizione del valore della produzione agricola per tipologia di produzione è guidata dalle carni (17%), seguita dagli ortaggi (15%), attività di supporto all'agricoltura (12%) e prodotti vitivinicoli (11%). Nel panorama europeo, l'Italia si conferma il principale produttore agricolo europeo nel 2019, con 31,9 miliardi di euro in valore aggiunto. Italia, Francia e Germania, unitamente alla Spagna, superano il 50% della produzione agricola comunitaria. Anche il valore degli investimenti nel comparto agricolo rimane consistente: nel 2019 sono stati investiti 10.140 milioni di euro, un valore in significativa crescita rispetto ai cinque anni precedenti (CREA, 2020)¹.

L'industria ortofrutticola si attesta uno dei principali comparti dell'industria alimentare in termini di fatturato (11,07 miliardi di euro), numero di occupati (31.407 persone) e valore aggiunto (1,9 miliardi di euro)², costituendo circa il 23-24% del valore della produzione agricola³. L'ultimo censimento ISTAT disponibile effettuato nel 2010 segnala la presenza di poco più di 463.000 imprese agricole

LEGENDA

-  Prodotti Vitivinicoli
-  Cereali e legumi secchi
-  Frutta e agrumi
-  Ortaggi
-  Carni
-  Colture industriali
-  Latte
-  Florovivaismo
-  Uova e altri
-  Foraggiere
-  Attività di supporto all'agricoltura
-  Prodotti olivicoltura
-  Attività secondarie

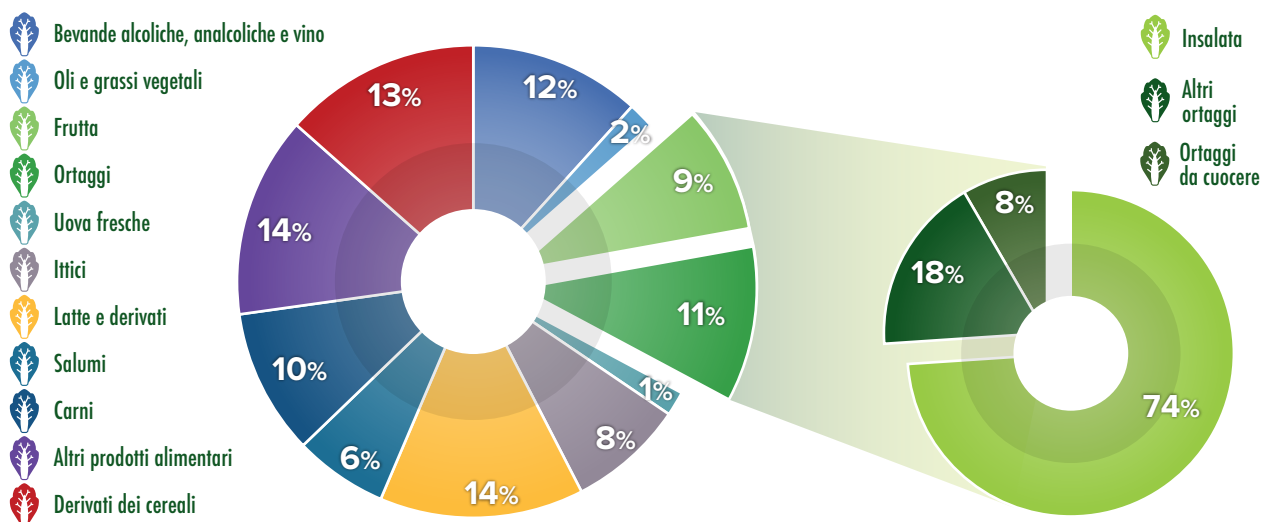


¹ CREA. *L'agricoltura italiana conta*. 2020

² ISMEA, FederAlimenta. *L'industria alimentare in Italia. Le performance delle imprese alla prova del Covid-19*. 2020

FILIERA CORTA E SOSTENIBILE PER LE PRODUZIONI ORTICOLE DI QUARTA GAMMA

operanti nel settore ortofrutticolo, di cui il 57,2% si concentra in quattro regioni del Sud Italia (Puglia, Campania, Sicilia e Calabria) e in una sola regione del Nord Italia (Emilia-Romagna). I dati relativi alle superfici produttive indicano che in Italia oltre 1 milione di ettari (pari all'8% della Superficie Agricola Utilizzata, SAU, italiana) sono destinati alla produzione di ortaggi, frutta, agrumi, legumi secchi e patate, evidenziando la centralità del comparto ortofrutticolo nel sistema agroalimentare nazionale⁴.



Il segmento degli ortaggi pronti al consumo si rivela più dinamico rispetto all'intero comparto ortofrutticolo grazie alla capacità di coniugare la praticità di utilizzo con un prodotto percepito dal consumatore come più "fresco, naturale e meno manipolato". Grazie al loro elevato contenuto di servizio, i prodotti di IV gamma soddisfano i nuovi stili di vita dei consumatori pur garantendo un'elevata qualità del prodotto. In Italia si contano oltre 500 aziende agricole impegnate nella produzione di ortaggi di IV gamma, le quali coltivano una superficie di 6.500 ettari e garantiscono una produzione complessiva annuale di 100.000 tonnellate di prodotti. Oltre il 30% della superficie destinata a colture di IV gamma è localizzato in Lombardia⁴.

Secondo elaborazioni ISMEA su dati del panel consumer Nielsen, gli ortaggi IV gamma rappresentano il 16% del valore degli acquisti domestici di ortaggi freschi delle famiglie italiane. All'interno del segmento, le insalate si confermano come il prodotto preponderante (74%), seguite da altri ortaggi come le carote baby o alla julienne (18%), e gli ortaggi da cuocere (8%)⁵. Nel 2019 le vendite degli ortaggi di IV gamma hanno segnato un aumento del +6,7% rispetto all'anno precedente.

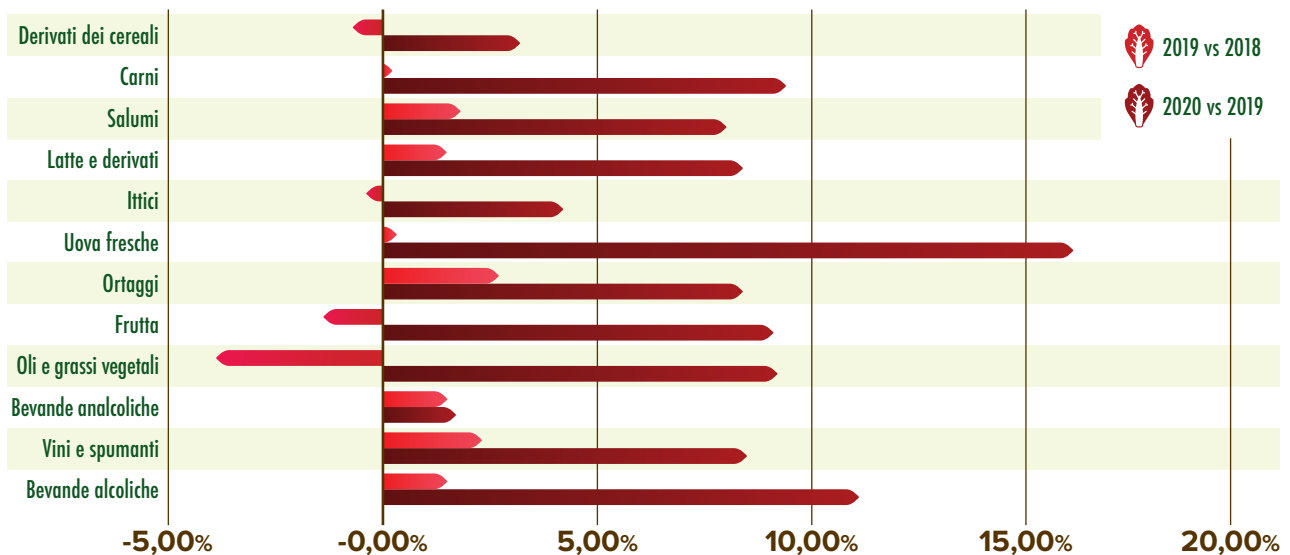
L'emergenza sanitaria COVID-19 ha ulteriormente esaltato la funzione essenziale della produzione agricola e agroalimentare e ne ha evidenziato la resilienza, riportando al centro del dibattito la necessità di misure volte a contrastarne la fragilità e le debolezze. Un cambiamento radicale delle abitudini alimentari dei consumatori italiani ha fatto registrare nel 2020 un incremento senza precedenti degli acquisti retail di prodotti ortofrutticoli. Secondo un'indagine di ISMEA, nei primi 9 mesi del 2020 si è registrato un incremento dei consumi domestici di frutta (+9,1%) e ortaggi (+8,4%) al di sopra della media degli altri generi alimentari (+7,1%). Nel 2019 l'incremento degli acquisti domestici di ortaggi era stato più modesto (+2,7%) mentre addirittura si registrava una flessione negativa per gli acquisti di frutta (-1,4%), evidenziando ulteriormente l'impatto positivo che la pandemia ha avuto sui consumi di ortofrutta.

Nel 2020, secondo la composizione dello scontrino per acquisti alimentari, gli ortaggi e la frutta hanno quindi acquistato una rilevanza consistente negli acquisti degli italiani: nel complesso pesano il 19,8% del totale (9,2% per la frutta e 10,6% per gli ortaggi), seguiti da latte e derivati (13,9%) e derivati dei cereali (13,4%)

³ Programma Rete Rurale Nazionale 2014-20. *Il settore ortofrutticolo alla sfida della nuova PAC: complementarità degli interventi tra I e II pilastro e prospettive*. Piano di azione biennale 2017-18. Scheda progetto Ismea 6.1 "No Double Funding"

⁴ Nomisma. *Rapporto sulla competitività del settore ortofrutticolo nazionale*. 2015

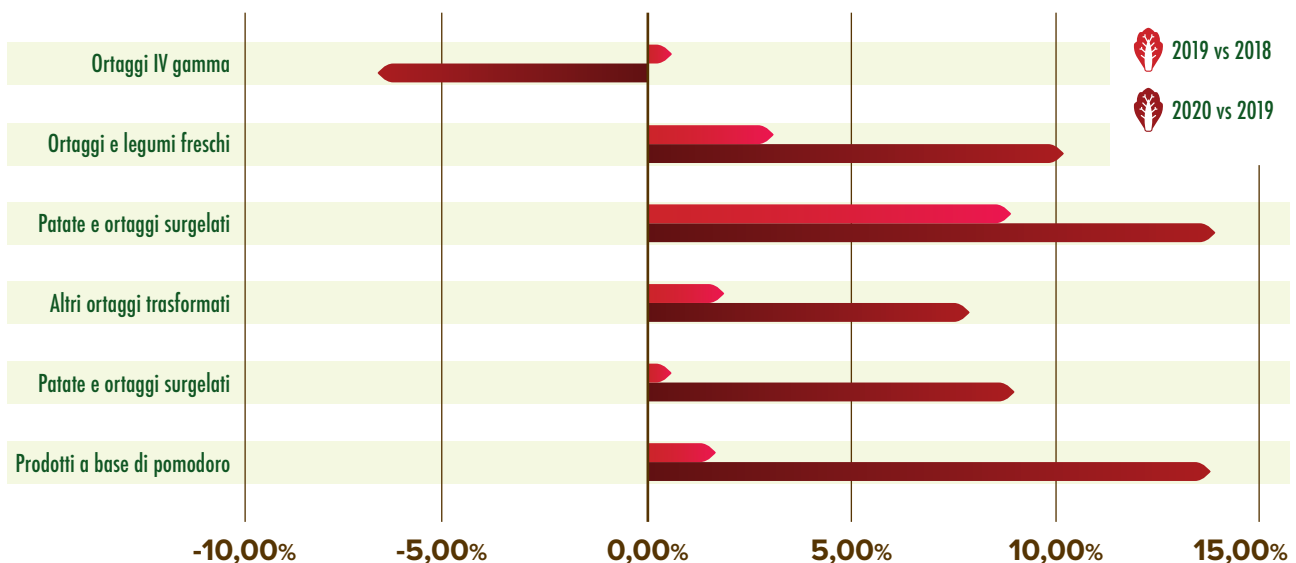
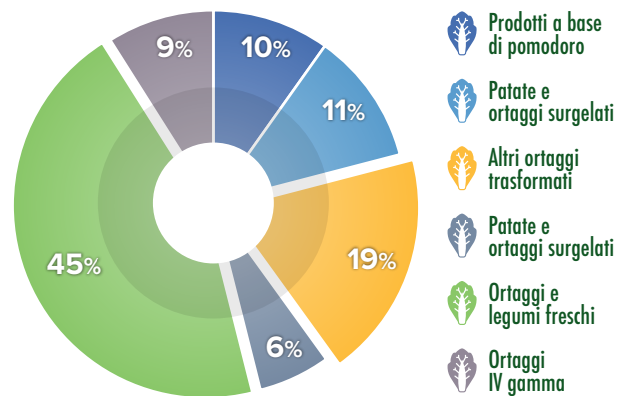
⁵ Figura: Composizione valore ortaggi iv gamma (2018). Fonte: ISMEA. Report consumi iv gamma 2019.



Nonostante il notevole incremento degli acquisti di prodotti ortofrutticoli, i prodotti di quarta gamma hanno subito una battuta d'arresto (-2,1% dei consumi domestici; -6,6% in riferimento ai soli ortaggi di IV gamma) connesso alla maggiore disponibilità di tempo da dedicare alla preparazione dei pasti a casa durante il periodo pandemico^{6,7}. Secondo le rilevazioni di mercato Nielsen, il settore della IV gamma ha chiuso il 2020 con un valore complessivo pari a 814 milioni di euro, il 7% in meno in valore rispetto al 2019 e il 4,5% in meno in volume⁸.

Tutte le altre categorie di ortaggi registrano invece un incremento positivo: in evidenza l'incremento della spesa per le patate (+13,9%), per i prodotti a base di pomodoro (+13,8%) e per gli ortaggi e i legumi freschi (+10,2%). Questi ultimi rappresentano il 45% degli acquisti domestici di ortaggi, risultando i protagonisti dello scontrino degli italiani del 2020.

Di contro, a causa della consistente riduzione degli acquisti che si è verificata nel 2020, secondo la composizione dello scontrino, gli ortaggi di IV gamma rappresentano una porzione molto più limitata (9%), davanti solo agli acquisti di patate (6%).



⁶ ISMEA. IV Rapporto sulla domanda e l'offerta dei prodotti alimentari nell'emergenza Covid-19. 2021

⁷ ISMEA. La congiuntura agroalimentare del III trimestre, le anticipazioni e le prospettive. Agrimercati. 2020

⁸ <https://www.myfruit.it/trend-mercati/2021/02/la-iv-gamma-chiude-il-2020-con-un-valore-complessivo-di-814-milioni.html>



PER UNA FILIERA CORTA E SOSTENIBILE.

Il ruolo centrale delle organizzazioni di produttori nella filiera ortofrutticola

Il sistema organizzativo della filiera agroalimentare gioca un ruolo cruciale nel miglioramento della redditività delle produzioni agricole, anche attraverso economie di scala in grado di supportare i piccoli produttori e garantire condizioni di crescita per tutti gli operatori.

I fattori climatici ed economici ricoprono un ruolo determinante nella valorizzazione dei prodotti agricoli, influenzandone le logiche di intermediazione, distribuzione e quindi prezzo dal campo fino al punto vendita. Una filiera più corta ed integrata contribuisce a riconoscere un maggiore premio a quelle aziende che investono in innovazione e sostenibilità, qualificare l'offerta in grado di rispondere con maggiore efficienza alla crescente domanda di qualità e di servizi del consumatore.

Nel settore ortofrutticolo, il perseguimento di questi obiettivi è ricoperto dalle **Organizzazioni di produttori (OP)** alle quali si deve la concentrazione e qualificazione l'offerta a beneficio della posizione contrattuale dei produttori rispetto a intermediari e operatori della grande distribuzione.

Le **Organizzazioni di Produttori (O.P.)** e le **Associazioni di Organizzazioni di Produttori (A.O.P.)** svolgono infatti un ruolo cruciale di tutela dell'interesse collettivo e promozione dello sviluppo regionale delle aziende agricole loro associate. Enti aggregativi e di rappresentanza le OP promuovono un sistema programmato di produzione che garantisce alta efficienza, un migliore posizionamento del prodotto sul mercato e una riduzione dello squilibrio di capacità negoziale rispetto agli operatori della Grande Distribuzione Organizzata.

Le OP fungendo da interlocutore unico nei confronti del mercato, sono in grado di assicurare prodotti adeguati alla domanda in termini quantitativi, qualitativi e di continuità, tutelano i piccoli produttori dall'obbligo di dover accettare condizioni contrattuali sfavorevoli⁹ e inoltre forniscono agevolazioni alle aziende loro associate stimolando attività di ricerca e sviluppo. Le OP agendo come capofila nei progetti di filiera, assicurano l'assistenza tecnica, accrescendo dunque le probabilità di accesso ai fondi comunitari¹⁰. I membri delle OP possono inoltre avvalersi di strumenti, infrastrutture, macchine fornire dall'OP che diversamente non potrebbero affrontare, così da adeguare tempestivamente il proprio modello di produzione alle evoluzioni del mercato.

Nel 2021 l'elenco nazionale delle OP/AOP italiane¹¹ annovera **636 organizzazioni ortofrutticole** con **86.775 produttori agricoli associati**⁴, evidenziando un interesse associativo crescente da parte delle aziende agricole nonché un sistema di OP/AOP strutturato ed efficiente.

Nel 2015, circa un terzo della superficie ortofrutticola nazionale era coltivato da agricoltori associati in OP (e AOP), pari a circa 354 mila ettari. Questo valore presenta una tendenza all'aumento: nel 2012, infatti, gli ettari coltivati da soci di OP erano circa 20.000 di meno. Ma il dato più interessante è la quantità di produzione che questi soci di OP rappresentano: con una produzione commercializzata pari a circa 12.000 tonnellate nel 2015, infatti, essi rappresentavano il 50% dell'intera produzione ortofrutticola nazionale, sebbene persista una difformità notevole tra le diverse regioni. In alcune regioni, questo valore è addirittura superiori al 100% in quanto di tratta di organizzazioni sovragionali¹². Le regioni che mostrano una maggiore propensione all'interregio-

⁹ Nucera M. et al, La catena del valore Ismea per la valutazione dell'impatto delle OP ortofrutticole, Agriregionieuropa anno 12 n°46, Set 2016

¹⁰ ISMEA, MIPAAF. *Il settore ortofrutticolo alla sfida della nuova PAC: complementarità degli interventi tra I e II pilastro*. Rete Rurale Nazionale 2014-2020. 2018

¹¹ <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/3951>

¹² Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali. *OCM-Ortofrutta. Strategia nazionale 2018-2022*. Documento elaborato ai sensi dell'articolo 36 del regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio. Versione adottata con DM n. 4969 del 29 agosto 2017

nalità delle loro OP, ossia che coinvolgono maggiormente soci di altre regioni nei loro programmi operativi, sono Lombardia, Emilia-Romagna, Veneto, Toscana, Abruzzo, Campania, Lazio e Puglia⁸.

I produttori agricoli di insalate destinate al mercato della quarta gamma si occupano generalmente della prima fase della filiera che comprende semina, coltivazione e raccolta. Piccole aziende agricole si raggruppano sotto lo stesso grande produttore che si occupa della lavorazione e conservazione del prodotto. Queste aziende ricevono, infatti, la materia prima dagli agricoltori loro associati per poi prepararla, attraverso le fasi di cernita, taglio, lavaggio ed asciugatura, al packaging e alla distribuzione finale.

Questo sistema altamente organizzato ed integrato garantisce una maggiore efficienza della filiera ed una maggiore competitività dei prodotti sul mercato, favorendo un miglior posizionamento del prodotto e una riduzione dello squilibrio di capacità negoziale tra aziende agricole.

Rispetto al singolo produttore agricolo, le **grandi aziende ad alta qualità di servizio** permettono la standardizzazione della produzione a cui anche gli agricoltori soci si devono adattare. Allo stesso tempo, il fatto di poter far riferimento ad aziende agricole dislocate lungo l'intera penisola permette alle industrie di IV gamma di rifornirsi nelle zone di produzione maggiormente vocate, partendo già in origine da un prodotto di qualità. Ciò si traduce in una più elevata qualità del prodotto finito e garantisce il controllo di tutte le fasi della filiera, assicurando una più efficace tracciabilità del prodotto. Inoltre, molte aziende operatrici riuniscono prodotti da agricoltori diversi ma simili per processo produttivo sotto lo stesso brand, rendendo il prodotto facilmente identificabile soprattutto nel contesto della Grande Distribuzione (GD) e della Grande Distribuzione Organizzata (GDO) in modo da accrescere la fiducia e la fidelizzazione del consumatore verso il prodotto.

Secondo gli ultimi dati disponibili, in Italia sono presenti 65 aziende produttrici di IV gamma, di cui circa 30, localizzate quasi integralmente nel Nord Italia, hanno un volume di affari superiore al milione di euro ed un mercato ampio e non circoscritto a livello territoriale. Al contrario, nel Sud Italia sono presenti principalmente micro e piccole imprese a carattere principalmente artigianale che fronteggiano un mercato estremamente circoscritto.

I fattori di successo di queste imprese si basano principalmente su un ciclo logistico ed efficiente che minimizzi gli scarti prodotti e, in generale, i costi logistici che incidono per un terzo sul prezzo di vendita e sui margini commerciali. Infatti, il prezzo di vendita è uno dei più importanti driver che guida il consumatore nell'acquisto di un prodotto di IV gamma; la consistente differenza di prezzo tra prodotto fresco e quelli di IV gamma ha reso necessaria un'ottimizzazione del rapporto qualità/prezzo del prodotto finito. Infine, risulta centrale per il successo della IV gamma la differenziazione dei prodotti che le imprese sono in grado di proporre in modo da incontrare le diverse esigenze del mercato¹³.

Il sistema di logistica e della grande distribuzione rappresenta l'ultimo step della filiera prima di raggiungere il consumatore.

La grande distribuzione organizzata (GDO) svolge un ruolo strategico nelle ultime fasi della filiera della IV gamma. La GDO rappresenta infatti il principale canale distributivo per i prodotti ortofrutticoli ed è responsabile della vendita del 72% del volume di prodotti di IV gamma¹⁴. Tuttavia, il primo canale per il biologico, responsabili di oltre il 46% del venduto, è rappresentato dai negozi specializzati (prevalentemente localizzati al centro-nord), mentre la GDO rappresenta solo il 27% del venduto in valore¹⁵.

Negli ultimi anni, la grande distribuzione, per ampliare e valorizzare la propria gamma di prodotti e aumentare le vendite dei prodotti ortofrutticoli, ha operato in modo da soddisfare le esigenze del consumatore puntando sempre più su prodotti freschi, ricchi in servizio e naturali, pur man-

¹³ CORERAS, OESAAS. *I prodotti di IV gamma in Europa e in Italia*. 2004

¹⁴ CORERAS, OESAAS. *I prodotti di IV gamma in Europa e in Italia*. 2004

¹⁵ Nomisma. *Rapporto sulla competitività del settore ortofrutticolo nazionale*. 2015

¹⁶ <http://www.corriereortofrutticolo.it/2020/02/17/prezzo-minimo-tutta-europa-si-muove-ma-non-succederà-niente-intanto-gasbarrino-esterna/>

tenendo prezzi bassi e competitivi. La GDO svolge quindi un ruolo fondamentale nella determinazione del prezzo dei prodotti ortofrutticoli, impattando fortemente su tutti i passaggi della filiera produttiva. Tuttavia, la politica di prezzi bassi praticata dalla GDO ha conseguenze reali sui produttori. Il maggiore potere contrattuale delle GDO rispetto ai fornitori agricoli consente loro di decidere i prezzi indipendentemente dalle richieste degli agricoltori, non riconoscendo dunque il valore effettivo del prodotto¹⁶. Dall'altra parte però le GDO vedono nella sostenibilità un elemento competitivo per promuovere i propri prodotti sul mercato e migliorare la reputazione del proprio brand. Pertanto, impongono solitamente ai fornitori requisiti più stringenti rispetto ai limiti ambientali previsti dalle normative: sono, ad esempio, richiesti prodotti con un livello residuo di agrofarmaci inferiore ad almeno il 50% (in alcuni casi anche 70%) rispetto a quanto stabilito a livello comunitario. Questo genera un problema per gli operatori che sono costretti ad affrontare costi ulteriori per il controllo delle richieste e per l'utilizzo di metodi più sostenibili che rispondano alle richieste della GDO, nonostante un inadeguato prezzo d'acquisto della materia prima¹⁸. Questo sistema, dunque, sebbene in un primo momento sembri incentivare le pratiche sostenibili, di fatto non ricompensa adeguatamente l'agricoltore che non può permettersi dal punto di vista economico di utilizzare pratiche sostenibili ed eco-compatibili nelle sue coltivazioni, in quanto più costose rispetto all'utilizzo di agrofarmaci standard. Si rende quindi necessaria una maggiore sensibilizzazione della GDO sul tema dei prezzi che dovrebbero rispecchiare la qualità intrinseca del prodotto e la sua sostenibilità e non basarsi su meri criteri di costo. La scelta di fornitori più sostenibili permetterebbe alla GDO di perseguire i suoi obiettivi di basso impatto ambientale andando incontro alle richieste del consumatore per prodotti più green e rappresenterebbe, allo stesso tempo, un driver fondamentale per lo sviluppo di un'agricoltura più competitiva nel contesto socioeconomico e ambientale moderno.



¹⁷ Oliver Wyman. *Surprises in store*. Fruit Logistica trend report. 2019

¹⁸ Grunert K.G., Hieke S., Wills J. *Sustainability labels on food products: Consumer motivation, understanding and use*. Food Policy 44 (2014) 177-189



QUALITÀ, SICUREZZA E TRASPARENZA.

Le certificazioni di sostenibilità facilmente leggibili dal consumatore.

Cresce la consapevolezza del consumatore della rilevanza delle scelte di acquisto nel contrasto ai cambiamenti, nonché il desiderio di agire per favorire una migliore salute ambientale attraverso l'adozione di comportamenti sostenibili. L'uso di etichette "trasparenti" gioca in questo contesto un ruolo cruciale, soddisfacendo l'attenzione dei consumatori alla provenienza, al processo di coltivazione e lavorazione e alla freschezza dei prodotti¹⁷. Etichette ambientali che evidenziano la sostenibilità di un prodotto permettono al consumatore di scegliere prodotti più rispettosi dell'ambiente, promuovendo comportamenti di consumo responsabili, ma allo stesso tempo avvantaggia anche il produttore in quanto metodo di comunicazione semplice ed efficace della produzione sostenibile di un alimento, rappresentando un driver di acquisto per il consumatore.

Secondo il catalogo ecolabelindex.com, sono disponibili circa 432 schemi diversi di etichettatura in 246 paesi, di cui 147 includono standard per alimenti e bevande. Se da una parte la crescita del numero di etichette *green* può essere interpretata come un segno di successo degli schemi di sostenibilità incrementando le vendite dei prodotti così etichettati, un numero eccessivo unito alla mancanza di etichette standardizzate di sostenibilità può comportare confusione nei consumatori al momento dell'acquisto, limitando l'uso di tali etichette¹⁸. Si rendono dunque necessarie policy uniformi e standardizzate a livello nazionale ed europeo per l'etichettatura dei prodotti in termini di sostenibilità ambientale al fine di rendere più efficiente l'intero sistema di etichettatura, rispondendo nel contempo alle esigenze dei consumatori per una maggiore trasparenza sulle proprietà e il processo di produzione degli alimenti acquistati.



Oltre la produzione: packaging sostenibile per gli ortaggi di IV gamma

La sostenibilità dei prodotti ortofrutticoli non è legata solamente alla loro produzione, ma l'uso di imballaggi sostenibili è diventato una priorità fondamentale per garantire la sostenibilità dei prodotti alimentari. Quasi 9 italiani su 10 sono preoccupati dell'impatto che le confezioni di plastica generano sull'ambiente e questo si riflette in una maggiore tendenza a comportamenti d'acquisto che tengano conto anche degli aspetti ambientali legati al packaging: il 65% degli italiani preferirà - nei prossimi 12 mesi - acquistare prodotti con poco imballaggio (+ 15% rispetto ad oggi), il 59% prodotti con un packaging sostenibili (+14%), il 57% ridurrà l'acquisto di prodotti con imballaggi in plastica vergine riciclata (+12%). È quanto emerge dalla terza edizione dell'Osservatorio Packaging del Largo Consumi, realizzato da Nomisma in collaborazione con SpinLife-Università di Padova. Nello stesso studio, emerge che per un italiano su quattro il principale driver di scelta dei prodotti alimentari è la presenza di una confezione sostenibile. Non solo, un packaging non sostenibile rappresenta un buon motivo di abbandono di una marca: negli ultimi 6 mesi, infatti, il 14% degli italiani ha smesso di acquistare prodotti a causa di una confezione che non presentava elementi di sostenibilità e più della metà degli intervistati ha dichiarato che potrebbe farlo nel 2021¹⁹. Risulta, quindi, fondamentale per i produttori di ortaggi e frutta IV gamma adattarsi a questa tendenza scegliendo per i loro prodotti imballaggi sostenibili ed eco-compatibili. Un esempio virtuoso di questa pratica è rappresentato da Dimmi di Sì, il brand de "La linea verde" dedicato ai prodotti di IV gamma, con la nuova linea "Un Sacco Verde", un gamma di insalate fresche contenute in confezioni biodegradabili e compostabili che possono essere smaltite nella raccolta organica²⁰.

¹⁹ <https://www.nomisma.it/osservatorio-packaging-del-largo-consumo-sostenibilita-e-packaging-nel-new-normal/>

²⁰ <https://www.myfruit.it/mytech/2020/09/quarta-gamma-dimmidisi-lancia-la-linea-un-sacco-green.html>



L'ORGANIZZAZIONE DI PRODUTTORI SOLE E RUGIADA.

I numeri della filiera

L'Organizzazione di Produttori Sole e Rugiada è una Società Agricola Consortile per Azioni che riunisce **73 Aziende Agricole** - 60% attive in Lombardia - che forniscono diverse tipologie di insalate destinate soprattutto alla filiera della IV Gamma. Le **aree coltivate raggiungono i 2.000 ettari** e assicurano una produzione annua di 42.000 tonnellate. Le aree coltivate si distribuiscono principalmente in Lombardia, Campania, Emilia-Romagna, Piemonte, Marche e Puglia, ma si registrano soci produttori anche in Toscana, Veneto e Abruzzo nonché nella regione spagnola della Murcia, caratteristica che classifica Sole e Rugiada come OP transnazionale.

La produzione dei soci dell'OP Sole e Rugiada riguarda prodotti orticoli destinati al mercato interno ed estero, rivolgendosi preferibilmente alla grande distribuzione (GD) e alla grande distribuzione organizzata (GDO). Gli ordinamenti colturali si focalizzano principalmente su ortaggi a foglia tenera - valeriana, cicorino, rucola, spinacino, lattughino, varietà di brassiche orientali - prodotti in coltura protetta e su ortaggi a cespo - cicorie, radicchio, brassicacee, lattughe, liliacee, indivie - coltivate in pieno campo. Queste colture sono destinate alla vendita sfusa in cassa (mercato di I gamma) e alla vendita come insalate pronte all'uso (mercato di IV gamma). Buona parte del fatturato delle aziende socie di Sole e Rugiada deriva principalmente dalle vendite di IV gamma.

Tra le aziende socie di Sole e Rugiada si raggruppano le aziende agricole di proprietà del Gruppo **La Linea Verde**²¹, che, con oltre 330 milioni di fatturato nel 2019 e più di 250 tonnellate di materia prima lavorata ogni giorno, è uno dei maggiori produttori nazionali di prodotti ortofruttili freschi nonché leader nella commercializzazione di prodotti di IV gamma. Attualmente sono in produzione 35 linee di lavorazione e la gamma offerta è costituita da circa 300 referenze tra cui insalate pronte, piatti pronti, zuppe fresche e snack confezionati. Attraverso un rapporto solido e di condivisione, le aziende agricole di Sole e Rugiada si fanno partecipi di una **filiera corta, tracciata e dinamica** che ricopre oltre 2000 ettari di coltivazioni per garantire tutto l'anno l'approvvigionamento di materia prima di qualità necessaria per gli stabilimenti produttivi di La Linea Verde.

La Linea Verde aderisce al programma di **filiera controllata e certificata**: da più di 15 anni i suoi stabilimenti sono certificati UNI EN ISO 22005 (certificato di rintracciabilità nelle filiere agroalimentari), UNI EN ISO 9001:2000 (per la gestione del sistema di qualità) e ISO 14000 (per la certificazione ambientale). Tutti i prodotti agricoli dell'OP Sole & Rugiada sono inoltre certificati - dal 2002 - secondo il riferimento DT3, coltivati seguendo i principi della **"produzione a lotta integrata"** che garantisce un livello di residuo di fitofarmaci inferiore al 70% del tetto consentito per legge. Inoltre, nell'O.P. Sole e Rugiada aderiscono anche aziende a conduzione biologica.

Sole e Rugiada offre assistenza tecnica a tutte le aziende agricole afferenti alla propria Organizzazione, sostenendo il miglioramento della organizzazione economica dei produttori ortofruttili ed incentivando tecniche di produzione e di gestione che rispettino l'ambiente in particolare la biodiversità, nonché la qualità e sicurezza dei prodotti ortofruttili. Sole e Rugiada, grazie ad una conoscenza dettagliata delle problematiche di carattere fitosanitario delle colture orticole e della normativa vigente relativa alla produzione integrata e biologica, assiste inoltre le aziende agricole a garantire l'osservanza del disciplinare tecnico regionale e/o della standard biologico a cui esse aderiscono.

²¹ <https://www.lalineaverde.it/>

FILIERA CORTA E SOSTENIBILE PER LE PRODUZIONI ORTICOLE DI QUARTA GAMMA

Tutte le fasi della filiera, dall'approvvigionamento programmato fino alla distribuzione sono supportate da una continua attività di ricerca e sviluppo che assicura **innovazione** e **sostenibilità** di filiera, due pilastri chiave dell'attività di Sole e Rugiada. Tra le finalità statuarie dell'Organizzazione di Produttori si annoverano:

- il **miglioramento della organizzazione economica** dei produttori ortofrutticoli nel suo complesso con conseguente aumento della competitività sul mercato;
- la possibilità di porre allo studio e quindi **realizzare progetti di largo respiro** con conseguenti significative economie per la promozione della conoscenza e del consumo di ortofrutticoli;
- la **promozione di pratiche colturali e tecniche di produzione e di gestione** che rispettino l'ambiente in particolare per favorire la biodiversità;
- la **partecipazione, per conto dei suoi soci, a programmi finanziati dalla Unione Europea** per azioni tese ad incentivare e migliorare la qualità e la salubrità dei prodotti ortofrutticoli.





RICERCA e SVILUPPO.

Buone pratiche a basso impatto ambientale per il contenimento di Tomato Spotted Wilt Virus

L'agricoltura e l'industria agroalimentare giocano un ruolo cruciale nella transizione verso modelli di produzione sostenibili assicurando tutela della biodiversità e ridotto impatto ambientale lungo tutta la filiera dalla coltivazione, lavorazione fino alla tavola del consumatore. Attraverso la partecipazione a finanziamenti europei e nazionali, l'OP Sole e Rugiada sostiene numerose attività di Ricerca e Sviluppo per promuovere azioni tese ad incentivare e migliorare la qualità e la salubrità dei prodotti ortofrutticoli, nonché favorire pratiche agricole a basso impatto ambientale. A partire dal 2020 Sole e Rugiada ha inoltre avviato un ingente investimento in mezzi agricoli di proprietà con caratteristiche innovative di "Agricoltura 4.0" che consentano lavorazioni efficienti e a basso impatto ambientale. Nel prossimo biennio, infatti, l'obiettivo dell'OP è quello di produrre insalate con metodi sperimentali eco-compatibili e a basse emissioni di CO₂.

Nello specifico, OP Sole e Rugiada si è focalizzata negli ultimi anni nello sviluppo di pratiche agricole volte a contrastare il **Tomato Spotted Wilt Virus - TSWV** tra i patogeni più diffusi e persistenti a livello mondiale, in grado di infettare oltre 1.000 specie di piante, e responsabile di ingenti perdite e crisi di mercato del comparto ortofrutticolo. I cambiamenti climatici e la progressiva riduzione delle precipitazioni hanno contribuito all'incremento dell'incidenza di questo patogeno propagato da insetti-vettori difficilmente contrastabili con agrofarmaci e insetticidi.

In tale contesto, l'OP Sole e Rugiada in collaborazione con l'Università degli Studi di Milano e alcune delle sue aziende socie ha sviluppato due progetti - **PROVIRVE** e **INPACT** - centrali nella lotta al TSWV e ai tripidi vettori con lo scopo di promuovere **buone pratiche** nelle **produzioni orticole**, in particolare insalate, indivie e cicorie per quarta gamma in grado di contrastare l'insorgenza di patogeni Tospovirus e incoraggiare l'adozione di soluzioni sostenibili per la conservazione della fertilità dei suoli.

PROVIRVE ("Protocolli operativi di lotta integrata e biologica per il contenimento di Tomato Spotted Wilt Virus e tripidi vettori su insalate destinate alla filiera di IV gamma") è il primo progetto finanziato da Regione Lombardia nel contesto dei bandi dedicati alle Filiere agroalimentari del Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 FEASR – Misura 16.2.01 "Progetti pilota e sviluppo di innovazione" che ha visto l'OP Sole e Rugiada promotrice di un'iniziativa volta al contenimento di TSWV. Oltre all'OP Sole e Rugiada, il progetto ha coinvolto anche le OP Oasi, Isola Verde e Ortonatura, le aziende agricole Punto Verde e Agripoli e l'Università degli Studi di Milano.

Nello specifico, il progetto si è concentrato sul **contenimento di tripidi vettori di TSWV attraverso la strategia del *push and pull***, preservando la biodiversità delle specie presenti negli appezzamenti oggetto di studio. Introdurre nelle aziende di prodotti a basso impatto come nematodi, acari e insetti predatori è una pratica attuabile, anche se costosa, che permette di contenere e controllare in modo naturale l'azione d'insetti parassiti dannosi per le colture tramite un'azione antagonista. I risultati del progetto hanno evidenziato un impatto rilevante legato all'utilizzo di insetti *Orius laevigatus* mentre i trattamenti con nematodi e acari sono risultati meno significativi non sufficienti ad abbattere in modo significativo la pressione del vettore di TSWV.

INPACT ("Introduzione di Nuovi Prodotti e pratiche Agronomiche a basso impatto ambientale per il Contenimento di Tomato Spotted Wilt Virus") rappresenta la naturale prosecuzione del precedente progetto e implementa le misure di contenimento di TSWV presentate da PROVIRVE, tramite le seguenti attività specifiche non presenti nel progetto precedente:

- **Protocolli di rilevamento di TSWV e contrasto alla diffusione di insetti-vettori**
La sperimentazione applicata alle coltivazioni di cicoria pan di zucchero mira a identificare sintomi di TSWV e la presenza di insetti-vettori, in particolare *Frankliniella Occidentalis* uno dei maggiori responsabili della trasmissione del patogeno. L'installazione di trappole cromotropiche consente di monitorare la presenza di insetti dannosi e ne favorisce la cattura massiva. L'utilizzo di trappole cromotropiche un limitato impatto ambientale e riduce l'utilizzo di sostanze tossiche nell'ambiente e sulla vegetazione delle piante.
- **Biochar e Trichoderma per la prevenzione di TSWV**
La sperimentazione prevede l'uso combinato di biochar e Trichoderma (presso l'Azienda agricola Punto Verde) e con solo Trichoderma (Azienda Agripoli), e mira a dimostrare una minore attrattività di insetti-vettori. Il biochar costituito da 90% di contenuto di carbonio è un potente ammendante e favorendo la disponibilità prolungata degli elementi nutritivi per le piante, migliora la struttura del terreno e diminuisce il fabbisogno di acqua e fertilizzanti.
- **Saggio di resistenza a TSWV e Life Cycle Assessment**
La sperimentazione prevede la selezione di cicorie pan di zucchero resistenti a TSWV. Saggi real time PCR e immunoenzimatici contribuiscono a quantificare differenze tra piante trattate con biochar con quelle di controllo. I dati derivanti dall'analisi del terreno e tramite Life Cycle Assessment sono utilizzati per determinare l'influenza delle diverse pratiche agronomiche e suggerire quindi eventuali correzioni riguardanti la concimazione o la somministrazione di organismi utili.

Le attività sperimentali dell'iniziativa INPACT sono svolte in partnership con il Dipartimento di Scienze Agrarie e Ambientali dell'Università degli Studi di Milano, e dalle aziende agricole Agripoli e Punto Verde.

Anche il progetto INPACT è un progetto finanziato da Regione Lombardia nel contesto del Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 FEASR - P.I.F. 2 - Misura 16.2.01 "Progetti pilota e sviluppo di innovazione", che sostiene iniziative di cooperazione per innovazione gestionale, di processo e di prodotto, l'adozione di nuove tecnologie o di pratiche migliorative, l'adattamento di pratiche o tecnologie in uso e la disseminazione dei risultati ottenuti.



Inpact



Realizzato con il contributo editoriale di Consorzio Italbiotec www.italbiotec.it



PSR LOMBARDIA
L'INNOVAZIONE
METTE RADICI
2014 2020



**Regione
Lombardia**

Programma di Sviluppo Rurale 2014 - 2020

Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

Pubblicazione realizzata con il cofinanziamento del FEASR
Responsabile dell'informazione: O.P. Sole e Rugiada S.A.C.p.A.
Autorità di Gestione del Programma: Regione Lombardia