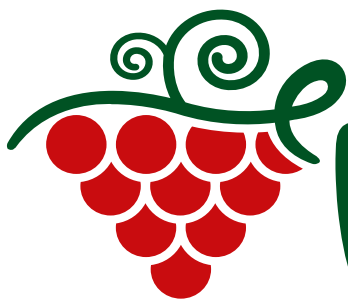




ISSUE **01**

Viviana

L'uva da tavola, dalla pianta al mercato.

MAGAZINE



TRA MITO E STORIA

L'uva da tavola ha accompagnato l'uomo nei secoli.

LE VARIETÀ

Un prodotto capace di soddisfare ogni palato.

IL MERCATO

Le criticità del mercato interno e il successo planetario.

TUTTO SALUTE

Tante proprietà in un acino d'uva.

EDITORIALE

Il progetto *Viviana* nasce come opportunità di valorizzazione dell'uva da tavola di qualità di origine italiana. Come promotori del progetto, in collaborazione con le Organizzazioni di Produttori aderenti, **intendiamo perseguire un obiettivo ambizioso: pervenire a una graduale semplificazione e, allo stesso tempo, a un rinnovamento delle campagne informative-promozionali relative alla nostra uva.** Negli ultimi anni, infatti, le campagne informative sono state portate avanti dai singoli operatori e dalle imprese che operano ai vari livelli della filiera dell'uva da tavola, oggi invece, con il progetto *Viviana*, queste iniziative possono entrare a far parte di un disegno comune.

**"INTENDIAMO PERSEGUIRE
UN OBIETTIVO AMBIZIOSO"**

Tuttavia, *Viviana* non è soltanto un progetto d'informazione e comunicazione ma è innanzitutto **un'idea diversa di valorizzazione del prodotto, attraverso cui sopperire alla frammentazione dell'offerta** che, nonostante le politiche di aggregazione messe in campo in tutti questi anni, rappresenta a tutt'oggi una delle principali cause di fragilità per il comparto. Il cammino che abbiamo intrapreso è quindi volto a sostenere le Organizzazioni di Produttori nello sforzo di uniformare, per quanto possibile, non soltanto la comunicazione ma anche il prodotto e le sue modalità di presentazione. Solo in questo modo il prodotto delle Organizzazioni di Produttori potrà essere facilmente riconoscibile da parte del consumatore, grazie all'evidenza di una comunicazione "comune" e di una condivisione di comuni standard qualitativi.

Intendiamo pertanto riconoscerci e farci conoscere con il marchio *Viviana* senza però tralasciare l'individualità e la storia commerciale che stanno dietro a tutti gli aderenti a questa iniziativa.

In questo primo anno di attività abbiamo scelto di utilizzare diversi canali di comunicazione – dalla stampa specializzata di settore, alla comunicazione on line (sito internet, facebook ecc.) – per rivolgerci direttamente ai consumatori e abbiamo realizzato questo periodico cartaceo diretto ai responsabili degli acquisti.

Questo rappresenta il primo passo di un per-



corso, certamente più complesso, orientato a favorire un mutamento e allo stesso tempo un'evoluzione del tradizionale rapporto esistente tra le Organizzazioni dei Produttori e i *buyers* della GDO: non più semplici fornitori di un prodotto, di qualità chiaramente indiscussa, bensì partner con cui condividere le complessità del mercato e anche le soluzioni che all'interno del punto vendita, quindi nella fase più prettamente commerciale, possano consentire di valorizzare al meglio l'uva italiana di qualità a marchio *Viviana*.

**"NON PIÙ SEMPLICI FORNITORI
DI UN PRODOTTO MA PARTNER"**

Per noi, "essere partner" significa condividere gli impegni in modo da vendere al meglio le nostre uve da tavola e fornire risposte adeguate alle richieste del consumatore anche nel punto vendita. A tale scopo vogliamo proporre alla GDO iniziative condivise atte a fidelizzare il consumatore e a promuovere l'immagine dell'uva italiana di qualità a marchio, rendendola facilmente riconoscibile e apprezzata all'interno del punto vendita.

Questi sono gli obiettivi che ci siamo posti insieme alle Organizzazioni dei Produttori che hanno creduto nel progetto *Viviana* fin dal principio. Apoc Salerno, Assofruit Italia, Di Donna, Agritalia, Puglia Viva, Frutta più, Agricola Hortoitalia, imprese che producono uva da tavola per circa 87 milioni di euro e che per prime hanno aderito a questa stimolante iniziativa. *Viviana* rimane un progetto aperto alla partecipazione anche di altri soggetti, sia produttori che operatori del mondo del commercio e della distribuzione, che nei prossimi mesi intenderanno lavorare con noi per "fare cultura" del prodotto Uva a tutti i livelli della filiera, tanto in Italia che all'estero. Buon lavoro a tutti.

Vincenzo Falconi

Direttore Italia Ortofrutta – Unione Nazionale



8



L'UVA NEL MONDO LA COLTIVAZIONE DELLA VITE

Dal Mediterraneo alla conquista
del mondo.

21



UNA SCELTA DI QUALITÀ VIVIANA

Un progetto innovativo
per la promozione dell'uva di qualità.

5



TRA MITO E STORIA DALLE ANTICHE CIVILTÀ AI GIORNI NOSTRI

L'uva da tavola ha accompagnato
l'uomo nei secoli.

11



VARIETÀ PARLIAMO DI UVA AL PLURALE

Un prodotto capace di soddisfare
ogni palato.

16



IL MERCATO L'UVA ITALIANA

Le criticità del mercato interno
e il successo planetario.

26



TUTTO SALUTE IL BENESSERE IN UN ACINO

Tante proprietà in un acino d'uva.

28



L'ANGOLO DEL GUSTO L'UVA IN CUCINA

Proposte stuzzicanti
dall'antipasto al dolce.

30



CURIOSITÀ LO SAPEVATE CHE...

"VIVIANA MAGAZINE"
anno I – n° 1
Reg. al Tribunale di Forlì
il 15/10/2014 n°3
www.vivianaluvaitaliana.it

Editore: Menabò Group s.r.l.
Direttore Responsabile:
Stefano Scozzoli

Progetto Grafico:
Francesca Fantini
Lisa Tagliaferri
Elaborazione Testi:
Vincenzo Colaprice

Menabò Group s.r.l.
Via Napoleone Bonaparte, 50
Tel. 0543.798463
www.menabo.com
info@menabo.com

Comitato di redazione:
Dott. Vincenzo Falconi
Dott. Marco Ciofo
Dott.ssa Flora Moriconi
Michele Iurescia
Giulio Tagliani

Stampa: Edizioni Montefeltro

Chiuso per la stampa
nel mese di ottobre 2014



DALLE ANTICHE CIVILTÀ AI GIORNI NOSTRI

L'uva da tavola ha accompagnato l'uomo nei secoli

Non esiste un frutto che abbia segnato la storia delle civiltà antiche e moderne come l'uva. Grappoli dorati o neri appaiono nelle rappresentazioni pittoriche, nelle decorazioni musive e nelle cerimonie religiose di una grande quantità di popolazioni. **I primi cenni storici e leggendari della coltivazione della vite si trovano alle radici della cultura giudaico-cristiana:** alla fine del grande diluvio, appena toccata terra, Noè decise di piantare un vitigno e di berne il vino ottenuto fino a ubriacarsene.

**"QUESTO DOLCE FRUTTO È
SIMBOLO DI ABBONDANZA
E FECONDITÀ"**

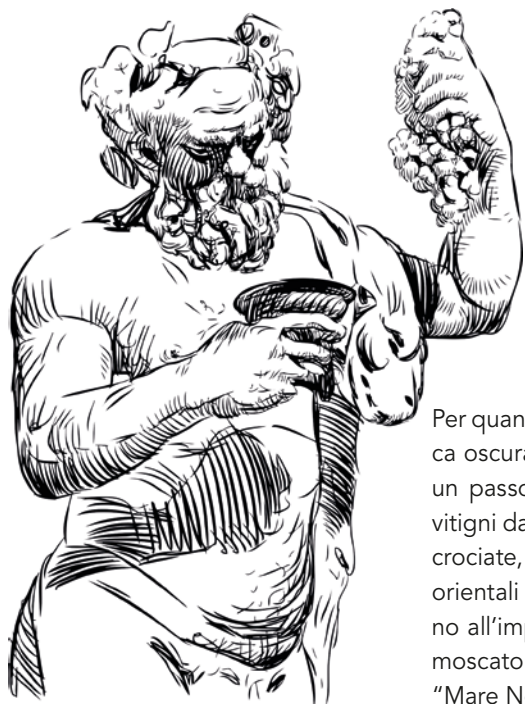
La presenza dell'uva da tavola è ampiamente documentata anche presso le civiltà mesopotamiche, egizie e greche.

Ma è forse nell'Italia romana che l'uva diventa uno "status symbol". Non è un caso che gli scavi archeologici di Pompei abbiano riportato alla luce affreschi di sontuosi banchetti nobiliari, con uomini e donne di origine patrizia sdraiati sui loro triclini a gustare grandi grappoli d'uva. Questo dolce frutto, d'altronde, è sempre stato simbolo di abbondanza e fecondità, nonché di benevolenza divina.



Riproduzione del dipinto
"Beggar Boys Eating
Grapes and Melon"
di Bartolome Esteban
Murillo

La diffusione dell'uva come frutto da mangiare fresco è stata storicamente condizionata dal problema del trasporto. L'impossibilità di conservare il frutto fresco per lunghi periodi o, semplicemente, di trasportarlo dal luogo di produzione alle piazze dei mercati cittadini, ha fatto in modo che il consumo d'uva venisse associato a uno stile di vita agiato.



Bacco,
Dio del vino
e della vendemmia

Per quanto si consideri poi il medioevo un'epoca oscura, proprio in questo periodo si compì un passo fondamentale per la diffusione dei vitigni da tavola in Italia e nel Mediterraneo. Le crociate, i costanti contatti con le popolazioni orientali e il dominio arabo in Spagna portarono all'impianto delle uve per la produzione di moscato e di uva passa nella sponda nord del "Mare Nostrum".

"L'UVA ESCE DAI GIARDINI DEI NOBILI"

Bisognerà comunque aspettare **la fine del '700 per una vera rivoluzione del consumo dell'uva**. Gli stravolgimenti sociali dovuti alla Rivoluzione Francese, la nascita della classe borghese e l'ampliamento dei consumi fecero sì che l'uva da tavola uscisse dai giardini dei nobili e invadesse il mercato.

Ultimo freno a una diffusione massiccia di questo prodotto era ancora una volta il trasporto. In Italia, ad esempio, fino all'800 la produzione di uva da tavola era marginale se paragonata a quella dell'uva da vino. Se ne riscontrava la coltivazione nelle campagne delle grandi città. Per quanto possa sembrare impensabile, **la prima coltivazione intensiva dell'uva si deve ai paesi del nord Europa, in particolare ai Paesi Bassi, dove dal 1850 si era dato inizio alla coltivazione in serra delle varietà da tavola**.

Le prime regioni mediterranee che iniziarono a produrla in maniera specializzata furono Almeria, in Spagna, e la Puglia, in Italia.

"L'ITALIA È TRA I PRIMI PRODUTTORI DI UVE DA TAVOLA CON IL 18% DELLA PRODUZIONE MONDIALE"

Se oggi l'Italia è tra i primi produttori mondiali di uva da tavola, un simile risultato lo

si deve all'indiscussa vocazionalità dei territori, a un'attenta politica di selezione delle varietà e alla elevata professionalità degli operatori.

Nel 1924 la regione italiana che produceva più uva era l'Emilia, in particolare la provincia di Piacenza (30% sul totale nazionale). Le varietà più richieste erano la Besgano a bacca nera e la Verdea bianca che veniva venduta sui mercati tedeschi e svizzeri con il nome di Dorée d'Italie.

Nel 1930 una commissione governativa di tecnici aveva accertato la coltivazione di più di 200 varietà da tavola. La stessa commissione sottolineava come, al fine di rendere l'uva italiana competitiva su un mercato che cominciava ormai a globalizzarsi, fosse necessario ridurre il numero di varietà a 8-10 e costituire cooperative sul modello dei produttori piacentini per la vendita all'estero.

"DAL 1950 LA PRODUZIONE SI MERIDIONALIZZA NOTEVOLMENTE SIA IN ITALIA CHE IN EUROPA"

In Italia negli ultimi trent'anni si è assistito a una graduale meridionalizzazione della coltura dell'uva da tavola tanto che, ad oggi, oltre il 90% della produzione nazionale deriva da aziende ubicate nel Sud Italia. Puglia e Sicilia sono le regioni leader nel settore con una produzione che raggiunge rispettivamente il 62% ed il 32% del totale nazionale. La coltura dell'uva da tavola è presente anche in altre regioni del Centro-Sud Italia, quali Sardegna, Basilicata, Abruzzo e Lazio, anche se l'incidenza della coltura in queste regioni non assume certamente il rilievo che la stessa riveste in Puglia e Sicilia. **In tutto il territorio nazionale, circa 50.000 ettari di terreno (dati Istat 2013) sono destinati ai vigneti per il consumo del frutto fresco.** Scendendo nel particolare, la produzione pugliese è incentrata nelle province di Bari (dove il territorio di Rutigliano

è quello storicamente più vocato) e Taranto; in Sicilia il 50% dei terreni destinati all'uva da tavola si trova nella provincia di Agrigento.

**"OGGI IL 96,5% DELL'UVA
DA TAVOLA SI PRODUCE
NEL SUD ITALIA"**

Sul fronte della selezione delle varietà commerciali, la politica istituita a metà del secolo scorso ha portato a una riduzione notevolissima. **Oggi le uve più diffuse sono: Italia, Victoria, Black Magic, Red Globe, Sugraone seedless, Michele Palieri e Crimson seedless.**



ph. Martina Fehara

SUPERFICIE (ETTARI) E PRODUZIONE (QUINTALI): UVA DA TAVOLA. DETTAGLIO PER REGIONE.



	Superficie totale	Superficie in produzione	Produzione totale
Piemonte	199	191	16.123
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	-	-	-
Lombardia	-	-	-
Liguria	75	75	5.491
Trentino-Alto Adige	-	-	-
Bolzano/Bozen	3	3	120
Trento	-	-	-
Veneto	-	-	-
Friuli-Venezia Giulia	18	17	2.796
Emilia-Romagna	25	20	1.950
Toscana	27	24	3.350
Umbria	12	12	1.000
Marche	21	21	2.685
Lazio	1.022	1.001	184.205
Abruzzo	679	679	169.480
Molise	101	101	16.110
Campania	61	59	11.462
Puglia	28.850	25.600	7.004.000
Basilicata	523	503	103.250
Calabria	314	313	33.041
Sicilia	15.952	15.603	3.589.935
Sardegna	1.726	1.711	128.633
ITALIA	49.609	45.934	11.273.771

Fonte: ISTAT 2013



LA COLTIVAZIONE DELLA VITE



Dal Mediterraneo alla conquista del mondo

In pochi sanno che la coltivazione della vite è molto diffusa in tutto il mondo, ben oltre il Mediterraneo, e ha dato origine a **un settore agricolo di altissima specializzazione e tecnicità, a dispetto dell'iconografia bucolica.**

**"L'ITALIA È IL PAESE LEADER
IN EUROPA PER LA PRODUZIONE
E L'ESPORTAZIONE"**

La ragione fondamentale dell'ampia diffusione della vite si ritrova nella sua **alta adattabilità e resistenza: questa pianta perenne e coriacea incontra il suo ambiente ottimale nei climi temperati ma può sopravvivere anche a temperature inferiori ai 10°C.** Le limitazioni ambientali pongono ovviamente dei confini geografici definiti: **per una produzione di uva da tavola di qualità, la vite ha bisogno di un**

regime termico dalle temperature elevate e dalla bassa umidità.

La vocazionalità territoriale resta un aspetto fondamentale, per quanto gli avanzamenti tecnologici e genetici di alcune varietà (soprattutto americane) abbiano portato a una maggiore resistenza al freddo e a minori esigenze termiche per il raggiungimento della maturazione.

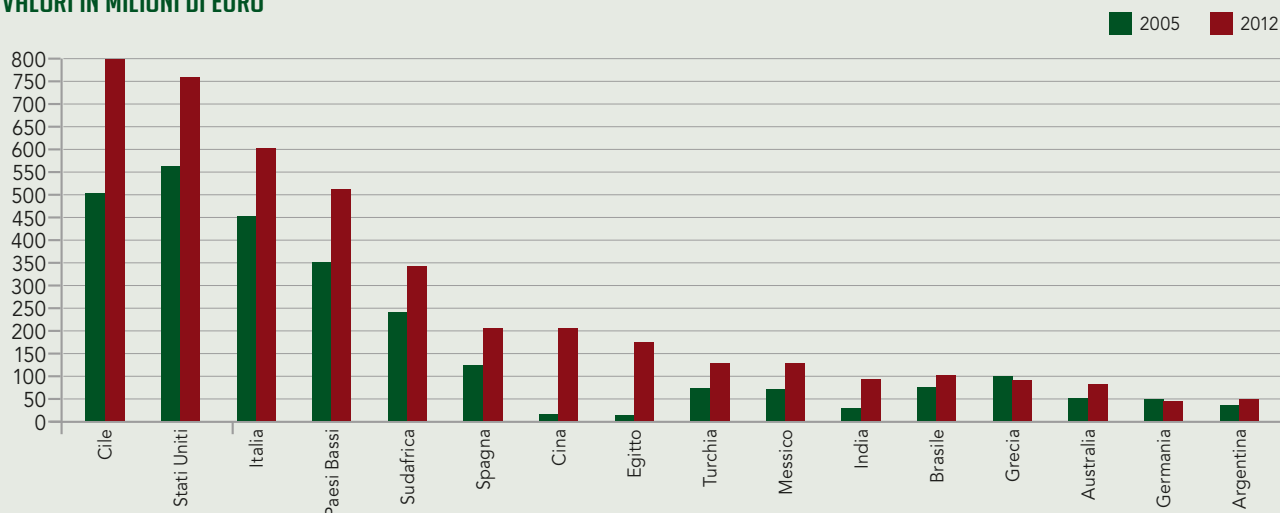
La diffusione geografica e l'importanza economica della coltivazione di uva da tavola è confermata dai dati che ci giungono dai mercati: la quantità di uva prodotta ammonta a 180 milioni di quintali. Ben 43 dei paesi produttori immettono sul mercato internazionale più di 500 mila quintali di uva ciascuno.

L'Italia, con i suoi 11 milioni di quintali, è il paese leader in Europa per la produzione e l'esportazione (dati Istat 2013).

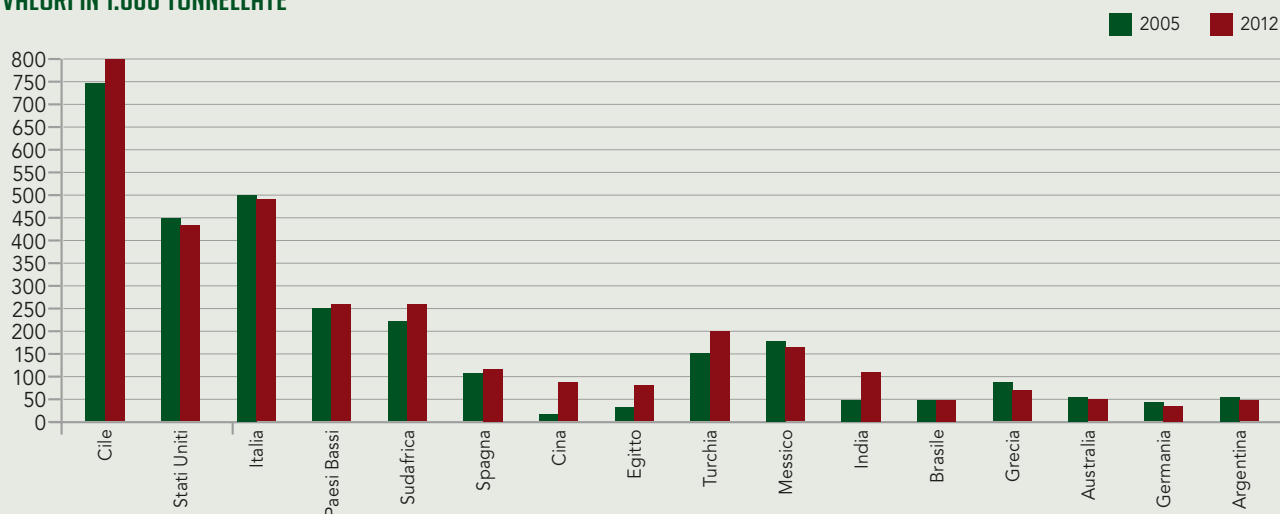


ph. Martina Ferrara

I PRINCIPALI ESPORTATORI DI UVE DA TAVOLA: CONFRONTO 2005 VS 2012 VALORI IN MILIONI DI EURO



VALORI IN 1.000 TONNELLATE



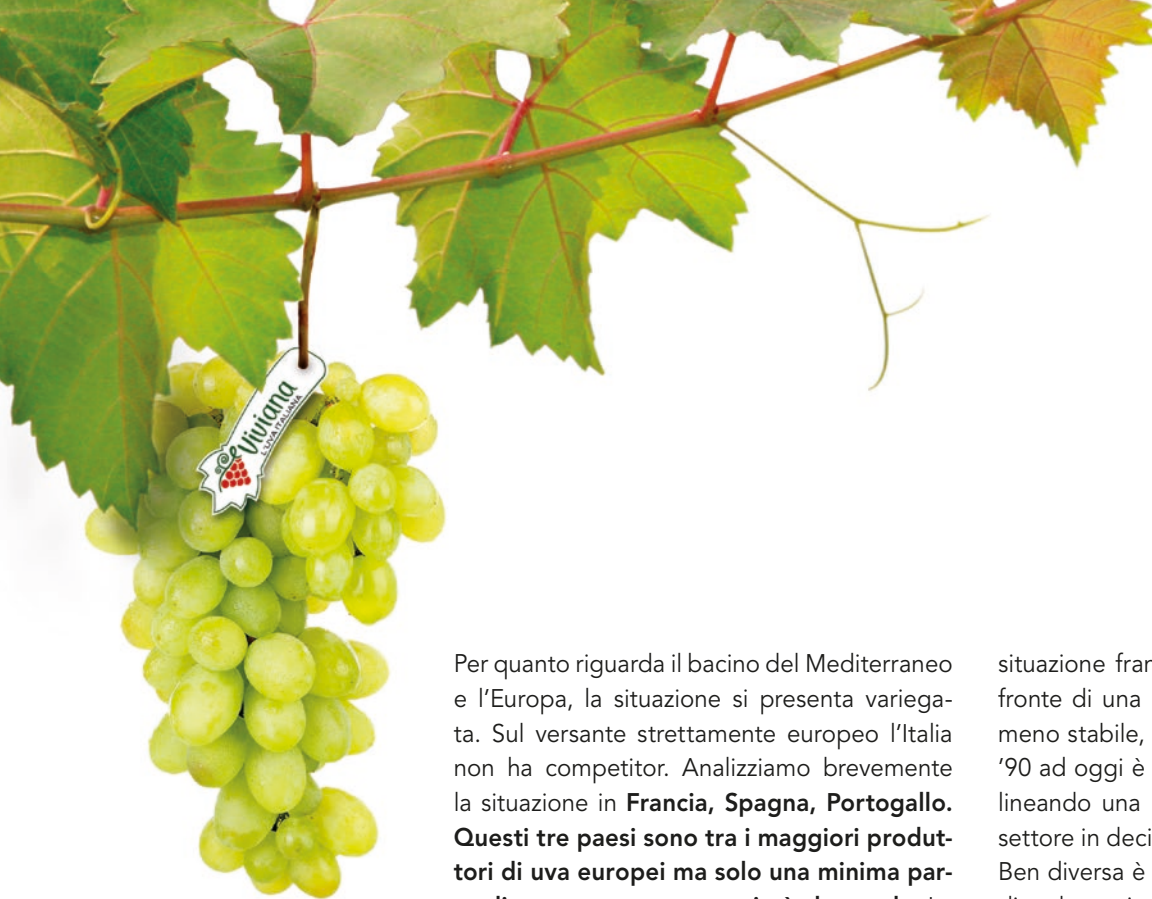
Fonte: Elaborazioni Ismea

**"NEL CONTINENTE ASIATICO
SI PRODUCE LA MAGGIOR PARTE
DELL'UVA DA TAVOLA"**

A livello mondiale il principale paese produttore è la Cina la cui produzione di uva da tavola supera i 30 milioni di quintali. Tuttavia, l'esportazione di uva da tavola cinese rimane molto marginale, attestandosi nel 2012 a circa 1 milione di quintali, a conferma del fatto che la domanda interna è in grado di assorbire la quasi totalità della produzione nazionale.

Il principale paese esportatore a livello mondiale sia in termini di quantità che di valore è il Cile che nel settennio 2005/2012 ha visto un notevole incremento dell'export in termini di valore.

Dall'analisi dei dati ISMEA sul settennio 2005/2012 emerge che insieme all'Italia altri importanti paesi esportatori sono Stati Uniti, Paesi Bassi e Sudafrica, per i quali, al pari del Cile, è confermata la linea di tendenza che vede nel settennio considerato una sostanziale staticità delle quantità esportate a fronte di una crescita ben più marcata in termini di valore.



Per quanto riguarda il bacino del Mediterraneo e l'Europa, la situazione si presenta variegata. Sul versante strettamente europeo l'Italia non ha competitor. Analizziamo brevemente la situazione in **Francia, Spagna, Portogallo**. **Questi tre paesi sono tra i maggiori produttori di uva europei ma solo una minima parte di queste uve sono varietà da tavola.** La Spagna produce 63 milioni di quintali di uva, di cui solo 3 milioni da tavola; in Portogallo, dei 10 milioni di quintali totali, solo poco più di 500.000 sono da tavola; infine la Francia destina la quasi totalità delle sue uve a vinificazione (su una produzione di 69 milioni di quintali, nemmeno 600.000 quintali sono da tavola). La

situazione francese rivela un ulteriore dato: a fronte di una richiesta di uve da tavola più o meno stabile, la produzione interna dagli anni '90 ad oggi è diminuita di più del 55%, sottolineando una bilancia commerciale relativa al settore in deciso passivo.

Ben diversa è la situazione della sponda meridionale e orientale del Mediterraneo.

Molti dei paesi di queste regioni hanno visto una flessione nella loro già scarsa produzione, mentre due paesi stanno emergendo a livello globale: **la Turchia, che ha visto aumentare le esportazioni, e l'Egitto, che ha raddoppiato la sua produzione e aumentato in modo significativo le esportazioni.**

UVA DA TAVOLA IN EUROPA (DATI IN MIGLIAIA DI QUINTALI)

	1986 / 1990	1991 / 1995	1996 / 2000	2001 / 2005
SPAGNA				
Produzione totale di uva	54.889	44.031	55.582	63.541
Produzione di uva da tavola	4.861	3.621	3.127	3.164
Esportazione di uva da tavola	940	904	954	1.113
Consumo di uva da tavola	3.930	2.779	2.139	2.329
FRANCIA				
Produzione totale di uva	81.681	54.445	75.251	69.105
Produzione di uva da tavola	1.299	830	920	579
Esportazione di uva da tavola	242	135	189	172
Consumo di uva da tavola	2.407	2.158	2.074	1.870
PORTOGALLO				
Produzione totale di uva	13.002	11.525	9.069	10.344
Produzione di uva da tavola	479	538	533	535
Esportazione di uva da tavola	1	4	2	8
Consumo di uva da tavola	430	595	643	593
TURCHIA				
Produzione totale di uva	33.160	35.500	36.000	32.502
Produzione di uva da tavola	13.140	13.819	13.686	14.946
Esportazione di uva da tavola	169	205	457	1.140
Consumo di uva da tavola	12.971	13.615	13.234	13.808
EGITTO				
Produzione totale di uva	5.449	6.715	9.708	12.033
Produzione di uva da tavola	4.872	6.006	8.695	10.821
Esportazione di uva da tavola	1	12	17	119
Consumo di uva da tavola	4.871	5.996	8.681	10.745

Fonte: AA.VV. (2010), *L'uva italiana*. Bayer CropScience, Ed. Script, Bologna. pp. 451-456

PARLIAMO DI UVA AL PLURALE

Un prodotto capace di soddisfare ogni palato



ph. Martina Ferrara

**"IL NOSTRO PAESE FORNISCE UVE
DA TAVOLA DA MAGGIO A GENNAIO"**

La classificazione varietale dell'uva da tavola è molto ampia. I 50.000 ettari che il nostro Paese dedica a questa coltivazione riescono a fornire uve da maggio a dicembre/gennaio, con semi o senza (specie apirene), bianche, rosse e nere. **I fattori che influenzano la produzione di una varietà a scapito di un'altra possono variare, a livello territoriale, per le condizioni ambientali e climatiche; a livello globale, per le differenti richieste del mercato.** Quest'ultimo fattore è assolutamente decisivo nell'individuazione delle tempistiche di raccolta (in alcuni mercati nordici è richiesta maggiormente un'uva dal gusto acerbo, a differenza di quello che succede in Italia) e nella selezione genetica

delle varietà da commercializzare.

A proposito dell'applicazione delle scienze al campo della viticoltura, possiamo citare il caso dell'uva Italia: questa varietà, leader per consumo e produzione in Italia, nasce solo nel 1911 grazie agli studi condotti dal Professor Alberto Pirovano.

Le esigenze dell'odierno mercato ortofrutticolo hanno portato a ulteriori distinzioni che rispondono alle disparate necessità dei consumatori. Le uve senza semi, quelle provenienti da coltivazioni biologiche, quelle di origine controllata o protetta: queste varietà arricchiscono le già numerose caratteristiche di quel frutto che continuiamo a chiamare semplicemente uva.

Pertanto di mettere ordine in questo *mare magnum* di prodotti diversi, divideremo le uve in tre macro-raggruppamenti in base al colore e in due sottogruppi in base alla presenza dei semi.



Uve da tavola bianche

CON SEMI

ITALIA: è la più diffusa tra tutte le uve italiane. È nata nel 1911 ad opera del Prof. Alberto Pirovano, da cui ha preso il suo primo nome, Pirovano 65. È un'uva molto produttiva: resiste agli agenti patogeni durante la coltivazione e al trasporto dopo la raccolta. I suoi grandi acini hanno una buccia giallo-verde spessa e consistente, una polpa croccante e succosa con un aroma delicato di moscato.



ph. Martina Ferrara

MATILDE: è una varietà oggi poco diffusa perché ampiamente sostituita dalla Victoria. L'acino è grande e croccante grazie alla polpa incolore e consistente. La buccia è sottile, pruinosa e dal colore verde-giallo. Il sapore è leggermente asprigno e aromatico.

PIZZUTELLO BIANCO: presente in Italia da tempo immemore, il Pizzutello trova le sue origini in Siria, dove prende il nome di Damasco Bianco. I più antichi vitigni coltivati si trovano in Puglia, Sicilia e Lazio, dove quest'uva è ancora molto apprezzata. La sua maturazione si completa alla fine di settembre. L'acino ha una caratteristica forma allungata e una polpa consistente e croccante. Il sapore, non molto deciso, è dolce e gradevole.

REGINA: è uno dei vitigni più antichi. Trova nel bacino del Mediterraneo il suo luogo d'origine, anche se è molto diffuso in tutto il mondo. I suoi acini di grosse dimensioni hanno una buccia dorata, spessa e pruinosa. La polpa è carnosa e dal sapore gradevole non molto deciso.

REGINA DEI VIGNETI: nata nel 1916 in Ungheria, quest'uva era un tempo coltivata maggiormente in Puglia e Sicilia. Oggi la sua produzione è marginale rispetto a quella di altri vitigni. Gli acini maturano precocemente a fine luglio, hanno una dimensione medio-grande, un colore giallo-verde, con una buccia spessa e pruinosa e una polpa dal sapore delicatamente moscato.

VICTORIA: questo vitigno altamente produttivo e diffuso del nostro Paese, è apprezzato per la sua maturazione precoce. Gli acini molto grossi hanno una buccia dal colore giallo-verde, una polpa croccante e un sapore neutro.

Uve da tavola bianche

SENZA SEMI (O APIRENE)

CENTENNIAL: questa varietà, apprezzata per la sua capacità produttiva e la sua maturazione molto precoce (inizio agosto), è nata da un incrocio brevettato. Questa caratteristica ne impedisce l'ampia diffusione. L'acino è di grandi dimensioni e dalla forma allungata. La polpa è consistente e dolce e, data la mancanza di semi, è adatta al processo di essiccazione.

PRINCESS: conosciuta anche come Melissa, quest'uva nasce nel 1999. La sua maturazione precoce-media ha luogo nella terza decade di agosto. Il grappolo dalle grandi dimensioni presenta acini dalla forma allungata. La buccia è mediamente pruinosa e giallo-verde. La polpa è croccante e aromatica.

SOPHIA: nata nel 1990 in California da un incrocio con la varietà Sugraone, quest'uva presenta un grappolo grande con acini di dimensioni medio-grandi. La buccia giallo-verde racchiude una polpa croccante dal gusto leggermente moscato, simile a quello dell'Italia.

SUGRAONE: conosciuta anche come Superior Seedless, questa varietà californiana è l'uva precoce apirena più conosciuta al mondo. La sua elevata resistenza la rende molto produttiva. Gli acini croccanti e carnosi hanno proprietà organolettiche eccellenti.

THOMPSON SEEDLESS: quest'antica varietà apirena, conosciuta anche come Sultanina e originaria della Turchia, è diffusa in tutto il Mediterraneo. Gli acini piccoli e dorati maturano nella seconda decade di settembre. La polpa è soda e dal sapore molto zuccherino. È anche conosciuta come varietà adatta alla passitura.



Uve da tavola rosse CON SEMI



RED GLOBE: quest'uva, molto conosciuta e apprezzata in tutto il mondo, è frutto di un incrocio brevettato dall'Università della California. La sua diffusione sul territorio italiano è ampia: è presente in tutte le regioni che producono uva da tavola. L'acino di grosse dimensioni ha una buccia pruinosa dal colore violetto scuro. La polpa è incolore e dal sapore dolce.

Uve da tavola rosse SENZA SEMI (O APIRENE)



APULIA ROSE: ottenuta nel 1996 in un centro di ricerca pugliese, la sua diffusione è ancora ridotta. Gli acini molto grandi hanno buccia dal colore rosso scuro, polpa incolore e sapore neutro.

CRIMSON: quest'uva molto tardiva è tra le varietà apirene più diffuse in Italia. L'acino ha una grandezza media e un colore rosso scuro. La polpa è incolore e ha un sapore neutro.

RALLI SEEDLESS: questa varietà presenta grandi grappoli costituiti da acini grossi e rotondi. La buccia dal bel colore rosato racchiude

una polpa dalla consistenza croccante. Il sapore è fresco e non troppo deciso.

RED FLAME: questo vitigno, apprezzato per fertilità e produttività, resta comunque poco diffuso. Gli acini hanno dimensioni medie e una buccia dal colore rosso mediamente pruinosa e sottile. La polpa incolore e succosa ha un sapore lieve e dolce.

SCARLOTTA SEEDLESS: nota anche come Sugarnineteen, si tratta di una varietà dalla maturazione tardiva. È caratterizzata da grappoli grandi e acini di medie dimensioni dalla forma allungata. La buccia è poco pruinosa e ha un colore rosato intenso. Il sapore della polpa croccante è succoso e leggermente acido.

SUGRAFOURTEEN: nata in California, quest'uva presenta una maturazione precoce (inizia a luglio). Il grappolo, molto resistente e produttivo, è costituito da acini grandi e oblungi. La buccia ha una colorazione rosata intensa. La polpa croccante ha un piacevole sapore dolce.

Uve da tavola nere

CON SEMI

ALPHONSE LAVALLÉE: nata in Francia, questa varietà di uva è poco diffusa in Italia nonostante la sua produttività. Gli acini, grandi e molto prinosi, presentano un colore blu-nero. La buccia ha uno spessore consistente, mentre la polpa è carnosa e ha un sapore delicato. Ogni acino può contenere anche tre vinaccioli.

BLACK MAGIC: questa varietà è la più precoce tra quelle a bacca nera con semi. Si tratta di una creazione relativamente recente, nata nei laboratori dell'Istituto di Viticoltura di Chisinau in Moldavia. In Italia è ampiamente coltivata in Puglia e Sicilia. Il grappolo è molto carico di acini, cosa che spesso causa una scarsa colorazione delle bacche. Gli acini, una volta maturi, sono grandi, hanno una buccia blu-nero molto spessa e una polpa carnosa e incolore.

CARDINAL: nata in California nel 1936, quest'uva ha una maturazione molto precoce (inizio agosto). L'acino, di dimensioni medio-grandi, ha una spessa buccia rosso-violacea. La polpa, consistente e croccante, ha un sapore delicato. La coltivazione si concentra principalmente in Abruzzo.

MICHELE PALIERI: quest'uva porta il nome del suo inventore. Nata solo nel 1958, oggi questa varietà è la più diffusa in Italia tra le uve nere. Gli acini, che arrivano a maturazione a metà settembre, sono grandi e hanno una forma ovale. La buccia blu-nero, spessa e consistente racchiude una polpa croccante e dal sapore neutro.

Uve da tavola nere

SENZA SEMI (O APIRENE)

AUTUMN ROYAL: uva da tavola apirena sempre più apprezzata per il consumo fresco. È disponibile sul mercato da settembre fino a fine novembre. Gli acini possono essere apireni o con semi appena distinguibili. Il colore della buccia è un intenso blu-nero e la polpa incolore è soda e dal sapore neutro.

PERLON: nata negli stessi laboratori che hanno dato alla luce la Pasiga, questa varietà ha avuto un'iniziale diffusione per poi essere sostituita da varietà dalle caratteristiche più decise. Gli acini hanno dimensioni medio-grandi e la buccia ha un colore violetto. La maturazione è fondamentale perché quest'uva sia saporita, altrimenti risulta insipida o solo leggermente acidula.

SUGRATHIRTEEN: anche nota come Midnight Beauty, quest'uva è nata in California nel 1990. La sua maturazione è precoce: si completa nella seconda metà di agosto. Il grappolo di medie dimensioni presenta acini medio-grandi molto prinosi e dal colore viola intenso. La polpa croccante ha un sapore neutro.

SUMMER ROYAL: con una maturazione molto precoce (avviene a cavallo tra luglio e agosto), i grandi grappoli di questa varietà raccolgono acini di dimensioni considerevoli. La buccia è molto scura e pruinosa. La polpa incolore ha un sapore non troppo deciso.

VITROBLACK: nota anche con il nome di Ophelia, questa varietà è molto precoce: matura nel mese di maggio. Il grappolo è grande e presenta acini dalla forma allungata dal colore blu-nero brillante. La buccia è spessa e pruinosa, mentre la polpa è carnosa e dal sapore neutro.



L'UVA ITALIANA

Le criticità del mercato interno e il successo planetario



Vigneto
di uva nera
Michele Palieri

Dove finiscono gli oltre 11 milioni di quintali d'uva da tavola prodotti nei 50.000 ettari di terreno sparsi su tutto il territorio nazionale?

L'uva italiana ha un calendario di commercializzazione molto lungo che, partendo a giugno, si estende fino a dicembre/gennaio.

Le uve che aprono la stagione provengono dal distretto di Mazzarrone, nel catanese, e dall'Abruzzo. In entrambi i casi parliamo di uve coltivate in serra. A queste uve succedono quelle precoci siciliane, coltivate in impianti coperti per accelerarne la maturazione, seguite da quelle pugliesi. Il periodo di maggiore offerta va dalla fine di luglio alla prima settimana di settembre, con frutti provenienti da coltivazione a pieno campo. Le uve che si trovano sul mercato da settembre in poi sono uve tardive, ottenute da campi coperti per ritardarne la maturazione.

**"È NECESSARIA UNA
RICOLLOCAZIONE DEL PRODOTTO
NEL PANIERE DELLA SPESA"**

Negli ultimi vent'anni il volume di prodotto destinato al mercato interno per il consumo fresco si attesta intorno alle 480.000 tonnellate su una produzione che supera l'1,1 milioni di tonnellate (fonte ISTAT 2013).

Ciò a conferma di una stagnazione dei consumi interni, come in effetti accade per altri comparti ortofrutticoli. Per ristimolare la domanda interna ci sarebbe bisogno uno sforzo supplementare delle politiche di promozione e di educazione alimentare sia da parte degli operatori che delle istituzioni.

Si tratta di un compito non facile, poiché il

CALENDARIO DI COMMERCIALIZZAZIONE DELLE PRINCIPALI VARIETÀ DI UVE DA TAVOLA ITALIANE

	giugno			luglio			agosto			settembre			ottobre			novembre			dicembre		
Varietà	I	II	III	I	II	III	I	II	III	I	II	III	I	II	III	I	II	III	I	II	III
Italia																					
Regina																					
Regina dei vigneti																					
Victoria																					
Matilde																					
Michele Palieri																					
Cardinal																					
Alphonse Lavallée																					
Black Magic																					
Red Globe																					
Sugraone																					
Centennial																					
Big Perlon Seedless																					
Thompson Seedless																					
Black Pearl																					
Crimson Seedless																					

■ Uva maturata
senza copertura

■ Uva ottenuta con l'anticipo o il prolungamento del
periodo di commercializzazione grazie alle coperture

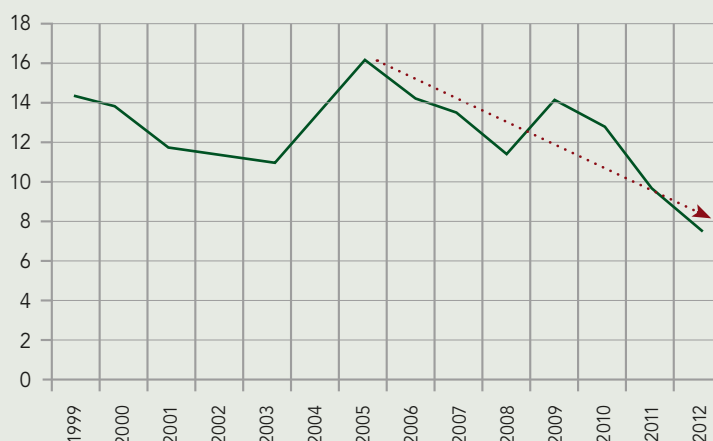
■ Uva precoce ottenuta nelle
serre siciliane e abruzzesi

Fonte: Elaborazioni Ismea

consumo di uva avviene in un periodo in cui il mercato offre una scelta molto ampia di frutta. La stagionalità resta un elemento fondamentale del mercato dell'uva da tavola. Per quanto a livello globale la vendita di uva si sia destagionalizzata, in Italia nel cosiddetto periodo di controstagione (da gennaio ad aprile) si consuma poca uva, come testimoniato dalla scarsa quantità di prodotto importato dai paesi dell'emisfero australe che producono esattamente nel periodo diametralmente opposto a quello italiano.

Secondo fattore che influisce sul mercato è la territorialità. Il maggior consumo di uva (34-37% del totale) si registra al Sud. Non è un caso che l'origine geografica incida sugli acquisti, visto che più del 90% dell'uva da tavola è prodotta in Puglia e Sicilia. Nella classifica seguono le regioni del Nord-Ovest con il 27% degli acquisti. Se si analizzano però i volumi di spesa, le distanze

LA DOMANDA IN ITALIA CONSUMO PRO CAPITE ANNUO DI UVE DA TAVOLA (KG)



Fonte: Elaborazioni Ismea

si assottigliano a causa del prezzo più elevato nelle regioni di Nord-Ovest.

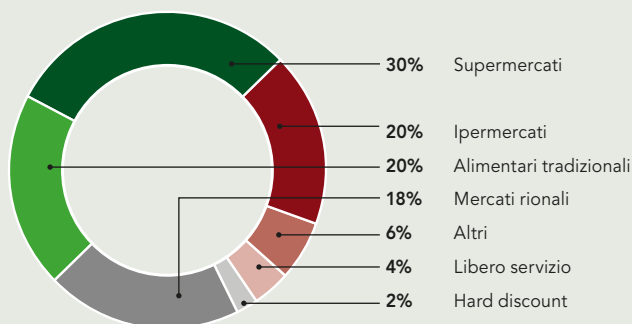
L'ultimo fattore da considerare per un'analisi completa del mercato interno è costituito dai canali di acquisto dei consumatori finali. Quello che emerge dai dati è che **la grande distribuzione sta prendendo sempre più piede rispetto ai canali tradizionali**. Nel comparto ortofrutticolo, la fetta di mercato conquistata negli ultimi anni da supermercati, ipermercati e hard discount è salita a oltre il 50% (nel 2004 era al 42%). La crescita della GDO è chiaramente andata a discapito del tessuto dei piccoli dettaglianti, che hanno perso più del 3% della loro presenza sul mercato, e dei mercati rionali, che hanno perso più del 4%. Il cambio di passo che abbiamo descritto è avvenuto anche nel settore dell'uva da tavola con le medesime proporzioni.

"L'EXPORT CONTINUA A VIVERE UNA SITUAZIONE POSITIVA"

Al contrario di quanto accade nel mercato interno, **l'export continua a vivere una situazione positiva. A differenza di molti altri settori, l'esportazione dell'uva da tavola italiana non è dovuta alla necessità di smaltire il surplus produttivo, bensì a un vero e proprio successo commerciale di alcune varietà storiche come la Regina, l'Italia e la Victoria.**

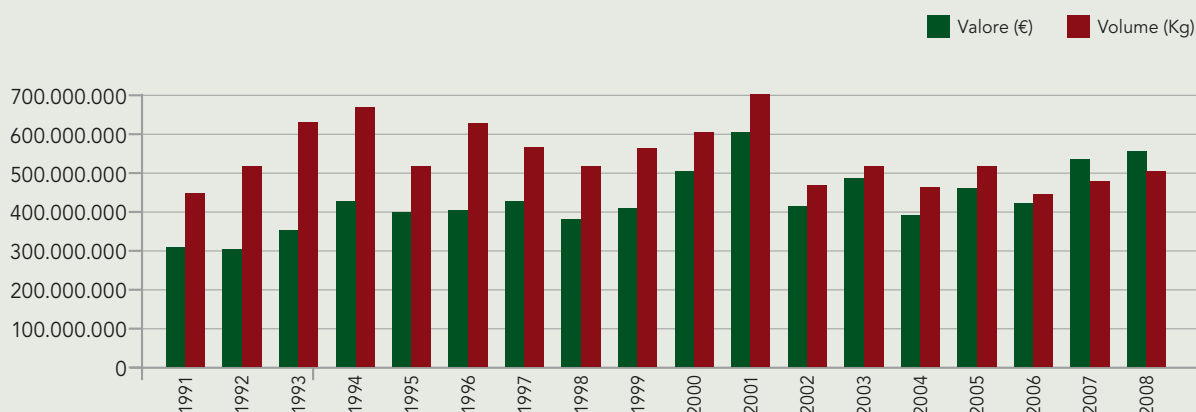
A partire dagli anni '60 la richiesta internazionale di queste uve ha portato al riconoscimento del potenziale della produzione nostrana nei principali mercati nel Nord Europa. Fino agli anni '90 si è registrata una lunga stagione di crescita della domanda esterna accompagnata dal rafforzamento di quella interna. Successivamente si sono verificate diverse fluttuazioni, un picco nel 2001 (in quest'anno si sono sfiorate le 700.000 tonnellate di export) e, infine, un assestamento che continua ancora oggi. A fronte di una diminuzione nel volume, si è verificato un aumento nel valore per chilo di prodotto anche grazie all'innalzamento degli standard di produzione, alla diffusione delle certificazioni di qualità, alla maggiore richiesta di prodotti bio, all'investimento in packaging dedicati, ecc.

RIPARTIZIONE DEGLI ACQUISTI DOMESTICI PER CANALE DISTRIBUTIVO (2008)



Fonte: AA.VV. (2010), *L'uva italiana*. Bayer CropScience, Ed. Script, Bologna. p.468

EVOLUZIONE DELL'EXPORT ITALIANO DI UVA DA TAVOLA (1991-2008)

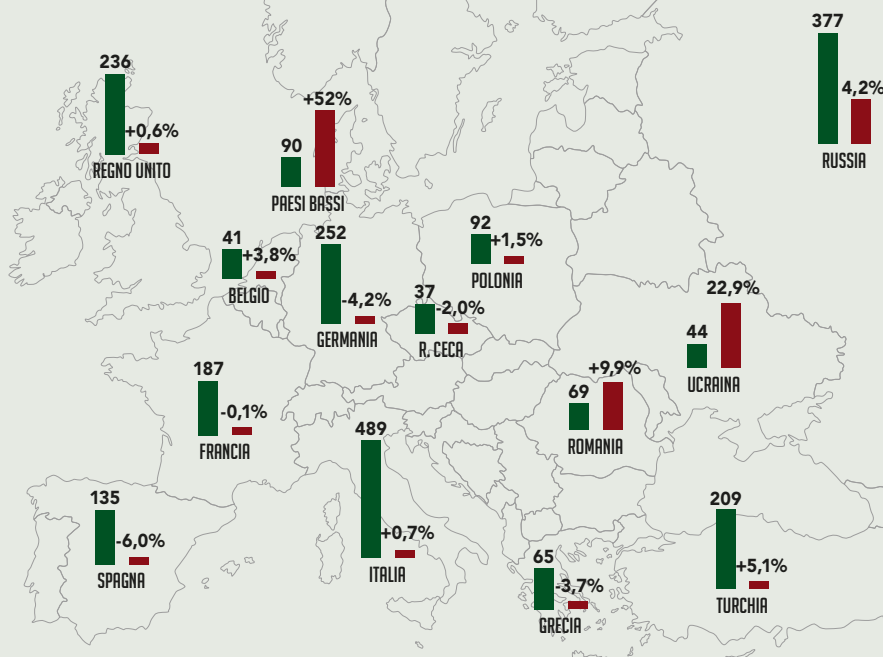


Fonte: AA.VV. (2010), *L'uva italiana*. Bayer CropScience, Ed. Script, Bologna. p. 470

LA DOMANDA IN EUROPA DOMANDA E TENDENZE NEL PERIODO 2005-2012

■ .000 t (2012)

■ Var. % medio annua 2005-2012



Fonte: Elaborazioni Ismea

Questa importante capacità di esportazione fa sì che la bilancia commerciale del settore sia assolutamente in attivo. I dati che si riferiscono all'import, infatti, sono del tutto marginali: se consideriamo quelli del 2012, in Italia sono arrivate circa 22.000 tonnellate di uva, principalmente nel periodo controstagionale. I dati export dello stesso anno rivelano che il volume di uva da tavola esportato superava le 480.000 tonnellate. Bisogna sottolineare che l'import riveste un interessante ruolo strategico: oltre a soddisfare la richiesta nazionale nel periodo invernale, esso serve ad anticipare la campagna di commercializzazione specialmente a livello internazionale.

"IL SUCCESSO DELL'UVA APIRENA È UN CASO ESEMPLARE DI STANDARDIZZAZIONE DEI CONSUMI"

Se nel mercato interno la destagionalizzazione resta un fenomeno marginale, nei mercati dei paesi non produttori oramai è una realtà radicata. All'affermarsi di questa situazione corrisponde una forte standardizzazione del prodotto e un'evoluzione verso caratteristiche organolettiche sempre migliori. D'altronde il mercato dell'uva da tavola è un mercato molto esigente: richiede una forte capacità di adattamento ai gusti dei consu-

matori e una costante resistenza alle fluttuazioni in termini di volume e di valore.

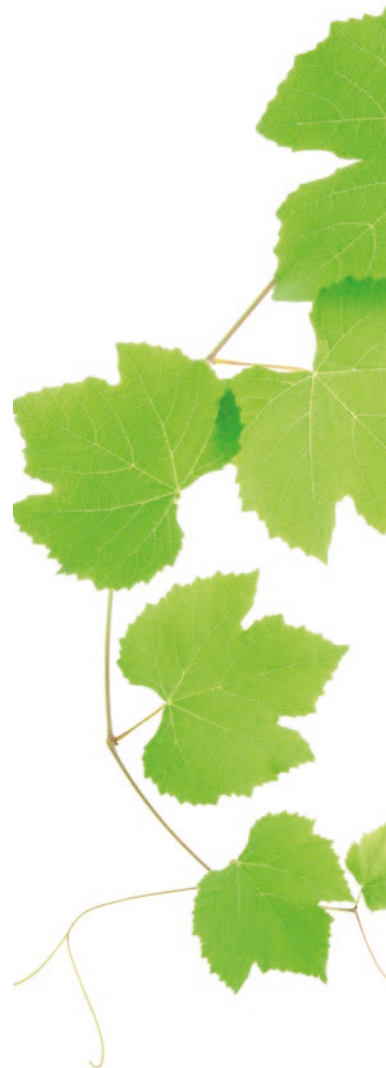
"L'UVA ITALIANA OGGI RAGGIUNGE ANCHE I CONTINENTI PIÙ LONTANI"

Sono pochi i mercati esteri in cui i gusti dei consumatori coincidono con quelli degli Italiani. **Sui mercati più lontani si tende ad acquistare uva più dolce e apirena.** La domanda è fortemente stimolata dalla sensibilità della GDO alle richieste del cliente e alla crescente domanda di parametri di qualità sempre più elevati. Il successo dell'uva apirena è un caso esemplare di standardizzazione nei consumi e nel gusto. Il mondo produttivo italiano ha saputo rispondere adeguatamente a questa novità riconvertendo la produzione verso varietà senza semi che vengono quasi totalmente esportate.

Infatti la richiesta interna di varietà apirene in Italia è ancora oggi ridotta.

La realizzazione di flussi costanti di export è fortemente condizionata dagli andamenti climatici che si registrano negli areali di produzione e che sono alla base delle marcate oscillazioni produttive da un anno all'altro.

La vite è una pianta che richiede un ambiente poco umido e climi caldi, per questo in Italia gli areali più vocati per la coltura sono la Puglia





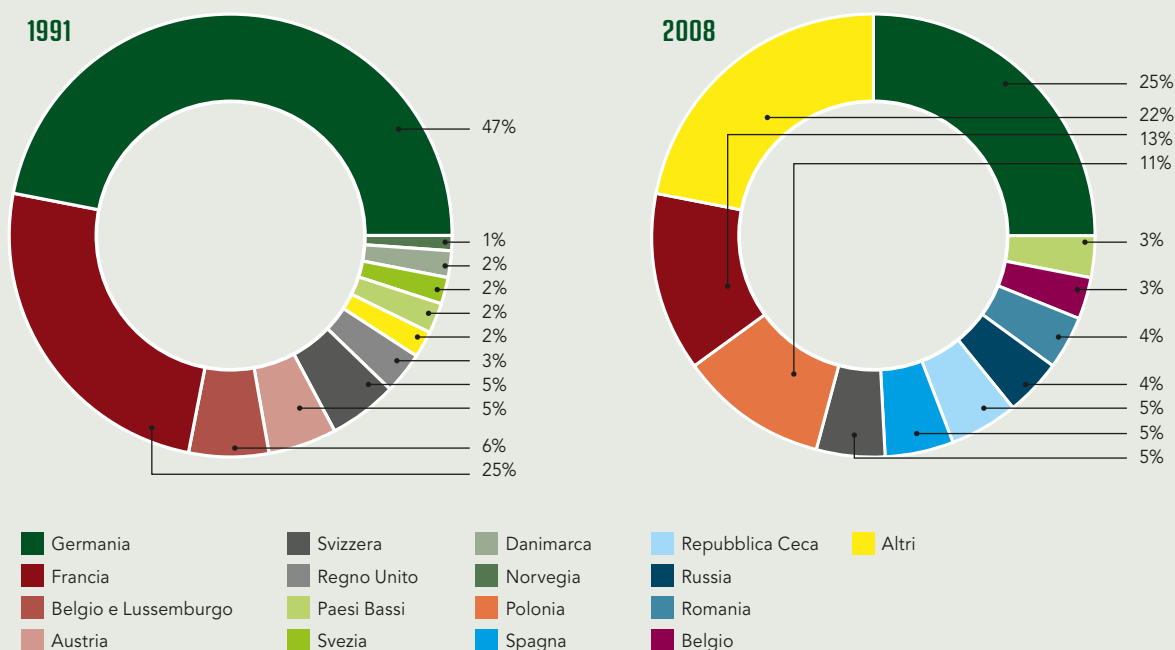
e la Sicilia, che da sole coprono oltre il 90% della produzione nazionale (dati ISTAT 2013). Negli ultimi anni si sono avute stagioni eccezionalmente piovose che hanno causato un eccesso idrico, ovvero una persistente umidità all'interno dei vigneti. L'eccessiva idratazione è nociva per gli acini, soprattutto nell'ultima fase di maturazione, in quanto causa lesioni che comportano il declassamento qualitativo del frutto, l'insorgenza di patologie interne e, di conseguenza, una minore resistenza al trasporto e una scarsa "shelf-life". Poca durata nel trasporto significa restringere il numero dei paesi destinati a quelli più vicini, poiché il frutto non è in grado di reggere a un viaggio oltremare di una ventina di giorni.

La globalizzazione, difatti, ha esteso in maniera esponenziale la grandezza del mercato di riferimento per i prodotti ortofrutticoli. Il 2001 è stato un anno di svolta per la commercializzazione dell'uva da tavola: grazie alle condizioni climatiche particolarmente favorevoli, la produzione era aumentata del 2% in volume e del 2,9% in valore. Come abbiamo già sottolineato, a una qualità migliore corrisponde

la possibilità di commercializzare con partner più lontani. L'uva italiana oggi raggiunge anche continenti lontani come l'America (dove si trovano paesi con una produzione molto avanzata come gli USA e il Cile) e l'Oceania (nonostante la crescente presenza australiana). Le esportazioni a lungo e lunghissimo raggio sono anche un mezzo per decongestionare il principale mercato di riferimento per l'uva italiana: quello tedesco.

Se nel 1991 il 47% della produzione destinata all'esportazione veniva acquistato dalla Germania, oggi la quota si è quasi dimezzata. Lo stesso è accaduto per la Francia, passata dal 25% al 13%. Principale motivo di questo spostamento dei flussi è innanzitutto il rafforzamento delle esportazioni nei paesi dell'Est Europa (Polonia, Repubblica Ceca e Romania) che nel frattempo sono entrati a far parte dell'Unione Europea: la Polonia, ad esempio, è oggi il terzo partner commerciale, assorbendo ben l'11% delle esportazioni. Un secondo fattore risiede nel raggiungimento di oltre 50 paesi extra-UE che ad oggi acquistano un quarto della produzione destinata all'export.

EVOLUZIONE DELL'EXPORT ITALIANO DI UVA DA TAVOLA: QUOTE DI MERCATO (IN VOLUME) DEI PRINCIPALI PAESI DI DESTINAZIONE



Fonte: AA.VV. (2010), *L'uva italiana*. Bayer CropScience, Ed. Script, Bologna. p. 476

VIVIANA

Un progetto innovativo per la promozione dell'uva di qualità

UNICO MARCHIO



ADV



SITO



MAGAZINE



PUNTO VENDITA



Non c'è dubbio, l'uva da tavola è tra i frutti che gli Italiani amano di più, tra quelli più ricercati quando desiderano qualcosa di dolce e sano. Il mercato interno, tuttavia, è in un periodo di stallo.

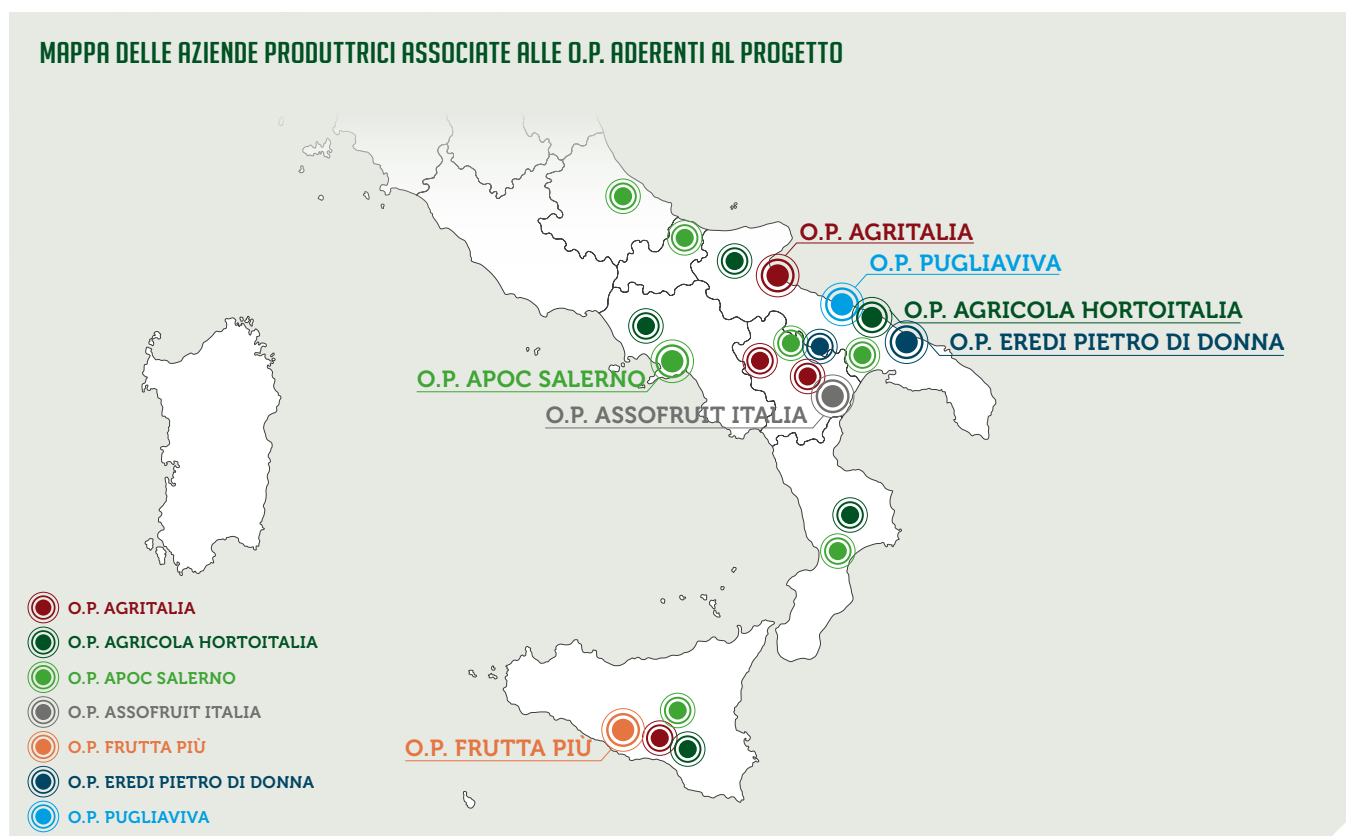
Viviana nasce con l'intenzione di supportare il consumo dell'uva da tavola e far conoscere ai buyer e, di conseguenza, ai consumatori il mondo dell'uva italiana di qualità. Per raggiungere questo scopo, **il marchio Viviana raccoglie alcuni tra i migliori produttori italiani e li supporta nel posizionamento dei loro prodotti all'interno del paniere di spesa degli Italiani.**

Il progetto Viviana, unico in Italia nel suo genere, è promosso da Italia Ortofrutta Unione

Nazionale, motore principale di questa iniziativa e si propone anche di rafforzare i processi di aggregazione della produzione nazionale di uva da tavola, coerentemente con le politiche europee di orientamento per il settore ortofrutticolo, che vedono nelle organizzazioni dei produttori lo strumento più efficace per pervenire a una maggiore concentrazione dell'offerta, accrescere la competitività delle aziende, promuovere politiche di qualità e valorizzare al meglio la produzione.

Il progetto vede la compartecipazione finanziaria della Comunità Europea che interviene attraverso i programmi operativi delle OP che hanno aderito all'iniziativa progettuale e di cui riportiamo una sintetica scheda descrittiva.

MAPPA DELLE AZIENDE PRODUTTRICI ASSOCIATE ALLE O.P. ADERENTI AL PROGETTO



O.P. AGRITALIA



MICHELE LAPORTA
Presidente

Indirizzo:
Vicinale Maranco, 51/55
76121 BARLETTA (BT)

Contatti:
www.opagritalia.it
info@opagritalia.it
commerciale@opagritalia.it
(sezione commerciale)



Nata nel 2011 dall'iniziativa di cinque soci, tutti discendenti di produttori di uve da tavola da due o tre generazioni, Agritalia ha sede nelle campagne della città di Barletta, in Puglia.

Oggi l'organizzazione si estende a 19 soci sparsi in quattro regioni (Basilicata, Campania, Puglia e Sicilia), raggiungendo i 2.000 ettari di terreni, di cui 400 destinati all'uva da tavola, con un fatturato totale di 11 milioni di euro.

Agritalia ha il suo punto di forza nella ricerca e nell'innovazione tecnologica: con l'Università di Palermo sta portando avanti una sperimentazione per la coltivazione di uva da tavola in fuori suolo; con l'Università di Bari sta sviluppando un protocollo per l'utilizzo di sacchetti che preservino l'uva dal contatto con i fitofarmaci; infine, è in fase di sperimentazione un microchip ideato in collaborazione con il Politecnico di Bari per parametrare la qualità

dei prodotti durante il trasporto dai campi al mercato. La sua produzione spazia dalle ciliegie alle albicocche, fino all'uva da tavola. Quest'ultima procura all'OP più della metà del suo fatturato. Tutta la produzione di Agritalia è certificata GLOBAL GAP e l'uva da tavola, in particolare, è nell'elenco delle produzioni IGP Puglia.

Le varietà di uva coltivate sono così suddivise:

- Varietà bianca con semi: **Italia, Victoria, Pizzutello, Regina**
- Varietà nera con semi: **Michele Palieri, Black Pearl**
- Varietà rossa con semi: **Red Globe**
- Varietà bianca senza semi: **Superior, Regal, Luisa**
- Varietà rossa senza semi: **Fiammetta, Crimson, Apulia Rosè**

Agritalia è presente con la sua uva sul mercato mondiale (45% del totale) benché il suo mercato di riferimento sia senza dubbio quello europeo, dove distribuisce il 40% della sua produzione. Il restante 55% viene venduto in Italia, dove è distribuito tramite la rete delle GDO.

O.P. AGRICOLA HORTOITALIA

L'Organizzazione Agricola Hortoitalia Soc. Coop. nasce nel 2003 dal raggruppamento di produttori che vendevano i loro prodotti presso il mercato ortofrutticolo di Bologna. Oggi, i 27 soggetti associati provengono da Sicilia, Calabria, Campania, Lazio, Emilia Romagna, Puglia e Veneto e producono circa 200.000 quintali di frutta e ortaggi. Il volume d'affari complessivo dell'organizzazione supera i 17 milioni di euro per un'estensione di terreni coltivati di 400 ettari. All'uva da tavola sono dedicati 70 ettari di terreno situati nella zona di Rutigliano (BA) e Mazzarrone (CT), per un volume d'affari di 1,5 milioni di euro.

Tutta l'uva prodotta deriva da coltivazione biologica ed è certificata GLOBAL GAP.

Hortoitalia controlla l'intera filiera di produzione dell'uva dal campo al cliente finale. L'obiettivo è raggiungere il consumatore con un prodotto qualitativamente inalterato, sia nelle

proprietà nutritive, sia nel sapore dei frutti, sempre come appena raccolti. Hortoitalia infatti spedisce ai clienti finali i prodotti coltivati dai soci, direttamente dai luoghi di produzione, per garantire una maggiore freschezza ed una catena distributiva più corta.

Le varietà di uva coltivate sono così suddivise:

- Varietà bianca con semi: **Italia, Victoria**
- Varietà nera senza semi: **Black Magic**
- Varietà rossa senza semi: **Crimson**

La produzione delle uve di Hortoitalia è equamente venduta sul mercato estero e su quello italiano. La rete di distribuzione principale è costituita dai mercati generali e dai grossisti.



VALENTINA BORGI
Presidente

Indirizzo:
c/o CAAB
in Via Paolo Canali 1,
40127 BOLOGNA

Contatti:
op@hortoitalia.it



O.P. APOC SALERNO

Apoc Salerno è stata fondata nel 1978 nella città campana di cui porta il nome. Da più di 35 anni lavora per potenziare e valorizzare la produzione ortofrutticola nel quadro degli orientamenti economici stabiliti a livello nazionale e comunitario. Oggi raggruppa circa 600 produttori ortofrutticoli sparsi in varie regioni d'Italia: Campania, Basilicata, Puglia, Calabria, Sicilia, Abruzzo, Molise e Toscana.

A un così elevato numero di associati corrisponde una notevole estensione di terra coltivata: 3.200 ettari tra coltivazioni in serra e a pieno campo. Il volume d'affari totale per l'anno 2013 è di circa 49 milioni di euro, di cui ben 17 provenienti dalla produzione di uva da tavola, con un incremento del 25% registrato negli ultimi anni. Si tratta di una coltivazione strategica per l'OP che dedica più di mille ettari solo a questo prodotto.

Le varietà di uva coltivate sono così suddivise:

- Varietà bianca con semi: **Italia, Victoria**, altre (tra cui Regina e Pizzutello)
- Varietà nera con semi: **Michele Palieri, Black Pearl**
- Varietà rossa con semi: **Rosata, Red Globe**, altre (tra cui Cardinal e Fragolino)

- Varietà bianca senza semi: **White seedless, Sugraone, Regal, Princess Seedless, Tonda**

- Varietà nera senza semi: **Super Nova, Black seedless, Midnight Beauty** e altre

- Varietà rossa senza semi: **Crimson, Apulia seedless**

L'APOC Salerno ha approntato un Disciplinare di Alta Qualità Certificato denominato UVITALY per le sue produzioni di eccellenza. Inoltre tutte le aziende sono certificate "100% prodotto italiano" e rispondono a un disciplinare di rintracciabilità di filiera.

Nel 2013 il 60% delle uve prodotte è stato venduto in Italia, mentre il restante 40% è stato dedicato all'esportazione.



ANGELO GAROFANO
Presidente

Indirizzo:
Via Wagner, Km 1
48131 SALERNO

Contatti:
www.apocsalerno.it
info@apocsalerno.it
ferrara@apocsalerno.it
(sezione commerciale)



O.P. ASSOFRUIT ITALIA



FRANCESCO NICODEMO
Presidente

Indirizzo:
Via Tagliamento 31,
75020 SCANZANO JONICO
(MT)

Contatti:
www.assofruit.com/it/
assofruititalia@assofruit.com
info@frutthera.it
(sezione commerciale)



Assofruit Italia nasce nel 2012 a Scanzano Jonico in provincia di Matera (nel 2019 Capitale europea della Cultura) dall'associazione di 4 Organizzazioni di Produttori Ortofrutticoli.

Dal 1984, data dell'aggregazione dei primi

soci nell'Associazione di produttori ortofrutticoli ed agrumari Assobasilicata, il numero di imprese aggregate è velocemente cresciuto fino a raggiungere gli attuali 102 associati in Basilicata e nelle regioni limitrofe.

Su un'estensione di campi coltivati di più di 3.000 ettari, circa la metà (1.428,41) è destinata alla coltivazione di uva da tavola. Stessa proporzione vale per il volume d'affari: 31.533.18 euro derivano dalla produzione e commercializzazione di uva da tavola su più di 68 milioni totali.

La produzione di Assofruit è certificata GLOBAL GAP, IFS, BRC.

Le varietà di uva coltivate sono così suddivise:

- Varietà Bianca con semi: **Italia, Victoria**

- Varietà nera con semi: **Michele Palieri**
- Varietà rossa con semi: **Red Globe**
- Varietà bianca senza semi: **Sugraone**
- Varietà rossa senza semi: **Crimson**
- Varietà minori tra cui **Midnight Beauty**

Dal 2010 Assofruit Italia si avvale dei servizi di Frutthera S.r.l., filiale commerciale impegnata nella commercializzazione dei prodotti dei propri associati. Grazie anche al reperimento di prodotti ortofrutticoli di aziende non socie, viene garantita una presenza continua sui mercati italiani ed esteri.

In Europa, importanti paesi consumatori sono la Germania, il Regno Unito, la penisola scandinava e l'Est Europa non comunitario. L'uva di Assofruit, grazie all'impegno di Frutthera, va oltre i confini continentali arrivando in Medio Oriente, nel Nord Africa, negli Stati Uniti e in Sud America. Interessante è il dato relativo al trend delle uve apirene, particolarmente apprezzate nei paesi del Nord Europa.

Buona parte dell'uva prodotta dall'OP è distribuita dai grossisti nei mercati generali (40-50%). La restante fetta di prodotto viene venduta nella rete della GDO.

O.P. FRUTTA PIÙ



GIUSEPPE DI LIBERTO
Presidente

Indirizzo:
Corso della Repubblica, 347
92029 RAVANUSA (AG)

Contatti:
opfruttapiu@tiscali.it



L'Organizzazione di Produttori Frutta Più nasce nel 2009 a Ravanusa in provincia di Agrigento. Raccoglie al suo interno 38 aziende inserite in un territorio dall'altissima vocazionalità (metà dell'uva da tavola sici-

liana viene prodotta nell'agrigentino).

A oggi l'OP coltiva più di 500 ettari di terreno producendo un volume d'affari che supera i 3 milioni di euro.

All'interno di questo fatturato, l'uva da tavola ha una posizione predominante: dei 546 ettari coltivati, circa 400 sono dedicati all'uva, che da sola movimentata un volume d'affari pari a 2,5 milioni di euro.

Le varietà di uva coltivate sono così suddivise:

- Varietà bianca con semi: **Italia**
- Varietà rossa con semi: **Red Globe**

Frutta Più è un esempio di come l'uva italiana abbia successo all'estero: l'85% della sua produzione viene esportata, mentre il restante 15% viene venduto in Italia. Il canale di distribuzione privilegiato da questa OP è principalmente costituito dai dettaglianti e dai mercati.

O.P. EREDI PIETRO DI DONNA

Il Gruppo Di Donna nasce a Rutigliano, in provincia di Bari, nel 1965, con l'intento di sviluppare la coltivazione e la commercializzazione in una realtà familiare iniziata da Pietro Di Donna nel 1930 e che affonda le sue radici in un territorio dalla fortissima vocazionalità. Nel 1999 viene fondata l'Organizzazione dei Produttori Eredi Pietro Di Donna, una società cooperativa che raggruppa sotto un solo nome quattro soci e sei società con terreni sparsi nel territorio di Rutigliano (BA), Brindisi e Metaponto (MT).

La produzione delle aziende è commercializzata da Di Donna Trade, il suo ramo commerciale. La produzione di uva da tavola, settore di specializzazione dell'OP, si estende su 350 ettari di terreni e muove un volume d'affari di circa 15 milioni di euro. I prodotti Di Donna sono certificati BRC, IFS, GLOBAL GAP, GRAST, TESCO NURTURE, LEAF MARQUE.

Le varietà di uva coltivate sono così suddivise:

- Varietà bianca con semi: **Italia, Pizzutella,**

Victoria, Regina

- Varietà rossa con semi: **Red Globe**
- Varietà nere con semi: **Michele Palieri**
- Varietà bianca senza semi: **Sophia, Superior, Thompson, Timpson, Luisco, Mystery, Early Sweet.**
- Varietà nera senza semi: **Midnight, Sable, Melody.**
- Varietà rossa senza semi: **Crimson, Flame, Scarlotta, Magenta, Allison**

La produzione dell'OP è per l'80% indirizzata verso l'export. Eredi Di Donna esporta principalmente in Inghilterra, Belgio, Olanda, Germania, Svizzera, Spagna e Austria. I suoi clienti sono principalmente le grandi catene di distribuzione organizzata europea ed in misura minore operatori dei mercati all'ingrosso.



RAFFAELLA DI DONNA
Presidente

Indirizzo:
Via per Conversano, Km 1,5
70018 RUTIGLIANO (BA)

Contatti:
www.didonna.it
raffaella@didonna.it



O.P. PUGLIAVIVA

L'O.P. Pugliaviva nasce nell'estate del 2011 dall'idea di alcuni produttori del sud est barese di fornire uno strumento operativo volto alla produzione e commercializzazione dell'uva da tavola.

L'OP, che raccoglie 41 aziende di un territorio storicamente dedito alla coltivazione di questo prodotto, si estende su quasi 400 ettari muovendo un volume d'affari di oltre 9,2 milioni. L'uva ha un peso predominante nella vita dell'OP dato che più di 300 ettari sono dedicati alla sua produzione. Solo da questo prodotto l'OP ricava il 95% del volume d'affari totale (8,8 milioni).

Le varietà di uva coltivate sono così suddivise:

- Varietà bianche con semi: **Italia, Victoria, Pizzutella, Regina**
- Varietà nere con semi: **Michele Palieri, Black Magic, Black Pearl**

- Varietà rosse con semi: **Red Globe**
- Varietà bianche senza semi: **Sugraone**
- Varietà nere senza semi: **Big Perlon**
- Varietà rosse senza semi: **Crimson seedless, Apulia Rose.**

La produzione dell'O.P. Pugliaviva è certificata GLOBAL GAP e IFS. La maggior parte dell'uva da tavola prodotta dagli associati viene esportata nei mercati del nord ed est Europa, in particolare in Belgio, Germania e Polonia, e oltreoceano negli Stati Uniti. Il canale di distribuzione di riferimento è la GDO.



VITO LA MASCESE
Presidente

Indirizzo:
Via Carlo Rosselli, 48
70014 CONVERSANO (BA)

Contatti:
amministrazione@oppugliaviva.com
v.romagno@oppugliaviva.com
(sezione commerciale)



IL BENESSERE IN UN ACINO

Tante proprietà in un acino d'uva



L'uva rossa è tra le più ricche di proprietà nutritive

Dal 2013 la dieta mediterranea è entrata a far parte della lista dei patrimoni orali e immateriali dell'umanità. Si tratta di un riconoscimento importantissimo per i paesi che si affacciano sul Mediterraneo, tutti così diversi per ragioni culturali, religiose ed etniche, ma accumulati dal medesimo stile alimentare. Numerosi studi hanno rivelato il collegamento tra la dieta e la longevità degli abitanti di questi paesi: il medico americano Ancel Keys è stato il primo a evidenziare i benefici apportati da una dieta così varia e povera di grassi; dopo di lui, si sono susseguiti molti ricercatori che hanno evidenziato come la dieta mediterranea comporti una riduzione del rischio d'insorgenza di malattie vascolari e cardiache, ma anche delle malattie degenerative e dei tumori.

"L'UVA RIENTRA APPIENO IN UNA DIETA EQUILIBRATA"

L'uva rientra appieno nell'elenco degli alimenti fondamentali per una corretta dieta.

D'altronde, insieme al grano e alle olive, è una delle materie prime più utilizzate nella dieta mediterranea sia per il consumo fresco che per la produzione di vino o altri prodotti lavorati.

Dal punto di vista nutrizionale l'uva è un frutto molto ricco: per 100 g di parte edibile, ha un apporto energetico di 61 kcal e un contenuto in zuccheri di circa 15 g tra glucosio e fruttosio.

Dalla buccia al seme, l'uva è piena di sostanze utili al nostro organismo: la polpa e la buccia contengono sali minerali, zuccheri, vitamine, acidi fenolici, stilbeni (**resveratrolo**) e **flavonoidi**; i vinaccioli contengono fibre, grassi, proteine e una grande quantità di flavon-3-oli, una particolare categoria di flavonoidi. La presenza di queste particolari sostanze rende l'uva un alimento unico. Vediamo in che modo esse agiscono sul nostro organismo.

"GLI ANTOCIANI HANNO UN ALTO POTERE ANTIOSSIDANTE"

Gli **antociani** garantiscono al frutto la protezione dalle radiazioni ultraviolette. Il potere schermante che queste sostanze hanno sulla pianta viene trasmesso all'organismo anche una volta ingerite. Inoltre gli **antociani** hanno **un alto potere antiossidante tanto da essere utilizzati in medicina per contrastare gli effetti dei radicali liberi sui vasi sanguigni. Per questo l'uva è consigliata per la prevenzione delle malattie cardiache e del cancro.**

Il **resveratrolo** ha destato un forte interesse in medicina da quando uno studio condotto

nel sud della Francia ha attribuito a questa sostanza un altissimo valore nella **prevenzione delle malattie cardiocircolatorie e delle patologie metaboliche** (obesità, diabete, insufficienza epatica e pancreatica). Il resveratrolo è un **antimicrobico naturale** contenuto principalmente nella buccia: difende la pianta da stress e infezioni batteriche, mentre nell'organismo umano **ha proprietà ipoglicemicizzanti, antinfiammatorie e antiaterosclerotiche**.

"GLI ACIDI FENOLICI INNESCANO IL PROCESSO CHE PORTA ALLA MORTE DELLE CELLULE TUMORALI"

Tra gli **acidi fenolici** presenti nell'acino dell'uva da tavola, l'**acido gallico** è forse quello che **apporta i benefici più importanti al nostro organismo**. Quest'acido espleta una funzione che in medicina viene chiamata pro-apoptotica, cioè innesca il processo a catena che porta alla morte delle cellule tumorali.

Nella buccia si trovano i **flavonoli**. A questo gruppo appartiene la quercetina che, oltre alle sue **proprietà antiossidanti**, funge da **regolatore della risposta immunitaria e infiammatoria a livello cellulare**. Inoltre i flavonoidi contribuiscono alla **regolazione della crescita delle cellule** e, di conseguenza, sono utilizzati

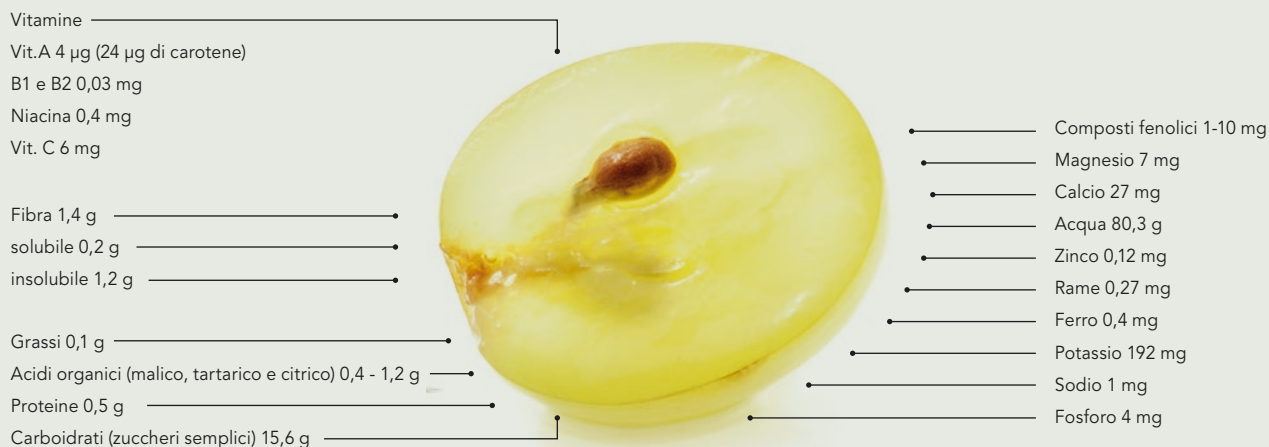
per inibire la crescita delle cellule tumorali. In questo contesto, **le varietà con seme hanno una marcia in più grazie al loro contenuto in flavan-3-oli**. Questa classe di composti racchiude tutte le proprietà farmacologiche che abbiamo citato.

"I TANNINI CONTENUTI NEI VINACCIOLI HANNO EFFETTI BENEFICI SUL SISTEMA CARDIOCIRCOLATORIO"

Come il resveratrolo, i **tannini contenuti nei vinaccioli producono importanti benefici sul sistema cardiocircolatorio** inibendo l'ossidazione delle lipoproteine a bassa densità (LDL) che trasportano il colesterolo.

Le procianidine riducono la pressione arteriosa e proteggono le cellule delle pareti interne dei vasi sanguigni attenuando i processi infiammatori e di invecchiamento cellulare. Le procianidine e il resveratrolo hanno un effetto combinato sull'inibizione dei processi neoplastici: entrambi inibiscono l'ossidazione dei lipidi, favoriscono la differenziazione cellulare, contrastano le mutazioni cellulari di origine chimica o fisica proteggendo il DNA da possibili danneggiamenti che possono comportare l'insorgere di tumori (AA.VV., *L'uva italiana*, 2010. Bayer CropScience pp. 66-77).

COMPOSIZIONE CHIMICA E VALORE ENERGETICO DELL'UVA DA TAVOLA (100 G DI PARTE EDIBILE)



Fonte: AA.VV. (2010), *L'uva italiana*. Bayer CropScience, Ed. Script, Bologna. p.66

L'UVA IN CUCINA

Proposte stuzzicanti dall'antipasto al dolce



L'insalata Waldorf: un piatto iconico, in cui l'uva è un ingrediente essenziale

L'uva ha un posto d'onore nella tradizione culinaria italiana. Grazie al suo particolare gusto che oscilla dal dolce all'acre, si adatta ad abbinamenti che vanno dal formaggio al pesce, dalla carne al dolce e persino alla pasta. Non bisogna poi dimenticare la lunghissima tradizione conserviera con prodotti come l'uva passa e le confetture presenti in ogni regione della nostra penisola. **Anche Pellegrino Artusi, padre della cucina italiana, ha dato ampio spazio all'uva nel suo libro *La scienza in cucina e l'arte di mangiar bene* raccogliendo ricette che spaziano dagli antipasti al dolce ed evidenziando l'utilizzo dell'uva sia passa che fresca.**

"L'UVA SI ABBINA AI FORMAGGI SAPIDI"

Quello con il formaggio è forse uno degli abbinamenti più conosciuti: grazie al suo sapore fresco e dolce l'uva si abbina a formaggi sapidi, a consistenza dura o molle, pulendo il palato dalla loro pastosità. Uno stuzzichino divertente potrebbero essere chicchi d'uva coperti di formaggio spalmabile e granella di pistacchi.

Un altro abbinamento consigliatissimo è quello con i piatti a base di pesce, che siano primi o secondi. Vi consigliamo di usare dell'uva passa



per arricchire una padellata di pesce misto e verdure. Per donare un tocco agrodolce a questo piatto bastano due cucchiaini di aceto (ancor meglio se balsamico). Stuzzicante è anche l'aggiunta di uva sultanina a un ottimo piatto di pasta al sugo di alici: la sapidità spiccatissima di questo pesce azzurro contrasta perfettamente con la dolcezza dell'uva.

La cacciagione, il pollame, la carne bovina, sono tutte carni che si sposano perfettamente con l'uva fresca. Aggiungere dei chicchi d'uva durante gli ultimi minuti di cottura di un arrosto di vitello o al coniglio cotto in padella creerà un fondo dal sapore caramellato che glassa la carne mantenendola umida e succosa.

Tradizionalissimo è l'uso dell'uva nei dolci. Pensiamo all'uvetta nel panettone, il dolce natalizio per eccellenza; alle crostate con confettura di uva; allo strudel di mele con uvetta e pinoli; ma anche a dolci più sperimentali con riduzioni e salse all'uva. Provate ad aggiungere dei chicchi d'uva bianca tagliati a metà a una salsa al caramello, creato semplicemente facendo imbrunire lo zucchero con un goccio d'acqua. Non pelate gli acini, perché doneranno una croccantezza deliziosa. Usate la salsa ottenuta per guarnire del gelato alla vaniglia o una millefoglie ripiena di crema chantilly.

**"NON PELATE GLI ACINI PERCHÉ
DARANNO AL PIATTO UNA
CROCCANTEZZA DELIZIOSA"**

Infine, uscendo dalla nostra tradizione culinaria citiamo **un piatto iconico: l'insalata Waldorf.** Inventata dallo chef del Waldorf Hotel di New York nel 1931 in occasione di un banchetto di beneficenza, è una ricetta semplice ma decisamente di classe. Unite a delle foglie di lattuga

una mela non sbucciata e ben lavata tagliata a tocchetti; in seguito aggiungete il sedano rapa a pezzetti e poca maionese amalgamando il tutto; tagliate a metà dei chicchi di uva bianca e nera e cospargete con gherigli di noce tritati. Una spruzzata di panna acida con erba cipollina può sostituire la maionese, donando un sapore più fresco.

Un esempio
di abbinamento
con il formaggio



LO SAPEVATE CHE...

LA LEGGENDA RACCONTA CHE LA VITE IN ORIGINE NON PRODUCESSSE UVA.

In un bel giardino cresceva una vite talmente rigogliosa da non permettere alle altre piante coltivate di godere dei raggi del sole. Il contadino decise, dunque, di tagliare le foglie più grandi. Questo rattristò talmente tanto la vite che pianse fino a quando un usignolo posatosi sui suoi rami la rallegrò. Al dolce canto dell'usignolo, le lacrime si trasformarono in piccole perle che maturarono al sole fino a diventare i grappoli d'uva che conosciamo.

L'UVA È MOLTO USATA NELLA COSMESI.

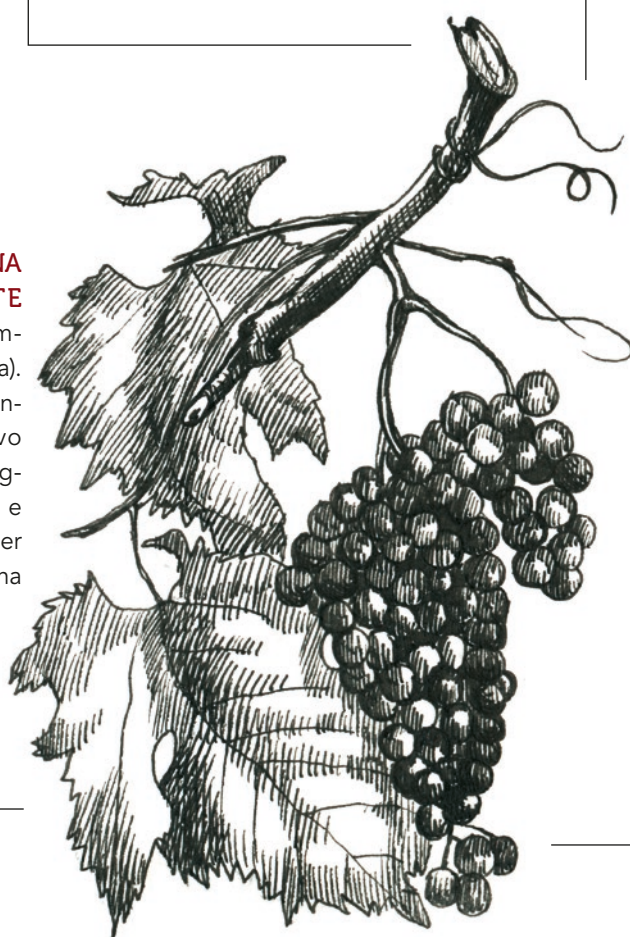
Grazie al suo potere antiossidante viene aggiunta a molte creme anti-età. Si può anche applicare il succo o la polpa tritata direttamente sulle rughe del viso. Lasciare in posa il composto per 5 minuti, 2-3 volte alla settimana, per avere degli effetti visibili.

L'UVA È ALLA BASE DI UNA DIETA RICOSTITUENTE

che prende il nome di ampeloterapia (terapia dell'uva). Viene prescritta generalmente nel periodo successivo alla vendemmia, nel passaggio dall'estate all'autunno e consiste nel nutrirsi di uva per 2 o 3 giorni. Trattandosi di una terapia è necessario farsi seguire da un medico.

IL RESVERATROLO CONTENUTO NELLA BUCCIA DELLE UVE NERE E ROSSE PROTEGGE DAI RAGGI UV

non solo la pianta, ma anche la nostra pelle. È stato dimostrato che, con applicazioni a lungo termine, innalza i normali filtri UV della pelle.



L'UVA SEMPLIFICA LA VITA ANCHE CON IL GALATEO.

È concesso mangiare l'uva con le mani staccando i singoli acini dal raspo. I semi possono essere depositati direttamente dalla bocca nella mano chiusa a imbuto.

LE ORGANIZZAZIONI DI PRODUTTORI E I PROPRI MARCHI COMMERCIALI CHE ADERISCONO AL PROGETTO VIVIANA



**COGLI
L'ACINO!**



SCEGLI VIVIANA, SANA, GUSTOSA E TUTTA ITALIANA.

C'è un'uva da tavola che nasce nelle regioni d'Italia più vocate, nelle varietà preferite e ricercate dal consumatore italiano.

È Viviana, il marchio che raccoglie le principali Organizzazioni di Produttori di uva da tavola per valorizzare l'offerta di un frutto sano e genuino.

Così puoi riconoscere con chiarezza le produzioni di qualità, coltivate con le migliori tecniche e in zone ottimali, per soddisfare al meglio e con ampia stagionalità le esigenze di un mercato sempre più attento alle buone scelte.



 **Viviana**
L'UVA ITALIANA

Campagna finanziata
con l'aiuto dell'Unione Europea