

# uva datavola

L'informazione sulla viticoltura da tavola

*magazine*

## COME UNA FOTOGRAFIA



Scatto dopo scatto, l'album 2025 del comparto racconta una stagione complessa, che - tra insidie fitosanitarie, fragilità varietali e aspettative commerciali disattese - deve prepararsi ora a costruire nuovi equilibri.



SERROPLAST

# PROTECTION INSTINCT

La protezione sostenibile  
per il tuo vigneto.

---

more > [serroplast.it](http://serroplast.it)

# Vivavisti da tre generazioni

Vivai Murciano offrono barbatelle selvatiche e innestate controllate e selezionate geneticamente.

Specializzati nella produzione di uva da vino e da tavola, introducono la novità delle piante in vaso biodegradabile innestate manualmente con innesto a spacco.

Programmazione e consegna rapida di piante realizzate su misura in 60/70 giorni: la soluzione ideale per soddisfare le richieste dei viticoltori che desiderano essere al passo con le nuove varietà dei più importanti breeder.



IN COLLABORAZIONE CON



Via Idrusa, 39  
73028 Otranto (LE)  
T. +39 339 3432326  
info@vivaimurciano.it  
www.vivaimurciano.it



# Ritira la tua copia gratuita in uno dei **166** punti di distribuzione

## BASILICATA

**Matera**  
**Sherena** - Via del Lido, 13 - Policoro  
**Astrella** - Largo Castella, 3 - Policoro  
**Malvasi** - Zona Artigianale - Scanzano Jonico  
**Pan Agri Irrigazioni** - Strada Via Zona Artigianale, Via degli Artigiani - Scanzano Jonico  
**Farmacia Agricola Bianco** - Viale della Libertà, sn - Nova Siri  
**Eni Distributore GPL** - SS 106 km 449.500 - Bernalda  
**Agriservice** - Via Nicola Romeo, 27 - Montalbano Jonico  
**O.P. Ortofrutticola Jonica Società Consortile A R.L.** - C.da Selvapiana, sn 75024 - Montescaglioso  
**Apofruit Italia Soc. Coop. Agricola** - Via S.S. 106 Vaccarizzo km 428,300 - Scanzano Jonico

## Potenza

**Biosafe lab** - S.S.93 Km 56,500 - Area PALS 85024 Lavello

## CAMPANIA

**Salerno**  
**La Farmacia delle Piantine** - Via Italia, 102 - 84098 Pontecagnano (SA)  
**APOC SALERNO soc. coop. arl** - Viale Richard Wagner, 1/K, 84131 Salerno

## PIEMONTE

**Cuneo**  
**Monviso fruit** - Uva da Tavola del Monviso - Via Bonanate, 47, 12030 - Pagno

## PUGLIA

**Bari**  
**Consorzio Ionico Ortofrutticoltori Soc.Coop** - SP 240 km 13,4 - Rutigliano  
**Meliota Vito Grazio** - SS 634 per Conversano km 11 + 100 - Rutigliano  
**Byblo's risto bar** - Via Dante, 39 - Rutigliano  
**Stazione di servizio AGIP** - SP 84 Rutigliano - Adelfia km 8,25 - Rutigliano  
**Coldiretti Rutigliano** - Largo Pineta, 27 - Rutigliano  
**Fourm Bar** - Via Conversano - Rutigliano  
**Agrisana** - Via Conversano, 3 - Rutigliano  
**Agrofert** - Via Montevegine, 155 - Rutigliano  
**Agro.Biolab Laboratory** - SP 84 Rutigliano - Adelfia km 8,25 - Rutigliano  
**Maggio Macchine Agricole** - Via dell'Artigianato, 14 - Rutigliano  
**Dill's - Stazione di Servizio IP/Tavola Calda** - SP 240 km 11 + 398 - Rutigliano  
**Stazione di servizio DILL'S** - SP 84 - Rutigliano/Adelfia  
**Rescina Antonietta Prodotti petroliferi** - Via Sant'Angelo, SC - Rutigliano  
**Coladonato Idrotecnologie** - Via le rose, 2 - Rutigliano  
**Pannarale Carburanti agricoli** - Via Pisacane, 5 - Noicattaro  
**Berardi Antonio & Figli Agricoltura** - Provinciale per Casamassima - Noicattaro  
**Stazione di servizio Pannarale** - Via Vecchia Casamassima - Noicattaro  
**Auxiliaria Naturae** - Via Noicattaro, nc - Rutigliano  
**Stazione di servizio DILL'S** - Via Noicattaro - Rutigliano  
**Settanni Angelo Prodotti per l'agricoltura** - Viale Decaro Sindaco, 23 Zona PIP - Noicattaro  
**Farmagricola Positano** - Via G. Tatarella, 22 - Noicattaro  
**Linea Verde** - Corso Roma, 91 - Noicattaro  
**Farmagricola di Piero Natale** - Via Carmine, 193 - Noicattaro  
**Macchine Agricole Vito Santamaria** - Viale G. Saponaro n.c. Zona PIP - Noicattaro  
**Settanni trattori** - SP Noicattaro - Rutigliano  
**Sweet Cafe** - Via Giuseppe Tatarella -

Noicattaro  
**Indivia Bar** - Via Giuseppe Tatarella - Noicattaro  
**AgriFarm Srl** - Via dell'Ulivo, 3 - Conversano  
**Bar Gelateria Punto di D'attoma Donato** - Via Lago Sassano, 49 - Conversano  
**La Selva Petroli S.A.S.** - Via Pacinotti, 24 - Conversano  
**Stazione di servizio ESSO** - C.so Italia, 88, Mola di Bari  
**Stazione di servizio ENI** - SP 111 Mola di Bari - Rutigliano, km 234 - Mola di Bari  
**VISP Petroli SNC** - Via Bari - Sammichele di Bari  
**New Agri Farmacia Agricola** - Via della Repubblica, 25B - Adelfia  
**Stazione di servizio IP** - Via Generale Scattaglia, nc - Adelfia  
**Stazione di servizio DILL'S** - Via Generale Scattaglia, nc - Adelfia  
**Fedele Gargaro** - Prodotti per l'agricoltura - Via Cavallerizza, 2 - Casamassima  
**Bar Tabaccheria Colucci Vito** - Pietà, 2 - Casamassima  
**Caffè Melior** - Via Noicattaro, 56 - Casamassima  
**Agrofarma** - Via Mazzolari Don Primo, 7 - Ruvo di Puglia  
**AgriMediterranea** - Via Scarlati 20/22 - Ruvo di Puglia  
**Punto impresa** - Viale Giacomo Saponaro Sindaco, Noicattaro  
**CREA Centro Ricerca Viticoltura ed Enologia** - via Casamassima 148 - Turi  
**Az. Viv. Tempesta Damiano** - S.P. 107 Km 11,400, Terlizzi  
**Apulia Logistics** - Contrada Tesoro, 15 70132, Bari

## Taranto

**Girifalco** - C.da Girifalco - Ginosa  
**Tarantini Giunti S.R.L.** - km. 10.700, SS 580 - Ginosa  
**Caffetteria Del Donno** - km. 17.200, SS 580 - Ginosa  
**AgriMarket Pa Calabrese Leonardo** - Contrada Madonna D'Attoi - Ginosa  
**Società Agrotecnica Meridionale** - Sam Srl - Contrada Cantore - Marina Di Ginosa  
**Agricenter** - Via Alcide De Gasperi, 92 - Grottaglie  
**AgriGreen** - Via Calò, 59 - Grottaglie  
**Bar San Ciro** - Via Paritro, 4 - Grottaglie  
**Linea Verde Agricoltura srl** - Z.I. - Viale Mediterraneo, 11 - Grottaglie  
**AgriDen Srl** - Contrada Gaudella - Castellaneta Marina  
**Tecnogricola Jacobellis** - C.da Borgo Perrone, 39 - Castellaneta Marina  
**Stazione di servizio ENI Station** - SS 106 km 474 - Castellaneta Marina  
**Dott. Ciro D'Erchie Agricoltura** - Viale degli Ulivi - Montemesola  
**Agribiotech** - Viale Unità d'Italia, 450/10 - Taranto  
**Agricons srl** - Via Ferrara - Massafra  
**Agrirola di Gigante Filomena** - Via La Rotonda 36 - Massafra  
**Agri Partner Group Srl** - Località Elena Marina 232 - Massafra  
**La Nuova Agricola Jonica Srl** - Contrada Conocchiella - Palagianò  
**Carburanti Marinuzzi S.A.S.** - SS 106 Dir km 2, - Palagianò  
**Stazione di servizio ESSO** - SS 106 km 475+700 - Palagianò  
**Stazione di servizio Q8** - SS 106 dir Jonica - Palagianò  
**Agricola Marano** - Viale Ludovico Ariosto, 62/64 - Grottaglie

## Foggia

**Herdonia Agricola** - Via della Stazione, 45 - Ortona  
**Agriprogress** - km 2.500, Via Manfredonia - Foggia

**Daunia Agricola** - Viale degli Artigiani, 70 - Foggia  
**Agrofarmacia Raschini** - Via s. Lazzaro, 73, Foggia  
**AgriSud Farmacia Agricola del Dr Sebastio srl** - Via Shahbaz Bhatti, 3 - Foggia  
**Farmagricola Morano** - Viale U.S.a., 88 - Cerignola  
**Farmagricola Perrucci** - Via Consolare, 32 - Cerignola  
**Stazione di servizio Total-Erg** - SS 16, km 708 - Cerignola  
**Stazione di servizio Q8** - S.S. 16 km 715, 800 - Cerignola  
**Farma Export srl** - Via Manfredonia - Traversa via Einaudi - Cerignola  
**AgriEUROPEA srl** - Viale usa, 29 - Cerignola  
**Nuova Agricola Dauna snc** - Viale USA 26 - Cerignola  
**Farmaverde srl** - Viale di Ponente 173 - Cerignola  
**AgriFortuna di Matteo Colucci** - Via santuario Madonna di ripalta, 58 - Cerignola  
**Agriservice** - Viale di Ponente, 93 - Cerignola  
**Farmagricola Zingarelli** - Via Manfredonia 2/A - Cerignola  
**Gruppo Abate srl** - s.s. 17 km 3,300 loc Perazze - Lucera  
**Farm Agri Marino Srl** - SP8, loc. Valle Cruste - Lucera  
**Torragni srl** - Via Foggia km 0,600 - Torremaggiore  
**Irriago srl** - Via Elisa Croghan 35 - San severo

## Barletta-Andria-Trani

**La Farmagricola** - Via Cerignola, 53 - San Ferdinando di Puglia  
**Farmacia Agricola G. T.** - Via Gorizia - San Ferdinando di Puglia  
**Racanati Multitrader SP** 231 km 31 - Andria  
**Inchingolo Domenico srl** - Via Trani, 63 - Andria  
**Centrone** - S.P. 130 km 2, 76125 - Trani  
**Racanati Multitrader** - SP Trani-Andria km 1,5 - Trani  
**Hydro Fert** - Via dei Fornai, 10 - Barletta  
**Racanati Multitrader** - Via degli Artigiani, 4 - Barletta  
**Isola Verde** - Via Minervino, 95 - Barletta  
**Agri Più** - Via Foggia, 187 - Barletta  
**Stazione di servizio ESSO** - Via Regina Margherita, 280 - Barletta  
**Divincenzo tractors** - Via Roma, 85/87 - Barletta  
**Linfaverde** - Via dei Falegnami, 8 - Barletta  
**Stazione di servizio ENI** - Via Canosa, SS 93, km 3 - Barletta  
**D'Ambrosio Pietro** - SS 93, 10 - Canosa di Puglia  
**Farmagricola** - Via Fomari, 58 - 70012 Canosa di Puglia  
**Totagri** - Via Cernaia, 4 - Canosa di Puglia  
**Di.Pra** - Via Vecchia Cerignola km 1 - Canosa di Puglia  
**Eni Station** - SP 231 EX SS 98, km 10 - Canosa di Puglia  
**AgriRifarm** - Via Michele Daddato, 18 - Bisceglie  
**ENI STATION** - S.P. 231 KM 10 + 0,50, Canosa di Puglia  
**Farmacia Agricola** - Via Oslo, 44 - Bisceglie  
**Agri Bio Logos** - Via Finizia, 63 - Bisceglie  
**Racanati Multitrader** - Via S. Mercurio, 19 - Bisceglie  
**Fertili Fit** - Via Ruvo, 101 - Bisceglie  
**Stazione di servizio - TotalErg** - SS 16bis km 731,744 - Trinitapoli  
**Stazione di servizio ENI Station** - SP 23 - Corato

## SARDEGNA

**Cagliari**  
**Fitochimica Sarda Sestu** - SP 120 - Sestu Elmas

**Caboni Flli.** - Via Cagliari, 22 - Villasor

## Sassari

**Cugusi s.a.s.** - Viale Porto Torres - Sassari

## SICILIA

**Agrigento**  
**Compagri** - C.da Fiumarella - Ravanusa  
**Agrofarmaci Ventura** - Via Vittorio Emanuele, 377/379 - Canicattì  
**Agrofutura** - Via Bramante, 2 - Canicattì  
**SicilNatura** - Via Nazionale, 177 - Canicattì  
**Agri Plus** - Viale Nazionale, 3/5 - Canicattì  
**Fitofarmacia** - Viale Luigi Giglia, 102 - Campobello di Licata  
**Sicilagro** - Contrada Pezza - Licata  
**Iacopinelli Paolo** - Via A. Moro, 5 - Licata  
**De Caro Francesco** - Via Palma, 134 - Licata  
**Soc. Coop. San Cristoforo** - Via Nino Bixio - Ribera  
**Tuttolomondo Francesca** - Via Marconi, 200 - Ribera  
**Emporium di Giuseppe Spina** - via Dott.A. Augello, 42 - Camastra  
**Vita Emanuele** - C/da Burraitotto S.S. 576 Km 1, Favara

## Catania

**Agriscilia** - Via Comiso 11 - Mazzarone  
**AgriMazzarone** - Via Comiso, 82 - Mazzarone  
**Fitofert** - Via Principe Umberto, 128 - Mazzarone  
**Uva mediterranea** - Via Comiso, 55 - Mazzarone  
**Foglia Viva srl** - Via Botteghelle, 160 - Mazzarone  
**Eredi di Spagnuolo Rosa** - Via Papa Giovanni XXIII, 10 - Licodia Eubea  
**Ditta Cali Pietro** - Via Vittorio Emanuele II, 57 - Acireale  
**For Agri** - Via Martiri di Via Fani, 30 - Bronte  
**Isola Verde** - C/da Puitta s.n. - Mineo  
**Vitanza Alfredo** - Viale Europa, 2 - Biancavilla

## Trapani

**Margisio La Vela Srl** - C/da barbero 9/B - Ribera

## Caltanissetta

**Coop. Agro. G.S.A. società cooperativa** - Via Venezia, 49 - Gela  
**Farmacia Agricola** - Piazza Umberto I, 33 - Serradifalco  
**Evergreen Srl** - Via Miceli sopo, 24 - Delia (CL) - 93010

## Ragusa

**Geotec** - C.da Ponte sn - Chiaramonte Gulfi  
**DD Trade Europe** - Via Pacinotti, 11 - Vittoria  
**Agriolinesa s.r.l.s.** - Via Piave, 96 - Comiso  
**Agabri s.r.l.** - Via L. Giuffrè 24 - c.p. 75 - Comiso - 97013www

## UNIVERSITÀ

**Università degli Studi di Bari Aldo Moro**, Dipartimento di Scienze del Suolo, della Pianta e degli Alimenti (Di.S.S.P.A.) - Auletta di Patologia Vegetale  
**Università degli Studi di Catania**, Dipartimento di Agricoltura, Alimentazione e Ambiente  
**Università degli Studi di Salerno**, Dipartimento di Ingegneria Industriale  
**Università degli Studi di Palermo**, Biblioteca di Scienze Agrarie, Alimentari e Forestali - IV Edificio, ingresso A, 1° piano

# Nuove regole, stessi margini

Negli ultimi anni la filiera dell'uva da tavola è stata interessata da un'evoluzione sempre più rapida degli standard di certificazione richiesti dai mercati internazionali. In particolare, la Grande Distribuzione Organizzata estera – con player di primo piano come REWE, EDEKA, MIGROS, LIDL – ha progressivamente innalzato il livello dei requisiti di sostenibilità, sicurezza e responsabilità sociale richiesti ai fornitori.

A partire dal 1° gennaio 2026, una parte significativa della GDO estera ha reso obbligatoria la certificazione GLOBALG.A.P. SPRING per le forniture, che si affianca alle già consolidate GLOBALG.A.P. IFA e GRASP, ponendo nuove sfide operative ed economiche alle aziende della filiera dell'uva da tavola. GLOBALG.A.P. IFA rappresenta lo standard di riferimento per l'accesso ai mercati internazionali e definisce i requisiti minimi in materia di sicurezza alimentare, tracciabilità, gestione agronomica, uso dei prodotti fitosanitari e tutela dell'ambiente. Oggi è considerata una condizione necessaria più che un elemento distintivo. Accanto a IFA, il modulo GRASP ha assunto un ruolo sempre più rilevante negli anni, focalizzandosi sugli aspetti sociali e sulla gestione del lavoro. Valuta la regolarità contrattuale, la tutela dei diritti dei lavoratori, la salute e sicurezza e l'esistenza di sistemi di rappresentanza. GLOBALG.A.P. SPRING introduce invece un approccio strutturato alla gestione sostenibile della risorsa idrica. L'intento del componente aggiuntivo SPRING (Programma Sostenibile per l'Irrigazione e l'Uso delle Acque Sotterranee) è aiutare produttori, stakeholder della filiera e acquirenti a dimostrare il proprio impegno per una gestione più responsabile delle risorse idriche in azienda. La checklist completa copre un'ampia gamma di argomenti, come l'uso e i tassi di estrazione dell'acqua, la conformità alle normative e la protezione delle fonti idriche, nonché la gestione dei bacini idrografici.

L'Integrated Farm Assurance (IFA) per frutta e verdura, più il componente aggiuntivo SPRING, è confrontato con il Basket of Water Standards della Sustainability Initiative Fruit and Vegetables (SIFAV), e SPRING è riconosciuto dal World Wildlife Fund (WWF) Spagna come una delle migliori opzioni di certificazione idrica a livello aziendale. Il componente aggiuntivo è collaudato, testato e affidabile in oltre 30 Paesi in tutto il mondo. L'add-on SPRING si concentra dunque su: legittimità delle fonti di approvvigionamento, valutazione del rischio idrico, misurazione e monitoraggio dei consumi, efficienza dei sistemi irrigui e adozione di piani di miglioramento continuo.

Per le aziende di uva da tavola, fortemente dipendenti dall'irrigazione, SPRING rappresenta una certificazione complessa, che richiede competenze tecniche, investimenti e una gestione documentale accurata. Non si tratta solo di dimostrare la conformità, ma di adottare un vero e proprio sistema di gestione dell'acqua. Come già avvenuto per GLOBALG.A.P. e GRASP, anche SPRING viene introdotta dalla GDO in modo sostanzialmente unilaterale, senza un reale riconoscimento economico lungo la filiera e anzi incidendo in maniera crescente sulle economie aziendali, aumentando costi diretti e indiretti. La gestione sostenibile dell'acqua è senza dubbio un tema centrale e strategico per il futuro dell'agricoltura. D'altra parte, diventa sempre più necessario riflettere sull'impatto economico di queste certificazioni e sul ruolo che la grande distribuzione dovrebbe assumere nel sostenere concretamente gli sforzi richiesti ai produttori.



**Angelo Gasparre**  
Agronomo - Food Agri Service Srl

## UVADATAVOLA MAGAZINE

Rivista tecnico-scientifica d'informazione sulla viticoltura da tavola

Anno XIV - Numero 1 | febbraio - marzo 2026

www.uvadatavola.com

### Direttrice Responsabile

Ilaria De Marinis

### Coordinatore Editoriale

Mirko Sgaramella

### Caporedattrice

Ilaria De Marinis

### Redazione

Mirko Sgaramella, Ilaria De Marinis, Donato Liberto, Federica Del Vecchio

### Comitato tecnico scientifico

D. Abate, P. Carillo, L. Ercoli, V. Farina, A. Ferrante, V. Fili, L. Gaeta, A. Guarino, S. Pachioli, G. Romanazzi, D. Zagaria

### Referente tecnico

Domenico Zagaria

### Hanno collaborato a questo numero

A. Gasparre, A. Mastropirro, M. Laporta, G. Grasso, F. Bonelli, A. Fanelli, C. Auteri

### Direzione, redazione e segreteria

Viale Giacomo Saponaro Sindaco 70016 - Noicattaro (BA)

### Segreteria di redazione

080 416 4075

info@fruitcommunication.com

### Immagini

DepositPhotos™

### Impaginazione

Donato Liberto

### Proprietario e Editore

Fruit Communication Srl

### Sede Legale e Operativa

Viale Giacomo Saponaro Sindaco 70016 - Noicattaro (BA)

### Pubblicità

Francesco Menelao - 340 2238667

adv@fruitcommunication.com

### Tiratura

5.000 copie

### Chiuso in redazione

27/01/2026

### Stampa

Tipografia 3Esse - Santeramo in Colle (BA)

Reg. Tribunale Bari n.723/12 dal 22/03/12

Reg. Roc n. 26960 del 26/01/2017

ISSN 2785-2687

### PER RICEVERE LA RIVISTA E INFORMAZIONI

Telefono 080 416 4075 (lun - ven 09:00 - 16:00)

Email info@fruitcommunication.com

Le aziende che fanno pubblicità su questa rivista sono responsabili dei messaggi contenuti nei propri impianti pubblicitari e pubbliredazionali.

Responsabilità: la riproduzione delle illustrazioni e articoli pubblicati dalla rivista, nonché la loro traduzione è riservata e non può avvenire senza espressa autorizzazione della Società Editrice. I manoscritti e le illustrazioni inviati alla redazione non saranno restituiti, anche se non pubblicati e la Società Editrice non si assume responsabilità per il caso che si tratti di esemplari unici. La Società Editrice non si assume responsabilità per il caso di eventuali errori contenuti negli articoli pubblicati o di errori in cui fosse incorsa nella loro riproduzione sulla rivista.

La redazione della Rivista "Uva da Tavola Magazine" cura, per quanto possibile, che le informazioni contenute nella Rivista rispondano a requisiti di attendibilità, correttezza, accuratezza e attualità. L'Editore, peraltro, non risponde in alcun modo verso l'Utente per eventuali errori od inesattezze nel contenuto di tali informazioni, restando inteso che l'Utente si assume la piena responsabilità per l'eventuale utilizzo che farà delle informazioni contenute nella Rivista.

# Sommario

10

## Anatomia di una stagione rivelatrice

Ilaria De Marinis

14

## Stagione viticola: bilancio 2025, prospettive 2026

Ilaria De Marinis

18

## 2025: quando si è perso il buon senso

Ilaria De Marinis

24

## Alterazioni epidermiche uve bianche: cause e gestione

Felipe Bonelli

30

## Cotton Candy™: prerequisito la qualità

Ilaria De Marinis

34

## L'irrorazione nell'era digitale

Maggio Srl

38

## Auteri, tre generazioni di visione agricola

Ilaria De Marinis

42

## Olanda, snodo dell'uva europea

Ilaria De Marinis





## Per l'uva da tavola di qualità

- Nutrizione azotata senza eccessi e carenze
- Calcio assimilabile per una coltura molto esigente
- Piante più resistenti su un terreno più sano
- Ottimi risultati nella resa e nella qualità



[alzchem.com/it](https://alzchem.com/it)



**CONSULENZA PER ITALIA**  
Dr. Saverio D'Onza  
Via Vespucci 42 | 56100 Pisa, Italy  
T +39 347 7366995  
[saverio.donza@alzchem.com](mailto:saverio.donza@alzchem.com)

**FABBRICANTE**  
Alzchem Trostberg GmbH  
Dr.-Albert-Frank-Straße 32  
83308 Trostberg, Germany

**alzchem  
group** 

FOUR   
POINTS  
BY SHERATON  
CATANIA

*Acqua, limiti  
e innovazio  
tra tecnio*



**LUV**  
LA FIERA DELL'IVA DA TAVOLA  
**LUV**  
OCTOBRE 2026  
**LUV**  
NUOVA FIERA DEL LEVANTE  
Fabbro Group  
Confere  
fiera.com  
P.LUV



ti della difesa  
ne varietale:  
ca e ricerca

FOUR   
POINTS  
BY SHERATON  
CATANIA



## Vocazione

Dal suo esordio, la Table Grape Conference si è ritagliata uno spazio preciso e riconoscibile: quello in cui la filiera dell'uva da tavola, oltre a condividere una narrazione, inizia a interrogarsi. Un luogo pensato per leggere il comparto con lucidità, mettendo a confronto produttori, tecnici, consorzi e territori su ciò che sta cambiando davvero. La seconda edizione, andata in scena lo scorso 4 dicembre a Catania, ha confermato questa vocazione. Sessione dopo sessione, intervento dopo intervento, è emersa una consapevolezza condivisa: il comparto si trova in un passaggio che richiede scelte collettive, non più rinviabili. E soprattutto una visione più coerente e condivisa. Per costruirla, però, occorrono le occasioni giuste. Occasioni inedite, ragionate e di sistema come LUV - La Fiera dell'Uva da Tavola.

4 dicembre 2025  
Table Grape Conference - Catania  
Foto di: Priscilla Tangari

# Anatomia di una stagione rivelatrice

**Quello appena trascorso è stato, per certi versi, un anno rivelatore per il comparto, in grado di far emergere criticità fitosanitarie, fragilità varietali e limiti nei modelli tecnici oggi adottati. Dalla gestione dell'oidio alle fisiopatie, fino al rapporto sempre più complesso tra difesa, qualità e richieste del mercato: con l'agronomo Antonio Mastropirro facciamo il punto.**

A cura di

**Ilaria De Marinis**

Giornalista

La campagna viticola 2025 ha rappresentato un banco di prova particolarmente complesso per il comparto dell'uva da tavola, soprattutto in aree strategiche come Puglia e Sicilia. Pressioni fitosanitarie anomale, ritorno di alcune criticità e l'ormai piena affermazione di nuove varietà hanno imposto una riflessione profonda sui modelli tecnici oggi adottati. Per tracciare un bilancio lucido e operativo di quanto accaduto, abbiamo incontrato **Antonio Mastropirro**, agronomo di Agriproject Group, con cui analizziamo l'andamento fitosanitario dell'annata e proviamo a individuare le indicazioni che questa stagione lascia in eredità per il futuro del comparto.

**Entrando nel merito della stagione appena conclusa, quali sono state le principali criticità che l'hanno caratterizzata e quali, se riscontrate, le sorprese positive?**

Dal punto di vista fitopatologico, la criticità più rilevante è stata senza dubbio rappresentata dall'oidio, che ha accompagnato l'intero ciclo vegetativo delle piante, protrahendosi fino alle fasi finali della stagione, addirittura fino a ottobre e novembre. In sostanza, le infezioni secondarie non hanno mai conosciuto una reale battuta d'arresto. Ne è derivata una pressione estremamente elevata dell'oidio, che infatti sta diventando un limite strutturale sempre più rilevante per la coltivazione dell'uva da tavola, a fronte, al contrario, di una pressione molto contenuta della peronospora, grazie all'uso oramai consueto di teli plastici sin dal germogliamento. Nella parte finale della stagione si è inoltre assistito a un ritorno della botrite, favorito da condizioni ambientali particolarmente predisponenti. A differenza di quanto osservato nelle due annate precedenti, in cui il fenomeno non aveva assunto un rilievo significativo, botrite e marciumi acidi sono tornati a manifestarsi in modo evidente. L'unico elemento che può essere letto in chiave parzialmente positiva, se così lo si vuole definire, è stato un buon germogliamento, accompagnato da una fertilità discreta, in alcuni casi addirittura elevata, sia in Sicilia sia in Puglia. Sotto questo profilo, le due regioni hanno mostrato un comportamento sostanzialmente sovrapponibile. Per quanto riguarda invece il ruolo delle condizioni climatiche, in particolare in termini di pressione dell'umidità, quest'anno la Sicilia ha registrato complessivamente meno criticità rispetto alla Puglia. Va però ricordato che nel 2024 si era verificata la situazione opposta: in Sicilia,

soprattutto nelle aree tardive dell'areale di Canicattì, si erano concentrate precipitazioni particolarmente intense, che avevano infatti compromesso la produzione finale, mentre la Puglia aveva beneficiato di un'annata complessivamente favorevole, per certi versi atipica.

Nel 2025, pur con differenze locali, la Sicilia ha mostrato una minore incidenza di botrite e marcescenze rispetto alla Puglia, anche se tali problematiche non sono state del tutto assenti. Nel complesso, si può affermare che le due regioni abbiano seguito un andamento climatico sostanzialmente analogo.

**Per quanto riguarda i fitofagi, ci sono state avversità che hanno creato difficoltà?**

A mio avviso, il 2025 sarà ricordato come un vero e proprio *annus horribilis* per le cicaline e in parte per i tripidi *Drepanothrips reuteri*, problematiche aggravate ulteriormente dall'assenza di alcuni formulati commerciali che in passato contribuivano in modo determinante al loro contenimento. Inoltre si è osservata una pressione piuttosto elevata della mosca della frutta, favorita da temperature autunnali mediamente alte e da livelli di umidità relativa anch'essi sostenuti.

In termini di gravità, la gerarchia può essere così sintetizzata: cicaline, mosca della frutta e tripidi.

**E per le fisiopatie? Qual è il quadro che si può delineare?**

Qui occorre impostare un ragionamento che non sia legato tanto alle condizioni climatiche in senso stretto, quanto piuttosto alle "sorprese" con cui ci stiamo confrontando e con cui, probabilmente, dovremo confrontarci sempre di più. Sorprese che sono riconducibili anche a un aspetto nuovo: la conoscenza delle varietà che stiamo progressivamente introducendo. È evidente che, quando si introduce una nuova varietà, l'attenzione tende a concentrarsi soprattutto sugli aspetti positivi: la produttività, le dimensioni della bacca, il colore, in sostanza il profilo migliore. Il primo elemento che viene valutato è l'apprezzabilità, e quindi la commerciabilità, seguita dal prezzo che quella varietà è in grado di spuntare. Si guarda all'attenzione che riesce a suscitare nei consumatori e, di conseguenza, nel mercato, nella grande distribuzione, nei confezionatori e, a cascata, anche nel ritorno economico per l'agricoltore, che riesce a vendere meglio la propria produzione. Il problema è che, a un certo punto, emerge anche il rovescio della medaglia. Le annate 2023 e 2024 sono state, sostanzialmente, stagioni in cui le fisiopatie si sono manifestate poco, ma questo perché si è trattato di annate piuttosto asciutte, con un clima molto favore-

“

**Il vero nodo critico che quest'anno è emerso con chiarezza è il grande limite imposto dalle richieste della GDO.**

”

**Grappoli di uva da tavola interessati da infezione di *Botritis cinerea*.**



**Non possiamo più permetterci di pensare che tutta la produzione potenziale che arriva in un vigneto debba essere mantenuta integralmente.**

vole alla produzione dell'uva da tavola. Il 2025, invece, è stato un anno più in linea con l'andamento climatico medio dei nostri territori e, già a partire da settembre, si sono determinate condizioni di umidità molto elevate che, in gran parte delle varietà, hanno provocato il cosiddetto *hair-line*: microfessurazioni, se non addirittura veri e propri fenomeni di cracking, particolarmente evidenti nelle varietà cosiddette *crisp* ossia croccanti, a polpa molto soda. Si tratta di fenomeni legati in alcuni casi anche a una gestione non sempre corretta dell'acqua, aspetto sul quale c'è ancora molto da lavorare. In ogni caso, si sono create condizioni favorevoli all'insorgenza di queste fisiopatie che nella parte tardiva della stagione hanno inciso pesantemente sia sulla commercializzazione che sulla conservabilità. Di conseguenza, lo stoccaggio di queste uve ha compromesso anche la fase finale della commercializzazione, quella sotto Natale. L'uva frigoconservata per essere venduta nel mese di dicembre è tirata fuori dalle celle in condizioni spesso pietose, tanto che molta produzione non presentava più i requisiti minimi per essere commercializzata.

Nella prima parte della stagione, inve-

ce, concentrandosi sulle varietà precoci, abbiamo osservato altre espressioni di fisiopatie: lo spedicellamento, il raggrinzimento, la perdita di turgore della bacca. Anche queste sono riconducibili a condizioni climatiche piuttosto estreme, soprattutto sotto telo, con picchi di caldo e rarefazione dell'aria all'interno dei vigneti. Probabilmente, anche in questo caso, ha inciso una gestione non sempre ottimale dell'acqua, ma è evidente anche una predisposizione varietale, in particolare nelle cultivar di recente introduzione.

In pratica, possiamo quindi dire che quest'anno le abbiamo viste un po' tutte. E, anzi, ci auguriamo sia davvero così, perché non sappiamo se in futuro emergeranno ulteriori criticità. Sicuramente, la stagione dell'uva da tavola 2025 è stata rivelatrice: sia in termini quantitativi - nel senso che molti vigneti e grandi volumi di uva hanno manifestato queste problematiche - sia in termini qualitativi, perché le stesse avversità hanno influenzato pesantemente la qualità del prodotto. Con un contraccolpo, almeno secondo la mia percezione, anche sui consumi.

**Pensi che la gestione della difesa e le pratiche agronomiche adottate hanno contribuito a mettere in evidenza limiti e punti di forza dei modelli tecnici attuali?**

Absolutamente sì. Innanzitutto, una difesa impostata in modo oculato, effettuata con sistemi di supporto alle decisioni professionali e validati, ha certamente contribuito a mantenere i vigneti in buone condizioni sanitarie.

L'ostacolo maggiore, però, non risiede tanto nelle strategie in sé, né nelle conoscenze tecniche o nelle modalità di applicazione delle strategie di difesa. Il vero nodo critico che quest'anno è emerso con chiarezza - e che sta aprendo una discussione importante all'interno del mondo tecnico, anche in modo trasversale tra studi professionali "in competizione" sul territorio - è un altro. Ed è il grande limite imposto dalle richieste della grande distribuzione organizzata, in particolare quella estera, che obbliga a una semplificazione delle strategie di difesa. Una semplificazione che, però, in annate come quella appena trascorsa, non è sostenibile e, anzi, ha avuto come diretta conseguenza l'insorgere di una



serie di problematiche che possono avere ripercussioni anche nel medio-lungo periodo sull'efficacia complessiva della difesa nella vite da tavola.

E se, per l'esperienza maturata in questi anni e per ciò che ho osservato direttamente in campo, il 2025 è stato un anno più in linea con l'andamento medio delle stagioni, la questione diventa cruciale. A mio parere, infatti, le vere annate fuori scala sono state il 2023 e, in particolare, il 2024, naturalmente sempre tenendo conto del contesto del cambiamento climatico, che sappiamo già influenzare fortemente le dinamiche produttive. In tal senso, è facile notare come in annate "nella media" come questa diventa estremamente complesso soddisfare le richieste della GDO, proprio perché è difficile gestire in modo efficace alcune patologie, in particolare l'oidio, rispettando quei vincoli.

#### **Concludendo, quali sono allora le indicazioni operative che il 2025 ci consegna in vista delle prossime stagioni?**

Direi che si possono individuare indicazioni di due ordini. La prima è di natura agronomica. Nel 2025, il comparto ha commesso degli errori. Il principale è stato quello di aver assecondato l'eccesso produttivo che l'annata lasciava presagire. Le nuove varietà, ormai entrate in piena produzione e caratterizzate da un'elevata fertilità, hanno messo a disposizione produzioni sovradimensionate, che poi hanno generato, molte delle problematiche di cui stiamo parlando. In diversi casi, ci siamo trovati di fronte a vigneti non gestiti in modo ottimale: defogliazioni effettuate in ritardo, selezioni non eseguite, una cura del grappolo praticamente assente. Tutto questo ha accentuato sia le problematiche fitosanitarie sia quelle fisiologiche, comprese le fisiopatie.

È dunque necessario seguire con maggiore attenzione le linee guida fornite dai gruppi di breeding, che conoscono il comportamento delle loro varietà, riportandolo alla singola realtà aziendale; ridimensionare le produzioni e, se necessario, intervenire con operazioni sia sul verde sia sul grappolo per limitare i potenziali danni. Non possiamo più permetterci di pensare che tutta la produzione potenziale che arriva in un vigneto debba

essere mantenuta integralmente.

La seconda indicazione riguarda invece la gestione anticipata delle problematiche, soprattutto quando si parla di oidio. A riguardo, non va sottovalutata l'efficacia del trattamento estintivo, che dovrebbe essere effettuato già dall'autunno precedente. Se non si è riusciti a intervenire in quella fase, è comunque possibile farlo poco prima del germogliamento, in fase di gemma cotonosa, così da ridurre i potenziali inoculi. Diventa poi fondamentale iniziare a comprendere meglio come gestire il telo e quale tipologia scegliere, perché anche in funzione della capacità di trasmissione della luce e delle caratteristiche dei materiali si può avere una maggiore o minore sensibilità a patologie come l'oidio e la botrite.

In ultima analisi - ma non per importanza - occorre una vera integrazione di tutti i mezzi tecnici a nostra disposizione, siano essi di natura chimica, microbiologica o naturale. In questa prospettiva è necessario anche recuperare alcuni strumenti del passato: per esempio, nella gestione dell'oidio, lo zolfo resta un elemento fondamentale. Sappiamo che, nel tempo, il suo utilizzo è stato progressivamente ridotto perché ha un'incidenza elevata sulla degradazione dei teli. Tuttavia, il rischio è quello di non gestire adeguatamente il patogeno. Considerando che siamo a gennaio, rimane la speranza di un inverno sufficientemente rigido, che consenta di ripartire con popolazioni di patogeni e fitofagi non troppo alte. Infine, al di là della difesa fitosanitaria, va aggiunto un ulteriore elemento di riflessione. Con le nuove varietà abbiamo avuto l'opportunità di ridisegnare il comparto, ma stiamo rischiando di commettere gli stessi errori commessi in passato con le varietà di uva con semi. Stiamo spingendo verso produzioni e superfici sovradimensionate rispetto ai mercati che serviamo. E questo rischia di amplificare molti dei problemi che incontriamo in coltivazione, perché poi, dal punto di vista commerciale, ci troviamo con produzioni che non vengono valorizzate come dovrebbero. E tutto questo si riflette inevitabilmente sulla qualità finale. Se l'obiettivo è vendere qualità, l'asticella si alza sempre di più. E in annate come il 2025 diventa estremamente difficile riuscire a stare al passo. ■



In alto

**Sintomi riconducibili ad avvizzimento da stress termico.**

Nella pagina accanto  
**Microfessurazioni su acini di uva da tavola, fenomeno anche noto come *hairline*.**

# Stagione viticola: bilancio 2025, prospettive 2026

**Volumi, prezzi, posizionamento competitivo e nuove sfide strutturali. Con Michele Laporta, presidente del Consorzio Uva di Puglia IGP, sviluppiamo un'analisi della stagione appena conclusa, guardando alle variabili che già oggi stanno ridisegnando la campagna 2026.**

A cura di

**Ilaria De Marinis**

*Giornalista*

La campagna 2025 dell'uva da tavola pugliese si è chiusa in un contesto complesso, segnato da tensioni sui volumi, instabilità dei prezzi, pressione promozionale e da un quadro competitivo sempre più articolato, sia sul fronte europeo sia su quello extra UE. In questo scenario, il marchio IGP ha spesso svolto una funzione strategica: non solo come strumento di tutela dell'origine e della qualità, ma come leva di riconoscibilità sui mercati e di stabilizzazione dell'offerta. Un ruolo che il Consorzio Uva di Puglia IGP è chiamato a presidiare in modo sempre più strutturato, a sostegno dei produttori e della competitività del comparto. Ne parliamo con **Michele Laporta**, presidente del Consorzio Uva di Puglia IGP, per fare il punto sull'andamento della campagna 2025, analizzare le dinamiche di mercato che hanno inciso sui risultati economici e individuare le scelte strategiche che non possono più essere rimandate in vista del 2026.

**Partiamo dalla fine: in termini di volumi commercializzati, come si è chiusa la campagna 2025 rispetto al 2024 e alla media degli ultimi anni?**

I dati disponibili al terzo trimestre 2025 indicavano un calo di circa il 7% rispetto al 2024. Va però sottolineato che la campagna è partita in ritardo e che, soprattutto, le previsioni di produzione per la parte finale della stagione erano in aumento. Questo lascia ipotizzare un possibile recupero parziale dei volumi nel quarto trimestre.

In linea generale, si conferma la tendenza già osservata negli ultimi anni: le uve tradizionali continuano a perdere quote, penalizzate da una domanda più debole e da prezzi compressi. Mostra invece segnali positivi il segmento delle uve IGP, che registra una crescita a volume accompagnata da prezzi più sostenuti.

Come noto, sono state le varietà apirene a rappresentare il vero motore del mercato, con un incremento sia quantitativo sia in valore, soprattutto nei segmenti Premium e MDD, dove la domanda si è dimostrata più dinamica.

**Dal punto di vista dei fatturati, il 2025 ha seguito la dinamica dei volumi o i risultati economici sono stati influenzati soprattutto dall'andamento dei prezzi medi?**

Il fatturato non ha seguito in modo lineare l'andamento dei volumi. La contrazione quantitativa è stata parzialmente compensata da prezzi medi più elevati, in particolare nella fase iniziale della campagna.

Più precisamente, lo scostamento tra quantità vendute e valore generato si è manifestato in maniera evidente in due momenti: all'inizio della stagione, quando l'offerta limitata ha generato forti tensioni sui prezzi, e tra settembre e ottobre, fase in cui la pressione promozionale della GDO e l'intensificarsi della concorrenza hanno ridotto sensibilmente i margini. Nel complesso, i prezzi registrati nel 2025, sostenuti dal consolidamento del segmento seedless e delle produzioni certificate, hanno mostrato un miglioramento complessivo, anche se soggetti a forti oscillazioni nei periodi di massima produzione.

**Quali mercati di sbocco hanno sostenuto maggiormente l'uva da tavola nel 2025 e dove, invece, si sono registrate maggiori difficoltà?**

Il mercato europeo si è confermato complessivamente stabile, soprattutto per le apirene di alta qualità. La GDO italiana ha assorbito volumi significativi, spesso però facendo leva su politiche promozionali molto aggressive.

Le principali criticità derivano, da un lato, dalla difficoltà di accesso ai mercati extra UE e, dall'altro, da un consumo interno tradizionale che mostra segnali di stagnazione. Questo limita le possibilità di diversificazione commerciale e aumenta la dipendenza da pochi canali di sbocco.

**Quanto hanno inciso i fattori esterni alla produzione sui risultati economici della campagna 2025?**

In modo rilevante. La pressione promozionale ha inciso negativamente sui margini, soprattutto nella seconda parte della stagione. A questo si devono aggiungere le difficoltà legate alla logistica e l'aumento dei costi di trasporto, che rappresentano un problema sempre più

strutturale. Un altro elemento critico è la carenza di manodopera, in particolare di raccoglitori, che da tempo ormai continua a penalizzare il comparto. Allo stesso modo, anche quest'anno gli effetti del cambiamento climatico hanno inciso in modo determinante sull'esito della stagione, modificandone tempistiche e risultati. In ultimo va citata la concorrenza estera, che sia in primavera sia nel tardo autunno ha contribuito a una contrazione della domanda.

**Guardando alla campagna appena conclusa, quali segnali strutturali emergono sul posizionamento dell'uva da tavola italiana rispetto ai principali competitor?**

Il prodotto italiano è percepito, sui mercati nazionali e internazionali, come appartenente a una fascia premium. Tuttavia, questo posizionamento deve essere costantemente supportato da un controllo rigoroso della qualità, per evitare che le aspettative del mercato vengano disattese. In questo senso, il sistema IGP rappresenta un valore aggiunto importante: i disciplinari di produzione e l'attività di controllo garantiscono uno standard elevato, riconoscibile e coerente nel tempo, rafforzando la fiducia degli operatori commerciali e dei consumatori finali. Le criticità di fornitura non sono frequenti, ma resta centrale il tema dell'aggregazione dell'offerta primaria, che oggi è ancora insufficiente.

**E quali invece le principali variabili di mercato che potrebbero condizionare la campagna 2026?**

La domanda di varietà apirene continuerà a crescere nei prossimi anni, spinta dall'evoluzione delle preferenze dei consumatori e dalle richieste sempre più stringenti della distribuzione organizzata. Questo trend renderà necessaria una pianificazione più mirata e consapevole degli investimenti in cultivar seedless strate-

“

**La scarsa aggregazione dell'offerta indebolisce il potere contrattuale dei produttori: incentivare processi di aggregazione è dunque una priorità.**

”



giche. Sarà inoltre fondamentale intervenire in modo strutturato sulla logistica e sui costi di produzione, per evitare che ulteriori rincari compromettano la competitività del comparto. Occorrerà poi incidere con maggiore determinazione sulle politiche comunitarie per affermare il principio di reciprocità e ridurre le lungaggini burocratiche che attualmente rallentano o ostacolano l'apertura di nuovi mercati. Infine, sarà indispensabile individuare e implementare soluzioni strutturali in grado di mitigare gli effetti del cambiamento climatico e aumentare la disponibilità idrica.

**Se la campagna 2025 fosse letta come un banco di prova per il sistema nel suo complesso, quali criticità sono emerse con maggiore evidenza e quali scelte non sono più rinviabili?**

Il tema centrale resta quello dei margini, sempre più compressi dalla combinazione tra politiche promozionali aggressive e aumento dei costi. La scarsa aggre-

gazione dell'offerta indebolisce il potere contrattuale dei produttori: incentivare processi di aggregazione è dunque una priorità. È necessario investire di più in ricerca e innovazione, puntando su una segmentazione dell'offerta più chiara e strutturata. Allo stesso tempo, servono piani di marketing mirati, continuativi e coerenti, in grado di valorizzare qualità e origine non come semplici attributi, ma come veri elementi distintivi. Infine, è sempre più urgente dotarsi di una logistica efficiente, sostenibile e responsabile, in grado di sostenere la competitività del comparto nel medio-lungo periodo.

Il 2025 ci consegna una lezione chiara: la qualità da sola non basta più. Servono visione, organizzazione e scelte condivise. Il Consorzio è pronto a fare la sua parte, ma la vera sfida sarà costruire insieme un sistema solido e coordinato, capace di trasformare il valore dell'origine non solo in un elemento identitario, ma in reddito stabile per i produttori e in competitività duratura per il territorio. ■

Filo per vigneti e frutteti

 Bekaert

**Bezinal®**

**Sosteniamo l'eccellenza,  
grappolo dopo grappolo.**

[stefano.frascoli@bekaert.com](mailto:stefano.frascoli@bekaert.com) →



# POLYSULPHATE®

Indispensabile, versatile,  
unico, naturale

Minerale multinutriente a base di potassio, magnesio, calcio e zolfo a basso indice salino e rilascio prolungato dei nutrienti.

K<sub>2</sub>O 14%

CaO 17%

MgO 6%

SO<sub>3</sub> 48%

## Perché scegliere Polysulphate?



### Ideale in concimazione primaverile

Ideale per la concimazione primaverile di uva da tavola su qualsiasi terreno grazie alla sua composizione chimica unica.



### 1 granulo, 4 nutrienti

Uso efficiente e apporto equilibrato dei nutrienti fondamentali per sostenere la crescita della coltura.



### Impronta di carbonio

Ha la più bassa impronta di carbonio rispetto a prodotti simili presenti sul mercato (0.0029 kg CO<sub>2</sub>eq/kg di prodotto).



### Autorizzato in Agricoltura Biologica

Approvato per l'utilizzo in Agricoltura Biologica e biodinamica.



### Prodotto totalmente naturale

Non subisce trattamenti chimici. Viene estratto, frantumato, vagliato e commercializzato nel suo stato naturale.



### Biodisponibilità graduale

Solubilità lenta ma totale, con graduale biodisponibilità nel tempo che protegge gli elementi nutritivi dalla lisciviazione.



### Utilizzato in altre formulazioni NPK

Materia prima utilizzata nelle miscele di Agromaster, concimi a cessione controllata, e PLUS, miscele calibrate a pronto effetto.



[www.icl-growingsolutions.it](http://www.icl-growingsolutions.it)



Scopri come Polysulphate fa la differenza per la tua uva da tavola  
Visita il sito

# 2025: quando si è perso il buon senso

**La stagione da poco lasciata alle spalle ha messo in evidenza squilibri, errori di valutazione e dinamiche di mercato spesso fuori asse, riportando al centro il tema delle aspettative commerciali, della gestione dei volumi e del rapporto tra produzione e vendita. Facciamo il punto con Giovanni Grasso, titolare dell'omonima realtà produttiva e commerciale attiva in Sicilia e Puglia.**

A cura di

**Ilaria De Marinis**

*Giornalista*

Volumi abbondanti, consumi presenti, ma aspettative spesso fuori fuoco. La campagna 2025 dell'uva da tavola si è chiusa lasciando dietro di sé più domande che certezze: sul funzionamento del mercato, sul rapporto tra produzione e distribuzione, sulla sostenibilità economica delle scelte commerciali e, soprattutto, sul "buon senso" in un comparto sempre più complesso. Ne parliamo con **Giovanni Grasso**, titolare della **Giovanni Grasso Srl**, azienda con sede in Sicilia, ma operativa anche in Puglia, attiva su diverse filiere - dagli agrumi all'uva da tavola, fino al pomodoro. Con lui analizziamo l'andamento della stagione appena conclusa, le criticità emerse e le prospettive per il 2026, tra trasformazioni strutturali, tensioni sui costi e nuove responsabilità per gli operatori.

**Riavvolgiamo il nastro. Volendo sintetizzare in poche parole la campagna 2025, che stagione è stata?**

È stata una campagna decisamente anomala, soprattutto per come si è sviluppata nel tempo. Dal punto di vista dei volumi, infatti, è stata una stagione piena: in linea con le medie del precoce sotto serra in Sicilia e poi caratterizzata, andando avanti con il calendario, da produzioni complessivamente abbondanti. Il vero problema, però, non è stato tanto il quantitativo in sé, quanto il modo in cui il sistema ha reagito a questa disponibilità. Fin dalle prime fasi si è infatti assistito a una **corsa agli accaparramenti**, spesso prematura e sbilanciata, fatta in momenti in cui non c'erano ancora indicazioni chiare dai mercati, né sulle reali aspettative dei consumatori, né sulla qualità finale del prodotto. E questo è un passaggio cruciale, perché tutto dipende sempre da lì: se la qualità tiene, una certa strategia può reggere; se la qualità viene meno, il sistema entra in difficoltà.

In generale si prevedeva una qualità buona e, a grandi linee, così è stato. Tuttavia, la **tenuta del prodotto** si è poi un po' compromessa per il forte carico delle piante e per un andamento climatico instabile, soprattutto nella fase autunnale. Questo ha reso la stagione ancora più complicata da gestire. Nel complesso, quindi, è stata una campagna "bella" per disponibilità, ma profondamente anomala in termini di strategia di filiera: abbiamo costruito **aspettative troppo alte**, soprattutto sui prezzi, e questo ha finito per condizionare negativamente il mercato. Tanto in Sicilia quanto in Pu-

glia, con una forte spinta agli acquisti in pianta, in particolare sull'uva *Vittoria* per il segmento precoce.

Non solo. L'abbondanza di prodotto ha spinto i prezzi al di sotto delle attese, senza però tradursi in veri e propri arresti delle contrattazioni. Per questo, pur non in presenza di blocchi formali, il mercato si è mosso con maggiore lentezza, appesantito da una rigidità diffusa sulle posizioni di prezzo, rimaste ancorate a livelli definiti in una fase diversa della campagna. Una dinamica che ha finito per favorire Paesi come la Spagna, più rapidi nell'allineare i listini alla domanda reale. Il risultato è stato che, trovandoci sbilanciati, abbiamo poi dovuto subire una fase di **aggiustamento forzato**. Non perché mancassero i consumi, che infatti sono stati buoni e piuttosto regolari durante tutta la stagione, ma perché avevamo costruito aspettative che il mercato non era in grado di sostenere. E questo, per me, è il nodo centrale della stagione: rispetto ad altri comparti, l'uva da tavola mostra ancora una buona vitalità sul fronte dei consumi. Il problema, in altre parole, risiede nel modo in cui abbiamo interpretato e gestito il mercato.

#### Quale clima avete trovato sui mercati nel corso della stagione?

Noi lavoriamo quasi esclusivamente con realtà europee, e credo che sia ancora così per la maggior parte degli operatori. Come spesso accade, nel corso della stagione 2025 ci sono stati momenti in cui Paesi come la Francia si sono praticamente autosostenuti con la propria produzione, riducendo gli spazi di ingresso. Allo stesso tempo, alcuni mercati dell'Est Europa sono risultati particolarmente sensibili alla pressione di altre origini, come Grecia, Turchia o Moldavia. Ne è derivato un contesto molto frammentato, in cui l'orientamento degli acquisti cambiava rapidamente e rendeva difficile costruire una vera continuità commerciale. Guardando più da vicino ai singoli mercati, nel corso della stagione 2025 quello **tedesco** ci è sembrato più in difficoltà rispetto al passato. Non è mai stato un mercato particolarmente generoso, ma in altre annate si era dimostrato più elastico e disponibile al dialogo. Quest'anno, invece, complice un clima di incertezza

diffuso, abbiamo registrato un aumento delle contestazioni, un innalzamento dell'asticella delle richieste e un'attenzione quasi maniacale su ogni minimo dettaglio. Non si tratta tanto di un innalzamento degli standard qualitativi in senso assoluto – la qualità deve essere sempre alta – quanto di una maggiore insicurezza sul fronte delle vendite. Quando il cliente, che poi rappresenta il consumatore finale, teme di non riuscire a collocare il prodotto, diventa più esigente e prudente. Questo genera un effetto a catena: il prodotto resta più a lungo sui banchi, perde freschezza e di conseguenza aumenta il livello di controllo su ciò che arriva. E questo, in una stagione già complessa come quella del 2025, ha finito per amplificare ulteriormente le criticità

**Se il clima di mercato è stato più teso e incerto, questo si è tradotto anche in una maggiore instabilità lungo la stagione. Ci sono stati momenti di particolare squilibrio, con fasi più critiche di altre?**

A differenza della stagione precedente – segnata soprattutto da un vuoto produttivo – quest'anno il prodotto è stato presente per tutta la campagna. Ci ha accompagnato dall'inizio alla fine, con tutte le difficoltà legate alla qualità, ma senza mai generare vere e proprie fasi di spinta verso l'alto. Le **tensioni al ribasso**, inve-





ce, non sono mancate e, in parte, erano anche prevedibili. Tradizionalmente, l'inizio di agosto è uno dei momenti più delicati della stagione: molti operatori sono in ferie, sui mercati arriva contemporaneamente una grande massa di prodotto da tutti i Paesi produttori e, inevitabilmente, tutti cercano di vendere nello stesso momento. Questo innesca una forte pressione promozionale e una compressione dei valori. Nel 2025 quella fase critica si è effettivamente verificata, ma direi che si è collocata abbastanza nella norma rispetto agli altri anni. Non è stata un'anomalia in sé, quanto piuttosto un passaggio fisiologico all'interno di una stagione già complessa per altri motivi.

#### Quali ricadute ha avuto questo contesto sulla redditività delle aziende?

Per quanto riguarda il lato produttivo, molti agricoltori hanno beneficiato della spinta iniziale legata agli accaparramenti. Chi è riuscito a vendere entro settembre – che è coinciso con il momento di massima corsa – si è trovato, a mio avviso, in una situazione favorevole. Va però ricordato che **questa corsa era partita già a marzo** ed è stata del tutto anomala, senza una reale logica di mercato. Chi ha venduto più tardi, invece, ha pagato il prezzo di questa dinamica. Ha subito ribassi importanti, soprattutto a causa del peggioramento della qualità legato all'andamento climatico. In molti casi il prodotto si è perso o è stato collocato a condizioni meno vantaggiose.

Dal lato della commercializzazione, la stagione è stata certamente complicata. Trasformare in redditività ciò che era stato promesso, pattuito o addirittura pagato molti mesi prima dell'effettiva vendita è stato estremamente difficile. A questo si è sommato un problema strutturale: **l'aumento dei costi di gestione**, che oggi incide in maniera pesante sulla sostenibilità delle aziende. I costi sono cresciuti in modo significativo, anche per la **carezza di manodopera**. È una situazione paradossale: da un lato c'è bisogno di lavoratori, dall'altro molti preferiscono non lavorare perché possono accedere a forme di sostegno. Questo squilibrio fa aumentare il costo dei servizi e mette ulteriormente sotto pressione le imprese. A tutto questo si aggiungono fenomeni

come i **furti**, che incidono direttamente sulla redditività. Personalmente più volte nel corso dell'anno ho denunciato questa situazione, che – pur colpendo l'intero sistema – continua a restare invisibile.

Nel complesso, direi che la redditività del 2025 non è stata positiva, ma nemmeno disastrosa. È stata un'annata nella media, ma molto faticosa: ha richiesto continui adattamenti, capacità di reazione e competenze gestionali. Una stagione che ha messo alla prova gli operatori, soprattutto per lo squilibrio tra ciò che era stato acquistato e ciò che poi si è riusciti realmente a vendere.

#### Dal punto di vista invece della grande distribuzione organizzata, come si sono comportate le principali catene, sia italiane che estere, nei confronti dell'uva da tavola italiana?

Ho riscontrato un interesse significativo da parte delle catene, ma non diverso rispetto a quello dell'anno scorso o degli anni precedenti. È un interesse che resta sempre legato al prodotto di qualità. Quindi sì, l'attenzione da parte della distribuzione c'è e continua a esserci. E mi auguro che resti tale, soprattutto considerando che i volumi stanno crescendo. Va anche detto che lo scorso anno sono state vendute masse importanti di prodotto, in alcuni casi a prezzi estremamente elevati. È normale, quindi, che la grande distribuzione faccia le proprie strategie e definisca le proprie politiche di vendita, lavorando con azioni promozionali e iniziative mirate a valorizzare determinati prodotti.

Quello che noto è che molte aziende, sia nazionali sia estere, stanno cercando di valorizzare sempre di più il prodotto, ma soprattutto le **varietà**. Oggi sappiamo bene che lo scenario produttivo è cambiato: mentre prima si ragionava in termini di un'unica varietà, oggi si punta a valorizzare specifiche produzioni, spesso brandizzate. Questo si traduce in politiche dedicate, sia sul fronte del packaging sia su quello della qualità. In questo senso vedo un dialogo costruttivo da parte delle catene, che cercano di accompagnare e disciplinare questo percorso. Ed è un aspetto tutt'altro che negativo, anzi: è molto positivo. Per fortuna c'è questo tipo di supporto.

### Alla luce di quanto accaduto nel 2025, quali sono le aspettative per il 2026?

Mi aspetto buon senso. Quando parlo di buon senso, mi riferisco soprattutto alle **ondate speculative**, che spesso vanno prima al rialzo e poi, con la stessa intensità, al ribasso. La medaglia ha sempre due facce: le speculazioni possono durare anche a lungo verso l'alto, ma poi altrettanto spesso precipitano nel momento in cui il mercato si blocca.

Per me, buon senso significa saper fare le giuste previsioni. E le giuste previsioni si fanno solo quando ci si confronta davvero con il mercato, quando si hanno dati concreti e un dialogo reale con le catene. Le catene ti forniscono programmi, indicazioni, supporto, ma non ti danno i prezzi a marzo, aprile o maggio. Questo è il punto. Questo è il buon senso che quest'anno non abbiamo avuto.

Nel complesso, la stagione sarebbe stata di gran lunga migliore se tutti avessimo adottato questo approccio. Quello che temo, di conseguenza, è proprio la mancanza di buon senso: lo scoraggiamento, il pessimismo, il vittimismo. Sono tutte reazioni che non portano da nessuna parte, perché non si basano su elementi solidi.

### Il comparto quindi è in buona salute

Il comparto deve cercare di stare in buona salute. Questo sì. E potrebbe avere tutte le possibilità per farlo, se si applicassero davvero buon senso e logica nelle scelte. Quando c'è produzione e c'è vendita, il vero equilibrio sta nel saper tenere insieme le due cose: da un lato la gestione dei costi della produzione, dall'altro una remunerazione corretta per chi produce. Questo equilibrio, poi, deve trovare una sponda nella fase di vendita, perché anche la distribuzione ha bisogno del prodotto e di far ruotare la propria attività.

Allo stesso tempo, però, la parte distributiva è più forte, più strutturata, più organizzata, e quindi ha una visione più ampia di tutto ciò che ruota intorno al nostro ambiente. Il buon senso, in questo contesto, significa anche **evitare i picchi speculativi**, sia al rialzo sia al ribasso. Perché spesso questi picchi non fanno altro che svilire il prodotto, e questo è sbagliato.

### E questo equilibrio regge anche con volumi destinati a crescere?

Io credo che anche le prossime stagioni saranno caratterizzate da volumi importanti, perché c'è stata una grossa fase di trasformazione dal punto di vista produttivo. Dal mio punto di vista, però, non è necessariamente un elemento negativo, perché non vedo un'assenza di consumo e quindi di domanda. Il problema nasce quando, nei momenti sbagliati, pretendiamo il doppio. Così non facciamo altro che frenare il consumo. E bisogna ricordare che il consumo non è rappresentato direttamente dai consumatori, ma dalle catene, che ragionano come noi: prevedono l'andamento stagionale, valutano il contesto economico e cercano di capire cosa succederà. Ma se inseriscono un prodotto buono al giusto prezzo, il prodotto si vende. Io credo che, in parte, domanda e offerta si regolino quando c'è il **giusto equilibrio**. È chiaro che, detto così, sembra un ragionamento teorico. Poi, nel lavoro concreto, si traduce in scelte operative: se siamo consapevoli di avere disponibilità elevate e volumi importanti, dobbiamo muoverci subito sulla vendita. Non significa vendere a prezzi bassi. Significa seguire il mercato per quello che è in quel momento, senza ingolfarlo. Questo richiede **professionalità** e quel **buon senso** di cui parlavo prima. Oggi gli operatori non sono più semplici trader che comprano e rivendono: nella maggior parte dei casi sono loro stessi grandi produttori. E, nel sistema che si sta costruendo, in teoria il produttore dovrebbe conferire il prodotto al marketer. Questo rapporto, però, è stato snaturato dalle forti ondate speculative degli ultimi due anni. Ma se si tornasse a un po' di buon senso, il produttore non sarebbe "costretto" a fidarsi del marketer: ne trarrebbe beneficio, perché non sarebbe più esposto a quei picchi di speculazione. Se invece inseguiamo il produttore e lo portiamo a vendere tutto a marzo o aprile, il rapporto si snatura. È perso in partenza. Oggi il contesto è molto più articolato e complesso. Non si può più ragionare con logiche del tipo: "Ho comprato a quattro e devo vendere a otto". Non funziona più così. C'è stata un'evoluzione già consolidata, sia nei modi di produzione sia nei

“

**Buon senso significa saper fare le giuste previsioni. E le giuste previsioni si fanno solo quando ci si confronta davvero con il mercato, quando si hanno dati concreti e un dialogo reale con le catene.**

”

“  
**È stata un'annata nella media, ma molto faticosa: ha richiesto continui adattamenti, capacità di reazione e competenze gestionali.**  
 ”

modi di distribuzione. Le sfide, semmai, sono altre: i limiti normativi, le restrizioni per la difesa, i vincoli che impediscono o compromettono la redditività del produttore. Il produttore non può aspettarsi il beneficio solo dal mercato: deve pretenderlo anche da regole uguali per tutti. E oggi questo non c'è.

**A questo punto, il problema non è dunque solo come si produce, ma il sistema di regole che lo rende possibile.**

Non si può parlare di una competizione scorretta o meno, perché attorno a questi meccanismi ruotano apparati statali, governativi e politici. La vera domanda è perché alcuni parametri risultino più rigidi in certi mercati e meno in altri. In Italia, ad esempio, c'è grande attenzione al numero di ore di formazione svolte - ed è giusto - ma anche ai luoghi in cui queste ore vengono fatte. Un livello di controllo che, in alcuni casi, appare quasi eccessivo. Eppure si parla di operatori seri, che danno lavoro, producono, vivono di questo sistema e contribuiscono alla sua crescita. Si tratta di persone che applicano competenze e intelligenza al proprio lavoro. Per questo appare riduttivo che ci si accanisca su aspetti marginali, mentre dovrebbe essere altrettanto centrale il tema delle disparità tra i diversi sistemi produttivi. Anche questo, infatti, incide direttamente sulla redditività.

Dal punto di vista di chi opera sul piano commerciale, emerge un'attenzione

**esasperata su aspetti che spesso risultano secondari** rispetto al rischio reale. Lo stesso vale per i limiti sui residui, che dovrebbero essere omogenei. Invece accade che una catena, da un giorno all'altro, imponga l'uso di soli tre principi attivi. Oppure che l'Unione Europea vieti o autorizzi una sostanza sulla base di criteri teoricamente logici, senza considerare la variabilità che è propria di questo settore. Se per esempio in una stagione, per via dell'andamento climatico, si è costretti a intervenire di più, è legittimo chiedersi quanto pesa questa scelta. Soprattutto se altrove vengono utilizzati prodotti che in Italia sono vietati.

Qui entra in gioco il tema della credibilità: allungare la stagione, mantenere il prodotto sulla pianta, garantire standard elevati. Ma come è possibile farlo se non si dispone degli stessi strumenti? Se il sistema produttivo è in grado di esprimere qualità e competitività, è naturale aspettarsi un quadro normativo uniforme, che evolva insieme al mercato e alle sue esigenze. Oggi, però, questa uniformità non esiste. Ed è proprio in questo scarto - tra ciò che il comparto è in grado di esprimere e il contesto in cui è costretto a muoversi - che si gioca gran parte della sua fragilità. Il 2025 ha messo a nudo limiti strutturali, squilibri di sistema e un bisogno sempre più urgente di razionalità. Perché, ormai è chiaro: produrre bene non basta più, occorre anche un sistema che renda sostenibile farlo. ■



# Kelpak

“Acini più grandi con il protocollo  
Kelpak® da 30 L/ha”

**Charles Jordan**

Produttore sudafricano di uva da tavola



DISTRIBUITO DA:

Agricola internazionale s.r.l.

Via A. Bellatalla 50 · 56121 Pisa (PI) · Tel. +39 050 598703

[www.agricolainternazionale.it](http://www.agricolainternazionale.it)

IL MEGLIO PER LE TUE COLTURE

agricola  
internazionale



# Alterazioni epidermiche uve bianche: cause e gestione

**Non è solo una questione di quando effettuare il taglio. Dalla gestione dei grappoli in pre e post-raccolta alle condizioni di conservazione: diversi fattori concorrono alla comparsa di macchie, lesioni e fenomeni di imbrunimento sull'epidermide degli acini.**

A cura di

**Felipe Bonelli**

*Ingegnere Agronomo e Consulente in frutticoltura*

Tratto da Uvanova Magazine - Novembre 2025

È ben noto che le varietà di uva da tavola a bacca bianca, sia tradizionali sia protette, presentano una buccia più sensibile rispetto alle varietà a bacca rossa, risultando quindi più suscettibili allo sviluppo di diversi tipi di macchie. Questa differenza è riconducibile a una serie di fattori anatomici, biochimici e fisiologici che influenzano sia la struttura della buccia sia la sua capacità di risposta agli stress ambientali e meccanici.

Uno degli aspetti più rilevanti riguarda la composizione chimica dell'epidermide. Le uve bianche sono prive di antociani, i pigmenti responsabili della colorazione delle uve rosse e dotati di una spiccata attività antiossidante. L'assenza di queste molecole espone maggiormente le varietà bianche al danno ossidativo e ai fenomeni di imbrunimento, poiché enzimi come la polifenolossidasi (PPO) agiscono con maggiore intensità sui fenoli presenti quando si verifica una lesione o una condizione di stress. Al contrario, le uve rosse, grazie al più elevato contenuto di antociani e tannini, sono in grado di neutralizzare i radicali liberi e di attenuare i processi ossidativi, riducendo così la visibilità e la gravità dei danni.

Dal punto di vista strutturale, la cuticola e la pruina delle varietà bianche risultano generalmente più sottili e meno aderenti, rendendole più vulnerabili alla perdita delle cere protettive, alla disidratazione e alla formazione di microlesioni dovute allo sfregamento o alla manipolazione. Nelle varietà rosse, invece, questi strati sono più densi e resistenti, offrendo una barriera più efficace contro i danni fisici e l'umidità.

A titolo di esempio, Mlikota *et al.* (2001) hanno riportato che la varietà *Crimson Seedless* (rossa) presenta una buccia più spessa rispetto a *Thompson Seedless* (bianca), con una media di 5 strati cellulari contro 3,8, rispettivamente. Inoltre, *Crimson Seedless* mostra un contenuto di cuticola più elevato (8,9 µg di cuticola per mm<sup>2</sup> di buccia contro 3,6 µg/mm<sup>2</sup>), uno strato ceroso più sviluppato (1,1 µg di cere per mm<sup>2</sup> di buccia contro 0,4 µg/mm<sup>2</sup>) e una minore densità di pori (14,2 pori per 50 mm<sup>2</sup> di buccia contro 34,3 in *Thompson Seedless*).

In funzione di diversi fattori e delle pratiche di gestione adottate, nelle varietà

bianche di uva da tavola è frequente la comparsa di russeting sulla buccia già durante la fase di pre-raccolta, con una conseguente riduzione della percentuale di frutta idonea alla commercializzazione e quindi all'esportazione. Inoltre, possono manifestarsi alterazioni cutanee anche al momento dell'arrivo sui mercati di destinazione, generando contestazioni da parte degli importatori e una potenziale diminuzione del valore commerciale del prodotto. Comprendere le cause che determinano questi danni consente di adottare strategie di gestione mirate, finalizzate a prevenirli o a mitigarne l'impatto.

#### Russet in pre-raccolta

Il russet è un'alterazione dell'epidermide che si manifesta sotto forma di aree di colore marrone o bronzee, ruvide al tatto, che possono interessare parzialmente o totalmente la superficie dell'acino, compromettendone l'aspetto estetico e la commerciabilità. Nelle varietà bianche, questo fenomeno può originarsi in momenti diversi, dalla fase immediatamente successiva all'allegagione fino al giorno della raccolta, ed è associato a una combinazione di fattori fisiologici, ambientali e di gestione agronomica.

Tra le principali cause del russet rientra la ritenzione dei residui floreali e della caliptra aderente, un fenomeno che si verifica con maggiore frequenza in condizioni di elevata umidità relativa o di scarsa ventilazione nel microclima che circonda il grappolo. In questi contesti, i residui floreali possono rimanere aderenti alla buccia dell'acino per periodi prolungati, causando un danno meccanico o fisiologico dovuto alla pressione esercitata dalla caliptra al momento del distacco, soprattutto nelle prime fasi di accrescimento del frutto, quando i tessuti risultano più delicati e vulnerabili.

Segnalazioni presenti in letteratura indicano che la presenza della caliptra aderente non rappresenta l'unica causa del danno osservato, ma che anche la pressione esercitata sugli stami e/o sulle antere può contribuire in modo significativo allo sviluppo di tali alterazioni superficiali (Carrol, California, 2014). Questa pressione può compromettere l'integrità della cuticola e provocare microfrazioni o vere

“

**Il russet è un'alterazione dell'epidermide che si manifesta sotto forma di aree di colore marrone, ruvide al tatto, che possono interessare in toto o in parte la superficie dell'acino.**

”

*I risultati presentati in questo articolo derivano da prove condotte in Cile e sono riferiti alle condizioni pedoclimatiche e ai sistemi di gestione tipici di tali contesti produttivi.*

e proprie rotture dell'epidermide della bacca, che successivamente si manifestano sotto forma di decolorazioni, ispessimenti e lesioni dei tessuti. La localizzazione dell'imbrunimento sulla superficie dell'acino dipende dal momento dello sviluppo in cui i residui floreali rimangono aderenti. Il danno può infatti manifestarsi nella zona distale del frutto oppure nella regione peduncolare, a seconda della fase in cui si verifica l'adesione e del punto in cui si concentra la pressione meccanica, determinando così una distribuzione non uniforme delle alterazioni sulla buccia.

#### **Perché i residui floreali rimangono aderenti?**

Analizzando i dati climatici delle diverse aree di produzione dell'uva da tavola, è emersa una tendenza a una maggiore incidenza di russet causato da residui floreali aderenti nelle zone caratterizzate da elevata umidità relativa durante l'ultima fase della fioritura. Tuttavia, risulta ancora più evidente la relazione con la gestione della chioma. È stato infatti osservato un numero più elevato di danni da caliptra aderente nei vigneti in cui i grappoli risultavano poco ventilati, circondati da foglie e da un eccesso di germogli, mentre il problema non è stato riscontrato nei vigneti in cui le infiorescenze erano ben arieggiate, distanziate e costantemente esposte alla ventilazione. Condizioni in grado di inumidire le infiorescenze pos-

sono verificarsi con una certa frequenza, ciò che risulta determinante è che queste riescano ad asciugarsi rapidamente.

È stata inoltre avanzata l'ipotesi che la caliptra aderente possa generare microambienti umidi favorevoli allo sviluppo di funghi saprofiti. Questi microrganismi potrebbero colonizzare l'epidermide già danneggiata dalla pressione esercitata dalla caliptra e degradare parzialmente la cuticola mediante enzimi come cutinasi e pectinasi. Tale degradazione determinerebbe un aumento della permeabilità dei tessuti e una maggiore suscettibilità ai processi ossidativi, inducendo la formazione del russet, in modo analogo a quanto avviene in alcune varietà di drupacee con il fenomeno noto come "falso tripide".

Un tasso di crescita del frutto particolarmente rapido, determinato da un elevato vigore delle piante o da un uso scorretto dei regolatori di crescita, può anch'esso contribuire ad accentuare il danno, poiché l'espansione dei tessuti avviene più velocemente della loro capacità di strutturarsi in modo adeguato. Allo stesso modo, fenomeni di alterazioni superficiali sono stati osservati anche in vigneti in cui sono stati eseguiti interventi di incisione anulare per prevenire eccessivi diradamenti. In sintesi, una vegetazione eccessivamente fitta attorno al grappolo, prima dell'allegagione, può favorire l'adesione dei residui floreali; quando la caliptra o i diversi residui si staccano con la crescita del frutto, possono provocare alterazioni epidermiche dell'acino.

**Caliptra aderente al fiore che può causare un successivo russet.**



Per prevenire questi fenomeni, risulta dunque fondamentale mantenere un microclima ben arieggiato attorno ai grappoli, effettuando sfogliature prima della fioritura, e mantenendo un numero adeguato di germogli per pianta, secondo una corretta equazione produttiva che garantisca un rapporto ottimale foglia/frutto. Qualora i residui floreali dovessero rimanere aderenti al frutto appena allegato, è opportuno intervenire tempestivamente, favorendone il distacco mediante applicazioni di aria forzata. Inoltre, anche se la partecipazione dei funghi saprofiti non è ancora stata dimostrata in modo definitivo, potrebbe risultare utile effettuare un'applicazione preventiva di

fungicidi mirati al controllo delle marcescenze nella fase di post-allegagione che potrebbero accentuare il danno tra la caliptra e il frutto.

Esistono inoltre altre cause di alterazioni epidermiche degli acini, maggiormente note, come il danno da tripidi, che risulta più facile da prevenire mediante applicazioni di insetticidi specifici dalla pre-fioritura all'allegagione e nella fase di pre-invaiaura.

Altri danni ben noti sono stati causati anche da applicazioni fogliari con prodotti o miscele incompatibili, risultate fitotossiche per la buccia dell'uva, oppure da errate tarature delle attrezzature.

### Macchie e imbrunimenti in post-raccolta

Durante la fase di post-raccolta, le uve bianche possono manifestare macchie scure o fenomeni di imbrunimento superficiale della buccia, che spesso diventano evidenti solo dopo alcuni giorni o settimane di conservazione. Sulla base di numerose prove sperimentali, condotte con protocolli di valutazione che simulano le reali condizioni di trasporto e commercializzazione verso i mercati di destinazione, è stato possibile identificare e raggruppare le principali tipologie di alterazioni epidermiche comunemente osservate, mettendole in relazione con i fattori predisponenti e con le rispettive cause fisiologiche e gestionali.

### 1. Danno da incompleta maturazione del frutto

In alcune varietà bianche attualmente coltivate, un danno frequentemente riscontrato durante le valutazioni di post-raccolta o in fase di commercializzazione è rappresentato da alterazioni della buccia associate a una mancata o incompleta maturazione strutturale del frutto. Nelle uve raccolte in condizioni di maturazione insufficiente, è frequente osservare una cuticola incompleta o fragile, che durante la conservazione o il trasporto si traduce nella comparsa di concavità sulla superficie della buccia accompagnate da fenomeni di sbiancamento. Al contrario, le uve raccolte in uno stadio di maturazione successivo, corrispondente alla maturità ottimale, mantengono una buccia integra e resistente, senza sintomi di danno superficiale (**tabella 1**).

Stato di maturazione alla raccolta	Gradi Brix (°)	Livello di danno	Grappoli per livello di danno (%)
1°	17,0 - 8,0	Assente (0%)	45,5
		Molto lieve (1-2%)	9,6
		Lieve (2-5%)	9,1
		Moderato (5-10%)	29,9
		Severo (>10%)	0
2° (8 giorni dopo)	19,0 - 20,0	Assente (0%)	93,8
		Molto lieve (1-2%)	3,1
		Lieve (2-5%)	3,1
		Moderato (5-10%)	0
		Severo (>10%)	0

**Tabella 1**

Momento della raccolta	Incidenza		Severità (acini con imbrunimento)	
	Grappoli con danno per cassa (n°)	Incidenza (%)	Acini per grappolo (n°)	Acini per cassa (n°)
18,0 - 19,0 °brix	4	36,4	1,8	7,2
13 giorni dopo	6	54,5	2,8	16,8

**Tabella 2**

### 2. Danni da manipolazione

Un contatto eccessivo durante la raccolta o le operazioni di confezionamento comporta la rimozione parziale della pruina dalla superficie della buccia, lasciando alcune aree esposte ai processi ossidativi. La rimozione della pruina aumenta l'esposizione all'ossigeno e provoca microlesioni nella buccia, consentendo l'azione dell'enzima polifenolossidasi (PPO) sui fenoli. Questo innesca l'imbrunimento enzimatico superficiale e accelera il deterioramento dell'uva durante la fase di post-raccolta. Anche l'attrito tra gli acini o tra gli acini e i materiali di imballaggio può generare microlesioni che, nel tempo, evolvono in macchie visibili.

### 3. Danni espressi su frutta sovrāmatura

L'imbrunimento superficiale della buccia in alcune varietà bianche può manifestarsi in misura maggiore quando la frutta è sovrāmatura, come illustrato nella **tabella 2**.

Tabella 1

**Effetto dell'epoca di raccolta sull'insorgenza di problemi di conservabilità dopo 50 giorni di frigoconservazione (varietà bianca protetta, Llay Llay, 2022-2023).**

Tabella 2

**Effetto dello stadio di maturazione alla raccolta sull'incidenza e sulla severità dell'imbrunimento dopo 53 giorni di frigoconservazione (Llay Llay, 2022-2023).**

Dall'alto verso il basso  
**Russet nella zona distale delle bacche  
 causato da residui floreali aderenti alla  
 buccia e acini con imbrunimento marcato  
 nelle aree private della pruina dopo 50  
 giorni di frigoconservazione.**

### Considerazioni conclusive

In conclusione, la buccia delle varietà bianche può manifestare alterazioni e fenomeni di imbrunimento già in pre-raccolta per diversi motivi, tra cui danni da insetti, danni meccanici e la presenza di residui floreali che rimangono aderenti quando si verificano condizioni di elevata umidità nel microclima poco ventilato attorno al grappolo. Per prevenire questi danni, è fondamentale mantenere il grappolo ben arieggiato e correttamente distanziato fin dalle prime fasi della fioritura. È inoltre necessario intervenire tempestivamente nel caso in cui i residui floreali restino aderenti alla buccia, favo-

rendone la rimozione con applicazioni di aria forzata e prevedendo, ove necessario, un trattamento fogliare aggiuntivo in post-allegagione con fungicidi mirati al controllo dei funghi saprofiti, che potrebbero accentuare il danno tra la caliptra e il frutto.

La conoscenza delle caratteristiche specifiche di ciascuna varietà è essenziale per determinare il momento ottimale di raccolta. Quando la frutta viene raccolta in condizioni di maturazione insufficiente, esiste il rischio di ottenere bacche con uno sviluppo incompleto e, in alcune varietà attualmente coltivate, una buccia con minore struttura e resistenza. Al contrario, se la raccolta avviene in uno stadio di sovramaturazione, aumenta l'incidenza dell'imbrunimento dei grappoli durante la fase di post-raccolta.

Per questo motivo, è fondamentale ottenere grappoli con una maturazione il più possibile uniforme tra le diverse bacche. A tal fine, è indispensabile conoscere le peculiarità di ciascuna varietà, nonché definire correttamente la dimensione e il numero di bacche per grappolo da lasciare, fattori che incidono direttamente sull'omogeneità dello sviluppo e sulla qualità finale del prodotto.

D'altra parte, durante la fase di post-raccolta è necessario prestare la massima attenzione alla manipolazione dei grappoli, evitando qualsiasi azione che possa rimuovere la pruina, poiché la perdita di questo strato protettivo è associata a una maggiore espressione di macchie e fenomeni di imbrunimento della buccia. In questo senso, è stato osservato che il confezionamento della frutta direttamente sotto il pergolato, dove la manipolazione è minima, comporta una minore incidenza di imbrunimenti in post-raccolta rispetto al confezionamento tradizionale in magazzino, dove il contatto e il movimento della frutta sono maggiori.

Nel loro insieme, questi aspetti confermano come la comparsa delle alterazioni epidermiche - in particolar modo sulle varietà di uva da tavola a bacca bianca - non sia riconducibile a un singolo fattore, ma derivi dall'interazione tra fisiologia del frutto, condizioni ambientali e scelte di gestione lungo l'intera filiera, dalla fioritura fino alla commercializzazione. ■





# Strategia Almagra per: **RIPRESA VEGETATIVA**



## PHOTON

ACCENDI LE TUE COLTURE



## Vegetal BetaPhos

BOOSTER ENERGETICO



**ALMAGRA**  
Fertilizers by Nature

ED&F MAN Liquid Products Italia srl

📍 Viale Aldo Moro, 64 - Torre 1 - 40127 Bologna (Italy)  
✉ info@almagra.com 🌐 www.almagra.com  
📱 Almagra - Fertilizers by Nature 📧 almagra.fertilizers



# Cotton Candy™: prerequisito la qualità

Produrre *Cotton Candy*™ significa misurarsi ogni giorno con standard rigorosi e scelte agronomiche mirate. Un percorso che non riguarda solo la tecnica, ma anche il posizionamento di mercato e la costruzione del valore di una varietà a marchio. Ne parliamo con Annamaria Fanelli, riferimento tecnico e commerciale per Bloom Fresh in Italia.

A cura di  
**Ilaria De Marinis**  
Giornalista

Nel segmento delle varietà a marchio, da ormai qualche anno *Cotton Candy*™ si è ritagliata uno spazio ben preciso grazie a un profilo sensoriale distintivo, che il mercato ha imparato a riconoscere e ad aspettarsi. Ma dietro questa riconoscibilità c'è un aspetto spesso sottovalutato: la varietà non si definisce solo per epoca o per resa, ma per il punto esatto in cui esprime davvero il suo potenziale.

Bianca di epoca media, con una finestra di raccolta che si colloca tra agosto e fine settembre, *Cotton Candy*™ costruisce la propria identità solo oltre una soglia precisa di maturazione. È oltre questa che il profilo aromatico – il caratteristico richiamo allo zucchero filato da cui il nome – diventa realmente percepibile. Questo rende la sua gestione una questione non solo agronomica, ma anche commerciale: non basta arrivare a raccolta, è necessario farlo nelle condizioni che permettono alla varietà di esprimere le caratteristiche per cui è riconosciuta. Di come gestire al meglio questa varietà parliamo con **Annamaria Fanelli**, riferimento tecnico e commerciale per lo sviluppo di Bloom Fresh in Italia.

***Cotton Candy*™ non è solo il nome di una varietà, ma un vero e proprio marchio. Cosa significa, in concreto, per chi la produce e la commercializza?**

*Cotton Candy*™ è a tutti gli effetti un trademark, e come tale può essere utilizzato solo se vengono rispettati determinati requisiti tecnici e agronomici. Non basta coltivare la varietà: per poterla vendere con quel nome è necessario raggiungere standard qualitativi precisi, che richiedono una gestione agronomica mirata. Una regola che non vale solo in questo caso specifico. Ogni varietà registrata ha infatti un marchio associato, ma l'utilizzo di quel marchio è subordinato al rispetto di specifici parametri, primo fra tutti il grado zuccherino, seguito poi dal calibro e dal colore. Senza il raggiungimento del livello richiesto di uno di questi elementi, il prodotto non può essere commercializzato con il nome del marchio. Non si tratta di una formalità commerciale, ma di una scelta di fondo: senza il rispetto di questi parametri, l'uva esiste comunque, ma perde la capacità di rappresentare ciò che il marchio promette. Ed è proprio

questa coerenza, nel tempo, a costruire il valore reale di una varietà a marchio.

**Abbiamo parlato di standard qualitativi molto precisi. Di cosa parliamo?**

Gli standard qualitativi, come accennato, non si esauriscono nel grado zuccherino, ma includono anche l'aspetto visivo e l'uniformità del prodotto. Il colore, ad esempio, deve collocarsi in una tonalità crema tendente al giallo, senza eccessi: non deve virare verso un giallo troppo intenso e, soprattutto, non deve restare verde. Questo risultato non è casuale, ma è la conseguenza diretta di una serie di scelte agronomiche precise, che iniziano dalla potatura e proseguono con la definizione del corretto numero di grappoli per pianta e per tralcio, con la regolazione del numero di bacche per ciascun grappolo e, più in generale, con un attento bilanciamento tra carico produttivo, vigore e forza vegetativa della pianta.

Nel caso di *Cotton Candy*™, varietà caratterizzata da un'elevata vigoria, questa impostazione diventa ancora più cruciale. La gestione del carico produttivo deve essere particolarmente accurata e comincia già in fase di potatura, quando si decide il numero di tralci e di gemme da lasciare per pianta e, di conseguenza, per ettaro. Si tratta del primo intervento, ma anche di quello che condiziona tutti i successivi. Su questa base si innesta la selezione dei germogli, una pratica oggi sempre meno frequente, soprattutto per le difficoltà legate alla manodopera, spesso scarsa e non adeguatamente formata. Da qui si passa poi alle operazioni direttamente sul grappolo, che completano il percorso di regolazione del carico. A riguardo, la spuntatura del grappolo rappresenta un passaggio chiave: se effettuata nel momento corretto e associata a un intervento mirato con basse concentrazioni di acido gibberellico, consente di indirizzare lo sviluppo delle bacche verso standard dimensionali ed estetici ottimali. La buona notizia è che, quando questa sequenza di interventi è impostata correttamente, il raggiungimento di una bacca ben calibrata, uniforme e con una colorazione adeguata avviene in modo piuttosto naturale. Ciò che resta imprescindibile è il rispetto rigoroso

“

**Quando gli standard si allentano, non si perde solo qualità, ma si indebolisce il senso stesso del marchio.**

”



**Cotton  
Candy**  
GRAPES



di ogni singolo passaggio, perché anche una sola scelta sbagliata è sufficiente a compromettere l'equilibrio complessivo e, di conseguenza, il risultato finale. È un'impostazione che richiede disciplina e continuità, ma che ha un obiettivo chiaro: evitare che la varietà venga ridotta a una semplice uva bianca senza più un'identità precisa. Perché quando gli standard si allentano, non si perde solo qualità, ma si indebolisce il senso stesso del marchio.

#### **Qual è oggi l'obiettivo di Bloom Fresh e del progetto Cotton Candy™?**

L'obiettivo è mantenere uno standard qualitativo sempre più elevato e fare in modo che la maggior parte della produzione possa essere commercializzata con il marchio *Cotton Candy™*. Questo significa lavorare affinché l'uva rispetti realmente i requisiti che la rendono riconoscibile e coerente con l'identità della varietà. Il rischio, altrimenti, è che la produzione venga interpretata solo in chiave quantitativa: chiunque può coltivarla, ma non tutti sono disposti a investire nella qualità. Quando questo accade, le caratteristiche distintive della varietà si perdono e il prodotto finisce per essere venduto a un prezzo diverso, perché non può più essere commercializzato come *Cotton Candy™*. Nel breve periodo, questa deriva può sembrare conveniente. Nel lungo, però, finisce per danneggiare

tutti: il mercato, che perde un riferimento chiaro, e il breeder, che vede diluirsi il valore della propria genetica. È esattamente questo il rischio che Bloom Fresh vuole evitare. Per noi, quindi, il tema non è semplicemente diffondere la varietà, ma preservarne il valore, evitando che venga "svalutata" o compromessa da produzioni che non ne rispettano i parametri.

**Un approccio vantaggioso sotto diversi profili. Da un lato tutela il consumatore: chi acquista Cotton Candy™ sa cosa aspettarsi, perché trova un prodotto coerente, senza variazioni, garantendo di conseguenza un posizionamento premium. Dall'altro, offre maggiori garanzie anche a chi la produce e la commercializza. Raggiungere quegli standard significa avere la certezza che il valore del prodotto venga riconosciuto dal mercato: non il prezzo della varietà genetica, ma quello del marchio.**

Per questo il lavoro della struttura tecnica di Bloom Fresh si concentra sulla parte tecnica. L'obiettivo è alla base: monitorare i campi, varietà per varietà – che si tratti di *Cotton Candy™*, *Sugar Crisp™*, *Alison™* o *Kelly™* – e fornire indicazioni puntuali su come gestire ogni situazione. Si tratta di un supporto tecnico, non di un'imposizione: le scelte operative poi restano sempre in capo all'azienda. Quello che cambia è il livello di controllo. Quest'anno, ancora più che in passato, al momento della raccolta verrà effettuata una verifica qualitativa diretta: il prodotto verrà valutato da un responsabile e, se non conforme ai requisiti minimi, non potrà essere commercializzato con il marchio. È un passaggio fondamentale per garantire che questo modus operandi venga rispettato fino in fondo, senza eccezioni, e che gli standard non restino solo dichiarazioni di principio, ma diventino pratica concreta.

**Non a caso oggi resta una licenza riservata a pochi.**

Sì, attualmente, in Italia, i marketer autorizzati a produrre e commercializzare *Cotton Candy™* sono Liturri, Giuliano, Grasso, Messina, Salvi, Tarulli, La Calamita, Il Galletto in Sicilia. La licenza non viene concessa indistintamente a tutti: prima di autorizzare un'azienda, Bloom

Fresh valuta diversi aspetti, a partire dal sesto d'impianto e dalle condizioni generali del vigneto, fino a distanza del telo, forma d'allevamento, presenza di una fonte idrica, senza inoltre tralasciare la presenza di una consulenza tecnica "adeguata" in grado di supportare correttamente la gestione agronomica della varietà. Questa scelta non risponde a una logica di chiusura, ma a una precisa strategia di tutela del valore del marchio e di garanzia della qualità. Limitare il numero di operatori consente a Bloom Fresh di seguire più da vicino i progetti produttivi e di mantenere uno standard qualitativo il più elevato possibile tra i grower che la producono.

L'obiettivo è preservare l'identità della varietà e fare in modo che ciò che arriva sul mercato come *Cotton Candy*™ sia realmente conforme, uniforme e riconoscibile, che provenga dall'Italia - Puglia o Sicilia - o da altri paesi del mondo, rispettando i requisiti che ne consentono la commercializzazione con il marchio.

**Un principio che, in realtà, dovrebbe valere sempre.**

Sì, perché l'uva di certo si ottiene comunque, ma dal punto di vista qualitativo non sarà mai quella ottimale, con le caratteristiche che il marchio richiede. È un principio che dovrebbe valere per tutte le varietà.

Il problema è che, in alcune stagioni particolarmente favorevoli, la possibilità di fare volumi elevati e spuntare comunque prezzi interessanti ha portato ad abbassare l'attenzione sugli standard. Come anticipato, questo tipo di approccio, nel lungo periodo, rappresenta un danno non solo per il mercato, ma anche per il breeder, perché finisce per indebolire l'identità della varietà e il valore che essa dovrebbe esprimere. Ed è proprio per evitare questo rischio che si insiste tanto sul rispetto dei parametri: non per complicare il lavoro a produttori o tecnici, ma per preservare ciò che rende questa uva riconoscibile, coerente e realmente diversa dalle altre. ■

Prodotto fitosanitario autorizzato dal Ministero della Salute.  
Prima dell'uso leggere sempre l'etichetta e le informazioni sul prodotto.



**Rexxar**®



SCOPRI SUL SITO



**REXXAR**

**AZIONE PROLUNGATA**



**L'esclusivo e unico erbicida residuale per la vite e tutte le frutticole**



# L'irrorazione nell'era digitale

**Irrorazione mirata, gestione del dato e sensoristica avanzata: così, con le soluzioni Maggio Srl, le attrezzature agricole entrano nell'era dell'agricoltura 4.0, trasformandosi da semplici macchine operative a nodi intelligenti di un sistema produttivo integrato e sempre più orientato alla sostenibilità.**

A cura di  
**Maggio Srl**

Il settore agricolo sta attraversando una profonda trasformazione. Se un tempo l'obiettivo era produrre di più, oggi la sfida è produrre meglio: con maggiore qualità, efficienza e attenzione all'impatto ambientale. In questo contesto, l'irrorazione assume un ruolo centrale, perché richiede precisione, riduzione degli sprechi e controllo degli effetti sull'ambiente. È qui che si colloca l'esperienza di Maggio Srl, che ripensa le macchine agricole specialistiche integrando sistemi digitali in grado di migliorare concretamente l'efficienza operativa in campo.

Il trattamento "a pioggia" appartiene ormai al passato. Le soluzioni sviluppate da **Maggio Srl** si basano su un concetto di irrorazione mirata, in cui ogni intervento è calibrato sulle reali esigenze della coltura. Grazie a sistemi di controllo avanzati, le macchine dialogano con il trattore e con mappe di prescrizione caricate via cloud, adattando in tempo reale i parametri di distribuzione.

L'obiettivo non è più coprire il campo, ma distribuire la dose corretta solo dove serve, riducendo la deriva e contenendo l'impatto ambientale. Questo approccio trasforma il trattamento fitosanitario da operazione standardizzata a **intervento su misura**, più efficiente dal punto di vista agronomico e più sostenibile sotto quello economico.

L'innovazione elettronica si affianca a una qualità costruttiva pensata per durare nel tempo. È questo **equilibrio tra solidità meccanica ed efficienza digitale** a caratterizzare le linee di prodotto Maggio Srl. Ridurre l'uso di fitofarmaci e carburante significa abbattere i costi operativi e rispondere alle normative europee sempre più stringenti, migliorando al contempo la qualità dell'irrorazione.

I sistemi di monitoraggio in tempo reale permettono inoltre di tracciare ogni operazione, trasformando il lavoro in campo in un flusso di dati strutturato: una sorta di "quaderno di campagna" digitale che aumenta la trasparenza e consente di definire con precisione le aree trattate. Lo sviluppo guarda già oltre, con l'integrazione di sensoristica ottica e intelligenza artificiale capaci di distinguere in tempo reale la coltura dalle infestanti. Un percorso che conferma come il Made in Italy nel settore mecca-

Video macchina  
in campo



Catalogo dei  
prodotti



nico-agricolo non sia solo tradizione, ma anche visione.

### Il Quaderno di Campagna

Se l'irrorazione di precisione è il cuore operativo dell'agricoltura moderna, la tracciabilità ne rappresenta il fondamento amministrativo. La capacità di documentare in modo puntuale ciò che avviene in campo non è più un aspetto accessorio, ma una componente strutturale del sistema agricolo.

In questo contesto si inserisce il **Quaderno di Campagna digitale**. Il Regolamento UE 2023/564 aveva inizialmente fissato l'obbligo del formato digitale al 1° gennaio 2026, ma i successivi aggiornamenti (Regolamento di esecuzione 2025/2203) hanno concesso una finestra di adattamento fino al 1° gennaio 2027.

Al di là delle scadenze, per molte aziende la digitalizzazione è già realtà: chi aderisce agli eco-schemi PAC, ai regimi di qualità (Biologico, SQNPI) o a disciplinari di filiera è già tenuto a una gestione informatizzata delle operazioni colturali.

### Ma cosa cambia oggi?

Non è più solo il registro dei trattamenti fitosanitari. Oggi il Quaderno di Campagna è un ecosistema integrato nel Fascicolo Aziendale Digitale (tramite il portale SIAN o sistemi regionali) che raccoglie:

- trattamenti fitosanitari, con l'obbligo di registrazione entro 30 giorni dall'intervento;
- fertilizzazioni, con il monitoraggio puntuale degli apporti di azoto e nutrienti;
- irrigazioni, con i volumi d'acqua utilizzati e fonti di approvvigionamento;
- operazioni colturali, specificando semine, lavorazioni del terreno e raccolte.

Ed è proprio qui che entra in gioco il supporto della Maggio Srl.

### Tecnologia Maggio Srl: l'anello di congiunzione

Il vero salto di qualità per l'agricoltore avviene quando la macchina irroratrice dialoga direttamente con il software gestionale. È in questa integrazione tra operatività in campo e gestione digitale che si collocano le soluzioni Maggio Srl. I sistemi elettronici installati sulle irroratrici Maggio Srl si traducono in tre vantaggi

operativi chiave.

**1. Automazione del dato:** i parametri di erogazione (litri/ettaro, pressione, velocità, superfici trattate) vengono registrati ed esportati in formato digitale, riducendo gli errori di trascrizione manuale.

**2. Precisione certificabile:** l'uso di ugelli specifici e di sistemi di regolazione automatica garantisce che il dato registrato corrisponda a quanto realmente distribuito in campo, aspetto cruciale in caso di controlli.

**3. Tracciabilità per area:** il prodotto fitosanitario può essere associato alle singole porzioni di superficie trattata, migliorando la coerenza tra intervento reale e documentazione.

Il Quaderno di Campagna digitale diventa così lo specchio di un'azienda efficiente. Scegliere macchine predisposte per l'agricoltura 4.0, come quelle di Maggio Srl, significa dotarsi di strumenti capaci di alimentare automaticamente il flusso dei dati, semplificando la gestione e migliorando la conformità normativa, anche da remoto.

### Settaggio dell'irroratore in campo

Nell'agricoltura moderna, poi, l'efficacia di un trattamento fitosanitario non dipende solo dal prodotto utilizzato, ma soprattutto dalla corretta taratura della macchina. Un irroratore regolato in modo impreciso



spreca risorse, riduce l'efficacia del trattamento e complica la gestione del Quaderno di Campagna.

**1. I tre pilastri della regolazione**

Per ottenere una distribuzione uniforme e mirata, l'operatore deve bilanciare tre variabili strettamente interconnesse.

**a. Pressione di esercizio (bar):** influenza la dimensione delle gocce. Pressioni troppo elevate producono gocce fini, soggette a deriva; pressioni troppo basse generano gocce pesanti, che tendono a scivolare via dalla vegetazione.

**b. Velocità di avanzamento (km/h):** deve rimanere costante. Un aumento della velocità, senza adeguamento del-

la portata, riduce la dose distribuita per ettaro.

**c. Portata degli ugelli (l/min):** determina il volume di liquido erogato nel tempo. La scelta dell'ugello e la sua regolazione devono adattarsi alla struttura della coltura.

Le macchine Maggio Srl facilitano la gestione di queste variabili, sia nei modelli standard sia in quelli dotati di computer di bordo, che regolano automaticamente la pressione al variare della velocità, mantenendo costante la dose impostata (sistemi DPA - Distribuzione Proporzionale all'Avanzamento).

**2. L'impatto sul Quaderno di Campagna**

La corretta regolazione dell'irroratore non è solo una questione strettamente agronomica, ma ha ricadute dirette anche sulla corretta gestione del Quaderno di Campagna digitale. Ogni discrepanza tra quanto dichiarato e quanto effettivamente distribuito può generare problemi amministrativi e sanzionatori. In particolare, una taratura imprecisa incide su tre aspetti chiave:

- **conformità all'etichetta** - ogni prodotto fitosanitario riporta una dose massima per ettaro. Una macchina non correttamente regolata può portare a superare questi limiti, rendendo il trattamento non conforme;
- **coerenza delle giacenze** - se il volume realmente distribuito non coincide con quello registrato, si generano discrepanze tra consumo reale e magazzino, facilmente rilevabili in fase di controllo;
- **sostenibilità certificabile** - nei QDCA è spesso richiesto di indicare l'adozione di tecnologie finalizzate alla riduzione della deriva. In questo contesto, la corretta impostazione dei parametri di lavoro diventa una prova oggettiva di sostenibilità.

Regolare correttamente un irroratore significa quindi trasformare un costo in un investimento. La combinazione tra robustezza meccanica e controllo elettronico delle macchine Maggio Srl consente di soddisfare contemporaneamente le esigenze agronomiche della coltura e i requisiti di tracciabilità imposti dalla gestione digitale moderna. ■

Per supporto tecnico e commerciale:  
Pietro Massimiliano Maggio  
info@maggiosrl.com  
+39 080 477 8679



Data	Attività	Campo	Tipo coltura	Dispositivo	Operatore	Durata	Riassunto processo
			NUOVE	Vulcano			572,66 m³/ha; Planned Chemicals: MERPAN 80WDG: 2,20 kg/ha; DECIS Evo: 600,00 m³/ha; Dosaggio: 572,58 l/ha; Volume trattato: 377,76 l; Area trattata: 0,94 ha; Tragitto trattato: 1,797 km
22/03/2025	Innaffiatura	ALBICOCCHE CASA	ALBICOCCHE	r90	Vulcano	15 min	Modella: Automatico press; Actual Chemicals: MERPAN 80WDG: 2,13 kg/ha; DECIS Evo: 580,58 m³/ha; Planned Chemicals: MERPAN 80WDG: 2,20 kg/ha; DECIS Evo: 600,00 m³/ha; Dosaggio: 512,85 l/ha; Volume trattato: 231,86 l; Area trattata: 0,45 ha; Tragitto trattato: 1,025 km
22/03/2025	Innaffiatura	PESCHE	PESCHEZ	r90	Vulcano	8 min	Modella: Automatico press; Actual Chemicals: MERPAN 80WDG: 3,77 kg/ha; Planned Chemicals: MERPAN 80WDG: 4,50 kg/ha; Dosaggio: 490,36 l/ha; Volume trattato: 109,11 l; Area trattata: 0,22 ha; Tragitto trattato: 0,845 km
22/03/2025	Innaffiatura	SUSINE GIAPPONESI	SUSINE	r90	Vulcano	9 min	Modella: Automatico press; Actual Chemicals: MERPAN 80WDG: 3,95 kg/ha; Planned Chemicals: MERPAN 80WDG: 4,00 kg/ha; Dosaggio: 587,00 l/ha; Volume trattato: 170,65 l; Area trattata: 0,29 ha; Tragitto trattato: 0,957 km
22/03/2025	Innaffiatura	PESCHE NUOVE	PESCHE	r90	Vulcano	23 min	Modella: Automatico press; Actual Chemicals: MERPAN 80WDG: 3,96 kg/ha; Planned Chemicals: MERPAN 80WDG: 4,50 kg/ha; Dosaggio: 603,35 l/ha; Volume trattato: 465,76 l; Area trattata: 0,77 ha; Tragitto trattato: 3,074 km
22/03/2025	Innaffiatura	PESCHE	PESCHE1	r90	Vulcano	8 min	Modella: Automatico press; Actual Chemicals: MERPAN 80WDG: 4,04 kg/ha; Planned Chemicals: MERPAN 80WDG: 4,00 kg/ha; Dosaggio: 524,89 l/ha; Volume trattato: 83,67 l; Area trattata: 0,16 ha; Tragitto trattato: 0,372 km
28/03/2025	Innaffiatura	PESCHE	PESCHEZ	r90	Vulcano	9 min	Modella: Automatico press; Actual Chemicals: MERPAN 80WDG: 2,35 kg/ha; SELECTA DISPERS: 0,78 kg/ha; Planned Chemicals: MERPAN 80WDG: 3,00 kg/ha; SELECTA DISPERS: 1,00 kg/ha; Dosaggio: 497,71 l/ha; Volume trattato: 109,51 l; Area trattata: 0,27 ha; Tragitto trattato: 0,795 km
28/03/2025	Innaffiatura	PESCHE NUOVE	PESCHE	r90	Vulcano	25 min	Modella: Automatico press; Actual Chemicals: MERPAN 80WDG: 2,55 kg/ha; SELECTA DISPERS: 0,98 kg/ha; Planned Chemicals: MERPAN 80WDG: 3,00 kg/ha; SELECTA DISPERS: 1,00 kg/ha; Dosaggio: 600,68 l/ha; Volume trattato: 451,39 l; Area trattata: 0,75 ha; Tragitto trattato: 2,921 km
28/03/2025	Innaffiatura	PESCHE	PESCHE1	r90	Vulcano	5 min	Modella: Automatico press; Actual Chemicals: MERPAN 80WDG: 3,03 kg/ha; SELECTA DISPERS: 1,01 kg/ha; Planned Chemicals: MERPAN 80WDG: 3,00 kg/ha; SELECTA DISPERS: 1,00 kg/ha; Dosaggio: 523,54 l/ha; Volume trattato: 81,62 l; Area trattata: 0,16 ha; Tragitto trattato: 0,370 km
07/03/2025	Innaffiatura	CLIBGIO SMT	CLIBGIO	r90	Vulcano	7 min	Modella: Automatico press; Actual Chemicals: POLITHOL: 47,28 l/ha; ADMARL GOLD: 472,70 m³/ha; POLITHOL DISPERS: 3309,54 g/ha; Planned Chemicals: POLITHOL: 50,00 l/ha; ADMARL GOLD: 500,00 m³/ha; POLITHOL DISPERS: 3500,00 g/ha; Dosaggio: 910,61 l/ha; Volume trattato: 97,17 l; Area trattata: 0,19 ha; Tragitto trattato: 0,630 km
08/03/2025	Innaffiatura	ALBICOCCHE	ALBICOCCHE	r90		26 min	Modella: Automatico press; Actual Chemicals: FOLICUR WG: 949,20 g/ha



# MAGGIO

INNOVATION FOR AGRICULTURE



seguici sui nostri social



scopri il nostro sito web

S.P. 240 Delle Grotte Orientali, Rutigliano (BA)  
info@maggiosrl.com  
Telefono: 080 477 8679



# Auteri, tre generazioni di visione agricola

Dalle prime arance di famiglia ai mercati europei, passando per scelte coraggiose e visione di lungo periodo: Carolina Auteri - Communication Manager di "Auteri - Meraviglie di Natura" racconta un modello produttivo che intreccia tradizione, sostenibilità e competitività nel cuore della Sicilia agricola, dove costituisce oggi una realtà di riferimento.

A cura di

**Ilaria De Marinis**

*Giornalista*

Crescere restando fedeli alle proprie radici, senza rinunciare alla spinta dell'innovazione. È questa, in sintesi, la traiettoria che sin dagli albori accompagna Auteri, una delle realtà produttive più strutturate e riconoscibili del panorama agricolo siciliano. Un'azienda che oggi conta circa 600 dipendenti, migliaia di ettari coltivati, oltre 50 agricoltori rappresentati e una presenza consolidata sui principali mercati europei - dalla Francia al Belgio, dalla Svizzera alla Germania, fino all'Olanda e ad altri Paesi.

Una storia che attraversa tre generazioni e che si è evoluta seguendo un principio semplice, ma tutt'altro che scontato: investire in qualità, innovazione e sostenibilità, restituendo al consumatore un prodotto che non sia soltanto buono, ma anche coerente con un sistema produttivo responsabile. Non a caso, i moderni stabilimenti certificati, i protocolli a ridotto impatto ambientale e la rigorosa selezione varietale sono oggi i pilastri di un modello che mira a portare sulle tavole europee non semplici prodotti, ma vere e proprie "Meraviglie di Natura", come recita il payoff aziendale. A raccontarci questa visione, insieme alla storia e alle prospettive future dell'azienda, è **Carolina Auteri**, Communication Manager di "Auteri - Meraviglie di Natura".

#### **Torniamo alle origini: come nasce la vostra realtà?**

La nostra storia comincia molto presto, quando Giuseppe Auteri, a soli diciotto anni, decide di avviare una piccola azienda agricola dedicata alla produzione di arance. Si trattava di pochi ettari, ma l'idea era di costruire qualcosa che potesse avere un futuro. Da lì prende forma un percorso che, negli anni, si è così progressivamente allargato e strutturato.

In un primo momento affianca il padre nella commercializzazione degli agrumi, un passaggio che gli permette di spostare lo sguardo dal solo campo al mercato, iniziando a ragionare in termini di filiera, di volumi, di continuità. È in questa fase che matura l'esigenza di fare un salto di scala, di superare la dimensione individuale per costruire qualcosa di più solido e condiviso. Nel 2008 nasce così l'**OP Il Galletto**, fondata insieme a un gruppo ristretto di imprenditori, che oggi conta

oltre 40 soci tra primo e secondo livello e più di mille ettari produttivi. Con il tempo, però, emerge in modo chiaro un limite: la stagionalità degli agrumi, per quanto importante, copre solo una parte dell'anno. Il resto del calendario resta scoperto. Da qui la scelta di estendere l'attività, prima attraverso la commercializzazione dell'uva da tavola e, successivamente, entrando anche nella produzione diretta. Non è stata una diversificazione casuale, ma una scelta ragionata, pensata per dare continuità al progetto.

È in questo passaggio che si consolida uno dei tratti distintivi dell'azienda: la capacità di muoversi in anticipo rispetto al mercato. Nel comparto dell'uva, una delle decisioni più significative è stata quella di investire in strutture in serra per la coltivazione della *Victoria* in una specifica area di Mazzarrone, dove le condizioni pedoclimatiche consentono di spingere sulla precocità. Questo ha permesso di posizionarsi tra i primi operatori a proporre uva italiana sul mercato, un vantaggio che nel tempo si è tradotto in rapporti commerciali stabili, sia in Italia sia in Francia, che oggi rappresenta il nostro principale sbocco estero. Lo stesso approccio è stato adottato anche sugli agrumi, puntando con anticipo sul segmento del "rosso", quando ancora non era una tendenza consolidata, ma solo un'intuizione. Guardando indietro, possiamo dire che molte delle scelte fatte sono state guidate proprio da questa logica: non inseguire il mercato, ma provare a leggerlo prima.

Oggi, il nostro punto di forza sta in una base produttiva ampia, diversificata per varietà e pensata per coprire un arco di raccolta il più lungo possibile, così da garantire continuità, solidità e una presenza costante sul mercato.

#### **Come avviene la conduzione aziendale?**

Il nostro modello di conduzione si fonda su un equilibrio costante tra tradizione e innovazione, due elementi che non vengono vissuti come contrapposti, ma come componenti complementari di un'unica strategia produttiva. Giuseppe Auteri continua a seguire quotidianamente le attività aziendali, affiancato da un team di agronomi che opera sul campo utilizzando le più moderne tecnologie. È un

“

**Possiamo dire che molte delle scelte fatte sono state guidate proprio da questa logica: non inseguire il mercato, ma provare a leggerlo prima.**

”



dialogo continuo tra esperienza diretta e approccio scientifico, tra la conoscenza approfondita del territorio e l'impiego di strumenti avanzati per il monitoraggio e la gestione delle colture. Questo approccio integrato consente di prendere decisioni tempestive e mirate, adattando le pratiche agronomiche alle condizioni reali del vigneto e alle esigenze specifiche di ciascun impianto. Un esempio concreto è rappresentato dai nuovi impianti di uve senza semi, realizzati secondo sesti d'impianto intensivi. Si tratta di una scelta che comporta un maggiore investimento iniziale, ma che garantisce vantaggi significativi in termini di gestione, resa produttiva e uniformità qualitativa. Negli ultimi anni, inoltre, l'azienda ha intrapreso un percorso di rinnovamento varietale quasi completo, sostituendo progressivamente le varietà con semi con nuove cultivar seedless protette da brevetto. È una transizione che richiede competenze tecniche, visione di lungo periodo e una forte capacità di adattamento, ma che riteniamo imprescindibile per restare competitivi.

**Accanto alla produzione, operate anche sul fronte dell'export. Cosa chiedono oggi i mercati europei?**

I nostri principali mercati di riferimento sono la Francia, seguita da Belgio, Olanda, Svizzera, Germania e, più recentemente, Polonia. Per quanto riguarda le arance, la varietà "rossa" è unanimemente la più apprezzata, indipendentemente dal Paese di destinazione. Nel caso dell'uva da tavola, invece, le preferenze variano sensibilmente da mercato a mercato. Questo rende fondamentale disporre di un paniere varietale ampio e di un calendario produttivo esteso. La tendenza comune è comunque molto chiara: la domanda di uve apirene continua a crescere, mentre le varietà tradizionali con semi si stanno progressivamente trasformando in un segmento di nicchia, che potrà sopravvivere solo puntando su livelli qualitativi molto elevati. Tra le varietà che oggi riscuotono maggiore interesse sicuramente rientrano *Sweet Globe*, *Cotton Candy*, *Autumn Crisp* e *Sweet Celebration*, tutte caratterizzate da profili aromatici distintivi e da un'elevata riconoscibilità per il consumatore.

**Parlando di post-raccolta, invece, il comparto può ritenersi pronto per le nuove sfide del mercato?**

La questione post-raccolta rappresenta uno degli snodi strategici più importanti per il futuro del comparto. Non solo per preservare le qualità organolettiche del prodotto, ma anche per ampliare il raggio d'azione verso mercati sempre più distanti. Il mantenimento della catena del freddo, dalla raccolta fino alla consegna sui banchi della GDO, sarà un elemento imprescindibile.

Parliamo di un sistema complesso, che coinvolge molteplici attori e richiede investimenti rilevanti in tecnologie di refrigerazione, conservazione e logistica. In questo senso, riteniamo fondamentali le misure di sostegno pubblico alle aziende che investono in innovazione.

Posso portare un esempio concreto: recentemente abbiamo completato un importante investimento nella nostra struttura di lavorazione e in una nuova linea di confezionamento, che garantisce una temperatura controllata in tutte le fasi. Grazie alle tecnologie adottate, abbiamo ottenuto anche un risparmio energetico del 30%, potendo così accedere alle misure previste dalla "Transizione 5.0". Questo dimostra che sostenibilità ambientale ed efficienza economica possono andare di pari passo.

**Guardando fuori Europa, l'oltremare può rappresentare uno sbocco interessante?**

In linea teorica sì, rappresenta un obiettivo di grande interesse. Tuttavia, nel nostro caso specifico, la domanda proveniente dai mercati in cui siamo già presenti è in costante crescita. Questo significa che, nel prossimo futuro, la nostra produzione continuerà a essere prevalentemente destinata all'Europa.

La ragione è semplice: una produzione di alta qualità, abbinata a una posizione consolidata e a relazioni commerciali strutturate, ci consente di ottenere condizioni economiche soddisfacenti, senza doverci spingere verso mercati più complessi e rischiosi dal punto di vista logistico e normativo. Naturalmente, non escludiamo sviluppi futuri, ma oggi la nostra priorità resta il rafforzamento dei mercati in cui operiamo. ■

# NANO.T<sup>®</sup> Fe

technology for agriculture

## Nanoparticelle in agricoltura



Previene e contrasta  
efficacemente  
la clorosi ferrica



Disponibile NanoT Fe Bio per  
AGRICOLTURA BIOLOGICA



CEREA  
FCP

# Olanda, snodo dell'uva europea

**Con importazioni in crescita del 40% in dieci anni e oltre 1 miliardo di euro di valore, il Paese è diventato oggi il baricentro dei flussi europei. A favorirlo, la capacità di intercettare e organizzare l'offerta globale, garantendo continuità di approvvigionamento ai principali mercati europei.**

A cura di

**Ilaria De Marinis**

*Giornalista*

Quasi mezzo milione di tonnellate in un solo anno. È la quantità di uva da tavola che nel 2024 ha attraversato i Paesi Bassi. Un dato che, a ben vedere, racconta il ruolo assunto dall'Olanda nel commercio dell'uva da tavola in Europa quale **snodo centrale dei flussi**. Nell'arco di dieci anni, **le importazioni olandesi di uva sono aumentate del 40%**, arrivando a 493 mila tonnellate e superando **1 miliardo di euro di valore**. Un segnale chiaro di come il baricentro del mercato si stia spostando dai campi ai nodi della logistica. Questo spostamento non riguarda solo l'uva da tavola, ma riflette una dinamica più ampia che interessa l'intero comparto ortofrutticolo europeo. Negli ultimi anni, la capacità di garantire regolarità, volumi omogenei e servizi logistici avanzati ha assunto un peso crescente rispetto alla sola origine del prodotto. In questo scenario, i Paesi capaci di presidiare i flussi, più che le superfici coltivate, diventano protagonisti silenziosi ma decisivi delle filiere. L'Olanda, in particolare, ha trasformato la propria posizione geografica e infrastrutturale in un vero e proprio vantaggio competitivo sistemico. Un'accelerazione che non nasce da una crescita della domanda interna, rimasta relativamente contenuta, ma dalla capacità del sistema olandese di **intercettare e organizzare l'offerta globale**, garantendo continuità di approvvigionamento ai principali mercati europei. Alcuni dei più importanti Paesi produttori hanno progressivamente rafforzato il loro legame con l'Olanda. Flussi che entrano nel continente passando da Rotterdam e che, nella maggior parte dei casi, proseguono rapidamente verso il Vecchio Continente, confermando come il baricentro del commercio dell'uva si stia spostando dai Paesi produttori ai nodi logistici in grado di governare tempi, volumi e standard del mercato.

## **L'Olanda al servizio dell'Europa**

La crescita delle importazioni olandesi non può essere spiegata guardando ai consumi interni, ma va letta come risposta a una domanda europea sempre più orientata alla **continuità di fornitura**, alla standardizzazione del prodotto e alla copertu-

ra dell'intero arco stagionale. Stando a quanto riportato da GroentenFruit Huis – l'organizzazione industriale olandese che rappresenta il comparto ortofrutticolo, nel decennio che porta al 2024, **Sudafrica, India e Perù** hanno rafforzato progressivamente il loro ruolo all'interno dei flussi diretti verso i Paesi Bassi, fino a diventare fornitori strutturali del sistema olandese. Oggi l'Olanda intercetta il **47% delle esportazioni sudafricane di uva da tavola, il 28% di quelle indiane e il 13% di quelle peruviane**. Non si tratta di una semplice preferenza commerciale, ma di una scelta strategica: per molte origini extra-UE, entrare in Europa passando dall'Olanda significa accedere a un mercato organizzato, in grado di gestire grandi volumi, picchi stagionali e standard qualitativi elevati, con tempi di smistamento compatibili con le esigenze della grande distribuzione europea.

A rendere questo modello particolarmente efficace è anche la capacità di integrare logistica, servizi commerciali e lettura dei mercati. Gli operatori olandesi non si limitano a gestire il transito fisico del prodotto, ma svolgono una funzione di raccordo tra produzione e distribuzione, anticipando fabbisogni, adattando le specifiche di confezionamento e modulando le immissioni sul mercato. È una logica industriale applicata al commercio ortofrutticolo, in cui la velocità di reazione e la precisione dell'offerta diventano elementi chiave tanto quanto la qualità intrinseca dell'uva.

### Un mercato di passaggio

La funzione di piattaforma continentale diventa ancora più evidente se si osservano i dati sui consumi pro capite. Sempre secondo l'organizzazione olandese, i principali mercati europei per consumo di uva da tavola sono il **Regno Unito**, con **5,3 kg pro capite**, e la **Germania**, con **4,4 kg**. I Paesi Bassi, invece, si fermano a **2,6 kg pro capite**, un livello che li colloca ben al di sotto dei grandi mercati di sbocco. È un paradosso solo apparente: l'Olanda infatti non è centrale perché consuma uva, ma perché rende possibile il consumo altrove. La sua forza non risiede nella domanda interna, ma nella capacità di far arrivare il prodotto giusto, nel momento giusto, nei mercati che conta-

no di più per la GDO europea. Questo ruolo di piattaforma di passaggio incide anche sulla percezione del valore lungo la filiera. L'Olanda non compete sul terreno del prezzo all'origine, ma su quello dell'affidabilità complessiva del sistema: continuità, rapidità, riduzione del rischio commerciale. In un mercato come quello dell'uva da tavola, sempre più sensibile a rotture di stock, ritardi logistici e oscillazioni improvvise dell'offerta, questa affidabilità diventa un fattore determinante nelle scelte degli operatori europei, che trovano nei Paesi Bassi un interlocutore stabile e prevedibile.

### Importare per ridistribuire

E questa natura del modello olandese emerge con chiarezza osservando la destinazione finale del prodotto. **L'89% dell'uva importata nei Paesi Bassi viene successivamente riesportata**, un dato che chiarisce come il mercato non sia pensato per l'assorbimento interno, ma per la redistribuzione. In questo contesto, gli importatori olandesi non agiscono come semplici buyer, ma come **registri dei flussi**, coordinando origini, tempistiche, mercati di destinazione e modalità di immissione sul mercato.

Come osserva GroentenFruit Huis, "il commercio dell'uva si sta sviluppando rapidamente e i Paesi Bassi svolgono un ruolo di primo piano in questo processo". Un ruolo che va oltre la logistica in senso stretto e incide anche sulla **gestione**





In alto  
**Mauro Schiano Lomoriello, analista di mercato dei prodotti agroalimentari in ISMEA, durante il suo intervento in occasione della seconda edizione della Table Grape Conference.**

Foto: Priscilla Tangari.

**dell'offerta lungo l'anno**, sulla rapidità di risposta alle variazioni della domanda e, indirettamente, sulla formazione dei prezzi nei principali mercati europei.

#### Seedless come nuovo standard

Il ruolo dell'Olanda come snodo dei flussi si riflette anche nella composizione dell'offerta. Negli ultimi dieci anni, il mercato olandese ha registrato una trasformazione profonda del prodotto, con l'affermazione quasi totale delle varietà seedless. Oggi **l'uva bianca senza semi rappresenta il 53% delle vendite**, mentre **la rossa seedless raggiunge il 37%**. Le varietà con semi occupano ormai una quota marginale e, in soli cinque anni, **le loro vendite sono diminuite di oltre il 40%**. Non si tratta solo di una questione varietale, ma di un riflesso diretto delle richieste della distribuzione moderna. Le varietà seedless rispondono meglio alle esigenze di standardizzazione, shelf-life e semplicità di consumo, elementi centrali per la GDO europea. Il mercato olandese, in questo senso, agisce come una sorta di filtro: intercetta le preferenze dei grandi retailer e le traduce in segnali chiari verso le origini produttive, accelerando il processo di adattamento dell'offerta su scala globale.

#### L'Olanda e la regia dei flussi

A ulteriore conferma di questo nuovo ordinamento nel commercio dell'uva da

tavola in Europa, anche i dati **ISMEA**, presentati da **Mario Schiano Lomoriello** in occasione della *Table Grape Conference*. Come riportato, i Paesi Bassi rappresentano il caso più emblematico di Paese europeo **strutturalmente dipendente dalle importazioni extra-UE**, con **oltre 450mila tonnellate di importazioni complessive** e una quota di prodotto extra-UE prossima al **90%**. A fronte di un export compreso **tra 350 e 380 mila tonnellate**, il rapporto export/import resta nettamente più basso rispetto a quello di Italia e Grecia, che superano ampiamente il **2.000-3.000%**, esportando prevalentemente prodotto di origine nazionale. L'Olanda esporta molto perché importa molto.

È il modello del **riesportatore puro ad alto volume** centrale nella governance dei flussi, nella stabilizzazione dell'offerta e negli equilibri del mercato europeo dell'uva da tavola. Un caso che non può essere letto come un'anomalia, ma come l'esito coerente di un sistema che ha fatto della gestione dei flussi la propria specializzazione.

#### Cara Italia, perché noi no

E allora la domanda è inevitabile: perché non siamo - o non possiamo essere - noi un hub come l'Olanda? O quantomeno non iniziamo a percorrere un percorso analogo? La risposta, a ben vedere, è meno contingente di quanto sembri e affonda le radici in fattori strutturali, storici e politici. In primo luogo, l'Olanda è oggi una piattaforma globale perché da secoli ha costruito relazioni commerciali, infrastrutture e know-how a partire da una storia di **potenza coloniale** che le ha consentito di presidiare rotte, mercati e rapporti economici ben prima dell'era della globalizzazione moderna.

A questo si aggiunge una **logistica** concepita come asse portante del sistema economico: porti, magazzini, catene del freddo, capacità di stoccaggio e rapidità di ridistribuzione sono stati pensati per conservare, aggregare e rilanciare i flussi, non solo per far transitare merci. In Italia, al contrario, questo segmento resta frammentato, spesso sottodimensionato e raramente integrato in una visione di lungo periodo che tenga insieme produzione, conservazione e commercio

internazionale. Ma c'è anche un nodo relazionale: il modello olandese si fonda su **rapporti solidi e continuativi tra azienda e azienda**, costruiti nel tempo grazie a una storicità e a una presenza sul territorio dovute proprio all'essere stata per anni una potenza commerciale globale su scala coloniale.

Infine, manca un vero livello di **coordinamento politico**: l'Olanda ha potuto contare su relazioni bilaterali stabili tra Stati, che hanno facilitato accordi, flussi e accessi preferenziali; l'Italia, invece, si muove spesso in ordine sparso, senza una strategia di sistema che affianchi le imprese con una diplomazia economica coerente.

Lo scenario, però, non deve frenare. Anzi, suggerisce con forza che esistono margini di manovra molto più ampi di quanto si possa pensare. Oggi l'Italia continua a ragionare quasi esclusivamente in termini produttivi: i magazzini di confezionamento lavorano a pieno ritmo per pochi mesi e restano chiusi anche sei mesi l'anno, come se la loro funzione si esaurisse con la fine della campagna nazionale. In altri Paesi, invece, la logica è commerciale: le strutture non servono solo a confezionare ciò che si produce, ma a intercettare flussi, gestire origini diverse, costruire continuità di offerta. La **Spagna** è l'esempio più evidente. Pur essendo un grande esportatore, importa volumi di gran lunga superiori ai nostri: circa 65-80 mila tonnellate contro le 18-20 mila dell'Italia. In altre parole, importa tre o quattro volte più di noi pur esportando meno. Non è una contraddizione, è una strategia, in cui l'import rappresenta uno strumento per presidiare il mercato tutto l'anno, rafforzare le relazioni commerciali e alimentare il ruolo dei magazzini come nodi attivi della filiera.

Ancora più emblematico è il caso della **Slovenia**. Non è un Paese produttore, non domina i flussi internazionali, eppure importa circa 22-23 mila tonnellate ed esporta intorno alle 15 mila. Numeri che la rendono un **micro-hub regionale**: un Paese che intercetta prodotto, lo organizza, lo redistribuisce su scala geografica limitata, ma strategica. Un importatore atipico, appunto, che dimostra come non servano dimensioni importanti per giocare un ruolo logistico e commerciale,

ma visione e infrastrutture coerenti. Per questo la domanda sorge ancora spontanea: perché noi no? Perché non fare in modo che impianti, competenze e catene del freddo - sottoutilizzate per metà dell'anno - si trasformino in leve per ampliare il raggio d'azione commerciale? Se Spagna e Slovenia, con modelli e scale diverse, riescono a usare l'import come elemento di forza, nulla impedirebbe anche all'Italia di ripensare i propri magazzini come piattaforme di servizio, capaci di lavorare dodici mesi l'anno e di collegare produzione, importazione e redistribuzione. La vera sfida, di fatto, non è imitare l'Olanda, ma iniziare a costruire, passo dopo passo, una cultura del commercio che affianchi e completi quella della produzione. ■

Grafico 1

**Il grafico mostra le quote di export in valore dei principali Paesi esportatori tra 2020 e 2024: l'Italia resta su livelli intermedi e stabili, mentre i Paesi Bassi confermano più rilevanti grazie al ruolo di hub logistico.**

Fonte: ISMEA su dati ITC.

Grafico 2

**Il grafico incrocia volumi di export e rapporto export/import dei Paesi europei. Tra tutti, spicca la Slovenia per l'elevato rapporto export/import, nonostante volumi intermedi.**

Fonte: ISMEA su dati EUROSTAT e ITC.



Grafico 1



Grafico 2

# DICARZOL: il corretto impiego per un risultato sicuro

L'impiego di DICARZOL, nel rispetto delle indicazioni riportate in etichetta, garantisce un'eccellente efficacia ed affidabilità contro tripidi e acari, per proteggere la produzione e salvaguardare il reddito dell'agricoltore.

DICARZOL, un'esclusiva assoluta Gowan a base di formetanate, rappresenta una soluzione fondamentale per la protezione dell'Uva da Tavola dagli attacchi precoci di Tripidi e non solo. La recente estensione d'etichetta, infatti, prevede l'impiego anche contro Acari ed Eriofidi.

L'ottima efficacia di Dicarzol contro le forme mobili (nainidi e adulti) di tripidi, acari ed eriofidi è stata dimostrata nel corso degli anni da numerose prove sperimentali svolte in collaborazione con Enti Ufficiali e Centri di saggio. E molti viticoltori lo utilizzano ormai ogni anno, anche all'interno dei **Disciplinari di Difesa Integrata dell'Uva**



Danni da Tripide su Uva da tavola

**da Tavola**, ottenendo risultati di piena soddisfazione.

Come previsto dalle indicazioni d'etichetta, Dicarzol deve essere impiegato per il primo trattamento eradicante, **2-3 giorni prima della fioritura e comunque entro e non oltre le primissime fasi della stessa.**

In questo modo l'utilizzo di Dicarzol consente di azzerare la popolazione dei parassiti e di pianificare una strategia di difesa di sicuro successo, in maniera **conforme anche alle più esigenti richieste della filiera distributiva ortofruitticola.**

Dicarzol, quindi, grazie al suo duplice ed originale meccanismo d'azione e alla sua

eccellente ed affidabile attività insetticida (con ottimo potere abbattente e buona persistenza d'azione), può aprire le migliori strategie di difesa, anche in un'ottica di gestione delle resistenze, per salvaguardare, nel breve e lungo termine, le produzioni di uva da tavola ed il reddito dell'imprenditore agricolo.

Gowan Italia è a disposizione per ulteriori chiarimenti e dettagli a riguardo, al numero telefonico 0546-629911 o via mail: [gowanitalia@gowanitalia.it](mailto:gowanitalia@gowanitalia.it)

Approfondimenti tecnici sul prodotto, sono disponibili sul sito [www.gowanitalia.it](http://www.gowanitalia.it)

## POSIZIONAMENTO TECNICO



Grappoli visibili



Pre-fioritura  
(caliptré presenti)



Inizio fioritura  
(10% caliptré cadute)



Piena fioritura  
(50% caliptré cadute)



Allegazione

**Dicarzol** 

Applicare entro e non oltre le prime fasi della fioritura

consentito max 1 tratt./anno

# Dicarzol



**INSETTICIDA  
ACARICIDA**

per il controllo dei tripidi

- Massima efficacia nei confronti delle forme mobili di tripidi e acari
- Strumento fondamentale per la gestione delle resistenze
- Inserito nelle Linee Guida Nazionali di Produzione Integrata dell'uva da tavola

**NON  
SBAGLIA  
UN COLPO**



Dicarzol®: marchio registrato e prodotto originale Gowan.

**Gowan**  
ITALIA

**GOWAN ITALIA S.r.l.**

Faenza (RA) - Tel. 0546 629911

[gowanitalia@gowanitalia.it](mailto:gowanitalia@gowanitalia.it)

[www.gowanitalia.it](http://www.gowanitalia.it)

Agrofarmaco autorizzato dal Ministero della Salute. Usare con precauzione. Prima dell'uso leggere sempre l'etichetta e le informazioni sul prodotto. Si richiama l'attenzione sulle frasi e simboli di pericolo riportati in etichetta.



## I NOSTRI BRAND

FIMAP



ICEM



Baoli



## I NOSTRI SERVIZI

### Manutenzione

Il cuore della nostra attività è la manutenzione preventiva e correttiva dei vostri carrelli. Il nostro team di tecnici esperti si assicura che ogni componente critico sia controllato e regolato regolarmente per massimizzare l'efficienza operativa e prolungare la vita utile dei vostri mezzi.

### Assistenza

In caso di guasto o malfunzionamento, potete contare su di noi per una rapida e affidabile riparazione. La nostra squadra è pronta a intervenire tempestivamente per risolvere qualsiasi problema, minimizzando i tempi di fermo e ripristinando la vostra attività in modo efficiente.

### Noleggio

Offriamo anche servizi di noleggio di carrelli per soddisfare le vostre esigenze a lungo e breve termine. Una flotta di carrelli ben mantenuti e pronta per essere utilizzata, consentendovi di gestire le vostre attività senza necessità di possedere equipaggiamenti



Rutigliano (BA)  
amministrazione@sudcarrelli.it  
info@sudcarrelli.it

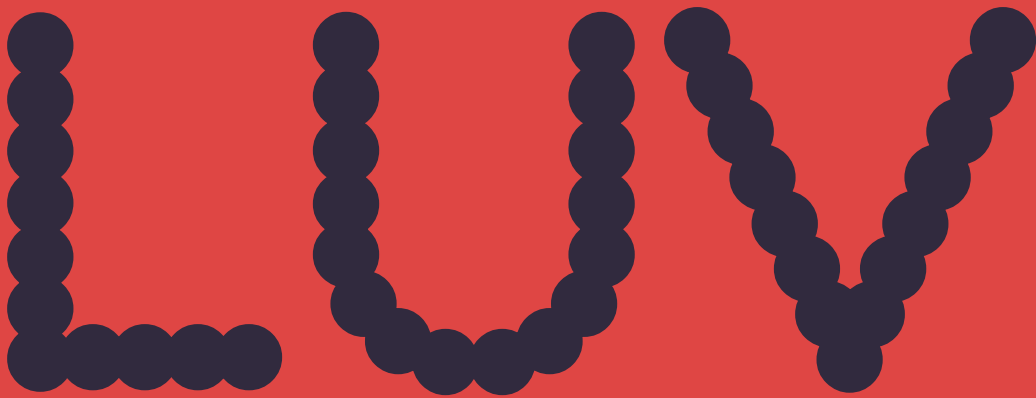
+39 080 4770548  
+39 080 4770770

sudcarrelli.it

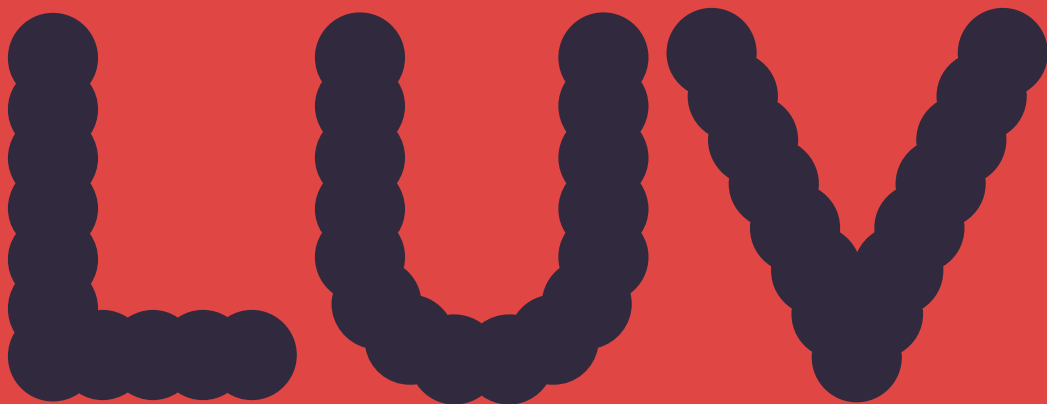




LA FIERA DELL'UVA DA TAVOLA



20-21-22 OTTOBRE 2026



BARI, NUOVA FIERA DEL LEVANTE

[www.luvfiera.com](http://www.luvfiera.com) • +39 080 4164075 • +39 340 2238667 • [amministrazione@luvfiera.com](mailto:amministrazione@luvfiera.com)

**FRUITNET GRAPE  
CONGRESS**

Supported by

**FRUIT  
LOGISTICA**