Cibus
agenzia stampa elettronica agroalimentare (c.a.s.e.a.)

SOMMARIO

Anno 16 - n° 47 26 novembre 2017

1.1 EDITORIALE
Il quinto potere trasloca?

2.1 LATTIERO CASEARIO
Lattiero caseari. Listini stabili.

3.1 CEREALI E DINTORNI
Cereali e dintorni. Rincari prudenziali in previsione del lungo week end del "ringraziamento".

4.1 SICUREZZA ALIMENTARE
Ancora allarmi alimentari per prodotti contaminati.

5.1 MANAGEMENT E ORGANIZZAZIONE
L'autostima, cos'é e a cosa serve.

6.1 CRISI, LAVORO E SUICIDI
La crisi spinge sulla povertà e sui suicidi. I giovani sono i più colpiti.

7.1 VINO EXPORT
Vino: nascono in Cina i primi corsi per "insegnare-imparando" il mercato cinese

7.2 CIBO E SALUTE
La cura è servita: Un libro per guarire con il cibo

8.1 EXPORT
La Food Valley punta alla Cina

9.1 CEREALI E DINTORNI
Cereali e dintorni. Gli aumenti di protezione.

10.1 AGROALIMENTARE
Ismea: nuovi segnali positivi per l'agroalimentare

11.1 PROMOZIONI
"vino" e partners

12.1 PROMOZIONI
"birra" e partners

(per seguire gli argomenti correlati clicca QUI)

Editoriale

Il quinto potere trasloca?

La televisione è ancora il mezzo che gode della maggiore fiducia del pubblico? Tra gaffes, notizie ridondanti e cuochi in tutte le salse, la Tv sta perdendo la capacità di influenzare la politica. Il quinto potere trasloca?

di Lamberto Colla Parma 26 novembre 2017

La televisione gode ancora di grandissima fiducia all'interno del complesso panorama dei mezzi d'informazione. E' quanto risulta dai dati forniti in occasione del 21esimo WORLD TV DAY, che ricorre ogni 21 novembre. Fiducia meritata forse, ma molte ombre si addensano sul più gettonato elettrodomestico.

I livelli di fiducia nei media tradizionali sono in crescita in Europa, mentre il pubblico si pone interrogativi sulla veridicità di ciò che vede e legge online. Nel 70% dei 33 paesi analizzati, gli intervistati hanno risposto di essere inclini a fidarsi della TV e in 11 paesi, la TV risulta persino essere il mezzo che ispira maggior fiducia. In Italia, la televisione si conferma il principale strumento d'informazione, mentre i TG sono le fonti preferite (48%), seguiti dai siti internet di news (25%) e dalla stampa quotidiana (8%). A onor del vero il primo posto assoluto è conquistato dai periodici di informazione.

Molto è cambiato in questi ultimi anni e comunque la sensazione è forte, al di là dei sondaggi, che la autorevolezza della TV sia andata via via scemando. Una discesa costante seppure non così drammatica come è stata quella della carta stampata. Tv e ancor più i quotidiani, non hanno saputo interpretare il cambiamento per poi trovarsi smarriti nelle sabbie mobili della crisi economica dove la pubblicità è stata la prima illustre vittima. Le risorse finanziarie si sono volatilizzate da un anno all'altro e solo una infinitesima parte trasferite sul mercato digitale.

Così all'abbattimento dei **budget** pubblicitari ha fatto eco l'abbattimento delle **idee**, del tasso di **professionalità**, e **programmi** sempre meno originali e a basso costo sono andati aumentando e la formula dei talk show è dilagata arrivando addirittura a trasformarsi in un contenitore di informazione. **Gocce di news,** sparse qua e là, all'interno dei grandi contenitori di intrattenimento, utili più a dare autorevolezza al programma "leggero" che a offrire un servizio puntuale all'utente televisivo. Ma con l'andare del tempo, per effetto di una sorta di osmosi inversa, l'informazione stessa diventa attore della leggerezza del programma che la ospita.

L'euforia e la volontà di essere i primi a pubblicare lo scoop, peraltro molto annunciato ma spesso di notevole inconsistenza, ha condotto a clamorose gaffes e errori macroscopici contribuendo a indebolire il mito della correttezza informativa di cui la TV godeva, spalancando la porta a altri mezzi, agili, a basso costo e in grado di diffondersi rapidamente per la capacità di far diventare l'utente stesso un protagonista della notizia o un commentatore, libero di esprime la propria opinione, modificando, di fatto, il rapporto tra mezzo e utente. Se prima l'utente, anche della pubblicità era un soggetto passivo, con l'avvento del digitale e dei social, l'utente diventa attore diretto, e con potere di scelta.

Così, per accaparrarsi il pubblico di massa, allo scopo di gratificare gli inserzionisti attaccati ai dati di share, ecco farsi largo nei palinsesti televisivi gli spazi destinati a chi catalizza, per un tempo più lungo possibile, la massa più ampia. Nascono e proliferano i **"grandi contenitori d'intrattenimento"** che dalla Domenica, giornata che li ospitò per prima, si reinventano per il sabato e infine si adattano per la fascia del mattino e del pomeriggio. In questo contesto, quasi per scherzo, volendo soddisfare il gran pubblico delle casalinghe, ecco che i CUOCHI, oggi CHEF, fanno il loro ingresso nei programmi della mattina per poi "**infettare**" tutti i palinsesti, dalla mattina alla sera. Da " Masterchef", con tutte le sue declinazioni, persino per bambini, a "Una cucina da incubo", solo per citare i più noti, i GURU dei fornelli sono andati a conquistare ogni angolino di quasi tutti i programmi/talk show, colonizzando il tubo catodico.

Intanto l'informazione diventa ridondante all'inverosimile. Sempre uguale, le notizie che restano sulla cresta dell'onda per più giorni con le redazioni che rincorrono sul web le più svariate, curiose, strane o particolarmente cruenti notizie, potenzialmente in grado di suonare le corde più sensibili del momento.

Ma con la fretta, l'errore è dietro l'angolo e a ogni errore un pezzo di autorevolezza viene alienato.

L'ultimo esempio e per di più ampiamente diffuso è accaduto lo scorso 21 novembre. Sulla falsa notizia della "Bambina di 9 anni stuprata dal 35enne mussulmano a Padova" (**http://www.ilpost.it/2017/11/22/bambina-musulmana-stuprata-padova/#**). ci sono cascati praticamente tutti, compreso La Zanzara che su Radio 24 (Sole 24 ore) ha aperto la puntata con questa notizia.

La notizia falsa della bambina musulmana stuprata dal "marito" a Padova

In questa crisi di idee e di contenuti con la complicità della miopia dei direttori di rete, i "media" alternativi (digitali), con le loro contraddizioni e le purtroppo popolari "Fake News", hanno conquistato la fiducia di moltissimi giungendo a condizionare, più del mezzo televisivo, le scelte politiche.

Così, mentre la TV la fa da padrona sulla Cucina e sul Gossip (Rosa, Giallo o Noir) i Social Media sono entrati a gamba tesa a condizionare la politica.

Ma perdendo la capacità di orientare le scelte politiche, il quinto potere presto, anzi forse è già accaduto, traslocherà su altri mezzi.

Obama, **Brexit** e **Trump** sono i più illustri esempi in cui i social hanno avuto la meglio, vincendo anche sulla forza dei "sondaggi" , e per restare in Italia, il successo del M5S si identifica con i nuovi mezzi social, così come le grandi e inaspettate sconfitte dei referendum (trivelle e costituzionale) si devono assegnare alla forza di influenzamento della rete, visto come si erano graniticamente schierate le maggiori testate editoriali televisive.

Della perdita di potere di influenzamento politico della "televisione" se ne stanno accorgendo anche i politici. Il rischio è che i governi (non solo quello italiano) tentino di mettere il bavaglio ai mezzi digitali, invece di dare uno scrollone alle reti TV (dovei partiti sono soci di maggioranza) affinché invertano la rotta e ritornino a fare una programmazione più seria, meno condizionata dagli share.

(**foto** copertina: Televisore anni '50 Jonnie Nord)

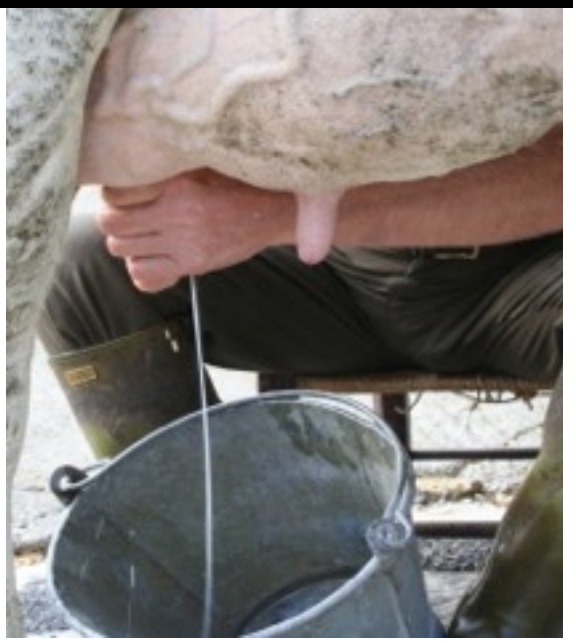
----------&---------- (per seguire gli "**Editoriali**" clicca qui)

LATTIERO CASEARIO

Lattiero caseari. Listini stabili.

Latte spot, Burro, Grana Padano e Parmigiano Reggiano, confermano i listini della precedente settimana.In crescita solo la crema e la panna a uso alimentare.

(Virgilio - CLAL)



Lattiero Caseario

Lattiero caseari. Listini stabili.

Latte spot, Burro, Grana Padano e Parmigiano Reggiano, confermano i listini della precedente settimana.In crescita solo la crema e la panna a uso alimentare.

di Virgilio Parma 21 novembre 2017 -

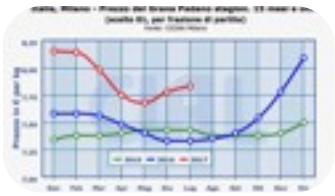
LATTE SPOT In stand-by il latte spot. Il latte crudo spot nazionale conferma le quotazioni di quindici giorni orsono (42,79 e 43,82 /100 litri di latte). Conferma delle quotazioni anche per il latte intero pastorizzato spot estero (41,24 e 42,27€/100 litri latte). Lieve cedimento (-1,59%) invece per il latte scremato pastorizzato spot estero (15,53-16,56€/100 litri latte).

BURRO E PANNA Settimana d'attesa per il prezzo del burro, che fa seguito a una settimana che aveva mostrato segnali contrastanti. Nuovo rimbalzo della crema e della panna a uso alimentare. Lo zangolato parmense ha interrotto la rapida curva discendente e conferma i valori della precedente ottava. Prezzo all'ingrosso confermato anche alla borsa odierna di Reggio Emilia. .

Borsa di Milano 20 novembre: (=)
BURRO CEE: 4,90 €/Kg (=)
BURRO CENTRIFUGA: 5,15 €/Kg. (=)
BURRO PASTORIZZATO: 3,60 €/Kg. (=)
BURRO ZANGOLATO: 3,40 €/Kg. (=)
CREMA A USO ALIMENTARE (40%mg): 2,80 €/Kg. (+)
MARGARINA Novembre 2017: 1,07 -1,13€/kg (=)

Borsa Verona 20 novembre: (+)
PANNA CENTRIFUGA A USO ALIMENTARE: 2,70 - 2,80 €/Kg. (+)

Borsa di Parma 17 novembre 2017 (=)
BURRO ZANGOLATO: 3,00 €/Kg.



Borsa di Reggio Emilia 21 novembre 2017 (=)
BURRO ZANGOLATO: 3,00 - 3,00 €/kg.

GRANA PADANO 20/11/2017
- Dopo tre settimane di arretramento, il prezzo del Grana Padano si è arrestato. Nessuna variazione anche per il "fuori sale".
- Grana Padano 9 mesi di stagionatura e oltre: 6,50 - 6,60 €/Kg. (=)
- Grana Padano 15 mesi di stagionatura e oltre: 7,30 - 7,90 €/Kg. (=)
- Fuori sale 60-90 gg: 5,20-5,55€/Kg. (=)

PARMIGIANO REGGIANO 17/11/2017 Invariati i listini del formaggio Parmigiano Reggiano.
- Parmigiano Reggiano 12 mesi di stagionatura e oltre: 9,60-9,95 €/Kg. (=)
- Parmigiano Reggiano 24 mesi di stagionatura e oltre: 10,90 - 11,40 €/Kg. (=)

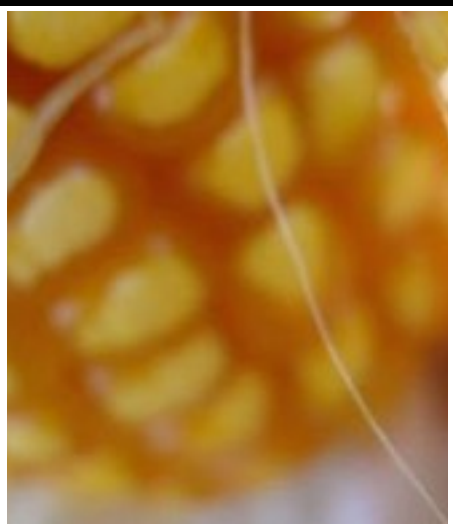
(**per accedere alle notizie sull'argomento** clicca qui)

MERCATO CEREALI

Cereali e dintorni. Rincari prudenziali in previsione del lungo week end del "ringraziamento".

Venerdì sera il mercato ha chiuso in aumento, ma sostanzialmente in una settimana scorsa non è portato sostanziali cambiamenti del valore dei listini.

Mario Boggini - Officina Commerciale Commodities srl



Mercati internazionali

Cereali e dintorni. Rincari prudenziali in previsione del lungo week end del "ringraziamento".

Venerdì sera il mercato ha chiuso in aumento, ma sostanzialmente in una settimana scorsa non è portato sostanziali cambiamenti del valore dei listini.

Di Mario Boggini e Virgilio Milano 21 novembre 2017 -

L'aumento dei listini segnalati in chiusura della scorsa settimana sono essenzialmente dovuti alle informazioni meteo (NOAA) che annunciano probabili fenomeni di siccità che il "Nina" potrebbe far ricadere sul Brasile e condizioni di eccesso di umidità in Argentina.

Notizie queste, che un mercato statico e depresso, attende per poter sfruttare.

SEMI gen 990,4 (+18,4) mar 1001,4 (+18,2) mag 1011 (+18,2)

FARINA dic 318,2 (+7,7) gen 320 (+7,5) mar 323,1 (+7,6)

OLIO dic 34,44 (+0,01) gen 34,59 (0) mar 34,80 (-0,01)

CORN dic 343 (+6,4) mar 355 (+6) mag 363,4 (+6)

GRANO dic 427,2 (+5,6) mar 443,4 (+5,6) mag 454,2 (+4,4)

Inoltre, in considerazione del fatto che la settimana in corso è contraddistinta dalla festa del ringraziamento, i mercati, di norma, tendono a effettuare rincari prudenziali di protezione da eventi straordinari che potrebbero verificarsi durante il lungo week end.

Si sono inoltre manifestati segnali di indebolimento dell'euro a causa della difficoltà di comporre la compagine di governo in terra tedesca.

Per il mercato interno/**domestico** ancora poco o nulla da segnalare,

Prosegue invece il rialzo dei **cruscami**, così come il rialzo dei grani di base e dell'orzo.

Il **seme** di soya ha subito una battuta d'arresto, mentre tiene il mercato delle farine convenzionali. che continuano a mantenere un differenziale con la 44% geneticamente modificata di 100 euro circa alla tonnellata.

Anche per il mercato delle **bioenergie** nessuna novità. Prosegue il rincaro dei cruscami. Una condizione che pone gli operatori nelle condizioni di tamponare anche con della crusca di farro in pellet proveniente dai paesi del Nord. Molto probabilmente coloro che utilizzano i cruscami dovranno variare la dieta del proprio impianto da qui a febbraio in quanto la situazione si prevede non possa migliorare. Le possibili alternative sono: farinette e farine di mais e mais tossinato e Mix dell'industria risiera.

Indicatori internazionali 20 novembre 2017
l'Indice dei **noli** è sceso leggermente a 1371 punti, il **petrolio** è attorno a 55,0 $/bar e l'indice di **cambio** segna 1,17836

(resta sempre informato sull'argomento consultando la nostra sezione Agroalimentare)

Indicatori del 20 novembre 2017		
Noli*	€/$	Petrolio WTI
1371	1,17836	55,0 $/bar

(*) Noli - L'indicatore dei "noli" è un indice dell'andamento dei costi del trasporto marittimo e dei noli delle principali categorie di navi dry bulk cargo, cioè quelle che trasportano rinfuse secche. Il BDI può anche costituire un indicatore del livello di domanda e offerta delle rinfuse secche.

Mario Boggini - esperto di mercati cerealicoli nazionali e internazionali - (per contatti **+39 338 6067872**) - Valori indicativi senza impegno, soggetti a variazioni improvvise. Questa

Andalini
pasta dal 1956

Ancora allarmi alimentari per prodotti contaminati.

RASFF (Food and Feed Safety Alerts - Commissione Europea) ha segnalato la presenza di larve di parassiti Anisakis negli sgombri provenienti dalla Francia e venduti in Italia. Il Ministero della Salute ha invece emnato un avviso per il richiamo di un lotto di Porcetta di Ariccia IGP per presenza di Listeria Monocytogenes.

RASFF: allarme larve vive negli sgombri dalla Francia e venduti in Italia.

Ordinato il ritiro. Larve di parassiti Anisakis sono state trovate nel pesce. Il Ministero della salute italiano è stato già informato. **L'anisakidosi** può portare a dolore addominale, nausea, vomito, distensione addominale, diarrea, sangue e muco nelle feci, febbre lieve.

Larve vive di parassiti Anisakis sono state scoperte in grosse quantità all'interno di una partita di sgombri refrigerati provenienti dalla Francia e venduti in tutta Italia. Per questo motivo il Sistema rapido di allerta europeo per alimenti (RASFF) ha già informato con la notifica 1994.2017 del 20.11.2017 il Ministero della salute italiano. La scoperta è arrivata dai controlli effettuati dal dipartimento di sanità pubblica e sicurezza alimentare nazionale. L'anisakis è un verme parassita del pesce crudo che è capace di annidarsi nelle pareti dello stomaco e che può essere ingerito semplicemente mangiando del pesce crudo o, comunque, poco cotto, marinato o in salamoia. L'anisakidosi è una malattia diffusa soprattutto in quei Paesi del mondo in cui si consuma maggiormente il pesce crudo: come il Giappone, ma anche in Europa e USA da quando è impazzata la passione per il sushi, che può essere anche causa della sindrome sgombroide. **Questo parassita è visibile a occhio** nudo: si tratta, infatti, di vermi lunghi e somiglianti a capelli bianchi. I sintomi dell'anisakidosi includono dolori addominali, diarrea, sangue e muco nelle feci, nausea, vomito, meteorismo, distensione addominale e febbre. Nei casi più gravi, possono, poi, verificarsi forti mal di pancia, ostruzione dell'intestino tenue e perforazioni intestinali e dello stomaco. Consumare pesce crudo o poco cotto è quindi, in tal senso, molto rischioso: la cottura del pesce deve avvenire almeno a una temperatura di 63 °C per poter uccidere eventuali parassiti; mentre, il congelamento dovrebbe avvenire almeno a meno 18 °C per 24 ore: sia le alte che le basse temperature sono nemiche di questo verme. Pertanto **Giovanni D'Agata**, presidente dello "**Sportello dei Diritti"**, associazione ormai punto di riferimento per la sicurezza alimentare in Italia, consiglia alle ditte di prodotti ittici e ai titolari delle rivendite all'ingrosso di prodotti alimentari di bloccare la vendita di questo lotto. La segnalazione diffusa dal Sistema rapido di allerta europeo, classificata come decisione di rischio non serio, è stata inviata dal Ministero della salute italiano ma non pubblicata sul sito del nuovo portale dedicato alle allerte alimentari del nostro dicastero.

- 20 novembre 2017

_____&&&&_____

Listeria monocytogenes in Porchetta di Ariccia I.G.P. a marchio FA.LU.CIOLI. Avviso alimentare del Ministero della Salute per il richiamo di un lotto. Lo "Sportello dei Diritti": non consumare il prodotto del lotto indicato in caso di acquisto e restituirlo presso il punto vendita per ricevere la restituzione del prezzo

In data odierna il Ministero della Salute ha dato comunicazione del richiamo di un lotto di **Porchetta di Ariccia I.G.P. a marchio FA.LU.CIOLI. della FA.LU.CIOLI S.r.l.**

con sede in Ariccia (Rm) alla via della Cerquette 50-63. In particolare, il **lotto interessato è il "021017"** relativo alla confezione sottovuoto di peso medio pari a 150 grammi e con data di scadenza o termine minimo di conservazione 31.12.2017.

Il motivo del richiamo espressamente indicato nell'apposito modulo è: "Presenza di **Listeria monocytogenes** su campione di Porchetta IGP di Ariccia Lotto di Produzione 02102017 scadenza 31/12/2017". Il richiamo, si legge nell'avviso pubblicato dal Ministero della Salute, è stato trasmesso alle aziende per la divulgazione ai consumatori mediante affissione. È bene, quindi, ricordare per una corretta informazione dei consumatori, di non sottovalutare mai gli avvisi ufficiali pubblicati dagli enti che tutelano la salute. **La listeria, infatti, può avere ripercussioni sulla salute.** In alcuni casi, il consumo di prodotti contaminati da questo batterio, può scatenare sintomi analoghi a quelli dell'influenza (febbre, emicrania, nausea). Qualora si presentassero tali sintomi, si consiglia alle donne incinte e alle persone affette da un'immunodeficienza di rivolgersi a un medico. Dato il rischio per la salute che si corre in seguito alla contaminazione del batterio particolarmente patogeno, Giovanni D'Agata, presidente dello "**Sportello dei Diritti**" raccomanda di evitarne il consumo. Nel caso si fosse acquistato prima del richiamo e non consumato, i clienti possono riportare il prodotto indicato presso il punto d'acquisto e ricevere il rimborso del prezzo di vendita.

- 21 novembre 2017

L'autostima, cos'é e a cosa serve.

Avvertire dentro di sé un bisogno significa avviare una ricerca interiore ed esteriore in grado di recuperare l'assenza per cui si avverte l'urgenza di ristabilire l'equilibrio.

di Guido Zaccarelli Modena 22 novembre 2017 - Quando di parla di autostima il pensiero di molti corre rapidamente alla piramide dello psicologo statunitense Abraham Maslow che ha coniato nel 1954 la piramide dei bisogni.

Se osserviamo meglio la parola nella sua forma completa la notiamo formata da auto a cui fa seguito il suffisso stima. La parola **àuto** ci porta indietro nel tempo fino alla radice greca che faceva riferimento a stesso. La parola **stima** ci porta invece al latino **aestimare** che assegnava un valore ad un bene grazie al derivato aes associato al rame, al bronzo o al denaro.

Autostima significa avere **stima di sé stesso**, dargli valore in relazione a tutte le dimensioni e alle sfumature che formano l'identità di una persona, senza avere ragione, o poco, dell'altrui pensiero. L'autostima, una volta raggiunta, è difficile da consolidare.

È una dimensione troppo variabile dell'uomo e fortemente dipendente e condizionata da fattori endogeni ed esogeni molto differenti tra loro.

Necessita di altro, di una continua ricerca di fonti dalle quali attingere le risorse necessarie per riportare l'uomo in equilibrio.

Avvertire dentro di sé un bisogno significa avviare una ricerca interiore ed esteriore in grado di recuperare l'assenza per cui si avverte l'urgenza di ristabilire l'equilibrio.

Il bisogno di cibo per saziare la fame, l'affetto, la relazione, lo spirito, la fede, la religione, la verità, la fiducia, sono alcune delle dimensioni tra le infinite situazioni nelle quali il corpo e l'anima dell'individuo si possono trovare.

Identificare e classificare le situazioni consente di individuare percorsi di diversa natura per agire in una direzione o nell'altra senza avere la presunzione che la strada che si decide di intraprendere sia la migliore in valore assoluto e che conduca ai risultati attesi.

Percorrere la strada **dell'introspezione** (del guardarsi dentro) significa dare ascolto al silenzio e raccogliere nelle frequenze del non udibile tutti gli stati d'animo che concorrono a dare un segnale, o meglio ancora, una risposta ai propri perché.

Uscire dal di dentro e **osservare il chi siamo** dall'esterno significa osservare la realtà in modo percepito frutto di ciò che vorremmo essere e spesso non siamo.

Maslow le ha rappresentate in una piramide e disegnato al suo interno sezioni orizzontali tra loro indipendenti dove le persone possono trovarsi nel corso della vita, dal livello più basso al livello più alto, fino a raggiungere in alcuni casi la vetta, quella dell'autostima.

Osservare la cima spinge l'uomo a percorre gradino dopo gradino la strada verso la sommità con l'energia propria della motivazione che consente di superare gli ostacoli che si frappongono tra il compiere il primo passo e dare seguito al successivo.

Se questa situazione può essere valutata in termini positivi, diventa difficile valutarla alla stessa stregua in discesa laddove le circostanze non consentono di stabilizzare la posizione nel livello desiderato.

Il disagio entra di forza rompendo l'equilibrio raggiunto ponendo l'uomo nella condizione di entrare in un nuovo stato di necessità che deve essere soddisfatto come contrappeso per bilanciare una realtà che necessita di trovare una nuova consapevole solidità.

Le condizioni di **stress** che condividono con l'uomo la sua quotidianità sono positive se vissute nella condizione in cui la motivazione è gestita per raggiungere traguardi **S.M.A.R.T. Specifici**, **Misurabili**, **Acquisibili**, **Realistici** e **Temporalmente** definiti in cui l'uomo è cosciente dei propri mezzi, delle proprie virtù, dei punti di forza e di debolezza.

Il voler raggiungere traguardi troppo ambiziosi, oltre le proprie caratteristiche, può riservargli situazioni di stress negativi che condizionano il raggiungimento dei propri scopi.

Inverso, raggiungere in modo graduale e con il giusto tempo una o più mete, pone l'uomo nella condizione di assaporare il momento e impiegare l'attesa per consolidare lo stato per involarsi senza timore verso nuove punti d'arrivo.

La piramide pone l'uomo nella condizione di riflettere e di scommettere su sé stesso, sulle sue capacità e di quelle del mondo che lo osserva, ponendolo nella condizione di dare e ricevere fiducia, ma di sapere che ogni passo che compie in salita o in discesa dipende da lui, e le scelte che mette in campo contengono una dose di **rischio che deve essere misurato** per salire senza affanno in cima alla piramide e trovare nell'autostima la risposta a tutti i suoi perché.

La crisi spinge sulla povertà e sui suicidi. I giovani sono i più colpiti.

Un giovane su dieci è povero assoluto, nel 2007 era uno su 50. Monsignor Galantino: dati straordinariamente negativi.

di LGC – Parma 19 novembre 2017 – –

Sollecitato dall'impietoso dossier sulla povertà giovanile, diffuso dalla CARITAS nei giorni scorsi, ho provato a ricercare una correlazione tra crisi e suicidi per verificare se vi fossero analogie.

Un'ipotesi purtroppo pienamente verificata.

Partiamo dal rapporto Caritas.

Un giovane su dieci è povero assoluto, nel 2007 era uno su 50. Monsignor Galantino: dati straordinariamente negativi, non si tratta solo dei clochard. Oltre 200mila persone hanno chiesto aiuto.

I figli stanno peggio dei genitori, i nipoti peggio dei nonni: in Italia la povertà cresce al diminuire dell'età quella. I capifamiglia sotto i 34 anni sono sempre più in difficoltà, i tassi di disoccupazione giovanile (37,8% nel 2016) sono tra i più alti d'Europa (18,7%), l'ascensore sociale è bloccato e si registra un record di Neet (26%). Nel corso del 2016 205.090 persone si sono rivolte ai Centri di ascolto in rete (Cda) della Caritas: tra questi il 22,7% ha meno di 34 anni. I dati arrivano dal Rapporto su povertà giovanile ed esclusione sociale 2017 "Futuro anteriore", presentato lo scorso 17 novembre a Roma dalla Caritas italiana.

Il 42,8% è italiano.

L'età media è di 43,6 anni, il 64,4% è disoccupato. C'è una una sostanziale parità tra uomini (49,2%) e donne (50,8%). I senza dimora sono il 17,8% (in crescita rispetto al 2015): circa 26 mila persone. Il problema più frequente anche nel 2016 è la povertà economica (76,7%), seguita da problemi occupazionali (56,8%), abitativi (24,1%) e familiari (14,0%).

Le richieste più frequenti riguardano beni e servizi materiali (60,6%), sussidi economici (25,7%) e richieste per lavoro (14,0%) o alloggio (7,7%).

La situazione dei giovani è più critica degli anziani. Da 5 anni è "più allarmante di quella vissuta un decennio fa dagli over 65", scrive il rapporto: nel nostro Paese un giovane su dieci vive in uno stato di povertà assoluta; nel 2007 era appena uno su 50.

Dal 1995 il divario di ricchezza tra giovani e anziani si è ampliato: la ricchezza media delle famiglie con capofamiglia di 18-34 anni è meno della metà, mentre quella delle famiglie con capofamiglia con almeno 65 anni è aumentata di circa il 60%.

Il segretario della Cei, monsignor Nunzio Galantino, commentando i risultati del rapporto

Caritas alla presentazione alla Stampa Estera a Roma ha detto che sbaglieremmo noi se identificassimo i poveri soltanto con i clochard, con l'immigrato che sbarca sulle nostre coste, dovremmo allargare un pò lo sguardo alle tante donne prive di dignità. C'è una povertà straordinaria e straordinariamente negativa, soprattutto oggi abbiamo bisogno di aprire il nostro sguardo, il nostro cuore alla povertà dei nostri giovani, una povertà non tanto fatta di mezzi materiali ma una povertà ancora più grossa cioè quella di non poter progettare il proprio futuro e crearsi delle alternative a una vita di dipendenza".

Galantino ha anche osservato come l'Italia si trovi dietro a molti Paesi europei nelle classifiche sulla crescita economica. "I dati che abbiamo dal nostro rapporto ci dicono che la nostra situazione non è di quelle buone, non siamo nell'alta classifica per aver superato il problema della povertà, anzi".

Veniamo ora a fare un'incursione nel terrificante mondo dei suicidi.

Ogni anno in Italia sono circa 4 mila le persone che si tolgono la vita. La maggior parte sono uomini. Negli ultimi anni, infatti, a causa della crisi economica, c'e' stato un aumento del 12 per cento di suicidi nella fascia d'eta' tra i 25 e i 69 anni. Ma in Italia il suicidio e' la seconda causa di morte nella fascia d'eta' dai 15 ai 29 anni.

E si registrano casi di ragazzini tra i 10 e i 14 anni. "Questi rappresentano qualcosa di terribile- spiega, in un'intervista con l'agenzia Dire alla fine di febbraio scorso, il direttore del Servizio per la Prevenzione del Suicidio dell'ospedale Sant'Andrea di Roma, Maurizio Pompili- Dal 1970 al 2008 in quella fascia d'eta' si sono suicidati 354 bambini, ma la cifra in questi restanti nove anni e' aumentata".

Secondo Pompili "mentre la mortalita' si e' ridotta in tutte le altre cause, dagli incidenti stradali alle malattie, nel suicidio non sono state messe in atto misure preventive, come il riconoscimento precoce dei soggetti a rischio o la formazione nelle scuole e nelle famiglie".

Stando all'infografica dell'ISTAT, realizzata per la giornata mondiale per la prevenzione dei suicidi, il numero dei suicidi è inferiore del -14% rispetto al 1995.

Non tragga però, in inganno il dato temporale.

Infatti il 1995 è l'anno in cui comincia a dipanarsi la pesantissima crisi del 1992-1993. "L'attuale crisi economica mondiale, – come scriveva Pasquale Tridico -il 17 aprile 2013 su "Economia e Politica" – in cui anche l'Italia è precipitata nel 2008, rappresenta per il nostro Paese solo

Vino: nascono in Cina i primi corsi per "insegnare-imparando" il mercato cinese

Presentato il progetto targato Business Strategies, durante il convegno Assoenologi.

Quindici città, 100 classi, 2.400 studenti e 1 milione di followers per formare gli appassionati di vino in Cina e allo stesso tempo indagarne gusti e preferenze a partire dagli autoctoni italiani.

Sono i numeri del nuovo **progetto di formazione** per il vino italiano in Cina della **Taste Italy! Wine Academy**, la prima wine school italiana interamente dedicata ai winelovers cinesi fondata da Business Strategies a Shanghai nell'aprile dello scorso anno.

Il programma, presentato nel corso della seconda giornata del 72° convegno di Assoenologi (Firenze, 17-19 novembre), punta a promuovere capillarmente il vino italiano attraverso un'azione di formazione fondamentale affinché il prodotto made in Italy venga capito e apprezzato.

Per **Silvana Ballotta**, ceo di Business Strategies: "La Taste Italy! Wine Academy non vuole essere una semplice scuola. Si tratta di una piattaforma sperimentale che si basa sulla filosofia dell''insegnare imparando', attraverso uno scambio culturale bidirezionale tra formatori e consumatori cinesi.

I nostri studenti rappresentano un campione prezioso del complesso mercato cinese, i cui gusti devono essere correttamente analizzati e interpretati, oltre che indirizzati. Per questo – spiega Ballotta – abbiamo pensato una formula che ci consenta sia di formare i consumatori che si rivolgono a noi con tecniche differenziate a seconda del loro livello, sia di indagare e raccogliere i loro gusti, preferenze e inclinazioni con uno studio attento e sistematico dei feedback alla didattica".

Dopo una fase di illustrazione dei contenuti gli studenti saranno infatti guidati nei tasting dei campioni e dovranno compilare dei questionari di valutazione che consentiranno la raccolta e l'analisi dei dati.

Protagonisti nelle classi sperimentali, rivolte a **wine lover** principianti e esperti (livello 1 e 2) e a **professionisti** (livello 3), saranno soprattutto i **vitigni autoctoni (**54 quelli già inseriti nel programma), espressione della tipicità delle produzioni dei nostri territori che nel mercato cinese ancora faticano molto a farsi conoscere.

Non mancheranno tuttavia le **proposte sperimentali**, che saranno confrontate con i vini classici aziendali o di denominazione. Le prime classi del progetto sono previste per febbraio 2018 e si terranno a Shanghai.

L'obiettivo è quello di allargare l'iniziativa a 15 città, tra cui Pechino, Chengdu, Dalian, Guangzhou e Tianjin.

^ ^

Business Strategies è una società fiorentina impegnata in percorsi di sviluppo delle piccole e medie imprese dei settori dell'agroalimentare e del lusso made in Italy sui mercati esteri. Le 500 aziende enologiche assistite da Business Strategies, che rappresentano tutte le regioni italiane, producono complessivamente oltre 100 milioni di bottiglie all'anno e esportano il 70% nei principali mercati stranieri.

(Firenze, 16 novembre 2017).

La cura è servita: Un libro per guarire con il cibo

È uscito La cura è servita 2, il nuovo libro di Anna Lucia Tassi che raccoglie le storie di pazienti curati attraverso l'alimentazione. Fotografie, referti clinici e testimonianze accompagnano il lettore all'interno di numerosi casi e patologie risolti "a tavola".

Lucia Tassi, medico geriatra e nutrizionista, lascia spesso la parola ai pazienti: sono loro a raccontare l'avvicinamento, spesso con un po' di diffidenza, a questo tipo di terapia, poi il progressivo miglioramento durante la dieta e, infine, la guarigione.

E così Mirco, Fabio, Benedetta, Carlo, Adriano e tanti altri parlano di testosterone basso, cefalee, assenza del ciclo mestruale, steatosi epatica, coliche renali… tutti problemi risolti esclusivamente con il cibo.

"Potrei dire - spiega l'autrice - che si tratta di un libro 'a quattro mani', ma in realtà le mani sono ben di più, perché questa volta i pazienti che hanno chiesto di partecipare, o hanno ben volentieri acconsentito a farlo, sono stati tanti".

In questo appassionato viaggio nella ricerca di nuove cure attraverso l'alimentazione, la dott.ssa Tassi, come già nel suo primo libro, ha scelto di ridurre al minimo il linguaggio scientifico per permettere a tutti di avvicinarsi e comprendere i benefici della terapia.

"È necessario - conclude la dott.ssa Tassi - avvicinarsi agli alimenti in maniera diversa, riconoscendo le loro possibilità curative e, nello stesso tempo, guardare il malato nella sua complessità e non soffermarsi solo sulla malattia. I pazienti sono una sfida continua perché, non avendo un vero e proprio protocollo, bisogna ogni volta trovare una via giusta e personale".

La Food Valley punta alla Cina

La Food Valley punta alla Cina, a Shanghai l'Emilia-Romagna gioca la carta della qualità e mette in vetrina le sue eccellenze enogastronomiche. Bonaccini: "Per noi un Paese dal potenziale straordinario grazie ai nostri prodotti Dop e Igp e a tutto il comparto agroalimentare"

Emilia-Romagna protagonista all'inaugurazione della Settimana della cucina italiana nel mondo. Parmigiano Reggiano, Prosciutto di Parma e Aceto balsamico di Modena, già ammessi in Cina, guidano la ricca pattuglia di eccellenze che dalla via Emilia sono approdate alla via della Seta: incontri con le autorità cinesi per permettere l'ingresso degli altri Dop e Igp, prodotti di qualità da Piacenza a Rimini. L'assessore Caselli: "Vogliamo rafforzare la nostra presenza qui". E vola l'export dell'agroalimentare regionale: +36% nei primi sei mesi 2017

Bologna – La Food Valley punta alla Cina, un mercato enorme nel quale giocare la carta della qualità mettendo in campo i 44 Dop e Igp che fanno dell'Emilia-Romagna la regione europea con il maggior numero di prodotti certificati. L'occasione è rappresentata dalla seconda edizione della Settimana della Cucina italiana nel mondo (22-25 novembre), che è stata inaugurata oggi a Shanghai dal presidente della Regione, Stefano Bonaccini, nell'ambito di 'Riso', l'importante salone dedicato al food che ha aperto i battenti la scorsa primavera

"E' un onore- ha affermato Bonaccini- essere qui a tagliare il nastro della Settimana della cucina emiliano-romagnola nel mondo a Shanghai, la capitale economica della Cina, un Paese con un potenziale straordinario per la qualità dei tantissimi nostri prodotti Dop e Igp e più in generale per tutto l'agroalimentare dell'Emilia-Romagna: una voce fondamentale della nostra economia, un elemento di forte identità e tradizione, ma anche, con la Food Valley, un prodotto turistico. La missione in Cina fa parte della nostra strategia per rafforzare il posizionamento dell'Emilia-Romagna nel mondo, dialogando con i territori più avanzati: continuando a fare sistema, lavorando insieme fra istituzioni, operatori economici e sociali, abbiamo tutte le carte in regola per farlo".

Dopo New York, vetrina del made in Emilia-Romagna nel 2016, quest'anno la scelta della Regione Emilia-Romagna è caduta dunque sulla Cina: un mercato in forte crescita che con una popolazione di 1,4 miliardi di abitanti in dieci anni ha visto aumentare il Pil pro capite del 164% e rappresenta oggi il secondo mercato al mondo dopo gli Stati Uniti per consumi alimentari.

Un'opportunità importante dunque. Anche e soprattutto per la Food Valley. Dei circa 391 milioni di euro di prodotti agroalimentari italiani esportati nel 2016 in Cina (+750 % in valore in dieci anni), il 16% è stato infatti prodotto tra Rimini e Piacenza con una crescita del 64% negli ultimi cinque anni). Una crescita che nel primo semestre del 2017 ha subito un'altra importante accelerazione mettendo a segno un ulteriore +36% (dati Nomisma).

"Oggi abbiamo presentato tutti i prodotti dell'Emilia-Romagna al pubblico cinese- ha sottolineato l'assessore regionale all'Agricoltura, Simona Caselli- spiegando anche come sono fatti e realizzati. Vogliamo rafforzare la nostra presenza in Cina. Per ora possiamo esportare solo alcuni prodotti e in particolare Parmigiano Reggiano, Prosciutto di Parma e Aceto balsamico di Modena Igp. Ma lavoriamo per allargare questo paniere e intanto siamo qui con molti altri prodotti, il cui standard di qualità è altissimo per il mercato cinese".

Tutela dei prodotti Dop e Igp e superamento delle barriere fitosanitarie

La ricca pattuglia delle eccellenze enogastronomiche che dalla via Emilia sono approdate alla via della Seta è dunque guidata da tre 'campioni' come Parmigiano Reggiano Dop, Prosciutto di Parma Dop, Aceto balsamico di Modena Igp: da soli il 36% del fatturato nazionale di prodotti a indicazione geografica, con 2,4 miliardi di euro. Ma non ci sono solo loro. L'Emilia-Romagna rappresenta infatti con 44 specialità il territorio leader in Europa per Dop e Igp: solo per citarne alcuni, dalla coppa e salame piacentini ai parmigiani fungo di Borgotaro e salame di Felino; dall'Anguria reggiana e dall'Aceto balsamico di Reggio alla Mortadella Bologna; dai cappellacci di zucca ferraresi alla piadina romagnola, fino al formaggio di fossa di Sogliano e lo Scalogno di Romagna. Un settore che nel suo complesso può rappresentare una grande opportunità per quanto riguarda le esportazioni in Cina, tanto più dopo l'intesa Ue-Cina sul reciproco riconoscimento (e relativa protezione contro le falsificazioni) di 100 indicazioni geografiche.

E proprio di tutela delle Dop e Igp e del superamento delle barriere non commerciali, ovvero della possibilità di far entrare altri prodotti Dop e Igp emiliano-romagnoli, il presidente Bonaccini e l'assessore Caselli hanno parlato nella terza giornata della missione istituzionale della Regione in un primo incontro – sempre a Shanghai - con Wei Huang, direttore di AQSIQ, l'organismo cinese che si occupa di certificazione e controllo nei settori della qualità e della sicurezza alimentare. Un altro incontro, sempre sull'argomento, è in programma fra due giorni, il 24 novembre a Pechino.

Le degustazioni: i grandi prodotti Dop e Igp, la pasta ripiena, i gran fritti della tradizione

La Settimana della cucina emiliano-romagnola in Cina prevede un ricco programma di attività formative e degustazioni aperte al pubblico, ma rivolte in particolare ai professionisti del settore: ristoratori, food&beverage manager, giornalisti specializzati, food blogger, cuochi. Produttori, chef, sommelier e rappresentanti delle aziende e associazioni presenti illustreranno caratteristiche e tecniche produttive dei prodotti presentati. Le presentazioni sono animate da una blogger esperta dell'agroalimentare emiliano-romagnolo: Sofia (Zhiqun) Fei.

Le preparazioni e i piatti in menù a cura dei cuochi di Casa Artusi puntano a rappresentare le varie identità e peculiarità della cucina regionale in un dialogo ravvicinato con quella – forte di una tradizione altrettanto importante - della Cina.

Dalla pasta fresca fatta a mano, mito e rito lungo la via Emilia, ai gran fritti (il gran fritto bolognese, ma anche il gnocco e le crescentine fritte), poi l'eleganza dei prodotti in purezza: Parmigiano-Reggiano, Prosciutto di Parma e Aceto balsamico di Modena; fino alla gran frutta dell'Emilia-Romagna: ovvero quando gli zuccheri sono salute. /PF

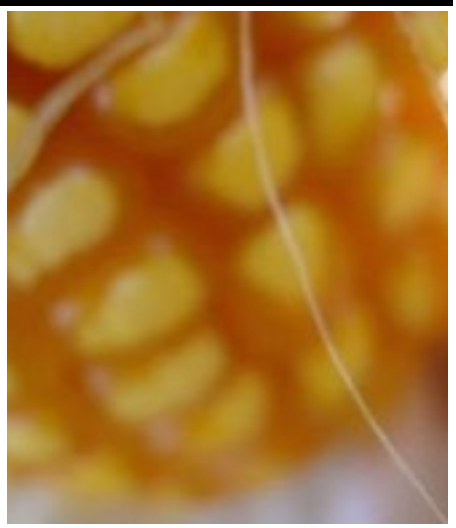
In foto: l'inaugurazione della Settimana della cucina .

MERCATO CEREALI

Cereali e dintorni. Gli aumenti di protezione.

Con la festa del Ringraziamento i mercati statunitensi restano chiusi e riapriranno solo parzialmente oggi, giorno del Black Friday. Rialzi a fini protettivi.

Mario Boggini - Officina Commerciale Commodities srl



Mercati internazionali

Cereali e dintorni. Gli aumenti di protezione.

Con la festa del Ringraziamento i mercati statunitensi restano chiusi e riapriranno solo parzialmente oggi, giorno del Black Friday. Rialzi a fini protettivi.

Di Mario Boggini e Virgilio Milano 24 novembre 2017 -

Ieri è stata la giornata del ringraziamento e i mercati USA sono chiusi, riapriranno per una breve seduta oggi, venerdi.

C'è "aria di ponti" e per proteggersi, i soliti rialzi:

SEMI gen 997,2 (+8,2) mar 1008,4 (+8,2) mag 1018,2 (+8,2)

FARINA dic 324,4 (+6,1) gen 326,7 (+6,3) mar 329,8 (+6)

OLIO dic 34,05 (-0,12) gen 34,20 (-0,12) mar 34,42 (-0,11)

CORN dic 345,2 (+0,2) mar 357 (+0,6) mag 365,2 (+0,6)

GRANO dic 422,6 (-2) mar 440,6 (-0,4) mag 453,4 (+0,4)

I prezzi della far soya a causa di quanto sopra girano a 309-318 sul pronto e 318 e 327 euro sul 2018 partenza porto di Venezia.

Per il mercato **interno**/domestico ancora poco-nulla da segnalare,. Continua invece il rialzo dei **cruscami**, ieri è stata pagata oltre 150 euro arrivo e potrebbe peggiorare ulteriormente, così come il rialzo dei grani di base e dell'orzo.

Anche per il mercato delle bioenergie nessuna novità continua il rincaro dei cruscami per i quali si tampona anche con della crusca di farro in pellet e crusca di avena che arriva dai paesi del Nord,

Indicatori internazionali 23 novembre 2017

l'Indice dei **noli** è salito leggermente a 1413 punti, il **petrolio** è attorno a 58,0 $/bar e l'indice di **cambio** segna 1,18419

(resta sempre informato sull'argomento consultando la nostra sezione Agroalimentare)

Indicatori del 23 novembre 2017		
Noli*	**€/$**	**Petrolio WTI**
1413	**1,18419**	**58,0 $/bar**

(*) Noli - L'indicatore dei "noli" è un indice dell'andamento dei costi del trasporto marittimo e dei noli delle principali categorie di navi dry bulk cargo, cioè quelle che trasportano rinfuse secche. Il BDI può anche costituire un indicatore del livello di domanda e offerta delle rinfuse secche.

Mario Boggini - esperto di mercati cerealicoli nazionali e internazionali - (per contatti **+39 338 6067872**) - Valori indicativi senza impegno, soggetti a variazioni improvvise. Questa informativa non costituisce servizio di consulenza finanziaria ed espone soltanto indicazioni-informazioni per aiutare le scelte del lettore, pertanto qualsiasi conseguenza sull'operatività basata su queste informative ricadono sul lettore.

Andalini
pasta dal 1956

Ismea: nuovi segnali positivi per l'agroalimentare

Migliora il clima di fiducia dell'industria alimentare e delle imprese agricole, trainato dai segnali positivi della domanda interna e estera.

È una tendenza in miglioramento quella che emerge dal nuovo Rapporto AgrOsserva relativo al terzo trimestre 2017, pubblicato dall'Ismea. Un segnale colto anche dagli operatori del settore: nel terzo trimestre, l'indice Ismea di clima di fiducia dell'industria alimentare aumenta sia rispetto al trimestre precedente, sia rispetto allo stesso dell'anno precedente e anche l'indice di clima di fiducia delle aziende agricole mostra un miglioramento sia rispetto al trimestre precedente che allo stesso periodo del 2016.

La domanda interna, dopo anni di stagnazione, è tornata a crescere: +1,3% la spesa delle famiglie per i prodotti alimentari nei primi nove mesi del 2017 rispetto allo stesso periodo del 2016. Ma prosegue anche il forte impulso al comparto proveniente dalla domanda estera, che aumenta del 6,5% nel periodo gennaio-agosto del 2017 e si avvia a chiudere l'anno al livello record di oltre 40 miliardi di euro.

Il **2017**, è stato segnato tuttavia da anomalie meteorologiche che hanno influito negativamente sulla produzione di valore del settore primario, quello più esposto: secondo le ultime informazioni disponibili, il terzo trimestre dovrebbe comunque vedere un'attenuazione del calo fatto registrare nel secondo trimestre dal valore aggiunto agricolo (-2,5%).

A fronte della stabilità del numero d'imprese agricole, prosegue l'espansione di quelle giovanili che, a settembre 2017, sono

CIBUS
Agenzia Stampa Elettronica Agroalimentare - iscritta al tribunale di Parma al n° 24 il 13 agosto 2002.

cibus@nuovaeditoriale.net

www.cibusonline.net

SOCIETA' EDITRICE NUOVA EDITORIALE
Soc. coop. a.r.l.
Via G. Spadolini,2 43022 - Monticelli Terme (Parma)

www.nuovaeditoriale.net

codice fiscale - partita iva 01887110342

iscritta al registro imprese di Parma 24929

testata editoriale iscritta al R.O.C. al numero 4843

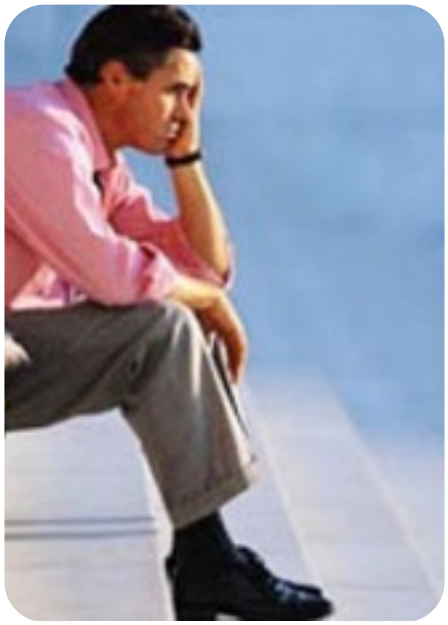
direttore responsabile
lamberto colla

"Cucinare un pasto può diventare come creare un farmaco", scrive nella prefazione al libro Nicoletta Dentico, direttrice Health Innovation in Practice di Ginevra. Le storie dei pazienti che Anna Lucia Tassi racconta nel suo libro ne sono la prova vivente. Leggere per credere.

aumentate del 5,8% su base annua e hanno sfiorato le 53,5 mila unità (7% del totale delle imprese del settore primario). Anche per quanto riguarda l'occupazione nel settore agricolo, secondo i dati disponibili, relativi al secondo trimestre, si evidenzia una crescita del 2,2% in confronto allo stesso trimestre dell'anno scorso.

A livello industriale, cresce la produzione del 2,6% su base annua nei primi nove mesi, continuano ad aumentare le imprese (+0,5% la variazione annua in ognuno dei tre trimestri) e aumenta il credito erogato al settore (+2,1% su base annua) portando lo stock di giugno 2017 a 32,4 miliardi di euro, in un contesto generale di flessione del credito alle imprese.

l'ultimo stadio di un lungo declino che ha avuto inizio negli anni 90, o per essere più precisi nel biennio 1992/1993. In particolare, sostengono che le ragioni che spiegano il declino italiano, e in parte anche la recessione di oggi, così come la mancata ripresa dalla crisi, si possono trovare nelle riforme del mercato del lavoro. In particolare, la flessibilità del lavoro introdotta negli ultimi 15 anni, insieme ad altre politiche introdotte in parallelo fin dal 1992/93, hanno avuto conseguenze cumulative negative sulla disuguaglianza, sui consumi, sulla domanda aggregata, sulla produttività del lavoro e sulla dinamica del PIL."



"Le riforme del mercato del lavoro, – prosegue Tridico – sono state accompagnate, negli anni 90, da una liberalizzazione incompleta e da un processo di privatizzazione che ha favorito l'aumento delle rendite e complessivamente una redistribuzione a danno dei salari."

Ecco quindi che dal 1992 a oggi gli elementi di criticità non sono stati rimossi anzi sono andati a peggiorare e a confermare che lo stato attuale non è solo il risultato negativo di 10 anni di crisi, ma l'effetto di quasi trent'anni di crisi. E una crisi di tale periodo deve essere etichettata come normalità.

Infine, a ben guardare, il nodo dolente è sempre il lavoro. Lavoro inteso come ordinativi d'impresa, competitività perduta a causa dell'elevato costo che si traduce in disoccupazione e bassa occupazione.

Per migliorare la situazione occorre un salto di qualità delle politiche economiche e del lavoro per mettere le imprese nelle condizioni di competere e generare nuova occupazione e conseguentemente stabilità economica in un maggior numero di famiglie.

Non è un caso infatti che la Sardegna stia chiedendo di creare una "Zona Franca" sull'isola, proprio per creare nuovo lavoro. E guarda caso, è proprio la Sardegna che detiene il maggior tasso di suicidi in Italia (leggi ANSA 13 settembre 2017).

"In Sardegna sono in aumento i casi di depressione, ne è colpito il 13% della popolazione, mentre la regione è al primo posto in Italia per numero di suicidi. Lo ha detto Bernardo Carpiniello, che dirige la Struttura complessa di Psichiatria della Azienda Ospedaliero Universitaria di Cagliari e presiede la Società italiana di Psichiatria."

Con l'incremento del tasso di occupazione e di stabilità economica delle famiglie non si guarirà dalla piaga dei suicidi, ma si contribuirà, e molto, alla riduzione del tasso depressivo, che è l'anticamera dell'estrema soluzione.

Pasta Andalini

Mulino Alimentare S.p.A.

Officina Commerciale Commodities Srl

Confcooperative Parma

Power Energia
Società Cooperativa

ITE
Italian Tourism Expo

#birra #beverage #promozione

MariLu. La birra artigianale Made in Parma

Nel 1816 Maria Luigia d'Asburgo Lorena arrivò a Parma e nulla fu più come prima dal punto di vista dell'arte, della cultura, del bel vivere e del gusto.

Questa birra morbida, elegante, profumata, prodotta artigianalmente nel cuore della Food Valley con ingredienti di eccellenza è dedicata Lei nelle due versioni **Amber** e **Blonde**

MariLU Amber

è una birra ambrata chiara ad alta fermentazione in stile Pale Ale. Fresca, leggera e amarognola secondo la tradizione inglese. Molto

profumata grazie alla miscela moderna di luppoli aromatici.

Non filtrata, non pastorizzata.

Ingredienti: Acqua, malti d'orzo, fiocchi di segale, luppoli, lievito. Alc. 4% - 18 IBU

MariLU Blonde

è una birra chiara in stile Pils a bassa fermentazione, rigorosa ed equilibrata. La birra per eccellenza: morbida e semplice da bere, profumata, dorata, con schiuma finissima e bianchissima, amaro equilibrato e finale secco.

Non filtrata, non pastorizzata.

Ingredienti: Acqua, malti d'orzo, luppoli, lievito. Alc. 5,5% - 24 IBU

Per contatti e informazioni:

FROG.NET

www.frognet.it -

mail: info@frognet.it

tel: 392.9511643

#agroalimentare #vino #promozione

Dedicato a palati esperti e sapienti!

- **Brut Metodo Classico "La Rocchetta"**, un "*Blanc de Blanc*" che non teme confronti per il sapiente uso di **uve nobili**

quali *Chardonnay e Pinot Bianco* e la

scrupolosa e lunga lavorazione. L'intensità paglierina del colore, reso brillante dalle ricchezza delle bollicine, una spuma intensa e persistente esprimono la raffinatezza di uno spumante che ha ricevuto importanti riconoscimenti ...

Parole, parole, parole ... **meglio degustare** la selezione di StePa offerta nello SHOP on line.

Con le **Card fedeltà** Bronze, Silver e Gold avrete la possibilità di godere di ulteriori e fantastici sconti