



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

SOMMARIO

Anno 12 - n° 50 16 Dicembre 13

1.1 EDITORIALE

Basta una scintilla

3.1 LATTIERO CASEARIO

Latte spot: -1,90%. La riabilitazione nutrizionale dei grassi del latte

4.1 SERVIZI E IMPRESE

Parma, come Milano. Il Business Center tira

5.1 MADE IN ITALY

Il Brennero della discordia

6.1 EXPORT

Export vini, cresce fatturato ma cambiano i Paesi cliente

7.1 VINO

Buy Wine: Antepreme di Toscana

7,2 AGROFARMACI

Neonicotinoidi addio dal 1 dicembre 2013,

7,3 BIOLOGICO

Crescita a due cifre per alcuni prodotti "Bio"

9,1 PARMIGIANO REGGIANO

Parmigiano Reggiano, 11,5 milioni per sostenere i consumi

10.1 FINANZIAMENTI

Apicoltura, aperto il bando a Piacenza

11.1 PROMOZIONI

Per un regalo di Natale eccezionale

Editoriale

Basta una scintilla

di Lamberto Colla ---

Chi sono e cosa chiedono i cosiddetti "forconi"? Una protesta che sta raccogliendo consensi tra la popolazione ma a rischio di infiltrazioni "violente". D'altra parte si corre il rischio di legittimare la "disobbedienza civile" se il Governo rapidamente non darà segnali di un radicale cambiamento.

Parma, 15 dicembre 2013 -

I camionisti dicono di non essere rappresentati dal movimento dei "forconi" perché rappresenterebbero solo un a minoranza del 15%, ciononostante una certa simpatia sta dilagando tra la popolazione. A Parma e a Modena i presidi sono stati all'insegna della civiltà e della cordialità. Il "Blocco" era più che altro simbolico. Un rallentamento del traffico in uscita utile a distribuire i volantini attraverso i finestrini delle auto in transito accompagnati dallo slogan "unitevi a noi".

Niente di paragonabile con quanto le cronache hanno riportato circa i tafferugli e gli scontri violenti di Torino.

Una protesta che però ha raggiunto tutta la popolazione. L'argomento più diffuso in questi giorni era proprio legato a questo evento. Non tanto per la protesta in sé ma per i contenuti. La crisi ormai si fa realmente sentire e tutto quanto giustificati questo difficile momento ha presa su una larga fascia di cittadini.

Ciò che maggiormente disturba, almeno raccogliendo le considerazioni di strada, è l'immobilismo della politica e soprattutto quel perseverare nel mantenere anche i più "miseri" privilegi a loro favore.

Sembra che la crisi non tocchi i "politici" e i loro diretti apparati.

A ciò si aggiunga che la Corte Costituzionale ha giudicato "illegittimo" il sistema elettorale "porcellum". Un motivo in più per fare gridare vendetta e chiedere la caduta non solo del Governo ma di tutto il Parlamento.

Lo scioglimento anticipato del Parlamento sarebbe, molto probabilmente, un disastro per la nostra economia ma una "soddisfazione" per molti che ormai non reggono più le solite manfrine. Tagli alla politica che poi non



vengono operati, l'IMU che viene tolta e immediatamente rientrata dalla finestra, e come se non bastasse si aumentano le accise e i tagli alle pensioni d'oro risparmiano la categoria dei Parlamentari in quanto non pensioni ma vitalizi. Si aggiunga la stretta creditizia, soffocante per le piccole imprese, mentre ancora di manica larga per le più grandi e spesso inefficienti imprese del nostro Paese e il gioco è fatto. La gente ascolta, attende pazientemente e intanto soffre. Chi ancora ha risparmi vede alleggerirsi il portafoglio e chi risparmi non ha più vive nella indigenza e in una sempre più opprimente solitudine. Una situazione che sta accumulando tensioni sociali che non si immaginava di tornare a conoscere i cui effetti sono difficili da prevedere e, proprio per questa ragione, pericolosi.

- "Quando un Governo non fa ciò che vuole il popolo va cacciato anche con mazze e pietre" (Sandro Pertini) -

"Ribellarsi è un dovere" è scritto sul volantino distribuito ai presidi dei "forconi". E, subito sotto, quasi a legittimare azioni di ribellione, viene riportata una frase di Sandro Pertini, uno dei capi di stato più amati e popolari, fors'anche per le sue esultazioni da "tifoso" ai gol di "pablito" dei mondiali dell'82. "Quando un Governo non fa ciò che vuole il popolo va cacciato anche con mazze e pietre" così parlava Sandro Pertini.

Frase d'effetto che se interpretata alla lettera e non nel suo significato metaforico, così come voluto dall'amato Presidente, potrebbe innescare reazioni violente di qualche esagitato o ancor peggio di qualche gruppo di estremisti che poco avrebbero a che fare con una legittima e sacrosanta protesta. Un rischio che può essere disinnescato solo ed esclusivamente dal Governo, non attraverso proclami di condanna bensì attraverso impegni e fatti da realizzare nel brevissimo tempo.

E' in questi momenti di tensioni sociali che si misura la sensibilità e la determinazione di un Governo a lavorare per la collettività invece che per l'autoreferenzialità.

- Confidiamo nei "quarantenni" nella speranza che i "sessantenni" non facciano sgambetti -

Renzi e Salvini sono gli ultimi esempi di una chiara volontà di cambiamento. I numeri raccontano di una talmente larga maggioranza a loro favore che sarebbe da suicidi pensare che i risultati usciti dall'interno del PD e della Lega non valgano anche per gli altri movimenti e partiti politici. Altrettanto vale anche per quel bacino di milioni di italiani indecisi o che hanno disertato le ultime chiamate elettorali.

Due vittorie che hanno sentenziato, in maniera civile e democratica che è ora di cambiare radicalmente e sostanzialmente.

"Basta alla solita politica", questo il messaggio che è uscito dalle urne delle primarie del PD e della Lega. **Diamo fiducia ai giovani.**

Ma il timore è che qualche "volpone trombato", anziché portare il contributo di esperienza alle nuove leve, decida di seminare qualche trappola qua e là per trovare l'appiglio per una loro personale "rinascita" o solo per una personale soddisfazione.

Come diceva Andreotti, "il potere logora chi non ce l'ha".

Auguriamoci che questo non accada e che il senso di responsabilità abbia il sopravvento sull'orgoglio personale.



LATTIERO CASEARIO

Latte spot: -1,90%.

La riabilitazione nutrizionale dei grassi del latte

Virgilio



lattiero caseario.

Latte spot: -1,90%. Tutto il resto è fermo



Stabili tutti i prodotti lattiero caseari. Il latte spot cala dell'1,90%. La riabilitazione nutrizionale dei grassi del latte.

di Virgilio - Parma, 11 Dicembre 2013 -

Nessuna variazione di prezzo è da registrare in quest'inizio di dicembre.

Unica nota, questa volta positiva, deriva dal latte spot che segna una riduzione del -1,90% sulla piazza veronese. Inalterato il prezzo massimo fermo a 53,60€/100 litri mentre il valore minimo scende a 52,58€/100litri di latte. Il siero di latte scremato rimane fermo alle quotazioni di fine novembre quando aveva parzialmente recuperato (+2,5%) le perdite registrate di ottobre. Alla borsa di Milano il siero di latte scremato compresa la scotta ha registrato prezzi compresi tra 18,50€ e 22,50€/1000 Kg.

Prezzi stabili, senza perciò variazioni in aumento o in diminuzione, per le due principali DOP e il burro e per tutte le principali piazze (Milano, Mantova, Parma e Reggio Emilia).

Uno studio riabilita i grassi saturi e con essi il burro.

Burro e formaggi non sono i principali fattori delle malattie cardiache.

Una recente

pubblicazione del **British Medical Journal** riabilita i grassi di

CIBUS AGENZIA STAMPA AGROALIMENTARE N° 50 - 16/12/2013 www.cibusonline.net



origine animale e in particolare quelli del latte e delle carni rosse. In un [editoriale](#) della famosa rivista medica, il cardiologo Aseem Malhotra lo dice a chiare lettere: «è

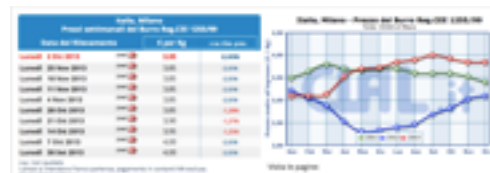
arrivato il momento di dire

basta al mito dei grassi saturi nelle malattie cardiache». Anzi, come riportato da [Focus.it](#) I veri colpevoli vanno ricercati semmai tra gli alimenti altamente processati dell'industria alimentare: i grassi idrogenati, il sale, gli zuccheri. Tanto è vero che proprio negli Stati Uniti dove si è fatta la grande battaglia contro i grassi saturi di origine animale il numero di obesi è aumentato anziché diminuire come era nelle aspettative.

C'è da dire però, che un altro insigne studioso, questa volta nostrano, il **Professor Giovanni Ballarini** già preside della facoltà di veterinaria di Parma e Presidente della Accademia della Cucina Italiana., scriveva "[l'elogio del burro - Butter is Better](#)" più di 10 anni fa.

“Con lo slogan **“butter is better”** il burro, grazie anche alle nuove conoscenze, sta vivendo oggi un momento di grande rivalutazione anche perché è possibile affermare che esiste una originalità del burro come alimento.

I grassi fanno bene: tutto dipende dallo stile di vita e dalle porzioni. Oggi le nuove conoscenze hanno stabilito che non è tanto importante la quantità: ma il rapporto tra colesterolo e lecitina.”



Parma, come Milano. Il Business Center tira

Inaugurato sei mesi fa a Parma, il [Business Center](#) più grande dell'Emilia Romagna, conferma di essere una valida proposta destinata a imprese in fase di start up, ma non solo, e professionisti in continuo movimento.

Parma, 7 Dicembre 2013 --

Dalla curiosità all'interesse concreto il passo è breve. Poteva apparire una proposta fuori tempo (vista la crisi) o troppo all'avanguardia per una città tradizionale come Parma e invece era ciò che molti si attendevano.

Anche in questo caso, la visione lungimirante dell'imprenditore, ha saputo interpretare quei **"flegibili segnali di tendenza"** per offrire subito la risposta alle esigenze non ancora completamente manifeste. E' questo che fa la differenza tra un buon imprenditore e un imprenditore. Cogliere i segnali prima degli altri, investire e rischiare.

Sembra proprio che la formula degli **"uffici pronti via"** appartenesse solo a un inconscio desiderio di pochi e invece, a quanto pare, lo era di tanti.

E' bastato dare il "là" e via un fiorire di iniziative analoghe al [Business Center di Parma](#) si sono materializzate tra il capoluogo di provincia e Salsomaggiore.

Esigenze latenti quindi risvegliate dalle offerte che il mercato ha cominciato a proporre anche nelle città di provincia dove, è opinione di molti, esistono potenziali di crescita e sperimentazione elevati. In quelle città dove comincia a assaporarsi nuovamente l'interesse verso quell'autoimprenditoria che sembrava perduta ma che è stata da sempre il substrato di sviluppo delle grandi imprese nazionali.

Forse, proprio lo stato prolungato di crisi, sta generando i primi effetti positivi ovvero il risvegliarsi di idee da troppo tempo sopite sotto la culla del benessere effimero al quale ci si era obliati.



Ecco quindi aumentare lo scambio di idee a da queste nuove idee l'impresa stessa attraverso la costituzione di reti di imprese o di luoghi condivisi all'interno dei quali collaborare



([COWO](#)

[o coworking](#)).

I vantaggi degli uffici temporanei e del coworking

I fattori di positività che hanno consentito l'affermarsi di queste particolari tipologie di servizio sono riassumibili in:

1. **operatività immediata;** si arriva, si prende posizione e si è già operativi.

2. **flessibilità;** sia in termini di spazi sia in termini di tempo. E' possibile noleggiare un ufficio per poche ore sino a molti mesi. Ma, al crescere del business, è possibile aumentare le superfici o noleggiare le sale convegni e riunioni per il solo tempo utile all'evento.

3. **risparmio.** Una parola molto attrattiva in questo tempo di crisi. Ma una

parola che dovrà rimanere nel vocabolario da oggi e per sempre. Il risparmio è il primo gradino per una buona gestione aziendale. Alcuni stimano vantaggi che possono raggiungere quota del 70%.

4. **professionalità e immagine.**

Professionali sono gli addetti ai business center e professionale è l'immagine che l'impresa offre accogliendo i propri ospiti in queste strutture. [Strutture moderne, funzionali e di prestigio;](#)

5. **vantaggi fiscali:** totale deducibilità dei costi e



detraibilità dell'iva.

Infine, ma non da ultimo, un plus che questa relativamente nuova tipologia di servizi offre sta proprio nella possibilità di **"scambio" di idee**, di servizi e risorse professionali con altri imprenditori ospiti del medesimo Business Center. Incontri occasionali ma anche rapporti di "buon vicinato" possono alimentare idee



condivisibili e potenzialmente traducibili in occasioni profittevoli per entrambi. Come si suol dire: "da cosa nasce cosa".



(battibecchi e gossip e gossip e battibecchi)

Il Brennero della discordia

I motori dei camion erano ancora caldi che già si era innescata una polemica tra la [Ministra De Girolamo e Confindustria](#). Infine è la volta di tutti in famiglia: Coldiretti contro Alleanza Cooperative.

Emilia, 9 dicembre 2013

MERCURI (ALLEANZA COOPERATIVE): "IL PRESIDENTE DI COLDIRETTI CHIEDA SCUSA A TUTTE LE COOPERATIVE"

In una intervista radiofonica il presidente Moncalvo ha dichiarato che durante la manifestazione al Brennero sarebbero stati ritrovati prodotti "diretti anche alle cooperative che dovrebbero invece tutelare i soci italiani". La replica dell'Alleanza delle Cooperative: "Non è bloccando tir alla frontiera un giorno all'anno e con affermazioni come queste che si difende il made in italy"

Roma, 7 dicembre 2013 – "Il Presidente di Coldiretti Roberto Moncalvo chiede scusa a tutte le cooperative e a tutti gli agricoltori italiani per le affermazioni rilasciate stamattina in una intervista andata in onda in diretta su Rai Radiol nel

programma "Terra". Facendo un resoconto dell'iniziativa organizzata giorni fa al Brennero, Moncalvo ha infatti dichiarato che sarebbero stati individuati prodotti "diretti ahimé anche alle cooperative che invece dovrebbero tutelare i soci italiani". A dichiararlo è Giorgio Mercuri, presidente dell'Alleanza delle Cooperative Agroalimentari, cui aderiscono le cooperative agricole di Confcooperative, Legacoop e Agci, che spiega: "Non è bloccando tir alla frontiera una volta all'anno e con affermazioni come queste che si difende il made in italy, ma con il lavoro silenzioso di oltre 5.000 cooperative che esportano qualità in tutto il mondo". "Se una sola cooperativa, sulla base di quanto sostiene il neoletto presidente della Coldiretti - prosegue ancora il numero uno delle cooperative agroalimentari - ha commesso un reato, si vada a sporgere una regolare denuncia alle autorità preposte, senza gettare discredito sull'intero sistema cooperativo che, a differenza di chi va a fare manifestazioni al Brennero, produce il 25% dell'agroalimentare made in italy,

Gazzetta dell'Emilia

fatturando oltre 35 miliardi di euro e consentendo a 800.000 soci agricoltori di avere un reddito certo". "Pochi giorni fa - ricorda infine Mercuri - è stata scoperta e denunciata dalle autorità preposte in Puglia la Cooperativa Coldiretti che produceva pasta commercializzata come italiana ma per la quale veniva utilizzato grano proveniente dall'estero. Nessuna organizzazione si è permessa di attaccare per questo tutte le cooperative italiane".

Made in Italy: Coldiretti, vergogna per dirigenti coop che importano

Alleanza Cooperative chiedi con noi trasparenza sui flussi e stop a finanziamenti pubblici

I dirigenti di quelle strutture cooperative agro alimentari di produzione che importano le materie prime dall'estero invece di fare gli interessi dei propri soci dovrebbero chiedere scusa ai veri operatori, agli agricoltori, ai cittadini ed al Paese, che tante risorse pubbliche ha concesso per obiettivi di

valorizzazione del territorio che sono vanificati da questi comportamenti. E' quanto afferma il presidente della Coldiretti Roberto Moncalvo nel sottolineare che l'elenco delle cooperative destinatarie delle cagliate di latte e del latte tedesco, delle patate e degli altri prodotti agricoli, che sono state smascherate al valico del Brennero, è a disposizione del presidente dell'Alleanza delle cooperative

agroalimentari, Giorgio Mercuri, che peraltro

dovrebbe conoscerle molto bene. Purtroppo - continua Moncalvo - non si tratta di un caso isolato ma di un malcostume molto diffuso sul quale sarebbero dovuti intervenire già da anni in primis gli stessi rappresentanti del mondo cooperativo, senza aspettare che fosse reso pubblico dalla mobilitazione della Coldiretti al Brennero. Si continua invece - precisa Moncalvo - a parlare di casi isolati e a fare finta di non vedere il flusso continuo di prodotti agricoli dall'estero, che sta dando un colpo mortale ai sacrifici dei tanti onesti operatori. Sfidiamo il presidente Mercuri a chiedere con noi la trasparenza dei flussi di prodotti agricoli importati e il nome delle aziende e delle strutture cooperative destinatarie anche per evitare che - conclude Moncalvo - utilizzino risorse pubbliche dei Piani di Sviluppo Rurale (Psr) o della finanziaria Isa del Ministero delle Politiche Agricole per poi arrivare addirittura a vendere i prestigiosi marchi dell'italianità acquisiti.



EXPORT**EXPORT VINI, CRESCE FATTURATO MA CAMBIANO I PAESI CLIENTE**

(ismaea)



export vino

Export vini, cresce fatturato ma cambiano i Paesi cliente

Prosegue la crescita del fatturato all'export delle cantine italiane, seppure in presenza di minori quantitativi spediti oltre frontiera.

Roma, 5 dicembre 2013 --

I dati Istat relativi ai primi 8 mesi dell'anno indicano infatti un incremento degli introiti del 8% a fronte di una flessione in volume del 4%, che lascia presagire una perdita di quote di mercato in alcuni Paesi. Tale dinamica, sottolinea l'Ismea sulla base delle proprie elaborazioni, risulta particolarmente evidente per i vini sfusi, che grazie ai rincari a due cifre dei prezzi all'origine, hanno ottenuto una maggiore remunerazione sui mercati esteri (+21%), nonostante il cedimento dell'8 per cento dei quantitativi esportati.

Più contenuta la flessione in volume dei i vini confezionati (-3%), per i quali la crescita in termini monetari sfiora il 6%, mentre l'export di spumanti avanza sia in valore (+17%) che in quantità (+11%). A trainare la domanda di questi ultimi, sottolinea l'Ismea, è stato soprattutto il Prosecco, mentre l'Asti ha mostrato i primi segnali cedimento.

L'analisi per tipologie di vino in base alla piramide qualitativa evidenzia per le Igp volumi inferiori dell'1% sull'anno scorso, per un controvalore in crescita dell'8%, e per le Dop una flessione del 3% in quantità e un +5% degli incassi.

Esaminando le principali destinazioni dell'export, si vince per i vini sfusi un aumento delle vendite in Germania (+5% in

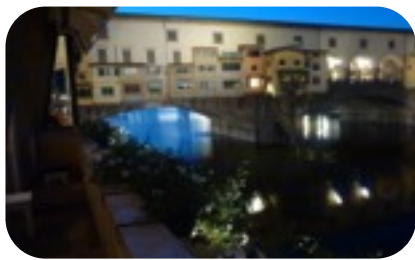
quantità), che rappresenta il principale mercato di sbocco per questo segmento, a fronte del drastico ridimensionamento delle spedizioni nell'Est europeo e in Cina.

Anche per i vini confezionati emergono andamenti disomogenei nei diversi Paesi clienti, con buone performance in Usa e Canada (rispettivamente +4% e +8% i quantitativi inviati) e importanti battute d'arresto in Regno Unito (-7%), Germania (-5%), Svizzera (-4%), Giappone (-10%), Cina (-22%) e Russia (-4%).

Sulla flessione della Cina incide, secondo l'Ismea, la saturazione delle scorte in mano agli importatori, a causa di un momentaneo stallo della domanda, mentre sul fronte russo a frenare la marcia del vino tricolore sarebbe l'incertezza sulle regole imposte alla dogana. Da rilevare al contrario la buona performance degli spumanti e dei vini frizzanti a Mosca: i primi in crescita del 30% in volume e del 50% in valore, i secondi rispettivamente del 62% e 78%.

(fonte Ismea)





Vino eventi

Buy Wine: Anteprime di Toscana

Buy Wine inaugura Anteprime di Toscana

Dal Brunello al Montecucco: per la prima volta tutta la Toscana del vino unita in un solo evento

Firenze, 11 dicembre 2013 – La Toscana del vino non era mai stata così unita. Grazie all'evento Anteprime di Toscana, per la prima volta nella storia dell'enologia regionale, tutte le denominazioni toscane avranno una loro anteprima. A inaugurare l'evento, la quarta edizione di Buy Wine (Firenze, 15-17 febbraio 2014), workshop internazionale organizzato dall'Agenzia regionale Toscana Promozione per favorire l'incontro tra la Toscana del vino e il trade internazionale. L'edizione 2014 sarà dedicata alle denominazioni emergenti – che qui organizzeranno le loro anteprime – e vedrà la partecipazione di 280 produttori toscani e 250 buyer da tutto il mondo, che saranno impegnati in due giornate di incontri B2B.

«Vista la particolarità di questa edizione - spiega Silvia Burzagli, vice-direttore di Toscana Promozione - abbiamo puntato molto sui mercati storici come l'America del Nord e il Regno Unito, da dove arriveranno, complessivamente, circa 70 buyer. Avremo una presenza forte di operatori dai paesi scandinavi, dal Benelux, dal Giappone e dai BRIC. Non mancheranno, infine, mercati nuovi come il Sudafrica, l'Australia, l'Albania o la Georgia». «Il nostro obiettivo – conclude Burzagli - è sempre quello di consolidare e far crescere le nostre quote di mercato là dove siamo più forti e penetrare le nuove aree che, in questi anni, si stanno

affacciando al mondo del vino sia come competitor, ma anche come potenziali clienti».

Nell'edizione 2013, si sono tenuti a Buy Wine 5760 incontri B2B per un giro d'affari, stimato, di 860 mila euro.

Le anteprime in programma alla Fortezza da Basso nei giorni di Buy Wine sono organizzate dai seguenti consorzi: Carmignano, Bolgheri, Terratico di Bibbona, Elba, Val di Cornia, Montecucco, Morellino di Scansano, Cortona, Chianti Colli senesi, Chianti Colli Fiorentini, Chianti Rufina e Chianti.

Concluse le contrattazioni della Fortezza, Anteprime di Toscana si estenderà all'intero territorio toscano e alle anteprime dei consorzi toscani più blasonati: Vino Nobile di Montepulciano, Vernaccia di San Gimignano, Chianti Classico e Brunello di Montalcino.



Alluvione

Neonicotinoidi addio dal 1 dicembre 2013

Gli specifici agro-farmaci sotto inchiesta sono stati banditi ufficialmente dal suolo europeo, per una durata di due anni.

Roma 10 dicembre 2013-

Dal primo dicembre 2013 è stato avviato il divieto per i produttori europei di utilizzo dei neonicotinoidi classificati da Bruxelles come dannosi per le api e noti soprattutto per esser ritenuti responsabili del fenomeno della loro moria. Gli specifici agro-farmaci sotto inchiesta sono stati banditi ufficialmente dal suolo europeo, per una durata di due anni (il divieto potrebbe essere rinnovato o meno, in

funzione dei report/analisi sull'impatto positivo che potrà avere questa sospensione).

L'argomento dei neonicotinoidi ha acceso anche un'altra problematica, cioè quella dell'obbligo per gli apicoltori di inserire in etichetta l'eventuale presenza di polline proveniente da colture OGM. La discussione è nata subito dopo la decisione da parte della Commissione Europea di esentare gli apicoltori da tale obbligo, atto che ha suscitato subito la reazione avversa da parte di un gruppo di deputati della Commissione Ambiente del Parlamento europeo.

fonte: Aiab



Biologico

Crescita a due cifre per alcuni prodotti "Bio"

Procede a ritmo sostenuto la crescita dei consumi di prodotti alimentari biologici in Italia.

Roma, 9 dicembre 2013 -

Le ultime rilevazioni Ismea GfK-Eurisko indicano un incremento in valore degli acquisti di cibi bio confezionati del 7,5% nei primi 10 mesi del 2013, dato che si pone in netta controtendenza rispetto all'andamento del settore food nel suo complesso.

La dinamica dell'anno in corso è dipesa in modo particolare dagli aumenti a due cifre fatti registrare dai biscotti, dolciumi e snack bio (+28% in valore) e dalle uova (+17%). Più contenuti i segni più nei reparti dell'ortofrutta fresca e trasformata, della pasta, riso e sostituti del pane (+9% per entrambi), dei latticini caseari (+4%) e

della carne fresca e trasformata (+5%).

Ad oggi il mercato degli alimenti biologici in Italia vale circa 3 miliardi di euro e si conferma il quarto in Europa e il sesto nel Mondo, con un incremento della spesa domestica di circa il 30% dall'inizio del decennio. Si tratta, come sottolinea l'

Ismea, di un mercato molto polarizzato: le prime quattro categorie di prodotti (ortofrutta, lattiero-caseari, uova, pasta, riso e sostituti del pane) concentrano oltre il 70% della spesa delle famiglie - percentuale che arriva all'80% se si

considera anche il reparto della prima colazione e snack.

(ismea)



FORMAGGI

PARMIGIANO REGGIANO, 11,5 MILIONI PER SOSTENERE I CONSUMI

CFPR



Formaggi

Parmigiano Reggiano, 11,5 milioni per sostenere i consumi

Cifra equamente divisa tra mercato interno ed estero. Produzione prevista in calo dell'1%

Reggio Emilia, 11 dicembre - Dopo aver definito il “quanto” produrre (3.250.000 forme per l'anno prossimo, come stabilito dall'Assemblea del settembre scorso con l'adozione dei piani produttivi), le azioni del Consorzio del Parmigiano Reggiano si spostano ora sul “come” e sul “per chi” (quali mercati e quali consumatori), mettendo in moto una serie di investimenti che, per il 2014, ammontano a quasi 13 milioni di euro.

“Oggi – ha detto il presidente del Consorzio, Giuseppe Alai, nel corso dell'assemblea dei caseifici che ha approvato il bilancio preventivo dell'Ente – il nostro primario obiettivo è quello di coinvolgere e far giocare un ruolo nuovo, integrato e importante a tutti i soggetti della filiera: dai produttori (protagonisti di piani produttivi), ai caseifici (destinatari delle azioni a sostegno del prodotto), ai commercianti-stagionatori (partecipi di nuove azioni per la diffusione dei consumi sia in Italia che all'estero), alla GDO (più coinvolta nell'informazione e in testing store, in particolare all'estero)”.

“Nei prossimi mesi – ha aggiunto Alai – approfondiremo nuove modifiche al disciplinare di produzione, con l'esclusivo obiettivo di tutelare ed innalzare gli elementi di distintività del prodotto: quelli, in sostanza, che oggi consentono al Parmigiano Reggiano di viaggiare con incrementi superiori al 3% sulle esportazioni e di tenere molto bene sui consumi interni”.

“A fronte di una lieve flessione delle vendite nella GDO, largamente inferiore al calo medio del mercato, interessato in questi mesi i formaggi

duri – ha proseguito il presidente del Consorzio di tutela – i consumi di Parmigiano Reggiano si sono alzati nella ristorazione e sono fortemente salite le vendite dirette da parte dei caseifici, con risultati più che soddisfacenti in presenza di una crisi economica del Paese che ha intaccato anche i consumi alimentari”. Ed è proprio a sostegno delle esportazioni e dei consumi interni che il Consorzio investirà la gran parte delle risorse del bilancio 2014, con 11,5 milioni di investimenti equamente divisi su Italia ed estero.

“Al mercato interno – ha detto al proposito Alai – si lega ancora quasi il 70% delle vendite, e oggi dobbiamo investire per fidelizzare ulteriormente i consumatori e avvicinarne altri ad un prodotto di cui puntiamo a far percepire meglio le caratteristiche e l'unicità, non solo per sbloccare l'attuale stabilità dei consumi di Parmigiano Reggiano, ma anche per evitare che i consumi globali in recessione interessino questa eccellenza”.

Piede sull'acceleratore, poi, sui mercati internazionali (“dove in questi anni – ha detto Alai – abbiamo avuto eccellenti riscontri e sui quali puntiamo, in un quinquennio, a collocare il 50% del prodotto”) e su nuovi progetti con la GDO e sul canale horeca (hotel, restaurant e caffè-catering), con circa 600.000 euro di specifici investimenti.

Occorrerà vigilare sul fronte produttivo (il sistema – ha ricordato Alai – negli ultimi tre anni ha registrato un incremento del 19,7% del prodotto immesso sul mercato, oltretutto in presenza di una grave crisi economica), ma le condizioni per nuove affermazioni sembrano esserci tutte: la produzione 2013 dovrebbe registrare una flessione dell'1% rispetto al 2012 (3.307.221 forme),

le giacenze, ad ottobre, erano in calo del 7,4% in totale e del 3,7% sul prodotto di 12 mesi), mentre le quotazioni alla produzione – dopo il minimo 2013 segnato a luglio con 8,53 euro/kg – al 30 novembre si sono portate a 9 euro/kg.





Finanziamenti

Apicoltura, aperto il bando a Piacenza

Aperto il bando per i prodotti per l'apicoltura: le domande vanno presentate alla Provincia entro il 17 gennaio 2014 per l'annualità 2013/2014

- Piacenza 9 dicembre 2013 -

Sono aperti i termini per la presentazione delle domande per l'assegnazione di contributi per il miglioramento della produzione e della commercializzazione dei prodotti dell'apicoltura.

Si tratta di contributi finanziati in parte dallo Stato ed in parte dal Fondo europeo agricolo di orientamento e di garanzia (Feaga) destinate alle attrezzature e ai servizi agli apicoltori (sono escluse attrezzature per laboratori di smielatura).

Possono presentare domanda gli apicoltori e produttori residenti nel territorio della provincia di Reggio (esclusi quelli della Comunità Montana che dovranno presentare domanda alla Comunità Montana stessa) che siano in regola con la denuncia degli alveari (DPGR n.394 del 27/6/86); in possesso della partita IVA agricola o combinata; in possesso di

almeno 20 alveari censiti; in possesso dell'autorizzazione sanitaria del laboratorio di smielatura.

Le domande di contributo (complete di apposito allegato integrativo) devono essere presentate tramite i Servizi di sviluppo agricoli (CAA) e le organizzazioni professionali agricole con le nuove modalità informatiche (SOP) stabilite dall'Agenzia regionale per l'erogazioni in agricoltura (AGREA).

Le domande protocollate a SOP dovranno essere presentate in forma cartacea entro e non oltre le ore 12.00 del 17 gennaio 2014, alla Provincia di Reggio Emilia – Servizio Sviluppo Economico, Agricoltura e Programmazione del Territorio – via Gualerzi 38-40, Mancasale - Reggio Emilia.

E' possibile visionare il bando sul sito internet di AGREA nella sezione "Cosa facciamo/i finanziamenti".

Per ulteriori informazioni rivolgersi al dottor Luciano Rotteglia (tel. 0522/444674) e dott.ssa Lara Zini (tel. 0522/444606).

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



COMUNICAZIONE COMMERCIALE



Per un regalo di Natale eccezionale.

Natale è alle porte e nonostante l'austerità il piacere di farsi ricordare con

un gradevole omaggio è una consuetudine che stenta a perdersi.

E se proprio qualcuno non riesce ad adattarsi alle tendenze e regalar quindi "biglietti della lotteria" oppure "Cibo" e "Gift Card" allora può scegliere all'interno della proposta "STEPA".

Specializzati in nicchie di qualità nei vini e negli spirits, STEPA di Parma, propone due eccellenze alla portata di portafoglio e di buon gusto da condividere con gli amici.

Il **MAGNUM** di Rocchetta, spumante Brut Metodo Classico Riserva riposato per 6 anni sui lieviti. Uno

spumante unico di pregevole gusto e di raffinata confezione ideale per un romantico incontro.

Una novità per l'Italia, la **TEQUILA Don Ramon** magari nella versione "Platinum". Provare per gustare i veri profumi e aromi della "Tequila Messicana".

Per contattare lo staff di Stepa:

Backoffice: +39 342 1397829

shop@steparappresentanze.com

www.steparappresentanze.com

<https://www.facebook.com/steparappresentanze>

