



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

Editoriale

SOMMARIO

Anno 13 - n° 49 07 dicembre 14

1.1 EDITORIALE

Anaffettivi! Attenzione ai corsi e ricorsi storici. 1915 - 2015

2.1 CIBO E MAFIA

Cibo illegale: a lezione da Don Ciotti e Rodotà

4.1 LATTIERO CASEARIO

Niente di nuovo sul fronte dei lattiero caseari

5.1 EXPORT

Bene l'export di formaggi. Freschi soprattutto.

5.2 TECNOLOGIE

Olio di Oliva, l'innovazione tecnologica è made in Italy

5.3 CREDITO

Accesso al credito, microimprese ancora penalizzate.

6.1 WINE2WINE

Wine2wine: Il futuro del vino è la "coopetition". Cooperation & Competition.

6.2 EXPO2015

Wine2wine: Cina, istruzioni per l'uso per superare i gap mercato.

6.3 MERCATI

EXPO 2105. Attesi 1,5 milioni di visitatori cinesi

7.1 EXPO2015

Canada, l'Ambasciata. annuncia eliminazione dei dazi sul vino

7.2 POMODORO

Oi Pomodoro, dal concentrato alla polpa e al passato

8.1 TURISMO E DIGITALE

Promozione turistica. Sempre più digitale per gli italiani.

Anaffettivi! Attenzione ai corsi e ricorsi storici. 1915 - 2015

Difficile rimanere impassibili di fronte alle indiscrezioni giornalistiche sul caso Loris. Il Pensiero corre alla Franzoni e alla fragilità di questa nostra società che non rispetta nemmeno i bambini. Figuriamoci l'ambiente e il patrimonio pubblico.

di Lamberto Colla -
Parma, 7 dicembre 2014 -

Da culla delle civiltà a culla dell'aridità affettiva. Un nuovo periodo decadentista sta scuotendo l'Europa e l'Italia in modo ancor più preoccupante. L'aridità sentimentale si sta diffondendo a altissima velocità in tutti gli strati sociali sospinta dalla forza propulsiva di un giornalismo ipocrita e senza scrupoli alla continua ricerca del dolore e dell'orrore da buttare in prima pagina.

Le lacrime inondano lo schermo per emozioni costruite a tavolino, la telecamera indugia negli occhi lucidi di quel calciatore o ex velina che si emoziona per la finta lettera scritta dal figlio. Non quel figlio che non rivedeva da decenni (Carramba che sorpresa!) perché emigrato ma quello stesso pargolo col quale tutti i giorni condivide le mura domestiche e che avrebbe disponibili quotidianamente 24 ore per celebrare il proprio padre o la propria madre. Invece ormai va di moda il *format D'Ursiano*, quello dello scoop inesistente e dei sentimenti costruiti a tavolino per il compiacimento morboso di qualche milione di telespettatori incapaci, o forse nell'impossibilità, di vivere la propria vita con positività.

Il cinismo mediatico sfonda tutte le barriere del buon senso e del rispetto delle persone e dei defunti. Chiunque sia sfiorato, magari per propria volontà come il "cacciatore" che ha trovato il cadavere del piccolo Loris, viene passato al vaglio della giustizia, buttato in prima pagina con qualche allusione di responsabilità nel delitto e poi, una volta consumato perché riconosciuto estraneo alla vicenda buttato nella spazzatura della Tv Spazzatura senza nemmeno una scusa. "Dovere di cronaca" qualcuno obietterebbe.

E allora giù alla ricerca degli scheletri nascosti di Elena Ceste e il moltiplicarsi di presunti "amanti" alimenta la cronaca quotidiana anzi oraria. Loris è stato abusato poi probabilmente abusato e dopo tre giorni dal ritrovamento della salma esce l'indiscrezione che era stato oggetto

di abusi da diverso tempo o forse no.

Si parla di abusi come di cioccolatini. Si indaga, peraltro malamente, nella vita e nel passato delle persone con una disinvoltura inquietante. Una spregiudicatezza intollerabile che alimenta morbosità collettive asfaltando, in breve, ogni insegnamento catechistico così duramente appreso durante le elementari e le medie (dei mie tempi ovviamente).



Il rispetto nella donna e nell'uomo come soggetto singolo, libero e riservato, è svanito del tutto perché immolato al "dio catodico".

Il venir meno del rispetto dell'individuo è l'apertura al male globale.

L'ambiente stesso è stato devastato dal genere umano inseguendo un progresso troppo poco collaudato e oggi ci si accorge di quanto forte sia la natura, capace di riprendersi in brevissimo quanto illegalmente sottratto. Una riconquista barbarica, a scapito di donne e uomini incolpevoli, che altro non è che il primo segnale del caos incombente.

Il prossimo scenario probabile sarà un conflitto sociale devastante i cui segnali d'allarme sono già stati lanciati da **Tor Vergata** in primis.

Una tensione sociale che si alimenta e prospera con la registrazione continua che chi è al potere se ne frega di tutto tranne che dei suoi interessi privati rendendosi complice delle nefandezze finalmente affiorate nella Capitale ("Terra di Mezzo") o nelle ricche regioni del Nord (MOSE e EXPO2015). Tutta l'Italia è attraversata dalla corruzione che sta minando le fondamenta socio economiche di quello Stato che fu anche al 4° posto tra le potenze industriali.

Una società anaffettiva e arida sta prendendo il posto della nostra civiltà romana, laboriosa, colta, e invidiata per il senso civico.

Così come a cavallo tra l'800 e il '900 il decadentismo letterario affiorò prepotentemente in un'Europa in piena crisi, che stava volgendo alla Grande Guerra, altrettanto oggi, le tensioni di fine secolo e di inizio millennio stanno, guarda caso, replicando quel periodo. **Corsi e ricorsi storici: 1915-2015?**

Non c'è proprio modo di imparare qualcosa dalla storia?

CIBO E MAFIA

Cibo illegale: a lezione da Don Ciotti e Rodotà

Si è svolta domenica scorsa, nell'ambito di "Repubblica delle Idee", la conferenza Cibo Illegale, moderata dal giornalista di Repubblica Attilio Bolzoni e con relatori il Prof. Stefano Rodotà e Don Luigi Ciotti di Libera. Una conferenza incentrata sul tema del cibo. Un cibo difficile da digerire.

(Federico Bonati)



cibo e mafia

Cibo illegale: a lezione da Don Ciotti e Rodotà

Si è svolta domenica scorsa, nell'ambito di "Repubblica delle Idee", la conferenza Cibo Illegale, moderata dal giornalista di Repubblica Attilio Bolzoni e con relatori il Prof. Stefano Rodotà e Don Luigi Ciotti di Libera. Una conferenza incentrata sul tema del cibo. Un cibo difficile da digerire.

di Federico Bonati Reggio Emilia 3 dicembre 2014 -

La criminalità organizzata e il cibo, due mondi apparentemente distanti, ma in realtà assolutamente vicini.

"Le mafie ci apparecchiano le tavole" esordisce Bolzoni, facendo riferimento al fatto che sono sempre più presenti le infiltrazioni mafiose e camorriste nell'ambito della filiera agroalimentare.

Gli fa eco don Ciotti che afferma: "Il cibo, la terra e la legalità sono strettamente collegati. La terra, come scritto nella Genesi, è un bene di tutti e il cibo è esigenza di vita. Ma c'è chi sottrae gran parte di questi cibi per trarne un profitto personale". Il tutto in maniera illecita.

La criminalità organizzata è ben impiantata nel circuito agroalimentare, e lo dimostrano due rapporti. Il primo è di Coldiretti, che nel 2013 ha registrato un fatturato illegale di ben quindici miliardi di € legato all'agroalimentare. Il secondo è di Legambiente, che rileva la presenza di più di una trentina di clan mafiosi che gestiscono le terre produttrici di prodotti agroalimentari.

Le mafie hanno quindi le mani in pasta? Assolutamente sì.

Lo ha rilevato l'Antitrust, che ha dimostrato come dal produttore al

consumatore il prezzo del prodotto aumenta di tre volte, danneggiando sia i produttori che i consumatori. Il ricarico dei prezzi dei prodotti presenta questi numeri: +77% nella filiera corta, +133% con la presenza di un intermediario, +290% con due o più intermediari, +300% nella filiera lunga. Non bisogna interrogarsi quando c'è la vendita diretta dal produttore al consumatore, ma quando il prodotto affronta un tragitto, a volte assurdo, come ha raccontato Bolzoni in un suo noto articolo sui pomodori ciliegini.

Non si intende fare di tutte le erbe un fascio, perché fortunatamente dalla filiera corta alla filiera lunga, c'è la presenza di tantissime persone che svolgono il loro mestiere, sia esso di produttore, intermediario o venditore, in maniera assolutamente corretta e legale. Ma è in questi numeri dove la mafia ha le mani in pasta. Le tratte sono controllate da Cosa Nostra, Camorra e 'Ndrangheta, che non battagliano tra di loro, ma contrattano.

Si parla anche di acqua, altro tema scottante a livello mondiale. In Italia si è discusso, anche tramite referendum, sull'acqua come bene comune o con il coinvolgimento di soggetti pubblici e privati. Ma nel mondo, non è così. Il professor Rodotà spiega come nel mondo l'acqua sia fonte di conflitti: "Nel mondo ci sono vere e proprie guerre dell'acqua. Basti pensare alle tensioni tra Pakistan e India o tra Sudan e Egitto, dove non mancano le minacce armate per il controllo dell'acqua".

Zone difficili e tormentate, dalle quali scappano molte persone, che giungono in Italia con fame di libertà e dignità, molte delle quali vengono poi impegnate nelle campagne dai cosiddetti "caporali", che li sfruttano pagandoli una miseria rispetto al lavoro massacrante che compiono. Ma se non ci fossero queste persone, veri e propri schiavi, chi raccoglierebbe tutti quei prodotti, dai pomodori alle arance? "È una vergogna questo



sfruttamento -dice don Ciotti- questo mercato sulla pelle delle persone. C'è un problema centrale di fondo che è quello della dignità delle persone. Nel 2011 è stato decretato il reato di caporalaggio, ma non basta. Dobbiamo essere noi a impedire tutto questo. Sono secoli che in Italia si parla di mafia, e il vero problema siamo noi che permettiamo tutto questo. Ci deve essere una rivoluzione nelle nostre coscienze”.

Non si può più permettere che sia la mafia ad apparecchiare le nostre tavole. Ognuno deve essere coinvolto. Viviamo in un mondo dove si spendono tre milioni di dollari al minuto per le varie guerre nel pianeta, ma dove non ci sono soldi per la lotta alla povertà e alla fame. Il cambiamento deve partire da ognuno di noi, informandosi, scoprendo che ci sono associazioni come Libera o Addiopizzo che dicono no alle mafie, allargando i propri orizzonti di vedute.

Don Ciotti ha parlato di rivoluzione delle nostre coscienze. È così che deve essere il nostro cambiamento.

Perché, come diceva il giudice Paolo Borsellino: “Chi tace e chi piega la testa

muore ogni volta che lo fa, chi parla e chi cammina a testa alta muore una volta sola”.



LATTIERO CASEARIO

Niente di nuovo sul fronte dei lattiero caseari

Replicati i listini dell'ottava precedente in tutte le borse prese a riferimento. Rispetto al 2013 il Parmigiano ha registrato una flessione in termini percentuali molto più consistente rispetto al Grana Padano.

(Virgilio - CLAL)



Lattiero Caseario

Niente di nuovo sul fronte dei lattiero caseari.

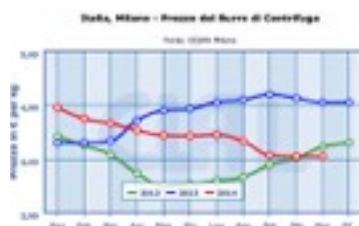
Replicati i listini dell'ottava precedente in tutte le borse prese a riferimento. Rispetto al 2013 il Parmigiano ha registrato una flessione in termini percentuali molto più consistente rispetto al Grana Padano.



Di Virgilio, Parma 3 dicembre 2014

Di Virgilio, Parma 3 dicembre 2014

LATTE SPOT Persiste la fasi stazionaria del Latte Spot. Tra 38,15 e 39,18€/100 litri di latte sono le quotazioni, minima e massima, confermate alla borsa di Verona relativamente al Latte Crudo Spot Nazionale. Il latte intero pastorizzato di provenienza estera è invece stato quotato ancora una volta all'interno della forbice compresa tra 36,60 e 37,63/100 litri di latte. Con la chiusura di novembre la perdita, del valore medio, rispetto al medesimo mese dell'anno precedente si attesta a -25,93% per il latte nazionale e del 27,09% per il latte di provenienza estera. -10,71% e -14,41% è la perdita del valore medio del prodotto prendendo a riferimento

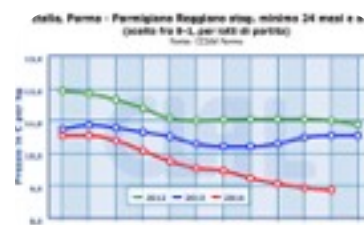


l'intero periodo di contrattazione. **BURRO E PANNA** Nessuna variazione è stata rilevata nelle diverse borse prese a riferimento. Sulla piazza milanese pertanto il Burro CEE si è confermato a 2,85 €/kg, a 3,05 il burro da centrifuga, a 2,10 il pastorizzato e infine a 1,90€/kg il burro zangolato da creme fresche. Il Burro zangolato quotato sulla piazza di Parma ha replicato il listino dell'ottava precedente fissando il prezzo a 1,50€/kg. 1,64 e 1,70€/kg sono i listini determinati per le creme di latte e panna di centrifuga a uso alimentare contrattate rispettivamente a Milano e a Verona.

Anche nel caso del burro la caduta dei listini rispetto all'anno precedente è considerevole. La media confrontata relativamente ai primi 11 mesi vede il burro CEE cedere il -11,90% e -11,18% per il burro da centrifuga. Ancor più marcata la differenza per il burro pastorizzato che perde il -19,16% e per lo zangolato che registra un gap del -20,47%.

GRANA PADANO La borsa mantovana, anche per la ottava appena conclusa, conferma i listini precedenti sia per il 10 e sia per il 14-16 mesi di stagionatura. Una performance che, ormai al traguardo di fine anno, vede limitare le perdite al -1,41% (valore medio) per il 10 mesi di stagionatura e del -4,39% per il 14-16 mesi di stagionatura rispetto all'anno precedente.

Analogamente la borsa all'ombra della "madonnina" ha confermato i prezzi anche per questa settimana di rilevamenti. Nell'osservazione del confronto tra i prezzi medi 2013 e 2014 (11 mesi) il 9 mesi di stagionatura cede il -1,36% (6,88€/kg contro il 6,97€/kg) e il -5,95% il 15 mesi di stagionatura (7,80 contro il 8,30€/kg del 2014).



PARMIGIANO REGGIANO Anche il Parmigiano Reggiano si prende una settimana di tregua e vede confermati i listini alla borsa di riferimento di Parma. Molto maggiore è invece la perdita percentuale rispetto all'anno precedente se confrontata con il Grana Padano. -5,5% la perdita del 12 mesi di stagionatura del prezzo medio 2014 rispetto al 2013 (8,32 contro 8,80€/kg) e del 8,08% per il 24 mesi la cui media 2014 - 11 mesi di rilevamento - è pari a 9,66€/kg contro il 10,55 del 2013.

Bene l'export di formaggi. Freschi soprattutto.

Continua a marciare di buon passo l'export di formaggi e latticini italiani nei primi 8 mesi dell'anno. A trainare sono i formaggi Freschi.

Parma, 01 Dicembre 2014

Secondo le elaborazioni dell'Ismea, gli invii all'estero sono aumentati del 6,4% in valore e del 4,2% in volume, nonostante la battuta d'arresto registrata nel mese di agosto, in concomitanza con l'inasprirsi della crisi in Ucraina e la chiusura delle frontiere verso alcune produzioni agroalimentari comunitarie tra cui anche i formaggi.

Le spedizioni verso la **Russia** sono infatti crollate, nel primo mese di embargo, dell'85% rispetto ad



agosto di un anno fa, intaccando il trend di uno dei mercati di sbocco più promettenti per il made in Italy lattiero caseario (+33% l'incremento del fatturato realizzato a Mosca nel 2013).

Relativamente alle altre destinazioni la Francia si conferma il primo mercato di destinazione del Made in Italy caseario, con le spedizioni in

aumento del 6,6% in valore e del 5,4% in volume. A seguire la Germania (+5,3% in valore e +5,8% in volume), il Regno Unito (+5,8% in valore e +1,7% in volume) e gli Stati Uniti (+2,0% in valore nonostante il -3,3% in volume).

A trainare l'export sono stati soprattutto i formaggi freschi (+9,2% in valore e +4,0% in volume), il Gorgonzola (+8,4% in valore e +2,7% in volume) e il Pecorino (+12,1% in valore nonostante il -0,9% in volume). Per il Grana Padano e il Parmigiano Reggiano i volumi esportati sono cresciuti del 9,2%, ma a fronte di prezzi medi in significativa flessione (-5,5%). In aumento anche le vendite all'estero di formaggi grattugiati, sia in valore (+9,8%) sia in volume (+10,1%).

(Fonte Ismea servizi 26 novembre 2014)

Olio di Oliva, l'innovazione tecnologica è made in Italy

Neve carbonica e microonde: tecnologie italiane innovative per l'estrazione dell'olio d'oliva.

Verona, - L'Italia è sempre un passo avanti in tema di estrazione olearia. Le aziende che producono i macchinari con cui si ricava l'olio in tutto il mondo hanno infatti sede nel nostro Paese. È da qui che vengono le idee più innovative e originali che potrebbero cambiare il modo per molire le olive.

Estrarre l'extra vergine di oliva grazie all'utilizzo della "neve carbonica", cioè dell'anidride carbonica allo stato solido, è l'ultima idea alla base del brevetto dei ricercatori del Dipartimento di Scienze Agrarie Alimentari Agro-ambientali dell'Università



di Pisa. Il nuovo sistema di estrazione permette, tra l'altro, di ottenere una migliore qualità nutrizionale, col 6% di vitamina E in più rispetto a un olio estratto secondo il metodo tradizionale. Inoltre, con questa tecnica l'extra vergine sarà anche più resistente ai processi ossidativi e migliora anche l'efficienza del sistema frantoio, con una resa maggiorata del 9% rispetto ai sistemi ordinari.

Ricerca della massima efficienza, senza intaccare le qualità del prodotto, anche per l'Università di Foggia che invece si è concentrata sulle microonde (onde elettromagnetiche non ionizzanti con una frequenza da 300 MHz a 300 GHz). Le microonde sono una tecnologia applicata in molti processi alimentari che consente di ridurre i tempi di lavorazione. Infatti oggi per scaldare la pasta d'olive, processo necessario per poterla poi estrarre attraverso le centrifughe, è necessario tenerla nelle gramole per tempi compresi tra i 30 e i 45 minuti. Uno spreco di tempo che invece può essere ottimizzato attraverso il nuovo processo che consente di ridurre i tempi di gramolazione della metà, fino anche a soli 5 minuti, a tutto vantaggio dell'efficienza e dell'economicità del processo estrattivo.

VeronaFiere, 26/11/2014

Accesso al credito, microimprese ancora penalizzate.

Osservatorio Confesercenti: ancora forte in Emilia Romagna la restrizione del credito alle micro imprese commerciali e turistiche

Bologna, 1 dicembre 2014 -

Anche se il cosiddetto **credit crunch** nei confronti delle imprese va gradualmente diminuendo, l'Osservatorio Confesercenti sul credito rileva a giugno 2014 una contrazione dei prestiti vivi alle imprese del commercio e turismo in Emilia Romagna del -2,7%; tale dato è disomogeneo per dimensione d'impresa e si aggrava in modo significativo se consideriamo le imprese fino a 5

addetti nei confronti delle quali la riduzione dei prestiti arriva al -9,3%.

La dinamica tendenziale delle sofferenze lorde delle imprese del comparto commerciale e turistico su base annua, sempre a giugno 2014, ha registrato in Emilia Romagna una crescita del 22%, contro una media nazionale del 24,1%; anche su questo indicatore si rilevano differenze notevoli in relazione alle dimensioni d'impresa, con le micro imprese in particolare, che fanno registrare un aumento delle sofferenze del 10,9%, molto più contenuto rispetto al complesso del comparto.

"I dati evidenziano come soprattutto le micro imprese fino a 5 addetti del comparto commerciale e turistico siano ancora colpite dalla restrizione del credito - sottolinea **Stefano Bollettinari**, direttore regionale di Confesercenti - e in modo più rilevante rispetto al complesso delle imprese del



settore, risultando in tal modo penalizzate pur avendo un incremento minore delle sofferenze; occorre quindi migliorare l'accesso al credito bancario, che rappresenta spesso l'unica fonte esterna di finanziamento in particolare per le imprese di minore dimensione".

(Confesercenti Emilia Romagna)

Wine2wine: Il futuro del vino è la “coopetition”.

Verona, 3 dicembre 2014 – «La svolta per il futuro del settore vino italiano si chiama coopetition. Cooperazione e competizione, infatti, sono oggi le chiavi strategiche per superare i due punti critici del nostro sistema produttivo e di promozione: frammentazione e dispersione». A dirlo **Giovanni Mantovani**, direttore generale di Veronafiere, in apertura di wine2wine (Veronafiere, 3-4 dicembre), il primo business forum sul vino nato dal know how di Vinitaly, che pone al centro della due giorni di lavoro dedicata agli operatori, l'informazione, il business e il networking.



Un settore, quello del vino, tra i più dinamici dell'economia italiana che accanto ai dati record dell'export (il 2014 si chiuderà con oltre 5 miliardi di euro) non nasconde le ombre derivanti anche dalla legislazione europea sui diritti di impianto che, dal 2016, saranno modificati con il sistema delle autorizzazioni.

Wine2wine: Cina, istruzioni per l'uso per superare i gap di mercato.

Verona, 3 dicembre 2014 – Non esiste una ricetta unica per conquistare la Cina e non esiste un unico profilo di consumatore. Servono scelte mirate per convincere i cinesi ad acquistare e a bere vino italiano, ancora poco presente nelle filiere dell'horeca e soprattutto nel segmento del lusso. È quanto emerso dal **focus sul mercato cinese nella prima giornata di wine2wine** (Veronafiere, 3-4 dicembre), il business forum per gli operatori del settore firmato Vinitaly, dove sono state tracciate le 'istruzioni per l'uso' con cui accedere al Celeste Impero dove il vino italiano ha ancora molto da esprimere.

Per **Yang Lu**, sommelier e wine director del gruppo Shangri-La Hotels e Resorts: «La Cina è una piazza in continua evoluzione dove la parola d'ordine è targetizzare.



Il **brand Italia** deve puntare a posizionare le proprie etichette nelle carte dei ristoranti e degli hotel ritenute garanzia di qualità e ad oggi monopolizzate dalla Francia, che si posiziona sulla fascia medio alta della popolazione». Non a caso la Francia detiene il 46% delle importazioni cinesi in valore, mentre l'Italia (5° Paese importatore) si ferma solo al 7% a pari merito con la Spagna, superata anche da Australia (15%) e Cile (11%).

Tra le aree di criticità del vino italiano in Cina, individuate da Yang Lu, anche quella degli

«Negli ultimi 10 anni l'Italia ha perso 10mila ettari di vigneto all'anno – ha detto **Domenico Zonin**, presidente di Italiana Vini –. E le prospettive derivanti dalla nuova regolamentazione che entrerà in vigore nel 2016, se non sarà cambiata in chiave più flessibile, ci proiettano verso una ulteriore perdita stimata in 6000ha/anno. In questa situazione – ha concluso Zonin – l'esportazione, Ue e soprattutto extra Ue, diventa una strada obbligata per la tenuta delle aziende italiane del vino».

Tra le priorità del settore anche quella di 'fare squadra' sui mercati internazionali. Una sfida che per il presidente di Federvini, **Sandro Boscaini**, «non possiamo perdere soprattutto in vista dell'Expo 2015, dove l'Italia vitivinicola, se non vuole perdere la faccia, deve presentarsi unita».

«importatori, che devono essere in grado di portare in Cina non solo i grandi produttori vitivinicoli ma anche le altre eccellenze enologiche per tentare di appassionare un mercato potenziale da 3 miliardi di euro in totale».

Negli ultimi anni la Cina ha fatto un balzo in avanti sul fronte produttivo. Infatti, secondo quanto riportato a wine2wine da **Judy Chan**, presidente di Grace Vineyard, la prima cantina a conduzione familiare in Cina fondata nel 1997 e oggi considerata come uno dei migliori produttori di vino cinese «attualmente si contano 10 regioni a vocazione vinicola con circa mille vigne contro le 21 censite alla fine degli anni '90. Il maggiore produttore cinese realizza circa 150 milioni di bottiglie, ma il mercato è talmente vasto e complesso, anche dal punto di vista produttivo, che prospetta margini di crescita anche per i produttori locali».

(Fonte Ismea su dati Gta 2013).

Ufficio Stampa Veronafiere

Export

EXPO 2105. Attesi 1,5 milioni di visitatori cinesi.

Ministro Martina, il settore vitivinicolo si presenti unito per raccontare la sua storia

Verona, 3 dicembre 2014 – «L'Expo esige che il settore del vino si presenti unito per raccontare le sue eccellenze. Si tratta di una grande sfida per la filiera vitivinicola e anche per Vinitaly che dovrà mantenere alto il livello di attenzione per 6 mesi». Così il ministro delle Politiche agricole **Maurizio Martina**, intervenendo alla sessione conclusiva del primo giorno di **wine2wine**, il primo forum sul business del vino organizzato da Veronafiere e Vinitaly. L'esposizione universale di Milano sarà una grande sfida per il made in Italy e il vino italiano



sarà un driver importante di riflessione e di rilancio anche in chiave economica. Per **Giovanni Mantovani**, direttore generale di Veronafiere, «Expo 2015 dovrà essere l'occasione per l'Italia di raccontare e imprimere la sua bella storia fatta di imprese, territori e prodotti capaci di lasciare il segno, così come avvenne nell'edizione di Parigi del 1855 con l'introduzione della prima classificazione dei Cru». Tra i punti di forza del padiglione del vino quello della sua

comunicabilità, soprattutto verso i 3 milioni di visitatori stranieri attesi a Milano, di cui 1,5 milioni arriveranno dalla Cina.

«Ad oggi sono già stati venduti 300mila biglietti e sono stati concessi oltre 600mila visti per l'Italia». È questo lo stato dell'arte della Cina sull'Expo di Milano secondo **Richard Wei**, dirigente del Segretariato generale del Shanghai Post-Expo. «In occasione di Expo – ha proseguito il delegato cinese impegnato nel team di lavoro del governo di Shanghai per la partecipazione a Expo 2015 – abbiamo intenzione di istituire il 'China-Italia fashion and industry development fund', un fondo da circa 125 milioni di euro per promuovere una piattaforma di scambi sui settori del made in Italy, tra cui il vino, l'olio e la moda».

Ufficio Stampa Veronafiere

Canada, l'Ambasciata annuncia che verranno eliminati i dazi sul vino.

Vino. Kamarianakis (Ambasciata Canada in Italia): entro 18-24 mesi eliminati i dazi sul vino grazie all'entrata in vigore CETA, accordo di libero scambio UE-Canada.

Verona, 4 dicembre 2014 – Si accorciano i tempi dell'azzeramento dei dazi doganali applicati alle importazioni di vino in Canada previsto dal 'CETA', l'accordo di libero scambio tra UE e il Paese nord americano, avviato nel 2008.

L'annuncio è stato dato oggi da Emmanuel Kamarianakis, Consigliere del Ministro agli affari commerciali presso l'Ambasciata del Canada a Roma, in apertura della seconda e ultima giornata di wine2wine, il primo business forum del settore organizzato da Veronafi-Veronafiere-Vinitaly.



«Entro 18-24 mesi – ha esordito Kamarianakis – sarà operativa la parte dell'accordo che prevede l'eliminazione dei dazi per il 98% dei flussi commerciali, tra cui il vino; il restante 2% invece rimarrà per i prodotti agricoli». Tra gli obiettivi dell'entrata in vigore del CETA anche la semplificazione delle procedure doganali; la trasparenza dei flussi commerciali e lo snellimento degli ostacoli tariffari. «Da questo accordo – ha proseguito Emmanuel Kamarianakis – ci aspettiamo un aumento di 12 miliardi di dollari di

scambi commerciali provenienti tra l'Europa e il nostro Paese».

Il consumo del vino in Canada continua a crescere. Nel 2013, i canadesi hanno bevuto 220 milioni di bottiglie di vino l'anno, con un consumo pro capite di 17,4 litri (pari a 234 dollari). Le importazioni (oltre 370 milioni di litri) rappresentano il 70% del vino in circolazione con 1,97 miliardi di dollari di fatturato e una crescita del 4,3 per cento.

L'Italia, con 70 milioni di litri circa, è il primo Paese importatore per volume e secondo (con gli Usa) per valore, circa 400 milioni di dollari, sorpassato dalla Francia che, secondo Emmanuel Kamarianakis, «arriva sul mercato canadese con più dinamicità e con proposte più attraenti che fanno aggiudicare alle etichette francesi un miglior posizionamento. Occorre che l'Italia si organizzi meglio, facendo più gioco di squadra».

Ufficio Stampa Veronafi-Veronafiere

Pomodoro

Oi Pomodoro, dal concentrato alla polpa e al passato

Oi Pomodoro da industria nord Italia: approvate le regole condivise per una filiera più trasparente e efficiente. Confermato lo spostamento della trasformazione dal concentrato a polpe e passate.

Piacenza, 4 dicembre 2014 - Un altro passo in avanti per rendere la filiera del pomodoro da industria del Nord Italia più efficiente e trasparente in un quadro di sostenibilità ambientale, sociale e reddituale. Risponde a queste esigenze la fondamentale approvazione da parte dell'Organizzazione Interprofessionale del Pomodoro da Industria del Nord Italia – durante l'assemblea dei soci a Gariga di Podenzano (Piacenza) - delle regole condivise che stabiliscono le tempistiche e le modalità per la contrattazione, le cessioni di materia prima, i conferimenti, le comunicazioni dei dati e le verifiche sul rispetto degli impegni presi fra le parti.

<Le regole condivise – ha commentato il presidente dell'OI **Pier Luigi Ferrari** – sono il frutto di un intenso lavoro che va a definire le modalità dello stare insieme mettendo al centro la coesione dell'intera filiera. Il consolidamento e l'integrazione della filiera sono fondamentali per il mantenimento e il possibile incremento della competitività».



A d illustrare i passaggi salienti delle regole condivise è stato il professor Gabriele Canali, consulente dell'Oi Pomodoro da Industria Nord Italia. <Si sono definite – **ha spiegato Canali** – le modalità di verifica della conformità dei contratti di fornitura del pomodoro al Contratto Quadro d'Area e soprattutto la loro congruità, cioè la coerenza fra quantitativo contrattato e capacità produttiva. Si è introdotto anche un sistema sanzionatorio da applicare in maniera graduale a seconda della gravità dell'irregolarità riscontrata rispetto alle regole condivise. In sostanza si attuerà un monitoraggio costante per tutta la campagna in modo da segnalare, in maniera tempestiva, ai soci della filiera tutti quei comportamenti non rispondenti al rispetto delle regole condivise».

Durante l'assemblea sono stati presentati anche i dati relativi ai prodotti trasformati per la campagna 2014 nei 29 stabilimenti soci dell'Oi del Nord Italia. L'analisi ha messo in evidenza la tendenza allo spostamento da una trasformazione indirizzata alla produzione di concentrato verso i prodotti a più basso residuo (polpe e passate in primis). Questo fattore, sommato a quello delle basse rese di trasformazione conseguenza del

basso residuo del pomodoro, fa emergere un quantitativo di concentrato disponibile praticamente equivalente a quello del 2013, quando si era avuta una forte diminuzione produttiva rispetto all'anno precedente.

Il concentrato, il prodotto più direttamente influenzato dalla concorrenza mondiale, non registra pertanto un aumento rispetto ai quantitativi molto bassi dello scorso anno.

Sul piano normativo si è concluso l'iter per il rinnovato riconoscimento dell'Oi, svolto dalla regione Emilia Romagna ai sensi dei contenuti del nuovo regolamento europeo 1308 del 2013 che ha riscritto, in ambito comunitario, le normative relative alle Op e alle Oi e che assegna un importante ruolo alle Oi nell'ambito della nuova Pac. Inoltre è stata accolta la richiesta di adesione all'Oi di un nuovo socio: l'Op Asport.

In chiave futura l'impegno principale è legato all'Expo 2015. <Il tema del Made in Italy e del legame della nostra produzione di pomodoro con il territorio – ha dichiarato Ferrari – devono essere al centro dell'impegno dell'Oi in vista dell'Expo, un appuntamento durante il quale anche il pomodoro deve essere protagonista».

FOTO 01: Da sinistra, i vicepresidenti Stefano Spelta, Rossella Martelli e Bruna Saviotti; il presidente Pier Luigi Ferrari, il consulente Gabriele Canali e il segretario Maria Chiara Cavallo.



Turismo e innovazione

Promozione turistica. Sempre più digitale per gli italiani.

Il web è diventato lo strumento principale a cui si affidano gli italiani per viaggiare. Nasce Italian Tourism Expo...

di LGC - Parma, 4 dicembre 2014 -

Italiani tutti connessi nonostante l'Italia non sia ancora all'avanguardia europea per infrastrutture digitali e diffusione nell'utilizzo dello shopping on line. La



crescente familiarità con i servizi online, l'aumento di banda, la diffusione dei device mobili connessi, l'ampiezza d'offerta e la qualità logistica lasciano prevedere i 200 milioni di acquisti in Rete entro fine anno. Almeno è quanto rilevato da Netcomm che stima un futuro molto promettente e in costante crescita. Un percorso di crescita, quello degli acquisti on line, che gli osservatori internazionali giudicano molto positivamente alla luce dei risultati pubblicati in "Net Retail - Il

ruolo del digitale negli acquisti degli italiani".

Sorprende ancor più l'attitudine al web se **l'oggetto del desiderio è quello turistico.**

Secondo uno studio dell'Osservatorio Digitale del Turismo del Politecnico di Milano, i turisti italiani tramite il digitale spendono circa 7 miliardi di euro e il mobile commerce vale circa 340 milioni (+40% rispetto ad un anno fa). La crescita degli acquisti legati al turismo, sia in Italia sia all'estero, ma anche di stranieri

che viaggiano nel nostro Paese dipende dal digitale e vale circa 9 miliardi di euro, con un aumento del 10% rispetto al 2013.

Il web è diventato lo strumento numero uno a cui affidarsi per viaggiare.

Sembra proprio che gli italiani non possano più fare a meno di utilizzare i social media per la scelta, l'organizzazione e l'acquisto di un viaggio.

Una conferma che proviene anche dallo studio realizzato da Allianz Global

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



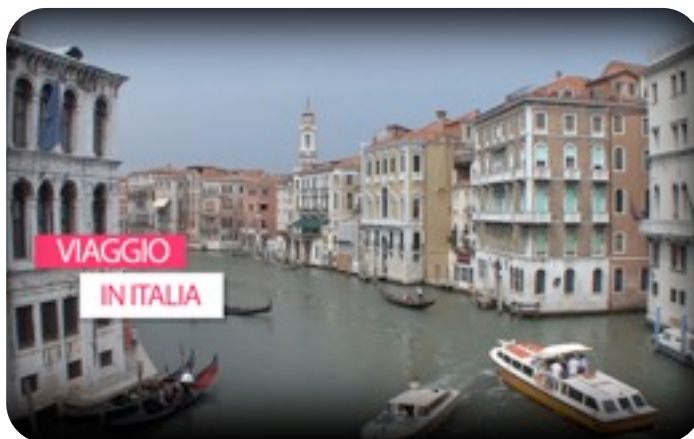
Assistance dove addirittura il 59% dei turisti italiani cerca informazioni relative ai viaggi sui siti delle compagnie assicurative, il 30% su forum o blog online e il 20% attraverso siti di comparazione prezzi.

In forza di questo crescente interesse da parte dell'**italiano, sempre più web oriented**, anche in

ragione della semplicità di connessione che gli analisti di mercato **consigliano di considerare l'e-commerce non solo come canale di vendita di beni e servizi, ma anche come strumento di comunicazione e di customer engagement**, visto che il 60% degli italiani si informa online prima di effettuare in un modo o in un altro i propri acquisti.

In questo contesto, dinamico e tecnologicamente avanzato, si inserisce il **nuovo e innovativo portale multidimensionale "Italian Tourism Expo"**, una vera e propria fiera del turismo digital.

Più di 100.000 punti di interesse geolocalizzati, tra i quali spiagge, Parchi Nazionali e Regionali, chiese, siti UNESCO, castelli, borghi, musei e stazioni termali, ma



anche cantine, aziende agrituristiche, locali storici, rifugi, eventi e sagre.

www.italiantourismexpo.com è il primo portale digitale dedicato al turismo italiano che si propone come una vera e propria fiera online permanente con un sistema

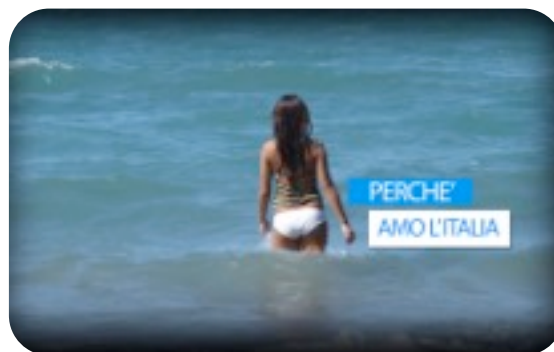
di comunicazione integrato multidimensionale in grado di fare incontrare la domanda e l'offerta che arrivano dal settore turistico italiano.

Gli operatori turistici, agenzie di viaggi, strutture ricettive, ristoranti, agriturismi, ma anche APT territoriali, Comuni, IAT e Unioni di Prodotto, Associazioni di prodotto e servizi (ad esempio Strade dei Sapori o Via Francigena) potranno trovare una vetrina dove promuovere le loro attività e le loro

offerte, inoltre potranno anche aggiornare automaticamente il loro stand virtuale e il loro sito internet grazie a un potente ed unicogeneratore di contenuti originali

Il visitatore e il turista, invece, potranno contare su un'informazione completa e dettagliata su tutto quello che è possibile visitare nella zona di interesse o nei pressi della struttura ricettiva dove si tra trascorrendo la propria sosta.

Attraverso il sito, è poi possibile costruire e salvare i propri itinerari svolti a piedi o in bicicletta ed essere costantemente mantenuti aggiornati sulle novità di Italian Tourism Expo iscrivendosi gratuitamente alla



newsletter.

Per maggiori informazioni: Italian Tourism Expo

