



LA GAZZETTA DELL'AGRO ALIMENTARE E DEI MERCATI

Foglio della convenzione per la difesa
delle piccole aziende grossiste

Settimanale di Informazione
delle Associazioni e dei
Servizi dell'Unione del
Commercio e del Turismo
della Provincia di Milano

NOTIZIARIO ASCOM

Unione del Commercio del Turismo e dei Servizi della Provincia di Milano



Notiziario

*per gli operatori all'ingrosso del
settore agro-alimentare e dei
mercati pubblici*

*redatto a cura del Comitato Provinciale del Commercio
Alimentare all'Ingrosso e con l'Estero dell'Unione C.T.S.
Corso Venezia 49 – 20121 Milano
Tel. 027750288.215 – fax. 027750253
e-mail: varie.guercilena@unione.milano.it
polo.ingrosso@unione.milano.it*

**LA GAZZETTA
DELL'AGRO ALIMENTARE
E DEI MERCATI**

Presidente: Simonpaolo Buongiardino
Direttore: Enzo Guercilena



Direzione Amministrativa
Corso Venezia 49 – 20121 Milano
Direttore Responsabile
Federico Sozzani

Reg. Tribunale Milano
n. 263 del 10 luglio 1981
"Poste italiane spa
Sped a.p. – D.L. 353/2003
(conv. In L. 27/2/2004 n. 46)
art. 1 comma 2, DCB Milano"

Stampato con mezzi propri



SOMMARIO

- 1) Speciale Lattiero-Caseari: Intervista a Giorgio Berneri
Presidente di Assocaseari, a Paolo Pezzera e a
Giuseppe Bodini.-
- 2) I Mercati Agroalimentari all'ingrosso di Milano.-
- 3) il ruolo e le funzioni dei mercati all'ingrosso nel sistema
economico italiano.-
- 4) LEGGI E DECRETI
Controllo temperature alimenti surgelati destinati
all'alimentazione umana.-
- 5) CURIOSITA'
 - con un chilo di avanzi dei pasti al giorno milioni di fertiliz-
zanti "doc"
 - Università e industria alimentare insieme per dare più
certezze
 - Mercati
 - Maggior tutela per il vino italiano
 - Dopo anni di declino torna la "pummarola"
- 6) EVENTI
 - Convegno: Prodotti alimentari: le nuove norme
di etichettatura anche in materia di allergeni.-

SPECIALE LATTIERO-CASEARI

FORMAGGI ITALIANI: STAGIONATURA, PRECONFEZIONAMENTO, PREMI ALL'EXPORT, RAPPORTO EURO-DOLLARO, CALO DEI CONSUMI, ECCESSO DI PRODUZIONE, COSTI, PREZZI FINALI, REDDITIVITA' DELLE IMPRESE. QUESTI I PROBLEMI PRIORITARI SU CUI INTERVENIRE PER RILANCIARE IL SETTORE NEL MERCATO INTERNO E NELLE ESPORTAZIONI.

*INTERVISTA AL PRESIDENTE DI ASSOCASEARI, GIORGIO BERNERI,
A PAOLO PEZZERA DEL GRUPPO STAGIONATORI LOMBARDI E*

A GIUSEPPE BODINI: OCCORRE RIVALUTARE LA STAGIONATURA ISTITUENDO UN ALBO DEGLI STAGIONATORI PER DARE AI CONSUMATORI GARANZIE E CERTEZZE SUL PROCESSO CHE HA CONFERITO VALORE AGGIUNTO AL FORMAGGIO.

Al Mercato-Borsa dei prodotti lattiero-caseari, che si tiene ancora tutti i venerdì negli eleganti e fin troppo ampi locali di Milano Fiori ad Assago, ho incontrato il Presidente di Assocaseari, Giorgio Berneri, insieme al tesoriere Paolo Pezzera, responsabile del Gruppo Stagionatori Lombardi e all'avvocato alimentarista, consigliere di Assocaseari, Giuseppe Bodini.

Dall'incontro, programmato da tempo per dare spazio ai problemi delle imprese grossiste associate, è nata una piccola ma qualificata tavola rotonda. Utile, mi auguro, per chiarire problemi e prospettive del settore lattiero-caseario e da considerarsi come seguito e integrazione all'intervista a Maria Antonia Rossini, pubblicata sulla Gazzetta di novembre 2004

EXPORT DI FORMAGGI DOPO L'ABOLIZIONE DELLE RESTITUZIONI.

Sulla progressiva diminuzione, sino all'abolizione, delle restituzioni all'esportazione per i formaggi italiani, l'avvocato **Bodini** ha precisato che con il nuovo regime, il cosiddetto "**DISACCOUPIAMENTO**", gli importi che prima venivano erogati agli esportatori in base ai titoli di esportazione attribuiti per le specifiche categorie di prodotti e differenziate a seconda dei Paesi di destinazione, vengono adesso globalmente corrisposti ai produttori di latte, nel nuovo sistema di sostegno al reddito del produttore agricolo. "Il che" – precisa il Presidente **Berneri** - "avrebbe dovuto determinare una riduzione del prezzo del latte. Riduzione che non c'è stata."

Si tratta, quindi, per le aziende esportatrici di formaggi, di mantenere lo stesso livello esportativo, senza i vantaggi che avevano prima e con i prezzi all'origine uguali o addirittura aumentati.

"A ciò si deve aggiungere" - continua il Presidente di Assocaseari - "che il disaccoppiamento ha tolto tutti gli aiuti che prima venivano dati agli esportatori e agli stagionatori per destinarli ai produttori di latte. Quelli che erano i benefici concessi alle imprese esportatrici per far costare meno il formaggio all'acquirente estero. Sono diventati irriversi, mettendo in crisi chi ancora effettua lo stoccaggio privato e la stagionatura".

"La comunità spende ancora come prima, ma tutti i finanziamenti vengono dati ai produttori agricoli come integrazione al reddito, senza alcun vantaggio per i consumatori finali e con svantaggio per gli esportatori".

Il danno per le imprese che stagionano ed esportano.

Giorgio Berneri, da due anni Presidente di Assocaseari (Associazione Grossisti e Stagionatori di Prodotti Caseari) che aderisce alla Confcommercio e opera nell'ambito dell'Unione di Milano, è titolare di una azienda di Lallio, che stagiona ed esporta Grana Padano e Parmigiano Reggiano

e tiene a evidenziare il disagio dei colleghi associati per l'abolizione delle restituzioni all'export di formaggi che " consentivano di tenere i prezzi all'estero più bassi e quindi di aumentare la competitività dei formaggi italiani".

"Con l'euro così forte , il dollaro così debole e la mancanza di aiuti, l'esportatore italiano, soprattutto quello che affronta anche i costi elevati della stagionatura, rischia di trovarsi in grosse difficoltà a mantenersi competitivo sui mercati esteri, con possibili ripercussioni sul volume delle esportazioni italiane".

Lolli – Eppure, i dati ufficiali sulle esportazioni italiane parlano, nel 2004, di un aumento di quelle relative a formaggi Dop del 10% in media, con punte del 14% per il Grana Padano e del 12% per il Parmigiano-Reggiano...

Bernerì – "I provvedimenti sono abbastanza recenti e non avevano ancora inciso, un anno fa, sulle nostre esportazioni che continuavano a godere delle restituzioni, sia pure in misura ridotta. E' il futuro che ci preoccupa... Per quanto tempo le nostre aziende riusciranno ad assorbire i maggiori costi e i minori benefici pur di conservare all'estero la competitività necessaria a sostenere i nostri formaggi di qualità?"

I nuovi standard e l'obbligo del confezionamento nel luogo d'origine.

Fra i problemi che preoccupano le imprese del settore caseario, soprattutto quelle che operano la stagionatura ed esportano in forme intere, ci sono quelli dei nuovi standard, che impongono il frazionamento e il confezionamento dei formaggi Dop esclusivamente nella zona d'origine.

"All'inizio" – precisa Giorgio **Bernerì** - "i decreti di modifica riguardavano soltanto il Grana Padano e il Parmigiano-Reggiano **grattugiati**, mentre adesso sta dilagando, sull'onda di quanto è avvenuto per i prosciutti, l'obbligo di confezionamento nella zona d'origine anche per gli altri formaggi. Questo, evidentemente, origina e circoscrive un vantaggio di posizione soltanto a favore delle aziende che producono, frazionano e confezionano nella zona d'origine."

"Se il formaggio viene venduto in forma intera a un commerciante che opera fuori zona per essere tagliato e confezionato in pezzi, deve essergli cambiato il nome. Con evidente pregiudizio anche per la chiarezza e la trasparenza nei confronti dei consumatori".

Paolo Pezzera – "Per fare un esempio pratico, il Gorgonzola prodotto in provincia di Bergamo con latte locale, venduto in forma intera a un commerciante di Torino, che provvede a tagliarlo e a frazionarlo per consentirne la distribuzione al dettaglio, deve cambiargli il nome. E' chiaro che questo nuovo provvedimento, che obbliga a confezionare un formaggio solo nella zona di produzione, diventa un boomerang per la produzione, penalizza la distribuzione e giungerà addirittura ad inibire l'esportazione, perché l'operatore estero non si troverà più in grado di gestire il prodotto."

Lolli – "Per fare un altro esempio che risolva i dubbi di molti consumatori, secondo Anna Bartolini loro paladina, il Gorgonzola o l'Asiago prodotti e stagionati in Italia, ma con latte olandese o francese, possono essere etichettati come formaggi italiani Dop?"

Giuseppe Bodini – "Assolutamente no. Il latte impiegato deve essere prodotto nella zona, certificato e proveniente da stalle preventivamente certificate e autorizzate, sotto stretto controllo dell'organismo preposto. Quando però arriviamo al prodotto finito, ottenuto in forme intere, che potrebbero, conservando ogni richiesta tracciabilità, essere vendute a un commerciante nazionale od estero per essere poi frazionate e diffondere, nelle singole confezioni, la denominazione originale, cominciano i problemi. Purtroppo, con il criterio che sta contagiando un po' tutti i Consorzi di tutela, questa usuale operazione diventa impossibile, proprio a causa della limitazione del pre-

confezionamento alle sole rispettive zone di produzione. Un regime, questo, che limita la circolazione delle merci, accorcia la vita del formaggio con pregiudizio degli scambi, nuoce anzichè giovare alla valorizzazione della denominazione protetta.”

Lolli – “Per il Grana Padano e il Parmigiano-Reggiano esiste lo stesso problema?”

Bernerì – “ Esiste già per i prodotti grattugiati e si sta parlando di estendere l’obbligo anche alle forme frazionate. Chi esporta si troverà inevitabilmente in difficoltà con l’importatore estero, perché la durata della vita del formaggio confezionato non è uguale alla vita della forma intera e poi all’estero chi importa ha comprensibili interessi a confezionare quando e come vuole, attribuendo i marchi commerciali che preferisce, mantenendo ovviamente la D.O.P., principale valore aggiunto rispetto ai competitors.”

Solo formaggi confezionati per l’esportazione ?

Precisa l’avvocato **Bodini**: “ E’ vero quanto dice il Presidente Bernerì ; per quanto riguarda alcuni formaggi, come il Gorgonzola e l’Asiago, che non possono più essere esportati in forme intere perché siano frazionate e confezionate dall’importatore estero, conservando la denominazione originaria. Per il Grana Padano e il Parmigiano Reggiano è ancora possibile, tranne che per le tipologie del grattugiato. Insomma, in futuro potremo esportare soltanto formaggi già confezionati, altrimenti sarà impossibile mantenere la denominazione protetta. E certamente questo nuovo obbligo del preconfezionamento all’origine è destinato a complicare la vita degli esportatori e ad aumentarne i costi; Il mercato americano, uno dei più forti e tradizionali, soffrirà particolarmente perché mancano le licenze per inviarvi formaggio già confezionato”

Bernerì – “E bisogna pur rilevare che questo nuovo obbligo, assai gravoso per le aziende associate, è stato a lungo sollecitato da alcuni Consorzi, che hanno promosso apposite modifica dello standard, conseguendo così l’effetto denunciato di obbligare al cambiamento del nome per il prodotto frazionato e confezionato fuori dal territorio di produzione.” “ Il Ministro Alemanno dovrebbe capire che assecondare questa politica dei Consorzi, portata avanti in nome della tracciabilità e del controllo, finisce con il procurare più danni che vantaggi alle nostre esportazioni di formaggi Dop. E’ assurdo l’obbligo di cambiare il nome a un formaggio prodotto e stagionato nel territorio, solo perché fuori dal territorio è stato tagliato e confezionato.”

Mercati all’ingrosso, Centri Agro-Alimentari, Piccola e Grande Distribuzione

Lolli –“ Negli ultimi due convegni a cui ho partecipato, ho sentito i rappresentanti delle Regioni, le associazioni dei produttori agricoli e dei consumatori e lo stesso ministro Alemanno rivalutare il ruolo dei Mercati all’ingrosso e quello della piccola distribuzione specializzata, a fronte di una Grande Distribuzione sempre più prepotente e aggressiva dei due massimi dirigenti. Giorgio Bernerì e Paolo Pezzera, di Assocaseari. Una associazione che gestisce, fra l’altro, da quarant’anni il Mercato Lattiero-Caseario, oggi a Rozzano. Un Mercato che non prevede esposizione merceologica, ma che è pur sempre un punto d’incontro importante, come Borsa Ingrosso, per produttori e commercianti, stagionatori, importatori ed esportatori del settore.”

Pezzerà – “Nel nostro lavoro, c’è una fase molto importante, oltre alla produzione e alla commercializzazione: la stagionatura.” “ La stagionatura dei formaggi o la fa il produttore o la fa il commerciante all’ingrosso. La nostra tradizione vuole che chi produce consegni la merce al grossista, affinché provveda a farla stagionare prima di commercializzarla.”

“Il problema dei Mercati all’ingrosso, per noi, è anche quello di rivalutare la stagionatura”

Bernerli – “In Francia, la stagionatura dei formaggi è considerata l’ultima fase della produzione, mentre in Italia, invece, è stata sempre un tipico “mestiere” da grossista. Non a caso, nel 1945, all’atto della costituzione di Assocaseari, si scelse la denominazione di : Associazione Nazionale Grossisti e Stagionatori di prodotti Caseari. Oggi, La stagionatura non trova quasi più considerazione e si bada solo al prezzo. Grazie anche al fatto che il coltello per il manico, in fatto di commercio, ce l’ha ormai saldamente in mano la Grande Distribuzione. La conseguenza pratica è che la competitività non si basa più sulla qualità, ma sul prezzo.”

Lolli – “Questa supremazia della G.D.O. è un fenomeno solo italiano o esiste anche negli altri Paesi europei? E come funzionano i rapporti del commercio d’ingrosso con i piccoli dettaglianti dell’alimentazione?”

Bernerli – “ All’estero è forse meno evidente, forse perché la G.D. esiste da più tempo e si sono normalizzati i rapporti, fermo restando il fatto che il coltello per il manico, anche all’estero, ce l’ha sempre lei. Però all’estero, in genere, c’è più riguardo per il servizio e per la qualità dei prodotti.”
“Per quanto riguarda i piccoli dettaglianti, nel Nord Italia la loro rete distributiva si è talmente assottigliata da rasentare la dissoluzione, mentre al Centro e al Sud resistono le micro-imprese. Le chiusure indiscriminate dei piccoli negozi di alimentari, soprattutto al Nord, hanno consentito alla G.D.O. di prenderne il posto. Ovviamente, con un ben diverso peso contrattuale, I rapporti, quindi, sono inevitabilmente cambiati. Nei confronti della G.D. ci troviamo in difficoltà, perché è la parte più forte e impone le sue regole, che dobbiamo accettare per sopravvivere, anche se non le riteniamo giuste. Puntare tutto e solo sui prezzi e le promozioni, ignorando i costi e i sacrifici di chi ancora vorrebbe offrire qualità, diventa poi pericoloso per tutta la filiera, perché i consumatori diventeranno sempre meglio informati e più esigenti.”

I problemi del mercato interno: eccesso di produzione, calo dei consumi e mancanza di redditività per le imprese commerciali d’ingrosso.

Lolli – “ Abbiamo messo in evidenza i problemi di chi esporta. Sentiamo adesso da Paolo Pezzera, che stagiona e commercializza, ma solo sul mercato interno, prevalentemente Grana Padano Gorgonzola, quali sono le difficoltà principali per le imprese come la sua, che continua con tenacia e sacrificio la tradizione di famiglia, attenta alla stagionatura come base della qualità e della salute.”

Pezzera – “I problemi maggiori derivano, secondo me, dallo squilibrio provocato da un eccesso di produzione in un momento in cui i consumi stanno calando. Si avvertono anche in Italia e in Lombardia gli effetti della globalizzazione, in base ai quali “piccolo sarà anche bello, ma non paga”. In più c’è, come dice Bernerli, il disagio provocato dalla scomparsa di tanti meccanismi che aiutavano, in certi momenti, il mercato.”

Lolli – “Per quanto riguarda i mercati all’ingrosso e i Centri agro-alimentari, che sembrano al centro di un interesse nuovo da parte sia delle istituzioni che dei produttori agricoli, pensano i dirigenti di Assocaseari che possano aiutare, e magari rilanciare, le piccole e medie imprese associate?”

Bernerli – “Quello dei mercati all’ingrosso mi sembra, nel settore lattiero-caseario, un discorso un po’ superato, per la grande percentuale di mercato che la G.D.O. ha conquistato. C’è poco spazio, quindi, anche se è auspicabile che nuove iniziative vengano prese alla luce della situazione di oggi, assai precaria, con l’aiuto delle Istituzioni pubbliche, Regioni in testa.”
“D’altra parte, la G.D. sta occupando sempre nuovi spazi, ed è difficile, per un settore come il nostro, contrastare la tendenza , tenendo conto delle risorse necessarie per investimenti in strutture,

gestione e organizzazione tecnologica dei mercati”

Prezzi, costi e margini di ricarico.

Lolli – “ I produttori agricoli si lamentano per la mancanza di redditività e per il divario dei prezzi dai campi ai banconi dei supermercati e invocano centri all’ingrosso e nuovi rapporti con i piccoli distributori per sfuggire al monopolio soffocante della G.D.O. Non è vero, allora, che la colpa dell’aumento dei prezzi era tutta della distribuzione tradizionale, di quella, diciamo così, né grande né eccessivamente organizzata?”

Bernerì – “E’ vero il contrario, e cioè che qualche anno fa i margini di ricarico dei piccoli commercianti erano inferiori a quelli praticati oggi dalla G.D. I produttori agricoli hanno ragione di lamentarsi per il forte aumento che i prezzi subiscono nel passaggio dall’origine al banco di vendita dei super-iper-mercati.”

Le richieste di Assocaseari al Ministro Alemanno.

Per concludere, facciamo finta di avere qui davanti a noi il Ministro Alemanno. Cosa gli chiederebbero, o che consigli gli darebbero, Paolo Pezzera a nome degli stagionatori di Gorgonzola del Bergamasco e Giorgio Bernerì per conto delle imprese grossiste, stagionatrici ed esportatrici associate ad Assocaseari?

Paolo Pezzera – “ Gli chiederei di avere più riguardo per chi ancora accetta di sobbarcarsi ai costi e ai sacrifici di una tradizione antica: quella della stagionatura dei formaggi.”

“E gli consiglieri di fare in modo che i consumatori siano meglio e più correttamente informati su quello che decidono di acquistare, perché lo facciano non in base al prezzo e allo sconto, ma alla qualità. E’ essenziale, infatti, che i consumatori imparino a riconoscere il gusto e la qualità dei formaggi stagionati e che li esigano, sia quando fanno acquisti nel negozio specializzato sotto casa, sia quando fanno la spesa in grande al supermercato. Soprattutto lì, nei super-ipermercati, dove tutto è grande, luccicante e ben confezionato, il consumatore deve essere messo in grado di giudicare e di scegliere, perché non sempre la Grande Distribuzione offre i prodotti migliori al prezzo più conveniente...”

“Come ha detto bene il Presidente Bernerì, i ricarichi applicati dalla G.D. sono spesso più alti di quelli che un tempo accontentavano il piccolo dettagliante e la qualità non è sempre eccelsa. Per certi formaggi, come il Gorgonzola, il Taleggio, il Grana o il Provolone, tanto per citarne alcuni, la fase della **stagionatura** è un passaggio delicato, costoso, ma indispensabile per gustare un formaggio veramente di qualità. I consumatori devono ricordarsene...”

“Devo riconoscere, comunque, che già oggi i consumatori, o almeno molti consumatori, hanno raggiunto un buon livello di conoscenza e sanno scegliere. Vediamo, infatti, che anche nei supermercati la gastronomia va molto bene e attira più dei prodotti confezionati, perché il prodotto si vede intero, offre tagli freschi e permette una migliore valutazione. **Al Ministro Alemanno, ma anche ai rappresentanti della Regione Lombardia, consiglieri di prestare più attenzione ai commercianti/stagionatori, non soltanto ai produttori.”**

Il valore aggiunto della stagionatura e del commercio.

Bernerì – “ Quello che dice Pezzera è verissimo per tutti noi, non solo a livello lombardo.

Bisogna che i nostri governanti rifuggano da tentazioni fondamentalistiche a favore solo dei produttori agricoli, perché il prodotto agricolo va sul mercato, certamente, per le sue caratteristiche intrinseche, ma in parte preponderante per il valore aggiunto che gli danno i trasformati”.

“La trasformazione, nel caso dei formaggi, include necessariamente la stagionatura.

La stagionatura conferisce al formaggio pregio, qualità salutistiche, caratteristiche organolettiche, gusto, sapore e quant'altro. **Questo valore aggiunto, dato dalla stagionatura e dai servizi della distribuzione commerciale, deve essere salvaguardato**".

"Non possiamo pensare che i consumatori vadano a far spesa nei campi e si trovino soddisfatti. Anche il discorso del confezionamento deve essere rapportato a questo concetto fondamentale: la distribuzione agisce in diversi luoghi e non solo, obbligatoriamente, in quelli d'origine dei prodotti".

Le conclusioni del Presidente di Assocaseari.

Bernerli – In aggiunta a ciò, raccomanderei al Ministro Alemanno, per quanto di sua competenza, e al Governatore della Lombardia, Formigoni, per quanto riguarda la disciplina del commercio, di avere una attenzione particolare per la distribuzione tradizionale, di non pensare solo alla grande distribuzione, per mantenere, sinché è possibile, una essenziale funzione di servizio ai consumatori, compreso quello di competenza nello scegliere prodotti di qualità da offrirgli."

"Soprattutto nei piccoli centri, ma anche nel cuore delle metropoli, infatti, con una presenza crescente di anziani e di persone che vivono da sole, la funzione del dettagliante sotto casa, che si rifornisce ai Mercati all'ingrosso di prodotti agro-alimentari freschi, resta essenziale. E i suoi prezzi, come ho detto prima, non sono più alti di quelli dei supermercati, in linea di massima, perché si accontenta di margini di ricarico inferiori, pur erogando servizi migliori. Non lasciamo, caro Ministro e caro Governatore, che il tessuto distributivo tradizionale vada completamente distrutto, come è successo in altri Paesi, che adesso si pentono e cercano di recuperarlo."

"Come Associazione nazionale grossisti e stagionatori di prodotti caseari, chiediamo più attenzione alla redditività delle piccole e medie imprese commerciali, perché è diventata ormai insufficiente alla loro presenza sul mercato, intesa anche come capacità competitiva in Italia e all'estero. Occorre rivalutare il nostro lavoro e il servizio che rendiamo alla collettività, malgrado le difficoltà crescenti".

La proposta di Assocaseari: istituire "l'Albo degli Stagionatori".

Conclude l'incontro, su sollecitazione del Presidente Bernerli, l'avvocato Giuseppe Bodini, che presenta una proposta interessante di Assocaseari: l'istituzione di un **"Albo degli Stagionatori"**, considerata la peculiarità delle aziende che operano la stagionatura dei formaggi.

"Il formaggio stagionato, infatti, è il fiore della produzione casearia e con l'istituzione di un Albo degli Stagionatori di formaggi si potrebbe garantire ai consumatori che la stagionatura è regolarmente avvenuta, nei modi e nei tempi previsti dai disciplinari, accertati rigorosamente presso uno degli stabilimenti iscritti."

"I consumatori avrebbero cioè la certezza di un processo che conferisce al formaggio gusto, sapore, qualità organolettiche e salutistiche. Il vero valore aggiunto è quello della stagionatura: sul prodotto fresco, tranne la mozzarella e pochi altri, il valore aggiunto è spesso inesistente o irrilevante? La stagionatura, infatti, è la fase finale del processo produttivo, quella che conferisce "nobiltà" al formaggio. "Una iniziativa come questa dell'Albo degli Stagionatori, va ricordato, sarebbe utilissima e originale, perché non esiste in nessun altro Paese. Neppure in Francia, dove pure la cultura dell'affinage è radicata parte della tradizione:"



MERCATI AGROALIMENTARI ALL'INGROSSO DI MILANO.

E' la SO.GE.MI (Società per l'impianto e l'esercizio dei Mercati Annonari all'Ingrosso di Milano SpA), presieduta dall'avvocato Serena Manzin e controllata per il 99% dal Comune di Milano, che gestisce tutti i Mercati Agroalimentari all'Ingrosso di Milano.

Si tratta, nel complesso di aree attrezzate limitrofe fra di loro, del Centro integrato di distribuzione all'ingrosso più grande d'Italia e di una delle maggiori realtà per il commercio agroalimentare all'ingrosso del mondo.

Ciascuno dei Mercati milanesi è leader in Italia nell'ambito del proprio comparto merceologico.

MERCATO ORTOFRUTTICOLO (7.000 UTENTI)



E' il più grande d'Italia per quantità di prodotti commercializzati: frutta e verdura, agrumi, frutta secca, prodotti certificati, prodotti biologici, prodotti etnici, prodotti di IV gamma, prodotti conservati.

Con il 16% di prodotti importati, il Mercato Ortofrutticolo all'ingrosso di Milano riveste anche una rilevante funzione di ridistribuzione in Italia di frutta e verdura di provenienza estera.

Nel Mercato operano 145 aziende grossiste con punto vendita, molte delle quali si sono specializzate nelle specifiche merceologiche e nelle zone di provenienza dei prodotti.

Sull'area di mercato –un totale di 450.000 metri quadrati- si sono sviluppati negli anni vari servizi complementari, per rispondere alle esigenze delle attività mercatali.

Particolare attenzione viene posta nel garantire sia la tracciabilità/rintracciabilità, sia la massima sicurezza igienico-sanitaria sull'ortofrutta commercializzata, anche tramite l'esecuzione, da parte degli operatori a titolo volontario, di ulteriori analisi di laboratorio sui prodotti, in aggiunta a quelle obbligatorie per legge.

MERCATO ITTICO (1.700 Utenti) Dal 1° Febbraio 2005 aperto ai privati.



E' tra i più moderni a livello europeo e il più grande d'Italia, sia come dimensioni sia come quantità (circa 25.000 tonnellate all'anno), freschezza e qualità dei prodotti commercializzati.

La nuova struttura del Mercato Ittico, inaugurata nel 2000, occupa un padiglione di 10.000 mq. con 27 stand. All'avanguardia sotto l'aspetto tecnologico e nel rispetto delle norme igienico-sanitarie della Unione Europea, il Mercato Ittico all'Ingrosso di Milano è dotato di spazi attrezzati ad uso depositi e si avvale di un impianto centralizzato di produzione di liquido refrigerante per il raffreddamento delle celle frigorifere.

MERCATO DEI FIORI (1.500 Utenti)



Il Mercato Floricolo all'ingrosso di Milano è dotato di innovative soluzioni impiantistiche e tecnologiche ed è il più grande mercato di ridistribuzione in Italia di fiori nazionali ed esteri e, in piccola parte, di esportazione di prodotti italiani.

La nuova struttura, inaugurata nel 2000, occupa un padiglione di 10.000 mq. dei quali oltre la me-

tà dedicati all'esposizione e alla vendita dei prodotti, e vede allineati, l'uno vicino all'altro, i punti vendita dei grossisti e dei produttori, in modo da garantire una maggior trasparenza nella formazione dei prezzi.



MERCATO DELLE CARNI (65 Utenti)

Il Mercato delle Carni di Milano, dislocato su un'area complessiva di circa 2.800 mq., dei quali 1.300 adibiti a sala contrattazioni e 700 a celle frigorifere, è stato il primo mercato pubblico in Italia a mettersi in regola con la normativa igienico-sanitaria prevista dalla Ce. I severi controlli avvengono sotto la stretta sorveglianza di responsabili veterinari e la carne acquistata può essere sezionata in una sala di lavorazione, porzionatura e confezionamento, in grado di fornire l'intera gamma di tagli e pezzature, confezionate in modo tradizionale o sottovuoto.

MERCATO AVICUNICOLO (700 Utenti)

E' il mercato leader in Italia per la commercializzazione di polli, uova, conigli, cacciagione, carne esotica, prodotti lavorati e precucinati, sia per quantità (oltre 15.000 tonnellate all'anno) sia per la presenza al suo interno di una Sala Contrattazioni, una vera e propria "Borsa", unica in Italia per questa specifica merceologia.

Nel Mercato Avicunicolo milanese gli acquirenti possono trovare un'ampia gamma di prodotti a prezzi estremamente competitivi, commercializzati secondo le normative igienico-sanitarie della Ce.



I Numeri dei Mercati Agroalimentari all'Ingrosso di Milano.

Superficie complessiva :	890.000 mq.
Quantità commercializzate:	1.200.000 tonnellate all'anno
Giro d'affari complessivo:	2.500 milioni di euro all'anno
Utenti dei Mercati:	12.000 persone al giorno
Bacini d'utenza:	10.000.000 di abitanti.

**IL RUOLO E LE FUNZIONI DEI MERCATI ALL'INGROSSO
NEL SISTEMA ECONOMICO ITALIANO.
I RISULTATI DEL CONVEGNO PROMOSSO DA SOGEMI, FEDAGRO
E MERCATI ASSOCIATI.
GLI INTERVENTI DI FURIO LOVATI, PRESIDENTE DEI GROSSISTI ORTOFRUT-
TICOLI, DI FRANCO CEREDA, PRESIDENTE DEI GROSSISTI FIORI E PIANTE
E DI ANNA BARTOLINI PALADINA DEI CONSUMATORI.
TUTTI D'ACCORDO: BISOGNA FAVORIRE LA CRESCITA DEL SISTEMA MERCA-
TI
ALL'INGROSSO ANCHE PER RIMEDIARE AL CALO DEI CONSUMI**

Tutti d'accordo, al termine dell'affollato convegno sul ruolo e le funzioni dei mercati all'ingrosso e dei centri agro-alimentari, svoltosi il 18 gennaio al Circolo della Stampa di Milano, con le conclusioni del Ministro per le Politiche Agricole, Gianni Alemanno: "Bisogna favorire la crescita del sistema dei mercati all'ingrosso, come organizzazione a sostegno sia dei redditi dei produttori agricoli, sia dei portafogli dei consumatori. E occorre contrastare il calo dei consumi con la trasparenza dei prezzi e degli sconti".

I lavori del convegno, di cui abbiamo parlato sul numero di gennaio della Gazzetta, sono stati aperti da Serena Manzin, presidente di SogeMi e vice-presidente di Mercati Associati, che ha sottolineato, ovviamente, l'importanza dei 144 mercati generali all'ingrosso presenti in Italia, ricordando che essi movimentano oltre il 60% dell'ortofrutta commercializzata in Italia, pari a circa 100 milioni di quintali all'anno.

"Il trend delle quantità commercializzate a livello nazionale" – ha ricordato la Manzin – "è in continua crescita (circa del 4% all'anno), malgrado il calo dei consumi, e genera un volume di affari di circa 18 miliardi di euro".

Dopo aver ricordato che intorno ai Mercati Generali all'Ingrosso gravitano dettaglianti, ambulanti, grossisti esterni, catering, aziende della ristorazione e della distribuzione organizzata, esportatori, imprese di confezionamento e lavorazione, intermediari, trasporti, servizi di supporto tecnico, logistico, immobiliare e produttori che appoggiano la loro attività sui mercati all'ingrosso, per un totale complessivo di 500.000 unità, Serena Manzin ha sottolineato che i mercati all'ingrosso possono contribuire al miglioramento dei controlli sulla qualità dei prodotti, sulla tutela della salute individuale e collettiva e che svolgono una importante azione calmieratrice.

Questo ruolo, secondo la Manzin, può essere ulteriormente rafforzato "mettendo in rete, in una logica di sistema innovativo, i 144 mercati e i Centri agro-alimentari, in modo da offrire ai produttori una pluralità di opzioni nel collocamento dei loro prodotti e assicurare le stesse pluralità di scelta ai consumatori".

L'esperienza europea, e in particolare quella di Spagna, Francia e Germania, ha visto un importante contributo dei Governi centrali per fare dei Mercati all'Ingrosso lo strumento principale atto a sostenere lo sviluppo delle produzioni nazionali, a partire da una forte modernizzazione delle strutture e da una forte collaborazione gestionale tra operatori pubblici e privati".

Dopo la Presidente di Sogemi, anche Ottavio Guala, presidente di Mercati Associati e di Fedrago Mercati, l'importanza dei Mercati all'ingrosso, rafforzata e non sminuita dalle profonde trasfor-

mazioni della produzione e della distribuzione.

Secondo Guala, “i Mercati all’ingrosso sono diventati delle vere e complete piattaforme logistiche, accrescendo il valore aggiunto delle prestazioni, non più circoscritte al semplice atto delle contrattazioni. “

“La formazione del prezzo in condizioni di libera e trasparente contrattazione è una delle funzioni fondamentali dei Mercati, che diventano, da questo punto di vista, un antidoto agli squilibri dovuto a monopoli e oligopoli e assicurano ai consumatori la doverosa trasparenza.”

Fabio Massimo Pallottini ha portato l’esempio della gestione del Centro Agroalimentare di Roma, “ perché dimostra, con dati emblematici che la rendono una esperienza pilota, come siano ormai soltanto luoghi comuni i giudizi sulle gestioni delle società di servizi private e di interesse pubblico. La Cargest concilia aspetti finanziari a elementi tipici della cultura aziendale privatistica, con sensibilità sociale ereditata dalla tradizione italiana delle utilities municipalizzate”.

Valentino Di Pisa, presidente Acmo, ha sottolineato che “ il Manuale delle buone pratiche commerciali, che vede il Ministro Alemanno direttamente impegnato in questo progetto sperimentato a Bologna e a Fondi, verrà esteso a tutti gli altri Centri agro-alimentari italiani.”

Gli interventi di tutti i rappresentanti della Associazioni dei Produttori agricoli hanno sottolineato le preoccupazioni per le sfide competitive in atto con la globalizzazione dei mercati, soprattutto in relazione alle importazioni di prodotti fortemente concorrenziali, come prezzo, a quelli “nostrani”, ribadendo peraltro la fiducia per il nostro sistema di mercati all’ingrosso e auspicando interventi pubblici per migliorarne e modernizzarne le strutture.

Gli interventi degli operatori dei Mercati hanno preso atto di questa rinnovata fiducia delle istituzioni e dei produttori agricoli, ricordando tuttavia, come ha fatto il Presidente dei grossisti ortofruttili, Furio Lovati, che negli anni passati questo interesse è mancato, consentendo una sorta di decadimento di funzioni essenziali per la produzione, per il libero commercio e per la comunità. Qualche nota polemica, nell’intervento di Lovati, che ha tuttavia assicurato l’impegno dei grossisti per rinnovare strutture e servizi dei mercati e per offrire chiarezza e trasparenza dei prezzi, se gli operatori saranno finalmente sostenuti adeguatamente dall’attenzione maggiore della istituzioni e da una gestione più aderente ai loro bisogni.

Anche Franco Cereda, presidente dei grossisti fiori e piante, ma anche di Sofima, la società finanziaria dell’Unione del Commercio creata per gli interventi nel campo agro-alimentare è ha sottolineato le difficoltà dei grossisti nel sostenere i costi elevatissimi dei mercati e di offrire, nel contempo, prezzi e servizi competitivi, considerando soprattutto la funzione calmieratrice che i Mercati all’ingrosso dovrebbero avere. “

La funzione prioritaria dei mercati all’ingrosso” – ha detto Franco Cereda – “ è proprio, a mio avviso, quella di calmierare i prezzi nell’interesse dei consumatori. Gli operatori grossisti dei mercati devono essere posti in condizione di svolgere questa funzione, mettendo a loro disposizione spazi adeguatamente attrezzati e moderni e una gestione efficiente a costi contenuti e controllati. Non sempre, a mio avviso, la Sogemi ha saputo garantire questa efficienza e questi costi. Ci aspettiamo, dal nuovo corso annunciato e dal rinnovato interesse di istituzioni e produttori nei confronti dei mercati all’ingrosso, una maggiore attenzione, che si possa tradurre in una migliore

collaborazione, così da supportare il nostro lavoro e il servizio che quotidianamente garantiamo, spesso in condizioni assai difficili, ai produttori, ai distributori e ai consumatori.”

Il Ministro Gianni Alemanno ha concluso i lavori assicurando che “ nell'immediato futuro l'impegno del Ministero per le Politiche Agricole sarà incentrato sulla ricerca di strumenti volti a favorire la crescita del sistema dei mercati all'ingrosso, come organizzazione a sostegno sia dei redditi dei produttori agricoli sia dei portafogli dei consumatori, che soltanto grazie ad una solida rete di mercati e di Centri agro-alimentari potranno essere garantiti sulla qualità dei prodotti e sulla trasparenza dei prezzi.”

N.d.r.: Sui lavori del Convegno e, più in generale, sulla situazione e sulle prospettive dei grossisti che operano nei Mercati all'Ingrosso di Milano, abbiamo ottenuto interviste esclusive dal presidente dei grossisti ittici, Marco Pedol e del presidente dei grossisti fiori e piante, Franco Cereda che pubblicheremo sul prossimo numero della Gazzetta.



CONTROLLO TEMPERATURE ALIMENTI SURGELATI DESTINATI ALL'ALIMENTAZIONE UMANA

Sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea, serie L 10 del 13 gennaio u.s., è stato pubblicato il Regolamento (CE) n. 37/2005 della Commissione, del 12 gennaio 2005, sul **controllo delle temperature nei mezzi di trasporto e nei locali di immagazzinamento e di conservazione degli alimenti surgelati destinati all'alimentazione umana**.

Il campo d'azione del nuovo regolamento è:

il controllo della temperatura nei mezzi di trasporto e nei locali di immagazzinamento e di conservazione degli alimenti surgelati.

Si premette che la previgente ed ora abrogata direttiva 92/1/CEE sul controllo delle temperature nei mezzi di trasporto e nei locali di immagazzinamento e di conservazione degli alimenti surgelati destinati all'alimentazione umana, recepita nell'ordinamento interno italiano con il D.M. 25 settembre 1995 - n. 493, nonché citata nei considerando 1-2-5-7 del Regolamento (CE) n. 37/2005 della Commissione, contiene prescrizioni per garantire il rispetto integrale delle temperature imposte dalla direttiva 89/108/CEE, recepita nell'ordinamento interno italiano con il Dlgs. 27 gennaio 1992 - n. 110.

Si ricorda pertanto che **la temperatura degli alimenti surgelati deve essere mantenuta** in tutti i punti del prodotto ad un valore pari o inferiore ai -18° . Sono previste **brevi oscillazioni** di 3° durante il trasporto e durante la distribuzione negli armadi e nei banchi frigoriferi per la vendita al consumatore.

Al momento dell'adozione della direttiva 92/1/CEE, non era però stata stabilita alcuna norma europea sugli **strumenti di controllo delle temperature** nei mezzi di trasporto e nei locali di immagazzinamento e di conservazione degli alimenti surgelati.

Inoltre, la direttiva 92/1/CEE prevedeva una deroga – ora revocata - per i trasporti ferroviari degli alimenti surgelati.

Con il Regolamento (CE) n. 37/2005 della Commissione, **a partire dal 1° gennaio 2006** i mezzi di trasporto e i locali di immagazzinamento e di conservazione degli alimenti surgelati dovranno essere dotati di adeguati strumenti di registrazione che misurino, con frequenza e ad intervalli regolari, la temperatura dell'aria in cui si trovano i prodotti surgelati; inoltre, tutti gli strumenti di misurazione utilizzati per controllare la temperatura dovranno essere conformi alle **norme EN 12830, EN 13485 ed EN 13486**.

Gli strumenti utilizzati per controllare la temperatura ed installati fino al 31 dicembre 2005, potranno essere utilizzati fino al 31 dicembre 2009 al più tardi.

Gli operatori del settore alimentare sono inoltre obbligati a datare ed a conservare le registrazioni delle temperature per almeno un anno o, a seconda della natura e della durata di conservazione dell'alimento surgelato, per un periodo più lungo.

Per quanto concerne la registrazione delle temperature per le apparecchiature di piccole dimensioni utilizzate nel **commercio al dettaglio** (banchi espositori e celle frigorifere per la conservazione delle scorte) varranno le deroghe seguenti:

- la temperatura dell'aria durante la conservazione nei banchi espositori per la vendita al dettaglio e durante la distribuzione locale è unicamente misurata da almeno un termometro facilmente visibile.

Nel caso di banchi espositori aperti:

- a) va indicata chiaramente la linea di carico massimo del banco espositore;
- b) il termometro deve essere collocato a livello della suddetta linea.

- l'autorità nazionale competente può accordare deroghe alle prescrizioni per gli impianti di refrigerazione di dimensioni inferiori a 10 m³ destinati alla conservazione delle scorte nei punti di vendita al dettaglio, per consentire che la temperatura dell'aria sia misurata con un termometro facilmente visibile.

Il Regolamento (CE) n. 37/2005 della Commissione entra in vigore il 2 Febbraio 2005.

Il medesimo Regolamento, con riferimento ai trasporti ferroviari, si applica dal 1° gennaio 2006.



CURIOSITA'



Con un chilo di avanzi dei pasti al giorno milioni di fertilizzanti " doc".

“La raccolta differenziata in ogni famiglia di poco più di un chilo di avanzi della tavola prodotti al giorno farebbe ridurre i rifiuti urbani di un terzo e renderebbe disponibili sostanze organiche da restituire al suolo come composta per migliorare la fertilità dei terreni agricoli e la crescita delle piante ed evitare i problemi ambientali determinati dall’abbandono in discarica”.

Lo ha sottolineato il responsabile della Coldiretti per l’ambiente, Stefano Masini, all’incontro “ Meno rifiuti in città, più qualità in campagna”, nel sottolineare che la raccolta differenziata di sostanze biodegradabili potrebbe passare da 2 a quasi 10 milioni di tonnellate. In Italia, infatti, vengono prodotti circa 30 milioni di rifiuti urbani all’anno, il 30% dei quali è composto da scarti alimentari e verdi che possono essere recuperati con il compostaggio per l’agricoltura e la floricoltura. (Da La Stampa del 16 gennaio 2005)

Università e industria alimentare italiana insieme per dare più certezze ai consumatori in materia di sicurezza degli alimenti.

Come corollario all’istituzione a Parma dell’Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare, SI-STAL e SIMTREA, organismi che rappresentano i tecnologi e i microbiologi alimentari delle Università italiane, hanno annunciato di voler collaborare sempre più intensamente con Federalimentare, la federazione delle associazioni industriali dell’alimentazione.

L’annuncio di questa forte cooperazione fra mondo accademico e industria è stato dato il 19 gennaio 2004 a Roma nel corso dei lavori del Convegno " Qualità e sicurezza degli alimenti in Europa", tenutosi nella sede del Cnr. Alcuni dei numeri dati in occasione della giornata di studio sono significativi per comprendere appieno l’importanza di questa collaborazione: l’industria alimentare italiana fattura ogni anno 105 miliardi di euro, trasformando il 70% delle materie prime agricole nazionali e producendo 6 miliardi di pasti ogni anno.

MERCATI

Allarmante rapporto della C.I.A. la produzione agricola italiana rischia una crisi irreversibile per i prezzi troppo bassi all’origine, il calo dell’export e l’aumento delle importazioni. La Cina sta invadendo il nostro mercato di pomodori e mele e la Spagna ha strappato all’Italia il primato dell’export di frutta e ortaggi nella classifica Ue. Le importazioni dall’America Centro-meridionale sono aumentate del 33%, quelle dal Medioriente del 20% e quelle dall’Asia di più del 19%. Le nostre esportazioni sono scese di circa il 13% in Europa e nel mondo. Crollo dei prezzi all’origine, aumento dei costi di produzione e del lavoro nero.

Quadro assai fosco quello dipinto, nella sua relazione annuale all’assemblea della Confederazione Italiana Agricoltori, dal presidente Politi. Scendono le esportazioni italiane sia in Europa (-

13,8% nel 2004 rispetto al 2003) che nel resto del mondo (-12,59%), mentre salgono le importazioni dall'America Centro-meridionale (+33%), dal Medioriente (+ 19,59%) e dall'Asia Orientale (+19,16%)⁹.

Sul fronte dei prezzi, secondo il presidente della C.I.A. la situazione è ancora più drammatica: “nel mese di dicembre 2004, per fare un esempio, gli ortaggi registravano su base tendenziale riduzioni del 29%, i cereali del 28%, l'olio d'oliva del 13%, gli avicunicoli del 21%”.

“Quando si parla di riduzioni del 20% con punte del 50% per alcuni prodotti ortofrutticoli” –ha detto Politi- “ non siamo di fronte ad un anomalo andamento del mercato, ma ad una crisi strutturale che potrà avere effetti permanenti sulle nostre capacità produttive”.

Al crollo dei prezzi all'origine si aggiunge l'aumento dei costi di produzione (+2,9%) e una situazione di lavoro in cui gli occupati aumentano prevalentemente per la regolarizzazione del lavoro nero, mentre nel lungo periodo prosegue la riduzione degli occupati nel settore. E aumenta anche il ricorso al credito (+9,3%) per l'acquisto di macchine e attrezzature, mentre sono di modesta entità i finanziamenti volti al miglioramento fondiario.

L'unica nota positiva della relazione del presidente della C.I.A. riguarda la propensione dei giovani imprenditori a investire e a innovare. Alla domanda di innovazione di questi 269.000 agricoltori under 40 non c'è però una risposta adeguata da parte delle amministrazioni pubbliche: l'unica, o quasi, forma di agevolazione di cui possono disporre è l'intervento comunitario destinato al primo insediamento.

Maggiore tutela per il vino italiano con l'approvazione da parte del Consiglio dei Ministri dello schema di disegno di legge che offre una miglior difesa contro le imitazioni con la lotta all'agro-pirateria e il rilancio del Made in Italy “autentico”.

Un provvedimento che difende la qualità, dice il Ministro Alemanno. Soddisfatte la Coldiretti e la Confagricoltura.

Commentando con soddisfazione il via libera dato dal Consiglio dei Ministri, il 15 gennaio scorso, al disegno di legge che fissa ulteriormente le regole e soprattutto offre una miglior difesa contro le imitazioni ai vini italiani a denominazione d'origine, il Ministro Alemanno ha ricordato che “questi vini hanno aumentato la nostra capacità di stare sul mercato e di ricavarne redditi. La decisione di adeguare l'assetto normativo vigente è più che necessario, indispensabile per indicare anche a livello europeo la strada da seguire”

Con il disegno di legge vengono perfezionate le procedure di riconoscimento delle denominazioni di origine con il pieno coinvolgimento delle Regioni. Si definiscono poi il ruolo e i compiti dei consorzi di tutela e si revisiona il sistema sanzionatorio legato ancora al periodo del dopometanolo.

Viene anche codificata la classificazione gerarchica dei vini, divisi in denominazioni di origine controllata e garantita (docg), denominazioni di origine controllata (doc) e indicazioni geografiche tipiche (igt). E' prevista anche una più stretta aderenza alla regolamentazione comunitaria in materia di menzioni e di etichettatura e una semplificazione delle procedure amministrative per il riconoscimento della denominazione.

Si tratta di un provvedimento atteso da tempo e costruito per superare le lacune della legge 164/1992 alla luce anche delle nuove situazioni di mercato a livello nazionale, comunitario e internazionale. “Una decisione importante” – ha commentato Alemanno – “ frutto di un lungo confronto

con la filiera produttiva e con le Regioni, che ci permette di tutelare e valorizzare al meglio la produzione vitivinicola italiana”.

“Il tema delle denominazioni d’origine e la difesa dei prodotti italiani tipici a livello mondiale è diventata una battaglia strategica per l’intero sistema agroalimentare. **L’Italia può contare su un patrimonio di 427 tra Docg, Doc e Igt, che rappresentano il 60% della produzione nazionale di vino con un fatturato complessivo di circa 8,5 miliardi di euro e un valore delle esportazioni superiore ai 2,5 miliardi di euro. Risultati importanti, che rischiano di essere compromessi dal fatto che sono numerosi i Paesi che utilizzano la denominazione Made in Italy per spacciare vini locali come italiani.**”

Secondo una recente indagine citata dalla Coldiretti, solo negli Stati Uniti il mercato dei vini di imitazione del Made in Italy è quasi uguale a quello delle nostre esportazioni. **Ecco** perché la lotta all’agropirateria è una scelta di trasparenza del Governo italiano e un passaggio fondamentale del negoziato del Wto.

Dopo anni di declino, torna la classica “pummarola” con una inversione di tendenza dal 2000.

Nel 2004 ogni famiglia italiana ha acquistato ben 31 chili di pomodori trasformati.

Rileva la Coldiretti, sulla base dei risultati di una ricerca ACNielsen, che la classica e semplice “pummarola”, dal 2000 in lento declino a favore di altri condimenti, sta invertendo la tendenza e tornando in auge presso le famiglie italiane. Nel 2004 è stato registrato un aumento del 6% nelle quantità acquistate, con punte del 10% per la passata di pomodoro e del 12% per i pomodori a pezzettoni. L’anno scorso ogni famiglia italiana ha acquistato ben 31 chili di pomodori trasformati, con preferenza per i pelati (14 chili), le passate (11 chili), i pomodori a pezzi (6 chili), i concentrati e gli altri derivati (1 chilo). In totale, 545.000 tonnellate di pomodori conservati, per un valore di 442 milioni di euro.



EVENTI

Convegno: "Prodotti Alimentari: le nuove norme di etichettatura anche in materia di allergeni"

Si terrà il 28 febbraio 2005 alle ore 21.00 presso la sede Unione CTSP – Sala Commercio il Convegno dal titolo: "***Prodotti Alimentari: le nuove norme di etichettatura anche in materia di allergeni***".

Il Comitato Provinciale Commercio Ingrosso Alimentare e con l'Estero ritiene importante discutere le nuove norme con un esperto del Ministro Attività Produttive al fine di fare chiarezza in un comparto in cui norme disparate hanno prodotto confusione ed incertezze applicative.

Programma:

Ore 21.00 Saluti introduttivi
Roberto Predolin
Assessore al Commercio
Comune di Milano
Simonpaolo Buongiardino
Presidente Comitato Ingrosso Alimentare

Ore 21.15 Presentazione del Convegno:
Maria Antonia Rossini
Vice Presidente Comitato
Ingrosso Alimentare

Ore 21.25 Relazione:
*Prodotti Alimentari: le nuove
Norme di etichettatura anche in
materia di allergeni*
Giuseppe De Giovanni
Dirigente Ministero Attività
Produttive

Ore 21.50 Dibattito

Conclusione dei lavori: Maria Antonia Rossini