



LA GAZZETTA DELL'AGRO ALIMENTARE E DEI MERCATI

Foglio della convenzione per la difesa
delle piccole aziende grossiste

NOTIZIARIO ASCOM

Unione Commercio Turismo Servizi e Professioni 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

Presidente: Maria Antonia Pigozzi Rossini
Direttore: Enzo Guercilena



La Gazzetta dell'Agro alimentare e dei mercati

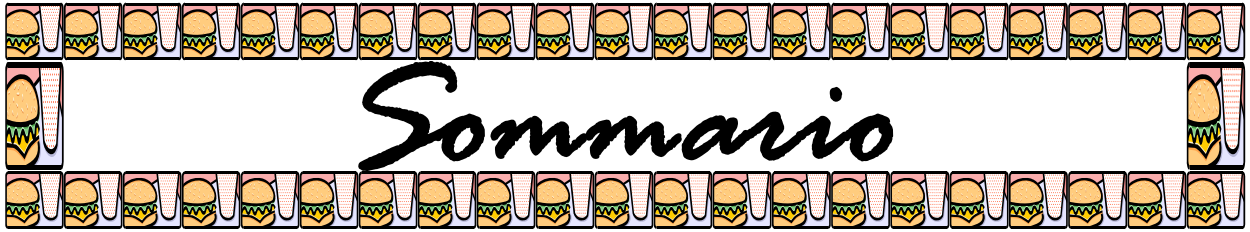


Settimanale di Informazione
delle Associazioni e dei
Servizi dell'Unione del
Commercio e del Turismo
della Provincia di Milano

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

Stampato con mezzi propri

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"



SICUREZZA ALIMENTARE

- L' Europa boccia il decreto italiano sulla etichettatura
- Alla ricerca dell' ambiente: riso biologico poco ma buono
- Tutto quello che avreste voluto sapere sulle uova e non avete mai osato chiedere

CONSUMI E COSTUMI

- Aumenta la sicurezza e la qualità della carne italiana
- Solo il parmigiano reggiano è "Parmisan"
- Il parmigiano reggiano nasce da mangimi non transgenici
- Troppo curiose e invadenti le fidelity card dei super

NOTIZIE DALL' UNIONE ITALIANA VINI

- Prevista la possibilità di smaltire le vecchie fascette per i vini Docg
- Prezzo delle fascette sostitutive dei contrassegni di stato per i vini Docg per il 2008
- Preannunciato un aumento dell' imposta sui vini importati nello Stato di San Paolo in Brasile
- Cresce il consumo di vino in India

IN POCHE RIGHE ..

EVENTI

- Tra tre anni Milano avrà la propria città del gusto
- Gualtiero Marchesi torna a Milano e alle tradizioni lombarde
- I convegni di Sapere .. Il Sapore del Sapere

Dalla Commissione della filiera agroalimentare di Confcommercio: gli eventi più Significativi

IPSE DIXIT

SICUREZZA ALIMENTARE

L'EUROPA BOCCIA IL DECRETO ITALIANO SULLA ETICHETTATURA

“L'INDICAZIONE DEL PAESE DI ORIGINE SULL'OLIO D'OLIVA NON NECESSARIA”



La Commissione europea ha avviato una procedura di infrazione contro il decreto con il quale l'Italia ha introdotto **l'obbligo di indicare l'origine in etichetta per l'olio extravergine di oliva**. Secondo il commissario Ue *“l'obbligatorietà dell'indicazione del Paese d'origine sull'etichetta dell'olio di oliva non è necessaria ed è discriminatoria contro i prodotti degli altri Paesi”*. Il Ministro per le Politiche Agricole, De Castro, ha detto di essere comunque intenzionato a far valere la posizione assunta. Sulla posizione del Ministro, allineate tutte le organizzazioni dei produttori agricoli. La Cia critica l'iniziativa comunitaria, che mette in mora il nostro Paese per il decreto salva-origine e sostiene la necessità di battersi in sede europea per garantirne l'applicazione, che tutelerebbe consumatori e produzioni territoriali tradizionali.

“Sull'olio di oliva non si deve abbassare la guardia e occorre puntare all'etichettatura volontaria”. Questa la posizione di Fedagri-Confcooperative. *“Quella della tutela del made in Italy nel mondo è per noi una battaglia troppo importante, che non può subire battute d'arresto, se vogliamo continuare a competere sui mercati internazionali. L'indicazione dell'origine delle materie prime in etichetta resta per noi un parametro fondamentale per trasmettere ai consumatori non solo la certezza di un prodotto di qualità, ma anche il diritto di sapere di dove arrivano le componenti impiegate nella trasformazione dei prodotti geograficamente protetti”*.

ALLA RICERCA DELL'AMBIENTE: RISO BIOLOGICO POCO MA BUONO

VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE E TUTELA DEL TERRITORIO, QUALITÀ DELLE PRODUZIONI E SICUREZZA ALIMENTARE: SONO I MACROOBIETTIVI DEL PIANO DI RICERCA 2007/2008 DELLA REGIONE LOMBARDA PER OTTENERE MODELLI DI PRODUZIONI AMICHE DELL'AMBIENTE

La domanda di riso integrale, sia a livello internazionale che italiano, è in costante ascesa. E' questo un chiaro segnale, secondo il *“Dossier Ricerca & Ambiente”* della Regione Lombardia, della crescente attenzione dei consumatori nei confronti della **sicurezza ali-**

mentare, ma anche della **difesa dell'ambiente**. La coltivazione del riso col metodo biologico, nel nostro Paese, non supera, infatti, il 5% della superficie totale coltivata a riso: una percentuale bassa, apparentemente, ma che rappresenta, in realtà, una fetta di mercato molto attiva. La Regione Lombardia, negli ultimi anni, ha investito molto nel progetto “*Coltivazione del riso con il metodo biologico*”, condotto dall’Ente Nazionale Risi. Spiegano i tecnici regionali che “*la coltivazione biologica comporta quantità minori di fertilizzanti chimici e agro-farmaci in risaia.*”

Mentre, dal punto di vista agronomico, la produzione è generalmente inferiore rispetto alla coltivazione tradizionale. La risaia in sommersione è oggi coltivata in maniera intensiva e con largo uso della chimica. L’inquinamento delle acque superficiali e di falda, la carenza qualitativa e quantitativa di sostanza organica nei terreni, la diffusione del riso crodo e di malerbe resistenti agli erbicidi, sono, secondo la ricerca quinquennale della Regione Lombardia, le principali problematiche della risicoltura tradizionale. “*Questo studio quinquennale*” – spiegano i tecnici regionali – “*è servito a verificare differenti programmi di rotazione e a confrontare le diverse tipologie di semina del riso, in sommersione e interrata a file, ma anche a valutare alcune tecniche di fertilizzazione, l’evoluzione delle infestanti presenti e le strategie di lotta adottabili*”.

L’esperienza maturata in questi 5 anni è servita a individuare aspetti determinanti della tecnica colturale del riso biologico, con obiettivo primario il controllo delle infestanti. L’azienda agricola considerata, a indirizzo biologico, opera in provincia di Pavia e rappresenta, secondo la Direzione Generale Agricoltura del Ministero, il modello più diffuso di conduzione biologica del riso: “*a indirizzo cerealicolo, con l’inserimento della soia e del pisello proteico quali specie miglioratrici e utilizza, come principali elementi di fertilizzazione azotata, il sovescio, i concimi organici presenti sul mercato e, marginalmente, il letame.*”

(Info: luisa_bonomi@regione.lombardia.it)



“TUTTO QUELLO CHE AVRESTE VOLUTO SAPERE SULLE UOVA ... e non avete mai osato chiedere” di Susanna Lolli

La “carta d’identità” dell’uovo fresco

La freschezza è un requisito fondamentale per ogni alimento, soprattutto per l'uovo. L'uovo è un alimento base della nostra alimentazione. In Italia vengono consumate 12 miliardi di uova ogni anno, per un consumo pro capite di 13,7 kg. Parte del consumo delle uova avviene indirettamente, con l'assunzione di alimenti che contengono uova, come pasta all'uovo, dolci, biscotti ecc.

Innanzitutto le uova vengono classificate in A e B, rispettivamente per uova destinate al consumo diretto, denominate “**uova fresche**”, e uova denominate “seconda qualità”, destinate all'industria alimentare o non alimentare.

Tutte le *uova fresche* (categoria A) devono avere le seguenti caratteristiche:

- **guscio e cuticola:** normali, puliti, intatti;
- **camera d'aria:** altezza non superiore a 6 mm, immobile; tuttavia, per le uova commercializzate la dicitura «extra», l'altezza non deve superare i 4 mm;
- **albume:** chiaro, limpido, di consistenza gelatinosa, esente da corpi estranei di qualsiasi natura;
- **tuorlo:** visibile alla speratura soltanto come ombra, senza contorno apparente, che non si allontani sensibilmente dal centro dell'uovo in caso di rotazione di questo, esente da corpi estranei di qualsiasi natura;
- **germe:** sviluppo impercettibile;
- **odore:** assenza di odori estranei.

Come riconoscere la freschezza delle uova?

L'etichettatura delle uova destinate ad un consumo diretto, ai sensi del Regolamento CE 2295 del 2003, è obbligatoria e non lasciata alla discrezione del produttore.

La vita di un uovo considerato fresco è fissata dalla legge in 28 giorni: la camera d'aria, lo spazio situato tra l'albume e il guscio in corrispondenza del polo ottuso, non deve essere superiore ai 6 mm di altezza per tutto il periodo nel quale è in commercio.

Questo tipo di uova fresche rientra nella categoria A. All'interno della categoria A, sono in vendita anche le uova "freschissime" (ovvero "Extra" o "Extra fresche"): in questo caso, la camera d'aria non deve superare i 4 millimetri per tutto il periodo della commercializzazione.

Il periodo durante il quale le uova restano "Extra fresche" è di nove giorni dalla deposizione e sette dalla data di imballaggio.

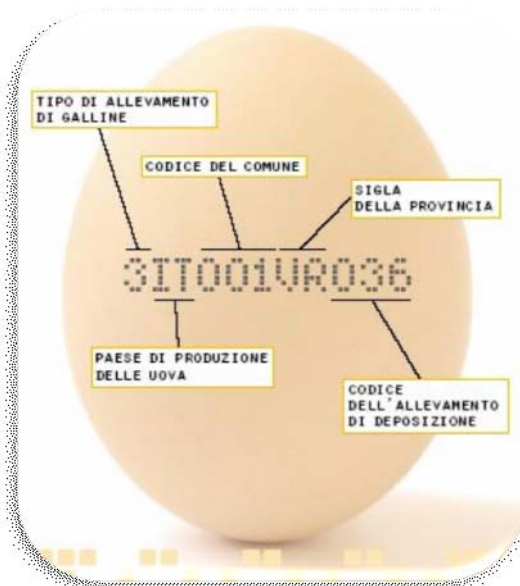
Il codice presente sul guscio delle uova racconta la storia del prodotto in commercio: dal luogo di provenienza al tipo di allevamento. Il tutto all'insegna della tracciabilità dei prodotti alimentari. Una vera e propria carta di identità, che rivela ai consumatori tutte le informazioni relative al metodo di produzione e alla loro provenienza.

È "tracciabilità" è la parola chiave per capire le novità sulle uova, introdotte dalla normativa europea (Regolamento CE 2295 del 2003).

Le prime cifre indicate nell'etichettatura del guscio, risultano le più importanti e facilmente comprensibili al consumatore. Esse indicano il tipo di allevamento da cui provengono le uova e il paese di origine. Le cifre successive indicano la provincia e il comune di allevamento e l'allevamento specifico da cui proviene.

Dal primo gennaio del 2004 una particolare "etichetta" sul guscio (figura 37), fornisce alcune caratteristiche produttive dell'uovo:

- nazione di provenienza (IT per Italia, FR per Francia, ES per Spagna, ecc.);
- il comune di appartenenza, e la sigla della provincia dell'allevamento;
- il sistema di allevamento:
 - "0" allevamento biologico,
 - "1" allevamento all'aperto,
 - "2" allevamento a terra,
 - "3" allevamento in gabbia (o batteria).
- l'azienda nella quale è stato prodotto. Sono le ultime tre cifre del codice, un numero molto importante perché, assegnato dalle stesse autorità sanitarie locali, sta anche a indicare che l'allevamento è sottoposto al loro controllo.



Un allevamento è considerato **Biologico** quando risponde al regolamento 2092/91 e 1804/99, che prevede l'impiego di sostanze naturali escludendo l'utilizzo di sostanze sintetizzate chimicamente. Per applicare queste "regole" un allevatore biologico dovrebbe fare ricorso ad una serie di tecniche per contribuire al mantenimento degli ecosistemi e per preservare l'ambiente dall'inquinamento. Il rispetto dell'ecosistema implica l'utilizzo delle risorse naturali, come il suolo, l'acqua e l'aria, senza un eccessivo sfruttamento affinché durino nel tempo. La gestione nell'allevamento biologico è un punto fondamentale. I soggetti devono poter accedere ai parchetti esterni, accessibili per almeno 1/3 della vita degli animali; devono essere attrezzati con mangiatoie e abbeveratoi posti sotto ripari (anche mobili), meglio se dotati di piante, siepi o altri vegetali in grado di dare ombra e protezione agli animali stessi.

Gli animali allevati nelle tipologie **all'aperto o free-range** e a **terra** sono più comunemente chiamati "sistemi alternativi", regolamentati da una direttiva comunitaria, recepita in Italia nel 2003 con il D.lvo 267. Con questa legge verrà vietato l'uso delle gabbie convenzionali a partire dal 2012, che di fatto ad oggi sono le più rappresentative sul territorio nazionale. La maggior parte della produzione in Italia proviene da questa tipologia di allevamento, identificata dal numero 3 stampigliato sul guscio.

La differenza sostanziale tra sistemi alternativi e gabbie convenzionali è l'espressione del repertorio comportamentale e, quindi, sembrano favorire lo stato di benessere. E' chiaro che una valutazione di tali sistemi non può prescindere da considerazioni che coinvolgano la produzione. Sembra comunque da indagini scientifiche fatte da università italiane e estere che le galline allevate con i sistemi alternativi abbiano performance e caratteristiche qualitative delle uova sovrapponibili a quelle delle gabbie.

Come vengono classificate le uova ?

A seconda del peso le uova vengono suddivise in quattro categorie denominate grammature a ciascuna delle quali corrisponde una sigla.

- "XL" indica le uova "**Grandissime**" che superano i 73 grammi;
- "L" indica le uova "**Grandi**" di peso compreso fra 63 e 73 grammi;
- "M" indica le uova "**Medie**" di peso compreso fra 53 e 63 grammi;
- "S" indica le uova "**Piccole**" di peso inferiore a 53 grammi.

Va sottolineato che, oltre alle indicazioni sul codice, i consumatori trovano molte altre informazioni sulla confezione. Per legge devono obbligatoriamente apparire la data entro cui è preferibile avvenga il consumo, la categoria di qualità e di peso, il numero di uova confezionate, il nome e la ragione sociale o il marchio commerciale del centro di imballaggio, le modalità di conservazione.



Susanna Lolli

Dipartimento di Scienze Animali - Department of Animal Science
Facoltà di Medicina Veterinaria - Faculty of Veterinary Medicine

Università degli Studi di Milano - University of Milan

Via Celoria, 10 - 20133 Milano (Italy)

tel: ++3902.503.18044 fax: ++3902.503.18033

DOPO 7 ANNI SI PUO' TORNARE A GUSTARE LA VERA FIORENTINA AUMENTA LA SICUREZZA E LA QUALITA' DELLA CARNE ITALIANA

Consumi & Costumi

Il Consiglio d'Europa dell'Agricoltura ha finalmente stabilito che la "fiorentina", la tradizionale bistecca con l'osso toscana, potrà, dal marzo 2008 in poi, essere **ricavata da animali sino a 30 mesi**. Sarà così possibile gustare la "fiorentina" nella sua versione più tradizionale. E' stato approvato, infatti, il regolamento Ue che elimina la precedente soglia di 24 mesi, con generale soddisfazione di tutti i buongustai e delle organizzazioni dei produttori. Secondo la Coldiretti, *"si tratta di un riconoscimento per gli allevatori che hanno investito sul fronte della qualità, della tracciabilità, della genuinità e della sicurezza delle carni, che pone termine a un'epoca di **proibizionismo alimentare**, iniziato nel Consiglio dei Ministri agricoli della Ue il 29 gennaio 2001."* In quella occasione, per fronteggiare l'emergenza "mucca pazza" (Bse), era stata presa la decisione di eliminare la colonna vertebrale dei bovini di età superiore a 12 mesi, condannando, di fatto, la "fiorentina" dal 31 marzo 2001.



La notizia del rassicurante livello di sicurezza raggiunto dalla produzione italiana, arriva, fa notare la Coldiretti, *"nel momento in cui l'Europa ha deciso di **bloccare le importazioni di carne dal Brasile** per la sua incapacità di assicurare una corretta rintracciabilità della carne e di garantire che nei piatti dei consumatori europei finiscano soltanto carni provenienti da zone esenti dalle malattie come l'afta epizootica"*. E altri allarmi, nota la Coldiretti, arrivano dagli USA, dove è stato effettuato il più grande ritiro dal mercato di carne, per una quantità di 65 milioni di chili, che potrebbe risultare infetta.

In Italia, invece, in questi anni, la sicurezza è aumentata considerevolmente, proprio per fronteggiare l'emergenza Bse: gli allevatori nazionali hanno aumentato nelle stalle gli esemplari di razze autoctone e oggi l'Italia, assicura la Coldiretti, può contare su circa 120.000 animali delle 5 storiche razze nostrane, con un aumento di oltre il 20% rispetto a prima della crisi. *"A essere salvato dall'estinzione è stato l'intero patrimonio di razze bovine made in Italy, come la maestosa chinina (30.000 animali), la romagnola (15.000 animali), la marchigiana (48.000), la podolica (20.000) e la maremmana (5.000).*

La sentenza del Consiglio d'Europa dell'Agricoltura potrebbe, secondo la Coldiretti, favorire una **inversione nel trend negativo dei consumi di carne bovina** dei primi 10 mesi del 2007: - 4,2% rispetto al 2006, quando gli acquisti delle famiglie italiane di carne bovina erano stati di oltre 405.000 tonnellate (23 chili per famiglia) per un importo di 3,5 miliardi di euro.

SOLO IL PARMIGIANO REGGIANO E' "PARMESAN"

Il 26 febbraio 2008, presso il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e forestali, si è tenuta una conferenza stampa, durante la quale il Ministro De Castro e il presidente del Consorzio Parmigiano Reggiano, <Giuseppe Alai, hanno commentato la sentenza con cui la Corte di Giustizia dell'Ue **ha sancito che il termine "Parmesan" non è affatto generico e costituisce una evocazione della denominazione "Parmigiano Reggiano"**. Di conseguenza, l'uso di "Parmesan" per indicare formaggi non conformi al disciplinare di produzione della DOP Parmigiano Reggiano **rappresenta una viola-**

zione della normativa comunitaria in materia di indicazioni geografiche.

La sentenza conclude un iter giudiziario contro la Germania durato vari anni. E questo giustifica, in casa Parmigiano Reggiano, i festeggiamenti.

Vi sono però alcune ombre, hanno fatto notare De Castro e Alai: la prima è che ora bisogna operare per rimuovere la criticità rappresentata dal fatto che le **sanzioni possono essere emesse solo da Paesi produttori** e non anche dai Paesi nei quali i prodotti tutelati vengono commercializzati. Seconda ombra: **la Germania non è obbligata a procedere d'ufficio nei confronti dei contraffattori.**

In ogni caso, la sentenza della Corte di Giustizia Ue non rappresenta soltanto una importante vittoria legale e commerciale per i produttori, dal momento che in Europa viene distribuito il 70% del totale esportato (che rappresenta circa l'11% della produzione), ma anche l'affermazione **dell'importanza di tutelare i consumatori, i quali spesso si trovano di fronte a denominazioni ingannevoli.** E' quindi un "caso" che, si spera, farà scuola.

La conferenza stampa si è conclusa con una risposta inaspettata alla domanda di un giornalista: *"qual è l'azienda che produce, a livello mondiale, la maggior quantità di Parmesan e in quale nazione?"* La Kraft, con i suoi stabilimenti in Australia.



IL PARMIGIANO REGGIANO NASCE DA MANGIMI NON TRANSGENICI

Nonostante non esistano tracce di DNA transgenico vegetale nella carne e nelle uova, anche nel caso in cui nei mangimi destinati all'alimentazione animale fossero eventualmente presenti OGM, il presidente del Consorzio di tutela del Parmigiano Reggiano, Giuseppe Alai, ha detto che **"inviteremo i produttori ad aderire a un programma di uso di mangimi non OGM, adottando quindi una politica consortile che abbandoni i mangimi con materiale transgenico"**. Non essendovi alcuna traccia di OGM nel latte usato per produrre il Parmigiano Reggiano, le ragioni di questa scelta risiedono esclusivamente in un ulteriore impegno a favore dell'ambiente da parte dei produttori. "

Questa scelta, in ogni caso, non può creare condizioni insostenibili dal punto di vista produttivo – ha chiarito Alai – *"e l'adozione di mangimi non transgenici non deve diventare un onere insopportabile per i produttori.* Una precisazione importante, questa del Consorzio Parmigiani Reggiano, perché mette l'accento sull'aspetto economico e politico della questione OGM e apre un confronto sia con la Regione Emilia-Romagna sia con il sistema politico italiano ed europeo per la questione dell'approvvigionamento dei mangimi non OGM. Non si vuole cioè che si crei, in prospettiva, una situazione di ricatto verso l'agricoltura mondiale da parte dei produttori di sementi OGM, ma neanche da parte di chi fornisce in modo esclusivo soia non OGM. Al punto da imporre un prezzo da una posizione di forza. "

Sarà dunque necessario – ha detto il presidente del Consorzio- *"verificare la possibilità di effettuare accordi con chi è in grado di garantire forniture di prodotto non transgenico, ma è indispensabile avviare studi e ricerche per produrre proteine vegetali nel comprensorio del Parmigiano Reggiano, rafforzando ulteriormente il suo profondo legame con il territorio, dal quale provengono tutti i foraggi oggi utilizzati."*

"Occorre creare un percorso per i nostri allevatori che gli consenta di andare verso l'uso di semi di soia non OGM, ma, d'altra parte, occorre che vi sia la possibilità di reperire facilmente sul mercato queste produzioni". Il presidente Alai ha stigmatizzato i comportamenti di chi oggi sta usando, in modo scorretto, il Parmigiano Reggiano come bandiera contro le multinazionali

che vendono i semi di soia nel mondo. “

*Occorre lavorare insieme con lealtà e uno spirito costruttivo, garantendo anzitutto ai produttori la possibilità di rafforzare la difesa dell'ambiente e quella tutela del consumatore che, già oggi, è **totalmente garantita**”.*

(www.mondodelgusto.it)

TROPPO CURIOSE E INVADENTI LE FIDELITY CARD DEI SUPER

QUATTRO SOCIETA' SANZIONATE. IL MERCATO DELLE FIDELITY CARD VALE 2 MILIARDI DI EURO ALL'ANNO. IL 54% DELLA POPOLAZIONE NE POSSIEDE UNA

Il Garante per la privacy, allarmato per l'eccesso di raccolta dei dati personali da parte di molti supermercati con le *fidelity card*, ha deciso di mettere un freno alla loro ingerenza inquisitoria nella privacy dei clienti con una sanzione che ha riguardato, per il momento, quattro società della grande distribuzione: due supermercati, un tour operator e una libreria. L'intento del Garante è quello di arginare una raccolta dati che, pur muovendo da legittime motivazioni di marketing, rischia di diventare una ingerenza troppo smaccata nella vita privata dei cittadini. I dati richiesti, infatti, sono, a giudizio del Garante, “*troppi, superflui, rilevati attraverso moduli poco chiari e con informazioni incomplete, con l'aggravante dell'impossibilità di esprimere liberamente il consenso per i trattamenti di dati a fini di marketing*”. Gli operatori dovranno adesso riformulare l'informativa, sia cartacea sia on line, specificando, in particolare, quali dati sia obbligatorio indicare e quali no.

Il caso propone alcune riflessioni: il mercato delle fidelity card vale 2 miliardi di euro all'anno. Attraverso le fidelity card passa l'80% del fatturato della grande distribuzione alimentare. Le card sono 30 milioni. Il 54% della popolazione ne possiede una. L'obiettivo dichiarato è quello di fidelizzare la clientela, ma le card sono anche un mezzo per capire consumi e preferenze di mercato da declinare poi per categorie sociali: famiglie, single, persone istruite, del Sud, del Nord.

Il timore del Garante è che questa rete di card diventi un *occhio segreto* che controlla ogni scelta di vita.





Prevista la possibilità di smaltire le vecchie fascette per i vini Docg

Sulla G.u. n. 13 del 16 gennaio 2008 è stato riportato il decreto del ministero della Politiche agricole del 10 gennaio scorso che modifica i D.m. 8 febbraio 2006, 13 giugno 2006, 28 dicembre 28 dicembre 2006 e 6 luglio 2007 relativi alle caratteristiche, alla fabbricazione, alla distribuzione, all'uso ed al controllo delle fascette sostitutive dei contrassegni di Stato per i vini Docg. Il decreto all'articolo 1 prevede che: "Le scorte di fascette sostitutive dei contrassegni di Stato per i vini a Docg, stampate e distribuite in base alle previgenti disposizioni, detenute dalle competenti camere di commercio o dai consorzi di tutela, potranno essere distribuite agli imbottiglieri interessati fino al completo smaltimento delle scorte medesime, previa comunicazione all'Ufficio competente per territorio dell'Ispettorato centrale per il controllo della qualità dei prodotti agroalimentari dei quantitativi di fascette rilasciate per i corrispondenti quantitativi delle partite D.O.C.G. certificate."

Prezzo delle fascette sostitutive dei contrassegni di Stato per i vini Docg per il 2008

Con provvedimento del ministero della Politiche agricole del 7 dicembre 2007, riportato nella G.u. n. 295 del 20 dicembre 2007, è stato fissato il prezzo delle fascette sostitutive dei contrassegni di stato dei vini a Docg per l'anno 2008. Il predetto prezzo unitario, comprensivo di IVA al 20%, è fissato in:

- Euro 0,0099144, per tutte le fascette riferite alle varie categorie di vini Docg di cui all'art. 2, comma 3, del decreto ministeriale 8 febbraio 2006;
- Euro 0,011016, per le fascette di cui all'art. 2, comma 5, del decreto ministeriale 8 febbraio 2006, personalizzate con il logo della denominazione ad un colore;
- Euro 0,01224, per le fascette di cui all'art. 2, comma 5, del decreto ministeriale 8 febbraio 2006, personalizzate con il logo della denominazione a tre colori.

Preannunciato un aumento delle imposte sui vini importati nello Stato di San Paolo in Brasile

Secondo informazioni trasmesse dal Ceev di Bruxelles, lo Stato di San Paolo in Brasile sarebbe in procinto di introdurre, a partire dal 2 febbraio prossimo, una modifica che porterà all'aumento delle imposte previste per i vini di importazione. Su questo tema è prontamente intervenuto il 10 gennaio scorso anche il ministro delle Politiche agricole on. Paolo

De Castro con una missiva inviata al collega ministro dell'Agricoltura brasiliano per evidenziare questa discriminazione che potrebbe ostacolare la libera circolazione delle merci e creare disparità di trattamento rispetto ai vini brasiliani.

Cresce il consumo di vino in india

L'Assocham (Associazione delle camere di commercio indiane) ha diffuso i dati di vendita del vino in India negli ultimi due trimestri del 2007 e ha avanzato le previsioni per i prossimi tre mesi (1° trimestre 2008) che chiudono l'anno fiscale in India.

Con una crescita globale del 35% nell'ultimo anno il mercato indiano del vino (di produzione locale e di importazione) ha registrato un incremento record, considerando che negli ultimi 5 anni il valore medio di crescita era pari a circa il 20% annuo. Le vendite hanno oltrepassato, nello scorso dicembre, la soglia dei 10 miliardi di rupie (oltre 170 milioni di euro), più di un terzo (3 miliardi di rupie) realizzato nelle zone rurali (con la vendita di vini locali) dove il mondo del vino ha scoperto una clientela fino ad oggi sconosciuta.

Si riteneva infatti che il mercato indiano sarebbe stato circoscritto alla borghesia urbana agiata, ma ora la vendita di vini indiani a prezzi contenuti presso i giovani delle campagne sembra avviare l'India verso un mercato di interessanti prospettive. In città i cataloghi dei vini importati si arricchiscono di anno in anno e si hanno incrementi di vendite in valore, mentre le vendite in ambito rurale assorbono una produzione indiana a basso costo e sono un chiaro segnale di interesse verso il vino che non si rivolge solo ad una elite di cittadini sensibili a mode occidentali, ma entra nella vita quotidiana di tutti gli indiani.

Il vino conquista spazio rispetto alla birra e ai superalcolici e i giovani di estrazione rurale che bevono vino locale potrebbero in un prossimo futuro essere interessati ai vini esteri di importazione.



In poche righe



CURRY CONTRO L'INFARTO – Un principio attivo presente nel curry potrebbe aiutare a prevenire l'insorgenza di problemi cardiaci e di infarti. Una ricerca del Toronto General Hospital, effettuata però solo su topi, ha dato risultati eccellenti, che potrebbero essere replicati negli esseri umani.

MENO VINO AGLI ITALIANI - Il consumo di vini in Italia è calato dell'8,4%. Però si beve meglio e l'export va a gonfie vele. Nel 2007 il consumo procapite, in Italia, è sceso a 48 litri all'anno, dagli oltre 100 degli anni cinquanta. Diverse le cause del "crollo": dal prezzo delle bottiglie ai controlli stradali sul tasso alcolico, dalle campagne "salutistiche e dietetiche" ai costi della distribuzione... Tengono i vini legati al territorio, segnano il passo i vini "apolidi", prodotti in ogni angolo della terra, sempre più indirizzati alle fasce basse di prezzo.

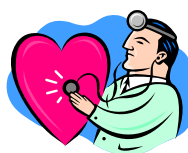
PROSCIUTTO – Negli Usa il prosciutto crudo fatto a San Daniele del Friuli e protetto dalla Dop, è stato clonato togliendo il "San" e chiamandolo semplicemente: "Prosciutto Daniele".

TOCAI E FRIULI – La Cantina produttori di Cormons ha impugnato la decisione, sancita dall'Unione Europea, di ribattezzare il Tocai semplicemente "Friulano". La Regione Friuli Venezia Giulia s'è detta d'accordo e ha varato una legge per conservare la dizione completa "Tocai Friulano" e riservare "Friulano" soltanto all'estero. Ma la Corte di Giustizia Ue si è espressa confermando la liceità della denominazione "Friulano", senza se e senza ma. Fra parentesi, sembra che la vendita di "Friulano" proceda a vele spiegate.

"BIOFACH 2008" DI NORIMBERGA – La grande rassegna fieristica internazionale di Norimberga, tenutasi dal 21 al 24 febbraio, dedicata ai prodotti biologici e al mondo biodinamico, ha confermato, nel numero dei visitatori e degli espositori, l'interesse crescente per questo set-

CHAMPAGNE – In aumento la domanda mondiale di champagne e cresce anche il consumo in Italia, che diventa, per le esportazioni francesi di champagne, il quarto Paese di destinazione.

POMODORI DA SERBO – Il pomodoro da serbo, una specie poco conosciuta e coltivata al Sud, cresce meglio senz'acqua. Una ricerca del Cnr di Catania evidenzia che questo pomodoro può essere coltivato senza irrigazione, contribuendo a un notevole risparmio d'acqua.



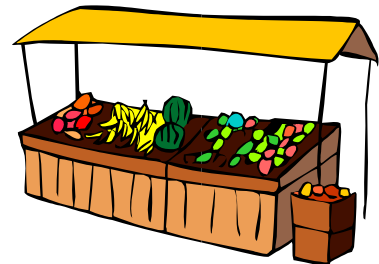
CRESCERE L'EXPORT DI VINO E ORTOFRUTTA – Il vino e l'ortofrutta italiani tornano a conquistare fette di mercato all'estero, malgrado l'euro forte. L'export di vino è cresciuto, nei primi 10 mesi del 2007, del 10,5% e quello dell'ortofrutta dell'11%. Si va dall'aumento dell'8% negli Usa al 12% nell'Ue.



tore. Presenti in forze molte Regioni italiane e nuovi Paesi emergenti: Cina, Giappone, Sud America, USA. La rappresentanza biologica lombarda al Biofach: vino, cioccolato, cereali e ortofrutta. Ma anche biscotti, prodotti di gastronomia, formaggi, salumi, latticini, estratti vegetali. Gérard Dépardieu, ormai più viticoltore e ristoratore che attore, ha presentato con successo i suoi vini "biologici".

CON "ALIMENTARIA 08" BARCELLONA ALLA RIBALTA MONDIALE – Le cifre di "Alimentaria 08", tenutasi a Barcellona dal 10 al 24 Marzo 2008, parlano da sole: 130.000 mq, 5.000 produttori di 70 Paesi, oltre 150.000 visitatori di cui 35.000 stranieri. Le aree espositive più visitate: Congelexpo, Expoconser, Expobebidas, Interlact, Intercarn, Interpesca, Intervin, Vegetfruit, Olivaria, Ecological & Organic Food.

"FRUIT LOGISTICA" DI BERLINO - Alla più grande vetrina internazionale del comparto ortofrutticolo, dove gestione va a braccetto con tecnologia, tenutasi con successo dal 7 al 9 febbraio 2008, ha partecipato, per il terzo anno consecutivo, una delegazione lombarda di 18 espositori, di cui 8 sono organizzazioni di produttori orticoli. La Lombardia, infatti, è leader nelle colture protette, dei prodotti destinati alla IV gamma, che richiedono forte specializzazione e competenza. Il settore dei freschi, lavati, asciugati e confezionati, pronti al consumo, ha registrato un balzo in avanti del 66% nel 2005, raddoppiando la produzione rispetto al 2001. In Lombardia, il tasso di crescita è stato del 48%. La IV gamma, a Berlino, è stata la bandiera della qualità italiana, grazie alle aziende lombarde.



EVENTI

FRA TRE ANNI MILANO AVRA' LA PROPRIA "CITTA' DEL GUSTO"

SORGERA' SU 132.000 MQ DEI MERCATI GENERALI, PIANO DA 140 MILIONI

SODDISFATTO IL PRESIDENTE DI SO.GE.MI, PREDOLIN: LA CITTA' DEL GUSTO E DELLA SALUTE CONSENTIRA' LA RIQUALIFICAZIONE DELL'ORTOMERCATO

Il Consiglio comunale di Milano ha approvato, il 14 febbraio scorso, il progetto di una "Città del Gusto e della Salute", che dovrà sorgere nell'area dei Mercati Generali all'Ingresso di via Lombroso, gestiti dalla So.Ge.Mi. Un progetto legato originariamente all'ottenimento dell'EXPO del 2015, ma che adesso, con l'approvazione ufficiale del Consiglio (anche se ottenuta con i soli voti della maggioranza, perché l'opposizione è "perplexa" sui finanziamenti) si farà comunque, anche nella malaugurata ipotesi che il responso della Bie, il 31 marzo, sia favorevole a Smirne. Dopo un vivacissimo dibattito che si è protratto per tre sedute, il Consiglio ha approvato a maggioranza la delibera che istituisce una nuova società di capitale, la "Sogemi Food", che avrà il compito di realizzare, in un'area di 132.000 metri quadrati, una cittadella che ospiterà centri di formazione e di ricerca sulla sicurezza alimentare, una piattaforma logistica per il carico e scarico dei prodotti, un polo di produzione agroalimentare di terza e quarta gamma, padiglioni per la degustazione e la vendita di prodotti freschi, made in Italy, ma anche importati dall'estero, ristoranti, un albergo, un centro congressi e una nuova **borsa merci telematica**. Ed è proprio su questa borsa merci, sulle piattaforme logistiche e sugli altri moderni servizi a disposizione degli operatori del settore, che si punta per convincere le grandi imprese degli altri Paesi, comunitari e no, ad assicurarsi nella "Città del Gusto e della Salute" una vetrina in cui presentare i loro prodotti sui mercati del Nord Italia. Per il progetto della "Città del Gusto" è stato stimato un piano triennale di investimenti di 138 milioni di euro. Un grosso impegno, che l'opposizione avrebbe voluto legare all'ottenimento dell'Expo. Ma il presidente di So.Ge.Mi., Roberto Predolin, ha spiegato che la "Città del Gusto e della Salute" *"non corre dietro all'Expo, ma permette la riqualificazione di un'area strategica e ci mette nelle condizioni di avere risorse necessarie per rammodernare tutto l'Ortomercato. Milano oggi ha bisogno di progetti come questo, che creano nuovi posti di lavoro"*. La società creata per realizzare il progetto, la "So.Ge.Mi. Food", cercherà partner privati, prestiti bancari e project financing, ferma restando la maggioranza di Sogemi, e quindi del Comune di Milano. Ed è la Sogemi che mette a disposizione del progetto un'area di 132.000 metri quadrati, sugli 890.000 occupati dai Mercati Generali. Un'area che vale 19 milioni di euro, una volta occupata dai macelli e dal mercato delle carni, sulla quale verranno conservate, e ristrutturare, soltanto le palazzine Liberty. Tutto il resto sarà demolito per lasciare il posto a nuove, moderne, strutture edilizie. Ci vorranno tre anni di lavoro, per costruire la "Città del Gusto e della Salute": l'apertura è prevista, dunque, per l'estate del 2011.
(www.ortomercato-milano.it)

GUALTIERO MARCHESI TORNA A MILANO E ALLE TRADIZIONI LOMBARDE

Riapre, in questo mese di marzo, il ristorante "il Marchesino", proprio a fianco della Scala. E in cucina, più impegnato che mai, ancora lui, il Maestro, Gualtiero Marchesi.

Un ritorno da tempo annunciato, e sperato da tanti. Perché Gualtiero Marchesi è una icona della gastronomia creativa e del "mangiar bene" tradizionale, un punto di riferimento che fa discutere, magari, ma che appassiona sempre. Marianna Corte, su "Lombardia Verde", lo intervista e gli offre lo spunto per qualche interessante riflessione sulla cucina lombarda, che forse, più di ogni altra cucina regionale, rappresenta al meglio la tipicità italiana, *"una tipicità fatta soprattutto di varietà"*.

Una cucina non sempre omogenea, perché la Regione non è sempre stato un territorio unitario: e il maestro invita a pensare ai ravioli di zucca del mantovano, così diversi per gusto, aspetto e rituale, al risotto giallo alla milanese. Gli chiede la Corte, allora, di tracciare *"un suo personalissimo itinerario nella Lombardia del mangiar bene"* e Marchesi, per rispondere, si affida ai ricordi, *"a cose forse scomparse e sul filo delle sensazioni"*. Ma poi, sui prodotti tradizionali eccellenti, non ha dubbi: *"penso al grana del Lodigiano con la goccia, ai salumi di Varzi e anche a quelli che si*

facevano a San Zenone Po, il paese di mio padre e di Gianni Brera. Penso alle frittate con le rane sulle sponde del Po, ai micconi dell' Oltrepo Pavese, quel pane bianco perfetto per accompagnare gli insaccati".

Con altrettanta sicurezza Gualtiero Marchesi risponde alla richiesta di indicare un menu ideale: inizierebbe, dice, con un carpione, seguito da un risotto alla Certosina con rane e gamberi. Poi l'ossobuco in gremolata e lo sformato di panettone. Quattro portate della tradizione che rappresentano al meglio il territorio della Lombardia, fa notare giustamente Marianna Corte: i laghi, con il pesce in carpione e l'olio leggero e profumato del Garda; il riso, che nelle province di Pavia e di Milano diventa risotto, in quelle di Mantova riso alla Pilota e nelle province di Bergamo e di Brescia lascia il posto al mais e diventa polenta; le rane e i gamberi di fiume, "dolcissimi e oggi introvabili"; l'ossobuco in gremolata che, ricorda Marchesi, "insieme al risotto alla milanese e alla costoletta, sono le ricette più rappresentative della Regione". E per finire degnamente il pranzo, non può mancare il panettone, "ambasciatore in tutto il mondo della dolcezza meneghina".

Al termine dell'intervista, Gualtiero Marchesi si lascia strappare il segreto del suo famoso risotto giallo alla milanese: "prima tosto il riso nel burro, poi lo bagno con un brodo leggero di pollo e di vitello, aggiungo lo zafferano e lo manteco col burro acido, ottenuto sfumando la cipolla tritata col vino bianco, filtrando il liquido e impastandolo con burro crudo. Infine, un cucchiaino di Parmigiano Reggiano, solo per arrotondare il gusto. Ho quasi eliminato il Parmigiano perché tutti i risotti, alla fine, sapevano di formaggio". Semplicità di una cucina tradizionale. Poi il tocco dello chef: rifinisce il risotto con tre pezzi di midollo e con il sugo dell'arrosto, "proprio come si faceva una volta in famiglia nei giorni di festa". Allora erano le nonne, secondo Marchesi, ad avere intuizioni geniali, quelle stesse che oggi hanno gli chef di grido. "La bravura dello chef è solo quella di saper riscoprire e valorizzare quella cucina del cuore".

(Spunti tratti da un articolo di Marianna Corte su "Lombardia Verde" n.1/08)

SAPERE IL SAPORE DEL SAPORE

per il ciclo Sapere...il Sapore del Sapere di seguito i prossimi due convegni di aprile:



L'ITALIA IN TAVOLA: LA CULTURA DEL CIBO

Venerdì 18 aprile 2008 ore 14.30—18.30

Palazzo Castiglioni — Unione CTSP — Corso Venezia 49 — Milano

QUESTO CONVEGNO, si terrà il 18 aprile 2008 e non il 14 marzo 2008 come erroneamente comunicato sulla gazzetta n. 7 di gennaio 2008.

UN APPROCCIO PSICOLOGICO ALLA SALUTE E ALL'ALIMENTAZIONE

Salute, alimentazione e psiche

Venerdì 4 aprile 2008 ore 14.30 – 18.30

Palazzo Castiglioni Unione CTSP, Corso Venezia 49, Milano

INGRESSO LIBERO

La partecipazione ai convegni è gratuita e la prenotazione obbligatoria

Erredieffe—Comunicazione e Eventi Via A. Maffi 13/A 20162 Milano

Tel. 0266114397 Fax. 0264749456 Email: info@saporedelsapere.it

Segreteria@saporedelsapere.it sito: www.saporedelsapere.it

Dalla commissione della filiera agroalimentare di Confcommercio gli avvenimenti più significativi



CONFCOMMERCIO

COMUNICAZIONI

Parere del Comitato economico e sociale europeo in merito alla Proposta di direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa agli strumenti per pesare a funzionamento non automatico – GUUE C 44/33 del 16.2.2008

Parere del Comitato economico e sociale europeo sul tema Comunicazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento europeo — Relazione sui progressi compiuti nell'uso dei biocarburanti e di altri combustibili provenienti da fonti rinnovabili negli Stati membri dell'Unione europea – GUUE C 44/34 del 16.2.2008

AGRICOLTURA – RISOLUZIONI MINISTERIALI

Domanda

Lavoro in un'azienda estera che importa prodotti italiani tra cui Grana. Acquistiamo spesso delle forme intere. Mi domando e non trovo informazioni relativamente alla legislazione relativa all'etichettatura delle forme intere. Essendo le menzioni obbligatorie generali per i prodotti alimentari: DENOMINAZIONE INGREDIENTI PESO MODALITA' DI CONSERVAZIONE DATA DI SCADENZA O TERMINE MINIMO LOTTO MARCHIO SANITARIO INDIRIZZO DI UN RESPONSABILE (PRODUTTORE/ CONFEZIONATORE/IMPORTATORE) cosa cambia per il commercio delle forme intere ? in particolare sono interessata a data di scadenza e lotto.

Risposta

Il Decreto legislativo n. 109 del 27 gennaio 1992, all'articolo 17 prevede che i prodotti alimentari destinati agli utilizzatori commerciali intermedi devono riportare le menzioni relative a: · denominazione di vendita; · quantità netta; · nome o ragione sociale o marchio depositato e sede del fabbricante o del confezionatore o di un venditore stabilito nella CE; · dicitura che consenta di identificare il lotto di appartenenza del prodotto; queste informazioni, qualora non presenti direttamente sull'imballaggio o confezione, possono essere riportate su un'etichetta apposta sul prodotto o sui documenti commerciali. Per quanto riguarda le forme di Grana Padano, attualmente in commercio riportano, sulla superficie laterale convessa (scalzo), un numero che indica solo il mese di produzione (es. 01, 02 ..12); mentre, proprio in questi giorni, è in fase di predisposizione una modificazione del disciplinare di produzione che prevede, tra l'altro, l'applicazione su ogni forma di una placca di caseina con su impressi il mese e l'anno di produzione.

Domanda

Vorrei sapere, se nella denominazione di vendita è lecito indicare l'area geografica o località in cui è stato prodotto l'alimento; ad esempio: Pesto della lunigiana, Pane di vinca, Bucellato di aulla, Pesto alla genovese.

Risposta

In generale è possibile indicare una zona geografica nella denominazione di vendita di un prodotto alimentare, solo se tale indicazione non entra in contrasto con le denominazioni a DOP o IGP, registrate ai sensi del Reg. (CE) n. 510/2006.

Nel caso dei prodotti vitivinicoli e degli oli di oliva sono vigenti regole più restrittive. In particolare:

- per i prodotti vitivinicoli è possibile indicare l'origine geografica solo nei VQPRD, VSQPRD, nei vini ad IGT secondo le norme stabilite dai relativi disciplinari e le modalità previste dalla legislazione UE (Regg. CE n. 1493/99 e n. 753/2002) e nazionale (DM 3 luglio 2003);
- per gli oli di oliva, ai sensi dell'art. 4 del Reg. CE 1019/2002, la designazione di una zona geografica in etichetta è possibile a livello regionale solo per i prodotti che beneficiano della DOP e IGP a norma del regolamento (CE) n. 510/2006.

Per tutti gli altri prodotti la designazione è costituita dall'indicazione di uno Stato membro o della Comunità o di un paese terzo.

Domanda

Sono un cittadino che ha intenzione di diventare un piccolo imprenditore, e nello specifico vorrei produrre frutta di IV gamma. Vorrei dunque sapere cosa devo scrivere sull'etichetta che porrò sulla confezione, e che tipo di certificazione devo avere nel magazzino.

Risposta

Con riferimento alla sua richiesta di informazioni sulla corretta etichettatura di prodotti ortofrutticoli di IV gamma, si fa presente che la normativa generale di riferimento è costituita dal D.Lgs. 27 gennaio 1992, n. 109, in materia di presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari. Per quanto concerne invece la richiesta di informazioni circa la certificazione del magazzino, si fa presente che la materia esula dalle competenze di questo Ispettorato centrale.

DALL'ISTAT

ALIMENTARE/ ISTAT: DEFICIT COMMERCIO '07 SCENDE A 4,075 MLD Nel 2006 è stato di 4,214 mld

Roma, 19 feb. (Apcom) - Il saldo commerciale del comparto alimentari, bevande e tabacco nel 2007 è pari a 4,075 miliardi di euro, in calo rispetto ai 4,214 miliardi del 2006. Lo rende noto l'Istat, specificando che gli scambi con la sola Ue hanno segnato un passivo di 5,525 miliardi.

Nel corso del 2007 le esportazioni sono aumentate del 6,7%, contro una crescita delle importazioni pari al 4,8 per cento. Per il solo mese di dicembre il passivo è pari a 395 milioni di euro.

PREZZI

BASTA STRUMENTALIZZAZIONI SUI PREZZI DEI PRODOTTI ALIMENTARI.

Il Presidente di FEDERDISTRIBUZIONE: "ciò che il consumatore paga è l'inefficienza della filiera" Milano, 13/2/2008 – "Pensare che la Grande Distribuzione Organizzata rappresenti l'elemento di aggravamento nel processo di formazione del prezzo nella filiera agro alimentare italiana è quanto meno strumentale – afferma Paolo Barberini, Presidente di Federdistribuzione, l'associazione che raggruppa la maggioranza delle imprese della Grande Distribuzione Organizzata.

L'azione a tutela del potere d'acquisto delle famiglie da parte delle aziende della GDO è sotto gli occhi di tutti, e i consumatori ne sono ben consci: negli ultimi 4 anni a fronte di aumenti cumulati di servizi e tariffe del 17,8% e dell'inflazione dell' 8,2%, la variazione dei prezzi dei prodotti confezionati nella GDO è stata solo dell'1,8% (dati Istat e IRI Infoscan).

"Ciò che il consumatore realmente paga – prosegue il Presidente di Federdistribuzione – è la struttura di una filiera ancora caratterizzata da forti inefficienze, ridotte dimensioni d'impresa ed eccessiva lunghezza, dove troppi intermediari contribuiscono ad alzare il prezzo ma non aggiungono alcun valore al prodotto. Nascondere questi difetti strutturali, che sono la vera causa dei prezzi alti, accusando la GDO significa solo avere una visione miope e strumentale del problema. Neanche il doppio prezzo può rappresentare una soluzione valida: non fornirebbe al consumatore indicazioni utili per una scelta oculata ma contribuirebbe solo ad aumentare la confusione, in quanto non spiegherebbe nulla di come il prodotto è giunto dal campo alla tavola, attraverso quali e quanti passaggi e chi ci ha guadagnato in questo lungo peregrinare. La differenza tra i due valori non può infatti essere interamente imputata alla distribuzione!!"

"Se davvero si vuole avviare un percorso virtuoso di contenimento dei prezzi alimentari – conclude Barberini – occorre affrontare i problemi strutturali con prospettive e interventi strategici: ripensare alle politiche agricole comunitarie eliminando i vincoli alla produzione per far fronte in modo adeguato alla crescita della domanda mondiale; lavorare per accorciare e rendere più efficienti le filiere, favorendo le dimensioni d'impresa ed eliminando tutti i passaggi intermedi che non aggiungono valore; sostenere i processi di liberalizzazione dei mercati, consentendo così alla concorrenza di giocare il suo ruolo positivo sul livello dei prezzi. Altre soluzioni estemporanee hanno solo finalità demagogiche e non sono destinate a incidere davvero nella realtà"

PREZZI: MR. PREZZI, A BREVE CHIUDIAMO VERIFICHE SU LATTE

(ANSA) - ROMA, 14 FEB - Sui prezzi del latte al dettaglio stiamo raccogliendo dati, e nel giro di qualche giorno chiuderemo il dossier. Lo annuncia il garante sui prezzi, Antonio Liroso, interpellato telefonicamente dall'Ansa. Stiamo completando l'indagine a livello territoriale - spiega Mister Prez-

zi - nei principali comuni italiani per monitorare il livello dei prezzi del latte al consumo.

Nel giro di qualche giorno chiuderemo e verificheremo se é necessario convocare le categorie di settore.

Riguardo invece all'indagine in atto sui prezzi della carne che interessano invece la filiera, Lirosi anticipa che nelle ultime settimane c'e' stata un diminuzione di qualche punto percentuale che a breve dovrebbe scaricarsi sui prezzi al consumo: faremo le opportune verifiche.

Più in generale riguardo al carovita secondo Lirosi c'e' per alcuni prodotti il margine per fare anche qualche ritocco all'ingiù, per abbassare i prezzi o mettere in atto iniziative di sconti, per esempio in determinate fasce orarie, anche per i prodotti alimentari".

PREZZI: CONSUMATORI, METTEREMO IN ALLARME IL GARANTE

(AGI) - Roma, 18 feb. - "Metteremo subito in allarme il Garante dei prezzi con relativi controlli. Per quanto ci riguarda non c'e' nessuna giustificazione per i rincari: la Cia non aiuti inconsapevolmente la filiera ortofrutticola ad aumentare i prezzi": così Federconsumatori e Adusbef hanno commentato all'AGI le stime della Confederazione Italiana agricoltori sui rincari di frutta e verdura per l'ondata di gelo. "C'e' un'ondata di gelo ma non giustifica un aumento da parte della filiera ortofrutticola - ha commentato Rosario Trefiletti, presidente di Federconsumatori - metteremo subito in allarme il Garante dei prezzi con relativi controlli perche' non ci risulta che ci siano danni sconvolgenti". Secondo Trefiletti "non ci sarebbe nessuna giustificazione per un aumento dei prezzi, l'andamento climatico non ci sembra disastroso a tal punto da giustificare. Non vorremmo che la Cia con le sue stime aiutasse inconsapevolmente la filiera ad aumentare i prezzi".

Per Elio Lannutti, presidente di Adusbef, "ci troviamo ancora di fronte a speculazioni seriali, iniziate tra il 2001 e il 2002 e che non sono mai terminate, speculazioni non dei contadini, che non ce la fanno più ad andare avanti, ma di tutta quella filiera che dal campo alla tavola arriva a quadruplicare i prezzi". L'unica possibilita' per fronteggiare questi rincari, secondo Lannutti, é "quella di inserire nei cartelli il prezzo all'origine e al consumo, una proposta non rivoluzionaria e già operativa in Paesi come la Francia".

MOLLUSCHI: MERCATO DA 178 MLN EURO PER LA 'VONGOLA FILIPPINA'

Roma 15 FEB - È di 256 milioni di euro il fatturato, secondo i dati del 2005, delle regioni nord adriatiche per quanto riguarda la molluschicoltura. Un giro d'affari stimato prendendo in esame il prezzo medio e tenendo conto delle tonnellate prodotte. In cima alla lista tra le tre regioni produttrici di molluschi in tutta l'area dell'Alto Adriatico è il Veneto con una produzione di 70.377 tonnellate. Un quantitativo che incide per ben il 62,8 per cento sul totale della produzione, contro il 30,5 per cento dell'Emilia Romagna e il 3,8 per cento del Friuli Venezia Giulia. Cifre importanti se si considera che secondo il diciassettesimo bollettino dell'osservatorio socio-economico della pesca nell'Altoadriatico, la Croazia copre appena il 2,7 per cento della produzione del Nord Adriatico e la Slovenia solo lo 0,2 per cento. E ammonta a 107 tonnellate il totale di produzione nelle tre regioni italiane. "Provenienti per il 73 per cento da allevamenti in acque salmastre - spiegano da VenetoAgricoltura, l'azienda regionale per lo sviluppo del settore agro alimentare - come la laguna di Venezia, il Delta del Po e la laguna di Marano e Grado, e la restante quota del 27 per cento da acque marine, destinate esclusivamente ai mitili". Ma è la 'vongola filippina' la vera star del settore che, da sola, secondo VenetoAgricoltura, "ha alimentato un volume di affari di 178 milioni di euro". Cifra che equivale al 75 per cento del totale. Tra i molluschi più allevati, dopo la vongola filippina si posizionano poi i mitilli con il 26 per cento e all'ultimo posto la vongola verace con il 6 per cento. (esp)

FRUTTA: CODACONS, PREZZI ALTI, QUALITA' PESSIMA, SERVE CONTROLLO

(AGI) - Roma, 19 feb - Non c'e' solo la speculazione dei fruttivendoli, che non appena fa un po' di freddo aumentano i prezzi della frutta e verdura anche per prodotti già raccolti o coltivati in serra o importati dall'estero. Al Codacons quest'anno si e' toccato il record di segnalazioni anche per la pessima qualità della frutta di questo inverno. In testa alle segnalazioni ci sono mandarini secchi impossibili da sbucciare, seguono arance prive di succo ed immangiabili. Ma non vi e' frutta che non sia stata segnalata per il cattivo stato di conservazione: dalle mele che marciscono dopo 3-4 giorni dall'acquisto alle noci marce. Il Codacons chiede l'intervento immediato dell'Ispettorato

centrale per il controllo della qualità dei prodotti agro alimentari.

Il Codacons chiede, in particolare, che l'Ispettorato faccia visite ispettive e prelevi campioni dai banchi di frutta di fruttivendoli, supermercati, discount e mercati, accertando se vi siano fenomeni fraudolenti a danno dei consumatori. Il Codacons, intanto, ha individuato alcune regole per ridurre il rischio di fregature: "Comperate poco. Sconsigliamo di fare incette di prodotti freschi. Spesso finiamo per lasciarli in frigorifero fino a che non siamo costretti a buttarli. Un vero peccato! Con quello che costano di questi tempi forse e' meglio acquistarne meno ed evitare sprechi. Acquistate pochi prodotti per volta e ripetutamente, così da assicurare un elevato grado di freschezza della frutta che consumerete; e' preferibile acquistare direttamente dagli agricoltori o dai piccoli mercati di paese, così da evitare spese eccessive e avere maggiore sicurezza sulla provenienza dei prodotti; no alle primizie.

Acquistate frutta di stagione, non solo perché il prezzo é più conveniente, ma anche perché le qualità nutrizionali sono migliori; verificate la presenza dell'etichetta di provenienza. Preferite, laddove possibile, le varietà di frutta prodotte nella zona, poiché i tempi minori di trasporto garantiscono maggior freschezza; acquistate frutti non troppo maturi, ne' eccessivamente acerbi. Quelli al giusto livello di maturazione hanno anche i migliori valori nutrizionali; controllate con attenzione se la frutta o la verdura presentano segni di deterioramento (ammaccature, spaccature..). Attenzione alle luci dei supermercati che annullano i contrasti rendendo tutto apparentemente uniforme. Verificate quando il vostro negozio si rifornisce di prodotti freschi. Tenete presenti che il lunedì arriva la merce fresca nei mercati generali.

Solitamente, quindi, e' meglio acquistare il lunedì piuttosto che il sabato. al supermercato toccate solo la frutta che intendete prendere. Non e' bello andare a casa e scoprire che la mela e' marchiata con il dito di qualcuno. ^À Lavate e consumate. E' indispensabile lavare accuratamente i frutti prima di metterli in tavola, e se e' possibile privarli della buccia. Lasciateli a bagno per 5 minuti in acqua e bicarbonato così da non sprecare acqua. Una volta messa a bagno, la frutta andrebbe consumata in giornata.

POMODORO DA INDUSTRIA, CONFAGRICOLTURA: BENE ACCORDO SU PREZZO

Roma 20 FEB - L'accordo sul prezzo di 79,50 euro a tonnellata per il pomodoro da industria 2008 è stato giudicato positivamente da Confagricoltura. "Un prezzo in aumento rispetto alla campagna precedente e un segnale che fa ben sperare per un avvio senza traumi del triennio di transizione, che porterà il settore verso lo smantellamento definitivo del sostegno comunitario". Confagricoltura ricorda inoltre che il tavolo della trattativa chiuso nella notte partiva da posizioni molto distanti. Da un lato gli agricoltori, che chiedevano 82/83 euro, dall'altro gli industriali, che erano disposti a pagare 70/72 euro a tonnellata. "Il negoziato è stato difficile – spiega l'organizzazione degli imprenditori agricoli -, ed è stato anche complicato dall'attesa per la definizione delle nuove regole dell'Ocm ortofrutta, arrivate proprio pochi giorni prima della chiusura". L'obiettivo, adesso, "è quello di giungere a definire un prezzo di equilibrio, entro il 2010, che possa garantire un futuro sereno ad un settore strategico per l'agro alimentare italiano. Il prezzo dovrà essere crescente per i prossimi tre anni, fino a raggiungere un livello soddisfacente per entrambe le parti, e che consenta al comparto del pomodoro di rimanere concorrenziale a livello internazionale". Il fattore determinante per il successo o l'insuccesso di questa riforma sarà ancora una volta la programmazione attraverso gli accordi interprofessionali. Confagricoltura auspica che "la campagna si svolga in maniera corretta e che i controlli vengano eseguiti con la massima attenzione".



“IL PRECONFEZIONATO CHE CI RUBA IL TEMPO...”

“ Non è vero che non abbiamo più tempo (di lavare l’insalata, di preparare il sugo, di cuocere gli spaghetti...ndr) , è che lo perdiamo... girovagando nei supermercati ... a comprare cose inutili.. Proviamo, invece, a chiederci cosa ne facciamo del tempo che pensiamo di aver risparmiato, acquistando le insalate pronte. Proviamo a chiederci quanto spendiamo al mese per acquistare cibi carissimi perché addizionati di servizi e non di sostanza. Magari scopriremo che se acquistassimo cibo meno “lavorato” avremmo bisogno di meno soldi per la spesa mensile..”

(Carlo Petrini, fondatore di Slow Food, su “la Repubblica”- www.slowfood.it)

CREATIVITA' IN CUCINA = RISPETTO DELLE TRADIZIONI

“Oggi si parla tanto della creatività in cucina, ma la vera creatività in fondo non è altro che il rispetto della tradizione, del territorio e la profonda conoscenza dei suoi prodotti”.

(Gualtiero Marchesi, nella prefazione al volume “Lombardia: itinerari golosi tra le Alpi e il Po”).

