

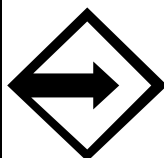


LA GAZZETTA DELL'AGRO ALIMENTARE E DEI MERCATI

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*

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

Presidente: Maria Antonia Pigozzi Rossini
Direttore: Enzo Guercilena





SOMMARIO

Alta tensione sugli studi di settore: la Confcommercio chiede una moratoria per il 2006 e nuovi indicatori.-

Logistica e Trasporti.-

Economia dei prezzi: Intelligenza terziaria e nuovi servizi, ovvero: come mettere l'intelligenza terziaria al servizio della innovazione e aumentare la produttività dei servizi.-

Dalla Commissione della filiera agroalimentare Confcommercio: gli avvenimenti più significativi dal 15 maggio al 6 giugno 2007.-

Politiche agricole.-

EVENTI: i vini del Bordeaux sbarcano in Italia alla casa del pane.-

Sapere.. Il sapore del sapere: il convegno di settembre.-

News in poche righe.-

Chiuso in redazione il : 13 giugno 2007

ALTA TENSIONE SUGLI STUDI DI SETTORE: LA CONFCOMMERCIO CHIEDE UNA MORATORIA PER IL 2006 E NUOVI INDICATORI

In una conferenza stampa congiunta, i presidenti di Confcommercio, Confartigianato, Cia e Casartigiani hanno puntato il dito contro i nuovi indicatori di normalità economica, lamentando le continue vessazioni nei confronti delle piccole imprese.

Secondo il presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, è necessaria una moratoria per il 2006 e una rapida definizione di nuovi indicatori.

“Le tasse vanno pagate e la lotta all’evasione e all’elusione va condotta con determinazione” – ha detto Sangalli – *“perché, secondo l’Istat, si tratta almeno del 17% del Pil. Il “nero” è una patologia che investe l’intero Paese e milioni di persone di tutte le categorie sociali: **imprese grandi, medie e piccole, lavoratori autonomi, dipendenti, pensionati**”*. E’ strumentale e fuorviante, dice Sangalli, impostare la questione della lotta all’evasione in termini di categorie sociali: deve essere condotta a 360 gradi, in tutte le direzioni, senza cercare capri espiatori. E’ per questa ragione, soprattutto, che la Confcommercio ha espresso giudizio negativo sulla Finanziaria 2007: una manovra da 39 miliardi di euro, di cui ben il 67%, 26 miliardi, dovrebbero essere il risultato di un accresciuto gettito tributario.

*“La strada da percorrere era, e resta, quella di **rendere contestuale il recupero della base imponibile alle riduzioni del prelievo fiscale**. Lo si può fare, lo si deve fare, per rimettere in moto la domanda interna e i consumi della famiglia”*.

E ciò richiede, per il presidente di Confcommercio, un atto di responsabilità politica. La scelta, cioè, di iniziare a ridurre la spesa pubblica. *“Invece, registriamo la crescita del gettito tributario e la crescita della pressione fiscale, ma di processi strutturali per il controllo e la riduzione della spesa pubblica a tutt’oggi non c’è traccia.”*

“La mia proposta è semplice” – ha spiegato Sangalli – *“**Moratoria degli indicatori per il 2006 e rapida definizione di nuovi indicatori nell’ambito del processo di revisione degli studi**. Si proceda con equità e senso della misura, senza la ricerca di soluzioni ad effetto mediatico come la pubblica gogna per il mancato rilascio di uno scontrino fiscale”*.

Ha voluto concludere, il presidente Sangalli, con le parole del Governatore Draghi: *“livello eccessivo del prelievo, variabilità e complessità delle regole fiscali scoraggiano l’investimento in capitale fisico e umano, rendono più onerosa l’osservanza delle norme.”*

Logistica & Trasporti

“In molte città europee, nelle ore di punta, per percorrere 5 km si impiegano fino a 4 ore e nell’Unione Europea i costi dovuti alla congestione del traffico sono valutati in circa 40 miliardi di euro all’anno. La telematica applicata al trasporto si è delineata negli ultimi anni come la soluzione a lungo cercata per coordinare in modo intelligente il trasporto delle merci, con riduzione dell’inquinamento, una maggior sicurezza stradale e una conseguente contrazione dei costi e dei tempi di viaggio.”

I TRASPORTI INTELLIGENTI PER LE MERCI: LE SOLUZIONI ICT

Il Convegno organizzato dalla School of Management del Politecnico di Milano, il 1° Giugno scorso, su “Intelligent Transportation Systems per le merci”, ha raggiunto due importanti risultati:

- ha aggiornato le conoscenze scientifiche sulle soluzioni finalizzate all’ottimizzazione dei processi di trasporto basate sulle tecnologie dell’informazione e della comunicazione (ICT), verificando il punto di vista delle istituzioni e delle aziende di trasporto alla luce delle esperienze degli utenti;
- ha presentato e discusso i risultati finali della Ricerca 2006/07, che ha analizzato le soluzioni ICT nell’ambito del **trasporto merci e della logistica distributiva, attraverso lo studio di oltre 100 casi di aziende utenti e fornitrici** di soluzioni tecnologiche.

La School of Management del Politecnico di Milano, con oltre 240 docenti e circa 80 fra dottorandi e collaboratori della ricerca, infatti, accoglie dal 2003 le attività di ricerca, formazione e alta consulenza. L’Osservatorio Intelligent Transportation Systems della School of Management, a sua volta, si pone i seguenti obiettivi:

- ? analizzare criticamente le soluzioni ITS, esaminando in modo approfondito le principali applicazioni ITS già implementate in Italia;
- ? comprendere gli impatti delle soluzioni ITS sui processi di trasporto in termini di capacità di creazione di valore;
- ? identificare e valutare i benefici e le barriere all’adozione per le potenziali aziende utenti.

Il Convegno del 1° Giugno, introdotto e condotto dal presidente della School of Management del Politecnico di Milano, Umberto Bertelè, ha consentito di verificare i benefici e le criticità riscontrati dalle aziende utenti in Italia delle applicazioni di Intelligent Transportation Systems. Il Convegno ha presentato anche una vista di dettaglio per le principali “filieri” di trasporto e ha dato spazio, nella tavola rotonda finale, alla illustrazione di alcune esperienze significative da parte di relatori aziendali e partner dell’Osservatorio ITS, nonché al punto di vista delle istituzioni e delle aziende pubbliche: dall’Unione Interporti Riuniti all’Assologistica, dall’ATM alla Cargoclay, dalla direzione generale dell’Autotrasporto di persone e cose del Ministero dei Trasporti a Trenitalia.

L’Assessore alla Mobilità del Comune di Milano, Edoardo Croci, ha aperto i lavori del Convegno, evidenziando l’interesse delle istituzioni per i risultati della Ricerca, che, sulla base di oltre 800 applicazioni o progetti in 550 aziende utenti, ha approfondito 4 tematiche:

- la comprensione dello scenario applicativo, con una fotografia dei settori più dinamici e ricchi di applicazioni;
- la misura del mercato RFID Italia nel 2006 e la previsione per il 2007;
- la quantificazione dei benefici già concretamente ottenibili grazie alle tecnologie RFID in diversi ambiti applicativi;
- l'analisi critica del grado di sviluppo della tecnologia, con particolare attenzione ai costi e alle applicazioni.

Dalla "Ricerca 2006/2007", presentata al Convegno dai responsabili scientifici dell'Osservatorio Intelligent Transportation Systems del Politecnico di Milano, Gino Marchet e Alessandro Perego, è emersa una **situazione contraddittoria**: da un lato, vi è una buona dinamica nel numero e nella qualità dei progetti in corso, dall'altro, la realtà d un mercato ancora piccolo e una certa disillusione che inizia a serpeggiare tra gli addetti ai lavori.

Si tratta del primo rapporto dell'Osservatorio, dedicato alle prospettive degli utenti in materia di trasporti "intelligenti", che si propone di studiare l'impatto delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione – da quelle più tradizionali a quelle più innovative- sul mondo dei trasporti.

"E' stato deciso di occuparsi di questa tematica" - ha detto Umberto Bertelè, presidente della School of Management- " per l'elevato "valore sociale" che riveste, in relazione alle potenzialità di crescita del settore trasporti più controllata e meno dipendente da nuove infrastrutture "hard", con i noti benefici – efficienza, efficacia, sicurezza, impatto ambientale- per le singole imprese e per la collettività".

In questo primo anno l' Osservatorio si è concentrato sugli ITS a supporto del trasporto merci e della logistica distributiva, posticipando alla prossima edizione il tema degli ITS a supporto del trasporto delle persone.

Il "taglio" delle analisi svolte è stato volutamente orientato, ha spiegato Bertelè, alla comprensione del punto di vista delle aziende utenti, con la finalità precisa di valutare il reale grado di adozione, i benefici ottenuti, le criticità e le barriere all'adozione, in un settore dove il gap tra il mondo dell'offerta dei servizi e delle soluzioni ICT e il mondo degli utenti è particolarmente ampio.

Per cogliere questo obiettivo, sono stati condotti oltre 100 studi di caso su 75 aziende utenti, selezionate in modi da rappresentare la varietà degli attori, che a vario titolo compongono la filiera del trasporto merci e della logistica distributiva (operatori di logistica integrata, autotrasportatori, vettori ferroviari e marittimi, operatori intermodali, imprese che gestiscono la logistica in proprio ecc.) e 33 casi di operatori della filiera dei servizi e delle soluzioni ITS.

(www.osservatori.net)

S. Lolli



Economia dei Servizi

INTELLIGENZA TERZIARIA E I NUOVI SERVIZI, OVVERO: COME METTERE L'INTELLIGENZA TERZIARIA AL SERVIZIO DELLA INNOVAZIONE E AUMENTARE LA PRODUTTIVITA' DEI SERVIZI

La terziarizzazione è già qui. Ogni anno, l'occupazione si sposta dal secondario al terziario. La sfida del prossimo futuro è quella di aumentare la produttività dei servizi. Si apre la stagione della nuova economia dei servizi, che mette insieme elevato impiego di lavoro ed elevata produttività. Lo ha detto il professor Enzo Rullani, dell'Università Ca' Foscari di Venezia, al Convegno su "Intelligenza terziaria e nuovi servizi", organizzato a Palazzo Castiglioni dal Comitato Provinciale Servizi dell'Unione Commercio Turismo Servizi e Professioni di Milano il 5 giugno scorso. Ed è stato il presidente del Comitato, Umberto Bellini, a introdurre le relazioni, le esperienze aziendali e il dibattito sul tema della nuova economia dei servizi e dell'innovazione, dopo che il segretario generale dell'Unione, Gianroberto Costa, aveva sottolineato l'importanza strategica, non solo numerica, delle imprese dei servizi per la crescita dell'organizzazione.

"Il Comitato rappresenta", ha ricordato Bellini, "oltre 13.000 imprese che operano in tutto il vasto settore dei servizi: dalla Consulenza alla Comunicazione, dall'informatica all'Ambiente, dallo Sport e Tempo Libero alla Motorizzazione, dai Servizi Ausiliari alle aziende dell'immobiliare, dai Servizi vari alle Professioni. Il rinnovo del CCNL, ricerca soluzioni alle problematiche delle imprese in campo fiscale, leale e amministrativo, si adopera per ricercare finanziamenti a favore del settore da parte delle Istituzioni e per assicurare maggiore visibilità ai Servizi.

Le imprese di servizi costituiscono il bacino fondamentale cui è possibile attingere per rispondere con successo alle nuove esigenze di cambiamento e di sviluppo attraverso la conoscenza e l'innovazione".

IL TERZIARIO NUOVO MOTORE DELL'ECONOMIA

Il terziario, secondo il presidente Bellini, deve diventare più consapevole del ruolo decisivo nella trasformazione in corso, *"perché l'innovazione culturale precede e prepara l'innovazione operativa, nella pratica quotidiana delle imprese e nelle loro strategie di business. L'outsourcing è sempre più usato dalle aziende e l'outsourcing siamo noi. L'economia ha sempre più bisogno dell'intelligenza terziaria e dei nuovi servizi. Ha bisogno di noi. Che, a nostra volta, grazie all'Unione CTSP e alla Confcommercio, contiamo di più."*

La brillante relazione del professor Enzo Rullani, che insegna strategie di impresa e gestione della conoscenza presso la facoltà di economia dell'Università Ca' Foscari di Venezia, ma che svolge anche attività didattiche e di ricerca presso la Bocconi e altre Università, ha sottolineato, con argomentazioni assai convincenti e suggestive, le tesi anticipate dal presidente Bellini. *"Viviamo da tempo nell'economia dei servizi, che ha una lunga storia alle spalle: insieme all'agricoltura è stata la base dell'economia pre-industriale. Poi, con la prima industrializzazione dell'800, l'economia dei servizi viene in parte sostituita dalla produzione industriale a macchina e in parte rimane come residuo. Rientra in primo piano nel '900, con l'avvento del fordismo come com-*

plemento della fabbrica per la commercializzazione, l'istruzione, la finanza ecc.”

La nuova economia dei servizi, secondo il professor Rullani, si appoggia a tre cambiamenti di fondo:

1. **Aumenta** la complessità, rendendo necessario passare dall'intelligenza meccanica della prima modernità all' **intelligenza terziaria** di oggi.
2. **Cambia** l'organizzazione della produzione, dando, nella filiera produttiva, un ruolo attivo al **consumo**.
3. Le tecnologie dell'immateriale (ICT, media) rendono possibile fornire **prestazioni di servizio a distanza**, superando le barriere che in precedenza impedivano in questo settore rilevanti economie di scala.

La novità di fondo è questa: il terziario recupera un rapporto diretto con la modernità, l'innovazione passa per l'economia dei servizi e la rivoluzione che ci aspetta è la innovazione.

CHE COSA DIVENTA IL SERVIZIO: I TRE ANELLI DELLA PRODUZIONE DI VALORE NELLA NUOVA ECONOMIA DEI SERVIZI

1. **Intelligenza terziaria** : la conoscenza che conta non è quella incorporata nelle macchine o in codici ripetitivi, ma è direttamente espressa da persone e imprese viventi, usando la capacità del cervello umano di governare la varietà, la variabilità e l'indeterminazione in risorse economiche, capaci di generare valore.
2. **Legame fornitore-cliente**: chi produce la conoscenza si mette al servizio di chi la utilizza, perché l'esplorazione del nuovo e del possibile richiede condivisione di significati, di investimenti e di rischi. E ciò vale anche nel rapporto **produttori-consumatori**.
3. **Moltiplicatori del valore** : oggi le ICT e i media consentono alle conoscenze di essere riprodotte, stoccate e trasferite meglio dei beni materiali. Così le conoscenze possono essere riusate più volte.

La via maestra per mettere in movimento i tre anelli, secondo Rullani, è più complessa, ma più robusta. Bisogna agire su due fronti contemporaneamente:

- **rinnovare l'esistente**, trasformando gradualmente il terziario tradizionale in **terziario innovativo** (neo-servizio)
- **creare nuovi business**, liberando le idee che finora sono rimaste "prigioniere" dei confini proprietari, delle istituzioni di ricerca, dei sistemi locali, dei settori produttivi, consentendogli di andare a cercare i potenziali clienti che stanno oltre i confini di origine.

Nella nuova economia dei servizi, dice il professor Rullani, **i settori trainanti del prossimo futuro saranno:**

- I **servizi connettivi** (ICT, trasporti, logistica intelligente, sistemi di garanzia, linguaggi e sistemi di comunicazione..)
- La **produzione di senso** (creazione di significati comunicabili, economia delle esperienze, generazione di identità..)
- I **servizi personalizzati** (attenzione al cliente, global service, eccellenze di nicchia, fornitura *on demand* di prestazioni personalizzate)
- La **produzione di (nuovo) welfare** (salute, fitness, istruzione, cultura, formazione, demotica e arredamento dello spazio abitativo, **gestione condivisa dell'energia, dei rifiuti e dei servizi locali**, ambiente e qualità della vita, sicurezza, recupero sociale, interculturalità e integrazione sociale..)

A chi tocca fare tutto questo?, si è chiesto il professor Rullani al termine del suo brillante intervento. Chi e come saranno gli uomini del nuovo terziario?

Oggi non bastano più gli imprenditori ancorati alla loro matrice culturale e finanziaria di origine, i lavoratori formati nella pratica e incapaci di muoversi nelle reti globali e immateriali in cui le conoscenze sono espresse in linguaggi formali, i cultori dell'estetica e del gusto troppo centrati sulle esperienze fatte sin qui e che non si rapportano ai nuovi potenziali usi e mercati.

PROFESSIONISTI DELLA CONOSCENZA CERCASI DISPERATAMENTE

E' venuto il momento, secondo Rullani, di puntare su **professionisti della conoscenza**, imprenditori e managers che, avendo investito in linguaggi formali e in capacità manageriali, possano integrare le competenze disponibili nelle imprese e proiettarle verso le nuove dimensioni della competizione. Devono però avere visione del futuro e capacità di condivisione sufficienti per fare gli investimenti a rischio che si richiedono. **I nuovi servizi fanno parte della società del rischio e non possono essere sviluppati al di fuori di essa.**

Gli imprenditori e i manager di cui disponiamo, secondo Rullani, rispondono solo in parte a queste caratteristiche. E' urgente, quindi, mettere in moto un cambiamento di fondo, sia nella qualità del loro lavoro, sia nell'atteggiamento delle aziende, passando dalle **competenze tecniche** alle **competenze intellettuali**. **Specializzazione sì**, ma solo se reversibile. C'è ancora molto da fare, ha concluso Rullani, nelle imprese, nelle scuole e nel rapporto di lavoro, per indurre un numero molto elevato di persone a seguire questo nuovo percorso verso ruoli creativi di **condivisione e responsabilità**, che implicano maggiore autonomia, intelligenza e rischio da parte delle imprese dei servizi.

LE 4 LINEE DELL'INNOVAZIONE NELLE IMPRESE DEI SERVIZI

La dottoressa Roberta Sebastiani, docente di marketing e ricercatore all'Università Cattolica di Milano, ha tratteggiato, nel suo intervento al Convegno su "Intelligenza terziaria e nuovi servizi", le linee dell'innovazione che le imprese dell'area servizi dovranno seguire in futuro per corrispondere ad un modello di crescita professionale e sociale adeguato alle attese. Alle esigenze del cliente, ha detto la Sebastiani, si risponde con la **specializzazione** e con il "**global service**": con la capacità, cioè, di pensare nell'ottica del cliente, rendendo flessibile e ampia la gamma dell'offerta e adattandosi ai cambiamenti del mercato.

Svariati gli esempi aziendali portati dalla Sebastiani a dimostrazione di come sia possibile passare dalla teoria alla pratica di successo.

dalla UVET nel campo del turismo, all'American Express; dalla SPM Engineering alla BRAVO Solution nel settore dell'edilizia. Dallo SLOW FOOD di Carlo Petrini alla MAGGIORE ; dalla Mc. Arthur Glen, a Cassaforte, l'hotel delle cose, a LastMinute, a Cleancum, a LifeGate, a DRIVE OUT, a Teatro Libero, a EURO CAR. Tutte imprese di successo, grazie alla innovazione e alla creatività, che gli ha consentito di andare oltre il tradizionale concetto di vendita, di focalizzare lo sviluppo interno superando i limiti del business originario e ridefinendo la mission aziendale, dal core business ai servizi accessori.

LE "CASE HISTORY": Bexb, Spell/Teatroimpresa, Physical Brand Design by Crea International

Spazio è stato concesso al Convegno, dopo le relazioni ufficiali e prima del dibattito, alle "case

history” di tre imprese che hanno introdotto con successo, nel *mercato* dei servizi, la creatività e l’innovazione.

Con la BexB (www.bexb.it), che si legge Business eXchange Business, le aziende possono acquistare merci, beni e servizi senza esborso monetario, grazie all’introduzione in Italia del “barter”, baratto o compensazione.

La Spell (www.castaspell.it) , società per elevare il livello del lavoro, ha nel nome, se non il destino, almeno la velleità di contribuire a migliorare la qualità del lavoro nelle organizzazioni clienti, occupandosi, per Teatrodimpresa, di innovazione metodologica e di formazione spettacolo.

La Crea International, nata nel 2002, è una società creativa multidisciplinare che realizza progetti di spazi architettonici, supportando il lavoro di Visual e Styling con accurate attività di strategia e ricerca. “*Physical Brand Design*” è il termine introdotto e brevettato da Crea per definire l’area della progettazione dello spazio, dove forte è la relazione con i brands, per trasferire in modo coerente, innovativo, stimolante i valori e la filosofia del brand.

Un vivace, approfondito e partecipato dibattito ha concluso questo ennesimo Convegno di successo organizzato dal Comitato Provinciale Servizi dell’Unione CTSP, che ha raggiunto, lo si può affermare con sicurezza, l’obiettivo di rispondere alle domande che le imprese associate pongono e si pongono più di frequente: che cosa si può fare per rendere più spedito il cammino degli innovatori e per generalizzare la loro esperienza, in modo da trainare sulla stessa strada di successo anche le altre imprese dell’area servizi?

A molte domande il Convegno su “Intelligenza terziaria e i nuovi Servizi” ha saputo certamente rispondere con una conclusione di fondo: le imprese dei servizi dovranno diventare “più intelligenti”, investendo risorse proprie in un *core business* molto focalizzato e ricorrendo ai servizi di specialisti esterni per produrre *servizi e significati* che arricchiscano la prestazione fornita al cliente.

(www.borsaservizi.it E-mail: comitato.servizi@unione.milano.it)

S. Lolli



Dalla Commissione della filiera agroalimentare di Confcommercio: Gli avvenimenti più significativi dal 15 maggio al 6 giugno 2007

Dal 15 al 18 maggio 2007



DAL GOVERNO

PRODUZIONE AGRICOLA CON METODO BIOLOGICO

Il 7 maggio scorso è stato presentato alla Camera dei Deputati il disegno di legge di iniziativa governativa 'Disposizioni per lo sviluppo e la competitività della produzione agricola ed agroalimentare con metodo biologico'. Il provvedimento, approvato dal Consiglio dei Ministri del 13 aprile scorso, disciplina organicamente il settore dell'agricoltura biologica, con l'obiettivo di predisporre strumenti idonei perché assuma un ruolo centrale nel mercato tramite gli opportuni controlli e le regole necessarie a dare piena tutela ai consumatori. Il disegno di legge va a disciplinare alcuni campi dell'agricoltura biologica, nella quale vi erano dei vuoti normativi, come la creazione dei distretti biologici, l'acquacoltura biologica ed il vino bio. Il provvedimento detta inoltre norme in materia di accordi di filiera, regole tecniche, promozione delle produzioni nazionali, sistema di controllo e di certificazione, acquacoltura e monitoraggio delle importazioni e prevede l'istituzione del logo nazionale per le produzioni ottenute da agricoltura biologica.

http://www.governo.it/GovernoInforma/Dossier/biologico_ddl/index.html

DAL MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE

PREZZI: ORTOFRUTTA; DE CASTRO, CALO CAUSATO DAL CALDO

(ANSA) - ROMA, 16 MAG - "La caduta dei prezzi dei prodotti ortofrutticoli è dovuta in maniera significativa al caldo e alle condizioni climatiche di questi ultimi mesi, i quali hanno prodotto una maturazione contemporanea delle colture, dando vita così ad una concentrazione dell'offerta". Questo quanto riferito oggi in commissione agricoltura di Palazzo Madama dal ministro per le politiche agricole Paolo De Castro. "A questo punto è chiaro - ha proseguito - che una possibile soluzione a questo stato di cosa potrebbe essere rappresentata da una più forte aggregazione dell'offerta. Non a caso, ricordo che in questo momento, in Italia, meno del 30% della commercializzazione di questi prodotti passa per realtà organizzate. Quindi - ha aggiunto - è chiaro che sarebbe utile in termini generali un miglior rapporto con la grande distribuzione. In ogni caso, ha aggiunto il ministro De Castro, è bene ricordare che nell'ambito della finanziaria avevamo previsto un regime di aiuto per le crisi di mercato commisurato ad un calo del reddito delle imprese multicolture".

Dal 1° al 6 giugno 2007

DALLA BANCA D'ITALIA

31 MAGGIO 2007 - CONSIDERAZIONI FINALI DEL GOVERNATORE MARIO DRAGHI

DOBBIAMO POR MANO CON MAGGIORE DETERMINAZIONE ALLE DEBOLEZZE STRUTTURALI DELLA NOSTRA ECONOMIA. IL CONSUMO DELLE FAMIGLIE, EROSO DALLE RENDITE, FRENATO DALL'INCERTEZZA SULL'ESITO DI RIFORME CHE TOCCANO IN PROFONDITA' LA LORO VITA, DEVE RIPRENDERE SLANCIO.

MINISTERO POLITICHE AGRICOLE

ISMEA: STUDIO-PROGETTO PER GESTIONE CRISI IN AGRICOLTURA

Il Velino - Roma 1° giugno - Uno studio-progetto dedicato alla gestione delle crisi di mercato in agricoltura. Con la proposta di favorire la stabilizzazione dei redditi delle imprese agricole attraverso integrazioni dirette, nei casi in cui il reddito aziendale subisca, per effetto di crisi congiunturali, riduzioni di oltre il 30 per cento rispetto alla media dei tre anni precedenti. È lo schema proposto nel rapporto ISMEA dal titolo "Gestione della crisi e tutela del reddito: una proposta per l'agricoltura italiana".

Uno studio che, ancora prima della concreta applicazione del meccanismo di intervento pubblico, si propone di stimolare, sia a livello nazionale sia comunitario, il dibattito sulla gestione della variabilità dei redditi nel settore agricolo. "Il sostegno - sottolinea l'ISMEA - ottempera ai requisiti e alle regole della Politica agricola comune e del WTO e non contrasta con la disciplina degli aiuti di Stato in agricoltura". Il processo di determinazione della riduzione del reddito, nella proposta avanzata, prevede sul piano operativo due fasi distinte: una prima, definita di allerta, e una seconda di verifica. In relazione alle risorse necessarie a finanziare lo schema di sostegno pubblico, l'ipotesi è di attingere a uno dei cinque punti percentuali del prelievo effettuato sui pagamenti diretti alle aziende agricole, attraverso il meccanismo della "modulazione" previsto dalla riforma della PAC.

UMBRIA/SANITA': CONFCOMMERCIO LANCIAM ALLARME SU IGIENE ALIMENTI

Le linee guida che la Regione dell'Umbria ha emanato per rendere applicativi i regolamenti comunitari in materia igienico sanitaria, sono entrate in vigore solo dal 1° giugno, ma hanno già fatto emergere alcune difficoltà. L'allarme è di Confcommercio i cui tecnici hanno fatto presente i fatti problematici, a partire dalla inconciliabilità di tempi e modalità delle pratiche amministrative e sanitarie, che, di fatto, vanifica il principio di semplificazione e snellimento alla base delle indicazioni europee. Chi vuole aprire una nuova attività nel settore alimentare, rischia di trovarsi in un clima di grande incertezza e confusione: con i Comuni e le ASL che non tengono comportamenti univoci. I regolamenti comunitari entrati in vigore a gennaio di quest'anno - sostiene una nota di Confcommercio - prevedono alcune importanti novità in materia di tutela della salute dei consumatori. Se prima occorreva un controllo preventivo da parte delle ASL per avviare un'attività, da oggi basta una autocertificazione dell'imprenditore, la DIA (Dichiarazione di Inizio Attività) appunto, con la quale si assicura che locali e

procedure sono adeguate a garantire la salute dei clienti. L'introduzione della DIA si inserisce in un quadro volto alla semplificazione delle procedure e fa venire meno l'impianto di regole puntuali e precise imposte all'imprenditore in questa materia; in un certo senso, ora l'imprenditore stabilisce le proprie regole e solo successivamente avviene il controllo da parte degli organi preposti, per verificare l'idoneità dell'intero ciclo produttivo. Queste novità - sottolinea Confcommercio - sono tutte condivisibili, ma ora il problema è nelle modalità secondo le quali dovrebbero essere applicate, poiché è del tutto mancata la fase della concertazione tecnica tra Regione, ASL e Comuni per superare il problema del raccordo tra incombenze sanitarie e amministrative. Concertazione che non c'è stata nemmeno con le associazioni di impresa, che hanno conosciuto le linee guida della Regione solo dieci giorni prima che entrassero in vigore, nel corso di incontri organizzati dalle ASL, che hanno dimostrato di avere interpretazioni difformi le une dalle altre, e in assenza della Regione. Secondo Confcommercio nel clima di confusione che si è creato, emergono anche situazioni paradossali.

Agriturismi, country house, residenze d'epoca, fattorie didattiche sono tutte attività escluse dalla nuova normativa dell'autocertificazione; devono riferirsi ad una precedente normativa regionale, più restrittiva, e comunque non si sa bene quali procedure devono adottare. Al contrario, per le sagre il percorso è più facile e più breve, come se si potesse sostenere che nel caso di queste manifestazioni il rischio igienico sanitario è minore per i consumatori. L'esigenza di fare chiarezza è, insomma, inderogabile.

Confcommercio chiederà a breve un incontro con l'assessore regionale alla sanità Maurizio Rosi.

DALLA CONFCOMMERCIO

CONFCOMMERCIO:CONSUMI APRILE +1,4%. TIRANO AUTO E TELEFONINI (AGI) - Roma, 5 giu. - Ad aprile consumi in leggero incremento per il secondo mese consecutivo. Si comprano soprattutto beni: in aumento l'acquisto di auto-vetture, telefonini, profumi, prodotti per la casa; in flessione, servizi ricreativi, alimentari, bevande e tabacchi. Segnali di ripresa che portano, comunque, il primo quadrimestre ad un modesto aumento tendenziale dello 0,6%.

Questo il quadro che emerge dall'Indicatore dei Consumi Confcommercio (Icc) che segnala, ad aprile, un modesto miglioramento della dinamica della domanda per consumi, con una variazione in quantità del +1,4% rispetto allo stesso mese del 2006.

CONSUMI : CONFCOMMERCIO, +1,4 VENDITE APRILE MA CIBO PIU' CARO

(ANSA) - ROMA, 5 GIU - Consumi in ripresa ad aprile.

L'aumento delle quantità su base annua è stato dell'1,4%, secondo quanto emerge da un'indagine realizzata da Confcommercio. Tra i prodotti più gettonati, in testa telefonini, computer e automobili. A crescere sono però anche i prezzi di alcuni beni di prima necessità: se nel complesso l'aumento dei prezzi è dello 0,6% ad aprile e dell' 1,2% nei primi quattro mesi dell'anno, il trend è decisamente più sostenuto se si guarda al capitolo alimentari, bevande e tabacchi che registra incrementi del 2,9% ad aprile (+3,0% nei primi quattro mesi dell'anno). Anche mangiare o pernottare fuori casa diventa più caro: nel comparto alberghi, pasti e consumazioni fuori casa si rileva ad aprile un aumento dei prezzi dell'1,8% rispetto ad aprile 2006 (+2,3% nei primi quattro mesi).

DALLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

AGROALIMENTARE: RUSSIA, GRANDE OPPORTUNITÀ PER MADE IN ITALY

Il Velino - Roma 5 giugno - "La Russia può essere il punto di equilibrio dei flussi commerciali dell'Europa. È importante lavorare insieme per migliorare l'interscambio dei nostri prodotti agro alimentari e per creare le condizioni per una presenza strutturale delle imprese italiane in Russia". Così il ministro delle Politiche agricole alimentari e forestali Paolo De Castro, a margine della bilaterale, a Mosca, con il ministro dell'Agricoltura russo Aleksej Vasil'evic Gordeev. Un'occasione per sottolineare "la valenza e l'impegno dell'Italia - ha detto De Castro - per una risoluzione positiva della procedura di accesso della Federazione Russa al Wto". In seguito il ministro ha visitato un ipermercato dove è in corso l'iniziativa "Auchan per il Made in Italy". In questa settimana infatti, la catena distributiva presente in Italia, metterà sugli scaffali della Russia una promozione specifica dei prodotti di qualità dell'agro alimentare italiano. Soddisfatto dell'iniziativa e della partecipazione di ben 34, qualificate imprese del made in Italy alimentare, De Castro ha ribadito che "occorre favorire le esportazioni, rafforzando e sostenendo le imprese, come stanno facendo Mipaaf e Buonitalia, per andare incontro alla crescente domanda di prodotti Made in Italy in Europa e nel mondo". Questo pomeriggio il ministro parteciperà all'inaugurazione di "Vinitaly Cibus Russia", la rassegna organizzata da Ice (Istituto commercio estero), Veronafiore e Fiere di Parma in collaborazione con Buonitalia, società del Mipaaf, che vede il coinvolgimento di 140 aziende italiane dell'agro alimentare.

DALLA COLDIRETTI

CONSUMI, COLDIRETTI: BOOM DEL BIOLOGICO, SERVE PIÙ TRASPARENZA

Il Velino - Roma 31 maggio - Aumentano del dieci per cento i consumi familiari di alimenti biologici con valori record per i prodotti per l'infanzia e per riso e pasta. Questo quanto emerge da un'elaborazione di Coldiretti sulla base dei dati del panel Ismea - Ac Nielsen sui consumi domestici di prodotti biologici confezionati relativi al primo trimestre del 2007, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. "L'aumento dei consumi del biologico, che riguarda quasi tutti i comparti merceologici - precisa l'organizzazione dei coltivatori diretti - rende necessario aumentare le garanzie di trasparenza dell'informazione ai cittadini anche attraverso l'obbligo di indicare in etichetta la provenienza dei prodotti biologici acquistati".

Una necessità che è condivisa anche dal Parlamento europeo che con la recente approvazione in seduta plenaria della relazione di Marie Helen Aubert ha proposto una serie di modifiche al regolamento comunitario come l'obbligo di indicare in etichetta l'origine dei prodotti biologici e l'azzeramento della soglia di contaminazione da organismi geneticamente modificati (ogm). "Il Parlamento chiede correttamente - precisa la Coldiretti - una normativa più stringente riguardo alla produzione e all'etichettatura dei prodotti biologici, in particolare per evitare le contaminazioni da OGM la cui presenza accidentale e inevitabile non dovrebbe superare lo 0,1 per cento. L'Italia, quarto produttore mondiale e primo nella UE, ha la responsabilità, concludono da Coldiretti, di svolgere un ruolo di avanguardia a livello comunitario per difendere il settore dai rischi concreti di perdita di credibilità e mercati".

RIFORME OCM, COLDIRETTI: IN GIOCO 1/3 DELL'AGRICOLTURA ITALIANA

Il Velinio - Roma 5 giugno- A una settimana dal varo della riforma europea di mercato per l'ortofrutta e a meno di un mese dalla proposta della Commissione per il vino - due settori che da soli rappresentano un terzo del valore dell'intera agricoltura italiana - Coldiretti ha promosso un forum internazionale a Bruxelles con lo studio Ambrosetti dal titolo "Dal Territorio salute per la nuova Europa". L'obiettivo è quello di dare maggiore autorevolezza all'agricoltura italiana nelle trattative comunitarie e internazionali per affermare l'agro alimentare italiano sui mercati. "Per la riforma dell'ortofrutta, che sarà all'ordine del giorno del consiglio dei ministri dell'11 giugno - ha affermato il presidente di Coldiretti, Sergio Marini - deve essere quindi valorizzata la centralità dell'impresa che va lasciata libera di produrre per il mercato al di fuori di anacronistici vincoli amministrativi. Occorrerà vigilare attentamente sui due versanti di attuazione, nazionale e comunitario, per garantire la coerenza con le riforme già realizzate". L'impegno per rilanciare i consumi, fanno sapere dall'organizzazione agricola, deve essere accompagnato da una maggiore trasparenza dell'informazione estendendo anche ai prodotti trasformati come i derivati del pomodoro l'obbligo di etichettatura dell'origine previsto per gli ortofrutticoli freschi.

"La politica agricola comune - ha aggiunto Marini - deve agevolare e sostenere l'orientamento al mercato delle imprese e valorizzarne il ruolo multifunzionale, assicurare la distintività delle produzioni per garantire la trasparenza dell'informazione ai consumatori e promuovere l'integrazione e lo sviluppo dei territori". Altra tappa importante è rappresentata dalla proposta che la Commissione presenterà il 4 luglio sulla riforma dell'Ocm vitivinicola. "Anche in questo caso la bussola di riferimento che ci guida è la centralità dell'impresa e dei territori nel dare qualità al prodotto, distintività e riconoscibilità per il consumatore, attraverso la trasparenza nei processi e l'uso dei prodotti - ha affermato Marini -. L'azione della Coldiretti si concentrerà sempre più sulla qualità, sicurezza, territori, servizi ed energia per cogliere le opportunità che vengono dalle nuove domande dei cittadini consumatori per dare sostenibilità ambientale alla crescita economica alla quale l'agricoltura può contribuire con la produzione delle bioenergie e delle bioplastiche. Un esempio di innovazione - ha infine concluso il presidente dell'organizzazione agricola - in cui l'Italia può svolgere una funzione di leadership in Europa". (esp)

BIOPLASTICHE VS PLASTICA: ADDIO A 8 MLD DI BOTTIGLIE INQUINANTI

Roma - "A cento anni dalla sua invenzione, la plastica si trasforma e diventa "bio" per assicurare sostenibilità ambientale con l'utilizzo di fonti rinnovabili di origine agricola non inquinanti e completamente biodegradabili". Lo dichiara Coldiretti che, nella Giornata mondiale dell'ambiente che coincide quest'anno con il centesimo anniversario dell'invenzione della plastica, ha allestito a Bruxelles in Belgio un'esposizione di innovazioni realizzate con materiali di origine agricola non inquinanti e biodegradabili. "In Europa - stima l'organizzazione agricola - si consumano ogni anno circa 100 miliardi di sacchetti di plastica che vengono dispersi nell'ambiente. Sono 200 gli anni necessari per decomporli, con un effetto inquinante che si aggiunge all'emissione di gas a effetto serra destinato a influenzare negativamente il clima con il consumo di combustibile di origine fossile". Un tema sul quale si interroga anche il vertice G8 a Heiligendamm in Germania. "Adesso, con il granoturco - sostiene Coldiretti - è possibile risolvere uno dei principali problemi di inquinamento come la dispersione nell'ambiente in Italia delle bottiglie di plastica".

DALLA CONFEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTORI

PAC, LA CIA SVELA LA "CONDIZIONALITÀ" ALLE IMPRESE AGRICOLE

Il Velino - Roma 5 giugno - Un vero e proprio 'check list' che in pochi secondi pone l'imprenditore agricolo nella condizione di sapere se la propria azienda risponde o meno ai requisiti previsti dalla "condizionalità" inserita nella riforma della Politica agricola comune (Pac). E' questo l'interessante lavoro messo a punto da "Agricoltura è vita", la nuova associazione della Cia-Confederazione italiana agricoltori per la consulenza, l'innovazione e la formazione, presentato a Roma durante un seminario che ha affrontato, appunto, il tema della condizionalità che da vincolo può realmente divenire un'opportunità di crescita e di sviluppo. Il software informatico della Cia permette di ricavare una "fotografia istantanea" complessiva e dettagliata delle caratteristiche aziendali, evidenziando contestualmente i relativi "campi" di non conformità e di compatibilità rispetto a quanto fissato dai parametri imposti dalla Pac. Il responso del "check" potrà così orientare l'imprenditore agricolo verso scelte consapevoli, guidarlo nella definizione di un proprio piano di adeguamento aziendale, acquisendo quegli elementi necessari per programmare in maniera razionale il miglioramento e lo sviluppo delle proprie strutture e delle tecniche produttive. Lo strumento informatico consentirà così alle aziende agricole di definire il proprio percorso di adeguamento su tutti i vincoli proposti, con particolare attenzione alle problematiche attinenti la direttiva nitrati, il benessere degli animali, la rintracciabilità, la sicurezza igienica e sanitaria.

PRODOTTI

VINITALY: SIGLATO ACCORDO PER COMMERCIALIZZARE VINO IN GIAPPONE

Il Velino - Roma 1° giugno - Veronafiere investe sul mercato giapponese e in preparazione della seconda edizione di Vinitaly Japan, il 27 novembre a Tokyo, moltiplica la presenza nel paese del Sol Levante con la firma dell'accordo commerciale per la distribuzione e la vendita dei migliori vini italiani con Isetan, la catena distributiva giapponese specializzata in fashion e prodotti alimentari di nicchia. La presentazione di Vinitaly Japan è stata realizzata in occasione dell'Italian Wine Day, organizzato a Tokyo dall'Ambasciata d'Italia e dall'Ice il 2 giugno per la festa della Repubblica italiana. I due eventi rappresentano un ideale ponte di collegamento con Vinitaly Japan, "che - ha dichiarato Renato Porcia di Brugnero, addetto commerciale dell'Ambasciata d'Italia a Tokyo - è un evento importante, in quanto

consolida l'attività che le istituzioni svolgono in questo Paese a favore anche dell'enogastronomia italiana". "Isetan - ha spiegato il general manager, Kiyoshi Amemiya - aderisce all'All Nippon Department Stores, che associa 66 grandi magazzini del lusso e del fine food. Noi ne abbiamo 11 tra Tokyo e Kyoto e qui venderemo, sotto il marchio di Vinitaly, vini scelti fra quelli vincitori del Concorso Enologico Internazionale. Il nostro giro d'affari nel settore vino è di oltre quattro milioni di euro e con questo accordo contiamo di dare un forte impulso alle vendite". "L'utilizzo del brand Vinitaly per la commercializzazione dei vini italiani - spiega Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere - è un nuovo contributo che la Fiera di Verona aggiunge al suo ruolo di sistema integrato a favore delle imprese export-oriented italiane, al fine di sviluppare in Asia un canale di vendita ancora poco sfruttato dai distributori di vini italiani".

DALLE FEDERAZIONI NAZIONALI DI CATEGORIA

Dalla Fedegromercati

PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI SEMPRE PIU' TUTELATI

L'ICQ (Ispettorato Centrale per il controllo della qualità dei prodotti agro-alimentari) nel 2006 ha realizzato più di 4.000 sopralluoghi nel settore ortofrut-ticolo, con oltre 3.600 operatori e 9.000 prodotti controllati. I risultati dell'attivi-tà hanno evidenziato irregolarità per 135 operatori (il 3,7% di quelli controllati), per un totale di 132 sanzioni amministrative, 7 notizie di reato e 23 sequestri (per un valore di poco meno di 13.000 €). 122 i campioni analizzati in laborato-rio, ma nessuno di essi è risultato irregolare. L'ortofrutta è stato il quarto com-parto più controllato, con un'incidenza dell'8% sul totale dell'agro-alimentare. In particolare, le irregolarità più frequenti hanno riguardato l'illecita commercializ-zazione di prodotto convenzionale etichettato come biologico, l'etichettatura ir-regolare per omessa indicazione del Paese di origine o indicazioni non veritiere o incomplete (relativamente a varietà, origine e categoria).



Agroalimentare, un fondo per le fusioni tra le Pmi di: Vincenzo Chierchia

Il ministero delle Politiche agricole sta studiando un fondo, con una dote intorno ai 150 milioni di euro all'incirca, per favorire aggregazioni e fusioni tra le piccole e medie imprese agroalimentari italiane. Il modello - come sottolineato dallo stesso ministro Paolo De Castro - dovrebbe essere quello già avviato con Legacoop e Confcooperative, attraverso la società Isa, per facilitare iniziative dello stesso tipo nell'ambito dell'impresa cooperativa. A questo fondo dovrebbero essere uniti interventi sulla leva fiscale per favorire la internazionalizzazione di imprese e consorzi.

De Castro ha partecipato a Milano a un incontro organizzato dal presidente di Confimprese, Mario Resca, con alcune delle principali industrie agroalimentari italiane e con imprese di distribuzione e ristorazione.

Scopo dell'incontro, fare il punto sull'export agroalimentare, alla luce delle novità contenute nella Finanziaria 2007.

“Tra le varie anime del made in Italy, l'agroalimentare - ha ricordato De Castro - è quella che sta dando maggiori soddisfazioni nell'export. Su un totale di 70 miliardi di euro l'anno di fatturato infatti, 22 miliardi si devono a questo settore, le cui performance hanno segnato, nel 2006, un incremento del 10% su base annua”.

Resca, dal canto suo, ha ricordato le elevate potenzialità di sviluppo delle imprese del comparto food e soprattutto la crescita di interesse dei fondi di investimenti internazionali nei riguardi di questo settore.

Presente all'incontro di Confimprese anche il sindaco di Milano Letizia Moratti, con la quale De Castro, auspicando che la candidatura della città meneghina a sede dell'Expo 2015 divenga realtà (la designazione è prevista a marzo 2008), ha concordato una strategia congiunta per dare, in questa occasione, il massimo rilievo al settore agroalimentare. “Milano sede nel 2015 dell'Expo internazionale - ha detto De Castro - è un obiettivo che ci auguriamo fortemente”.

“L'Expo - ha continuato - può essere una straordinaria vetrina anche per l'agroalimentare italiano. Assieme al sindaco Moratti stiamo condividendo un lavoro di squadra mettendo a punto i passi concreti da fare e supportare al massimo, in questa prestigiosa occasione, le potenzialità del nostro straordinario patrimonio agroalimentare”.

EVENTI

I VINI DEL BORDEAUX SBARCANO IN ITALIA ALLA CASA DEL PANE

La “Casa del Pane”, la sede milanese dell’associazione panificatori di Antonio Marinoni all’ex castello del dazio di porta Venezia, è stata scelta come trampolino di lancio, a fine maggio, per gli eccellenti vini degli chateaux bordolesi, selezionati da *VINDIAMO* e sottoposti in anteprima al giudizio dei più importanti enotecari e imprenditori vinicoli italiani.

Una piacevolissima serata, guidata dal giornalista de Il Sole- 24 Ore, Nicola Dante Basile, e da Sebastien Chevrier, business manager di *VINDIAMO*. Che è, più che una impresa, una “*visione nuova nel mondo vinicolo bordolese*”, in quanto offre agli chateaux produttori della zona la gestione della commercializzazione dei loro vini, curandone la diffusione in Francia e all’estero.

Per la distribuzione in Italia, *VINDIAMO* ha scelto prodotti diversi tra loro, così da garantire una copertura totale sul mercato enologico italiano: sia con vini per la grande distribuzione, sia con vini di alto livello. Tutti vini, comunque, con un eccellente rapporto qualità/prezzo.

Sébastien Chevrier, il business manager di *Vindiamo*, ha dichiarato di attribuire grande importanza al mercato italiano e di essere certo che i consumatori italiani sapranno apprezzare la qualità dei vini di Bordeaux. In occasione di VINEXPO, il salone enologico che si tiene a Bordeaux dal 17 al 21 giugno, è annunciato il lancio mondiale della selezione dei vini di *VINDIAMO*, indirizzato, per quanto riguarda il nostro Paese, alla ricerca di partner qualificati e mirati del nostro mercato.

Questi i vini presentati e degustati nel corso della serata alla “Casa del Pane”:

- Chateau Les Clauzots – Graves
- Domaine du Claouset – Bordeaux
- Chateau Viallet-Nouhant – Haut-Médoc
- Chateau Corbin – Montagne St. Emilion
- Chateau Le Chatelet – St. Emilion Grand Cru
- Domaine des Bizelles – Bordeaux supérieur
- Chateau Pichot- Chenevelle – Lalande de Pomerol.
-

Il giudizio di Angelo Solci e di Anna Gaviglio, notissimi enotecari milanesi e grandi esperti di vini bordolesi, dopo le degustazioni, è stato largamente positivo. Giudicato buono anche il rapporto qualità/prezzo in relazione al mercato italiano.

(Per contatti: *Ciro Gentile* – Tel. 39(0)2848 00 783. E-mail: ciro.gentile@gensitalia.it)





SAPERE..... IL SAPORE DEL SAPORE ORGANIZZA IL CONVEGNO:

"Inquinamento: come la medicina naturale può risolvere questo problema per l'uomo"

**“Se l'ape scomparisse dalla faccia della terra all'uomo non rimarrebbero che quattro anni di vita ” (Albert Einstein).
Si stanno spopolando gli alveari!**

**Venerdì 21 settembre 2007 ore 14.30 – 18.30
Best Western Milton Hotel – Via Butti 9, Milano**

La partecipazione è gratuita, la prenotazione obbligatoria

Erredieffe – Comunicazione e Eventi - via Antonio Maffi, 13/A – 20162 Milano
Tel: 02.66114397- Fax: 02.64749456 - E-mail: info@saporedelsapere.it
segreteria@saporedelsapere.it Sito: www.saporedelsapere.it

Il convegno affronterà il tema in oggetto ponendo l'accento sul comportamento dell'uomo perchè esso risulta essere contemporaneamente causa e rimedio per i problemi legati all'inquinamento. Autorevoli relatori quindi ci indicheranno le soluzioni migliori perchè si possa, partendo dalla scelta dei cibi, limitare i danni che l'uomo arreca all'ambiente in cui vive.

I Relatori:

- ◇ **come difendere le api e l'uomo dall'inquinamento elettromagnetico, secondo l'eubiotica**
Luciano Pecchiai – Direttore del Centro di Eubiotica Umana di Milano, Esperto di alimentazione e Medicina Naturale
- ◇ **Mangiare sano per migliorare la salute e l'ambiente**
Sergio Chiesa – Esperto di nutrizione e in particolare del Metodo Kousmine
- ◇ **Ritrovare il senso: responsabilità dell'uomo nella sofferenza della natura**
Sergio Maria Francardo – Medico antroposofo, membro del Comitato Tecnico Scientifico di medicina complementare della Regione Lombardia
- ◇ **La Super salute: grazie inquinamento per averci resi così forti!**
Flavio Gazzola – Medico, specialista in Neurologia, EAV, check-up bioelettronici, Iridologia, Visologia, Medicina Naturale, Omeopatia, Fitoterapia, vitalizzazione Cellulare

“Inquinamento: come la medicina naturale può risolvere questo problema per l'uomo”
“Se l'ape scomparisse dalla faccia della terra all'uomo non rimarrebbero che quattro anni di vita” (Albert Einstein) - Si stanno spopolando gli alveari

ALLARME ALVEARI: NEGLI STATI UNITI SALE AL 75% LA MORIA DELLE API

La produzione di miele è in netta flessione in tutto il mondo. I dati ufficiali parlano chiaro. Il 2006 si è chiuso con un calo produttivo del 70 per cento: 30 mila quintali di raccolto, a fronte dei 100 mila quintali dello scorso anno. Conseguenza: il grido di allarme dei 75 mila apicoltori che movimentano un giro di affari di circa 2 miliardi di euro l'anno si è levato ancora più forte. La cosiddetta emergenza annunciata coinvolge l'intera penisola, dal Piemonte alla Sicilia. In Abruzzo, Toscana Umbria, in particolare, si registra il minimo storico. Le cause? Inquinamento chimico sempre più diffuso, scompensi climatici ed elettrosmog. Sotto accusa soprattutto le improvvise variazioni climatiche. scienziati e addetti ai lavori non hanno dubbi: le brusche variazioni metereologiche (l'eccessivo caldo o l'improvviso freddo) hanno impedito la bottinatura ovvero la raccolta del nettare da parte degli imenotteri e la conseguente fabbricazione del miele. Si tratta sottolinea la Coldiretti di una situazione che mette in discussione l'equilibrio naturale globale con rischi anche per la salute e l'alimentazione che dipende per oltre un terzo da coltivazioni impollinate attraverso il lavoro degli insetti, al quale proprio le api concorrono per l'80 per cento. Di fronte a questo scenario la stessa Coldiretti ha individuato alcuni interventi prioritari per rimuovere le cause eventuali della strage: verifica scientifica dei prodotti utilizzati per l'apicoltura e blocco immediato di ogni sperimentazione di culture Ogm che rischiano di inquinare in modo irreversibile l'ambiente, sperando che cessi presto l'ammutinamento e che le api tornino ad essere le lavoratrici instancabili che tutti conosciamo.

DALLE TARGHE ALTERNE ALLA TAVOLA: L'INQUINAMENTO SI COMBATTE MANGIANDO

Tra il 2002 e il 2004, secondo uno studio condotto dall'Oms, Organizzazione Mondiale per la Sanità per conto dell'Apat, agenzia per la protezione dell'Ambiente e per i Servizi Tecnici, più di 8 mila decessi nelle principali città italiane sono stati causati dagli effetti a lungo termine delle polveri sottili, l'inquinante dell'aria più temuto in Italia. Il che equivale al 9 per cento della mortalità negli over 30 per tutte le cause esclusi gli incidenti. Insomma un bollettino allarmante che ci costringe a destreggiarci tra le macchine a targhe alterne del lunedì mattina e le bici delle domeniche ecologiche. Eppure pochi sanno che per difendersi dall'inquinamento basta sedersi a tavola: l'alimentazione è infatti strettamente collegata al nostro sistema immunitario che ci difende dalle malattie e quindi anche dall'inquinamento.

Basta scegliere cibi genuini e preferibilmente biologici. Ad esempio mangiare almeno una volta alla settimana prosciutto e melone o spaghetti con le vongole mette al riparo dai danni provocati dall'azoto, gas tossico che danneggia le vie respiratorie, mentre per quanti lamentano occhiaie, pelle grigiastra e capelli pesanti la soluzione è anch'essa di facile portata, basta infatti una spremuta di arancia o la polpa esotica dell'avocado. Ricchi di molecole antiossidanti questi alimenti combattono infatti lo stress ossidativo e ci restituiscono, secondo Luc Montagnier, presidente della World Foundation Aids and prevention, la molecola più potente e più importante prodotta dal nostro organismo, il glutatione la cui produzione, purtroppo, però diminuisce a cominciare dai 40 anni. Ecco quindi che se a tavola ci si siede con gusto e misura il ritocchino estetico si può anche rimandare.





1) **RENDONO MILIARDI LE FALSIFICAZIONI DEL MADE IN ITALY**

La diffusione sui mercati internazionali di imitazioni del *made in Italy* riguarda tutti i nostri prodotti più conosciuti e apprezzati.

Il primato della pirateria alimentare spetta all'Australia e all'America. Negli USA, ad esempio, solo il 2% dei formaggi venduti come italiani corrisponde effettivamente a prodotti del *made in Italy*. Nove tavole su dieci – di ristoranti, pizzerie, abitazioni, scuole o mense – presentano abitualmente false fette di Parmigiano-Reggiano e Grana Padano. Stesso discorso per i vini: si sprecano le imitazioni di Chianti, Soave o Brunello di Montalcino. L'Asti spumante fasullo impazza in Australia, sembra. Ma anche in Europa trionfa l'Aceto balsamico di Modena fatto in Baviera o l'Amaretto di Venezia in bottiglia che richiama quello famoso di Saronno.

La forma di contrasto più efficace, oggi, sembra essere l'informazione ai consumatori esteri accompagnata da salutari degustazioni dei prodotti originali italiani.

2) **IL PROSCIUTTO DI PARMA SEMPRE PIU' RICHIESTO ALL'ESTERO**

Volano le esportazioni di Prosciutto di Parma, quello con il marchio a corona: nel 2006 sono state esportate oltre 1,9 milioni di prosciutti, con un incremento del 7,8% rispetto al 2005. Vale a dire circa 140.000 prosciutti in più. Oggi l'export rappresenta il 20% delle vendite di Prosciutto di Parma, percentuale notevolmente più alta rispetto alla media nazionale del settore agroalimentare, che si attesta sotto il 15%, e della salumeria italiana, che non supera il 10%.

3) **FINALMENTE DIMINUISCONO LE IMPORTAZIONI DI POMODORI DA CINA**

Si sono quasi dimezzate, nel 2006, le importazioni di pomodori conservati dalla Cina, passate dai 98 milioni di chilogrammi del 2005 ai 58,5 milioni di chilogrammi del 2006. Dopo anni di continua crescita, dunque, le importazioni dalla Cina di pomodori conservati, destinati a essere mescolati con quelli italiani e spacciati come *made in Italy*, si sono ridotte del 40%.

4) **FRUTTA E VERDURA OK, MA PREFERIBILMENTE ITALIANA**

Secondo una recente indagine dell'Eurisko, presentata a un convegno organizzato dalla Facoltà di Agraria dell'Università di Milano, l'84% dei consumatori italiani riconosce i benefici di una dieta ricca di frutta e verdura. Il 71% di questi consumatori ritiene che i prodotti agricoli di origine italiana siano più sicuri di quelli provenienti da altri Paesi. Il 68% degli

intervistati, comunque, dichiara di non avere le idee chiare e vorrebbe saperne di più sulle nuove tecniche di produzione agricola, sui pesticidi, sugli OGM, sul biologico. E' sempre più importante, quindi, uno stretto rapporto tra il mondo universitario, la produzione, la distribuzione commerciale e il consumatore finale.

5) LOGO EUROPEO PER IL BIOLOGICO E TOLLERANZA ZERO PER GLI OGM

Il Parlamento europeo ha approvato un logo comunitario obbligatorio per i prodotti biologici e la "tolleranza zero" nei riguardi delle eventuali contaminazioni da OGM negli alimenti biologici. La presenza di materiale transgenico al di là dello 0,1% (corrispondente allo "zero tecnico") in un prodotto alimentare provocherà in pratica la perdita dell' indicazione "prodotto da agricoltura biologica" in etichetta. Il prodotti in questione, tuttavia, non potrà riportare in etichetta neppure l'indicazione: "*contiene OGM*", finchè la presenza di materiale transgenico non superi la soglia dello 0,9%.

6) NUOVE NORME MINISTERIALI PER I PROSCIUTTI CRUDO E COTTO

Un recente provvedimento ministeriale precisa le caratteristiche merceologiche delle varie offerte commercializzate di prosciutti comuni, non tipici né pregiati (Dop o Igp)

La norma prevede che il prosciutto crudo stagionato (non affumicato) possa essere presentato con un peso minimo di 6 Kg (con osso) e una stagionatura di almeno 6 mesi, oppure con un peso minimo di 8 Kg e una stagionatura minima di 9 mesi. E' ammesso l'impiego di cosce congelate anche importate dall'estero. (Sono 54 milioni le cosce importate ogni anno in Italia). Nella lavorazione delle cosce sono ammessi il sale, il pepe, aromi e zucchero e solo pochi additivi. L'umidità deve essere inferiore al 64% e la stagionatura non può essere accelerata. Non può essere impiegata la stufatura ad aria calda. Il prosciutto cotto può essere preparato con spezie, additivi e integrativi vari dalla coscia di maiale sgrassata, rifilata, senza cotenna, con l'impiego di acqua, sale, nitriti e nitrati di sodio e di potassio. Possono essere aggiunti anche vini aromatizzati e liquori, zuccheri vari, proteine del latte, di soia, amidi e fecole, spezie, aromi e altri additivi consentiti. Dal confezionamento, senza pastorizzazione, in tranci, non devono trascorrere più di 60 giorni di conservazione e non più di 30 giorni se affettato in confezione.

7) IL VINO ITALIANO IN USA HA SUCCESSO PER LA GRANDE VARIETA'

Secondo Livio Caputo, presidente dell'*Italian Wine & Food Institute*, la chiave dell'immenso successo del vino italiano negli Stati Uniti è la grande varietà. "*Siamo in grado di proporre prodotti diversissimi, per ogni esigenza, per soddisfare tutti i gusti*" - ha detto Caputo nel commentare i dati diffusi in maggio sulle importazioni negli USA di vini italiani, che nei primi due mesi del 2007 hanno superato i 304.450 ettolitri, per un valore di oltre 145 milioni

di dollari, battendo Australia, Francia, Argentina e Cile. " *Francesi, californiani, australiani e argentini hanno vini di successo, ma tutti della stessa tipologia. La nostra varietà di vini toscani, piemontesi, siciliani, sardi, pugliesi, lombardi..ci aiuta a consolidarci in un mercato che sta imparando ad apprezzare le differenze*". Nonostante l'euro forte, l'Italia sta vincendo ancora la partita del vino, confermandosi il primo esportatore negli USA con un aumento del 18% sia in quantità che in valore.

8) CON L'INFORMAZIONE E UN PO' DI MARKETING SI MANGIA MEGLIO

Dallo "Slow Fish", nuova creatura di successo della formula Slow Food, tenutasi ai primi di maggio a Genova, sono venute indicazioni incoraggianti sul consumo del pesce in Italia e nel mondo. L'economia ittica ha un avvenire e bisogna impegnarsi per la sua crescita, secondo Ettore Iani del Comitato scientifico di Slow Fish e presidente di Lega Pesca. " *Uno degli strumenti è la razionalizzazione dei consumi. Abbiamo fatto vaste campagne, coinvolgendo anche i cuochi e la ristorazione su pesci un tempo considerati reietti, come il pesce azzurro, lo sgombro, le alici, le sarde. E abbiamo registrato in Italia una crescita smisurata: segno che l'informazione, il marketing, l'educazione nelle scuole e a tavola, sono armi potenti per riequilibrare il mercato*". S'è messa in moto la macchina della valorizzazione delle varietà, ma rispetto a Francia e Spagna, che hanno cominciato prima, l'Italia, terzo produttore al mondo, soffre ancora di qualche svantaggio, che si ripercuote sulla bilancia commerciale. Nel 2006, da gennaio a ottobre, il saldo negativo è stato di 2.616 milioni di euro, malgrado l'export sia cresciuto. Colpa della schizofrenia del mercato: sono aumentate del 70% le importazioni dal Vietnam e dall'Argentina di calamaretti, gamberetti, pesci d'acqua dolce, filetti di nasello. Esportiamo invece in Giappone pesci vivi, come il tonno rosso, specie pregiata.

9) FONDO MINISTERIALE PER LA FUSIONE DELLE PMI AGROALIMENTARI

Il Ministero per le Politiche Agricole ha in fase di studio avanzato un fondo, annunciato intorno ai 150 milioni di euro, per favorire la fusione e l'aggregazione delle piccole e medie imprese italiane del settore agroalimentare.

Il modello, secondo il Ministro De Castro, dovrebbe essere quello già sperimentato da Lega-coop e Confcooperative per favorire iniziative di tipo aggregativi nell'ambito delle imprese cooperative. A questo fondo dovrebbero essere aggiunti interventi di carattere fiscale. Il tutto, finalizzato a migliorare l'internazionalizzazione di imprese e consorzi.

10) SODDISFAZIONI PER IL MADE IN ITALY DA EXPORT ALIMENTARE

" *Tra le varie anime del made in Italy*" - ha detto il Ministro De Castro a un convegno recente di Confimpresa - " *l'agroalimentare è quello che sta dando le maggiori soddisfazioni nell'esportazione*".

Su un totale di 70 miliardi di euro all'anno di fatturato, infatti, 22 miliardi di euro si devo-

no al settore agroalimentare, le cui performance hanno registrato, nel 2006, un incremento del 10% su base annua.

Al convegno di Confimpresa del 14 maggio scorso era presente anche il Sindaco di Milano Letizia Moratti, con la quale il Ministro De Castro ha concordato le strategie comuni da adottare per l'EXPO 2015, se l'importantissimo evento sarà assegnato effettivamente, come tutti si augurano, a Milano.

11) A ROMA IL DEBUTTO DEL BAROLO 2003 E DEL BARBARESCO 2004

mercoledì 13 giugno, presso il Marriot Grand Hotel Flora di Roma, sono stati presentati il Barolo 2003 e il Barbaresco 2004. Evento promosso dalla Camera di Commercio di Cuneo con il contributo di Confcommercio.

